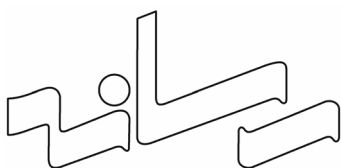


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها  
فصلنامه علمی - ترویجی وسایل ارتباط جمعی  
سال بیستم، شماره ۲، شماره پیاپی ۷۷، تابستان ۱۳۸۸  
شاپا : ۷۱۸۰-۱۰۲۲

|                |  |
|----------------|--|
| صاحب امتیاز :  | معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی  |
| سر دبیر :      | دکتر جلال درخشه  |
| معاون سردبیر : | وحید خاشعی   |
| شورای علمی :   | دکتر محسن اسماعیلی<br>دکتر سید محمد رضا احمدی<br>دکتر سید جلال دهقانی<br>دکتر ناصر باهنر<br>دکتر غلامرضا خواجه‌سروی<br>دکتر علی اکبر فرهنگی<br>دکتر کاظم معتمدنژاد<br>پروفسور حمید مولانا<br>دکتر محمد هادی همایون   |
|                | طباطبایی<br>(استادیار حقوق خصوصی دانشگاه امام صادق «ع»)<br>(استادیار علوم سیاسی دانشگاه امام صادق «ع»)<br>(استادیار علوم سیاسی دانشگاه امام صادق «ع»)<br>(استادیار فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق «ع»)<br>(استادیار حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبایی)<br>(دانشیار علوم سیاسی دانشگاه امام صادق «ع»)<br>(استاد حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبایی)<br>(استاد مدیریت دانشگاه بهشتی)<br>(دانشیار علوم سیاسی دانشگاه امام صادق «ع»)<br>(دانشیار علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی)<br>(استاد مدیریت رسانه دانشگاه تهران)<br>(استاد علوم ارتباطات دانشگاه پوردو آمریکا)<br>(استاد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی)<br>(استاد ارتباطات بین‌الملل دانشگاه آمریکن واشنگتن)<br>(استادیار فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق «ع») |

مدیر داخلی : پریسا عباداللهی

مدیر هنری و ناظر چاپ : مهرداد سلجوقی

ویراستار : شهلا زرلکی

حروفچینی و صفحه‌آرایی : آمنه اسکافی

لیتوگرافی، چاپ و صحافی : سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی  
رسانه از عموم نویسندگان، مترجمان و محققان مقاله و نقد می‌پذیرد.

آراء و نظرهای مندرج در مقاله‌ها لزوماً نظر رسانه نیست.

رسانه در حک، اصلاح، تلخیص و ویرایش مطالب آزاد است.

مطالب دریافت شده بازگردانده نمی‌شود.

نقل مطالب رسانه با ذکر مأخذ بلامانع است.

نشانی پستی: تهران، صندوق پستی ۱۵۸۷۵-۶۵۳۳

نشانی: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، شماره ۱۱، طبقه دوم.

تلفن : ۸۸۷۳۳۷۷۲ و ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنویس:

www.rasaneh.org

## فهرست

|     |  |
|-----|--|
| ۵   | یادداشت  |
| ۹   | جنگ نرم سایبری در فضای شبکه‌های اجتماعی / دکتر حمید ضیایی‌پرور   |
| ۴۹  | نگاهی نظری به دیپلماسی عمومی آمریکا / دکتر فؤاد ایزدی  |
| ۷۷  | جمهوری اسلامی و تنوع فرهنگی یونسکو (بررسی انتقادی کنوانسیون حفظ و ترویج بیان‌های فرهنگی) / علی جعفری               |
| ۱۰۳ | کارکردهای شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای در جنگ نرم / عبدالله بیچرانلو  |
| ۱۲۷ | اقتراح در سیاست‌های رسانه‌ای مقابله با جنگ نرم / وحید خاشعی  |
| ۱۵۳ | تحلیلی سازه‌انگارانه از تهدیدات نرم جریان سلفی‌گری (با نگاهی به سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران) / سیدباقر سیدنژاد |
| ۱۷۳ | جُستاری پیرامون جنگ نرم در آیات و روایات / حامد صادقی  |
| ۲۰۱ | مختصات جنگ نرم در دیدگاه رهبری انقلاب اسلامی / هادی بلالی  |
| ۲۲۳ | امنیت نرم و چهره ژانوسی رسانه‌ها / مهسا ماه‌پیشانیان   |
| ۲۵۷ | فهرست گزیده مقالات ارتباطات جمعی در مطبوعات / مهرناز ندیری   |



## یادداشت

۵

یادداشت

طی دو دهه اخیر دستگاه‌های سیاستگذار و نهادهای ایده‌پرداز غربی و آمریکایی، شکل تازه‌ای از رویارویی و مقابله با نظام‌های سیاسی ناهمگون با ارزش‌های دنیای غرب و منافع نظام استثماری را طراحی کرده‌اند و روش‌های کارآمدتری از جنگ‌های نظامی و لشکرکشی‌های آتش‌افروزانه را به بوتۀ آزمون کشیده‌اند تا ایدئولوژی و موجودیت ساختارها و دولت‌هایی را که با نظم به اصطلاح نوین جهانی هماهنگ و همراه نیستند به زانو درآورند. عملیات تبلیغاتی و روانی، فشارهای سیاسی و رسانه‌ای، انگ‌زنی و متهم‌سازی با دستاویز قرار دادن مفاهیمی چون آزادی، حقوق بشر، دموکراسی، عدالت و...، به اجرا گذاشتن پیچیده‌ترین شگردهای سیاسی و تبلیغاتی برای به آشوب کشیدن ذهن و فکر افکار عمومی ملت‌ها که در قالب انقلاب‌های رنگین و مخملین شهرت یافته‌اند و مواردی از این قبیل، شیوه‌هایی بوده‌اند که از سوی اتاق‌های فکر وابسته به وزارت خارجه آمریکا، مراکز و مؤسسات استراتژی‌ساز پنتاگون، محافل تصمیم‌گیر و مشورت‌دهنده کنگره و مشاوران ارشد احزاب سیاسی در اروپا و آمریکا مورد تأکید و تأیید قرار گرفته‌اند؛ زیرا ترجیحات بسیار و آثار بی‌شمار از اقدامات مذکور در حصول نتیجه و دستیابی به اهداف ملاحظه کرده‌اند که اکنون با یک فرمول ثابت و تقریباً فراگیر می‌توانند در هر کشوری و در مواجهه با هر نظام سیاسی، ضربات و مخاطرات جدی بر آنها وارد کنند.

مجموعه این اقدامات روانی، تبلیغاتی، سیاسی، رسانه‌ای و فرهنگی که یک جامعه یا گروه هدف را نشانه می‌گیرد، اصطلاحاً «جنگ نرم» (Soft war) نامیده می‌شود که البته در مراکز پژوهشی و مطالعاتی غرب، چنین مفهومی چندان کاربرد ندارد. آن‌ها برای پیشبرد اهداف کلان نظام سیاسی لیبرال و ترویج ارزش‌های آمریکایی و به تعبیری «آمریکایی‌سازی» فرهنگ،

سیاست و اقتصاد جهان، واژه مبهم‌تر و البته جذاب‌تری به کار بسته‌اند و می‌گویند «دیپلماسی عمومی» (public diplomacy). در ساختار وزارت خارجه آمریکا نیز معاونتی با همین عنوان تعبیه شده که عملاً با در دست داشتن سرمایه هنگفت و صرف دلارهای بسیار، جور بخش عمده‌ای از شرح وظایف پیشین و فعالیت‌های سنتی پنتاگون و سازمان سیا را بر دوش می‌کشد. در مقوله دیپلماسی عمومی، تلاش‌های مطالعاتی و پژوهشی عمیقی صورت می‌گیرد تا روش‌های اعمال فشار اقتصادی و تضعیف توان و منابع مالی کشورها شناسایی شوند؛ شکل‌های سیاسی وابسته ایجاد گردند و مجاری نفوذ در احزاب مورد ارزیابی قرار گیرند، سازماندهی لازم برای ایجاد بحران هویت ایجاد شود و اختلافات داخلی تشدید شوند و نهایتاً به تخصیصات فرسایشی مبدل گردند، جنبش‌های اجتماعی به راه افتد و به تقویت و پشتیبانی مالی، فکری و سیاسی از آن‌ها پرداخته شود و اصولاً راه‌های نفوذ و به حرکت واداشتن توده‌ها و نخبگان در نقشه راهی که آن‌ها ترسیم می‌کنند مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرند. در این مراکز و مؤسسات پژوهشی که به اصطلاح بخش لجستیک جنگ نرم علیه دولت‌ها و کشورها را برعهده دارند، بانک اطلاعات قوی و روزآمدی از احزاب، نخبگان، ناراضیان سیاسی، جنبش‌های اجتماعی، نقاط ضعف و قوت کشورها، پاشنه آشیل افراد و شخصیت‌ها و... وجود دارد که اگر جنگی در بگیرد، حتماً به کار می‌آیند و با بمباران خبری و شانتاژ رسانه‌ای و هجوم تبلیغاتی، تزلزل و بی‌ثباتی را در یک جامعه هدف تزریق می‌کنند. برای این منظور طیف وسیعی از اقدامات از جنگ رایانه‌ای و فعالیت‌های اینترنتی گرفته تا راه‌اندازی شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و شبکه‌سازی و موارد دیگر ذیل عنوان جنگ نرم می‌گنجند.

البته دنیای غرب کماکان از خوی استکباری و جنگ‌افروزی سابق خود دست برنداشته و طی سال‌های اخیر شاهد گسترده‌ترین تهاجم نظامی آمریکا به خاورمیانه و تحمیل دو جنگ خانمانسوز افغانستان و عراق بوده‌ایم، لکن بنا به نظر استراتژیست‌ها و محافل صهیونیست که مشاوران ارشد کاخ سفید به شمار می‌آیند، جنگ نرم کم هزینه‌تر و بی‌دردس‌تر ارزیابی شده و اولویت اول امروز سیاستمداران و دشمنان بشریت، روی آوردن به تهاجم روانی و فرهنگی و رسانه‌ای معرفی شده است.

دیپلماسی عمومی آمریکایی، از هنگامی که ایده جهانی‌سازی با طرح راهبردها و رویکردهایی چون جهان وطنی (cosmopolitan)، جهان شمولی (universalism)، نظام جهانی (globalism) و جهانی شدن (globalization) آغاز و تا کنون دنبال شده است در پی این بوده تا سیطره همه‌جانبه فرهنگ و تمدن مطلوب غرب بر تمام شئون زندگی فردی و جمعی تمام ملت‌ها و فرهنگ‌ها و قومیت‌ها و... حاصل آید؛ زیرا در این صورت است که منافع جهان غرب سریعتر و بهتر تأمین خواهد شد. جنگ نرم همچنین در پی این است که با سکولارسازی مفاهیم و اعتقادات دینی و سنتی و تلاش برای رهایی جامعه از قید دین، تقدس‌زدایی، ساختارهای فکری و فرهنگی را به نفع سنت‌ها و باورها و ارزش‌های غرب باز تعریف کند.

در سال‌های اخیر با خلق پدیده جدید اینترنت و توسعه فناوری‌های ارتباطاتی و تسهیل دسترسی به شاهراه ارتباطی برای هر کس در هر جا و هر زمان، و همچنین گسترش و تنوع فعالیت شبکه‌های ماهواره‌ای، زمینه جنگ نرم جبه غرب بیش از پیش محقق شده است و به تعبیری قدرت نرم (Soft Power) نظام به اصطلاح جهانی غربی، مجهزتر از هر زمان شده است ولی آمادگی‌های فنی و تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری ما به‌طور محسوسی چندان منطبق با این امکانات و قدرت نرم دشمن نبوده تا بتوانیم نسبت به مهار فشارهای تبلیغاتی و روانی آنان عکس‌العمل مناسب نشان دهیم، یا اقدامات پیشگیرانه به انجام رسانیم یا به نحو آفندی و نه منفعلانه برخورد داشته باشیم. از این رو لازم است نخبگان و فعالان دانشگاهی و رسانه‌ای ما و مراکز مطالعاتی و پژوهشی کشور به نحوی تعاملی و با هم‌افزایی بررسی‌ها و بحث‌های لازم را در باب تقویت روزافزون منابع قدرت نرم در جمهوری اسلامی و راهکارهای دفع مصادیق و مظاهر جنگ نرم دشمن به راه اندازند. جای تأسف دارد که هنوز لایه‌هایی از نخبگان و کارشناسان ما در سطوح مختلف، مسئله جنگ نرم را یاور ندارند و یا اینکه نمی‌خواهند بپذیرند واقعیتی به نام جنگ- که اتفاقاً کاملاً هم جنگ و رویارویی و تقابل و لشکرکشی است- علیه ما در جریان است و به شکل مرموز، پیچیده و بعضاً کاملاً هویدا و آشکار منافع ملی، اراده عمومی و ساختارهای سیاسی و اجتماعی و فرهنگی ما را نشانه گرفته و به آن‌ها آسیب‌های جدی وارد می‌سازد. البته ماهیت و کیفیت جنگ نرم به گونه‌ای پنهان و با ابهام و ایهام برخوردار است که می‌توان انتظار داشت از منظر برخی از تحلیل‌ها و بررسی‌ها به دور ماند.

در این شماره از فصلنامه به موضوع جنگ پرداخته‌ایم و انتظار این است که باب بحث‌ها و مطالب علمی و عمیق‌تر در این حوزه گشوده شود.

مدیر مسئول





# جنگ نرم سایبری در فضای شبکه‌های اجتماعی

نوشته

دکتر حمید ضیایی‌پرور\*

## چکیده

شبکه‌های اجتماعی شامل وبلاگ‌ها، میکروبلگ‌ها، سایت‌های به اشتراک‌گذاری لینک، عکس، فیلم و خبر، ویکی‌ها، سایت‌های اجتماعی، فروم‌ها، خبرخوان‌ها از جمله فناوری‌هایی هستند که امکان تعامل اطلاعات و دیدگاه‌ها را در محیط سایبر به وجود آورده‌اند. در این مقاله با تمرکز بر این شبکه‌ها، مهم‌ترین اقدامات جریان‌های معاند نظام و کشورهای خارجی علیه منافع و امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران، به صورت مستند مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. جامعه آماری تحقیق ده وب‌سایت اصلی شبکه‌های اجتماعی (۱. فیس‌بوک ۲. توئیتر ۳. یوتیوب ۴. بالاترین ۵. بازنگار ۶. فیلکر ۷. ویکی‌پدیا ۸. گوگل ریدر ۹. دنباله ۱۰. گویا نیوز) بوده و در هر ماه رخدادهای مهم سیاسی به صورت هدفمند انتخاب شده و تحولات مربوط به آن مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. طی دوره مورد بررسی این تحقیق یعنی خرداد تا بهمن ماه ۱۳۸۸ جنگی واقعی در فضای سایبر و به‌خصوص شبکه اجتماعی مجازی جریان داشته است و طرفین نزاع از هفت تاکتیک اساسی در این جنگ سایبری علیه یکدیگر استفاده کرده‌اند. این جنگی است که هنوز پایان نیافته و هر روز ابعاد جدیدی از آن آشکار می‌شود. بررسی نشان داد که کشورهای مخالف ایران، برای بهره‌برداری از اعتراضات بعد از انتخابات ریاست جمهوری دهم در ایران، دارای برنامه مدون و استراتژی مصوب با بودجه‌های مشخص هستند. حتی مستنداتی از ردپای بیگانگان در حمایت از اغتشاشات ایران از طریق فناوری‌های شبکه‌های اجتماعی نشان داده شد.

کلیدواژه: جنگ نرم، شبکه‌های اجتماعی، اینترنت، فیلترینگ، هک و نفوذ، نشت اطلاعات.

\* عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دماوند

## مقدمه

این مقاله درصدد تبیین ابعاد مختلف جنگ نرم سایبری علیه ایران به خصوص با تمرکز بر فضای شبکه‌های اجتماعی است. واقعیت این است که طی سال‌های اخیر به‌خصوص در یک سال گذشته، جنگ نرم علیه ایران با استفاده از شبکه‌های اجتماعی و فناوری‌های مبتنی بر وب دو ابعاد جدید و عمیقی پیدا کرده است. شبکه‌های اجتماعی شامل وبلاگ‌ها، میکروبلگ‌ها، سایت‌های به اشتراک‌گذاری لینک، عکس، فیلم و خبر، ویکی‌ها، سایت‌های اجتماعی، فروم‌ها، خبرخوان‌ها از جمله فناوری‌هایی هستند که امکان تعامل اطلاعات و دیدگاه‌ها را در محیط سایبر به وجود آورده‌اند. به اذعان مقامات رسمی کشور، سایت‌هایی مانند فیس‌بوک، یوتیوب، توئیتر، ویکی‌پدیا و بالاترین در برقراری ارتباطات اغتشاشگران رخدادهای بعد از انتخابات ریاست جمهوری دهم در ایران نقش مؤثری داشته‌اند.

در این مقاله با تمرکز بر این شبکه‌ها، مهم‌ترین اقدامات جریان‌های معاند نظام و کشورهای خارجی علیه منافع و امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران، به‌صورت مستند مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

در این پژوهش، روش تحلیل محتوای شبکه‌های اجتماعی مورد نظر بوده و روش گردآوری اطلاعات نیز استفاده از سایت‌های اینترنتی و فناوری‌های خبرخوان آنلاین بوده است. دوره زمانی مورد بررسی نیز خرداد تا بهمن ماه ۱۳۸۸ است. جامعه آماری تحقیق ده وب‌سایت اصلی شبکه‌های اجتماعی (۱. فیس‌بوک ۲. توئیتر ۳. یوتیوب ۴. بالاترین ۵. بازنگار ۶. فیلکر ۷. ویکی‌پدیا ۸. گوگل ریدر ۹. دنباله ۱۰. گویا نیوز) بوده و در هر ماه رخدادهای مهم سیاسی به صورت هدفمند انتخاب شده و تحولات مربوط به آن مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. بر این اساس هفت تاکتیک اساسی جنگ نرم سایبری در فضای شبکه‌های اجتماعی طی ماه‌های مورد بررسی انتخاب و بررسی شده است. این تکنیک‌ها به شرح جدول ۱ هستند:

جدول ۱ تاکتیک‌های جنگ نرم سایبری

| ردیف | نوع تکنیک        |
|------|------------------|
| ۱    | شبکه‌های اجتماعی |
| ۲    | فیلترینگ         |
| ۳    | ردپای بیگانگان   |
| ۴    | شایعه پراکنی     |
| ۵    | هک و نفوذ        |
| ۶    | نشت اطلاعات      |
| ۷    | پوشش رسانه‌ای    |

## چارچوب نظری و مفهومی

### جنگ نرم سایبری

جنگ نرم نوعی جدید از جنگ است که در آن به جای استفاده از زور و سلاح و قدرت نظامی از ابزارها و تکنیک‌های غیرخشونت‌آمیز در تقابل با رقیب یا دشمن برای برتری‌جویی و یا کسب منافع ملی استفاده می‌شود. جنگ‌های رسانه‌ای، جنگ‌های رایانه‌ای، جنگ الکترونیک، جنگ روانی، جنگ اطلاعاتی و سرانجام جنگ سایبری از جمله مصادیق جنگ نرم هستند. بر این اساس جنگ نرم سایبری به نوعی از جنگ اطلاق می‌شود که با استفاده از فناوری‌های مبتنی بر اینترنت مانند ایمیل، وبلاگ، وبسایت و شبکه‌های اجتماعی و با تکنیک‌هایی مانند هک و نفوذ، خرابکاری و اختلال در پایگاه‌های اطلاع‌رسانی، سعی در برتری‌جویی نسبت به دشمن یا رقیب دارند و هدف از آن تغییر مواضع کشور هدف، استحاله و فروپاشی و یا تغییر حکومت در کشور مورد نظر است.

### شبکه‌های اجتماعی

شبکه اجتماعی، سایت یا مجموعه‌ای است که در آن، کاربران می‌توانند علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خودشان را با دیگران به‌طور متقابل به اشتراک بگذارند.

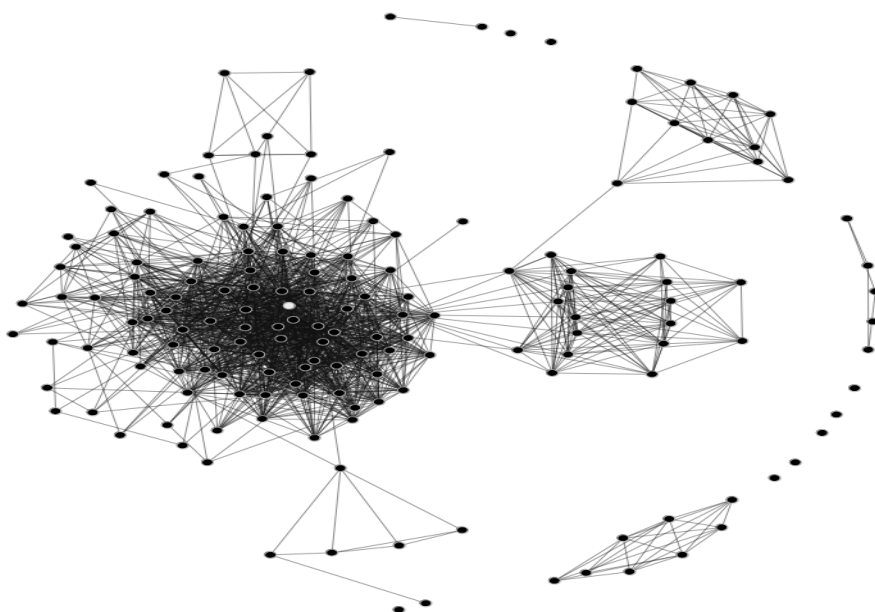
در سال‌های اخیر شبکه‌های اجتماعی با سرعتی بی‌نظیر گسترش یافته‌اند. شبکه‌های اجتماعی مانند Flickr, YouTube, del.icio.us, Orkut, Friendster, hi5, FaceBook, MySpace بسترهای جدید برای ایجاد شبکه‌های مجازی میان افراد هستند و در مدت زمانی کوتاه به سرعت رشد کرده‌اند. به‌عنوان مثال فیس‌بوک حدود ۳۰۰ میلیون کاربر فعال دارد (فیس‌بوک، ۲۰۰۹).

شبکه‌های اجتماعی سایت‌هایی هستند که با افزودن و از قالب یک سایت ساده مانند موتور جست‌وجوگر، با اضافه شدن یک امکاناتی مانند چت و ایمیل و چیزهای دیگر خاصیت اشتراک‌گذاری را به کاربران خود ارائه می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی، محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند. یک شبکه اجتماعی، سایتی است که در مرحله اول به افراد و سازمان‌ها اجازه می‌دهد صفحات خودشان را روی آن ایجاد کنند و در مرحله دوم اجازه می‌دهد این صفحات بر اساس مشترکات گوناگون به هم متصل شوند. وقتی صحبت از شبکه اجتماعی می‌شود باید به کامیونیتی یا همان «جامعه کاربری» هم اشاره کرد. شبکه‌های اجتماعی به مجموعه‌ای از وبسایت‌های مبتنی بر فناوری‌های وب ۲ گفته می‌شود که با قابلیت ایجاد شبکه و ارتباطات مجازی تعاملی در فضای سایبر، به تأثیرگذاری بر سیاست‌های رسمی می‌پردازند. فیس‌بوک، توئیتر، فرند فیدز، بالاترین، بازنگار، دیگ، دلشز، گروه‌های ایمیلی، وبلاگ‌ها، چت روم‌ها و فروم‌ها از جمله سایت‌هایی هستند که قابلیت شبکه‌سازی وسیعی در

اینترنت ایجاد کرده‌اند. در برخی مواقع این شبکه‌ها اقدامات خود را به فضای واقعی جامعه نیز تسری داده و به‌عنوان مثال هماهنگی و سازماندهی بسیاری از تجمع‌های سیاسی و اعتراضی در همین شبکه‌ها صورت گرفته است.

در نمودار ۱، نمایی از مدل شبیه‌سازی شده شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی نشان داده شده است (یک فتی، ۲۰۰۹).

شکل ۱: نمایی از مدل شبیه‌سازی شده شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی



منبع : [http://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_network](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_network)

فضای مجازی مجالی برای شکل‌گیری اجتماعات جدیدی از کاربران فراهم می‌کند. از زمان فردیناند تونیس و تلاش او برای تعریف دو گونه تجمع انسانی یعنی «اجتماع» در مقابل «جامعه» (گزلفاقت و گمنشافت) همه متفکران علوم اجتماعی و فرهنگی «رودرو بودن»، «محدودیت تعداد»، و «اتکا بر روابط عاطفی و نه روابط عقلانی» را از ویژگی‌های بنیانی «اجتماع» عنوان کرده‌اند (مرکز تحقیقات همشهری، ۱۳۸۸).

## ایران و شبکه‌های اجتماعی

ایرانی‌ها در تشکیل اجتماعات مجازی در فضای سایبر ید طولایی دارند. برای اولین بار نام ایرانی‌ها در رتبه‌بندی فناوری‌های اینترنتی با نام وبلاگ عجین شد. ایرانی‌ها توانستند در

سال‌های ۱۳۸۳ و ۱۳۸۴ رتبه چهارم وبلاگ‌های جهان را به دست آوردند. البته به دلایل متعدد این رتبه در سال ۲۰۰۹ به جایگاه دهم تنزل پیدا کرده که باز هم نشان دهنده وجود مزیت نسبی در این مقوله در ایران است. اگرچه هیچ مرجع رسمی گزارشی درباره آمار وبلاگ‌های فارسی منتشر نکرده است اما با جمع‌بندی آمار وبلاگ‌های ثبت شده و وبلاگ‌های فعال بلاگ سرویس‌های ایرانی، می‌توان تخمین زد که در سال ۱۳۸۸ جمعاً حدود شش میلیون وبلاگ ثبت شده فارسی در فضای اینترنت وجود دارد که از این رقم ده درصد یعنی شش صد هزار وبلاگ فعال محسوب می‌شوند. براین اساس می‌توان گفت وبلاگستان فارسی یکی از بزرگ‌ترین اجتماعات مجازی و شبکه‌های اجتماعی ایرانیان محسوب می‌شود.

یکی از شبکه‌های اجتماعی قدرتمند سایت اورکات است (اورکات، ۲۰۰۹). حدود چهار سال پیش بود که مفهوم شبکه‌های اجتماعی به‌طور گسترده با حضور اورکات در میان کاربران ایرانی رواج پیدا کرد و در مدت کوتاهی آن‌قدر سریع رشد کرد که پس از برزیل و آمریکا، ایران سومین کشور حاضر در اورکات شد (باشگاه، ۱۳۸۸). اما با فیلتر شدن اورکات، گرایش ایرانی‌ها به شبکه داخلی کلوب دات کام سوق پیدا کرد. سایت کلوب در حال حاضر ادعا می‌کند بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان است. این سایت امکاناتی شبیه سایر شبکه‌های اجتماعی در اختیار کاربران قرار می‌دهد. این سایت نیز چندین بار فیلتر شده و سپس از فیلتر در آمده است.

### کاربرد اطلاع رسانی شبکه‌های اجتماعی

در جریان تحولات منتج به انتخابات دوره دهم ریاست جمهوری در ایران در خرداد ماه ۱۳۸۸ و بعد از آن شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی ایفا کردند. بخش عمده‌ای از ۲۳ میلیون کاربر اینترنتی در ایران عضو این شبکه‌های اجتماعی هستند که به‌رغم فیلتر بودن، بسیاری از آن‌ها باز هم به عنوان فضایی برای تبادل و به اشتراک‌گذاری اطلاعات، اخبار و دیدگاه‌های عمومی به‌شمار می‌آیند.

یکی از اتفاقات در مورد فیس‌بوک تبدیل این شبکه اجتماعی به فضای جریان خبری است که می‌توان از طریق آن نظر، گرایش و بینش کاربران را نسبت به موضوعات مهم خبری ارزیابی کرد. برای همین این شبکه مجهز به وسیله بسیار شگفت‌انگیزی به نام «واژگان» است که می‌توان با وارد کردن کلمه مورد نظر خود به راحتی از نظرات کاربران آگاه شد. در واقع ماهیت سایت‌های اجتماعی به گونه‌ای است که با کاربران خود به‌طور زنده و پویا رفتار می‌کنند؛ بنابراین وقتی یک سایت اجتماعی، دارای کاربر زیادی از یک منطقه باشد، اخبار آن منطقه نیز بسیار سریع در آن شبکه منتشر می‌شود. در این نوع سایت‌ها، کافی است تنها یک نفر خبر مهمی را ذکر کند تا در عرض تنها چند دقیقه و به واسطه پیوند دادن به آن خبر توسط دوستان این فرد، کل اعضای سایت از آن آگاهی پیدا کنند (وبلاگ آی تی، ۱۳۸۸).

در ایران، سایت‌های مخالف، فیلتر هستند و حتی سایت‌های اجتماعی نیز به‌خاطر عدم استفاده از امکانات بالقوه‌ای که دارند، فیلتر شده‌اند. اما اگر سری به سایت توئیتر بزنید، متوجه می‌شوید که با وجود فیلترکردن سایت توئیتر، این سایت به یکی از مهم‌ترین منابع خبری کاربران تبدیل شده است. به نحوی که اولین اخبار در هر زمینه‌ای، عمدتاً ابتدا در توئیتر مطرح می‌شود و سپس با اطلاع‌رسانی اعضای این سایت، به گوش سایر افراد نیز می‌رسد.

## تاکتیک‌های جنگ نرم سایبری در ایران

در اینکه طی ماه‌های بعد از انتخابات ریاست‌جمهوری دهم، کارزاری سایبری در ایران جریان داشته است میان اکثر صاحب‌نظران داخلی و خارجی اتفاق نظر وجود دارد. اینکه این کارزار یا جنگ در چه فضایی اتفاق افتاده؟ طرفین آن چه کسانی بوده‌اند؟ از چه تاکتیک‌ها و روش‌هایی برای این کارزار استفاده شده است؟ کمپین‌ها و بسیج‌های گروه‌ها و فعل و انفعالات درون این تحولات چه بوده است؟ نیاز به بررسی مصداقی و عینی این تحولات دارد. بر این اساس محقق سعی کرده با رصد رخداد‌های مذکور در فضای مجازی، به دسته‌بندی و شکل‌دهی منسجم آنها از نظر تئوریک بپردازد و تصویری نسبتاً واضح از آنچه به عنوان جنگ نرم سایبری در فضای شبکه‌های اجتماعی رخ داده ارائه کند. بدیهی است با توجه به دگرگونی رخدادها و روش‌ها، و حملات و ضدحملات انجام شده از سوی گروه‌های مختلف، این تلاش تئوریک با چالش‌هایی نیز روبه‌رو بوده است. در عین حال شاید این مقاله درآمدی باشد برای تحقیقات بعدی تا با استناد به یافته‌های آن بتوان، مبانی مستحکم‌تری از جنگ سایبری در ایران استخراج کرد.

### ۱. شبکه‌های اجتماعی

در این نکته شکی نیست که بخش عمده‌ای از ساماندهی ارتباطات میان جوانان - به‌خصوص جوانان تهرانی - در تحولات پس از انتخابات ریاست‌جمهوری دهم در ایران از طریق اینترنت و شبکه‌های اجتماعی صورت گرفته است. شاید به دلیل بسته بودن فضای سیاسی و اجتماعی کشور و ممنوعیت انتشار اخبار مرتبط با اجتماعات اعتراضی در رسانه‌های رسمی مانند صدا و سیما و مطبوعات و محدودیت‌های مرتبط با تلفن همراه و پیامک، اکثر فعالان این اجتماعات به رسانه‌های جایگزین و شبکه‌های اجتماعی روی آوردند. به‌طوری که حتی در کیفرخواست دادستان تهران علیه متهمان اغتشاشات اخیر، به صراحت درباره نقش این شبکه‌ها مطالبی بیان شده است (خبرگزاری فارس، ۱۳۸۸). معاون دادستان سایت شبکه اجتماعی توئیتر را متهم کرد که به روزرسانی سایت خود را «که مستلزم قطع چندروزه» بود، با هدف حمایت و سرویس‌دهی به آشوبگران به تأخیر انداخت. همچنین فیس‌بوک متهم شده که «در راستای تسهیل ارتباط میان کاربران ایرانی و سایر کشورها در مقطع اغتشاشات نسخه آزمایشی خود را ارائه کرد تا آشوبگران بهتر بتوانند از آن استفاده کنند». بخشی از کیفرخواست هم «قراردادن

نرم افزار ترجمه انگلیسی به فارسی و بالعکس برای استفاده عمومی» را از جمله سرویس‌هایی دانسته که «به اغتشاشگران» ارائه شد. شرکت گوگل پس از بروز ناآرامی‌ها در تهران اعلام کرده بود روند توسعه مترجم زبان فارسی خود را سرعت خواهد بخشید و دلیل این کار را «علاقه زیاد جهانی به تحولات ایران» عنوان کرده بود (قلم آنالین، ۱۳۸۸).

با رواج فیس‌بوک در بین ایرانیان که نمایانگر نسل تازه شبکه‌های اجتماعی بوده است، این سایت بلافاصله در ایران فیلتر شد و این وضعیت تا حوالی بهمن ماه سال ۸۷ ادامه داشت اما در این ماه در چرخشی عجیب هر دو سایت فیس‌بوک و یوتیوب در ایران قابل دسترسی شدند.

با «آزاد شدن فیس‌بوک» در ایران، صدها هزار کاربر اینترنتی در یک ماه نخست در این سایت ثبت نام کردند. این استقبال ناگهانی و کم سابقه از فیس‌بوک در ایران سبب شد تا توجه مدیران این شرکت نیز به سوی ایران معطوف شود. برخی گزارش‌ها حاکی است که در فاصله حدود چهار ماه و نیم رفع فیلتر فیس‌بوک در ایران، شمار افرادی که از داخل ایران به این شبکه پیوسته‌اند بیش از هفت هزار درصد افزایش نشان داده است و برخی برآوردها حاکی است که نزدیک به ۶۰۰ هزار نفر از داخل ایران عضو این سایت پرتعداد ارتباطات تعاملی هستند. با اینکه فیس‌بوک هیچ‌گاه شمار اعضایش را در یک کشور اعلام نمی‌کند اما دو قرینه نشان می‌دهد که این سایت در طول بهار ۸۸ محبوب‌ترین سایت ایرانیان در داخل کشور بوده است، نخست انتشار گزارشی از تعاملات جهانی در شبکه فیس‌بوک که در مقایسه با فصل مشابه در سال قبل نشان دهنده رشد شگفت‌انگیز استقبال از فیس‌بوک در ایران بود و این امر فیس‌بوک را بر آن داشت که با افزایش بی سابقه و تصاعدی کاربران ایرانی‌اش، افزودن زبان فارسی به فیس‌بوک را در اولویت قرار دهد. سرانجام در آغاز خرداد ماه ۸۸ امکان استفاده از فیس‌بوک به زبان فارسی نیز فراهم آمد.

قرینه دوم، آمارهای سایت‌هایی چون آکسا بود که نشان دهنده رشد بی سابقه فیس‌بوک در ایران بود؛ به گونه‌ای که این سایت پس از گوگل و یاهو در چند روز مانده به انتخابات به سومین سایت محبوب در کشور بدل شد (حبیبی‌نیا، ۱۳۸۸). براین اساس می‌توان گفت برخی از مهم‌ترین کارکردهای این شبکه در ایران به شرح جدول دو هستند.

## جدول ۲ کارکردهای شبکه‌های اجتماعی در ایران

| ردیف | نوع کارکرد شبکه اجتماعی                     |
|------|---|
| ۱    | اطلاع‌رسانی شخصی و اجتماعی                  |
| ۲    | خود تقویت‌گری و موج‌سازی                    |
| ۳    | تخیله روانی و یافتن رابطه‌های تازه          |
| ۴    | تأثیرگذاری بر روند زندگی روزانه و سبک زندگی |
| ۵    | بازنمایی و هویت بخشی به افکار عمومی         |
| ۶    | بازنمایی بخشی از شمای زندگی مجازی           |
| ۷    | برقراری تعامل میان افراد و گروه‌های مختلف   |
| ۸    | تأثیرگذاری به عنوان مدلی از یادگیری اجتماعی |

### توثیتر

مرکز دیپلماسی عمومی دانشگاه کالیفرنیا در گزارشی بر نقش وب‌سایت‌هایی مانند توثیتر در ناآرامی‌های پس از انتخابات ایران پرداخته و تأکید کرد ۹۸ درصد از لینک‌های توثیتر، درباره انتخابات و ناآرامی‌های پس از آن بود. پوشش خبری اعتراضات پس از انتخابات از طریق رسانه‌های جدیدی همچون توثیتر، یوتیوب، فیس‌بوک و فلیکر صورت گرفت و در نتیجه رسانه‌های جدید، نخستین منبع اطلاعات برای معترضین نه تنها برای برقراری ارتباط معترضین با دیگران بلکه برای رسانه‌های جهان شد.

درست دو هفته پس از گذشت انتخابات ایران، نظرسنجی مرکز تحقیقاتی «پی‌ای‌وی» نشان داد که ۹۸ درصد از لینک‌های توثیتر، درباره انتخابات ایران و ناآرامی‌های متعاقب آن بود و ۶۳ درصد از لینک‌های ارسال شده به وبلاگ‌ها و دیگر منابع رسانه‌ای جدید به‌طور ویژه بر انتخابات ایران متمرکز شده بودند. علاوه بر توثیتر، فیس‌بوک نیز برای حمایت از معترضین، به سرعت زبان فارسی را به قابلیت‌های خود افزود.

از دیگر نقش‌های توثیتر در ناآرامی‌های ایران می‌توان به این مطلب اشاره کرد که توثیتر فضایی را به وجود آورده بود که افراد از مناطق مختلف جهان نیز تنظیمات منطقه جغرافیایی توثیتر را بر اساس منطقه تهران تنظیم کرده بودند و با پیوستن به گروه فیس‌بوک میرحسین موسوی، علائم سبزنگ یا تصاویری برای نشان دادن همراهی خود با گروه‌های مخالف ایران ایجاد کردند.

سرویس اینترنتی توثیتر، فهرست بالاترین‌های مراجعه را در سال جاری مسیحی به این سرویس اعلام کرد. ایران با واژه‌های «انتخابات ایران، تهران، ایران» در رتبه نخست ۲۱ موضوع مورد مراجعه توسط کاربران توثیتر در سال ۲۰۰۹ قرار دارد. سایت توثیتر از سال ۲۰۰۶ راه‌اندازی شد و در جریان انتخابات ریاست‌جمهوری ایران و تظاهرات مردمی، به‌علت غیبت اجباری خبرنگاران خارج، همراه با فیس‌بوک، به ابزار مهم ارتباطی ایران و خارج تبدیل شد. به‌گونه‌ای که بعضی‌ها حرکت مردمی ایرانیان را «انقلاب توثیتری» نامیدند. تا قبل از وقایع ایران،



استفاده از سایت‌های جمعی مانند فیس‌بوک و توئیتر و امثال آن‌ها، بیشتر برای اهداف تفریحی بوده است. درحالی که اکنون اینترنت به ابزاری برای طرح و گسترش نظرات سیاسی و اخبار اجتماعی تبدیل شده است. ایرانیان از فیس‌بوک استفاده می‌کنند زیرا امکانات بیشتری به کاربران می‌دهد اما توئیتر چون مطالب کوتاه‌تری را می‌پذیرد، از نظر سرعت کار مهم‌تر است (رادیو فرانسه، ۲۰۱۰).

وزارت خارجه آمریکا در کنار شبکه‌هایی چون فیس‌بوک، از توئیتر برای القای تقلب در انتخابات ایران و ایجاد فضای شایعه و التهاب و آشوب، حداکثر استفاده را کرد و حتی به گردانندگان این شبکه جایزه داد؛ اما اکنون خبر می‌رسد که شبکه اینترنتی مذکور خود به‌وسیله شناسایی و دستگیری فعالان آشوب تبدیل شده است. محافل غربی حامی آشوب اکنون از توئیتر به عنوان «شبکه خطرناک» یاد می‌کنند. در این زمینه روزنامه‌هایی چون تایمز، دی‌سایت و تلگراف هشدارهای مشابهی را منتشر کردند. به ادعای آن‌ها، ایران از این شبکه برای شناسایی مخالفان و امکان ردیابی و شناسایی این طیف استفاده می‌کند (سحر نیوز، ۱۳۸۸).

یک مجله آمریکایی در گزارشی با تأکید بر اهمیت شبکه اجتماعی توئیتر در تحولات اخیر ایران و با اشاره به اظهارات اخیر کلینتون وزیر امور خارجه آمریکا، تحولات آینده در سیاست خارجی آمریکا علیه دولت‌های هدف مخالف سیاست‌های این کشور را به جنگ جهانی ایده‌ها تشبیه کرد. مجله آمریکایی فارین‌پالیسی با اشاره به تحولات اخیر در ایران، در گزارش خود به طرح این موضوع پرداخت که چگونه وزارت امورخارجه آمریکا باید به توانمند کردن و تقویت شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در مبارزه‌ای جهانی به بسط اهداف آمریکا بپردازد. این مجله آمریکایی تأکید کرد که دولت آمریکا باید به حمایت از جنبش سبز ایران در پشت صحنه و نه آشکارا ادامه دهد. این نشریه آمریکایی ادامه داد: استفاده زیرکانه از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی نظیر توئیتر، فیس‌بوک و دیگر سایت‌ها در کنار پیام‌های کوتاه و گسترش استفاده از فناوری تلفن‌های همراه می‌تواند به حمایت از جنبش‌ها [نظیر سبزها] کمک کند (خبرگزاری فارس، ۱۳۸۸).

پایگاه اینترنتی مؤسسه تحقیقاتی «هریتیج» گزارشی به قلم جیمز جی. کارافانو پژوهشگر ارشد مطالعات امنیت ملی مؤسسه تحقیقاتی هریتیج آمریکا، منتشر کرد که به نقش شبکه‌های اجتماعی و اینترنتی در حوادث پس از انتخابات ایران اختصاص دارد. در این پژوهش که با عنوان «آشوب‌آفرینی توئیتر» آغاز می‌شود، ادعا شده است: مردم به ابزارهای شبکه‌های اجتماعی روی آوردند و از خدمات‌رسانی گسترده این ابزارها بهره بردند. مردم از این فناوری‌های وب ۲ حداقل در چهار زمینه استفاده کردند: خبرنگاری خیابانی، بسیج کردن ایرانی‌های مقیم خارج، سازماندهی فعالان سیاسی، راه‌اندازی جنگ اطلاعاتی. در این گزارش آمده است: شبکه‌های اجتماعی می‌توانند فعالیت‌های اعتراض‌آمیز سازماندهی کرده و در اطلاع‌رسانی روند رویدادها

نقش آفرینی کنند. ای.میل، فیس بوک، توییتر، مای اسپیس، ویکی پدیا، یوتیوب در مجموع وب ۲ نامیده می‌شوند (سحرنیوز، ۱۳۸۸).

ایوان ویلیامز مدیر اجرایی شبکه اینترنتی توییتر اعلام کرد که این شبکه اینترنتی مشغول طرح‌ریزی برنامه‌هایی نرم‌افزاری برای ممانعت از سانسور دولتی این شبکه در کشورهای ایران و چین است (عصر ایران، ۱۳۸۸).

## بالاترین

همچنین سایت بالاترین به عنوان یکی از سایت‌های اشتراک لینک که بیش از ۳۰ هزار کاربر ثبت نام شده دارد از سوی گروه‌های مختلف مورد توجه قرار گرفت. برخی در نقد آن و برخی در حمایت از آن موضع‌گیری کردند. سایت‌های اجتماعی مخالف و منتقد نظام مانند بالاترین و دنباله تنها سایت‌های فعال در این فضا نیستند. سایتی با عنوان والاترین آغاز به کار کرد که گرایش اصولگرایانه دارد. بسیاری از کاربران سایت بالاترین از اینکه نمی‌توانند به صورت آزادانه عضو سایت والاترین شوند انتقاد کرده و آن را نشانه حکومتی بودن این سایت دانستند (وبلاگ مرثیه، ۱۳۸۸).

## یوتیوب

محور عمده فعالیت‌های مبتنی بر یوتیوب، روی انتشار فیلم‌هایی از اجتماعات اعتراضی متمرکز شده بود (یوتیوب، ۲۰۰۹).

وبلاگ گوگل در پستی به بررسی ویدئوهای ارسالی از ایران بر روی یوتیوب پرداخت. نویسنده این مطلب اعتقاد دارد که: ۱. ویدئوهای ارسالی از ایران، زبان جدید گزارشگری تصویری شهروندی است؛ ۲. تصاویر کیفیت خوبی ندارند اما پیام روشنی دارند؛ چیزی که وبلاگ گوگل آن را «صدای بدون ویرایش مردم» خواند (بی‌بی‌سی فارسی، ۲۰۰۹).

یوتیوب در حال حاضر به عنوان پرطرفدارترین سایت آنلاین برای اشتراک‌گذاری برنامه‌های ویدئویی است. این سایت هم اکنون ۴۶ درصد از سهم بازار اشتراک ویدئویی آمریکا را در اختیار دارد. یوتیوب هم اکنون بیش از ۱۰۰ میلیون کلیپ رایگان در اختیار کاربران این سایت قرار داده است. محبوبیت یوتیوب باعث شد در اکتبر ۲۰۰۶ گوگل این سایت را به مبلغ یک‌صد و ۶۵ میلیارد دلار خریداری کند.

بر اساس آمار و محاسبات سایت الکسا، یوتیوب هم اکنون چهارمین سایت پر بازدیدکننده جهان است و تنها سایت‌های یاهو، ایم‌اس‌ان و گوگل را بالاتر از خود می‌بیند. با اینکه کاربران ایرانی، به‌خاطر سرعت پایین دسترسی به اینترنت در ایران، مشکلاتی زیادی برای تماشای راحت ویدئوهای یوتیوب دارند ولی این سایت در ایران هم مورد توجه است؛ و باز بر طبق آمار سایت الکسا، سایت یوتیوب هفدهمین سایت پر بازدید در ایران است و از این حیث بر سایت‌های تمامی خبرگزاری‌های کشور، برتری دارد. قرار دادن کلیپ‌هایی با محوریت تمسخر

مسئولان بلندپایه نظام جمهوری اسلامی، سیاه‌نمایی از وضعیت مردم در کشور، انعکاس موارد ناهنجار اجتماعی در ایران و موارد غیراخلاقی که در بسیاری از موارد به عنوان بلوتوث در گوشی‌های تلفن همراه رد و بدل می‌شود، از جمله مهم‌ترین ویدئوهایی است که کاربر پس از جست‌وجوی کلمه «ایران» به آن برمی‌خورد (خبرگزاری فارس، ۱۳۸۸).

### طومار اینترنتی خطاب به هاتبرد در شبکه‌های اجتماعی

به دنبال قطع برنامه‌های دو شبکه بی‌بی‌سی فارسی و صدای آمریکا از سوی ماهواره هاتبرد به این علت که پخش پرازیت‌های ارسالی از سوی ایران بر روی این دو شبکه، به شبکه‌های همجوار آن‌ها نیز آسیب می‌رساند (وبلاگ ایده‌ها، ۱۳۸۸). برخی از کاربران اینترنت اقدام به تهیه طومارهای اینترنتی برای ارسال به مدیران هاتبرد به منظور راه‌اندازی مجدد این شبکه‌ها کردند. لینک این طومارها برای جمع‌آوری امضا، در شبکه‌های اجتماعی منتشر شده و همگان به امضا آن تشویق می‌شدند (وبلاگ بی نام، ۱۳۸۸).

### تحریم مخابرات در ایران، روز سکوت سبز

در ادامه اقدامات اجتماعی حامیان جنبش سبز، خبری در شبکه‌های اجتماعی به سرعت منتشر شد مبنی بر اینکه معترضان به دولت، روز چهارشنبه ۳۰ دی ماه با «سکوت سبز» ارتباطات مخابراتی را تحریم می‌کنند. این تحریم شامل عدم استفاده از تلفن‌های ثابت، همراه و ارسال اس‌ام‌اس می‌شود (سایت پیک ایران، ۱۳۸۸). البته درباره اینکه این اقدام تا چه حد عملی شد هیچ گزارشی منتشر نشد.

### انتشار تصاویر اشتباه

شبکه‌های اجتماعی همچنین نسبت به انتشار تصاویر اشتباه از فعالیت‌های جنبش سبز در ایران در سطح اینترنت هشدار دادند و از جمله نوشتند: تصویر خاصی به نام ندا آقاسلطان، قمه‌زدن یک دختر عراقی و تصویر مقابله پلیس هندوراس با تظاهرکنندگان ربطی به ایران ندارد (ارتش سبز، ۱۳۸۸).

### ۱۳ آبان و شبکه‌های اجتماعی

رخدادهای مرتبط با ۱۳ آبان را می‌توان به سه بخش قبل، حین و بعد از این روز تقسیم کرد. در هفته‌های قبل از ۱۳ آبان اقدامات زیادی در فضای سایبر برای سازماندهی افراد و مشارکت در تجمع‌های این روز صورت گرفت که از جمله می‌توان به شعارنویسی برای ۱۳ آبان، انتشار پوسترهای راهپیمایی ۱۳ آبان، و طراحی برنامه‌های تبلیغاتی این روز اشاره کرد. بررسی‌ها نشان

می‌دهد در این روز ۱۸۸ فیلم از ۱۳ آبان توسط جنبش سبز تهیه و روی یوتیوب آپلود شده است. محور اصلی فیلم‌ها، کتک‌زدن یک دختر جوان توسط نیروی ضد شورش، پاره کردن عکس رهبری و شعارهای ساختارشکنانه افراد است. فیلم‌های مشابهی بر روی سایت ای‌اوال منتشر شده است (سایت ای‌اوال، ۲۰۰۹).

در فیس بوک صفحه‌ای با نام گرین کست ایجاد شده که کل اخبار جنبش سبز از جمله اخبار ۱۳ آبان را پوشش می‌داد (فیس بوک، ۲۰۰۹). میرحسین موسوی نیز صفحه‌ای در فیس‌بوک دارد که در آن ۱۱۹ هزار عضو و حامی ثبت نام کرده‌اند (فیس بوک، ۲۰۰۹). زهرا رهنورد نیز دارای صفحه‌ای در فیس بوک است که ۳۸ هزار عضو و حامی دارد (فیس بوک، ۲۰۰۹). صفحه مهدی کروبی در فیس بوک نیز ۱۷ هزار عضو و حامی دارد (فیس بوک، ۲۰۰۹). با جست‌وجوی عبارت داخل گیومه «۱۳ آبان» گوگل ۶۴۸ هزار صفحه حاوی این عبارت را به شما معرفی می‌کند (گوگل، ۲۰۰۹). همچنین با درج عبارت انگلیسی «aban» نیز گوگل ۱۲۱ صفحه را به شما نشان می‌دهد (گوگل، ۲۰۰۹). همچنین گوگل ۱۸۴۰ فیلم ویدئویی درباره ۱۳ آبان لینک کرده است (گوگل، ۲۰۰۹).

پربیننده‌ترین تصویر ۱۳ آبان تصویر کتک‌زدن یک دختر جوان توسط یک نیروی ضدشورش با باتوم است که او را در یک گوشه‌گیر انداخته است. این تصویر به عنوان اوج خشونت پلیس علیه زنان معرفی شده است. این فیلم رتبه اول فیلم‌های اینترنتی در باره ۱۳ آبان را نیز در گوگل به خود اختصاص داده است (گوگل، ۲۰۰۹).

یکی از تاکتیک‌های جنبش سبز در فعالیت‌های اینترنتی، گرفتن عکس از نیروهای لباس شخصی، نیروهای بسیجی و نیروهای انتظامی و درشت‌نمایی عکس‌ها و فیلم‌های آنان و کمک گرفتن از کاربران برای شناسایی ایشان است. در چندین مورد خاص این تکنیک به درست یا غلط منجر به ارائه اطلاعاتی درباره هویت افراد مذکور شده است (وُرد پرشیا، ۲۰۰۹). بیشترین حجم فیلم‌های تحلیلی درباره ۱۳ آبان مرتبط با محسن سازگارا است که در یوتیوب این فیلم‌ها را بارگذاری کرده است (سازگارا، ۱۳۸۸). فعال‌ترین صفحه توئیتری مرتبط با تحولات انتخاباتی ایران صفحه‌ای با نام انتخابات ایران است که ۲۴ هزار دنبال‌کننده دارد (توئیتر، ۲۰۰۹).

## روز دانشجو و شبکه‌های اجتماعی

در آذر ماه ۱۳۸۸ دو رخداد مهم در زمینه برگزاری تجمع‌ها در کشور اتفاق افتاد؛ اولی تجمع‌های دانشجویی موافق و مخالف در دانشگاه تهران که بازتاب رسانه‌ای بسیار گسترده‌ای در ایران و جهان داشت و دومی برگزاری تجمع اعتراضی در واکنش به هتک حرمت امام (ره) در مقابل دانشگاه تهران. در طول روز ۱۶ آذر به خصوص از عصر این روز شبکه‌های اجتماعی نظیر توئیتر، فرند فیدز، بالاترین و وب‌سایت‌های اصلاح طلب اقدام به انتشار لحظه به لحظه رخدادها کرده و از مردم برای پیوستن به معترضان دعوت می‌کردند.

## رخدادهای تاسوعا و عاشورای ۸۸

برنامه‌ریزی برای برگزاری اجتماعات اعتراض‌آمیز و اغتشاش در روز عاشورا از مدت‌ها قبل در فضای سایبر آغاز شده بود و طی روزهای منتهی به این مناسبت مذهبی، حجم سنگینی از تبلیغات سایبری در فضای اینترنت به مخاطبان القا شد (بی‌بی‌سی فارسی، ۱۳۸۸). پیش از آن سایت‌های اینترنتی ادعا کردند که مراسم تاسوعا و شب عاشورا در تهران و اصفهان به خشونت کشیده شده و لباس‌شخصی‌ها به مراسم سخنرانی آقای خاتمی در بیت آیت‌الله خمینی در جماران حمله کردند (روز آنالاین، ۱۳۸۸).

در روز عاشورا اغلب سایت‌های اینترنتی مخالف نظام و شبکه‌های اجتماعی هوادار آنها اقدام به انتشار لحظه به لحظه اخبار این روز کردند (گویا نیوز، ۱۳۸۸). در اولین ساعات عصر عاشورا برخی سایت‌ها از کشته شدن یک شهروند در میدان ولیعصر خبر دادند (گویا نیوز، ۱۳۸۸). برخی از کاربران اینترنت مشاهدات خود را از زیرگرفته شدن یک شهروند توسط خودرو پلیس روی اینترنت منتشر کرده‌اند (اخبار روز، ۱۳۸۸).

فیلم‌های متعددی از صحنه‌های تظاهرات روز عاشورا روی سایت یوتیوب منتشر شده که تعداد آن‌ها به بیش از ۴۰ مورد می‌رسد (یوتیوب، ۲۰۰۹). سایت‌های اینترنتی تلویزیون‌های مشهور بین‌المللی نیز این فیلم‌ها را انتشار دادند (تلویزیون واشنگتن، ۲۰۰۹). سایت رویدادنیوز ادعا کرد از عصر روز عاشورا دسترسی به اینترنت در نقاط مختلف کشور به شدت محدود شد. برخی سایت‌های اینترنتی نیز قابل مشاهده نبوده و گفته می‌شود مسیر DNS اینترنتی آنها تغییر داده شده است (رویداد نیوز، ۱۳۸۸).

### راهپیمایی ۹ دی ماه

محسن مخملباف و محسن سازگارا در آستانه ۹ دی ماه، اطلاعیه مشترکی صادر کرده و از مردم خواستند در روز چهارشنبه ۹ دی ماه برای ادامه تظاهرات به خیابان نیامده و در عوض پنج‌شنبه ساعت ۳ بعد از ظهر در تمامی شهرها به خیابان بیابند (روایی، ۱۳۸۸). راهپیمایی باشکوه مردم در روز ۹ دی ماه در سراسر کشور از سوی سایت‌های اینترنتی مخالف نظام با «عنوان راهپیمایی دولتی» نامیده شده و به جای انعکاس ابعاد این رخداد، آن‌ها روی برخی حاشیه‌های این مراسم مانند توزیع کیک و ساندیس متمرکز شدند (گویا نیوز، ۱۳۸۸).

### برنامه‌ریزی برای راهپیمایی ۲۲ بهمن

همانگی و تحریک افراد برای حضور در راهپیمایی روز ۲۲ بهمن و نشان‌دادن نمادهای سبز از آخرین روزهای دی ماه آغاز شده و در این زمینه در وبلاگ‌ها و سایت‌های متعددی پیام‌هایی با مضمون تشویق حضور پرشمار در میدان آزادی منتشر شد (وبلاگ دولت ملی، ۱۳۸۸). بهمن ماه یکی از معدود ماه‌های بعد از انتخابات ریاست‌جمهوری بود که به‌رغم افزایش حجم

تبلیغات گروه‌های سبز و اپوزیسیون خارج کشور برای راه‌اندازی یک حرکت اعتراضی و تبلیغاتی، هیچ برنامه یا ناآرامی و اغتشاشی از سوی آن‌ها در کشور برگزار نشد. از این زاویه می‌توان گفت آخرین برنامه هماهنگ اغتشاشی این گروه‌ها مربوط به روز عاشورا بود که آن هم با حضور حماسی مردم در راهپیمایی ۹ دی ماه، تحت‌الشعاع قرار گرفت و حضور گسترده مردم در راهپیمایی ۲۲ بهمن به منزله شوکی سهمگین بر این گروه محسوب می‌شود.

### ۱. شکست تاکتیک جنگ تروا در ۲۲ بهمن

بررسی محتوای حداقل ۴۰۰ خبر و پیام منتشره در شبکه‌های اجتماعی سایبری مانند فیس‌بوک، بالاترین، یوتیوب، توئیتر و وبلاگستان فارسی نشان می‌دهد که هواداران به اصطلاح جنبش سبز قصد داشتند با حضوری هماهنگ و حسابگرانه در راهپیمایی ۲۲ بهمن و به خصوص در محل تجمع نهایی راهپیمایان در میدان آزادی با به کار بردن تاکتیک مشهور «اسب تروا»، اقدام به سر دادن شعارهای ساختارشکنانه و برهم زدن مراسم مذکور کرده و با نمایش قدرت خود در مقابل خبرنگاران خارجی، نظام را با چالش جدیدی مواجه سازند.

در این تاکتیک ضمن فراخوان گسترده و با تمام توان برای حضور در این مراسم، از هواداران سبز خواسته شده بود بدون جلب توجه در ساعات اولیه صبح ۲۲ بهمن خود را به میدان آزادی رسانده و جایگاه‌های اصلی مردمی را پر کنند.

در سناریوی طراحی شده پیش‌بینی شده بود به‌رغم اعزام گسترده نیروهای بسیجی از شهرستان‌ها برای حضور در میدان آزادی، سبزه‌ها ابتکار عمل را به دست گرفته و با سردادن شعار و برهم زدن مراسم، رئیس‌جمهور را وادار به ترک محل سخنرانی کنند و سپس راهپیمایی سبزه‌ها به مسیرهای دیگری در تهران ادامه پیدا کند. بر اساس این سناریو که رگه‌های آن را می‌توان در لابه‌لای سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی پیدا کرد، حکومت امکان برخورد شدید با اغتشاشگران در این روز را نخواهد داشت چرا که مراسم از سوی خبرنگاران خارجی پوشش داده می‌شود. هدف این عملیات این بود که ضمن نمایش قدرت سبزه‌ها، از یکسره شدن سرنوشت آن‌ها در این روز و نشان دادن حضور حماسی مردم انقلابی در ۲۲ بهمن از رسانه‌ها جلوگیری شود.

بعد از شکست این تاکتیک و حضور گسترده مردم در راهپیمایی ۲۲ بهمن، طراحان این سناریو سعی در توجیه این شکست داشته و اعلام کردند که پلیس در برخی مناطق با سبزه‌ها برخورد خشن داشته و ده‌ها هزار نفر را بازداشت کرده است. همچنین بر روی این محور تبلیغاتی متمرکز شدند که دولت با اعزام اتوبوس‌ها و قطارها از شهرستان‌ها، عوامل خود را در تهران متمرکز کرده است. همچنین محسن سازگارا در تحلیل‌های روزانه خود بعد از ۲۲ بهمن سعی کرد این طور وانمود کند که حضور میلیونی مردم در این راهپیمایی از اهمیت سیاسی برخوردار نبوده و آن را «تظاهرات ساندیسی» نامید.

## ۲. فیلترینگ

یکی از مصادیق جنگ نرم سایبری، مقابله با فیلترینگ و اتخاذ راهبرد ضدفیلترینگ است. در زمینه مقابله با سیاست فیلترینگ جمهوری اسلامی ایران، تلاش‌های سازماندهی شده فراوانی برای دور زدن فیلترینگ در فضای اینترنت صورت گرفته است. این اقدامات از راه‌اندازی کمیته‌های به اصطلاح مقابله با فیلترینگ تا آموزش روش‌های مقابله با پارازیت‌های ماهواره‌ای را شامل می‌شود. موضوع فیلترینگ و ضد فیلترینگ، موضوع چالش بر انگیزی است که طی سال‌های گذشته در فضای سایبر ایرانی مطرح بوده است. با افزایش دامنه فیلترینگ سایت‌های معاند و مخالف نظام در ایران، فعالیت شرکت‌ها و سازمان‌های غربی برای ساخت و ارائه فیلترشکن‌های جدید نیز افزایش یافته است. برخی صاحب‌نظران از این موضوع به عنوان جنگ فیلترینگ نام می‌برند.

### کمیته مبارزه با فیلترینگ در ایران

گروهی با عنوان «کمیته مبارزه با سانسور در ایران» و نام اختصاری «ایران پروکسی» که از مدت‌ها قبل کار خود را آغاز کرده، در اقدامی جدید، روش‌های عبور از فیلترینگ را به کاربران اینترنت در ایران آموزش داده است. این گروه با اختصاص دادن آدرس‌های پروکسی مختلف که قطعاً هزینه زیادی را در بر دارد همواره سعی کرده آدرس‌های اینترنتی ضد فیلتر خود را به روز نگه دارد.

در یکی از گزارش‌های منتشره در وب‌سایت این کمیته با عنوان «ایران آزاد» ادعا شده است: براساس پژوهش‌های گزارشگران بدون مرز، ایران به خاطر سانسور فراگیر اینترنتی در فهرست کشورهای دشمن اینترنت قرار دارد. در ایران بیش از ده میلیون سایت فیلتر شده است و به‌طور متوسط ماهیانه تعداد هزار سایت که از طریق مراجع ذی‌صلاح (قوه قضائیه و کمیته تعیین مصادیق پایگاه‌های غیرمجاز اینترنتی) اعلام می‌شود، پالایش و فیلتر می‌شوند. ضمن آن‌که بانک اطلاعاتی نرم‌افزار پالایش که به‌صورت روزانه و اتوماتیک از سایت شرکت سازنده به‌روزرسانی می‌شود نیز مبادرت به فیلترینگ روزانه ۲۰۰ تا ۳۰۰ سایت غیراخلاقی و فیلترشکن می‌کند. (سایت فور شیرد، ۲۰۰۹) ایران پروکسی در سری جدید فیلترشکن‌های خود قسمتی را برای به‌روز کردن تویتر در نظر گرفته است با وارد کردن شناسه، کلمه عبور و توییت خود تویتر شما از طریق ایران پروکسی به‌روز می‌شود.

### راه‌های مقابله با امواج پارازیت ماهواره‌ای

با اوج گرفتن اقدامات علیه فعالیت شبکه‌های غیرمجاز ماهواره‌ای، برخی از وب‌سایت‌ها در اقدامی هماهنگ و سازماندهی شده، راه‌های مقابله با امواج پارازیت ماهواره‌ای را به مخاطبان خود آموزش می‌دادند. از جمله در وب‌سایتی با نام «اینفو ساید آو ایران» راه‌های فرار از پارازیت ماهواره‌ای آموزش داده شده است (سایت اینساید فور ایران، ۲۰۰۹).

### قطع برنامه‌های شبکه‌العالم از دو ماهواره «نایل ست» و «عرب ست»

ماهواره‌های نایل ست و عرب ست که پخش برنامه‌های العالم در خاورمیانه را برعهده داشتند در اقدامی مغایر قراردادهای صورت گرفته، پخش برنامه‌های العالم را قطع کردند. «به دنبال این اقدام، العالم پخش برنامه‌های خود را روی یکی دیگر از ماهواره‌ها که با فضای ماهواره‌های عربی نزدیک است، آغاز کرد. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی شبکه‌العالم، «آتلانتیک برد ۴» پنجمین ماهواره‌ای است که شبکه بین‌المللی العالم از پنجشنبه شب از طریق آن با مخاطبان خود ارتباط برقرار کرد (الف، ۱۳۸۸).

### آمریکا به دنبال شکستن فیلتر اینترنتی در ایران

یک روزنامه انگلیسی در گزارشی اعلام کرد دولت آمریکا به‌طور مخفیانه در حال آزمایش فناوری شکستن فیلتر در چین و ایران است. روزنامه دیلی تلگراف در گزارشی نوشت: سیستم اف‌آئی با استفاده از یک فناوری که محدودیت‌های اعمال شده توسط حکومت‌ها را دور می‌زند اخبار را ارسال خواهد کرد. بر اساس اعلام یک مقام بلند پایه در بی‌بی‌سی که نهاد مستقل دولت آمریکا و مسئول پخش بین‌المللی شبکه‌های مورد حمایت واشنگتن است، سیستم اف‌آئی در حال حاضر به صورت فعال در حال آزمایش در ایران و چین است. دیلی تلگراف همچنین نوشت: اخبار مورد نظر از طریق ایمیل به کاربرانی که از سرویس‌های گوگل، هات‌میل و یاهو استفاده می‌کنند، ارسال می‌شود. کن برمن، رئیس بخش فناوری اطلاعات بی‌بی‌سی نیز گفت: ما افرادی را در ایران و چین داریم که به وسیله آن‌ها در حال آزمایش سیستم فوق هستیم (سحرنیوز، ۱۳۸۸).

### فیلتر شکن دائمی

با افزایش دامنه جنگ فیلترها، برخی سایت‌های اینترنتی روش‌های جدید برای عبور از سد فیلترینگ را به کاربران آموزش می‌دهند. در یکی از این روش‌ها آمده است: فیلتر شکن دائمی و با سرعت فوق العاده داشته باشید. تنها چیزی که برای این فیلتر شکن احتیاج دارید یک مقدار اندک «هاست» یا همان فضای اینترنتی است. کافی است فایل خاصی را دانلود کنید. بعد آن را از حالت زیپ در آورده و محتویاتش را داخل هاست خودتان بریزید. فیلتر شکنتان آماده است (اسپید شیر، ۲۰۰۹).



### آموزش دانلود ویدئوها از یوتیوب

همین مسئله عیناً در مورد دانلود فایل‌های ویدئویی از سایت یوتیوب هم صادق است. در آموزش‌های نوین روش دانلود فایل از یوتیوب چنین آمده است: تماشا و یا دانلود کردن ویدئوهای یوتیوب یکی از معضلات کاربران ایرانی است؛ خصوصاً که سد فیلترینگ هم مانعی مضاعف محسوب می‌شود. اغلب فیلترشکن‌ها هم یا یوتیوب را پشتیبانی نمی‌کنند و یا اینکه باعث ایجاد فاصله در پخش ویدئوها می‌شوند. مزیت روش درج کد بر روی نوار آدرس این است که اولاً برای دانلود ویدئوها به هیچ نرم‌افزار یا وب‌سایت واسطه‌ای احتیاج نیست و دوم اینکه فایل‌ها همگی با فرمت ام‌پی 4 (به جای اف‌ال‌وی) دانلود می‌شود که امکان پخش راحت‌تر به وسیله کامپیوتر و موبایل و در نتیجه دست به‌دست کردن آن‌ها را فراهم می‌کند. در ادامه چندین روش جایگزین برای دریافت فایل‌های یوتیوب ارائه شده است (وبلاگ ماونتورسا، ۱۳۸۸).

### ۳. ردپای بیگانگان

با بررسی رخداد‌های بعد از انتخابات ریاست جمهوری دهم در ایران می‌توان ردپای برخی کشورهای خارجی را در امور داخلی ایران مشاهده کرد. در این بخش آن دسته از اقدامات و دخالت‌های بیگانگان که از طریق فضای سایبر صورت گرفته بررسی می‌شود. این دخالت‌ها گاه جنبه علنی پیدا کرده و از زبان شخصیت‌های سیاسی خارجی بیان شده و گاه جنبه محرمانه و پنهان پیدا کرده و می‌توان آثار و علائم آن را در ابعاد مختلف مورد ارزیابی و تجزیه و تحلیل قرار داد.

### بودجه جنگ نرم آمریکا علیه ایران

باراک اوباما بودجه ۵۵ میلیون دلاری پنتاگون برای جنگ نرم علیه ایران را امضا کرد. رئیس‌جمهور آمریکا طی مراسمی در کاخ سفید، لایحه اختصاص بودجه ۵۵ میلیون دلاری کمیته دفاعی و نظامی کنگره آمریکا برای جنگ نرم و همراهی با مخالفان نظام جمهوری اسلامی ایران را امضا کرد. با امضای اوباما لایحه اختیارات دفاعی کنگره آمریکا مستقیماً به قانون تبدیل شد. از بودجه ۵۵۰ میلیارد دلاری وزارت دفاع (DOD) آمریکا، ۵۵ میلیون دلار برای نفوذ در ایران، مقابله با فیلترینگ سایت‌های ضد ایرانی، تحریک قربانیان سانسور در ایران، آموزش الکترونیکی ایرانیان مخالف نظام برای براندازی نرم و شبکه‌سازی اینترنتی برای اغتشاشگران بعد از انتخابات ریاست جمهوری، ارائه آموزش‌های لازم رسانه‌ای و کامپیوتری برای راه اندازی سایت‌ها جهت اطلاع‌رسانی اختصاص یافته است.

## متن استراتژی آمریکا

هیلاری کلینتون وزیر امور خارجه آمریکا از چین، ایران و کشورهای دیگری که اینترنت را محدود می‌کند، انتقاد کرد. کلینتون روز اول بهمن ماه ۸۸ در سخنانی در محل موزه خبر در واشنگتن، گفت: پیام‌رسانی فوری، بلاگ و ایمیل راه‌های جدیدی برای مبادله عقاید باز کرده‌اند و هدف‌های جدیدی برای سانسور به وجود آورده‌اند. کلینتون گفت: «کشورها یا افرادی که در حملات اینترنتی دست دارند باید با پیامدها و محکومیت بین المللی روبه‌رو شوند.» او مشخصاً از محدودیت اینترنت در چین، ایران، تونس، ازبکستان، مصر و ویتنام انتقاد کرد.

کلینتون «شهروندان خبرنگار» ایران را به دلیل انتشار عکس‌ها و ویدئوهای اعتراضات مخالفان که در رسانه‌های تحت کنترل دولت نشان داده نشد، ستود و گفت: در ایران، در تظاهراتی که پس از برگزاری انتخابات ریاست‌جمهوری برپا شد، تصویر مرگ زنی جوان در خیابان که با تلفن همراه گرفته شد، یک «کیفر خواست دیجیتالی» برای بی‌رحمی دولت فراهم آورد. کلینتون گفت: به‌رغم مبارزه گسترده دولت ایران برای به وجود آوردن رعب و هراس، شهروندان خبرنگار شجاع ایران به استفاده از فناوری برای نشان دادن آنچه در کشورشان می‌گذرد ادامه می‌دهند... مردم ایران در دفاع از حقوق انسانی خود الهام بخش جهان شده‌اند و شجاعت آن‌ها به چگونگی استفاده از اینترنت برای گسترش واقعیت و فاش کردن بی‌عدالتی، معنای دیگری می‌دهد. وزیر خارجه آمریکا با تأکید بر تلاش‌های آمریکا در جهت گسترش شایعه‌پراکنی و حملات امنیتی و روانی به کشورهای هدف از طریق وب‌سایت‌های اینترنتی، همچنین تصریح کرد: به عنوان بخشی از تعهد آمریکا به حمایت از بخش‌های خصوصی مسئول در زمینه فراهم کردن آزادی اطلاعات، وزارت خارجه آمریکا ماه آینده قرار است نشستی را در سطحی عالی‌رتبه به ریاست رابرت هورمتس و ماریا اوترو معاونان وزارت خارجه آمریکا برگزار کند تا نمایندگان شرکت‌هایی که خدمات شبکه‌های اینترنتی را فراهم می‌آورند برای گفت‌وگو در خصوص «آزادی اینترنت در جهان» گرد هم آورند. کلینتون همچنین اشاره کرد: «ما هم‌اکنون نیز اقداماتی را به عنوان یک کشور و همچنین به عنوان یک وزارتخانه و نهاد دولتی انجام داده‌ایم تا راه‌حل‌هایی دیپلماتیک را برای افزایش امنیت سایبری در جهان بیابیم. چندین سازمان متفاوت تا کنون در خصوص این مسئله به یکدیگر ملحق شده‌اند و دو سال پیش ما دفتری را ایجاد کردیم تا سیاست خارجی آمریکا را در فضای سایبری هماهنگ کند (صدای آمریکا، ۱۳۸۸).

## افشای طرح آمریکا برای مداخله در امور ایران

مرکز تحقیقات پیشرفته ضد تروریسم در پایگاه اطلاع‌رسانی خود، بخش‌ها و ابعادی از این پروژه را منتشر کرده است. مرکز «سابان» که توسط میلیاردر صهیونیست حیم سابان راه‌اندازی شده است، وابسته به انستیتو بروکینگز است. انستیتو بروکینگز همان نقشی را در تصمیم‌سازی

استراتژیک برای حزب دموکرات به ریاست جمهوری اوباما ایفا می‌کند، که «انستیتو امریکن اینترپرایز» برای دولت جمهوری خواهان به رهبری بوش ایفا کرد.

آنچه در محور یابی گزارش ۱۶۰ صفحه‌ای مرکز سابان مشهود است، «کار ویژه» اغتشاش عمومی، و گسترش و سپس استمرار آن تا مرحله فروپاشی است که خشتی کردن آن هوشیاری عمومی را می‌طلبد.

از سوی مرکز سابان، ایالات متحده، با بررسی سناریوهای مختلف علیه ایران، در کنار گزینه‌های مطرح دیپلماتیک و نظامی، موضوع تغییر حکومت در ایران را از طریق کودتای مخملی، با ایجاد اغتشاش و هدایت آن توسط اپوزیسیون، تا مرحله فروپاشی و سپس حمله نظامی و اشغال کشور، در شرایط فعلی مناسب‌ترین گزینه تشخیص داده است. این مرکز در گزارشی با عنوان «کدام راه به سمت ایران» گزینه‌های استراتژی جدید آمریکا در قبال ایران را بررسی کرده است. این گزارش توسط شش تن از استراتژیست‌های وابسته انستیتو بروکینگز به نام‌های کنتام پولاک مدیر سابان، مارتین ایندیک سفیر اسبق آمریکا در سرزمین‌های اشغالی، دانیل ال بای من، سوزان مالونی، مایکل ای اُهانلون، بوروس ریدل تهیه شده است. فصل ششم این گزارش با عنوان «انقلاب مخملی»، مناسب‌ترین راه برای تغییر حکومت را حمایت گسترده از انقلاب مخملی در ایران دانسته و در ادامه نیز آن را بهترین راه حل مشکلات آمریکا با ایران معرفی کرده که کمترین هزینه را در بردارد. ریموند تانتر از کمیته سیاست ایران می‌گوید که ما باید از دانشجویان و سایر گروه‌ها، برای انقلاب مخملی حمایت مخفی کنیم: اینان پول، فکس، اینترنت و حمایت نیاز دارند».

— آمریکا از طریق رسانه‌هایی که تحت حمایت او هستند مانند وی‌اُی و رادیو فردا، باید افراد منتقد کمتر شناخته شده را به جامعه ایران معرفی کند.

— لایحه حمایت از ایران آزاد که در سال ۲۰۰۶ تصویب شد، به حمایت مالی و سیاسی از انجمن‌های جامعه مدنی و حقوق بشری مطبوعات ضد حکومت می‌پردازد.

— دولت آمریکا برنامه‌هایی تصویب کرده که از طرح‌های تغییر حکومت در ایران حمایت می‌کند.

### حمایت آمریکا از توثیتر

وال/ستريت ژورنال در ادامه گزارش خود ضمن اشاره به استفاده فراوان از شبکه توثیتر در تحولات اخیر در ایران مدعی شد:

چنانچه به «انقلاب سبز» در ایران که توسط شبکه اجتماعی «توثیتر» قدرتمند شده است، بنگرید خواهید دید که از فناوری شبکه‌های اجتماعی نظیر توثیتر بهره گرفته است تا در مقایسه با سال‌ها تحریم، تهدید و مذاکرات در ژنو، اقدامات بیشتری را در جهت تغییر حکومت در جمهوری اسلامی صورت دهد.

وال/ستريت ژورنال با اشاره به تلاش‌های دولت آمریکا برای در دسترس قراردادن وبسایت‌هایی که در راستای سیاست‌های آمریکا و برای تغییر نظام‌های مخالف گسترش سلطه آمریکا فعالیت می‌کنند، ادامه داد: فعالیت‌های صورت گرفته توسط وزارت خارجه آمریکا برای حمایت مالی از توسعه فناوری در جهت کمک به خنثی کردن سانسورهای اینترنتی و مقابله با تلاش‌ها برای محدود کردن دسترسی به اطلاعات در اینترنت می‌تواند ضربه مهمی به مقامات دولت چین باشد (qiau، ۲۰۱۰).

### پروژه جدید آمریکا و دیدار کلینتون با مدیران توئیتر و گوگل

مشاور ارشد وزیر امورخارجه آمریکا خبر داده که هیلاری کلینتون، وزیر امورخارجه آمریکا ابتکار عمل سیاست فناوری آمریکا را برای تقویت خبرسازی و خبرپراکنی علیه ایران در تاریخ ۲۱ ژانویه (یکم بهمن‌ماه) علنی خواهد کرد. به گزارش ایران، الک راس مشاور ارشد نوآوری وزیر امورخارجه آمریکا در گفت‌وگو با خبرگزاری رویترز با اشاره به استفاده از اینترنت در ایران اعلام کرده که هیلاری کلینتون سیاست جدید فناوری آمریکا را برای کمک به شهروندان دیگر کشورها برای دسترسی به اینترنت سانسور نشده (بدون فیلتر) مطرح خواهد کرد. وی در این گفت‌وگو از بیان جزئیات این سیاست صرف نظر کرد و تنها اظهار داشته که این سیاست بر «آزادی اینترنت» متمرکز خواهد شد (america، ۲۰۱۰). هیلاری کلینتون با مدیران غول‌های فناوری جهان از جمله گوگل، توئیتر، مایکروسافت و سیسکو سیستمز دیدار و در خصوص سیاست جدید آمریکا گفت‌وگو کرده است (سحر نیوز، ۱۳۸۸).

### اظهارات نتانیاهو در باره اهمیت اینترنت و توئیتر در مقابله با ایران

بنیامین نتانیاهو نخست‌وزیر راست‌گرای اسرائیل ۷ دسامبر ۲۰۰۹ در جلسه کمیته روابط خارجی و امور دفاعی پارلمان اسرائیل (کنست)، برنامه اتمی ایران را بزرگ‌ترین چالش امنیتی اسرائیل دانست. نتانیاهو در سخنرانی خود ادعا کرد: «استفاده از اینترنت و شبکه‌های ارتباطی همچون توئیتر برای مقابله با حکومت ایران بسیار مهم است (عصر ایران، ۱۳۸۸). نتانیاهو از واشنگتن تقاضا کرد که از فضای مجازی به‌خصوص توئیتر علیه حکومت ایران استفاده کرده و از آنها برای جنگ علیه این نظام بهره ببرد. نتانیاهو به مقامات آمریکا توصیه کرده است که برای از بین بردن مشروعیت حاکمیت در ایران از سایت‌های اجتماعی استفاده کرده و با ارائه اطلاعات خاص آشوب‌های داخلی را هدایت کنند. شیمون پرز، رئیس رژیم صهیونیستی نیز در سفر اخیر خود به آمریکای جنوبی در برزیل خطاب به رهبران این منطقه گفته بود تل آویو به «جنگ مجازی» روآورده و قصد دارد فعالیت‌های هسته‌ای ایران را از طریق «نبرد سایبری» کنترل کند (گرداب، ۱۳۸۸).

### ردپای رژیم صهیونیستی در اغتشاشات روز عاشورا

برخی مستندات حاکی است اغتشاشگران در متون تبلیغاتی و شعارهای خود از رسانه‌هایی مانند سایت‌های رژیم صهیونیستی خط می‌گیرند. به عنوان مثال یک غلط املایی در سایت وزارت خارجه رژیم صهیونیستی عیناً در شعارهای اغتشاشگران تکرار شده است. این سایت «هیئات منالذله» را یک‌جا، «هیئات من الذله» و در جای دیگر «هیئات لذله» نوشته است و این عبارت غلط به همین شکل در یکی از پلاکاردهای آشوبگران نقش بسته بود (نیوز پارسا، ۱۳۸۸).

### تحركات سفارتخانه‌ها در ایران

روزنامه جوان نوشت که برخی سفارتخانه‌ها در تهران از زمان ناآرامی‌های متعاقب انتخابات اخیر ریاست‌جمهوری، به تحریک معترضان و انجام اقداماتی چون فیلمبرداری از تجمعات و جمع‌آوری اطلاعات می‌پردازند. یکی از سفارتخانه‌ها متعلق به کشور «ک» از کشورهای آمریکای شمالی است که در حوادث اخیر اقدام به تحریک، تشویق و حتی فیلمبرداری از حوادث می‌کرد. طبق اسناد به‌دست آمده کارکنان این سفارتخانه در روز ۱۳ آبان علاوه بر تحریک مردم، در وارد ساختن عناصر خود به عنوان «عامل تحریک» در میدان، به خلق حوادثی همچون حمله به برخی خودروها و فیلمبرداری از آن می‌پرداختند. لازم به ذکر است که در جریان دادگاه متهمان حوادث بعد از انتخابات نیز چند تن از کارکنان سفارت بریتانیا و فرانسه به اتهام شرکت در تجمعات و انجام اقدامات جاسوسی دستگیر شده و تحت محاکمه قرار گرفتند (عصر ایران، ۱۳۸۸).

### شکایت فرانسه از ایران به آی‌تی‌یو در باره پارازیت

مقام‌های فرانسوی از مجمع جهانی ارتباطات، موسوم به «آی‌تی‌یو» وابسته به سازمان ملل متحد خواسته‌اند که دولت ایران را مجاب کند تا جلوی پارازیت‌هایی که از داخل این کشور بر روی شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای انداخته می‌شود، گرفته شود. فرانسوا رنسی، رئیس آژانس فراکانس فرانسه گفته است درخواست مداخله مجمع جهانی ارتباطات هفته قبل و پس از درخواست‌های مکرر از مقام‌های ایران برای اقدام در این زمینه مطرح شد. پخش برنامه‌های تلویزیون فارسی بی‌بی‌سی و چند شبکه دیگر از طریق ماهواره «هات برد» به‌خاطر پارازیت‌هایی که از داخل ایران تولید و ارسال می‌شود متوقف شده است. شکایت مشابهی نیز از سوی بی‌بی‌سی ارائه شده است (ایران بی‌بی‌سی، ۱۳۸۸).

### ۴. شایعه‌پراکنی

انتشار شایعات یکی از تاکتیک‌های جنگ نرم در فضای سایبر است که در ماه آذر گروه‌های معاند و مخالف نظام از این تاکتیک به کرات استفاده کردند.

با گذشت چند ماه از حوادث پس از انتخابات هنوز هم می‌توان ردپای شایعه را در حرف‌های درگوشی، پیامک‌ها و سایت‌های خبری دید. شایعاتی که گاه رنگ حقیقت به خود گرفت و در بسیاری از موارد هم معلوم شد چیزی جز خبرسازی نبوده است. سابقه تاریخی ذهن ایرانیان و هجوم حکومت‌های بیگانه به خاک کشور همیشه نوعی دشمن هراسی را در ذهنیت ایرانی شکل داده است. براساس تحقیقات صورت گرفته ۶۵ درصد آشوب‌های اجتماعی براساس شایعات شکل می‌گیرد. این مهم بیش از آنکه به سایت‌ها و رسانه‌های خبری مرتبط باشد به «عمودی بودن» پخش اطلاعات در جامعه باز می‌گردد. در میان تاکتیک‌های مطرح در عملیات روانی هم «شایعه» پرکاربردترین ابزار است که در اثر «خلاء خبری» ایجاد می‌شود. در حالی که خبررسانی به موقع از سوی مبادی رسمی می‌تواند بسیاری از این شایعات را بی‌اساس سازد. مهم‌ترین تأثیر شایعه را می‌توان در تشویش افکار عمومی و موج‌سواری اشخاصی که به دنبال رسیدن به اهداف خاص هستند یافت. خبرآنلاین در ادامه، جدولی دربارهٔ مهم‌ترین شایعات منتشره در فضای سایبر منتشر کرد (خبرآنلاین، ۱۳۸۸).

### جدول ۳. مهم‌ترین شایعات منتشره در فضای سایبر

| شایعه مطرح شده در جامعه  |
|--|
| ۱. پاسخ مقام معظم رهبری به نامهٔ هاشمی                           |
| ۲. مهاجرت مراجع قم به نجف  |
| ۳. دعوت مراجع قم از آیت‌الله سیستانی برای مهاجرت به ایران        |
| ۴. حضور نیروهای لبنانی، عرب و ونزوئلایی در میان سربازان ضدشورش   |
| ۵. تجاوز به زندانیان کهریزک                                      |
| ۶. حضور حداد عادل در کابینه احمدی‌نژاد                           |
| ۷. استعفاء قالیباف از مسئولیت خود در شهرداری تهران               |
| ۸. انتخاب محسن رضایی به عنوان شهردار تهران                       |
| ۹. انصراف هاشمی‌رفسنجانی از اقامهٔ نماز در روز قدس               |
| ۱۰. استفادهٔ رئیس‌جمهور از بالگرد برای رفتن به مجلس در روز تحلیف |
| ۱۱. ممنوع‌الفعالیت شدن بیش از ۱۰۰ هنرمند در تلویزیون             |
| ۱۲. بازداشت حسین مرعشی، از فعالان سیاسی و سخنگوی حزب کارگزاران   |
| ۱۳. اختلال در اینترنت در آستانهٔ روز دانشجو در ایران             |

یک شایعه توسط سایت‌های وابسته به جنبش سبز طراحی و منتشر شد. مضمون این شایعه چنین بود که «آن‌گونه که خبر می‌رسد فاحشه‌های مزدور بار دیگر ساماندهی شده‌اند تا در ایام محرم فتنه‌ای دیگر بر علیه سبزه‌ها به راه بیندازند. آن‌گونه که دهان به دهان در محافل رسمی و نیمه‌رسمی خبری و غیرخبری می‌چرخد، دولت فاحشه‌هایی را با لباس‌های سبز (اعم از مانتو سبز و یا کاپشن سبز کوتاه و...) راهی هیئت‌های عزاداری و تکیه‌های حسینی خواهد کرد تا

با نسبت دادن این افراد به جنبش سبز از محبوبیت سبزه‌ها در بدنه مذهبی جامعه بکاهد» (گرین ورژن، ۲۰۰۹).

### شایعه شکاف داخلی

در یکی از سایت‌های اصلی جریان معاند فعال در خارج کشور نیز شایعه‌ای دامن زده شد مبنی بر اینکه: «اعتراضات سراسری روز ۱۶ آذر در دانشگاه‌های کشور، تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر حکومت داشته و شکاف داخلی را بسیار عمیق‌تر کرد. یک مقام عالی‌رتبه در نشستی به فرماندهان نظامی و مسئولان امنیتی هشدار داده است که چنانچه در دهه محرم و به‌ویژه در روزهای تاسوعا و عاشورا، تحرک گسترده‌ای نظیر راهپیمایی ۲۵ خرداد شکل بگیرد، وی دست به تغییرات جدی در سطح این مسئولین زده و بسیاری از آن‌ها را برکنار خواهد کرد (ایران گلوبال، ۱۳۸۸). برخی سایت‌ها نیز در آستانه ۱۶ آذر ادعا کردند: «بنابر خبر دریافتی شرکت‌های اینترنت پرسرعت از جمله «شاتل» و «پارس آنلاین» به مشترکین خود اعلام کرده‌اند که در روزهای ۱۵ و ۱۶ آذر یعنی یکشنبه و دوشنبه اینترنت قطع است و همچنین اعلام شده که برای جبران این دو روز قطعی مزایایی را در اختیار کاربران قرار خواهند داد» (اینا، ۱۳۸۸).

### شایعات مخملی

محسن مخملباف یکی از افرادی است که از فرانسه در انتشار شایعات و نشت اطلاعات توسط رسانه‌های اینترنتی و ماهواره‌ای نقش فعالی ایفا می‌کند (ایران گلوبال، ۲۰۰۹). سایت خبرآنلاین نیز به موضوع انتشار شایعات در فضای سایبر توجه نشان داد. بر اساس گزارش این سایت، روز سه‌شنبه حوالی بعدازظهر خبر دستگیری میرحسن موسوی خیلی سریع به تلفن‌های همراه رسید اما پس از یک ساعت از سوی علیرضا بهشتی تکذیب شد و او گفت: «ایشان پس از ترک محوطه مقابل ساختمان فرهنگستان هنر توسط لباس شخصی‌ها، این مکان را ترک کردند».

در طول این ماه شایعات فراوانی توسط معاندان نظام به منظور ایجاد تفرقه در صفوف مسئولان نظام در فضای سایبر منتشر شد (وبلاگ سینمگ، ۱۳۸۸). سایت فرارو نیز نوشت: «شنیده‌ها حاکی از بازداشت زهرا رهنورد همسر میرحسین موسوی است». یکی از نزدیکان زهرا رهنورد به خبرنگار فرارو گفت: «این استاد دانشگاه صبح چهارشنبه ۹ دی ۱۳۸۸ بازداشت شده است». فرارو اعلام کرد در تلاش است تا صحت و سقم این ماجرا را روشن کند. (حاشیه ۱۳۸۸، این شایعه بی‌اساس بود (کدنویس، ۱۳۸۸). سایت پیک نت نیز از دیگر منابع اصلی انتشار شایعه در فضای وب ایرانی است (پیک نت، ۱۳۸۸).

سایت آی ریپورت وابسته به سی‌ان‌ان یک سایت عمومی است که شهروندان خبرنگار، اطلاعات آن را به روز می‌کنند و مکانیزم آن به این ترتیب است که اگر گزارش‌های منتشره توسط شهروندان از امتیاز بالایی برخوردار شود، به صفحه اول سایت سی‌ان‌ان خواهد رفت و یا اگر محتوای موردنظر تصویر باشد توسط شبکه سی‌ان‌ان نمایش داده خواهد شد. در همین

راستا یکی از شهروندان خبرنگار ایرانی، در گزارشی ادعا کرد که ۶۷ تن از مقامات ارشد ایرانی دارای حساب‌های بانکی بزرگ در خارج از کشور هستند. تقریباً اکثر مسئولان عالی رتبه ایران در این لیست قرار گرفته‌اند. این طور شایع شده که این گزارش توسط سی‌ان‌ان منتشر شده است در حالی که صحت اطلاعات و گزارش‌های سایت آی ریپورت توسط این شبکه تأیید نشده است (سایت آی ریپورت، ۲۰۰۹). ساختار شایعات معمولاً به گونه‌ای که نه قابل رد است نه قابل تأیید. به همین جهت تولید شایعه در شرایط خاص به راحتی صورت می‌گیرد. مثلاً در شایعه‌ای که یک سایت ضدانقلابی در فردای عاشورا منتشر کرد آمده بود: کشته‌ها بیش از این‌ها هستند. اوضاع آشفته‌ای است اینجا دیشب هفت کشته را با حکم دادستانی از بیمارستان ما بردند و ما را تهدید کردند که هیچ نگوییم. من یک پرستار از بیمارستان امام خمینی هستم» (ایران، ۱۳۸۸).

در روز هشتم دی ماه نیز یعنی یک روز قبل از راهپیمایی سراسری مردم، سایت‌های معاند دست به شایعه سازی زدند تا مردم را از شرکت در این راهپیمایی باز دارند. در یکی از این شایعات آمده بود: روز چهارشنبه حکومت قصد دارد با انفجار بمب و یا کشتن تعدادی از تظاهرکنندگان خودی در تظاهرات ضد سبز به بهانه‌ای دست یابد تا با برانگیختن حس انتقام در عوام برای قلع و قمع مخالفین اقدام نماید. به همین دلیل امتحانات روز پنجشنبه دانش آموزان آموزش و پرورش را لغو کرده است تا در پنجشنبه و جمعه با برقراری شبهه حکومت نظامی توسط مردم فرضی سران فتنه را دستگیر و یا ترور کرده و اوضاع را به نفع خود آرام کند (آریانا، ۱۳۸۸).

شایعه عجیب و غریبی نیز توسط دو سایت معاند منتشر شد که در آن ادعا شده بود: «فرزند هاشمی معروف به مهدی هاشمی که دومین پسر ایشان و در اصل مسئول سازمان اطلاعات بیت شخصی خود هاشمی نامیده می‌شود، ید طولایی در اسرار پدر دارد و تاریکخانه اسرار نظام را در چمدان آهین حمل می‌نماید که بیشتر از ۴۵ سال اسناد و رازهای پدر را در سینه و چمدان خود در خارج از کشور انباشته و با کوله‌باری از اسرار نظام جمهوری اسلامی و اسناد دست‌نویس، بالاترین اسرار زیر زمینی را به دستور پدر برای محافظت روانه خارج ساخته تا اگر آن شود که در فکرش بودند تمام این اسناد برای جهانیان فاش گردد» (سایت پرشین، ۱۳۸۸).

در شایعه دیگری که در این ماه منتشر شد ادعا شده است جامعه مدرسین حوزه علمیه قم در نامه محرمانه‌ای به پنج نهاد، اسامی نزدیک به ۷۹ شخصیت اصلاح طلب را به عنوان بدنه رهبریت فتنه در کشور اعلام کرده و گفته است: «این افراد برخی از کشور گریخته‌اند و برخی در زندان بسر می‌برند و برخی نیز هنوز دستگیر نشده‌اند. لذا آن‌هایی که در زندان به سر می‌برند را تحت‌الحفظ نگه‌دارید و بقیه را دستگیر کنید و آن‌هایی که در خارج هستند را با تشکیل تیم ترور خارج از ایران بکشید».



## حمله ارتش سایبری به سایت فرودگاه مهرآباد

برخی سایت‌ها شایعه کردند که ارتش سایبری ایران مورد حمله قرار گرفته و هک شدند. جمعه ۱۶ بهمن‌ماه در اقدامی عجیب و بی‌سابقه، پورتال فرودگاه مهرآباد را هک کرد، به‌طوری که کاربران این سایت که از کارکنان فرودگاه هستند، با تایپ آدرس آن به سایت شرکت قطارهای رجا هدایت می‌شدند. گفته می‌شود حمله در ساعات ابتدای شب رخ داده و در صورت ادامه یافتن آن تا روز شنبه، فرودگاه مهرآباد با بحران جدی مواجه می‌شود. رخ دادن ناگهانی ده‌ها سانحه هوایی در آسمان تهران به علت از کارافتادن سیستم‌های ارتباطی برج مراقب پرواز مهرآباد، به عنوان مهم‌ترین خطری برشمرده می‌شود که به دنبال این حمله، پایتخت ایران را مورد تهدید قرار داده است (خبرآنلاین، ۱۳۸۸). هرچند کارشناسان معتقدند این حمله به اشتباه رخ داده و یک ساعت بعد مشکلات فنی رفع شده، اما ارتش سایبری ایران پس از هک پورتال مهرآباد، تصویری منقش به پرچم جمهوری اسلامی ایران با رنگ آبی را جایگزین صفحه نخست آن کرده و در پیامی آورده است: «ارتش سایبری ایران به تمام مزدوران وطن‌فروش هشدار می‌دهد که در آسمان نیز آن‌ها را راحت نمی‌گذارد (پیک نت، ۱۳۸۸). بعداً مدیر فرودگاه مهرآباد ضمن تکذیب این شایعه اعلام کرد اساساً وب‌سایت فرودگاه هیچ ارتباطی با سیستم‌های ناوبری ندارد.

## ۵. هک و نفوذ

هک و خرابکاری در سایت‌ها و نفوذ به پایگاه‌های اطلاع‌رسانی اینترنتی، یکی از تکنیک‌های متداول در جنگ سایبر است. این تکنیک‌ها می‌تواند از سوی هر گروه یا سازمانی به کار گرفته شود؛ در برخی از مواقع تخریب یا از کار انداختن و اختلال در وب‌سایت‌های مهم می‌تواند نشان‌دهنده قدرت نیروها در فضای مجازی تلقی شود. شاید بتوان آذر ماه ۸۸ را «ماه هک شدن وب‌سایت‌های فعال اینترنتی نام گذاشت. در این ماه دامنه سایت مشهور میکرو بلاگ‌نویسی جهان توئیتر توسط یک تیم هکری ایرانی مورد حمله قرار گرفت، سایت موج سبز از دسترس خارج شد و در سوی مقابل نیز برخی از سایت‌های صدا و سیما و سایت اخبار حوزه‌های علمیه هک شد. انتشار خبر تشکیل سایت جهاد مجازی با نام «سپاه سایبری»، جهاد مجازی و تربیت افسران ارشد اینترنتی در ایران نیز از خبرهای مهم منتشره بود (تابناک، ۱۳۸۸).

مؤسسه دیفنس تک که یک مرکز نظامی و امنیتی در ایالات متحده است با اذعان به توانایی نفوذ ایران در اینترنت، کشورمان را «پنجمین قدرت سایبری جهان» معرفی و اعلام کرد: «سپاه پاسداران دارای ۲۴۰۰ نیروی متخصص در فضای مجازی بوده و این تعداد علاوه بر ۱۲ هزار نفر نیرویی است که به‌صورت مردمی به‌عنوان نیروی ذخیره تخمین زده می‌شود».

همچنین، سازمان جاسوسی آمریکا — سیا با اذعان به توانایی و ابتکار تیم رصد سایبری سپاه پاسداران انقلاب اسلامی و ضمن اشاره به برخی از مشخصات ارتش سایبر ایران نوشت «با این آمارها می‌توان تا حدی توانایی علمی ایران در نبرد سایبری را تخمین زد، مؤسسه «دیفنس تک» با تأکید بر اینکه ارتش سایبر ایران زیرمجموعه تیم رصد سایبری سپاه است، بودجه این تیم را ۷۶ میلیون دلار اعلام کرده است (البرز، ۱۳۸۸).

### هک شدن سایت توئیتر توسط ایرانی‌ها

گروهی با نام «ارتش سایبری ایران» سایت توئیتر را به مدت چند ساعت هک کرد. به گزارش‌های وبسایت‌های فناوری و همچنین شاهدان عینی، سایت توئیتر به مدت هفت ساعت هک شده و صفحه اول این سایت با صفحه سیاه‌رنگی عوض شده که روی آن به زبان انگلیسی نوشته بود «این سایت توسط ارتش سایبری ایران هک شده است».

### هک شدن موج سبز

سایت «موج سبز آزادی» نیز دو روز قبل از آن توسط «ارتش سایبری ایران» هک شد. سایت موج سبز البته هک شدن سایت را رد کرده و ادعای دیگری را مطرح کرد. در این سایت ادعا شد یکی از دامنه‌های موج سبز آزادی به آدرس آی پی جعل شده ارسال شد (سایت اطلاعات، ۱۳۸۸). در همین راستا برخی وبلاگ‌ها در متونی اعتراضی، شرکت مخابرات را مسئول تغییر دادن آی پی سایت‌های اصلاح‌طلبان دانستند (زبان سبز، ۱۳۸۸). برخی بلاگ‌ها نیز نوشتند که این گروه هکری فقط قادرند دامنه یک سایت را بر روی سایت دیگری ریدایرکت کنند (فرند فیدز، ۲۰۰۹).

برخی وبلاگ‌ها (زبان سبز، ۱۳۸۸) نیز نوشتند: «شرکت مخابرات ایران برخلاف تمام قوانین بین‌المللی، با دستکاری آدرس‌های اینترنتی آن‌ها را به جای دیگری ارجاع می‌دهد».

### سپاه سایبری جهاد مجازی

اما در همین راستا خبری درباره راه‌اندازی «پایگاه سپاه سایبری جهاد مجازی» در اینترنت منتشر شد که در آن آمده بود: «با توجه به درخواست بسیاری از دوستان مبنی بر راه‌اندازی سایت جهاد مجازی با نام «سپاه سایبری جهاد مجازی» تصمیم بر آن گرفتیم این پایگاه اینترنتی را راه‌اندازی کنیم». در این خبر تأکید شده بود سایت جهاد مجازی به هیچ نهاد یا ارگانی وابسته نیست (جهاد مجازی، ۱۳۸۸).

### هک سایت‌های صداوسیما

در تاریخ دهم آذرماه ۸۸، ده‌ها سایت وابسته به سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران توسط معترضین هک شدند. در میان این سایت‌ها، سایت رادیو جوان، رادیو پیام، رادیو ورزش، رادیو تهران و رادیو قرآن و بخش ادبی سایت سازمان صداوسیما و همچنین سایت برخی از

برنامه‌های این سازمان از جمله «جمعه ایرانی» قرار داشتند. هک‌های مذکور با قرار دادن تصویر زیرسایت‌های صداوسیما را از کار انداختند و مسئولان صداوسیما نیز بلافاصله فعالیت‌های سایت‌های مذکور را متوقف کردند (سایت آینده، ۱۳۸۸). سایت حوزه نیوز که اخبار مربوط به حوزه‌های علمیه و مسائل حوزوی را پوشش می‌داد، توسط یک گروه هکری، هک شد (تابناک، ۱۳۸۸). در پاسخ به حمایت رسانه‌ها و برخی دولتمردان کشورهای آمریکا و انگلیس و رژیم اشغالگر قدس از توهین دست‌نشانندگان بیگانه به حضرت امام خمینی (ره)، گروه امنیتی آشیانه ۵۰۰ عدد از سایت‌های دولتی مربوط به این کشورها از جمله سایت ناسا را هک کرد. گروه امنیتی آشیانه ضمن هک این سایت‌ها تصویری از حضرت امام خمینی (ره) و ایران را قرار داده است (فارس، ۱۳۸۸). سایت بایدو بزرگ‌ترین سایت جست‌وجوگر چینی توسط ارتش سایبری ایران برای چند ساعت هک شد (گاردین، ۲۰۰۹). رسانه‌های گروهی جهان تصاویری را از صفحه اصلی بایدو منتشر کردند که در آن جمله «این سایت توسط ارتش سایبری ایران هک شده» بر زمینه‌ای تیره، همراه با پرچم جمهوری اسلامی و برخی شعارهای دینی دیده می‌شد. در واکنش به این اقدام، هک‌های چینی در روز بعد چند سایت اینترنتی مستقر در ایران را هک کردند (بی‌بی‌سی فارسی، ۱۳۸۸). در آذرماه ۸۸ دو وب‌سایت دولتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و دیوان محاسبات توسط گروهی موسوم به ایران سبز هک شد (گاردین، ۲۰۰۹). وزیر اطلاعات در همایش «پلیس، امنیت، چشم‌انداز ۱۴۰۴» از تربیت «افسران ارشد اینترنتی» برای مقابله با تهاجم دشمنان در عرصه مجازی خبر داد (روزآنا، ۱۳۸۸). معاون هماهنگ‌کننده ناجا نیز از ایجاد سازمانی در ناجا برای تسلط بر فضای مجازی خبر داد (پارسی‌نه، ۱۳۸۸).

### قطع شبکه بی‌بی‌سی بر روی هاتبرد

ارسال پارازیت بر روی امواج ماهواره‌ای در ایران، شدت گرفته و از موج‌های رادیویی به کانال‌های ماهواره‌ای رسیده است. در همین راستا ارسال شکل جدیدی از پارازیت باعث شده بینندگان شبکه تلویزیون فارسی بی‌بی‌سی در سراسر جهان، از تهران تا نیویورک قادر به دریافت تصاویر این شبکه نباشند. به ادعای بی‌بی‌سی، ایران ارسال شکل جدیدی از پارازیت را آغاز کرده و آن به این صورت است که به شبکه ماهواره‌ای حتی اجازه نمی‌دهد امواج برنامه‌های خود را به ماهواره مقصد ارسال کنند و پیش از رسیدن امواج به آن ماهواره، آن را با اختلال مواجه می‌کند و در نتیجه شبکه مورد نظر، نه تنها در یک نقطه که در کل نقاط جهان، قابل مشاهده نمی‌باشد (روزآنا، ۱۳۸۸).

## ۶. نشت اطلاعات

تکنیک «نشت اطلاعات» از تکنیک‌های اصلی جنگ‌های روانی در کشورهای مختلف است. این نوع اطلاعات از راه‌های مختلف و به وسیله عناصر نفوذی پیدا و پنهان نشت پیدا کرده و گاه این اطلاعات با شایعات دروغین مخلوط شده و استفاده‌های خاصی از آن در جهت القائات آن‌ها به عمل می‌آید. برخی جزئیات بیان شده در خبرهای نشت شده به گونه‌ای است که نشان‌دهنده وجود عناصر فریب‌خورده یا اخلاک‌گر یا جاسوس در برخی دستگاه‌های رسمی و حساس کشور می‌باشد.

استفاده از تکنیک نشت اطلاعات به خصوص اطلاعات محرمانه و سری ایران در فضای سایبر، یکی دیگر از روش‌های مقابله معاندان نظام با سیاست‌های رسمی کشور است. در ماه آبان ۸۸ نشت اطلاعات محرمانه نظامی ایران بر روی سایت‌های اینترنتی آمریکایی و تلاش برای جذب جاسوسان فارسی‌زبان از سوی رژیم صهیونیستی، از جمله اقدامات انجام شده در این راستا بوده است.

### انتشار اطلاعات محرمانه نظامی ایران در اینترنت

برخی اطلاعات سری مربوط به موشک‌های ایران از جمله موشک «حوت» بر روی اینترنت قرار گرفته است.

به گزارش وب‌سایت اینترنتی جهان‌نیوز، این اطلاعات لو رفته شامل تکنولوژی و مشخصات محرمانه این موشک، تصویر و مفاد برخی نامه‌نگاری‌های کشورمان با کشور طرف قرارداد و متن بعضی دستورات داخلی و اقدامات انجام شده در مورد چگونگی خریداری موشک حوت است. موشک حوت، یکی از سریع‌ترین موشک‌های رادارگریز زیرآبی جهان است که اولین بار در سال ۱۳۸۵ در مانور پیامبر اعظم (ص) سپاه پاسداران انقلاب اسلامی مورد آزمایش قرار گرفت (جهان‌نیوز، ۱۳۸۸).

انتشار این خبر توسط سایت جهان‌نیوز که وابسته به اصولگرایان است باعث شد تا برخی وب‌سایت‌های سیاسی مخالف نیز با انتشار تحلیل‌هایی، دولت را متهم به لو دادن اطلاعات محرمانه کشور کنند (روزآنلاین، ۱۳۸۸).

### ادعای دستیابی به مصوبه شورای عالی امنیت ملی

سایت موج سبز نیز در خبری ادعا کرد که به محتوای یکی از مصوبات شورای عالی امنیت ملی دست یافته است (موج سبز، ۱۳۸۸). یکی از خبرهای به اصطلاح نشت شده نیز مرتبط با شائبه تقلب در انتخابات چهارمین دوره انتخابات مجلس خبرگان رهبری بود. بر این اساس ادعا شد همزمان با سالگرد برگزاری و اعلام نتایج چهارمین دوره انتخابات خبرگان، وب‌سایت خبری «آینده» به برخی ناگفته‌ها از این انتخابات دست یافته است.

همچنین در آستانه ۱۶ آذر برخی سایت‌های خبری معاند، ادعاهایی درباره دستیابی به برخی خبرهای مرتبط با تدابیر امنیتی تهران مطرح کردند (اینا، ۱۳۸۸). سایت اخبار روز نیز در ادامه همین خط‌خبری مدعی شد: «شرکت مخابرات با ارسال بخشنامه‌ای به مراکز استانی شرکت‌های مخابرات در سراسر کشور دستور به قطع کامل اینترنت و خطوط تلفن همراه در سراسر کشور در روزهای ۱۵ و ۱۶ آذر و در صورت ادامه اعتراضات در روزهای بعد از آن را داده است (ایران‌خبر، ۱۳۸۸). سایت ایران‌گلوبال نیز مدعی شد به محتوای بولتن محرمانه ستادکل نیروهای مسلح دست یافته است. این سایت ادعا کرد: «ستاد کل نیروهای مسلح بولتن محرمانه‌ای منتشر کرده که در آن، ضمن اعتراف به اشتباهات محاسباتی دستگاه امنیتی، راهکارهای جدیدی برای سرکوب معترضین پیشنهاد شده است (ایران‌گلوبال، ۱۳۸۸). سایت روزآنلاین نیز در خبری مدعی شد که حجت الاسلام حسین طائب، معاون اطلاعات کل سپاه و فرمانده سابق بسیج کل کشور در جمعی با نام همایش سیاسی بسیج افشاری در استان گلستان، مهدی هاشمی دومین پسر هاشمی‌رفسنجانی را به «راه‌اندازی خانه فساد در سال ۷۳ یا ۷۴» متهم کرد (روزآنلاین، ۱۳۸۸). تنها سایت پیکنت مدعی شد منبع اولیه این خبر، وبلاگی به نام «مهدی» در گرگان بوده است (پیکنت، ۱۳۸۸). با جست‌وجوی اینترنتی برای پیدا کردن این وبلاگ مشخص شد که این وبلاگ‌نویس جزئیات محل سخنرانی طائب را چنین بیان کرده است. این وبلاگ به نقل از طائب آورده: الان شما در اینترنت نروید. یک قرون خبری از بحران در کشور نیست. کدوم بحران. مردم مشغول زندگی خودشان هستند». در این خبر عکسی هم از جلسه مذکور منتشر شده که با موبایل گرفته شده است اما هیچ فایل صوتی در این خصوص وجود ندارد» (ایمیج آپلود، ۲۰۰۹).

سایت پیکنت ادعا کرد: وزارت کشور در «بولتن ویژه عاشورا» که تحت عنوان محرمانه در اختیار سران نظام قرار گرفته، شمار شرکت‌کنندگان در تظاهرات حکومتی روز چهارشنبه بعد از عاشورای تهران را بین ۳۰۰ تا ۵۰۰ هزار نفر تخمین زده است (پیکنت، ۱۳۸۸). به گزارش جرس مطابق خبر بولتن ویژه خبرگزاری رسمی جمهوری اسلامی ایران (ایرنا) تعداد کشته‌شدگان روز عاشورا در شهرهای مختلف ایران سی و هفت (۳۷) نفر بوده است (خبرنامه دانشگاه امیرکبیر، ۱۳۸۸).

سایت اینترنتی روزنامه تایلندی بانکوک پست در شماره روز یکشنبه (سوم ژانویه) نوشته که با یکی از افسران ارشد اطلاعات سپاه پاسداران که از ایران گریخته مصاحبه‌ای اختصاصی انجام داده است. به نوشته این روزنامه، این افسر سابق اطلاعات رژیم، محمدرضا مهدی نام دارد که در سال ۲۰۰۸ در ایران به ۷۳ سال زندان محکوم شده و از ایران گریخته است. وی در این مصاحبه ضمن توهین به احمدی‌نژاد، حکومت ایران را در حال فروپاشی توصیف کرده است (gunaz، ۲۰۱۰). سایت روزآنلاین مطلبی را منتشر کرد که مدعی است محتوای یک گزارش محرمانه است که توسط اداره آموزش معاونت سیاسی صدا و سیما تهیه شده است که در آن

گزارش ضمن اشاره به کاهش شدید اعتماد مردم به رسانه‌های حاکمیت، به مدیران این رسانه توصیه کرده با تهیه برنامه‌های مختلف و از جمله راه‌اندازی مجدد مناظره‌هایی که در زمان انتخابات موجب افزایش توجه مردم به این رسانه و شرکت‌شان در انتخابات شد، از بی‌اعتباری این رسانه جلوگیری کنند (روزآتلاین، ۱۳۸۸).

## ۷. پوشش رسانه‌ای

رسانه‌ها در عصر اطلاعات مهم‌ترین نقش را در پوشش خبری رخدادها و تأثیرگذاری بر افکار عمومی ایفا می‌کنند. انواع رسانه‌های مکتوب؛ صوتی و تصویری، اینترنتی و دیجیتالی می‌تواند بر نوع شکل‌گیری افکار عمومی مؤثر بوده و روندهای سیاسی و اجتماعی هر جامعه را به سمت و سوی خاص هدایت کند. رسانه‌های اینترنتی با ظرفیت‌های خاص خود این قابلیت را دارند که در فضای سایبر به منبعی برای تهدید علیه امنیت ملی کشورها تبدیل شوند.

مرکز سیما (CIMA) یا (Center For International Media Assistance) از جمله سازمان‌های غیرانتفاعی آمریکایی است که هدف آن به ظاهر ترویج دموکراسی در جهان از طریق حمایت از رسانه‌های همسوست. وضعیت رسانه‌های ایران از جمله موضوعاتی است که مورد توجه مرکز سیما (CIMA) است. کارشناسان برآیند فعالیت‌های چنین مراکزی را قانونی جلوه دادن و منطقی و دموکراتیک القا کردن فعالیت‌های رسانه‌ای علیه حکومت‌های ضدآمریکا و صهیونیسم ارزیابی می‌کنند (فارس، ۱۳۸۸). این مرکز در گزارشی ادعا کرد: تکنولوژی‌های رسانه‌های جدید، نقش اساسی در حوادث پیش و پس از انتخابات بازی کردند و به ادامه دادن این نقش در حوادث جاری هم علاقه نشان می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی مانند توئیتر، فیس‌بوک، و وبلاگ‌ها راهی را که شهروندان ایرانی را به یکدیگر مرتبط می‌کرد عوض کرد. از تصاویر برداشته شده از خشونت‌های خیابانی توسط موبایل که بقیه رسانه‌ها نمی‌توانستند پوشش دهند تا فیدهای توئیتر برای سازماندهی اعتراضات جمعی. این مرکز در جمع‌بندی خود چنین آورده است:

۱. در ایران به‌رغم نقش بسیار مهم رسانه‌های جدید در انتخابات و حوادث متعاقب آن، سرویس‌های رادیو تلویزیون بین‌المللی نقش مهم‌تری داشتند.
۲. رسانه‌های جدید ابزارهایی قوی هستند که به‌رغم انتقال سریع‌تر اطلاعات، فاقد دقت و قابلیت اطمینان رسانه‌های سنتی هستند.
۳. در ایران از فیس‌بوک برای سازماندهی جمعی در پیش و در حین انتخابات استفاده می‌شد. اما بعد از رأی‌گیری اغلب سایت‌های سازماندهی جمعی توسط دولت مسدود شدند.
۴. رسانه‌های جدید نقش بسیار مهمی در ایران بازی کردند چون برخلاف رسانه‌های سنتی رسانه‌هایی دارای منابع یک‌طرفه نیستند. دوربین‌های دیجیتال و موبایل‌ها تصاویری از معترضین و اعتراضات ثبت می‌کردند که به یوتیوپ فرستاده می‌شد. ایرانیان همچنین از

توئیتر برای لینک دادن به وبلاگ‌ها و صفحات وبی که حاوی عکس‌ها و ویدئوهای معترضین بودند استفاده می‌کردند.

۵. سرویس‌های رادیو تلویزیون بین‌المللی نقش مهمی در گسترش اطلاعات پیرامون اعتراضات داشتند.

۶. استفاده گسترده از رسانه‌های جدید در ایران در خلال انتخابات تاحدی موجب شگفتی دولت شد و آن را در موضع تدافعی قرار داد.

۷. در جریان اعتراضات بعد از انتخابات پی‌ان‌ان در هر ساعت ۳۰۰ ویدئو به‌طور مستقیم از مردم داخل کشور می‌گرفت.

۸. با وجود نقش بسیار مهم رسانه‌های جدید در انتخابات ایران، اعتراضات را نمی‌توان یک انقلاب توئیتری دانست. اگرچه توئیتر نقش مهمی در اعتراضات بازی کرد اما عنصری مرکزی برای آن نبود و بیشتر مورد استفاده ایرانیان خارج از کشور برای اطلاع‌رسانی در مورد اعتراضات بود.

### اسکار اینترنت برای معترضان ایرانی

سازمان وبی اواردز (Webby Awards) استفاده از خدمات توئیتر توسط معترضان ایرانی را به عنوان یکی از لحظات تاریخی سال ۲۰۰۹ اینترنت معرفی کرد. این سازمان، ده لحظه تاریخی اینترنتی در دهه اخیر را اعلام کرده است که یکی از آن‌ها استفاده معترضان ایرانی از توئیتر است. وبی اواردز، جوایزی هستند که از سال ۱۹۹۶ هر ساله توسط «فرهنگستان بین‌المللی هنرها و علوم دیجیتال» اعطا می‌شود. این جوایز را «اسکار اینترنت» نیز نامیده‌اند. چهاردهمین جایزه وبی اواردز در ماه آوریل ۲۰۱۰ در ۱۰۰ مقوله اهدا می‌شود (chrr, 2009).

### گزارشی از نفوذ سایت‌های خبری

روزنامه ابتکار در گزارشی به بررسی آمار بازدید خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری پرداخته است. نویسنده گزارش می‌نویسد: «برای خیلی از مراجعین و علاقه‌مندان به رسانه‌های مجازی و مکتوب شاید جالب باشد که بدانند میزان مراجعه‌کننده به سایت‌های اینترنتی نشریات، سایت‌های تحلیلی خبری و مسئولان کشور در چه اندازه یا حدودی است و البته مقایسه‌ای نیز داشته باشند».

جدول ۴ میزان مراجعه کننده به سایت های اینترنتی در ایران

| ردیف | سایت خبری  | رتبه در ایران از نظر مراجعه کننده ها به تمامی سایت ها | بیشترین کشورهای بازدید کننده           | وضعیت رشد مراجعین نسبت به یک ماه گذشته |
|------|------------|---|--|--|
| ۱    | تابناک     | ۷   | ایران، آمریکا، آذربایجان، ژاپن، کانادا | +۱۴٪                                   |
| ۲    | عصر ایران  | ۲۹  | ایران، آمریکا، آذربایجان، سوئد، آلمان  | +۱۸٪                                   |
| ۳    | خبر آنلاین | ۴۴  | ایران، آمریکا، آلمان، انگلیس           | +۳۸٪                                   |
| ۴    | فردا       | ۵۸  | ایران، آمریکا، سوئد، کانادا، انگلیس    | +۱۴٪                                   |
| ۵    | رجانیوز    | ۶۷  | ایران، آمریکا، کانادا، ایتالیا         | +۲۶٪                                   |
| ۶    | الف        | ۶۹  | ایران، آمریکا، انگلیس، ایتالیا         | +۹٪                                    |
| ۷    | جهان       | ۹۱  | ایران، آمریکا، انگلیس                  | +۲۰٪                                   |
| ۸    | فرارو      | ۱۰۳   | ایران، کانادا، آمریکا                  | +۶٪                                    |
| ۹    | پارسینه    | ۴۳۵   | ایران، آمریکا، سوئد، استرالیا، روسیه   | +۴۸٪                                   |
| ۱۰   | زن فردا    | ۱۰۹۲  | ایران، روسیه                           | +۳۰٪                                   |

داشتن اطلاعاتی از این دست حتماً برای صاحبان نشریات و سایت های تحلیلی خبری یا اشخاص صاحب سایت، وبلاگ و وبسایت نیز جالب توجه خواهد بود. کاهش یا افزایش میزان مراجعین می تواند بیان کننده این مطلب باشد که آن سایت خبری یا نشریه یا مطالب لحاظ شده در سایت شخصی، به مذاق مخاطبان آن مجموعه خوش نیامده یا سبب افزایش علاقه مندی آنان شده است. مراجعه به سایت الکسا و وارد کردن آدرس موردنظر تان می تواند شما را به این اطلاعات رهنمون سازد. در این گفتار به بررسی مقایسه ای میان روزنامه های ایران، سایت های خبری تحلیلی و برخی مسئولان پرداخته شده است. ناگفته پیداست از آنجا که میزان مراجعین به سایت های مختلف با توجه به تغییر شب و روز در دنیا و همچنین ساعات مراجعه برخی اشخاص و اقشار به این گونه سایت ها متفاوت است، ممکن است با مراجعه خوانندگان عزیز تغییراتی در این آمار مشاهده بشود که به دلیل کاهش یا افزایش مراجعین در ساعات و نقاط مختلف دنیا است. این آمار مرتباً در حال تغییر بوده و اگر دوست دارید ببینید که میزان مراجعه کننده و جایگاه سایت موردنظر تان در چه اندازه و حدی است می توانید به آدرس ذکر شده مراجعه کنید (پارسینه، ۱۳۸۸).

### تلویزیون های فارسی زبان

رجب طیب اردوغان نخست وزیر ترکیه گفت: «ما به دنبال معرفی ترکیه به تمام دنیا و آموزش فرهنگمان به دوستداران فرهنگ به صورتی کامل هستیم. پخش کانال های انگلیسی و فارسی نیز در دستور کار دولت قرار دارد و این شبکه ها نیز در کوتاه ترین زمان افتتاح خواهند شد



(الف، ۱۳۸۸). شبکه خبری یورونیوز همزمان با اعلام تصمیمش جهت راهاندازی تلویزیون فارسی، فرایند استخدام نیرو را نیز آغاز کرد. شبکه یورونیوز آگهی خود را جهت استخدام روزنامه‌نگاران فارسی‌زبان و سردبیر منتشر کرد که بر اساس آن، هشت سال سابقه کاری از جمله ملزومات آن است. یورونیوز اعلام کرده که وظیفه مسئول بخش فارسی این شبکه خبری، ایجاد شبکه‌ای از روزنامه‌نگاران و رسانه‌های فارسی‌زبان و اطلاع‌رسانی «به موقع» است تا اعتبار این شبکه و مخاطبان‌اش را افزایش دهد. شبکه یورونیوز همچنین وعده برگزاری دوره‌های آموزشی برای داوطلبان نیز داده است (فردانیوز، ۱۳۸۸). شبکه یورونیوز از آذر ماه ۸۸ زبان فارسی را به زبان‌های خود اضافه کرده است البته فعلاً هیچ صدایی ندارد و پخشش آغاز نشده ولی تصور می‌شود این اقدام مقدمه‌ای برای اضافه شدن قطعی زبان فارسی در آینده باشد (friendfeed, 2009).

رئیس بخش فارسی بی‌بی‌سی با اعلام افزایش برنامه‌های این شبکه، از ۲۴ ساعته شدن پخش آن در آینده‌ای نزدیک خبر داد. صادق صبا رئیس بخش فارسی بی‌بی‌سی گفت: قصد داریم ساعت پخش برنامه‌های تلویزیون فارسی بی‌بی‌سی را بیشتر کنیم و حتی ممکن است در آینده نزدیک ۲۴ ساعته شویم، به این معنا که بخواهیم برنامه‌هایمان را تکرار کنیم. این شبکه در روزهای اعلام نتایج انتخابات برای پوشش ادعای واهی تقلب در انتخابات، برنامه‌های خود را ۲۴ ساعته کرده بود (الف، ۱۳۸۸).

### نفوذ شبکه‌های ماهواره‌ای در ایران

رسانه‌های اصولگرا به نقل از عزت‌الله ضرغامی رئیس سازمان صدا و سیما اعلام کردند که «میزان استفاده مردم ایران از ماهواره ۳۲٫۵ درصد (معادل ۲۳ میلیون نفر) است». در حال حاضر ۱۷۶۶۶ شبکه ماهواره‌ای در ایران قابل دریافت است که از این تعداد ۲۰۰۰ شبکه از وضوح بالایی برخوردارند. مردم ایران نه تنها به ۳۸۰ شبکه موسیقی، ۷۴ شبکه مد و ۳۱۶ شبکه پورنografی دسترسی دارند، که در معرض برنامه‌های ۳۲ شبکه فارسی متعلق به مخالفان جمهوری اسلامی و ده‌ها شبکه خبری بین‌المللی هستند. سه ماهواره هاتبرد، ترک‌ست، عرب‌ست و بیشترین مخاطب را در ایران دارند هاتبرد اولین گزینه ۹۰ درصد از مردم است. کاربران ماهواره در ایران به خاطر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی ابتدا هاتبرد را دریافت می‌کنند و سپس برای دسترسی به شبکه‌های فیلم یا موسیقی ترک و عرب، به سراغ ترک‌ست، عرب‌ست، نایل‌ست، تل‌استار و نهایتاً آسترا می‌روند» شبکه پی‌ام‌سی که از دبی موسیقی پخش می‌کند، پربیننده‌ترین شبکه ماهواره‌ای فارسی در حال حاضر است. دست‌اندرکاران شبکه وی‌آی ادعا می‌کنند که صدای آمریکا روزانه ده‌میلیون مخاطب ثابت دارد. احتمالاً جایگاه صدای آمریکا یکی از عواملی بوده که شبکه بی‌بی‌سی را به راه‌اندازی یک شبکه خبری فارسی برای مردم ایران ترغیب کرد (میانه، ۱۳۸۸).

## جمع‌بندی و استنتاج

با توجه به آنچه گفته شد مشخص می‌شود طی دوره مورد بررسی این تحقیق، یعنی خرداد تا بهمن ماه ۱۳۸۸ جنگی واقعی در فضای سایبر و به خصوص شبکه اجتماعی مجازی جریان داشته است و طرفین منازعه از هفت تاکتیک اساسی در این جنگ سایبری علیه یکدیگر استفاده کرده‌اند. این جنگی است که هنوز پایان نیافته و هر روز ابعاد جدیدی از آن آشکار می‌شود. بررسی محقق نشان داد که کشورهای مخالف ایران، برای بهره‌برداری از اعتراضات بعد از انتخابات ریاست‌جمهوری دهم در ایران، دارای برنامه مدون و استراتژی مصوب با بودجه‌های مشخص هستند. حتی مستنداتی از ردپای بیگانگان در حمایت از اغتشاشات ایران از طریق فناوری‌های شبکه‌های اجتماعی نشان داده شد. هر یک از تاکتیک‌های ارائه شده در این تحقیق می‌تواند سرآغاز تحقیقی جدید و عمیق درباره ابعاد این جنگ نرم باشد. چشم بستن بر این واقعیات چیزی از اصل واقعیت‌ها کم نمی‌کند.

این مقاله درصدد هیچ‌گونه ارزش‌گذاری بر طرفین منازعه نبوده و تنها تلاش داشته است تصویری مستند از جنگ نرم موجود در فضای سایبری با تمرکز بر شبکه‌های اجتماعی ارائه کند.

## منابع و مآخذ

- آی ریپورت.(۱۳۸۸). بازیابی ۲۰ بهمن از :  
<http://www.ireport.com/docs/DOC-375960>
- آینده نیوز. (۱۳۸۸). بازیابی ۷ بهمن از :  
<http://www.ayandenews.com/news/15859>
- اخبار روز.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۰ آذر از :  
<http://www.akhbar-rooz.com/news.jsp?essayId=26108>
- ارتش سبز.(۱۳۸۸). بازیابی ۲ بهمن از :  
[http://arteshesabz.blogspot.com/2010/01/blog-post\\_06.html](http://arteshesabz.blogspot.com/2010/01/blog-post_06.html)
- اسپید شیر.(۲۰۰۹). ۱۱ نوامبر از:  
[www.speedyshare.com/files/20010593/script\\_filtershekan.zip](http://www.speedyshare.com/files/20010593/script_filtershekan.zip)
- اطلاعات.(۱۳۸۸). بازیابی ۵ تیر از :  
<http://ettelaat.net/09-december/news.asp?id=43472&sort=Iran>
- ایران.(۱۳۸۸). . بازیابی ۲۹ دی از :  
<http://ina-newsagency.com/News-Details.aspx?newsId=29332&back=1>
- ایران خبر.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۳ مهر از :  
<http://www.iran-chabar.de/news.jsp?essayId=25355>
- اینا.(۱۳۸۸). بازیابی ۲۷ مهر از :  
<http://ina-newsagency.com/News-Details.aspx?newsId=29334&back=1>
- البرز نیوز.(۱۳۸۸). بازیابی ۵ مرداد از :  
<http://www.alborznews.net/pages/?cid=12854>
- ایران بی بی بی.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۰ شهریور از:  
<http://iranbbb.org/58315.htm>
- ایران پرس نیوز.(۱۳۸۸). بازیابی ۲۳ بهمن از :  
<http://www.iranpressnews.net/source/070420.htm>
- ایران گلوبال.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۸ مهر از :  
<http://www.iranglobal.info/I-G.php?mid=2-55536>
- ایران گلوبال.(۱۳۸۸). بازیابی ۴ دی از :  
<http://www.iranglobal.info/I-G.php?mid=2-55711>
- ایران گلوبال.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۲ دی از :  
<http://www.iranglobal.info/I-G.php?mid=2-55506>
- ایده ها.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۵ دی از :  
<http://ideeha.blogspot.com/2010/01/blog-post.html>
- ایمیج آپلود.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۰ شهریور از :  
<http://www.image-upload.net/viewer.php?file=kepopctg31om55wngmh.jpg>
- ایندساید آو ایران.(۱۳۸۸). بازیابی اول دی از:  
<http://insideofiran.com>
- اورکات.(۱۳۸۸). بازیابی ۳۰ خرداد از :  
[www.Orkut.com](http://www.Orkut.com)
- باشگاه.(۱۳۸۸). بازیابی ۲۰ مهر از :  
<http://bashgah.net/pages-3437.html>

- بی بی سی فارسی. (۱۳۸۸). بازیابی ۲۰ آذر از :  
[http://www.bbc.co.uk/persian/iran/2009/12/091227\\_iran\\_ashoura.shtml](http://www.bbc.co.uk/persian/iran/2009/12/091227_iran_ashoura.shtml)
- بی بی سی فارسی. (۱۳۸۸). بازیابی ۲۰ آذر از :  
[http://www.bbc.co.uk/persian/iran/2009/12/091230\\_m\\_gogl\\_blog.shtml](http://www.bbc.co.uk/persian/iran/2009/12/091230_m_gogl_blog.shtml)
- بی بی سی. (۱۳۸۸). بازیابی ۱۶ دی از :  
[http://www.bbc.co.uk/persian/science/2010/01/100120\\_he\\_china\\_baidu.shtml](http://www.bbc.co.uk/persian/science/2010/01/100120_he_china_baidu.shtml)
- پارسینه. (۱۳۸۸). بازیابی ۱۱ آبان از :  
<http://parsine.com/fa/pages/?cid=13189>
- پارسینه. (۱۳۸۸). بازیابی ۲۹ دی از :  
<http://www.parsine.com/fa/pages/?cid=13779>
- پیک ایران. (۱۳۸۸). بازیابی ۱۷ مرداد از :  
<http://peykeiran.com/Content.aspx?ID=12374>
- پیک نت. (۱۳۸۸). بازیابی ۳ دی از :  
<http://www.peiknet.com/1388/03Dey/15/page/32Bulten.htm>
- پیک نت. (۱۳۸۸). بازیابی ۱۰ دی از :  
<http://www.peiknet.com/1388/04Azar/04/page/32Taeb.htm>
- پیک نت. (۱۳۸۸). بازیابی ۲۴ دی از :  
<http://peiknet.net/10-februari/news.asp?id=44928&sort=Iran>
- پیک نت. (۱۳۸۸). بازیابی ۱۱ بهمن از :  
<http://www.peiknet.com/1388/03Dey/14/page/33Shayeat.htm>
- تابناک. (۱۳۸۸). بازیابی ۲۸ آبان از :  
<http://www.tabnak.ir/fa/pages/?cid=74531>
- تابناک. (۱۳۸۸). بازیابی ۵ بهمن از :  
<http://www.tabnak.ir/fa/pages/?cid=75684>
- تلویزیون واشنگتن. (۱۳۸۸). بازیابی ۷ بهمن از :  
<http://www.televisionwashington.com/media1.aspx?lang=fa&id=2738&SectionID=3>
- جهاد مجازی. (۱۳۸۸). بازیابی ۲۳ دی از :  
<http://vjihad.parsiblog.com/1212329.htm>
- جهان نيوز. (۱۳۸۸). بازیابی ۲۳ دی از :  
<http://www.jahannews.com/vdcjtxea.uqeahzsfu.html>
- حاشیه. (۱۳۸۸). بازیابی ۱۱ دی از :  
<http://hasheah.com/view-3046.html>
- حبیبی نیا. (۱۳۸۸). بازیابی ۲۴ آذر از :  
<http://omidhabibinia.wordpress.com/2009/08/29/facebook>
- خبر آنلاین. (۱۳۸۸). بازیابی ۱۲ آذر از :  
<http://khabaronline.ir/news-29431.aspx>
- خبر آنلاین. (۱۳۸۸). بازیابی ۴ دی از :  
<http://khabaronline.ir/news-42212.aspx>
- خبرگزاری فارس. (۱۳۸۸). بازیابی ۲۸ مهر از :  
<http://www.farsnews.ir/newstext.php?nn=8806230247>

خبرگزاری فارس.(۱۳۸۸). بازیابی ۲ دی از :

<http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=8810201061>

خبرگزاری فارس.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۷ دی از :

<http://www.farsnews.net/newstext.php?nn=8808101157>

خبرگزاری فارس. (۱۳۸۸). بازیابی ۲۳ دی از :

<http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=8809270937>

خبرگزاری فارس.(۱۳۸۸).بازیابی ۳۰ دی از :

<http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=8810301046>

خبرنامه دانشگاه امیرکبیر.(۱۳۸۸). بازیابی ۲۳ آذر از :

<http://autnews.de/node/5623>

رادیو فرانسه.(۱۳۸۸). بازیابی اول دی از :

[http://www.rfi.fr/actufa/articles/120/article\\_9982.asp](http://www.rfi.fr/actufa/articles/120/article_9982.asp)

راه سبز.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۶ آبان از :

<http://www.rahesabz.net/story/5667>

روزآنلاین.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۵ مهر از:

<http://www.roozonline.com/persian/news/newsitem/article////107/-e179c444ec.html>

روزآنلاین.(۱۳۸۸). بازیابی ۲۹ آبان از :

<http://www.roozonline.com/persian/news/newsitem/article/2009/november/23//4aa52d02b4.html>

روزآنلاین.(۱۳۸۸). بازیابی ۲۰ آذر از :

<http://www.roozonline.com/persian/news/newsitem/article/2009/november/24//194cc7b190.html>

روزآنلاین.(۱۳۸۸). بازیابی ۲۲ آذر از :

<http://www.roozonline.com/persian/news/newsitem/article/2009/december/22//b8432each9.html>

روزآنلاین.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۰ دی از:

<http://www.roozonline.com/persian/news/newsitem/article/2009/november/24//61ea43a9b7.html>

روزآنلاین.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۴ بهمن از:

<http://www.roozonline.com/persian/news/newsitem/article////107/-7c02f5292b.html>

روایی.(۱۳۸۸). بازیابی ۲۰ آذر از:

<http://rezzaview.blogspot.com/2009/12/9-1388.html>

رویداد نیوز.(۱۳۸۸).بازیابی ۴ آبان از :

<http://www.rouyadnews.com/pages/963.php>

زبان سبز.(۱۳۸۸). بازیابی ۳۰ مرداد از :

<http://zabanesabz.wordpress.com>

زبان سبز.(۱۳۸۸). بازیابی ۲۶ آذر از :

<http://zabanesabz.wordpress.com/2009/12/16>

کمپین - مبارزه - با - گردنه - گیری - مخابرات /

سازگارا.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۸ آبان از:

<http://sazegara.org>

سایت الف.(۱۳۸۸). بازیابی ۲۰ مهر از:

<http://alef.ir/1388/content/view/63599>

سایت ای او ای.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۳ آذر از:

<http://video.aol.co.uk/video-detail/-13-/2600714038>

- سایت پرشین.(۱۳۸۸). بازیابی ۲۸ بهمن از:  
<http://www.persian.se>
- سحر نیوز.(۱۳۸۸).بازیابی ۴ مرداد از:  
<http://saharnews.ir/view-8292.html>
- سحر نیوز.(۱۳۸۸). بازیابی ۴ شهریور از:  
<http://saharnews.ir/view-9554.html>
- سحر نیوز.(۱۳۸۸).بازیابی ۱۲ دی از :  
<http://saharnews.ir/view-8051.html>
- سحر نیوز.(۱۳۸۸). بازیابی ۲۷ دی از :  
<http://saharnews.ir/view-9876.html>
- صدای آمریکا.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۱ دی از :  
[https://84.61.136.54/do/z\\_aZ/totrLcjvigt9Lx0h/ZN23AvY/YNt3/US-Internet-2010-01-21-82252957.html](https://84.61.136.54/do/z_aZ/totrLcjvigt9Lx0h/ZN23AvY/YNt3/US-Internet-2010-01-21-82252957.html)
- عصر ایران.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۸ آبان از:  
<http://www.asriran.com/fa/pages/?cid=98760>
- عصر ایران.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۲ دی از:  
<http://www.asriran.com/fa/pages/?cid=93052>
- عصر ایران.(۱۳۸۸). . بازیابی ۳ بهمن از :  
<http://www.asriran.com/fa/pages/?cid=93044>
- فردانیوز.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۹ دی از :  
<http://fardanews.com/fa/pages/?cid=103167>
- فرند فیدز.(۱۳۸۸). بازیابی ۶ مهر از :  
<http://friendfeed.com/marllbro/1d4bcb6f>
- فرند فیدز.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۸ آذر از:  
<http://friendfeed.com/kaspim/f7b9d691/euronews>
- فورشر.(۱۳۸۸).بازیابی ۱۰ دی از:  
<http://www.4shared.com/file/143716357/9267395f/u96f.htm>
- فیس بوک.(۱۳۸۸). بازیابی ۱۹مهر از:  
<http://www.facebook.com/GreenCast>
- فیس بوک.(۱۳۸۸). بازیابی ۲۳آبان از:  
<http://www.facebook.com/mousavi>
- فیس بوک.(۱۳۸۸). بازیابی ۲۳آبان از:  
<http://www.facebook.com/zrahnnavard>
- فیس بوک.(۱۳۸۸). بازیابی ۲۳آبان از:  
<http://www.facebook.com/pages/Mehdi-Karroubi/68765459902>
- فیس بوک. (۲۰۰۹). . بازیابی ۱۰ اکتبر از:  
[www.facbook.com](http://www.facbook.com)
- قلم آنالین.(۱۳۸۸).بازیابی ۱۸آذر از:  
<http://www.ghalamonline.com/post/170>
- کدنویس.(۱۳۸۸). بازیابی ۱ بهمن از :  
<http://www.khodnevis.org/index.php?news=3688>
- گاردین.(۲۰۰۹). بازیابی ۱۲ ژانویه از:  
<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2010/jan/12/iran-nuclear-scientist-mohammadi>

- گاردین. (۲۰۰۹). بازیابی ۱۲ ژانویه از:  
<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2010/jan/12/iran-nuclear-scientist-mohammadi>
- گرداب. (۱۳۸۸). بازیابی ۶ بهمن از :  
<http://www.gerdab.ir/fa/pages/?cid=549>
- گرین ورژن. (۱۳۸۸). بازیابی ۵ دی از:  
<http://greenversion.wordpress.com/2009/12/16/6>
- گوگل. (۲۰۰۹). بازیابی ۲۷ مهر از:  
[http://www.google.ca/search?hl=en&q="13+aban"&start=10&sa=N](http://www.google.ca/search?hl=en&q=)
- گویا نیوز. (۱۳۸۸). بازیابی ۲۰ آذر از :  
<http://news.gooya.com/politics/archives/2009/12/098158.php>
- گویا نیوز. (۱۳۸۸). بازیابی ۲۰ آذر از :  
<http://news.gooya.com/politics/archives/2009/12/098248.php>
- گویا نیوز. (۱۳۸۸). بازیابی ۲۰ آذر از :  
<http://news.gooya.com/politics/archives/2009/12/098159.php>
- مرکز تحقیقات همشهری. (۱۳۸۸). بازیابی ۱۱ دی از :  
<http://www.hccmr.com/news-495.aspx>
- میانه. (۱۳۸۸). بازیابی ۲۰ دی از :  
<http://www.mianeh.net/fa/articles/?aid=0101>
- نیوز پارسا. (۱۳۸۸). بازیابی ۱۹ دی از:  
<http://newsparsa.com/fa/pages/?cid=694>
- وبلاگ آریانا. (۱۳۸۸). بازیابی ۷ بهمن از:  
<http://aryana-girl.blogspot.com/1388/10/08/post-2>
- وبلاگ آی تی. (۱۳۸۸). بازیابی ۱۵ آبان از :  
<http://it.myjigi.com/1388/03/social-networks-1>
- وبلاگ بی نام. (۱۳۸۸). بازیابی ۱ دی از:  
<http://binam7.blogspot.com/2009/12/blog-post.html>
- وبلاگ دولت ملی. (۱۳۸۸). بازیابی ۳۰ دی از:  
[http://dolatemelli.blogspot.com/2010/01/22\\_29.html](http://dolatemelli.blogspot.com/2010/01/22_29.html)
- وبلاگ سینمگ. (۱۳۸۸). بازیابی ۳ بهمن از :  
[http://sinmag.blogspot.com/2010/01/blog-post\\_7229.html](http://sinmag.blogspot.com/2010/01/blog-post_7229.html)
- وبلاگ ماونتورسا. (۱۳۸۸). بازیابی ۴ آذر از:  
<http://mountorsa.blogfa.com/post-652.aspx>
- وبلاگ مرثیه. (۱۳۸۸). بازیابی ۲۶ آذر از:  
<http://marsieh.mihanblog.com/post/15>
- ورد پرشیا. (۱۳۸۸). بازیابی ۶ مهر از :  
<http://www.worldpersia.com/forum/viewtopic.php?f=3&t=15470>
- ویدئو گوگل. (۲۰۰۹). بازیابی ۳ دسامبر از :  
[http://video.google.ca/videosearch?hl=en&q="13%20aban"&um=1&ie=UTF-8&sa=N&tab=vv](http://video.google.ca/videosearch?hl=en&q=)
- یک فتحی. (۱۳۸۸). بازیابی ۱۵ آبان از :  
<http://1fathi.wordpress.com/2008/01/08/social-networkd>

یوتیوب.(۲۰۱۰).بازیابی ۳ ژانویه از:

<http://www.youtube.com/watch?v=GrtvAo-jrlk>  
<http://www.youtube.com/watch?v=nVjqewNANCY&feature=related>  
<http://www.youtube.com/watch?v=7CkoWURazkc&feature=related>  
<http://www.youtube.com/watch?v=TC-AJnJiEmQ&feature=related>

یوتیوب.(۲۰۰۹). بازیابی ۱۸ دسامبر از :

<http://www.youtube.com/watch?v=LcGMccZtabM>  
<http://www.youtube.com/watch?v=IFjCopCqS8I>  
<http://www.youtube.com/watch?v=xM3Gfr6-ef4>  
<http://www.youtube.com/watch?v=5AWdHEiHG4>

یوتیوب.(۱۳۸۸).بازیابی ۸ بهمن از :

<http://www.youtube.com/watch?v=RrpnuWmqwDQ>

America.(۲۰۱۰). بازیابی ۵ ژانویه از :

<http://www.america.gov/st/democracyhrpersian/2010/January/20100115135534esnamfuak0.1866266.html>  
Chrr.(۲۰۰۹). بازیابی ۲ فوریه از :

<http://chrr.us/spip.php?article6905>

Gunaz.(۲۰۱۰). بازیابی ۲۰ فوریه از:

<http://www.gunaz.tv/farsi/xaber-11762?yeni=sayfa>

qiau.(2009). بازیابی ۲ دسامبر از:

<http://www.qiau.ir/printthread.php?tid=1959>



## نگاهی نظری به دیپلماسی عمومی آمریکا

نوشته

دکتر فواد ایزدی \*

ترجمه

محسن بدره

### چکیده

مقاله حاضر چارچوب غالبی را به چالش می‌کشد که همچنان راهنمای اقدامات کنونی دیپلماسی عمومی ایالات متحده آمریکاست و تأکید دارد که این دیپلماسی عمومی بدون تغییرات عمده ساختاری، فاقد مشروعیت اخلاقی است. مروری بر اقدامات دیپلماسی عمومی گذشته آمریکا نشان می‌دهد که این فعالیت‌ها عمدتاً دربرگیرنده جریان یک طرفه ارتباطاتی با تکیه بر مدیریت تصویرسازی بوده‌اند. با استفاده از نظریه‌های هژمونی، متمایز انگاری آمریکایی، شرق‌شناسی، و امپریالیسم فرهنگی، نویسنده به تبیین چارچوبی نظری برای تحلیل دیپلماسی عمومی آمریکا می‌پردازد. بر این اساس، نویسنده بر این عقیده است که دیپلماسی عمومی تنها در صورتی از تبلیغات سیاسی (یا جنگ روانی) فراتر می‌رود که از روش‌های ارتباطاتی دو سویه استفاده کند و در هدف متقارن باشد. به بیان دیگر دیپلماسی عمومی نباید فقط منافع کشور مبدأ را بلکه باید منافع طرفین را تأمین کند. این در حالی‌ست که بسیاری از اندیشمندان، دیپلماسی عمومی کنونی آمریکا را به‌خاطر پیروی از روش‌های ارتباطاتی جنگ سرد که غالباً یک‌سویه بوده‌اند به چالش کشیده‌اند. براساس نظریه دیپلماسی عمومی برتر، تقارن به این معنی است که اگر تغییر منافع مشترک همه را تأمین کند، طرفین (مثلاً دولت آمریکا و مردم کشورهای هدف آن) آماده تغییر دادن رفتار خود باشند. بنابراین، روابط معطوف در دیپلماسی عمومی نباید صرفاً محدود به روابط نمادین (مانند پیام‌های رسانه‌ای)، بلکه باید در برگیرنده روابط حقیقی باشد. پس باید علاوه بر مناسبات دوسویه رسانه‌ای، پیامدهای عملی این مناسبات هم نظرات و هم منافع طرف‌های مقابل را در برگیرد.

کلیدواژه: دیپلماسی عمومی، تبلیغات سیاسی، هژمونی، متمایز انگاری آمریکایی، شرق‌شناسی، امپریالیسم فرهنگی، نظریه روابط عمومی برتر.

## نگاهی نظری به دیپلماسی عمومی آمریکا

در پی حملات ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، ایالات متحده آمریکا بیش از پیش، از دیپلماسی عمومی برای برون‌رفت از مشکلات سیاست خارجی خود و با هدف جذب افکار عمومی جهان و به‌خصوص ملل مسلمان برای همراهی با سیاست‌هایش استفاده کرده است. کمیسیون مشاوره در امور دیپلماسی عمومی آمریکا (The U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy, 2005) دیپلماسی عمومی را به مثابه فرایند «اطلاع‌رسانی، تعامل و تأثیرگذاری بر مردمان کشورهای خارجی به گونه‌ای که بتوانند در مقابل، حکومت‌های خود را ترغیب کرده تا از سیاست‌های کلیدی ایالات متحده حمایت کنند»، تعریف می‌کند (Ibid: 2005). این کمیسیون تصریح می‌کند که هدف مرکزی دیپلماسی عمومی «دفاع از سیاست‌ها» است (Ibid: 2). ایالات متحده بعضاً از دیپلماسی عمومی برای براندازی حکومت‌های مخالف خود، مانند ایران و کوبا، نیز استفاده کرده و می‌کند. دیپلماسی عمومی شامل فعالیت‌های رسانه‌ای برون‌مرزی دولتی، برنامه‌های فرهنگی، آموزشی و اطلاعاتی و تبادلات بین مردمی است.

محققان هنگام نقد مشروعیت و تأثیرگذاری فعالیت‌های دیپلماسی عمومی آمریکا، دو رویکرد متمایز را در پیش گرفته‌اند. گروهی از منتقدان عملکرد آمریکا در این عرصه، پدیده دیپلماسی عمومی را تنها به مثابه یک فعالیت تصویرسازی دیده و عنوان می‌کنند که تغییرات تاکتیکی، مهارتی، و اجرایی اثربخشی آن را بهبود خواهد بخشید (Izadi, 2007). تغییرات پیشنهاد شده براساس این روال، شامل ارزیابی نظام‌مند اثربخشی عملیات‌های دیپلماسی عمومی (Djerejian, 2003) و افزایش بودجه نظرسنجی افکار عمومی خارجی می‌شود (Ibid).

گروه دیگری از پژوهشگران، چارچوب غالبی را که همچنان رشته اقدامات دیپلماسی عمومی کنونی آمریکا را در دست دارد، به چالش می‌کشند و اصرار دارند که این نوع دیپلماسی عمومی، بدون تغییرات عمده ساختاری فاقد مشروعیت اخلاقی است و در به‌دست آوردن حمایت بین‌المللی از سیاست‌های خارجی آمریکا بی‌تأثیر خواهد بود (Zaharna, 2003). به عقیده این پژوهشگران «تلاش‌های دیپلماسی عمومی کنونی (آمریکا) که در خاورمیانه اجرا می‌شوند»، «با تأکیدی که بر مشیت و مال دادن اذهان عموم، به جهت ساختن یک تصویر و تغییر عقاید آن‌ها در رابطه با آمریکا دارد»، «تجسمی از جریان یک‌طرفه ارتباطات در اولین برنامه‌های توسعه است» (Dutta-Bergman, 2006). پژوهشگران برای یک رهیافت دیپلماسی عمومی که چنین تغییرات ساختاری را مورد توجه قرار می‌دهد، اصطلاحات متفاوتی را به کار می‌برند. از این میان، می‌توان به دیپلماسی عمومی جدید (Melissen, 2005 & R. fitzpatrick, 2007)، دیپلماسی عمومی مبتنی بر گفت‌وگو (Riordan, 2005)، و دیپلماسی عمومی با مرکزیت فرهنگ (Bergman, 2006)، دیپلماسی عمومی شبکه‌محور (Zaharna, 2005)، و آن‌گونه از دیپلماسی که تمام طرف‌های درگیر را مورد توجه قرار می‌دهد اشاره کرد (Hocking, 2005 & Kurbalija and Katrandjiev, 2006). این رویکرد جایگزین «مبنی بر منظری از همزیستی

صلح‌آمیز بوده و در پی آن است تا از رهگذر فرایند گفت‌وگوی دوجانبه، تهدیدهای امنیت جهانی را به حداقل برساند» (Bergman, 2006: 118).

همسو با منتقدان گروه دوم، این مقاله می‌کوشد تا چشم‌اندازی از نظریه‌های مختلف ارائه دهد که نقاط ضعف رفتار دیپلماسی عمومی آمریکا را تبیین می‌کنند. در ادامه، مقاله حاضر به شرح فرایندهای لازم برای یک دیپلماسی عمومی اخلاقی و تأثیرگذار می‌پردازد. در اینجا تاریخچه کوتاهی از دیپلماسی عمومی آمریکا به عنوان پیش زمینه بحث مذکور ارائه می‌شود.

## تاریخچه دیپلماسی عمومی

### دیپلماسی عمومی ایالات متحده از جنگ جهانی اول تا یازده سپتامبر

جنگ جهانی اول تولد «نهاده‌ی کردن حرفه‌ای انگاره» را به همراه داشت (Melissen, 2005: 4). تیلور مدعی است که تبلیغات سیاسی در کشورهای غربی، «تا اندازه زیادی در نتیجه افراط‌های جنگ جهانی اول (۱۹۱۴-۱۹۱۸)» دارای یک معنای تحقیرآمیز و پست شد (Tylor, 81). با منفی شدن معنای تبلیغات سیاسی در اذهان عمومی، دولت‌ها از به کارگیری این واژه برای توصیف برنامه‌های تبلیغی خود اجتناب کردند. دیپلماسی عمومی حسن‌تعبیری شد برای تبلیغات سیاسی. نلسون تبلیغات سیاسی را به مثابه «شکلی منظم از اقناع هدفمند که تلاش دارد تا عواطف، نگرش‌ها، افکار، و اعمال یک مخاطب هدف مشخص شده را برای اهداف ایدئولوژیک، سیاسی، یا تجاری با انتقال پیام‌های یک پهلوان (که ممکن است واقعی باشند یا نباشند) و از طریق مجراهای رسانه‌ای جمعی و مستقیم، تحت تأثیر قرار دهد» تعریف می‌کند (Nelson, 1996: 232). این‌گونه، تبلیغات سیاسی تنها نیت و منفعت منبع پیام یعنی تبلیغ‌کننده را در نظر می‌گیرد. دیپلماسی عمومی آمریکا منطبق با تعریف نلسون از دیپلماسی عمومی است؛ زیرا هدف مرکزی آن «ترویج سیاست‌ها» با استفاده از روش‌های ارتباطاتی مخفی و آشکار است (U.S Advisory commission on public Diplomacy, 2005: 2).

دیپلماسی عمومی از جنگ جهانی اول، هنگامی که وودرو ویلسون، رئیس‌جمهور وقت آمریکا، کمیته اطلاعات عمومی را به ریاست جورج کریل ایجاد کرد، همواره یک ابزار سیاست خارجی در ایالات متحده بوده است. هدف این سازمان، که به تعبیری دیگر «کمیته کریل» نیز خوانده می‌شد، این بود که در نقاط مختلف جهان، اهداف جنگی آمریکا را از یک مقبولیت عام برخوردار سازد (Tuch, 1900). به گونه‌ای اساسی‌تر، چنانچه عنوان کتاب کریل (ما چگونه آمریکا را تبلیغ کردیم؛ نخستین حکایت از داستان شگفت‌انگیز کمیته اطلاعات عمومی که بشارت آمریکایی‌گرایی را به هر گوشه‌ای از جهان برد) نیز نشان می‌دهد (Greel, 19920)، این نهاد هدف خود را گسترش آمریکایی‌گرایی در سراسر عالم قرار داد. فرانکلین روزولت، رئیس‌جمهور وقت، دفتر اطلاعات جنگ را در آغاز جنگ جهانی دوم تأسیس و صدای آمریکا را نیز

در فوریه ۱۹۴۲ راه‌اندازی کرد. بعداً حکومت ایالات متحده رادیو آزادی و رادیو اروپای آزاد را تأسیس کرد. این شبکه‌های رادیویی، شهروندان اتحاد جماهیر شوروی و اروپای شرقی را، علاوه بر مردم کشورهای که رابطه دوستانه‌تری با آمریکا در اروپای شرقی و یا هر جای دیگری داشتند، هدف قرار می‌دادند. امروزه حکومت ایالات متحده ایستگاه‌های زیر را نیز تأمین مالی می‌کند: رادیو فردا برای ایران، رادیو/تلویزیون مارتی برای کوبا، رادیو آسیای آزاد، و تلویزیون الحره و رادیو ساوا (هر دو برای کشورهای عربی). این ایستگاه‌های رادیویی و تلویزیونی همه تحت نظارت هیئت امنای شبکه‌های رادیو-تلویزیونی دولتی ایالات متحده Broadcasting Board of Governors (BBG) بوده و از طریق بودجه‌های مصوب کنگره تأمین مالی می‌شوند (Izadi, 2007).

درحالی که پخش بین‌المللی برنامه‌های رادیو-تلویزیونی برای تأثیر مستقیم بر مردم کشورهای دیگر مورد استفاده قرار می‌گیرد، برنامه‌های فرهنگی و آموزشی برای اثر گذاشتن بر «نخبگانی که بنابر عقیده این سیاست‌گزاران، بر افکار عمومی مؤثر واقع می‌شوند» به کار گرفته می‌شود (Gilboa, 2001: 4). از سال ۱۹۴۶ تا کنون برنامه‌های آموزشی و تبادلی، عنصر مهمی از دیپلماسی عمومی ایالات متحده بوده و اکنون نیز توسط دفتر امور فرهنگی و آموزشی وزارت خارجه تنظیم می‌شود. این برنامه‌ها شامل برنامه تبادل فول‌برایت، برنامه بازدیدکنندگان بین‌المللی، برنامه‌های تبادل شهروندی، برنامه‌های آموزش زبان انگلیسی، و برنامه‌های فرهنگی می‌شوند.

مولکاهی در مطالعه خود درباره دیپلماسی فرهنگی و برنامه‌های تبادلی آن بین سال‌های ۱۹۳۸ تا ۱۹۷۸، به‌طور مستند نشان می‌دهد که چگونه دیپلماسی فرهنگی آمریکا با هدف مقابله با فعالیت‌های فرهنگی نازی و کمونیستی به وجود آمد (Mulcahy, 1999). او معتقد است که فعالیت‌های فرهنگی آموزشی آمریکا باید نه به دنبال گمراه کردن افکار عمومی بوده و نه واسطه ادامه یافتن روال اخیر سیاسی باشند (Ibid: 25). مولکاهی معتقد کسانی است که به جای توجه به فهم متقابل واقعی، همیشه «ملاحظات سیاسی کوتاه مدت» را در نظر می‌گیرند (Cultural Diplomacy in the Post-Cold war Word, 1999: 3).

قانون بحث‌برانگیز تبادل اطلاعاتی و آموزشی ایالات متحده سال ۱۹۴۸ که به عنوان قانون اسمیت-موندت نیز شناخته شده است، تبلیغات سیاسی را قانونی، اما استفاده داخلی از آن را ممنوع کرد (U.S Information and Educationl Exchang Act of 1948: 1948). ترومن، رئیس‌جمهور آمریکا، در سال ۱۹۵۰ «عملیات تبلیغاتی حقیقت» را برای مبارزه با تبلیغات سیاسی کمونیسم راه‌اندازی کرد. در سال ۱۹۵۳، آیزنهاور رئیس‌جمهور وقت، دستور ایجاد آژانس اطلاعاتی ایالات متحده را صادر کرد. درحالی‌که مسئولیت اجرای تبلیغات سیاسی مخفی به سی‌ای‌ای داده شده بود، یواس‌ای‌ای باید برنامه‌های ارتباطات عمومی مانند پخش بین‌المللی رادیو-تلویزیونی و برنامه‌های دفترهای فرهنگی و اطلاع‌رسانی ایالات متحده در کشورهای

خارجی را مدیریت می‌کرد (wang, 2007: 21-30). با این حال، همزمان یواس‌آی‌ای درگیر فعالیت‌های مخفی در زمینه دیپلماسی عمومی نیز بود (Osgood, 2002).

بروز جنگ سرد، انتقال فرهنگی را به عنوان یک عنصر مهم در سیاست خارجی ایالات متحده نهادینه کرد، چیزی که از آن به دیپلماسی فرهنگی تعبیر می‌شود. از طریق تبلیغات سیاسی فرهنگی، ایالات متحده سعی در ترویج سبک زندگی آمریکایی، تجلیل از ارزش‌ها و راه و رسم لیبرال دموکراسی، و دفاع از سرمایه‌داری مصرفی داشت (Gienow, 2002). ظهور صنایع فرهنگی و بنگاه‌های رسانه‌ای فراملی در دوره پس از جنگ جهانی اول، یک جریان مداوم یک‌سویه از محصولات فرهنگی را به سمت جهان سوم به راه انداخت. این اقدامات از آنچه که نای آن را «قدرت نرم» می‌نامد، بهره گرفتند (Nye, 2004). چنانکه ذکر شد، قدرت نرم به توانایی یک کشور برای جذب کردن، بر مبنای جاذبه افکار و ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی، و سیاسی خود اشاره دارد (Melissen, 2005). در این زمینه، وی‌آی‌ای یکی از حربه‌های اصلی تأثیرگذاری بود. برنامه‌های دیپلماسی عمومی ایالات متحده اساساً ایده‌ی رؤیای آمریکا را در مقابل جهان متروک و غم‌افزای کمونیسم شوروی تبلیغ می‌کرد. فیلم‌های هالیوودی، موسیقی، و دیگر کالاهای فرهنگی تولید انبوه شده، ابزارهای دیگری برای چنین کاری بودند. در راستای این سیاست، دولت‌های ایالات متحده به‌طور فعال «با مذاکرات تجاری و از میان برداشتن موانع تجارت»، صدور فیلم‌های هالیوودی را مورد حمایت قرار داد (Wasko, 2003: 214). به‌طوری که واسکو بیان می‌کند، صنعت فیلم در حفاظت از کسب داخلی و جهانی خود، «حمایت و کمک قابل ملاحظه‌ای از حکومت ایالات متحده دریافت می‌کند» (Ibid: 213).

یواس‌آی‌ای «طرح‌های کنترل رسانه‌ای» را نیز پی‌گیری می‌کرد تا تأثیرات پخش صدای آمریکا را تقویت کند. این طرح‌ها طراحی شده بودند تا رسانه‌های خبری بومی را با ترویج خبرها، گذاشتن برنامه‌هایی بر روی کانال‌های تلویزیونی، و استفاده از تماس‌های شخصی برای تأثیرگذاری بر دیدگاه‌های روزنامه‌نگاران خارجی، تحت نفوذ قرار دهند. تماس‌های شخصی برای تحت نفوذ درآوردن رهبران فکری نیز استفاده می‌شد. در این راستا، یواس‌آی‌ای با پنهان نگاه داشتن منبع پیام‌های خود، مشغول یک تبلیغات سیاسی سیاه یا مخفی شد. یواس‌آی‌ای، علاوه بر تکیه بر همکاری‌های تقویت‌کننده‌ی روزنامه‌نگاران خارجی، از همکاری خصوصی نیز بهره می‌گرفت. همکاری خصوصی شامل استفاده از سازمان‌های غیردولتی آمریکایی، بنگاه‌های تجاری، و شهروندان معمولی در کاروان تبلیغاتی برای ترویج یک تصویر مثبت از ایالات متحده بود (Osgood, 2002).

غیر از برنامه‌های دیپلماسی عمومی اغلب مخفی یواس‌آی‌ای، عملیات‌های جنگ روانی مخفی سی‌آی‌ای، برای راهبرد دیپلماسی عمومی ایالات متحده در قبال جنگ سرد اهمیت داشت. ایالات متحده تلاشی را برای ایجاد رابطه مستقیم با مردم اتحاد جماهیر شوروی و نیز مردم کشورهای اقماری آن، از طریق رادیو اروپای آزاد (که در ۱۹۵۰ راه‌اندازی شد) و رادیو

آزادسازی (که در ۱۹۵۳ راه‌اندازی شد و در ۱۹۶۴ نام آن به «رادیو آزادی» تغییر یافت) که توسط سی‌آی‌ای اداره می‌شدند، صورت داد. هدف چنین تلاشی، فراهم کردن یک ضدتبلیغات سیاسی در مقابل پیام‌های ضدآمریکایی در اروپای شرقی و اتحاد جماهیر شوروی بود. برای پنهان نگاه داشتن این حقیقت که این ایستگاه‌ها توسط سی‌آی‌ای اداره می‌شدند، این گونه تظاهر می‌شد که تعدادی از بنیادها منبع پخش برنامه از این ایستگاه‌ها هستند (F.Krugler, 2000).

سی‌آی‌ای در کنار برنامه‌سازی رادیویی خود، بسیاری از اقدامات مخفی دیپلماسی عمومی شامل یارانه دادن به اتحادیه‌های کارگری غیر کمونیستی، روزنامه‌نگاران، احزاب سیاسی، سیاست‌مداران، و گروه‌های دانشجویی را نیز انجام می‌داد. از اقدامات این نهاد در اروپای شرقی می‌توان به تولید ده‌ها مجله، سازماندهی تعداد زیادی کنفرانس بین‌المللی، تأمین مالی انتشار تعداد بی‌شماری از کتاب‌ها، و ... اشاره کرد. این فعالیت‌ها تحت پوشش کنگره آزادی فرهنگی که تحت حمایت سیا بود انجام می‌شد (Saunders, 2000). سی‌آی‌ای همچنین تعدادی عملیات مخفی برای تصرف در روند مسائل سیاسی در کشورهایی مثل ایران، گواتمالا، شیلی، کوبا، و عراق را به عهده گرفت (Osgood, 2002). کودتای سازمان داده شده سیا در ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ علیه دولت محمد مصدق از مصادیق بارز این دخالت‌هاست. تبلیغات سیاسی ی اغواگرانه و سراسر دروغ‌محور تأمین شده توسط سی‌آی‌ای، علت اصلی موفقیت این کودتا بود (J.Gasiorowski, 2004).

پیشینه عملکرد دیپلماسی عمومی آمریکا نشانگر آن است که اگر چه این روش دیپلماسی عمومی لزوماً اغواگرانه و غیرصادقانه نیست، تعهدی هم به حقیقت ندارد. از آن روست که با دیدگاه «هدف وسیله را توجیه می‌کند»، دستگاه دیپلماسی عمومی آمریکا هرگونه استفاده از دروغ و اطلاعات فریبکارانه (تبلیغات سیاسی سیاه) و پنهان‌کاری درباره منبع پیام‌هایش (تبلیغات سیاسی خاکستری) را مجاز می‌شمارد. در مواقعی هم به استفاده گزینشی واقعیات (تبلیغات سیاسی سفید) بسنده می‌کند (Ellul, 1965). در حقیقت، دیپلماسی عمومی آمریکا همواره در پی کارایی بیشتر بوده است و در این عرصه در بسیاری از مواقع صداقت و حقیقت را قربانی این هدف کرده است. کانینگهام از این مقوله با عنوان استفاده ابزاری از حقیقت یاد می‌کند (B.Cunningham, 2002). با چنین رویکرد سودمندگرایانه‌ای به اخلاق، در محاسبات دیپلماسی عمومی آمریکا، اعتبار اهمیت بیشتری نسبت به حقیقت پیدا کرده است (Plaisance, 2005).

## دیپلماسی عمومی ایالات متحده، پس از یازده سپتامبر

پس از حملات تروریستی یازده سپتامبر ۲۰۰۱، بسیاری در داخل و خارج از حکومت ایالات متحده خواستار احیای مجدد دیپلماسی عمومی آمریکا شدند (Critchlow, 2003). زاهارنا می‌نویسد پس از یازده سپتامبر، «کارگزاران حکومت ایالات متحده در یورش برای بردن پیام آمریکا به خارج از مرزها، درست از همان رویکرد، ابزارها، و بینشی که پیش‌تر برای مبارزه با کمونیسم به کار می‌بردند، در مبارزه با تروریسم استفاده می‌کنند» (Zaharna, 2005). در دوم اکتبر ۲۰۰۱، کالین پاول، چارلوت بی‌یرز، متصدی سابق آژانس تبلیغات تجاری جی. والترو تامپسون و رئیس تیم قدرتمند جهانی روابط عمومی آگیلوی و ماترز را به عنوان معاون دیپلماسی عمومی وزیر امور خارجه منصوب کرد. پاول در بیانی که به موجب آن، گزینه مورد قبول خود برای تبلیغ پیام‌های آمریکا در خارج را مشخص می‌کرد، گفت: «او من را وادار کرد تا برنج عمود بین را بخرم. بنابراین هیچ اشکالی در به کارگیری کسانی که می‌دانند چگونه باید چیزی را بفروشد، وجود ندارد (Grove, 2002: 3).

در سال ۲۰۰۲، بی‌یرز از نخستین عملیات تبلیغاتی بین‌المللی آمریکا با عنوان «ارزش‌های مشترک» پرده برداشت. مستندهای کوتاه که از نوامبر تا دسامبر ۲۰۰۲ ادامه یافتند، روی آنتن چندین ایستگاه تلویزیونی منطقه‌ای قرار گرفتند. متقاعد کردن مسلمانان به این مطلب که جنگ علیه تروریسم، جنگ علیه اسلام نیست، هدف این مستندهای کوتاه بود. شورای مسلمانان آمریکا برای شناخت، این عملیات تبلیغاتی را تأیید کرد. بی‌یرز این شورا را در می ۲۰۰۲ به عنوان یک سازمان غیردولتی برای «ایجاد یک گفت‌وگوی مثبت میان ایالات متحده و کشورهای اسلامی تأسیس کرده بود. ملک حسن، رئیس این شورا، آن را به «شورایی که توسط حکومت تأسیس نشده ولی از حکومت بودجه می‌گیرد» تعریف کرد» (Fakhreddine). مخفی بودن منبع اصلی آگهی‌های تبلیغاتی (یعنی، حکومت ایالات متحده) این آگهی‌ها را به نمونه‌هایی از تبلیغات سیاسی خاکستری که پیام در آن به منظور افزایش اعتبار، به یک منبع مستقل فرضی نسبت داده شده است، تبدیل کرد.

این آگهی‌های ویدئویی با اعلان ارزش‌های مشترک بردباری، آزادی مذهبی، خدمات اجتماعی، و آموزش، مسلمانان را به گونه‌ای تصویر کردند که به نظر بیاید در ایالات متحده شادمان زندگی می‌کنند (Heider, 1958). نظریه تعادل هایدل این مطلب را که چرا این عملیات تبلیغاتی بر ارزش‌های مشترک تأکید داشت، توضیح می‌دهد. نظریه تعادل، اقناع‌کنندگی پیام‌هایی را که مبتنی بر همانندی میان منبع و مخاطب هدف است، برجسته می‌کند. طبق این نظریه، مردم این انگیزه را دارند که نگرش‌های همسانی نسبت به دیگر مردم و به‌طور کلی موضوعات داشته باشند. «مردم تمایل دارند کسانی را که نشانه‌هایی مشابه از خود بروز می‌دهند، دوست داشته باشند، زیرا این کار در آن‌ها سبب تقویت تعریفی که از خود دارند می‌شود و کمکشان می‌کند تا دیگران مشابه را فهمیده و پیش‌بینی کنند» (K.Burgoon, 2002: 446).

این نظریه همچنین پیش‌بینی می‌کند که مردم نسبت به محرکی که شبیه یک دیگر محبوب است نگرش مثبت و برعکس نسبت به محرکی که با یک دیگر نامحبوب همانند است نگرش منفی دارند (Ibid). پلی زنس تحلیلی از ویژگی‌های این اقدام که درباره ارزش‌های مشترک صورت گرفته، انجام داده است. وی در این تحلیل به این نتیجه می‌رسد که عملیات تبلیغاتی ارزش‌های مشترک، کاستی‌های اخلاقی جدی داشته است (Plaisance, 2005). نقادی او مبتنی بر استفاده گزینشی این عملیات تبلیغاتی از حقیقت و نیز شیوه رفتار با مسلمانان به عنوان وسیله‌ای برای مقاصد سیاست خارجی است.

تنها چهار کشور اندونزی، مالزی، پاکستان و کویت حاضر بودند این آگهی‌ها را از کانال‌های تلویزیونی دولتی خود پخش کنند. در خاورمیانه چندین کشور از جمله مصر و اردن از پخش این برنامه‌ها خودداری کردند. بی‌یرز در یک مصاحبه تلویزیونی با جیم لهر در ۲۱ ژانویه ۲۰۰۳ در برنامه «ساعت خبر» شبکه پی‌بی‌اس، رغبت نداشتن این کشورها نسبت به پخش آگهی‌ها را این‌گونه توصیف کرد: «احتمالاً به این علت باشد که آن‌ها این برنامه‌ها را تبلیغات سیاسی به حساب می‌آورند». وزارت خارجه، درست چند ماه قبل از اینکه آمریکا به عراق حمله کند، عملیات تبلیغاتی ۱۵ میلیون دلاری خود را رها کرد. در ۲۷ فوریه ۲۰۰۳، بی‌یرز در مقابل کمیته دیپلماسی عمومی سنا حاضر شد. او شکاف میان مفهوم آمریکا از خود و دیدگاه مسلمانان نسبت به آمریکا را همچون شکافی که «به‌گونه‌ای موخس، بزرگ باشد» توصیف کرد. یک هفته بعد، بی‌یرز به علت بیماری از سمت خود استعفا داد.

«اقدام دیپلماسی عمومی آمریکا به وضوح نتیجه عکس داده بود» (Zaharna, 2005: 1). به نظر می‌رسد این نتیجه‌گیری قابل قبول باشد که رویکرد سیاسی هدفمند عملیات تبلیغاتی، ارزش‌های مشترک و تأکید آن بر انگاره‌سازی، کار را خراب‌تر کرده بود. معاونان وزیری که پس از بی‌یرز در زمان ریاست جمهوری بوش به این سمت برای دیپلماسی عمومی منصوب شدند یعنی مارگارت توتویلر، کارن هیوز، و جیمز گلاسمن سیاست‌هایی را در پیش گرفتند که اثربخش نبودن آن‌ها در تغییر دادن قلوب و اذهان مردم در خاورمیانه به اثبات رسیده است. با وجود بیش از هفت سال دیپلماسی عمومی مفراط، نظرسنجی‌ها یکی پس از دیگری نشان می‌دهند که سیاست‌های بین‌المللی، به‌ویژه آن‌هایی که مربوط به خاورمیانه بوده‌اند، دیدگاه منفی مستحکمی را در این منطقه در رابطه با ایالات متحده و سیاست‌های آن به وجود آورده‌اند (Wike, 2008).

در حالی که ثبات ضد آمریکایی‌گرایی در جهان می‌تواند نشانه ناکارآمدی دیپلماسی عمومی آمریکا باشد، این مسئله نشانگر مشکل ریشه‌ای‌تری نیز هست. به نقل از پارمار «مقیاس بالای ضدآمریکایی‌گرایی شاید از دید نخبگان سیاست خارجی آمریکا — یعنی کاخ سفید، شورای امنیت ملی، پنتاگون، وزارت امور خارجه و تینک‌تک‌های روابط خارجی همسو و گروه‌های مشاور سیاست‌گذاری — تاکنون هزینه‌ای نسبتاً پایین ارزیابی شده باشد که ارزش پرداختن دارد



(Parmar, 2007: 240). ضد آمریکایی‌گرایی نه به عنوان مشکل آمریکا بلکه به عنوان یک مشکل خارجی دیده می‌شود که تاکنون منجر به رویارویی جدی در مقابل سیاست‌های خارجی آمریکا در سطح کشورها و نخبگان آنان نشده است (Griffiths, 2006). پرمار نتیجه می‌گیرد که دیپلماسی عمومی در آمریکا «برای این منظور طرح‌ریزی شده است که افکار عمومی، کنگره، منتقدان رسانه‌ای، و اپوزیسیون سیاسی را رام کند نه به عنوان یک تلاش جدی برای رفع مشکل که نیازمند اصلاح یا رها کردن سیاست‌های آمریکاست.» بی‌شک سیاست‌های ضداستکباری جمهوری اسلامی ایران و تلاش آن برای ایجاد جبهه‌ای از کشورهای مستقل در مقابل این سیاست‌ها، امری ناخوشایند برای دولتمردان آمریکاست که می‌تواند این معادله را به هم بزند.

### چارچوب‌های نظری

نای دیپلماسی عمومی را همچون ابراز «قدرت نرم» - قدرتی اقناعی مبتنی بر جاذبه‌های قوی خود که برای جلب موافقت عمومی طراحی شده است - می‌بیند (Nye, 2004: 5). قدرت نرم آمریکا عبارت است از «توانایی این کشور برای جذب دیگران با مشروعیت‌بخشی به سیاست‌های ایالات متحده و ارزش‌هایی که اساس این سیاست‌ها هستند» می‌باشد (Ibid: 3). براین اساس، قدرت نرم تنها «به‌خاطر یک مقبولیت گذرا اهمیت ندارد؛ بلکه ابزاری برای رسیدن به نتایجی است که ایالات متحده خواستار آن است» (Ibid: 3). اکنون به‌طور فزاینده قدرت‌های بزرگ لازم می‌بینند برای کنترل محیط سیاسی، منابع قدرت خود را ورای منابع نظامی به سمت منابع قدرت نرم گسترش دهند؛ چیزی که پروفیسور حمید مولانا از آن به عنوان منابع «ناملموس قدرت» یاد می‌کند (Mowlana, 1996: 73).

پارمار و فرگوسن معتقدند که قدرت نرم، ذاتاً تکمیل‌کننده قدرت سخت است (Parmar, 2005). مخصوصاً پارمار اصرار دارد که مسئله دیپلماسی عمومی ایالات متحده را پس از یازده سپتامبر باید در متن و زمینه «خصیصه امپراطوری‌مآبی و توسعه‌طلبانه قدرت جهانی آمریکا» دید (Ibid: 241). بر این اساس که قدرت نرم، تحقق فعالیت‌های امپراطورمنشانه ایالات متحده و تلاش‌های او در بالابردن سلطه جهانی خود را تسهیل می‌کند، چنین دیدگاهی یک چشم‌انداز گرامشی‌مآبانه از قدرت هژمونیک را در خود دارد (Gramsci 1891-1937). از همین قرار، دیپلماسی عمومی آن‌گونه که توسط نخبگان سیاست خارجی ایالات متحده عملی شده است، به عنوان ابزار اقناعی دولت برای تحقق بخشیدن به منافع فراملی ایالات متحده دیده می‌شود (Parmar, 2005).

به عقیده گرامشی، گروه‌های حکمران در جوامع دموکراتیک، سلطه را از طریق فرایند دوگانه تحمیل و اقتناع به دست می‌آورند (Gramsci, 1971). هژمونی در قدرتمندترین شکل خود، مردم را مجبور نمی‌کند تا سلطه کشور سلطه‌طلب را با کینه بپذیرند، بلکه به آن‌ها تحمیل

می‌کند تا ارزش‌های هژمونیک را به آسانی به عنوان ارزش‌هایی که نسبت به ارزش‌های نظام بومی برتری دارند، بپذیرند.

نیروهای اقناعی که عمدتاً از طریق رسانه‌ها و فرایندهای فرهنگی - آموزشی عمل می‌کنند با ماندگار کردن یک ایدئولوژی غالب که در خدمت منافع گروه حاکم قرار دارد، یک نظام هژمونیک را ثابت نگه می‌دارند. اینجا ایدئولوژی به «شیوه‌هایی که از آن طریق، معانی منتقل شده توسط قالب‌های نمادین، به بنیان گذاشتن و نگه‌داشتن روابط قدرت کمک می‌کنند» تعریف شده است (Oktar, 2001: 320). دو نظریه متمایز انگاری آمریکایی و شرق‌شناسی نظام ارزشی دیپلماسی عمومی آمریکا را تغذیه می‌کنند. متمایز انگاری آمریکایی از یک سو بر فضیلت‌های آمریکایی تکیه دارد و از سوی دیگر فهم شرق‌شناسی آمریکا این فضیلت‌ها را با ضدارزش‌های طرف‌های متخاصم مقایسه می‌کند.

### متمایز انگاری آمریکایی و شرق‌شناسی

این باور که آمریکا یک تافته جدا بافته است یا همان «متمایز انگاری آمریکایی»، تا اندازه زیادی جوهره توصیف دیپلماسی عمومی در چارچوب قدرت نرم است و تاکنون توجیه اصلی دیپلماسی عمومی فعال و تهاجمی آمریکا که شامل استفاده آن از رسانه‌های جمعی نیز می‌شود، بوده است (McEvoy-levy, 2001). متمایز انگاری آمریکایی به این اشاره دارد که برتری اخلاقی، خاستگاه‌های منحصر به فرد انقلابی و دموکراتیک، ساختار اجتماعی، میراث فرهنگی و مذهبی و ارزش‌های ایالات متحده، سیاست‌های آن را مشروعیت می‌بخشند (Tyrrell, 1991). به همین دلیل، آمریکا مانند «مدینه فاضله» در نسبت با دیگر کشورها و قدرت‌های جهان، در یک موقعیت اخلاقی بالاتر قرار داده شد بنابراین وظیفه الگوهای آمریکایی اندیشه، افکار و ارزش‌های لیبرال دموکراتیک و نظام سیاسی را در باقی جهان داراست. متمایز انگاری آمریکایی در مقابل، منجر به ایجاد یک دید شرق‌شناسانه نسبت به دیگر فرهنگ‌ها شده است که بر آن مبنا دنیایی دوگانه از «ما» علیه «آنها» به وجود آمده است.

پژوهشگرانی چون سعید (Said, 1978)، سردار (Sardar, 1999)، کریم (Karim, 2000)، مک‌فای (Macfie, 2000)، و لیتل (Little, 1945) شرق‌شناسی را همچون ایدئولوژی مسلطی که اساس نگرش‌های غربی در قبال «خاورمیانه» را تشکیل می‌دهد، ملاحظه می‌کنند. شرق‌شناسی یک گفتمان هر چند ظاهراً پیچیده، اما بسیار مؤثر غربی است که طبق آن، شرق به نحو مؤثری به مثابه «دیگری» شناسانده شده است؛ جهانی با فرهنگی از پستی و فاقد خصوصیات انسانی. سعید این‌گونه بحث می‌کند که گفتمان شرق‌شناسی با منافع سیاسی و اقتصادی قدرت‌های غربی در غلبه بر خاورمیانه پیوند نزدیکی دارد. شرق‌شناسی یک گفتمان فراگیر (هر چند نه جهان‌شمول) است که ارزش‌های فرهنگی شرق را تنزل داده و می‌تواند برای توجیه مرئوسیت و «مادون انگاری اقتصادی و سیاسی شرق» به کار آید (Said, 1978).

یک ویژگی اصلی گفتمان شرق‌شناسی اتکای آن بر زبان دودویی است (Ibid). به باور سعید، شرق‌شناسی همچون سبکی از اندیشیدن است. یک جهان‌بینی غربی دوگانه‌بین و مبتنی بر «یک تمایز هستی‌شناختی و معرفت‌شناختی» است که در یک «دیگری» به نحو اجتماعی ساخته شده، میان به اصطلاح شرق و غرب ظهور کرده است (Ibid: 2). سردار می‌گوید که یک چنین دوگانه‌بینی «برای غرب نیروی زنده هویت‌بخشی به‌خود است» (Sardar, 1999: 13). شرق‌شناسی علاوه بر استفاده از یک زبان دوگانه‌انگارانه، برخی خصیصه‌ها و مشخصه‌های معین را برای جهان اسلام تعمیم بخشیده، و گفتمانی را به کار می‌برد که به موجب آن این خصایص و مشخصات برای جهان اسلام ذاتی و ماهوی نمایانده می‌شوند (Said, 1978). سعید منتقد شمار بسیاری از نویسندگان، رمان‌نویسان، روزنامه‌نگاران، فلاسفه، نظریه‌پردازان سیاسی، مورخین، اقتصاددانان، و کارگزاران سلطنتی است که این تمایز دوگانه‌انگارانه خاور/بختری را به عنوان بنیان کارهای خود در رابطه با شرق پذیرفته‌اند. از نظر او، ویژگی تعیین‌کننده کارهای این افراد یک «غریب‌انگاری» یک شخصیت بخشی ضد‌مدرن و محکوم کردن آن‌ها به یک «پستی اجتماعی» است.

سعید در تعریف شرق‌شناسی، اشاره می‌کند که آنچه روابط دنیای غرب با خاورمیانه را شکل می‌دهد نگرش عمومی و بینش سیاست خارجه است. بر این اساس، این‌گونه داوری می‌شود که دیپلماسی عمومی ناگزیر تحت‌تأثیر پیش‌فرض‌های شرق‌شناسانه قرار دارد. در نتیجه، این سبک از اندیشیدن به کار مشروعیت بخشیدن به غلبه غرب بر منطقه می‌آید. شرق‌شناسی، ذاتاً، مربوط به روابط قدرت‌هاست. این ایده مبتنی بر این اندیشه فوکو است که دانش قدرت را تولید و به آن نیروی دوباره می‌دهد (Foucault, 1977). غرب با شرق‌شناسی، جهان‌بینی‌های دیگر را کوچک جلوه می‌دهد. برای مثال، اندیشه‌هایی مثل توسعه، اصلاحات و شکلی از دموکراسی که نماینده اراده عموم است، همه براساس ارزش‌های مختص به غرب تعریف شده‌اند؛ ارزش‌هایی که قابلیت عالمگیر کردن آن‌ها مفروض دانسته شده است.

مک الیستر ماهیت بازنمایی‌های غرب از خاورمیانه را از ۱۹۴۵ تا ۲۰۰۰ پی گرفته است. او تصورات قالبی موجود در ترسیم چهره‌ای از خاورمیانه را که اکنون در میان نخبگان وجود دارد پیدا می‌کند (McAlister, 1945-2000). بازنمایی‌های شرق‌شناسانه که از طریق رسانه‌های جمعی در فیلم و دیگر محمل‌های ارتباطی دیگر صورت پذیرفته است، همین چشم‌انداز شرق‌شناسانه را به مردم نیز منتقل کرده است. وگان Vaughan در مطالعه خود از شکست تبلیغات سیاسی آمریکا و بریتانیا در جهان عرب، در سال‌های ۱۹۴۵-۱۹۵۷، این واقعیت را که پروپاگانداست‌های ایالات متحده و بریتانیا روابط خود با جهان عرب را در چارچوبی شرق‌شناسانه تدارک دیده بودند، نشان می‌دهد (Vaughan, 1945-57). این دیدگاه در مورد ملی‌گرایی عربی و تعارض اعراب با اسرائیل بسیار تند بود. این پیش‌فرض‌ها و پیش‌داوری‌ها بر رسانه‌های نخبگان و نیز سیاست‌گذاران ایالات متحده تا امروز تأثیر گذاشته است. از دید سعید،

دلیل این امر ساده است؛ شرق‌شناسی تقریباً در عمق جان همه «کارشناسان خاورمیانه که به سیاست‌گذاران» ایالات متحده مشاوره می‌دهند جای گرفته است (Said, 1978: 321). با این حال، این یافته‌ها نباید تنوع نظرگاه‌های مختلفی را که در بحث‌ها و مناظرات سیاسی در واشنگتن ارائه شده‌اند انکار کند.

ادیب مقدم (Adib-Moghaddam, 2008) هم‌نوا با سعید، (Said, Caving Islam) بازنمود شرق‌شناسانه از ایران پس از انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷ را مورد مناسبی در این زمینه ارزش‌یابی می‌کند. سوء‌بازنمایی‌های روزنامه‌نگارانه و کارشناسانه درباره ایران در آمریکا، پیش‌داوری‌های شرق‌شناسانه از این کشور را پس از این انقلاب تغذیه کردند. مک‌الیستر مدعی است که از رویدادهای انقلاب ۱۳۵۷ ایران تاکنون، تهدید «اسلام» و «تروریسم» منطق فرهنگی سیاست خارجی ایالات متحده را تأمین کرده است (McAlister, 1945-2000). اگرچه ایران یک کشور عربی نیست، اما به نظر مک‌الیستر، «احساسات ضد ایرانی در ایالات متحده به شدت از طریق بازنمایی‌هایی که در دهه ۱۹۷۰ از خاورمیانه عربی صورت گرفته بود، به ویژه به‌وسیله انگاره «تروریسم عربی» اشاعه داده شد» (Ibid). همین‌طور، نگارنده و سقای بی‌ریا در مطالعه خود پیرامون پوشش سرمقاله‌ای سه روزنامه برجسته ایالات متحده از برنامه هسته‌ای ایران، نشان می‌دهند که چگونه بازنمایی سوء از ایران، در تفسیرهای شرق‌شناسانه از اسلام به عنوان تهدیدی که حاکی از بی‌اعتمادی فرهنگی بود، ریشه داشت (Izadi, 2007).

ادیب مقدم رویکرد «ایدئولوژیک، غیرمحققانه و جدلی» (Adib-Moghaddam, 2008: 7) به آنچه که او «مطالعات پاپ ایران» (Ibid). در غرب می‌خواند را نقد کرده و از لزوم به وجود آمدن مطالعات انتقادی ایران سخن می‌گوید. او معتقد است فقدان یک رویکرد انتقادی به مطالعات ایران به علت لازم نبودن آن نیست؛ بلکه به این دلیل است که بسیاری از دانشمندان تولید فکر، روزنامه‌نگاران، فعالان سیاسی، نویسندگان و نیز دیگرانی که در استانداردهای آکادمیک نمی‌گنجند، با دادن این اطمینان خاطر به متقاضیان خود در این رابطه که آن‌ها تاریخ، مردمان مختلف، انقلاب‌های قدرتمند، و فی‌الواقع واقعیت جمعی این ۷۰ میلیون نفوس را می‌دانند و ایران را می‌شناسند، به کسب‌وکاری با عنوان ایران مشغول شده‌اند. بدون اینکه خواننده را در جریان این واقعیت بگذارند که مقدار بسیار زیادی از تحلیل‌شان مبتنی بر مواد تجربی یک بعدی، روایتی زیبایی‌شناختی و توصیفی روزنامه‌نگارانه و حکایت‌وار است (Ibid).

### امپریالیسم فرهنگی

می‌توان گفت مادامی که شرق‌شناسی و متمایزنگاری آمریکایی، اساس ایدئولوژیک دیپلماسی عمومی آمریکا هستند، این پروسه منجر به امپریالیسم فرهنگی می‌شود. میرلیس همچنین بر این عقیده است که تهاجم فرهنگی آمریکا به عنوان یک راهبرد دیپلماسی عمومی به مثابه امپریالیسم فرهنگی است (Mirrlees, 2006).

استفاده از رسانه‌های جمعی به عنوان وسیله‌ای برای انتقال فرهنگی را می‌توان برای ایالات متحده، به عنوان عنصری از حمایت و ترویج طرح‌های دموکراتیک‌سازی، به مثابه ابزاری برای جلوگیری از پیشروی کمونیسم یا اسلام‌گرایی ضدآمریکایی در کشورهای جهان سوم تحلیل کرد. «نظریه نوسازی»، وقوع شکست‌ها را در فرایند توسعه به عوامل درونی مانند ارزش‌های اجتماعی و ساختارهای سنتی (که فی‌نفسه یک نقطه نظر شرق‌شناسانه است) نسبت می‌دهد. در مقابل، نظریه وابستگی توسعه نیافتگی را با ارجاع به روابط نابرابر میان جوامع توسعه‌یافته و توسعه‌نیافته توضیح می‌دهد.

در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم، و به مجرد اینکه بسیاری از کشورها، در آسیا، آفریقا، و آمریکای لاتین اعلام استقلال کردند، مسئله توسعه در جهان سوم به یک موضوع عمده در اقتصاد تبدیل شد. روستو پنج مرحله از رشد اقتصادی را که از جامعه سنتی شروع شده و به جامعه‌ای با مصرف انبوه خاتمه می‌یابد بیان کرده است (Rostow, 1960). فرضیه روستو متکی به اندیشه‌ای است که قائل به یک اسلوب یکسان از توسعه است؛ اسلوبی که الگوهای تاریخی توسعه را از ملت‌های صنعتی شده غرب تقلید می‌کرد. رویکردهای مشابه به مقوله توسعه، در دیگر علوم اجتماعی از جمله ارتباطات ظاهر شدند. السمار مدعی است که دانشمندان علوم اجتماعی آمریکا به‌طور شفاف مفهومی از نوسازی را بیان کردند که به موجب آن در صورتی که کشورهای در حال توسعه شیوه سنتی زندگی خود را تغییر داده و فناوری‌ها و ارزش‌های ملل توسعه یافته را کسب می‌کردند، نابرابری‌های اقتصادی جهانی اصلاح می‌شد (Elasmar, 2003). به نظر السمار حکومت ایالات متحده این نظریه را به عنوان مبنای راهبردهای توسعه، حمایت و تأمین مالی کرد.

متفکرین آمریکایی رسانه‌های جمعی مانند دانیل لرنر (Lerner, 1963)، و ویلبر شرآم (Schramm, 1974). رسانه‌های جمعی را به مثابه مجراهایی آرمانی برای ترویج نوسازی غرب‌محور در کشورهای جهان سوم دیدند. لرنر و شرآم، رسانه‌های جمعی را به عنوان ابزارهایی مفید برای نوسازی می‌دیدند. آن‌ها این‌گونه استدلال می‌کردند که رسانه‌ها مردم را به اطلاعاتی که برای توسعه یافتن نیاز دارند مجهز می‌کنند، به آن‌ها انگیزه برای دگرگونی می‌دهند و فنونی را که برای ایجاد تغییر به آن نیاز دارند، به آن‌ها می‌آموزند. مبتنی بر این دیدگاه، جریان محصولات تفریحی مانند فیلم، موسیقی و تلویزیون به القاء برتری سبک غربی نوسازی بر سبک‌های سوسیالیستی و کمونیستی کمک کردند. این رسانه‌های تفریح‌محور برای نشان دادن زندگی پررونقی که نوسازی متعهد آن شده بود طراحی شده بودند.

حکومت ایالات متحده این خط پژوهشی را از طریق نظرسنجی‌هایی که خود بانی آن بود، حمایت و تأمین مالی می‌کرد (Elasmar, 2000). توسو بر طبیعت سیاسی این تحقیقات اشاره می‌کند. وی به ویژه وابستگی لرنر به بخش رفاه روانی ارتش آمریکا در زمان جنگ جهانی دوم را خاطرنشان می‌کند. کشورهایی که لرنر برای نظرسنجی انتخاب می‌کرد (یعنی ترکیه، لبنان،

مصر، سوریه، اردن و ایران) می‌تواند نشان‌دهنده تحقیق درباره رفتار شنیداری رادیویی منطقه مجاور اتحاد جماهیر شوروی باشد (Thussu, 2000: 45). توسو همچنین می‌گوید که نظریه نوسازی به همراه فشار برای جریان آزاد اطلاعات، راه را برای «انتقال نظرات حکومت آمریکا به مخاطبان بین‌المللی» باز کرد (Ibid: 42). واقعیت شکست خورده یک چنین الگویی از توسعه، باعث شد تا دیگر دانشمندان اجتماعی، نظریه نوسازی را مورد ملاحظه‌ای دوباره قرار دهند. این محققین، نظریه خوشبینانه نوسازی را با نظریه وابستگی جایگزین کردند. هدف این «زدگفتن» چنانکه بوید - بارت آن را این‌گونه می‌خواند، این بود که نشان دهد چگونه قدرت‌های غربی با انحصاری کردن بازارهای جهان‌سوم - که چندی از طریق جریان آزاد اطلاعات حاصل شد - و با هزینه کردن منافع کشورهای جهان‌سوم، برای افزایش منافع خود استفاده می‌کنند (Boyd-Barrett, 1997). این اندیشه جدید در میان شماری از پژوهشگران، حکومت فدرال را به خاطر بازی کردن نقشی کنترل‌کننده و یک جانبه در توسعه اقتصادهای ضعیف‌تر در جهان، مورد نقادی قرار داد (Gienow-Hecht, 2002). پژوهشگران با ترویج نظریه وابستگی فرهنگی (که امپریالیسم فرهنگی نیز نامیده می‌شود) امپریالیسم رسانه‌ای را به مثابه اسلوب جدیدی از غلبه، برای تقویت وابستگی کشورهای جهان سوم و بازداشتن آن‌ها از توسعه یافتن (اگرچه نادانسته) می‌بینند (Schiller, 1969 & Dorfman and Mattelart, 1971 & Smythe, 1987).

پروفسور حمید مولانا الگویی از وابستگی رسانه‌ای بین‌المللی را که در آن درجه وابستگی یا استقلال یک کشور بر اساس دو بعد فناوری و ارتباطات محاسبه می‌شود، طرح می‌کند. محور تکنولوژی این مدل در برگیرنده تقابل میان سخت‌افزار تکنولوژیک در مقابل نرم‌افزار بوده، و محور ارتباطات آن تقابل میان تولید و توزیع را در بر می‌گیرد. کشورهای کمتر توسعه یافته جهان سوم غالباً برای تولید محصولات فرهنگی، وابسته به کشورهای غربی - و در اصل ایالات متحده - اند. به عقیده پروفسور مولانا، شکستن این قالب وابستگی به خاطر اتکای تکنولوژیک کشورهای جهان سوم بر کشورهای غربی در رابطه با سخت‌افزارهای تولید (مانند استودیو، چاپخانه و ...) و نرم‌افزارهای آن (مانند محتوای واقعی، حقوق نمایش محصولات، مدیریت، و ...) و نیز سخت‌افزار توزیع (مانند دستگاه‌های فرستنده، ماهواره‌ها، و ...) و نرم‌افزار آن (مانند تبلیغات، بازاریابی، و ...) تقریباً ناممکن است (Molana, 1985). در نتیجه، وابستگی رسانه‌ای تنها منحصر به محتوای فرهنگی نیست؛ بلکه دربرگیرنده شرایط وابستگی‌های چندگانه در جریان اطلاعات از کشورهای مرکز به کشورهای پیرامون است (Ibid)، البته اگر بخواهیم از اصطلاحات گالتونگ استفاده کنیم (Galtung, 1971).

منتقدین نظریه نوسازی و جریان آزاد اطلاعات برای تأیید نظر خود از دو راه استفاده می‌کنند. یک گروه از منتقدین، روندهای تاریخی پیش از جنگ جهانی دوم را به کار می‌گیرند تا به وسیله آن شباهت‌های میان رویکردهای قدرت‌های استعماری و اقدامات ایالات متحده را نشان دهند. در هر دو مورد، منتقدین این‌گونه بحث می‌کنند که محور و هدف این تلاش‌ها

دگرگون کردن فرهنگ‌های کشورهای در حال توسعه برای شبیه کردن آن‌ها به فرهنگ کشور قدرتمندتر است. یکی از دلایل این مخالفان این است که ایالات متحده در حال توطئه چیدن به منظور ایجاد یک جو فرهنگی دوستانه برای بالابردن منافع اقتصادی خود است. این نظریه پردازان با استفاده از شواهد تاریخی، نوسازی را در چارچوبی شبیه به استعمار عصر پیش از جنگ جهانی دوم قرار می‌دهند. این منتقدین همچنین مقاصد دانشمندان علوم اجتماعی آمریکا را که مروج ایده نوسازی بوده‌اند، زیر سؤال می‌برند. این واقعیت که این دانشمندان، با اشتیاق در حال گردآوری داده‌هایی درباره تأثیرات اقدامات صورت گرفته در جهت نوسازی بوده‌اند، به عنوان شاهی بر تبانی آن‌ها با دولت ایالات متحده در نظر گرفته می‌شود (Elasmar, 2003).

در حالی که قدرت‌های استعماری عمدتاً از سرکوب و تحمیل برای محو کردن و یا تحت انقیاد درآوردن فرهنگ‌های بومی استفاده می‌کردند، عصر سلطه جدید از اواخر قرن نوزدهم با رویکردی به مظاهر اقناعی انتقال فرهنگی همراه بود. پیشرفت‌های تکنولوژیک و آموزش رسمی، بسیاری از مردم بومی را به سبک زندگی و اندیشیدن اروپایی جذب کرد (Lansford, 2007). در نتیجه، می‌توان این‌گونه بحث کرد که امپریالیسم فرهنگی با شروع این دوره، برای تحقق بخشیدن به سلطه فرهنگی، ابزارهای اقناعی را به اشکال قدیمی‌تر تحمیل افزود. گروه دیگری از پژوهشگران امپریالیسم فرهنگی، روی مستنداتی متمرکز می‌شوند که خصوصیت یک‌جانبه و انحصاری بودن جریان اطلاعات از ایالات متحده به سمت کشورهای در حال توسعه را نشان می‌دهد. گزارش یونسکوی نوردسترنگ و واریس در سال ۱۹۷۴ کار اولیه‌ای است که نشان می‌دهد چگونه محصولات فرهنگی آمریکا نه تنها بازارهای جهان سوم، بلکه نمای فرهنگی کشورهای اروپایی را نیز تحت نفوذ قرار داده‌اند (Nordenstreng and Varis, 1974). به عقیده مولکاهی، سیل محصولات آمریکایی در کانادا باعث این نگرانی مهم درباره «امکان نجات یک سبک ملی زندگی که از سبک آمریکایی اقتباس نشده باشد» شده است (Mulcahy, 2002: 267).

جریان تقریباً انحصاری و یک‌سویه محصولات فرهنگی از ایالات متحده به اطراف جهان، هنوز هم در خلق یک تصویر مثبت از ایالات متحده در سطح جهان موفق نبوده است. ممکن است این امر به خاطر جهت‌گیری اساساً تفریحی این محصولات باشد. چنانکه دفلور در مطالعه خود دریافت، «تصویرهای منفی آمریکاییان در محصولات تفریحی [ساخته شده توسط ایالات متحده] که در خارج دیده می‌شوند»، به علت محتوای غیراخلاقی و پر از خشونت آن، نگرش‌های ضدآمریکایی را در میان جوانان کشورهای مسلمان و غیرمسلمان ترویج می‌دهند (Mulcahy, 2002: 267). همچنین، چنانچه پیش‌تر نیز بیان کردیم، مردم کشورهای مختلف جهان مخالفت‌هایی را با سیاست‌های خارجی ایالات متحده ابراز می‌دارند (Wike, 2006)، که در حقیقت بر ضداثرش‌هایی است که ایالات متحده بر آن‌ها تأکید می‌کند. از این مهم‌تر، سلطه

اطلاع‌رسانی احتمال مقاومت از سوی مخاطب را از بین نمی‌برد. به‌خصوص، مسئله این است که در محیط ارتباطی کنونی، فناوری‌های ارتباطی جدید، فرصت‌های بی‌نظیری را برای شنیدن صداهای مختلف فراهم کرده‌اند.

در حالی که متمایزآنگاری آمریکایی، شرق‌شناسی و امپریالیسم فرهنگی چارچوب‌های نظری مناسبی برای ارزیابی عملکرد دیپلماسی عمومی آمریکا در گذشته و حال هستند، گفت‌وگو و تقارن منافع، چارچوب‌های دیگری برای یک دیپلماسی عمومی مبتنی بر اخلاق را ارائه می‌دهند.

### دیدگاه‌های دیپلماسی عمومی اخلاقی

محققین معتقدند دیپلماسی عمومی باید برای فرارفتن از تبلیغات سیاسی، دربرگیرنده ارتباطات دوسویه باشد (Snow, 2006). ملیسن خاطرنشان می‌کند «دیپلماسی عمومی از آن جهت که تلاش دارد مردم را اقناع کند تا به نحو خاصی فکر کنند، شبیه تبلیغات سیاسی است، اما از طرف دیگر چون دیپلماسی عمومی به حرف‌هایی که مردم برای گفتن دارند نیز گوش فرا می‌دهد، اساساً با تبلیغات سیاسی متفاوت است» (Melissen, 2005: 18). او می‌گوید تاکنون رویکردهای حکومت ایالات متحده به دیپلماسی عمومی، یک گفت‌وگوی واقعی را به بار نیاورده است. دیپلماسی عمومی می‌تواند به جای مدیریت انگاره‌های مردم هدف، با تبعیت از الگوی روابط عمومی متقارن دوسویه، آن‌ها را به گفت‌وگو کردن ترغیب کند (Grunig and Grunig, 1992). محققین روابط عمومی بر اهمیت ایجاد روابط درازمدت با طرف‌های مقابل از طریق راهبردهای ارتباطات دوسویه و داشتن دیدگاهی متقارن به عنوان چارچوبی ماندگار برای دیپلماسی عمومی اخلاقی، تأکید می‌کنند (Fitzpatrick, 2007: 187-217). فیتزپاتریک «اخلاقی، قابل قبول بودن و نیز استلزامات عملی فلسفه‌های دیپلماسی عمومی و نیز اعمالی که براساس میل خودخواهانه به کسب قدرت در ارتباط با مخاطبان دیپلماسی عمومی صورت می‌پذیرد، زیر سؤال می‌برد» (Ibid: 1). او تصریح می‌کند دیپلماسی عمومی متقارن دوسویه، منافع ملت مبدأ را در حالی که به طرف‌های مقابل خود احترام می‌گذارد، تا آخرین حد ممکن افزایش خواهد داد. علاوه بر این، کوهت معتقد است که اثربخشی تلاش‌های ارتباطاتی ایالات متحده در گرو سیاست‌هایی است که منافع ملت‌های جهان را نیز به حساب بیاورد (Kohut).

### مبحث دیپلماسی عمومی جدید

پژوهشگران ایجاد یک دگرگونی در شیوه اعمال دیپلماسی عمومی را لازم می‌دانند. برای مثال زاهارنا عنوان می‌کند که مشکل ساختار دیپلماسی عمومی جاری ایالات متحده، پافشاری بر انتشار اطلاعات و در دست گرفتن محیط ارتباطی است (Zaharna, 2003). او پیشنهاد می‌کند «شبکه، الگوی جدیدی از اقناع در عرصه بین‌الملل است و به عنوان یک پارادایم جدید برای



دیپلماسی عمومی اثربخشی آمریکا را تعیین خواهد کرد» (Ibid). به طور مشابه، دیگر دانشگاهیان اظهار می‌دارند که پیشرفت‌های این رشته، تا اندازه‌ای یک دیپلماسی عمومی «جدید» را حاصل آورده که اساساً با تبلیغات سیاسی متفاوت است (Vickers, 2004: 21-30).

ملیسن مهم‌ترین تمایز میان دیپلماسی عمومی سنتی با دیپلماسی عمومی جدید را جهت‌گیری ارتباط می‌داند (Melissen, 2005). در حالی که به لحاظ سنتی، دیپلماسی به طور کلی، و دیپلماسی عمومی به طور خاص، در یک «الگوی سلسله‌مراتبی دولت محور» از روابط بین‌الملل دیده می‌شد، دیپلماسی عمومی جدید در یک «محیط شبکه‌ای» عمل می‌کند، به نحوی که مردم فعالانه در دادن و گرفتن پیام مشارکت می‌کنند (Ibid: 12). این امر شاهدی بر لزوم دادن یک نقش دیپلماسی عمومی کارساز به عوامل غیردولتی مانند سازمان‌های مردم‌نهاد است.

به باور هاکینگ در یک الگوی سلسله‌مراتبی، «وزارت خارجه و نظام دیپلماتیک ملی، در حیطه‌ای که سرپرستی آن را بر عهده دارد، با نظارت بر تعاملات میان محیط‌های سیاسی بین‌المللی و داخلی، به مثابه دروازه‌بانان عمل می‌کنند» (Hockinh, 2005: 35). هاکینگ ادامه می‌دهد ایالات متحده رویکرد دیپلماسی عمومی پس از یازده سپتامبر خود را با چنین ذهنیت «از بالا- به پایین»ی اتخاذ کرده است. این واقعیت در دستورالعمل‌های مشخص شده برای بهبود دیپلماسی عمومی یعنی تخصیص منابع بیشتر و هماهنگی بهتر، مشهود است. الگوی شبکه‌ای دیپلماسی عمومی نیازمند فرارفتن از انتشار یک‌سویه اطلاعات برای ملت‌های خارجه است؛ حرکتی به سوی یک تعامل که بیشتر مبتنی بر گفت‌وگو با جمعیت‌های هدف باشد.

### دیپلماسی عمومی متقارن دوسویه

پژوهشگران دیپلماسی عمومی برای مدتی بیش از ۲۵ سال، به بحث درباره اهمیت ارتباطات دوسویه و تعادل در منافع به منظور بنانهادن رابطه‌ای قوی میان یک سازمان و مردمی که با آن در ارتباطند، پرداخته‌اند. در این روند، آن‌ها الگوهایی متقارن را برای روابط عمومی موفق توسعه داده‌اند (Signitzer and Coombs, 1992: 139-54). به علاوه، طبق آنچه سیگنیتزر و کومبز در مطالعه تطبیقی‌شان بر روی دیپلماسی عمومی و روابط عمومی اظهار می‌کنند، مقصد هر دوی این‌ها به لحاظ مفهومی شبیه به هم است. از این رو به نظر می‌رسد بررسی آن بخش از ادبیات روابط عمومی که متناسب با دیپلماسی عمومی باشد، برای محققین دیپلماسی عمومی جدید سودمند باشد؛ زیرا بسیاری از عناصر دیپلماسی عمومی جدید با عناصر دیپلماسی عمومی برتر همخوانی دارد.

لدینگهام بر این عقیده است که مدیریت رابطه باید به عنوان نظریه عمومی روابط عمومی عمل کند (Ledingham, 2003 & Ledingham and Berning, 2000). جی. گرونینگ، ال. گرونینگ و اهلینگ بر این باورند که بنانهادن روابط با کیفیت که می‌تواند از طریق تطبیق اهداف سازمان با انتظارات طرف‌های راهبردی مقابل انجام گیرد، مبنای برتری در رشته روابط

عمومی است (Grunig, 1992). آن‌گونه که ملیسن می‌نویسد «درسی که دیپلماسی عمومی می‌تواند از رشته روابط عمومی - که بعضاً درست فهمیده نشده است - بگیرد، این است که نیرومندی روابط مستحکم، تا اندازه زیادی دریافت و موفقیت پیام‌ها و نگرش‌های کلی را تعیین می‌کند» (Melissen, 2005: 21).

گرونینگ و هانت برای مفهوم‌پردازی کارهایی که در چارچوب دیپلماسی عمومی انجام می‌گیرند، یک گونه‌شناسی چهار الگویی از این کارها ارائه می‌کنند: ارگان مطبوعات/تبلیغات، اطلاعات عمومی، نامتقارن دوسویه و متقارن دوسویه (Grunig and Hunt, 1984). این الگوها بر اساس دو متغیر اصلی جهت و هدف ارتباط، مفهوم‌پردازی شده‌اند. متغیر جهت شامل ارتباط یک سویه و دوسویه است. در الگوهایی که ارتباط در آن‌ها جهت‌گیری یک‌سویه دارد، روابط عمومی به انتشار و پخش اطلاعات مربوط می‌شود. در الگوهای دوسویه، روابط عمومی مربوط به تبادل اطلاعات است. چنانکه یون مطرح می‌کند، «یک سویه به معنی پخش اطلاعات است، در صورتی که دوسویه به معنی تبادل آن می‌باشد» (Yun, 2006:293). متغیر هدف نیز حاکی از این است که تأثیرات ارتباطی منجر به تعدیلی در منافع می‌شوند یا خیر (یعنی تقارن داشته و یا نداشته باشند). به تعبیر یون، «متقارن به تأثیرات ارتباطی بر هر دو طرف ارتباط اشاره دارد، یعنی همکاری و تشریک مساعی. در حالی که نامتقارن به معنی تأثیر یک جانبه یعنی ترویج کردن است (Ibid). این دو متغیر اساسی یعنی جهت‌گیری و هدف، غایت ارتباطی روابط عمومی را مشخص می‌کنند: یعنی کنترل کردن در مقابل سازگاری. همچنین آن‌ها نقش ارتباطی روابط عمومی را مشخص می‌کنند: ترویج دادن و انتشار در مقابل واسطه‌گری. علاوه بر این، این دو متغیر استفاده و یا عدم استفاده سازمان‌ها از پژوهش و چگونگی استفاده از آن را نشان می‌دهند.

الگوی کارگزاری مطبوعات دربرگیرنده برنامه‌های روابط عمومی‌ای است که «فقط به هدف جلب شهرت مطلوب برای یک سازمان در رسانه‌های جمعی و غالباً به طریقی گمراه‌کننده صورت می‌گیرند» (Grunig, 1993: 143). در الگوی اطلاعات عمومی، هدف روابط عمومی پخش اطلاعات درست، آن هم فقط اطلاعات درستی که مطلوب تبلیغ‌کنندگان باشد، با هدف تغییر رفتار عموم است. هدف مدل دوسویه نامتقارن، اقناع بوده و این مدل سرمشق سازمان‌هایی است که از پژوهش علوم اجتماعی برای ایجاد پیام‌ها استفاده می‌کنند؛ پیام‌هایی که نگرش‌های مخاطبان را جذب کند. هدف تمام الگوهای نامتقارن تغییر دادن رفتارهای مردمان و نه رفتار سازمان‌هاست. مدل متقارن دوسویه مبتنی بر پژوهش و تلاش برای مدیریت تعارض از طریق مذاکره با مردمانی است که از جایگاهی راهبردی برخوردارند (Ibid: 143-45).

الگوی متقارن دوسویه ارتباطات یکی از مشخصه‌های تعیین‌کننده کلیدی دپارتمان‌های روابط عمومی برتر است (Ibid: 9).

جی. گرونینگ و ال. گرونینگ در پاسخ به نقدهایی که این نظر را زیر سؤال می‌برد عنوان کردند که الگوی متقارن دوسویه نه مطابقت محض و نه همکاری خالص است (Grunig and Grunig, 1992). «مطابقت کامل با علایق عموم مانند حمایت لجام‌گسیخته از منافع سازمان نامتقارن است» (Grunig and Dozier, 2002: 314).

جی. گرونینگ و ال. گرونینگ بعدها چهار الگوی متمایز نخستین را به دو پیوستار از حرفه روابط عمومی و روابط عمومی تخصصی تغییر دادند (Grunig and Grunig, 1992: 312) آنها خاطرنشان می‌کنند کارهای روابط عمومی گونه‌هایی از اشکال «حرفه روابط عمومی» و «روابط عمومی تخصصی» است (Ibid). پیوستار حرفه روابط عمومی با دو کرانه تبلیغات سیاسی و ژورنالیسم که هر دو از الگوهای یک‌سویه ارتباطی هستند، مشخص می‌شود. همچنین الگوهای دوسویه ارتباطی در طول پیوستاری با یک عدم تقارن محض در یک سر و یک تقارن کامل در سر دیگر آن جای می‌گیرند. چیزی که میان روابط عمومی تخصصی و شیوه حرفه روابط عمومی تمیز می‌دهد، مرکزیت ارتباط دوسویه است.



نگاره ۱ چهار الگوی روابط عمومی، که در دو پیوستار جای گرفته‌اند (Ibid: 313).

یک پارادایم گفت‌وگو محور دیپلماسی عمومی، با تأکید بر شیوه‌های متقارن، ماهیتاً به دنبال جابه‌جایی از حرفه روابط عمومی به سوی روابط عمومی تخصصی است. نلسون و ایزدی اشاره می‌کنند که هرچه دیپلماسی عمومی به هدف متقارن روابط عمومی تخصصی نزدیک شود، این کار باعث تقویت مشروعیت اخلاقی آن خواهد شد. از این‌رو، باید یک دیپلماسی عمومی جدید را از دیپلماسی عمومی قدیم به همان اندازه متمایز بدانیم که از تبلیغات سیاسی یک‌سویه به روابط دوسویه متقارن نزدیک می‌شود.

گرونینگ می‌گوید مسائل روابط عمومی نمی‌تواند تنها از طریق مدیریت انگاره‌ها حل شود (Grunig and Hunt, 1984). روابط عمومی باید به هر دو مقوله روابط نمادین و رفتاری اهمیت

بدهد، و نه فقط به رابطه‌های نمادین (Ibid: 123). او تصریح می‌کند که این رابطه‌های رفتاری مبتنی بر چندین مؤلفه کلیدی‌اند: «پویا در مقابل ایستا، باز در مقابل بسته، درجه‌ای از رضایت که هم سازمان و هم مردم به رابطه‌ای که میان آن‌ها وجود دارد رضایت دارند، توزیع قدرت در رابطه، و دوجانبه بودن فهم، توافق، و وفاق جمعی، اعتماد و اعتبار، و مفهوم عمل متقابل (مقابله به مثل) (Ibid: 135). از این‌رو، مشکل الگوهای اطلاعات عمومی و ارگان مطبوعات، در شیفتگی آن‌ها به روابط نمادین، در حالی که روابط رفتاری را نادیده می‌گیرند، نهفته است.

دیپلماسی عمومی باید علاوه بر روابط نمادین، (مانند روابط موجود در پیام‌های رسانه‌ای)، به روابط رفتاری واقعی نیز اهمیت بدهد (Grunig, Grunig, and Dazier, 2002). از این جهت، نه اینکه فقط ابلاغ پیام‌ها باید حاوی گفت‌وگو باشد، بلکه در توجه به نتایج چنین برقراری ارتباطی، باید دیدگاه‌های طرف مقابل را نیز در عمل مورد ملاحظه قرار داد. بنابراین، اگر ایالات متحده بخواهد با دیپلماسی عمومی دوسویه متقارن با دیگر کشورها تعامل کند، باید هنگام سیاست‌سازی، به بازخوردهایی که از دیگر کشورها دریافت می‌کند اهمیت بدهد.

نلسون و ایزدی بر این عقیده‌اند که پذیرفتن استانداردهای اخلاقی تعهد به حقیقت و دیپلماسی عمومی متقارن دوسویه (یا به تعبیر دیگر دیپلماسی عمومی جدید) برای داشتن یک راهبرد مؤثر در دیپلماسی عمومی، حیاتی است (Nelson and Izadi). دگرگونی‌های ساختاری صرفاً به دلیل ضروریات اخلاقی پیشنهاد نشده‌اند. سازماندهی دوباره در محیط سیاسی پس از جنگ سرد، ازدیاد رسانه‌های جدید، و امکان مشارکت مردمی بیشتر در روابط بین‌الملل به عنوان پیامد این محیط سیاسی جدید، راهبردهای دیپلماسی عمومی جنگ سرد را منسوخ و بی‌اثر ساخته است (Dizard, 2001 & Smyth, 2007 & Nelles, 2004 & Kruckeberg and Vujnovic, 2005). با برخی پیشرفت‌ها در رسانه‌های جدید و جهانی‌سازی فناوری اطلاعات، دیگر سلطه اطلاعاتی برای ایالات متحده ممکن نیست. تبلیغات سیاسی سیاه، یا دیپلماسی عمومی فریبنده، به‌طور فزاینده‌ای بی‌اثر شده است. اگر در گذشته مدت زیادی طول می‌کشید تا دروغ‌های تبلیغات سیاسی سیاه افشا شود، اکنون این امر تقریباً به‌سرعت اتفاق می‌افتد. همچنین، یک دیپلماسی عمومی انگاره‌محور در جوامع بسته می‌تواند بهتر عمل کند. از این‌رو، یک مانع عمده برای برنامه دیپلماسی عمومی ایالات متحده، تأکید آن بر انگاره‌سازی، به‌جای تأکید بر گفت‌وگوی حقیقی و روابط متقارن است (Constantinou, 2006).

## منابع

- Adib-Moghaddam, Arshin. *Iran in World Politics: The Question of the Islamic Republic*. New York: Columbia University Press, 2008.
- Black, Jay. "Semantics and Ethics of Propaganda". *Journal of Mass Media Ethics* 16, no. 2/3 (2001): 121-37.
- Boyd-Barrett, Oliver. "International Communication and Globalization: Contradictions and Directions". In *International Communication and Globalization*, edited by A. Mohammadi, 11-26. Thousand Oaks: Sage Publications, 1997.
- Broom, G. M., S. Casey, and J. Ritchey". Concept and Theory of Organization-Public Relationships". In *Public Relations as Relationship Management: A Rhetorical Approach to the Study and Practice of Public Relations*, edited by J. A. Ledingham and S. D. Bruning, 3-23. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2000.
- "Bureau of Educational and Cultural Affairs". U.S. Department of State, <http://exchanges.state.gov/>.
- "The Code of Athens: The International Code of Ethics of the International Public Relations Association". International Public Relations Association, <http://www.ipra.org/detail.asp?articleid=22>.
- Constantinou, Costas M. "On Homo-Diplomacy". *Space and Culture* 9, no. 4 (2006): 351-64.
- Creel, George. *How We Advertised America; the First Telling of the Amazing Story of the Committee on Public Information That Carried the Gospel of Americanism to Every Corner of the Globe*. New York: Harper & Brothers, 1920.
- Critchlow, James. "Public Diplomacy During the Cold War: The Record and Its Implications". *Journal of Cold War Studies* 5, no. 1 (2003): 75-89.
- Cunningham, S. B. *The Idea of Propaganda: A Reconstruction*. Westport, CT: Praeger, 2002.
- DeFleur, Margaret H. "U.S. Media Teach Negative and Flawed Beliefs About Americans to Youths in Twelve Countries: Implications for Future Foreign Affairs". In *From Pigeons to News Portals: Foreign Reporting and the Challenge of New Technology*, edited by David D. Perlmutter and John Maxwell Hamilton, 89-109. Baton Rouge, LA: Louisiana State University Press, 2007.
- Dizard, Wilson P. *Digital Diplomacy: U.S. Foreign Policy in the Information Age*. Westport, CT: Praeger, 2001.
- Djerejian, Edward P. "Changing Minds, Winning Peace: A New Strategic Direction for U.S. Public Diplomacy in the Arab and Muslim World". Washington, DC: The Advisory Group on Public Diplomacy for the Arab and Muslim World, 2003.
- Dorfman, Ariel, and Armand Mattelart. *How to Read Donald Duck: Imperialist Ideology in the Disney Comic*. New York: International General, 1971.
- Dutta-Bergman, Mohan J. "U.S. Public Diplomacy in the Middle East: A Critical Cultural Approach". *Journal of Communication Inquiry* 30, no. 2 (2006): 102-24.
- Elasmar, Michael G. *The Impact of International Television: A Paradigm Shift*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2003.
- Ellul, Jacques. *Propaganda, the Formation of Men's Attitudes*. New York: Knopf, 1965.

- ExpectMore.gov. "Program Assessment, Public Diplomacy". U.S. Office of Management and Budget, <http://www.whitehouse.gov/omb/expectmore/detail/10004600.2006.html>.
- Fakhreddine, Jihad. "Us Public Diplomacy in Broken Arabic, Evaluating the Shared Values Advertising Campaign Targeting Arab and Muslim Worlds". Pan Arab Research Center (PARC), [http://lass.calumet.purdue.edu/ccaj/gmj/OldSiteBackup/SubmittedDocuments/archivedpapers/fall2003/pdf\\_files/Broken%20Arabic.pdf](http://lass.calumet.purdue.edu/ccaj/gmj/OldSiteBackup/SubmittedDocuments/archivedpapers/fall2003/pdf_files/Broken%20Arabic.pdf).
- Ferguson, Niall. *Colossus: The Rise and Fall of the American Empire*. New York: Penguin Books, 2005.
- Fitzpatrick, K. R. "Advancing the New Public Diplomacy: A Public Relations Perspective". *The Hague Journal of Diplomacy* 2 (2007): 187-211.
- The Ethics of "Soft Power." Examining the Moral Dimensions of U.S. Public Diplomacy". Paper presented at the annual convention of International Studies Association, San Diego, CA, March 2006.
- Foucault, Michel. *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. Translated by Alan Sheridan. New York: Pantheon Books, 1977.
- Galtung, Johan. "A Structural Theory of Imperialism". *Journal of Peace Research* 8, no. 2 (1971): 81-117.
- Gasiorowski, Mark J., and Malcolm Byrne. *Mohammad Mosaddeq and the 1953 Coup in Iran*. Syracuse, NY: Syracuse University Press, 2004.
- Gienow-Hecht, Jessica C. E. "Cultural Imperialism". In *Encyclopedia of American Foreign Policy*, edited by Richard Dean Burns, Alexander DeConde and Fredrik Logevall, 397-408. New York: Charles Scribner's Sons, 2002.
- Gilboa, Eytan. "Diplomacy in the Media Age: Three Models of Uses and Effects." *Diplomacy and Statecraft* 12, no. 2 (2001): 1-28.
- "Public Diplomacy: The Missing Component in Israel's Foreign Policy". *Israel Affairs* 12, no. 4 (2006): 715-47.
- Gramsci, Antonio. *Selections from the Prison Notebooks of Antonio Gramsci*. Translated by Quintin Hoare and Geoffrey Nowell-Smith. New York: International Publishers, 1971.
- Griffiths, Martin. "American Power". In *The Rise of Anti-Americanism*, edited by Brendon O'Connor and Martin Griffiths, 105-20. London: Routledge, 2006.
- Grove, Lloyd. "The Reliable Source". *The Washington Post*, March 7 2002, C3.
- Grunig, J. E. "Image and Substance: From Symbolic to Behavioral Relationships". *Public Relations Review* 19, no. 2 (1993): 121-39.
- Grunig, J. E., and L. A. Grunig. "Models of Public Relations and Communication". In *Excellence in Public Relations and Communication Management*, edited by J. E. Grunig, L. A. Grunig and L. A. Ehling, 285-326. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1992.
- Grunig, J. E., L. A. Grunig, and L. A. Ehling, eds. *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1992.
- Grunig, J. E., and Y. Huang. "From Organizational Effectiveness to Relationship Indicators: Antecedents of Relationships, Public Relationships Strategies and Relationship Outcomes". In *Relationship Management: A Relationship Approach to Public Relations*, edited by J. A. Ledingham and S. D. Bruning, 23-54. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2000.
- Grunig, J. E., and T. Hunt. *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston, 1984.

- Grunig, L. A., J. E. Grunig, and D. M. Dozier. *Excellent Public Relations and Effective Organizations: A Study of Communication Management in Three Countries*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2002.
- Hall, Stuart. "Culture, the Media and the Ideological Effect". In *Mass Communication and Society*, edited by James Curran, Michael Gurevitch and Janet Woollacott, 315-48. London: Edward Arnold, 1977.
- Heath, Robert L. "A Rhetorical Approach to Zones of Meaning and Organizational Prerogatives". *Public Relations Review* 19, no. 2 (1993): 141-55.
- Hocking, Brian. "Multistakeholder Diplomacy: Foundations, Forms, Functions and Frustrations". Paper presented at the International Conference on Multistakeholder Diplomacy, Malta, February 2005.
- Izadi, Foad. "Is Measuring U.S. Public Diplomacy Effectiveness Possible? Revisiting the Debate after 9/11". Paper presented at the annual convention of Association for Education in Journalism and Mass Communication, Washington, DC, August 2007.
- "Post-9/11 U.S. Public Diplomacy: The Case of Iran". Paper presented at the annual convention of National Communication Association, Chicago, IL, November 2007.
- Izadi, Foad, and Hakimeh Saghave-Biria. "A Discourse Analysis of Elite American Newspaper Editorials: The Case of Iran's Nuclear Program". *Journal of Communication Inquiry* 31, no. 2 (2007): 140-65.
- Karim, Karim H. *Islamic Peril: Media and Global Violence*. Montréal: Black Rose, 2000.
- Kimmagine, Daniel, and Kathleen Ridolfo. "Iraqi Insurgent Media: The War of Images and Ideas: How Sunni Insurgents in Iraq and Their Supporters Worldwide Are Using the Media". Radio Free Europe/Radio Liberty, <http://realaudio.rferl.org/online/OLPDFfiles/insurgent.pdf>.
- Knight, G., and T. Dean. "Myth and the Structure of News". *Journal of Communication* 32, no. 2 (1982): 144-61.
- Kohut, Andrew. "How the United States Is Perceived in the Arab and Muslim Worlds: Testimony of Andrew Kohut, United States House of Representatives International Relations Committee, Subcommittee on Oversight and Investigations". <http://pewglobal.org/commentary/pdf/1001.pdf>.
- Kruckeberg, Dean, and Marina Vujnovic. "Public Relations, Not Propaganda, for Us Public Diplomacy in a Post-9/11 World: Challenges and Opportunities". *Journal of Communication Management* 9 (2005): 296-304.
- Krugler, David F. *The Voice of America and the Domestic Propaganda Battles, 1945-1953*. Columbia, MO: University of Missouri Press, 2000.
- Kurbalija, Jovan, and Valentin Katrandjiev, eds. *Multistakeholder Diplomacy: Challenges and Opportunities*. Malta: DiploFoundation, 2006.
- Lansford, Tom. "Imperialism, Cultural". In *Encyclopedia of Western Colonialism since 1450*, edited by Thomas Benjamin, 572-76. Detroit: Macmillan Reference USA, 2007.
- Lasswell, Harold D. "The Structure and Function of Communication in Society". In *The Communication of Ideas*, edited by L. Bryson, 117-30. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1948.
- "The Theory of Political Propaganda". *American Political Science Review* 21, no. 3 (1927): 627-31.
- Ledingham, J. A. "Explicating Relationship Management as a General Theory of Public Relations". *Public Relations Review* 15, no. 2 (2003): 181-98.

- Ledingham, J. A., and S. D. Bruning, eds. *Relationship Management: A Relationship Approach to Public Relations*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2000.
- Lerner, Daniel. *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*. Glencoe, IL: Free Press, 1963.
- Little, Douglas. *American Orientalism: The United States and the Middle East since 1945*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2002.
- Macey, David. *The Penguin Dictionary of Critical Theory*. London: Penguin Books, 2001.
- Macfie, A. L. *Orientalism: A Reader*. New York: New York University Press, 2000.
- McAlister, Melani. *Epic Encounters: Culture, Media, and U.S. Interests in the Middle East, 1945-2000*. Berkeley, CA: University of California Press, 2001.
- McEvoy-Levy, Siobhn. *American Exceptionalism and Us Foreign Policy: Public Diplomacy at the End of the Cold War*. New York: Palgrave, 2001.
- Melissen, Jan. "The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice". In *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, edited by Jan Melissen, 3-27. New York: Palgrave MacMillan, 2005.
- ed. *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. New York: Palgrave MacMillan, 2005.
- Mirrlees, Tanner. "American Soft Power, or, American Cultural Imperialism". In *The New Imperialists: Ideologies of Empire*, edited by Colin Peter Mooers, 199-228. Oxford: Oneworld, 2006.
- Mowlana, Hamid. *International Flows of Information*. Paris: UNESCO, 1985.
- Mulcahy, Kevin V. "Cultural Diplomacy and the Exchange Programs: 1938-1978". *Journal of Arts Management, Law & Society* 29, no. 1 (1999): 7-28.
- "Cultural Diplomacy in the Post-Cold War World". *Journal of Arts Management, Law & Society* 29, no. 1 (1999): 3-4.
- "Cultural Imperialism and Cultural Sovereignty: U.S.- Canadian Cultural Relations". *Journal of Arts Management, Law & Society* 31, no. 4 (2002): 265-79.
- Nelles, Wayne. "American Public Diplomacy as Pseudo-Education: A Problematic National Security and Counter-Terrorism Instrument". *International Politics* 41, no. 1 (2004): 65-93.
- Nelson, Richard Alan. *A Chronology and Glossary of Propaganda in the United States*. Westport, CT: Greenwood Press, 1996.
- Nelson, Richard Alan, and Foad Izadi. "Ethics and Social Issues in Public Diplomacy: Concepts, Controversies, Challenges and Opportunities". In *The Public Diplomacy Handbook*, edited by Nancy Snow and Philip M. Taylor. London: Routledge, forthcoming.
- Nordenstreng, Kaarle, and Tapio Varis. *Television Traffic: A One-Way Street?*, Reports and Papers on Mass Communication, No. 70. Paris: UNESCO, 1974.
- Nye, Joseph S. "The Decline of America's Soft Power". *Foreign Affairs* 83, no. 3 (2004): 16-20.
- Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs, 2004.
- Oktar, Lütfiye. "The Ideological Organization of Representational Processes in the Presentation of Us and Them". *Discourse & Society* 12, no. 3 (2001): 313-46.



- Osgood, Kenneth A. "Propaganda". In *Encyclopedia of American Foreign Policy*, edited by Richard Dean Burns, Alexander DeConde and Fredrik Logevall, 239-54. New York: Charles Scribner's Sons, 2002.
- Parmar, Inderjeet. "Institutes of International Affairs: Their Role in Foreign Policy-Making, Opinion Mobilization and Unofficial Diplomacy". In *Think Tank Traditions: Policy Research and the Politics of Ideas*, edited by Diane Stone and Andrew Denham, 19-33. Manchester: Manchester University Press, 2004.
- "Responding to Anti-Americanism: The Politics of Public Diplomacy". In *Anti-Americanism: History, Causes, and Themes*, edited by Brendon O'Connor and Martin Griffiths, 239-62. Westport, CT: Greenwood World Publishing, 2007.
- Peterson, Peter G., Kathy F. Bloomgarden, Henry A. Grunwald, David E. Morey, Shibley Telhami, Jennifer Sieg, and Sharon Herbstman. "Finding America's Voice: A Strategy for Reinvigorating U.S. Public Diplomacy - Report of an Independent Task Force Sponsored by the Council on Foreign Relations". Washington, DC: Council on Foreign Relations Press, 2003.
- "Pew International Poll: U.S. Image Abroad Needs Work". (2008), <http://elections.foxnews.com/2008/06/12/pew-international-poll-us-image-abroad-needs-work/>.
- Plaisance, Patrick Lee. "The Propaganda War on Terrorism: An Analysis of the United States' 'Shared Values' Public-Diplomacy Campaign after September 11, 2001". *Journal of Mass Media Ethics* 20, no. 4 (2005): 250-68.
- "Public Diplomacy". NewsHour with Jim Lehrer, January 21, 2003, [http://www.pbs.org/newshour/bb/media/jan-june03/diplomacy\\_1-21.html](http://www.pbs.org/newshour/bb/media/jan-june03/diplomacy_1-21.html)
- "Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication". Washington, DC: Office of the Under Secretary of Defense for Acquisition, Technology, and Logistics, 2004.
- Riordan, Shaun. "Dialogue-Based Public Diplomacy: A New Foreign Policy Paradigm". In *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, edited by Jan Melissen, 180-95. New York: Palgrave MacMillan, 2005.
- Rostow, W. W. *The Stages of Economic Growth, a Non-Communist Manifesto*. Cambridge: Cambridge University Press, 1960.
- Rugh, William A. *American Encounters with Arabs: The Soft Power of U.S. Public Diplomacy in the Middle East*. Westport, CT: Praeger Security International, 2006.
- Said, Edward W. *Covering Islam*. New York: Vintage Books, 1981.
- Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How We See the Rest of the World*. New York: Pantheon Books, 1981.
- Culture and Imperialism*. New York: Vintage Books, 1994.
- Orientalism*. New York: Pantheon Books, 1978.
- Sardar, Ziauddin. *Orientalism*. Philadelphia, PA: Open University Press, 1999.
- Saunders, Frances Stonor. *The Cultural Cold War: The Central Intelligence Agency and the World of Arts and Letters*. New York: New Press, 2000.
- Schiller, Herbert I. *Mass Communications and American Empire*. New York: A.M. Kelley, 1969.

- Schramm, Wilbur Lang. "Communication, Innovation and Change". In *The Process and Effects of Mass Communication*, edited by Wilbur Lang Schramm and Donald F. Roberts, 757-60. Urbana-Champaign, IL: University of Illinois Press, 1974.
- Shannon, C. E., and W. Weaver. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1949.
- Signitzer, Benno, and Timothy Coombs. "Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Divergences". *Public Relations Review* 18, no. 2 (1992): 139-54.
- Smyth, Rosaleen. "Mapping U.S. Public Diplomacy in the 21st Century". *Australian Journal of International Affairs* 55, no. 3 (2001): 421-44.
- Smythe, Dallas Walker. *Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness, and Canada*. Norwood, NJ: Ablex Pub. Corp., 1981.
- Snow, Nancy. "U.S. Public Diplomacy: Its History, Problems, and Promise". In *Readings in Propaganda and Persuasion, New and Classic Essays*, edited by Garth S. Jowett and Victoria O'Donnell, 225-41. Thousand Oaks, CA: Sage, 2006.
- Switzer, L., J. McNamara, and M. Ryan. "Critical-Cultural Studies in Research and Instruction". *Journalism and Mass Communication Educator* 3 (1999): 23-42.
- Taylor, Philip M. "Propaganda and Information Operations". *Taiwan Defence Affairs* 2, no. 1 (2001): 80-107.
- Thussu, Daya Kishan. *International Communication: Continuity and Change*. 2nd ed. London: Hodder Arnold, 2000.
- Tuch, Hans. *Communicating with the World*. New York: St. Martin's Press, 1990.
- Tyrrell, Ian. "American Exceptionalism in an Age of International History". *American Historical Review* 96, no. 4 (1991): 1031-56.
- "United States Advisory Commission on Public Diplomacy 2005 Report". Washington, DC: United States Advisory Commission on Public Diplomacy, 2005.
- United States Department of State. "The Network of Terrorism".  
<http://www.911investigations.net/IMG/pdf/doc248.pdf?PHPSESSID=e4c2cc16cd7c632c716bf6354b7c755d>.
- Vaughan, James R. *The Failure of American and British Propaganda in the Arab Middle East, 1945-57: Unconquerable Minds*. New York: Palgrave Macmillan, 2005.
- Vercic, D., and B. van Ruler. "Reflective Communication Management, Future Ways for Public Relations Research". In *Communication Yearbook*, edited by P. J. Kalbfleisch, 239-73. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2005.
- Vickers, Rhiannon. "The New Public Diplomacy: Britain and Canada Compared". *British Journal of Politics and International Relations* 6 (2004): 182-94.
- Wang, Jian. "Telling the American Story to the World: The Purpose of U.S. Public Diplomacy in Historical Perspective". *Public Relations Review* 33, no. 1 (2007): 21-30.
- Wasko, Janet. *How Hollywood Works*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2003.
- Wike, Richard. "America's Image Slips". Pew Research Center, June 13, 2006,  
<http://pewglobal.org/reports/pdf/252.pdf>.

Yun, Seong-Hun. "Toward Public Relations Theory-Based Study of Public Diplomacy: Testing the Applicability of the Excellence Study". *Journal of Public Relations Research* 18, no. 4 (2006): 287-312.

<http://www.fpif.org/pdf/vol8/02diplomacy.pdf>.

Zaharna, Rhonda. "The Network Paradigm of Strategic Public Diplomacy". *Foreign Policy in Focus: Policy Brief*, no. 1 (2005), <http://www.fpif.org/pdf/vol10/v10n01pubdip.pdf>.

"The Unintended Consequences of Crisis Public Diplomacy: American Public Diplomacy in the Arab World". *Foreign Policy in Focus: Policy Brief*, no. 2 (2003).



# جمهوری اسلامی و تنوع فرهنگی یونسکو

بررسی انتقادی کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی

نوشته  
علی جعفری\*

## چکیده

مقاله حاضر ضمن بررسی مبانی نظری و فلسفی پارادایم تنوع فرهنگی یونسکو و نیز اصول حقوقی پشتیبانی‌کننده آن، به نقد کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی می‌پردازد و با اشاره به حرکت رو به رشد انقلاب اسلامی و ساختن جهانی سرشار از معنویت و عدالت، دولت جمهوری اسلامی را از ورود در کنوانسیون نهی می‌کند.

کلید واژه: تنوع فرهنگی، توسعه فرهنگی، کثرت‌گرایی فرهنگی، صلح، توسعه، اعلامیه جهانی تنوع فرهنگی، فرهنگ اسلامی.

## مقدمه

با بروز انتقادات جدی از پارادایم نوسازی و به موازات افزایش بیش از پیش اهمیت متغیر "فرهنگ" در مطالعات ارتباطات توسعه، که به تولد رویکردهای تکثرگرایی فرهنگی منجر شد، در یونسکو، به عنوان معتبرترین نهاد بین‌المللی با کار ویژه "فرهنگ جهانی"، مباحثاتی در این خصوص آغاز گردید. این مباحثات در چارچوب حوزه مطالعاتی "نسبت فرهنگ و توسعه" نضج گرفت و به تولید مفهوم "توسعه فرهنگی" انجامید. از آن پس توسعه فرهنگی به کانون اصلی تلاش‌های نظری و عملی سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد تبدیل شد. این مسئله یونسکو را بر آن داشت تا دهه ۱۹۹۷-۱۹۸۸ را به عنوان دهه جهانی توسعه فرهنگی نامگذاری کند. این دهه شاهد تلاش‌های علمی بسیاری در تبیین رویکرد جدید و ارائه مفاهیم و گزاره‌های تکمیلی بیشتر جهت حمایت نظری از آرمان توسعه فرهنگی بود. بازخوانش

\* دانشجوی دکترای دانشگاه امام صادق (ع)

اهداف فرهنگی یونسکو و بازگشت دوباره به مأموریت اصلی آن در "ایجاد صلح در اذهان مردم با تأکید ویژه بر ارتقای فرهنگ در تنوع بارور آن" در این دهه صورت گرفت. همچنین تدوین و تصویب بخشی از اسناد بنیادین یونسکو در حوزه تبیین جایگاه فرهنگ در مناسبات جهانی و نیز نقش آن در توسعه پایدار کشورها از تلاش‌های دیگر دهه مذکور است. امروزه و پس از گذشت یک دهه از دهه توسعه فرهنگی، فرهنگ به موضوع اصلی فعالیت و مسئله اول مطالعه و بررسی یونسکو تبدیل شده است.

از طرف دیگر تلاش در تبیین توسعه فرهنگی خود به بازتولید و ترویج مفاهیم جدیدتری نیز انجامید که "تنوع فرهنگی" مهم‌ترین آنهاست. تنوع فرهنگی اگرچه از هنگام تأسیس این سازمان در ۱۹۴۵ به رسمیت شناخته شده — چنانچه در شعار وحدت در تنوع (unity in diversity) در گزارش اولین مدیرکل یونسکو به سال ۱۹۴۷ آمده است — ولی به دلیل غلبه گرایش‌های اقتصادمحور و بالتبع پارادایم نوسازی در ارتباطات توسعه‌ای تا اواخر دهه هشتاد، تنوع فرهنگی عملاً به عنوان پارادایم محوری در عرصه ملی و جهانی فرهنگ مورد توجه یونسکو قرار نگرفته بود. تلاش‌های نظری یونسکو به موازات برگزاری کنفرانس‌ها و تدوین گزارش‌های جهانی- فرهنگی، زمینه را برای حرکت به سوی "اسناد حقوقی تنوع فرهنگی" فراهم ساخت و سرانجام مصوبه‌ای در جلسه صدوشصت و یکم شورای اجرایی مبنی بر الزام تشکیل یک کارگروه ویژه برای کمک به دبیرخانه در زمینه تصویب پیش‌نویس اعلامیه تنوع فرهنگی تصویب شد. بدین ترتیب پس از تشکیل سه جلسه کارگروه و تصویب پیش‌نویس و خطوط اصلی، اعلامیه مذکور در نوامبر ۲۰۰۱ و در سی و یکمین کنفرانس عمومی با اجماع به تصویب نهایی رسید. اما جدی‌ترین قدم حقوقی در باب تنوع فرهنگی در قالب تصویب کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی برداشته شد. عنوان اصلی کنوانسیون چنین است: "Protection and promotion of the diversity of cultural expressions". این کنوانسیون در ۲۰ اکتبر ۲۰۰۵ با ۱۴۸ رأی موافق، ۲ رأی مخالف و ۴ رأی ممتنع در مجمع عمومی یونسکو به تصویب رسید. این کنوانسیون ریشه در اعلامیه جهانی تنوع فرهنگی دارد، اما درعین حال فقط براساس سه محور آن (ماده ۱۱، ۱۰، ۸) از بیست محور نوشته شده است (فراهانی، ۱۳۸۶). نماینده جمهوری اسلامی ایران نیز در جریان تصویب بدان رأی مثبت داده است، هر چند که این به منزله پیوستن کشور ما به این کنوانسیون نیست. کمیسیون یونسکو ایران گزارشی را برای طرح موضوع تصمیم‌گیری درخصوص پیوستن یا نپیوستن جمهوری اسلامی ایران به هیئت دولت تقدیم کرده است. بدیهی است در صورت نظر مثبت هیئت دولت لایحه پیوستن ایران به این کنوانسیون برای تصمیم‌گیری نهایی به مجلس شورای اسلامی ارسال خواهد شد.

مقاله پیش رو قصد دارد ضمن بررسی مبانی نظری و فلسفی پارادایم تنوع فرهنگی یونسکو، که تاکنون در اسناد نظری مهم منتشر شده از سوی آن سازمان ابراز شده است،

همچنین با بررسی اصول حقوقی پشتیبانی کننده از آن، دستاوردهای نظری - حقوقی نسبتاً قابل دفاعی را جهت بررسی جامع کنوانسیون جهانی "حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی" به دست دهد. هدف از بررسی کنوانسیون، ملاحظه مزیت‌ها و محدودیت‌های آن در راستای سیاستگذاری‌های ملی جمهوری اسلامی برای استفاده از تنوع فرهنگی در مقابله با جنبه‌های منفی جهانی سازی است.

## کثرت‌گرایی فرهنگی مبنای تنوع فرهنگی

بررسی اسناد یونسکو نشان می‌دهد که در پایان دهه توسعه فرهنگی، تنوع فرهنگی فقط ابزاری برای دستیابی به اهداف آرمانی یونسکو نیست و خود را تا سطح یکی از اهداف و آرمان‌های اصلی یونسکو ارتقا داده است. بنابراین در ادبیات جدید، تنوع فرهنگی خود یک ارزش ذاتی و جهانشمول است که می‌تواند سایر ارزش‌های جهانی مثل صلح و توسعه پایدار را در بر داشته باشد.

سابقه این بحث را می‌توان در تقابل دو رویکرد در باب نسبت فرهنگ و توسعه با عنوان "فرهنگ ابزار توسعه" یا "فرهنگ هدف توسعه" جست‌وجو کرد. چنانچه جمع‌بندی گزارش "تنوع خلاق‌ها" ضمن دفاع از توجه به "بعد فرهنگی توسعه" در عین حال اذعان می‌دارد که:

توسعه فقط مستلزم دستیابی به کالاها و خدمات نیست، بلکه باید این امکان را برای همگان فراهم آورد که در همه ابعاد و در نهایت رضایت و خشنودی عمومی، نحوه زندگی خاص خود را با دیگران برگزینند و تمام استعداد‌های انسانی خویش را شکوفا سازند. حتی کالاها و خدماتی که محدودترین نگرش سنتی بر آن‌ها تأکید می‌ورزد نیز فقط از آن رو در نظر ما ارزشمند هستند که آزادی ما را برای زیستن مطابق ارزش‌های مطلوب خودمان افزایش می‌دهند. در نتیجه فرهنگ [در اینجا تنوع فرهنگی] در نقش ابزار توسعه، هر اندازه مهم باشد، نمی‌توان آن را به سطح محرک محض رشد اقتصادی تنزل داد و نقش آن به خدمتگزاری بر این یا آن هدف محدود نمی‌شود. حتی اگر در نظر گاهی محدودتر همین نقش را ایفا کند زیرا نفس جوهر و اساس اجتماعی، هدف ماست (دکوئیار، ۱۳۷۷: ۱۷).

بیهو پارکه، استاد نظریه سیاسی دانشگاه هال، که مقاله او با عنوان "تعهد به کثرت‌گرایی فرهنگی" بخشی از کتاب قدرت فرهنگ یونسکو را به خود اختصاص داده است، ضمن تفکیک دو مفهوم "جامعه متنوع" و "جامعه متکثر" توضیح می‌دهد که اگرچه تنوع در ذات اکثر جوامع و کشورها وجود دارد ولی این لزوماً به معنی "متکثر" بودن آن جامعه نیست. تنوع فرهنگی وقتی مطلوب است که در چارچوب‌های هنجاری تکثر جریان یابد. تنها در این صورت است که در عین برخوردار بودن از مزایای "تنوع" از تبدیل شدن آن به "تفرقه" و "از هم پاشیدگی اجتماعی" جلوگیری خواهد شد. از نظر پارکه تکثر مفهومی مادر و عام است که از یک سو متضمن تنوع و از طرف دیگر حافظ وحدت اجتماعی است. وی معتقد است «جامعه باید از

رهگذر تشویق اجتماعات فرهنگی به تشکیل فرهنگ متکثر ملی که بازتاب این اجتماعات و فراتر از آنهاست، وحدت را از بطن کثرت ایجاد کند. از آنجا که اجتماعات مختلف به خلق این فرهنگ مشترک یاری رسانده‌اند، قادر به همدلی با آن هستند و می‌توان انتظار داشت که به آن احساس تعلق و مباحثات کنند» (پارکه، ۱۳۸۳: ۱۵). چنانچه مشهود است در چنین رویکردی، "وحدت" مفهومی در مقابل "تکثر" نیست بلکه یکی از فرعیات آن است. پس تکثر فرهنگی ارزش ذاتی است که نه تنها "توسعه" و "صلح"، بلکه اساس قوام و حیات اجتماعی بدان وابسته است، چرا که بدون تکثر فرهنگی، وحدت اجتماعی وجود نخواهد داشت. بدین ترتیب تنوع فرهنگی به عنوان وجه بیرونی و وحدت فرهنگی به عنوان وجه درونی دو روی سکه "تکثر فرهنگی" هستند. پارکه توضیح می‌دهد که "تنوع فرهنگی" اگر ذیل "تکثر فرهنگی" لحاظ نشود نه تنها ارزش ذاتی بلکه کارکرد ابزاری خود را نیز از دست خواهد داد، زیرا در این صورت نوعی "عدم تجانس فرهنگی کور و بی هدف" خواهیم داشت که با چاشنی "نسبیت گرایی فرهنگی" مانع هر نوع اقدام ایجابی و سازنده خواهد بود (پارکه، ۱۳۸۳: ۶ و ۷). بدیهی است که پارادایم تکثر فرهنگی به طور کلی عاری از ارزش‌های ذاتی نیست، لذا در عین استفاده از مزایای تنوع فرهنگی در دام نسبیت فرهنگی نمی‌افتد. نویسندگان گزارش "تنوع خلاق ما" به طور دقیقی به این نکته اشاره کرده‌اند:

تنوع و کثرت فرهنگ‌ها مزایایی دارد شبیه مزایای تنوع زیستی. مزیت کثرت گرایی این است که گنجینهٔ سرشار تجربه، خرد و رفتار تمام انسان‌ها را مورد توجه قرار می‌دهد.... [اما] این نکته به معنی نسبی گرایی فرهنگی نیست و با ادعای اعتبار برخی ضوابط مطلق کاملاً همخوانی دارد. آزادمنشی، دیگرپذیری و کثرت گرایی باعث می‌شوند که از چندگانگی بینش‌ها لذت ببریم، در مقابل، طلب جهانشمولی ما را به آنجا می‌کشاند که حقیقت را یگانه و نه چندگانه خواهیم. مشکل منطقی و اخلاقی نسبی گرایی [بخوانید تنوع فرهنگی خارج از پارادایم تکثر فرهنگ] این است که مجبور می‌شود در عین حال مطلق گرایی و جزم‌اندیشی را تأیید کند، حال آنکه مطلق گرایی مجبور نیست نسبیت گرایی را تأیید کند. از آنجا که بسیاری از بینش‌های گذشته، دیگرناپذیرند، اگر آن‌ها را در چارچوب دیگر پذیرانه و آزادمنشانه خود مورد تأیید قرار دهیم در واقع [نقض غرض کرده‌ایم] و دیگر ناپذیری را تأیید کرده‌ایم. نسبی گرایی شناختی بی‌معنی، و نسبی گرایی اخلاقی تراژدی است. بدون پذیرش ضوابط مطلق، هیچ‌یک از توصیه‌های این کمیسیون امکان‌پذیر نخواهد بود و در واقع هیچ گفتمان مستدلی شکل نخواهد گرفت. باید از تنوع لذت ببریم و در همان حال ضوابط مطلق واحدی را دربارهٔ اینکه چه چیزی درست، خوب و حقیقی است، حفظ کنیم (دکوئبار، ۱۳۷۷: ۶۱-۶۲)

اطلاع از اینکه پارادایم تنوع فرهنگی به دنبال احترام متقابل و برابری همهٔ انواع فرهنگ‌های بشری است نباید باعث شود که مبنای فلسفی و ارزشی آن — که ریشه در تکثر فرهنگی دارد — نادیده گرفته شود، زیرا از منظر کثرت‌گرایی تنوع را باید تحت اصول و چارچوبی



پذیرفت که می‌تواند لزوماً تنوع محور تعیین نشده باشد. در کتاب قدرت فرهنگ که یکی از اسناد مهم نظری یونسکو در تبیین وجوه مختلف تنوع فرهنگی است شروط تحقق جامعه متکثر فرهنگی و دستیابی به آرامش را در سطح ملی چنین برشمرده شده است:

۱. اجتماعات مختلف فرهنگی دچار تبعیضات عملی یا غیرعملی جهت در اختیار داشتن فرصت‌های برابر برای شکوفایی نشوند.

۲. عدالت اجتماعی به معنی دسترسی مساوی اجتماعات اقلیت به قدرت سیاسی در آن تضمین شده باشد.

۳. نهادهای دولتی و خصوصاً قوای نظامی، انتظامی و قضایی از فشارهای قوی و مذهبی مصون باشند و بی‌طرف بمانند.

۴. هراس از تفاوت‌های فرهنگی از بین برود و بلکه همه طرف‌های تفاوت گرامی داشته شوند.

۵. و... (پارکه، ۱۳۸۳: ۵۴).

بدیهی است در یک جامعه اسلامی که قرار است احکام شریعت بر آن حکمرانی کند همه اجتماعات فرهنگی از فرصت‌های برابر شکوفایی برخوردار نیستند، از امکانات یکسان در دسترسی به قدرت سیاسی بهره نمی‌برند، پلیس و قوه قضایی در خصوص مطالبات مذهب بی‌تفاوت نیست و گروه‌های مخالف ارزش‌های اخلاقی و اسلامی جامعه باید همیشه در خصوص تزلزل و تضعیف موقعیت‌های اجتماعی خود دچار هراس باشند. بنابراین تنوع فرهنگی در مبانی اسلامی حداکثر به عنوان یک ابزار و رهیافت جهت تحقق دیگر اهداف غایی و آرمانی مد نظر است نه اینکه خود بنیانی فلسفی محسوب گردد که سایر مفاهیم و اهداف را حمایت نظری و معنوی کند. نگاه ابزاری قرآن به تنوع فرهنگی - اجتماعی در آیه‌ای از سوره حجرات کاملاً مشهود است: «شما را از گونه‌ها و قبیله‌های مختلف آفریدیم تا یکدیگر را بشناسید اما نهایتاً گرامی‌ترین نزد خدا با تقواترین شماست.» بنابراین همان‌طور که یونسکو در تبیین مبانی مشروعیت و اهمیت تنوع فرهنگی به توضیحاتی در دو سطح ارزشی و نیز ابزاری می‌پردازد، در رویکرد اسلامی نیز توجه به هر دو بعد دارای اهمیت است. چنانچه آمد از منظر اسلامی تنوع فرهنگی نمی‌تواند به عنوان یک ارزش ذاتی ذیل پارادایم تکثر مورد پذیرش واقع شود، زیرا گزاره‌های ارزشی مدنظر تکثرگرایی ارزشی اگر نگوئیم مبتنی بر فلسفه سیاسی - اجتماعی لیبرال هستند، دست‌کم با گزاره‌های بنیادین حقوق سیاسی - اجتماعی اسلام همخوانی ندارند. پس اگر از منظر اسلامی، تنوع فرهنگی را به عنوان یک ارزش ذاتی پذیرفته باشیم قطعاً نه ذیل پارادایم تکثرگرایی بلکه در چارچوب‌های ارزشی اسلام که در مفهوم گسترده «تقوا» قابل تبیین هستند مد نظر قرار می‌دهیم. البته اینکه تنوع فرهنگی با فلسفه تقوای فرهنگی چگونه به عنوان یک ارزش ذاتی قابل توضیح است در مجال این مقال نیست.

## تنوع فرهنگی مقدمه دستیابی به صلح و توسعه جهانی: رویکردی ابزاری

در این بخش به بررسی روابط همنشینی تنوع فرهنگی و مفاهیم کلانی خواهیم پرداخت که عموماً آرمان‌ها و رسالت یونسکو را در عرصه جهانی تعریف می‌کنند.

### تنوع فرهنگی و صلح

بخش عمده‌ای از پیشرفت جوامع در عرصه‌های مختلف مدیون تعاملات و همزیستی آن‌ها است که در بستری از هنجارهای ادراکی مورد قبول طرفین رخ داده است. امروزه که ارتباطات جهانی روز به روز در حال گسترش است، امکانات دسترسی (مثبت یا منفی) جوامع به یکدیگر تسهیل شده است و مناسبات جهانی رفته‌رفته رو به پیچیدگی بیشتر دارد لذا، زمینه مداخلات و سوء تفاهم‌های سیاسی- اجتماعی - اقتصادی بسیار افزایش یافته است. در این جهان لازم می‌نماید که علاوه بر هنجارهای اخلاقی حاکم بر مناسبات جوامع مختلف، چارچوب یک اخلاق همگانی و جهانی تنظیم گردد. از منظر "گزارش تنوع خلاق ما" چنانچه انسان‌ها خود را ملزم به تعهداتی مشترک بدانند، همکاری میان مردمان مختلف با علائق و فرهنگ‌های گوناگون تسهیل و ستیزه‌ها در چارچوبی مطلوب و حتی سازنده محدود خواهد شد. بدین سبب تعیین هسته‌ای از ارزش‌ها و اصول اخلاقی مشترک میان همگان ضرورت عاجل دارد. این گزارش نهایتاً نتیجه می‌گیرد که: «بی‌شک ایجاد تغییر مثبت، به ارزش‌های تعیین کننده رفتار ما بستگی دارد... ارزش‌ها و اصول یک اخلاق جهانی باید رهنمون‌های مشترکی باشند که حداقل رهنمودهای اخلاقی مورد نیاز جامعه جهانی را در تلاش برای حل مسائل فراگیر نشان دهد (دکوئیار، ۱۳۷۷: ۳۹).

کمیسیون مذکور به‌رغم تأکیدات فوق، هنگامی که از مبانی این اخلاق جهانی نو سخن به میان می‌آورد به ارزش‌هایی اشاره می‌کند که عموماً ریشه غربی دارند، و در مقابل از توجه به بسیاری از اصول دیگری که می‌توانند نقش عمده‌ای در تحقق یک اخلاق جهانی فعال ایفا کنند صرف‌نظر می‌کند. مثلاً در حالی که حقوق و مسئولیت‌های بشر، دموکراسی و جامعه مدنی و حمایت از اقلیت‌ها به عنوان مبانی مهمی در اخلاق جهانی مطرح می‌شوند (دکوئیار، ۱۳۷۷: ۴۹-۵۰) از ظرفیت گرایش‌های معنوی و نقش برخوردهای جهانی مبتنی بر عدالت در پی‌ریزی یک اخلاق جهانی هیچ سخنی به میان نمی‌آید.

### تنوع فرهنگی و توسعه

اگرچه در ابتدای تحولات نظری یونسکو مفهوم توسعه فرهنگی به عنوان محور نظری پارادایم جدید مطرح بود، ولی به مرور مفهوم تنوع فرهنگی جایگزین آن شد، یعنی پیگیری توسعه فرهنگی نیز از مسیر تنوع فرهنگی مقدور شد. این اولویت مفهومی محصول نگاه کلی یونسکو

به تعریف از فرهنگ است. در یونسکو به دلیل تسلط دیدگاه‌های کل‌گرا به فرهنگ، که تعاریفی کاملاً توصیفی و جامع را تولید می‌کنند، فرهنگ با حداکثر "تنوع" آن مفروض است. در تعاریف توصیفی این گرایش است تا فرهنگ همچون یک کلیت جامع در نظر گرفته شود که مجموعه زندگی اجتماعی را می‌سازد و عرصه‌های گوناگون تشکیل‌دهنده آن را در برمی‌گیرد. توجه داشته باشیم که این تعریف هم ایده‌ها (هنر، اخلاقیات، قوانین) و هم فعالیت‌ها (رسوم، عادات‌ها) هر دو را شامل می‌شود (اسمیت، ۱۳۸۳: ۱۶). در این نگاه "فرهنگ" به متنوع‌ترین مفهوم انسانی تبدیل می‌شود، زیرا دیگر نمی‌توان مفهومی جامع‌تر و کامل‌تر از آن را در توصیف زندگی انسان و جامعه استعمال کرد. حال اگر بخواهیم چنین فرهنگی را توسعه دهیم آیا راهی جز دامن زدن به این عرصه عظیم و گوناگون تنوع وجود دارد. به عبارت دیگر، اگر مزیت و قدرت فرهنگ مدیون شمول بی‌نهایت و گوناگون آن است، پس هر قدر که این ویژگی اشتمالی گسترش داده شود، فرهنگ توسعه یافته‌تر خواهد بود. بنابراین می‌توان به جای "فرهنگ" از مهم‌ترین وجه ممیزه آن که "تنوع" است استفاده کرد. اعلامیه جهانی تنوع فرهنگی تأکید می‌کند که فرهنگ باید به منزله مجموعه‌ای از ویژگی‌های متمایز مادی، معنوی، فکری و احساسی جامعه، یا یک گروه اجتماعی، همچنین هنر و ادبیات، شیوه‌های زندگی، نظام‌های ارزشی، سنت‌ها و اعتقادات در نظر گرفته شود. تعریف مذکور با نتایج کنفرانس جهانی سیاست‌های فرهنگی (۱۹۸۲- مکزیکوسیتی)، گزارش کمیسیون جهانی فرهنگ و توسعه (تنوع خلاق ما ۱۹۹۵) و کنفرانس بین‌دولتی سیاست‌های فرهنگی برای توسعه (استکهلم ۱۹۸۸) متناسب است (یونسکو، ۳۸۴: ۴۹). اتخاذ سیاست‌های فرهنگی در همگرایی با واقعیتی چنین متنوع می‌تواند به بازتولید همواره این منبع پویای تغییر، آفرینش، آزادی، بیداری و فرصت‌های نوآوری بینجامد و به منبع انرژی، الهام، توانمندی، دانش و پذیرش تنوع تبدیل شود. (نک. یونسکو، ۱۳۷۷). فرهنگ نه فقط محصول تطبیق‌پذیری انسان در مواجهه با نیروهای خارج از خود خصوصاً طبیعت است بلکه به دلیل تنوع و گوناگونی بی‌بدیل خود به بزرگ‌ترین منبع قدرت و الهام بشری تبدیل شده و خود دارای اصالت ذاتی است. با مقدمات فوق پذیرش این کلیشه معروف دشوار نیست که هر چقدر فرهنگ، بنیادهای اجتماعی دارد [محصول تطبیق‌پذیری انسانی است] خود اجتماع بنیادی فرهنگی دارد [یعنی بخش عمده‌ای از تطابق‌پذیری ما در اثر تعامل با محصولات فکری - عینی سابقاً تولید شده رخ می‌دهد].

### مبانی حقوقی تنوع فرهنگی

۱. اعلامیه جهانی حقوق بشر. اتکاء به این اعلامیه و تأکید بر اجرای کامل حقوق و آزادی‌های مندرج در آن در جای‌جای اسناد یونسکو به چشم می‌خورد. به نحوی که می‌توان حق تنوع فرهنگی را یکی از مهم‌ترین مصادیق حقوق بشر دانست که از تمام حمایت‌های اعلامیه حقوق بشر برخوردار است. این مطلب در اولین بند اعلامیه جهانی

تنوع فرهنگی به وضوح آمده است. در ماده چهارم این اعلامیه نیز دفاع از تنوع فرهنگی یک ضرورت اخلاقی قلمداد شده که از مقوله احترام به ارزش انسانی جدا شدنی نیست. این ماده همچنین "حقوق اقلیت‌ها" و "مردم بومی" را از فرعیات مهم حق "تنوع فرهنگی" محسوب کرده است که بدین ترتیب نادیده گرفته شدن این دو حق مستلزم نقض حق "تنوع فرهنگی" و نهایتاً زیر پا گذاشتن حقوق بشر است. بنابراین هر نوع برداشت حقوقی از فرعیات حق تنوع فرهنگی که منجر به نقض غرض اصلی (مواد مندرج در اعلامیه حقوق بشر) باشد غیرمشروع و ناموجه است. در ماده ۵ اعلامیه تنوع فرهنگی تصریح شده است حقوق فرهنگی جزو حقوق بشر است و هر دو پدیده‌هایی جهانی، فردی و لازم و ملزوم یکدیگرند. همان‌طور که تقویت حق اظهار نظر افراد و نیز ایجاد و گسترش آثار ایشان به زبان مورد نظر (حق آزادی اساسی) به توسعه تنوع در محیط فرهنگی و تسهیل ابراز هویت‌های گوناگون فردی - جمعی (حق فرهنگی) می‌انجامد. از این منظر تدوین‌های اخیر از حقوق فرهنگی خصوصاً در قالب کنوانسیون تنوع فرهنگی را می‌توان عملیاتی کردن بخش‌هایی فراموش شده از اعلامیه جهانی حقوق بشر ۱۹۴۷ تلقی کرد. چه اینکه به‌رغم تصریح اعلامیه در این خصوص حقوق فرهنگی در مقایسه با حقوق سیاسی، مدنی، اقتصادی و اجتماعی تا کنون مقوله‌ای فرعی باقی مانده بود. در ماده ۲۷ اعلامیه جهانی حقوق بشر می‌خوانیم:

- الف. هر فردی حق دارد که به‌طور آزادانه در حیات فرهنگی اجتماع شرکت کند، از هنر لذت ببرد و در پیشرفت علمی و منافع آن شریک شود.
- ب. هر فردی حق دارد که از حقوق معنوی و مادی آثار علمی، ادبی یا هنری خود برخوردار باشد.

**۲. پیمان‌نامه بین‌المللی حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی.** در مقدمه اعلامیه جهانی تنوع فرهنگی همچنین بر ضرورت پیمان بین‌المللی حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تأکید شده است. این پیمان‌نامه که از اولین محمل‌های حقوقی جهت الزام‌آور کردن مفاد اعلامیه حقوق بشر است با اتکاء به ماده ۲۲ اعلامیه جهانی حقوق بشر تدوین شده است. پیمان‌نامه مذکور در ماده ۱۵ خود اشعار می‌دارد:

- الف. دولت‌های طرف این پیمان‌نامه این حق را به هر فردی می‌دهند که
- در حیات فرهنگی شرکت کند،
  - از منابع پیشرفت اقتصادی و کاربردهای آن برخوردار شود.
- ب. اقدام‌هایی که دولت‌های طرف پیمان‌نامه باید برای تحقق کامل این حق اتخاذ کنند، شامل اقدام‌های لازم برای حفظ، توسعه و اشاعه علم و فرهنگ است.

۳. پیمان‌نامه بین‌المللی حقوق سیاسی و مدنی. لزوم توجه به این پیمان‌نامه نیز در مقدمه اعلامیه جهانی تنوع فرهنگی مورد اشاره قرار گرفته است. توجه به تنوع فرهنگی در ماده ۲۷ این پیمان‌نامه تجلی می‌یابد آنجا که حمایت از حقوق فردی اقلیت‌های قومی، مذهبی و زبانی مورد تأکید قرار گرفته است.

اینک و پس از مرور مبانی نظری — فلسفی و مبانی حقوقی مربوط به تنوع فرهنگی با سرمایه علمی — عملی بیشتری می‌توان به بررسی اسناد حقوقی که مستقیماً به تنوع فرهنگی مربوط اند پرداخت. در این میان بررسی سه سند از اولویت بیشتری برخوردار است: اعلامیه جهانی تنوع فرهنگی، بیانیه اسلامی تنوع فرهنگی و نیز کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی یونسکو.

## اعلامیه جهانی تنوع فرهنگی

### اصول بنیادی اعلامیه جهانی

۱. تنوع و کثرگرایی. اعلامیه نه تنها جایگاه تنوع را در کانون فرایند توسعه اقتصادی گنجانده بلکه آن را به منزله روش دستیابی قابل قبول برای بقای روشننگری عاطفی، اخلاقی و معنوی مورد تأیید قرار داده است (ماده ۳). کثرگرایی فرهنگی از طریق توجه به جزئیات سیاست‌های ملی اجرا می‌شود که در آن همه شهروندان ضامن همبستگی اجتماعی و مایه حیات جامعه مدنی و صلح هستند (ماده ۲).

۲. تنوع فرهنگی و حقوق بشر. اعلامیه به طور جدی تنوع فرهنگی را با احترام به همگان و وابستگی متقابل و جدایی ناپذیری تنوع فرهنگی را با حقوق بشر و آزادی‌های ضروری مرتبط می‌داند (ماده ۴). حقوق فرهنگی به عنوان حق آزادی بیان و احترام به انتخاب آزادانه شغل، حق دسترسی به آموزش و تعلیم، و حق مشارکت در حیات فرهنگی مورد نظر فرد و نیز فهم رفتار فرهنگی او همراه با احترام به حقوق بشر و آزادی‌های اساسی دیگران شناخته شده است (ماده ۵). ۳. تنوع فرهنگی و خلاقیت. اعلامیه اذعان دارد که پیشرفت‌های فنی فرصت‌های بسیاری را برای خلاقیت فراهم می‌سازد، اما همچنین باید به حقوق نویسندگان و هنرمندان توجه شود. اعلامیه ابزار و خدمات فرهنگی را نیز به عنوان بُردارهای هویت، ارزش‌ها و معنا می‌شناسد که نمی‌تواند صرفاً کالا یا ابزار مصرفی تلقی شود (ماده ۸).

۴. تنوع فرهنگی و همبستگی بین‌المللی. اعلامیه، یونسکو را مسئول هدایت اصول و طرح اجرایی آن به سوی راهبردهای توسعه معرفی می‌کند و همچنین، آن را محل برخورد آرای همه شرکا در دیگر کشورهای جهان، سازمان‌های بین‌المللی دولتی و غیردولتی، جامعه مدنی و بخش خصوصی می‌داند تا از این رهگذر، بتواند مفاهیم و سیاست‌ها را به طرفداری از تنوع فرهنگی گسترش دهد (ماده ۱۲).

## بیانیه اسلامی تنوع فرهنگی

این بیانیه - که در چهارمین اجلاس اسلامی وزرای فرهنگ کشورهای اسلامی در الجزایر (دسامبر ۲۰۰۴) به تصویب رسید - مهم‌ترین سند سازمان اسلامی علمی، آموزشی و فرهنگی (آی‌سسکو) در موضوع تنوع فرهنگی به‌شمار می‌رود. بیانیه مذکور از یک مقدمه و هفت ماده تشکیل شده است و در پایان نیز به نقش سازمان آی‌سسکو و کشورهای عضو پرداخته شده است. هر ماده بیانیه دارای یک مقدمه کلی و چند راهکار اجرایی است. بررسی اجمالی نشان می‌دهد که ماده‌های هفت‌گانه بیانیه به‌رغم تمایز در عنوان، ولی در محتوا همپوشانی زیاد و مختلفی با یکدیگر دارند، به نحوی که بعضاً یک مطلب در چند عنوان تکرار شده است. با این حساب لزومی ندارد که در بررسی متن بیانیه به تقسیم‌بندی‌های هفت‌گانه آن مقید بمانیم. بنابراین بیانیه مذکور را ذیل هشت عنوان به بررسی می‌کنیم:

۱. تنوع فرهنگی و جهانی‌شدن. در این بیانیه به‌رغم اذعان به وجوه مثبت و منفی جهانی‌شدن در تنوع فرهنگی جهانی، تأکید بر وجوه منفی بسیار بیشتر و برجسته‌تر بوده است. چنانچه در بند اول مقدمه آمده است بیانیه علت اصلی به خطر افتادن ثبات جوامع و امنیت و صلح جهانی را پدیده «جهانی‌شدن» می‌داند که قصد دارد «فرهنگ‌ها، تمدن‌ها و ملت‌ها را بر اساس الگوهای فرهنگی و سیاسی استاندارد شده‌ای تحت سیطره خود قرار دهد». بیانیه، جهانی‌شدن را جریانی برخلاف روند سازمان‌های بزرگ بین‌المللی می‌داند، جریانی که در صورت ادامه تمام دستاوردهای جهانی در خصوص ایجاد فرهنگ صلح، مدارا و همزیستی را از بین خواهد برد:

سازمان ملل متحد و سازمان‌هایی چون سازمان کنفرانس اسلامی و سازمان اسلامی آموزشی، علمی و فرهنگی (آی‌سسکو) کوشش‌های خود را در جهت پیشبرد گفت‌وگوی بین‌فرهنگی و بین‌تمدنی به عنوان جایگزین منحصر به فرد فرهنگ رایج خشونت و محروم‌سازی دیگران به کار می‌گیرند و این در حالی است که پدیده جهانی‌شدن، تفاهم دوجانبه و فرهنگ گفت‌وگو را با دامن زدن به تضادها و کشمکش‌ها و با نقض آشکار روح قوانین و کنوانسیون‌های بین‌المللی به مخاطره می‌اندازد.

در ماده سوم تأکید شده است که جهانی‌شدن واقعی باید در بستری از تنوع فرهنگی و کثرت‌گرایی تمدنی رخ دهد، لذا وضعیت امروز جریان‌های جهانی نمی‌توانند و نباید جایگزین جهانی‌شدن اصیل گردند. در این میان جهان اسلام به واسطه فرهنگ غنی اسلامی در تحقق جهانی‌شدن متکثر و متنوع دارای جایگاه بسیار مهمی است. نهایتاً الزامات ورود فعال به عرصه جهانی‌شدن از منظر این بیانیه چنین است:

کثرت‌گرایی باید به عنوان انگیزه و نه مانع جهانی‌شدن تلقی گردد.  
کثرت‌گرایی در عین حال نباید توجیهی برای به حاشیه راندن دیگران محسوب شود.

تلاش‌های سازنده در عرصه جهانی شدن باید رو به انسجام و همگرایی حرکت کنند. تلاش‌های مذکور باید از طریق تدوین یک پیمان جهانی مبنی بر احترام به تنوع خلاق بشری و مقابله با هر نوع محو یا براندازی زبان‌ها، فرهنگ‌ها و نژادها حمایت شوند.

## ۲. فرهنگ اسلامی و تنوع فرهنگی. بیانیه در تبیین مواضع خویش تقریباً هیچ‌گاه از

رویکردی درون دینی بهره نگرفته است بلکه همواره سعی کرده است از رویکرد برون‌دینی، همگرایی تقریباً همه‌جانبه اسلام را با آرمان‌های پارادایم تنوع فرهنگی و سایر لوازم نظری و عملی آن نشان دهد. در تظاهر به این همگرایی نیز به بیان گزاره‌های بسیار کلی در باب نگاه اسلام بسنده نموده است. به عبارت دیگر، بیانیه در مدلولات نظری و فلسفی خود مستمراً به یکسری اصول جهانشمول و مشترک در تمام ادیان و فرهنگ‌ها اشاره می‌کند، آن‌ها را حاکم بر کلیت جامعه بشری می‌داند و سپس در موارد مختلفی سعی دارد اسلام را نیز با آن اصول کاملاً همگرا و همراه بداند. بیانیه خصوصاً در ماده اول به این ارزش‌ها و اصول جهانی اشاره کرده است: «عشق، برادری، سعه صدر، احترام متقابل، همبستگی، عدالت» که باید از طریق «همکاری و گفت‌وگوی سازنده جهانی» محقق شوند. بیانیه بلافاصله اعلام می‌کند که اصل حاکم بر این «گفت‌وگو»، «تنوع فرهنگی» است. یعنی به‌رغم اینکه فرهنگ‌ها، ادیان و تمدن‌های مختلف می‌توانند در تفسیر مفاهیم و ارزش‌های مشترک مذکور دیدگاه خاص خود را داشته باشند اما باید بدانند که دیدگاه‌های متفاوت فقط تا حدی محترم است که لطمه‌ای به تنوع فرهنگی نزده باشند. در این صورت بدیهی است که اعلام کند «همهٔ ابنای بشر باید برای زندگی با یکدیگر با اراده‌ای آزاد و بدون در نظر گرفتن عقاید مختلف خود مصمم شوند» و «توجهی برای باور داشتن به فرهنگ یا ملت دشمن وجود ندارد و اندیشه‌های پیش‌پنداشت فرهنگ‌ها و تمدن‌های دیگر علاوه بر تصورات متعصبانه ملت‌ها و کشورها باید آشکار گردد». با این رویکرد اساسی، بیانیه به تبیین نظرگاه اسلام و جوامع اسلامی در خصوص تنوع فرهنگی می‌پردازد:

از آنجا که اسلام راهی الهی بوده و شیوه زندگی بشری در بردارد [بخوانید محسوب می‌شود و از این حیث با سایر شیوه‌های زندگی بشری برابر است پس] مسلمانان اطمینان دارند که فرهنگ هر ملت، بازتاب خصوصیات آن ملت است و توجهی برای اینکه فرهنگی را مورد تحقیر قرار دهیم و آن را کوچک به‌شماریم ندارد. بنابراین تنوع فرهنگی و تمدنی [به عنوان برآیند کلی فرایندهای فرهنگی] موهبتی الهی است و ما به عنوان یک مسلمان رسالتی انسانی در جهت پایه‌گذاری صلح بین‌المللی به‌عهده داریم و باید در جهت منافع همهٔ انسان‌ها از فرهنگ‌های جهانی حمایت کنیم.

چنین ادعاهایی در خصوص اسلام، دست‌کم با دیدگاه‌های بنیادین کتاب مقدس این دین که نقطه اشتراک همهٔ فرق آن است به‌طور کلی مباین است و نمی‌توان حتی با موسع‌ترین تفسیرها از آن پشتوانه‌ای برای چنین دیدگاه‌هایی دست و پا کرد. در موارد متعددی از آیات قرآن فرهنگ‌های مادی و شیطانی مورد هجوم و حمله قرار گرفته است و مسلمین از تمسک و

همراهی با آن‌ها تحذیر شده‌اند. در قرآن به صورت مستمری به «دشمنان اسلام» اشاره و در خصوص غافلگیر شدن از سوی آن‌ها هشدار داده شده است. در اسلام تعصب حداکثری در باب ارزش‌های مورد نظر وجود دارد و خط قرمزهای پررنگی ترسیم شده است. حال چگونه است که بیانیه دست کم پنجاه کشور مسلمان می‌تواند چنین واقعیات مورد اجماعی را نادیده بگیرد یا از آن‌ها غافل شود؟ به نظر می‌رسد بیانیه بنا به دلایلی نخواستہ یا نتوانسته است در برابر پارادایم تنوع فرهنگی موضعی درون دینی اتخاذ کند. این دلایل ممکن است روانی و ناشی از ترس و واهمه نسبت به جریان قدرتمند تنوع باشد یا فایده‌گرایانه و ناشی از طمع در استفاده از امکانات آن جهت مقابله با یکجانبه‌گرایی آمریکایی و فرهنگ غربی باشد و یا نظری بوده و به فهم ناشیانه و نادرست جایگاه مهرورزی، عطوفت، گفت‌وگو و تفاهم اشاره شده در متون اسلامی باز گردد. در هر حال، اگر مصالح و یا ناتوانی جهان اسلام در ایجاد یک پارادایم جدید همگرا با مبانی هستی‌شناختی و انسان‌شناختی‌اش توجیهی برای مدارا با جریان جهانی تنوع فرهنگی باشد، از یک بیانیه رسمی اسلامی انتظار نمی‌رود بدیهیات اسلام را به واسطه هیچ مصلحتی نادیده بگیرد، چه اینکه تعافلی‌های این چنین نه تنها واقعیت را عوض نخواهد کرد و بلکه از اعتبار بیانیه خواهد کاست و تناقضات بسیار پیچیده‌ای را در عمل بدان ایجاد خواهد نمود. آری، تنوع فرهنگی به عنوان یک ابزار مقابله با یکجانبه‌گرایی غربی در جریان جهانی فرهنگ می‌تواند امکانات نسبتاً مناسبی فراهم کند، ولی به عنوان یک فلسفه و جهان‌بینی هرگز به رسمیت شناخته نمی‌شود. بدین جهت دست زدن به توجیهات نظری سست با هدف همگرا نشان دادن اسلام با پلورالسیم فرهنگی مشابه آنچه در اعلامیه آمده است از نقاط ضعف بارز آن به شمار می‌رود. اتفاقاً بخش‌های دیگر بیانیه هنگامی که از رویکردی ابزاری و جهت فضا سازی برای گسترش فرهنگ اسلامی و ایفای نقش مؤثر جهان اسلام و ارتقای عملی آن در عرصه جهانی فرهنگ و شکوفایی خلاقیت‌های مسلمین به تنوع فرهنگی استدلال می‌کند از نقاط مثبت و راهگشای آن محسوب می‌گردد. بخش‌هایی این چنین عمدتاً در ماده ۴ بیانیه متمرکز شده‌اند، آنجا که از فرهنگ اسلامی به عنوان سرمایه‌ای تاریخی، فرهنگ پیشرفت، خلاقیت، دانش و عمل نام برده شده و از تنوع فرهنگ‌ها و تمدن‌های مختلف و همزیستی آن‌ها در جهان بزرگ اسلام به رغم تفاوت زبان‌ها و قومیت‌ها سخن به میان آمده است.

**۳. گفت‌وگوی تمدن‌ها و تنوع فرهنگی.** از نظر بیانیه در عین حال که مهم‌ترین لازمه تحقق و استمرار تنوع فرهنگی افزایش دامنه و کیفیت گفت‌وگوهای بین تمدنی است. اما گفت‌وگوی بدون توجه به پیش فرض بنیادین «تنوع محوری» لزوماً مطلوب تلقی نمی‌شود. یعنی همان قدر که «اصول و محاسن جهانی مشترک در همه مذاهب باید به عنوان میراث مشترک بشری از طریق گفت‌وگوی واقعی میان فرهنگ‌ها و ادیان در اذهان و رفتارها تعالی یافته و جایگزین گردند» (ماده ۱) به همان میزان هم «گفت‌وگوی واقعی میان تمدن‌ها و فرهنگ‌ها را نباید بدون



توجه به اصول تنوع فرهنگی طراحی و برنامه‌ریزی کرد» (ماده ۱). به عبارت دیگر «گفت‌وگو» اگرچه تقدم زمانی بر توسعه تنوع فرهنگی دارد، ولی در عین حال، تنوع فرهنگی از نظر اهمیت از گفت‌وگو مهم‌تر و حاکم بر آن است. توجه داشته باشیم «گفت‌وگوی فرهنگی» در نظر اسلام — که شاهد مثال‌های بارزی مثل گفت‌وگوهای پیامبر (ص) و اهل بیت علیهم‌السلام (امام رضا (ع)، امام صادق (ع)، امام باقر (ع) با علماء فرق و مذاهب دیگر دارد — به‌رغم اینکه در مکانیزم اجرا شباهت‌هایی با گفت‌وگوی بین‌الادیانی مد نظر پارادایم تنوع فرهنگی و نیز بیانیه اسلامی تنوع فرهنگی، دارد، ولی چون با اتکاء به اصول تنوع فرهنگی صورت نمی‌پذیرد هم از نظر مبنای تأسیس، هم از نظر هدف‌گیری و هم از لحاظ بخش‌هایی از مکانیزم اجرایی و عملی با آن متفاوت است. در تفکر اسلامی، شناخت اسلام امری وابسته به تعامل با خود اسلام، متون اسلامی و نه هیچ چیز دیگر است، لذا عقول انسانی برای شناخت صحیح اسلام به‌غیر از مقدماتی در باب فهم زبان عربی به عامل دیگری احتیاج ندارد. تمام علوم پیشینی هم که طالبین شناخت وسیع و عمیق اسلام در مدارس علوم دینی مطالعه می‌کنند روشمندی برآمده از تعامل عقل سلیم با اسلام است. بنابراین سنخ گفت‌وگوهای علمی و مجادلات نظری با هدف دستیابی به حقایق اسلامی، درون‌دینی است. در این بخش نه تنها احتیاجی به گفت‌وگو و ارتباطات میان‌ذهنی با غیرمسلمین نیست بلکه به دلیل تسهیل واردات گزاره‌ها و مفاهیم بیگانه امکان فهم ناخالص از دین را افزایش می‌دهد. اما در مرحله توسعه تفکر اسلامی به اذهان و قلوب دیگران و نفوذ به فرهنگ‌های مختلف با هدف تغییر آن‌ها در راستای اسلام و همچنین دفاع از اسلام در برابر هجوم گزاره‌ها و مفاهیم فرهنگی — مذهبی دیگر، سنخ و سطح دیگری از گفت‌وگوهای بین مذهبی بوجود آمده است که نقطه اوج آن در پیامبر و اهل بیت علیهم‌السلام و نیز علمای برجسته اسلام مصداق یافته است. در این گفت‌وگوها حقانیت و اصالت و نیز برتری اسلام نسبت به سایر ادیان مفروض است. و با هدف توزیع و شفاف‌سازی حقیقت و کشف آن صورت می‌پذیرد. به‌واسطه همین تفاوت‌های ماهوی در محتوای پیام و نیز هدف پیام‌آفرینی است که مفهوم «دعوت» به‌جای «گفت‌وگو» نشسته است. گفت‌وگو اگر دعوت‌وار انجام شود شکلی مناظره‌ای به خود خواهد گرفت. حتی «مناظره» در سطوح بالاتری می‌تواند به «مباهله» تبدیل شود. که اولی وجه نظری دعوت و دومی وجه عملی آن است. در هر حال، مشابهت‌های دعوت اسلامی پیامبران و اهل بیت و نیز علماء نباید منجر به یکسان‌پنداشتن آن با گفت‌وگو شود. قرآن با اینکه تمسک به «حکمت» و «موعظه حسنه» و «جدال به احسن» را در چگونگی پیام‌رسانی مذهبی به غیر مسلمین لحاظ می‌کند [ملاحظه می‌کنید که دستورات فوق چقدر در ارتقای کیفیت گفت‌وگو مؤثر است]، ولی در عین حال، محور گفت‌وگویی این چنین را «دعوت به راه پروردگار» قرار می‌دهد: «أدع الی سبیل ربک بالحکمۃ و الموعظۃ الحسنه و جادلهم باللتی هی احسن». قرآن همچنین در انتخاب نقاط شروع مشترک برای گفت‌وگوهای مذهبی قبل از هر چیز «توحید» را محوریت می‌بخشد. به عبارت دیگر، به‌رغم اینکه قرآن توجه

به اشتراکات را در گفت‌وگو و تعامل، جدی می‌گیرد ولی آغاز به گفت‌وگو از هر امر مشترک را نیز مطلوب نمی‌انگارد: «قل یا اهل الکتاب تعالو الی کلمه سواء بیننا و بینکم الا نعبد الا اياه». جالب اینکه حتی در تمسک به اشتراکات موحدانه نیز سیاق دعوت‌وار قرآن حضور دارد و این پیامبر است که باید بقیه را به «توحید» دعوت کند.

## بررسی کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی

کنوانسیون با یک مقدمه بیست‌ویک محوری آغاز می‌شود و سعی دارد با کمک گزاره‌هایی نسبتاً کوتاه، مرزهای نظری و نیز مسائل مختلف موجود در ادبیات تنوع فرهنگی را مرور کند. این مقدمه را می‌توان خلاصه عناصر و گزاره‌های مشترک کل ادبیات تولید شده یونسکو در خصوص تنوع فرهنگی دانست. البته کنوانسیون به عنوان یک سند رسمی متضمن پرداخت حقوقی به تمام بیست و یک گزاره‌ای مورد نظر مقدمه نبوده و بیشتر بر برخی وجوه تنوع فرهنگی تمرکز کرده است. بدین جهت کنوانسیون اگرچه در بخش اهداف و اصول سعی کرده است نگاه نسبتاً جامعی را به تنوع فرهنگی دنبال کند ولی در مقام تبیین مسائل مورد نظرش ذیل مواد عملیاتی کنوانسیون (۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲)، فقط به «کالاها و خدمات فرهنگی»، «تقویت ظرفیت‌ها برای ایجاد و گسترش همبستگی جهانی»، «مشارکت بخش دولتی، خصوصی و جامعه مدنی»، پرداخته است.

## اهداف کنوانسیون

کنوانسیون به‌طور کلی به دنبال «حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی» است (هدف الف). این هدف اگرچه خود قسیم اهداف دیگر است، ولی مرور اجمالی سایر اهداف نشان می‌دهد که همه آن‌ها به نوعی ذیل هدف (الف) قرار می‌گیرند. اهداف مذکور را می‌توان در گونه‌های ذیل دسته‌بندی کرد:

۱. **اهداف زمینه‌سازانه.** کنوانسیون قصد دارد شرایط کلی شکوفایی (درون فرهنگی) و نیز تعامل (بین فرهنگی) با حفظ منافع متقابل را تضمین کند (بند ب).
۲. **اهداف تشویقی (ترویجی).** کنوانسیون قصد دارد به مشوق اصلی گفت‌وگو، میان فرهنگ‌ها به‌منظور حفظ تضمین پیش‌گفته در اهداف «زمینه‌سازانه» تبدیل شود (بند ج).
- کنوانسیون همچنین می‌خواهد به افزایش آگاهی جهانی از ارزش تنوع فرهنگ‌ها در سطوح مختلف ملی، محلی و بین‌المللی بپردازد (بند د).
۳. **اهداف تقویتی.** کنوانسیون قصد دارد به تقویت مناسبات پیشین فرهنگ‌ها و سپس توسعه آن‌ها به سطوح بالاتر بپردازد (بند د).

همچنین به دنبال همبستگی‌ها و همکاری‌های جهانی و

بین‌المللی جدیدی است تا به تشریک مساعی‌ها و اجماع جهانی را برای حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی بپردازد.

**۴. اهداف تأکیدی و تأییدی.** کنوانسیون تأکید هماره بر اهمیت ارتباط و توسعه را به عنوان هدف اصلی خود برگزیده است و این تأکید در خصوص کشورهای در حال توسعه پژوهاک بیشتری خواهد داشت (بند و). کنوانسیون در عین حال که یکی از اهداف خود را به رسمیت شناختن فعالیت متمایز فعالیت‌ها، کالاها و خدمات فرهنگی به عنوان ابزار هویت، ارزش‌ها و معانی می‌داند (بند ز)، ولی در عین حال محدوده این استقلال ماهوی را در بند ح اهداف، با بیان هدفی دیگر مشخص می‌کند که آن: «تأیید حق حاکمیت دولت‌ها در حفظ، تصویب و اجرای سیاست‌ها و اقداماتی است که برای حفاظت و ترویج بیان‌های فرهنگی متنوع در قلمروهای خود مناسب می‌دانند است» (بند ح).

### اصول اساسی کنوانسیون

کنوانسیون در ماده ۲ خود به هشت اصل اساسی و راهبردی در پیگیری اهداف پیش‌گفته اشاره کرده است:

**۱. اصول بنیادین:** کنوانسیون «احترام به حقوق بشر و آزادی‌های اساسی» آن را به عنوان مهم‌ترین اصل خود معرفی کرده است که حاکم بر اصول دیگر است و محدوده معنایی اصول دیگر را مشخص می‌کند. زیرا «حفظ و ترویج تنوع فرهنگی تنها در پرتو تضمین حقوق بشر و آزادی‌های اساسی مانند آزادی بیان، اطلاعات و ارتباطات، همچنین آزادی افراد برای انتخاب بیان‌های فرهنگی امکانپذیر است» (اصل ۱). کنوانسیون همچنین در سطح کلان انسانی و اجتماعی بر اصل تساوی منزلت و احترام همه فرهنگ‌ها» اتکاء دارد: بدون این اصل سخن گفتن از تنوع فرهنگی بی‌مورد است. به عبارت دیگر، تنوع فرهنگی و نسبت مندرج در آن بدون تساوی فرهنگی، بی‌معنا و بدون کارکرد خواهد بود (اصل ۳).

**۲. اصول سیاسی:** در این اصل حق حاکمیت دولت‌ها در اتخاذ سیاست‌های مورد نظر البته در چارچوب اصول کلی دیگر مورد نظر است. یعنی اگر دولت‌ها رعایت روح اصول و منویات کنوانسیون را پذیرفته باشند در شیوه اعمال و برنامه‌ریزی برای عملیاتی کردن آن‌ها طبق اصل حاکمیت ملی مختار و آزاد خواهد بود (اصل ۲).

**۳. اصول روانشناختی:** دولت‌ها باید در برنامه‌ریزی برای حمایت از تنوع بیان‌های فرهنگی با اتکاء به «اصل سعه صدر» هم به ترویج برخورد گشاده و مثبت در قبال دیگر فرهنگ‌ها بپردازند و هم سازگاری برنامه‌ها را با سایر اهداف کنوانسیون لحاظ کنند (اصل ۸).

**۴. اصول اقتصادی:** از نظر این کنوانسیون جنبه‌های فرهنگی و اقتصادی توسعه هم اهمیت برابر دارند و هم مکمل یکدیگر در توسعه به شمار می‌روند (اصل ۵) و دولت‌ها نمی‌توانند به

بهانه دستیابی به اهداف اقتصادی این اصل را نادیده بگیرند. همچنین مشابه همگانی بودن حق توسعه اقتصادی، توسعه فرهنگی نیز امری همگانی و اشتراکی است و دولت‌ها نباید مانع تلاش‌های خلاقانه و فرهنگی افراد شوند (اصل ۵). همچنین تنوع فرهنگی به عنوان سرمایه‌ای غنی برای افراد و جوامع شرط لازم برای تحقق توسعه پایدار است. بنابراین اهمیت پایداری توسعه لازم می‌آورد که همه انواع بیان‌های فرهنگی ولو آن‌ها که در شرایط کنونی بدون کارکرد و در حال نابودی هستند، برای آینده و نسل‌های بعد حفظ شود، چه بسا آیندگان سرمایه‌ای مولد از آن بسازند (اصل ۶).

**۵. اصول اجتماعی و بین‌المللی:** همبستگی بین‌المللی یک آرمان بزرگ است. کنوانسیون باید به حصول این آرمان کمک کند. وجه کمک کنوانسیون به اصل همکاری‌های بین‌المللی جهت توانمندسازی کشورهای در حال توسعه، به خلق و تقویت ابزار بیان فرهنگی — خصوصاً صنایع فرهنگی نوپا — در سطوح ملی، محلی، بین‌المللی باز می‌گردد. از نظر کنوانسیون توانمندسازی‌های اینگونه گام بزرگی در همبستگی بین‌المللی است (اصل ۴). همچنین دسترسی یکسان به گستره غنی و گوناگون بیان فرهنگی به عنوان یک اصل مستقل (اصل ۷) مکمل اصل تقویت توانمندی‌های بیانی است.

### بررسی انتقادی مبانی نظری کنوانسیون

**۱. گزاره اول: تنوع فرهنگی فوق‌العاده‌ای در جهان بشری وجود دارد.** این اصل یکی از بنیادی‌ترین اصول کنوانسیون است که در بخش اهداف و خصوصاً در مقدمه بسیار مورد تأکید قرار گرفته است. حال سؤال اصلی این است که پذیرش تنوع فرهنگی اعجاب‌آور زندگی بشر در چه سطحی از سطوح فرهنگ مورد نظر است؟ اصولاً فرهنگ‌ها دارای ساز و کار و ساختمانی هستند که از هسته (جهان‌بینی و دین) آغاز شده، تا پوسته ظاهری (سبک زندگی / Life style) ادامه پیدا می‌کند. در این صورت اگر پوسته را به عنوان ملاک تنوع در نظر بگیریم ظاهراً پذیرش اصل فوق راحت است ولی در سطح هسته (جهان‌بینی) آیا جهان و زندگی‌های موجود در آن از تنوع برخوردارند؟ مثلاً تقسیم‌بندی فرهنگ‌ها به (الهی / الحادی یا مادی / معنوی) که در چارچوب‌های دوگانه و کاملاً محدود صورت می‌پذیرد ناقض اصل مذکور نیست؟ آیا این بیان که: در جهان بیش از دو نوع فرهنگ وجود ندارد: "الهی یا مادی"، ادعای غلطی است؟ اگر درست است چگونه با اصل "تنوع فوق‌العاده" قابل جمع خواهد بود؟

**۲. گزاره دوم: تنوع فرهنگی موجود در جهان میراث همه بشریت است.** براساس چنین اصلی باید گفت فرهنگ شهوتران، رفاه‌طلب و خشن آمریکایی میراث ملت ایران نیز هست. یا فرهنگ‌های بت‌پرستی در هندوستان، میراث مسلمین و فرهنگ مبارزاتی و استقلال‌طلبانه مردم آمریکای لاتین میراث ملت آمریکا هم هست و... معلوم نیست کنوانسیون تنوع فرهنگی چگونه

از کنار نادرست و غیرواقعی بودن چنین اصلی به راحتی عبور کرده است؟ آنچه به عنوان فرهنگ در جهان وجود دارد، کلیتی چندپاره و متناقض است که هر بخش آن مربوط به جمعی از انسان‌هاست و در اثر تکاپوها و فعل و انفعالات برآمده در جوامعی خاص به وجود آمده است. بنابراین ملاحظه همه این اجزای ناجور و ناچسب در یک کل یکدست و فشرده توهمی بیش نخواهد بود. دقت کنیم که به رغم صاحب نقش بودن همه افراد و جوامع در تحقق پهنه گسترده فرهنگ جهانی ولی این پهنه گسترده به عنوان یک کل، میراث تک تک جوامع نیست.

۳. گزاره سوم: آگاهی از تنوع فرهنگی جهانی ظرفیت‌های انسانی و ارزشها را تقویت می‌کند. در مواجهه با اصل مذکور سؤال اصلی این است که چرا باید تصور کنیم بین افزایش ارتباطات و تبادل اطلاعات از یک طرف و تحکیم و حفظ پیوندهای انسانی از طرف دیگر رابطه مستقیمی وجود دارد؟ در حالی که موارد زیادی وجود دارد که در آن شناخت بیشتر از فرهنگ طرف مقابل میل به قطع رابطه ارتباط‌گر را افزایش می‌دهند. حال کنوانسیون چه موضعی را در قبال قطع ارتباطات آگاهانه و هدفمند اتخاذ کرده است؟ آیا آن را به رسمیت می‌شناسد؟ یا منظور کنوانسیون از رفع موانع گفت‌وگو، مبارزه با روحیه طبیعی و فطری موجود در انسان جهت به کارگیری انقطاع در موارد لزوم است؟

۴. در باب نسبتی که کنوانسیون بین "بیان فرهنگی" و خود "فرهنگ" برقرار می‌کند، سؤالات و ابهامات جدی وجود دارد، زیرا به نظر می‌رسد گزاره بنیادین کنوانسیون برای تبیین نسبت بین این دو: تقویت فرهنگ‌های جهان سومی با کمک به عاریت گرفتن بیان‌های (شیوه‌های) متداول در جوامع فرهنگ‌های غربی است. به عبارت دیگر کنوانسیون در این خصوص گرایش شدیدی را به نظریه‌های تقدم "ارتباطات" بر "فرهنگ" — که قبلاً ادعای عبور از آن‌ها را داشت — نشان می‌دهد. در این میان سؤال اصلی این است که: «آیا می‌توان و یا اولییتی دارد که از زبان‌ها، بیان‌ها و سازوکارهای ارتباطی غیربومی جهت تقویت فرهنگ بومی استفاده کرد؟ و چقدر؟ جالب اینکه در ماده ۱۴ به هنگام بحث از مصادیق «همکاری جهت توسعه» عمدتاً به همان قالب‌های غربی (فیلم، فن‌آوری، صنعت فرهنگ، حمایت از هنرمندان) تأکید می‌شود. این در حالی است که بار اصلی تولید و بازتولید فرهنگی در "شرق" و خصوصاً ایران به دوش "آیین‌ها" است. توجه کنیم که در چارچوب "ارتباطات آیینی"، مردم مورد خطاب تولیدات و فرآورده‌ها نیستند بلکه با آن‌ها زندگی می‌کنند، لذا برعکس سازوکارهای بیان غربی که عده‌ای تولیدکننده و عده‌ای دیگر مصرف‌کننده‌اند در آیین‌های ما همه تولیدکننده و همه مصرف‌کننده‌اند (نک به عزاداری عاشورایی در فرهنگ شیعه). در این مواقع اگر هنرمند قابلی هم وارد عرصه پیام‌آفرینی و تولید نشود یا حضور نداشته باشد، خود مردم این کار را خواهند کرد و به همین جهت است که "آیین‌های شیعی" هیچ‌گاه ذیل "هنر" تعریف نشده‌اند بلکه ذیل

“فرهنگ عامه” قرار دارند. با این مقدمات مشخص است که بسیاری از پیام‌آفرینان و متولیان آیین‌های شیعی مصداق “هنرمندان” و “کارگزاران فرهنگی” — که حمایت از آن‌ها جزو وظایف کنوانسیون است — به‌شمار نخواهند آمد و حتی تشکّل‌ها و یا مجموعه‌های مرتبط به آیین‌ها مثل هیئت و مساجد، بخش‌های خصوصی فرهنگی و سازمان‌های غیر انتفاعی محسوب نخواهند شد.

۵. کنوانسیون هر نوع افول فرهنگی را پدیده‌ای منفی و غیرمنتظره ارزیابی می‌کند و همگان را به جلوگیری از هرگونه افول فرهنگی دعوت می‌کند، اما مشخص نمی‌کند اگر فرهنگی و یا خرده‌فرهنگی بنا به دلایلی مثل پاسخگو نبودن به شرایط زمانه یا نداشتن مشروعیت مردمی، از طرف سلیقه فرهنگی مردم دفع شد و روبه قهقرا نهاد آیا باز شایسته حمایت است؟ مثلاً در حالی‌که “فرهنگ شاهنشاهی ایران” پس از سقوط سلسله پهلوی به نقطه نابودی، انحلال و پایان رسیده است آیا براساس مبنای مذکور باید به حمایت از آفرینش و بازتولید مجدد آن پرداخت فقط چون بخشی از میراث تاریخی ایرانیان است؟

۶. درخصوص نسبت بین “فرهنگ” و “ملت” ظاهراً (بند دال ماده ۱) کنوانسیون، آن دو را یکی می‌پندارد و حمایت از “فرهنگ‌ها” را مساوی با تقویت “ملت‌ها” فرض کرده است. توجه داشته باشیم که دامنه شمول و نفوذ یک فرهنگ می‌تواند وسیع‌تر از یک ملت و نیز محدودتر از آن باشد. چه بسا فرهنگی که در بین دو یا چند ملت پراکنده شده باشد و چه بسا فرهنگی که فروتر از یک ملت به‌شمار آید و ماهیت خرده‌فرهنگ به خود گرفته باشد. در هر دو صورت توجه به “اتحاد ملی” کشورها و اینکه برخی حمایت‌های فرهنگی ممکن است به شکاف‌های اجتماعی و به هم‌زدن نظم ملی کمک کند از موارد مغفول کنوانسیون است. مثلاً “فرهنگ کردی” به‌صورت خرده‌فرهنگی بین چهار ملت (ایران/ عراق/ سوریه/ ترکیه) پراکنده است. باتوجه به اینکه فرهنگ مذکور لزوماً در قالبی به‌نام ملت و در همراهی دولتی ملی شکل نگرفته است، عمل به کنوانسیون می‌تواند منجر به بروز چه تغییرات و احتمالاً تنش‌هایی در چهار دولت — ملت پیش گفته شود؟

۷. بند ۱ ماده ۲ کنوانسیون اشعار دارد که «هیچ‌کس نباید از مقررات این کنوانسیون برای تضييع یا محدود کردن حقوق بشر و آزادی‌های انسان مندرج در اعلامیه جهانی حقوق بشر یا تضمین‌شده در حقوق بین‌المللی استفاده کند.» حال سؤال این است که اگر در یک فرهنگ آزادی به شکل غربی آن مطرود بود و آزادی مطلق بیان و عقیده وجود نداشته و یا دست‌کم، قیودی بیش از قیود غربی بر آن خورده بود آیا درج چنین اصلی در کنوانسیون خود منجر به محدودیت و ممنوعیت تنوع فرهنگی نبود؟ آیا بدین ترتیب دست جهان اسلام در اعمال مقررات فرهنگی و حدود شرعی خود بسته نشده است؟ بدین ترتیب، آیا مقابله با ترویج

همجنس‌بازی، زنا، نشوز زنان و بسط اندیشه‌های فمینیستی مخالف مفاد کنوانسیون نیست؟ چگونه است که کنوانسیونی که تمام هویت خود را بر نوعی پلورالیسم معرفتی بنیان کرده است وقتی به مقوله آزادی می‌رسد همگان را یکسره تسلیم قرائت غربی از آزادی می‌خواهد؟

۸. اصل "سعه صدر" (بند ۸ ماده ۲) که در بخش‌های مختلف کنوانسیون با مضمون‌های مختلف مورد تأکید است به چه معنی است؟ اجمالاً می‌توان گفت که دو تلقی از این اصل وجود دارد: ۱. سعه‌صدر در شنیدن و تحمل بیان‌های دیگران، ۲. سعه‌صدر در اعطای فرصت سخن گفتن به دیگران و حتی کمک و تشویق آن‌ها برای بیان. درخصوص تلقی اول باید گفت که به‌وجود آمدن چنین سعه صدری قائم به کنوانسیون و چارچوب‌های مشابه آن نیست بلکه یک امر گریزناپذیر است، زیرا در جهان پر از ارتباطات امروز، تقریباً همه‌نوع صدا و سخن و بیانی به گوش‌ها می‌رسد. ولی اگر منظور نوع دوم سعه صدر به معنی میدان دادن به هر بیانی جهت تکلم، ترویج، تبلیغ و به‌دست گرفتن تریبون‌هاست بسیار قابل تأمل و غیرمنطقی به نظر می‌رسد.

۹. موضع کنوانسیون در قبال "زنان" که در موارد متعددی بدان اشاره می‌کند، همواره محل تردید می‌نماید (مثلاً بند ۱۰ مقدمه/ بند الف بخش اول از ماده ۷). در هیچ کجای، کنوانسیون نام و نشانی از "خانواده" وجود ندارد و به نظر می‌رسد در کنوانسیون، "زن" مقوله‌ای جدای از خانه و خانواده است. لذا حمایت کنوانسیون از "زن" و "زنان" به‌صورتی کاملاً سوگیرانه و در چارچوب پارادایم غربی و فمینیستی قابل ارزیابی است.

مقدمات فوق نشان می‌دهد که کنوانسیون از لحاظ نظری در چارچوبی مبتنی بر "پلورالیسم معرفتی" بنا شده است که در جهت‌گیری‌های فلسفی اصلی خود لحاظ نکردن "حقانیت فرهنگی" و "فرهنگ حقیقی" را دنبال می‌کند. بدین ترتیب از نظر کنوانسیون دغدغه اصلی باید حفظ گستره متنوع فرهنگ‌ها که ظاهری جذاب و پویا به زندگی در جهان داده‌اند باشد، پس تمرکز و تأکید بر نسبت فرهنگ‌ها با "حقیقت" به‌علت منافات با دغدغه مذکور به کلی مردود است. البته کنوانسیون به‌رغم مبنای پلورالیستی خود، حقوق و آزادی‌های مندرج در اعلامیه جهانی حقوق بشر و حقوق بین‌الملل را به عنوان تنها اصل حاکم بر تنوع فرهنگی مورد ادعای خود به رسمیت می‌شناسد و اذعان می‌کند که تنوع فرهنگی تا مرحله‌ای تحمل می‌شود و مورد حمایت است که از این حکم بین‌المللی عدول نکرده باشد (نک. بند ۱ ماده ۲). این در حالی است که از مبنای نظری اسلام هم پلورالیسم معرفتی و هم اصل آزادی عقیده، بیان و مذهب مطابق مفاد اعلامیه جهانی حقوق بشر غیر قابل قبول است.

### چالش‌های فراروی جمهوری اسلامی ایران در پیوستن به کنوانسیون

۱. فراهم آوردن زمینه‌های فرهنگی- حقوقی برای نادیده گرفتن ماهیت فرهنگی برتر انقلاب اسلامی و دست شستن از صدور آن به عالم با: الف. به رسمیت شناختن احترام و اصالت همه فرهنگ‌های جهانی (بند ۶ ماده ۲/ بند ۳ ماده ۲) و ب. پذیرش ترویج اصل سعه صدر- بخوانید بی تفاوتی - در برابر سایر فرهنگ‌های جهان و نیز ترویج سازگاری با آن‌ها در برنامه‌ریزی‌های ملی فرهنگی (بند ۸ ماده ۲) و ج. تعهد ارائه گزارش سالانه به یونسکو درخصوص اقدامات بین‌المللی جمهوری اسلامی برای حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی (بند الف ماده ۹) و د. تعهد به همکاری با کشورها و سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای برای تشویق و ترویج شناخت اهمیت حفظ و گسترش تنوع بیان‌های فرهنگی (بند ب ماده ۱۰).

۲. تعهد به "اعلامیه جهانی حقوق بشر" و آزادی‌های عقیده و بیان غربی مندرج در آن که محدودیت‌های بسیاری را، خصوصاً در عرصه قضایی جمهوری اسلامی، به بار خواهد آورد و در تقابل با پارادایم آزادی اسلامی است (بند ۱ ماده ۲).

۳. تعهد به انطباق کلیه سیاست‌ها و اقدامات مربوط به حمایت و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی با مقررات کنوانسیون «(بند دوم ماده ۵)، که باتوجه به موسع بودن مفهوم فرهنگ و تنوع فرهنگی، به میزان بسیار زیاد و غیرقابل پیش‌بینی امکان دخالت حقوقی کنوانسیون را در امور داخلی به رسمیت می‌شناسد. بدین ترتیب کنوانسیون با توجه به این واقعیت که هر اقدام و سیاستی امکان دارد به نحوی در حمایت یا فقدان حمایت از تنوع بیان‌های فرهنگی دخالت داشته باشد می‌تواند در امور داخلی ما وارد شود. همچنین کشور ما موظف خواهد بود هر ساله گزارشی را به یونسکو حاوی اطلاعات لازم در مورد کارهایی که برای حفظ و ترویج بیان‌های فرهنگی در سطح ملی انجام داده است ارائه کند (بند الف ماده ۹).

۴. تعهد به تقویت و تشویق ارتباط میان بخش‌های عمومی، خصوصی و سازمان‌های غیرانتفاعی (داخلی و خارجی) برای بهبود ظرفیت آن‌ها در حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی (ماده ۱۵) و (بند ج ماده ۱۲) که با توجه به حرکت خزنده و همه‌جانبه سازمان‌های جاسوسی و اطلاعاتی، خصوصاً بنیادهای صهیونیستی براندازی نرم به سوی قالب‌های آموزشی- فرهنگی مؤسسات به ظاهر بین‌المللی و خیریه، موجد آثار امنیتی و سیاسی و نیز آثار تخریبی فرهنگی خواهد بود.

۵. تعهد به فعال کردن "جامعه مدنی" به عنوان نقطه اتکای اساسی در حمایت و ترویج بیان‌های فرهنگی (ماده ۱۱) که با توجه به تجربیات نه چندان موفق در تأسیس و ثبت آن جی‌اها



در کشور (ثبت کاذب/ سوءاستفاده مالی و اخلاقی) و نیز وجود جریان‌های انحرافی و وابسته می‌تواند به یک چالش بزرگ تبدیل شود.

۶. تعهد به تسهیل ورود کالاهای فرهنگی به کشورها» (بند دال ماده ۱۴) و «تعهد به ایجاد امکان دسترسی آزاد به بیان‌های فرهنگی گوناگون در داخل کشور» (بند ب بخش ۱ ماده ۷) زمینه‌های مساعدی را برای تضعیف کنترل دولت بر بخش‌های تولیدی و خصوصاً توزیعی فرهنگ به وجود می‌آورد.

۷. تعهد در به رسمیت شناختن سهم مهم جامعه هنرمندان خلاق و اجتماعات فرهنگی و سازمان‌های حامی آن‌ها و همچنین نقش محوری آن‌ها در تقویت تنوع بیان‌های فرهنگی (بخش ۲ ماده ۷). با توجه به مشخص نبودن تعریف هنر و هنرمند و نیز نبود تفکیک میان هنر مفید و مضر، همچنین مبهم بودن مفهوم «سهم مهم جامعه هنرمندان» دیوار حمایتی بلندی را برای سوءاستفاده‌کنندگان از هنر و هنرمند ایجاد می‌کند. از طرف دیگر تعهد به «تسهیل رفت و آمد هنرمندان بین کشورها» (بند هـ ماده ۱۴) می‌تواند راه ورود بسیاری از افراد مشکوک و فاسد را تحت عنوان هنرمند به کشور باز کند.

۸. تعهد به حمایت ویژه از برخی بدنه‌های اجتماعی خاص مثل «زنان» و «اقلیت‌ها» در بند الف بخش ۱ ماده ۷) می‌تواند زمینه چالش‌های اخلاقی- امنیتی و تبلیغاتی را علیه نظام فراهم کند.

۹. تعهد به تشویق همکاری در زمینه موسیقی (بند هـ ماده ۱۴) که طبق فتوای مقام معظم رهبری با اهداف عالیه نظام جمهوری اسلامی مغایر است.

۱۰. و ...

### فرصت‌های پیش‌روی جمهوری اسلامی ایران در پیوستن به کنوانسیون

۱. استفاده از قابلیت‌های کنوانسیون در مقابله با یکجانبه‌گرایی فرهنگی- ارتباطی آمریکا در جهان

نقد: البته این قابلیت به دلیل عدم ورود آمریکا به کنوانسیون و نیز عدم اشعار صریح متن کنوانسیون به مقابله با جهانی‌سازی و نیز عدم ورود بسیار از کشورهای قدرتمند جهان به کنوانسیون عملاً در حد یک ژست بین‌المللی فرهنگی باقی خواهد ماند. از طرف دیگر، بسیاری کشورهای عضو که از نظر درآمد اقتصادی در سطح بسیار پایینی هستند و به طمع

کمک‌های مالی به عضویت کنوانسیون درآمده‌اند انگیزه‌ای برای مانورهای فرهنگی-آرمانی این چینی را ندارند.

۲. استفاده از امکانات مالی «صندوق بین‌المللی تنوع فرهنگی» طبق ماده ۱۸  
**نقد:** این صندوق پس از گذشت چند سال از تصویب کنوانسیون هنوز تأسیس نشده است و در صورت تأسیس نیز نمی‌تواند امکان قابل توجهی برای کشورمان باشد. زیرا از یک طرف ملزم به پرداخت حق عضویت هستیم و از طرف دیگر کشورهای بسیار فقیرتر و نیازمندتری در صف انتظار کمک هستند که شاید هیچ‌گاه نوبت به جمهوری اسلامی نرسد. همچنین درآمد بالای نفتی و ثروتمند بودن ایران مزایای استفاده از تسهیلات صندوق را در برابر محدودیت‌ها و شرایط حقوقی - فرهنگی آن در حد صفر تنزل می‌دهد.

## نتیجه‌گیری و پیشنهادها

ملاحظات انتقادی در باب مبانی نظری کنوانسیون و نیز بررسی دقیق چالش‌ها و فرصت‌هایی که کنوانسیون در اختیار ما قرار می‌دهد حاکی از آن است که ورود در کنوانسیون نه تنها موجب هیچ مزیت و امکان قابل ملاحظه‌ای برای ما نیست بلکه می‌تواند محدودیت‌ها و اختلال‌های بسیاری را در روند حرکت رو به جلوی انقلاب اسلامی به وجود آورد. انقلاب اسلامی خود یک احیای بزرگ در باب بیانی در حال انقراض و نابودی بود. آن بیان در چند جمله مشخص می‌شود: «ساختن جهان براساس معنویت و عدالت». به عبارت دیگر انقلاب اسلامی خود یک اصلاح بزرگ بود؛ اصلاحی که در چارچوب آن موانع حاکمیتی و سیاسی پیش پای رشد یک فرهنگ نیمه‌جان به کلی از بین رفت. این اصلاح مستلزم عبور از بسیاری بیان‌های فرهنگی ناکارآمد، ناقص، معیوب و بی‌فایده بود. جالب اینکه قریب به اتفاق مردم ایران به بیان پیروز رأی مثبت داده‌اند و این رأی را بارها تکرار کرده‌اند. حال سؤال اساسی این است که اگر تمام توان، امکانات و قابلیت‌های «کنوانسیون حمایت و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی» بسیج می‌شد آیا می‌توانست این پیروزی را در احیای یک بیان فرهنگی ریشه‌دار تاریخی به ارمغان آورد؟ پس اگر یکی از عظیم‌ترین مقاومت‌های تاریخ معاصر جهان بر سر یک بیان فرهنگی، بدون هیچ کمک خارجی و بین‌المللی صورت پذیرفته است چرا باید برای مابقی نیازها که بسیار کوچک‌تر و سهل‌الوصول‌تر از نیاز به تشکیل یک دولت ملی برآمده از فرهنگ هستند دست به دامن کنوانسیون شویم که غیر از کمک‌های مالی محدود، هیچ ویژگی خاصی جز ایجاد محدودیت‌های بسیار فرهنگی-حقوقی در بر ندارد؟ ملتی که فرهنگ روبه اضمحلال شیعه را از دل تاریک قرون و اعصار به اوج عزت و قدرت رسانده است چرا باید در امور بسیار فرعی‌تر خود به دنبال مددکار فرهنگی بگردد؟

از طرف دیگر وجهه جهانی شدن و ضد یک‌جانبه‌گرایی کنوانسیون بیشتر برای کشورهای اروپایی که در تبادلات محصولات فرهنگی خود با آمریکا دچار اشکال هستند جذاب است و نیز برای کشورهای فقیر آفریقایی که از حداقل‌های قطعی فرهنگی نیز به دلیل فقر بی‌حد و حصر اقتصادی محروم‌اند. آن‌ها مشکل ایدئولوژیک با آمریکا ندارند بلکه به دنبال رفاه و رهایی از محدودیت‌ها هستند، لذا طبیعی است که از هر نوع امکان جهت گشایش استقبال کنند. به نظر می‌رسد مقابله اروپایی‌ها، آفریقایی‌ها و حتی آمریکای لاتین یا یک‌جانبه‌گرایی آمریکایی اگرچه در حوزه سیاسی- اقتصادی- بین‌المللی نوعی اشتراک و وحدت نظر اجمالی و پیش‌برنده را بین ما و آن‌ها به وجود می‌آورد ولی در حوزه فرهنگی هیچ عاملی نمی‌تواند فاصله‌ها را پر کند. لذا ملاحظه می‌شود که آن‌ها در حوزه فرهنگی به راحتی اصالت همه فرهنگ‌ها را می‌پذیرند زیرا فرهنگ آن‌ها در نفی ریشه‌های فرهنگی جهانی سازی شکل نمی‌گیرد بلکه همه از ماهیتی ماتریالیستی برخوردارند ولی در فرهنگ ایرانی - شیعی جنبه‌های نفی و رد دارای نقشی برابر و همپا با وجوه ایجاب و اثبات است. بنابراین مقاومت شور و شوق برانگیز اروپا و آفریقا و آمریکای لاتین برای تصویب کنوانسیون نباید منجر شود ما چشم‌هایمان خود را به روی واقعیت‌های متفاوت و متمایز خود با آن‌ها ببندیم. در عین حال، بسیاری از کشورهای صاحب دیدگاه و پارادایم در عرصه فرهنگ جهانی هنوز به این کنوانسیون نپیوسته‌اند (روسیه/ ژاپن/ آمریکا/ انگلستان و بسیاری کشورهای اسلامی و...)

#### باتوجه به مجموعه نتایج این مقاله پیشنهاد می‌شود:

۱. دولت جمهوری اسلامی ایران از ورود در کنوانسیون اجتناب کند و در این راستا چند مسئله مهم را مورد توجه قرار دهد:
  - آثار قضایی و حقوقی منفی پیوستن ایران به برخی کنوانسیون‌های مشابه مثل کنوانسیون حمایت از حقوق کودکان که منجر به اختلال در روند قضایی جمهوری اسلامی ایران شده است.
  - بررسی فرایند تصمیم‌گیری برخی کشورهای مهم که به کنوانسیون نپیوستند (مثلاً کشور انگلستان تصمیم‌گیری در خصوص ورود یا عدم ورود به کنوانسیون را به وزارت دفاع واگذار کرد گویا کنوانسیون را بیشتر مسئله‌ای امنیتی می‌پنداشت تا فرهنگی).
۲. دولت جمهوری اسلامی ایران برای ایفای نقش مؤثرتر در عرصه حقوق بین‌الملل فرهنگ با هدف ترویج و حمایت از آرمان‌های الهی- انسانی خویش و نیز مقابله با یک‌جانبه‌گرایی فرهنگی آمریکا و اقمار آن در قالب جهانی سازی، به‌سوی تأسیس و تصویب اعلامیه‌ها و کنوانسیون‌های منطبق بر اهداف خود حرکت کند و در این مسیر از وجوه مشترک با بسیاری کشورهای اسلامی و حتی غیر اسلامی استفاده بهینه نماید. به عبارت دیگر جمهوری اسلامی ایران به جای این‌که تصمیم بگیرد وارد یک کنوانسیون مصوب بشود یا

نشود، تصمیم بگیرد که به‌سوی تصویب و تأسیس چه کنوانسیون‌نی حرکت کند. در این راستا برخی عناوین پیشنهاد می‌شود:

- کنوانسیون حمایت و ترویج از فرهنگ خانواده در سیاستگذاری توسعه‌ای
- کنوانسیون حمایت و ترویج فرهنگ توحیدی در جهان
- کنوانسیون مقابله با اشغال‌گری در جهان

ثروت و موقعیت ویژه کشورهای اسلامی می‌تواند پشتوانه خوبی جهت تحقق اهداف پیش‌گفته در قالب کنوانسیون‌های فوق به حساب آید.

## منابع

- اسمیت، فلیپ. *درآمدی بر نظریه فرهنگی*، ترجمه حسن پویان، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران: ۱۳۸۳.
- آیسیکو، «بیانیه اسلامی تنوع فرهنگی»، ترجمه دفتر آیسیکو در تهران، انتشارات آیسیکو در تهران: ۱۳۸۵.
- پارکر، بیکهو. «تعهد به کثرت‌گرایی فرهنگی»، ترجمه ضیاء تاج‌الدین، مجموعه قدرت و فرهنگ، اداره کل پژوهش‌های سیما تهران: ۱۳۸۳.
- دکونیار، خاویر پرز، *تنوع خلاق‌ها*، ترجمه جمعی از مترجمان، انتشارات کمیسیون ملی یونسکو ایران، تهران: ۱۳۷۷.
- فراهانی، فاطمه. «سخنرانی با عنوان معرفی کنوانسیون تنوع فرهنگی»، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت ارشاد، تهران: ۱۳۸۶.
- کمیسیون ملی یونسکو، «اعلامیه جهانی تنوع فرهنگی»، ترجمه کمیسیون ملی یونسکو، تهران: ۱۳۸۴.
- کمیسیون ملی یونسکو، راهبرد میان مدت ۲۰۰۷—۲۰۰۲ «مشارکت در صلح و توسعه انسانی در عصر جهانی شدن از طریق آموزش، علوم، فرهنگ و ارتباطات»، دفتر یونسکو، تهران: ۱۳۸۱.
- کمیسیون ملی یونسکو، «کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان فرهنگی»، ترجمه کمیسیون ملی یونسکو، تهران: ۱۳۸۶.
- نیک، هالینا، «حقوق فرهنگی در پایان دهه جهانی توسعه فرهنگی»، مجموعه قدرت فرهنگ، اداره کل پژوهش‌های سیما، تهران: ۱۳۸۳.



## کارکردهای شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای در جنگ نرم

نوشته

عبدالله بیچرانلو\*

### چکیده

این مقاله با تاملی بر مفهوم قدرت نرم و جنگ نرم، در راستای تحلیل این موضوع در خصوص ایران، به طور خاص، نقش رسانه‌های تصویری در دو سطح مخاطبان خارجی و داخلی را تبیین می‌کند. در سطح خارجی، بازنمایی ایران در برخی رسانه‌های تصویری غرب، به منظور شکل‌گیری تصویری خاص از ایران، به طور اجمالی تحلیل شده و در سطح داخلی نیز، فعالیت شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای در جهت تأثیرگذاری فرهنگی - اجتماعی بر جامعه ایرانی مورد تمرکز قرار گرفته است. نگارنده با طبقه‌بندی شبکه‌های ماهواره‌ای در ده دسته عمده، کارکردها و تأثیرات هر دسته از این شبکه‌ها را در فضای نوین رسانه‌ای ایران به طور اجمالی بررسی کرده است. در این بررسی، تشدید و تقویت فعالیت برخی از انواع شبکه‌های ماهواره‌ای در یک سال اخیر که رویکردی تقابلی با رویکردهای فرهنگی ایران را اتخاذ کرده‌اند، تبیین و در نهایت، به اختصار راهکارهایی به منظور سیاست‌گذاری و مدیریت فضای نوین فرهنگی - اجتماعی ایران ارائه شده است.

کلیدواژه: رسانه، بازنمایی، شبکه تلویزیونی، ماهواره، جنگ نرم و قدرت نرم.

### مقدمه

نزدیک به دو دهه از ورود ماهواره به فضای ارتباطات رسانه‌ای کشورمان می‌گذرد و در این دو دهه تحولات زیادی در این زمینه رخ داده است. ظهور آنتن‌های بشقابی بر فراز بام‌های منازل در ایران، از سال ۱۹۹۲ (۱۳۷۱) آغاز شد. خانواده‌های مرفه نقاط مرزی کشور، نخستین

\* دانشجوی دکترای مدیریت رسانه دانشگاه تهران

استفاده‌کنندگان از این برنامه‌ها بودند که با سهولت بیشتری به سخت‌افزار مورد نیاز دست می‌یافتند و متعاقباً تکثیر نوارهای ویدئویی ضبط‌شده از برخی کانال‌ها به ویژه کانال ام‌تی‌وی از سوی دست‌اندرکاران تهیه و توزیع زیرزمینی نوار ویدئویی در ایران که سابقه‌ای پانزده ساله داشت، آغاز شد. به تدریج آنتن‌های مذکور در برخی منازل که بیشتر در نقاط مرفه‌نشین شمال شهر تهران متمرکز بودند، آغاز شد. به تدریج آنتن‌های بشقابی در مناطق متوسط‌نشین شهر تهران نیز دیده شد. ضمن آنکه موضوع ماهواره، سوژه بسیاری از محافل و مجالس غیررسمی شد و شرایط سال‌های ورود ویدئو به ایران تکرار شد و خانواده‌ها برای دیدن برنامه‌های ماهواره‌ای با کنجکاوی به منازل صاحبان این وسایل می‌رفتند. در مجتمع‌های مسکونی هزینه تهیه یک مجموعه سخت‌افزاری برای دریافت برنامه‌های ماهواره‌ای از طریق سرشکن کردن قیمت آنتن بشقابی، کمتر و برای منازلی که به طور انفرادی اقدام به خرید می‌کردند، بیشتر بود (محسنیان، ۱۳۷۳: ۵-۴). با گذشت مدتی نسبتاً طولانی از آن زمان، ماهیت مسائل مربوط به ماهواره در کشورمان بسیار تغییر کرده است، در طول سالیان گذشته شبکه‌های ماهواره‌ای، به ویژه شبکه‌های فارسی‌زبان، به صورت قارچی افزایش یافته و با اغماض نسبی در خصوص استفاده از ماهواره، شواهد، مطالعات و آمارها حاکی از گسترده‌شدن بهره‌گیری خانواده‌های ایرانی از آن است.

### طرح مسئله

مسئله‌ای که در این نوشتار طرح شده و تلاش می‌شود با بهره‌گیری از برخی مطالعات پیمایشی انجام شده، مشاهدات پیوسته چهارساله شبکه‌های ماهواره‌ای و نیز ادبیات نظری مربوط، به آن پرداخته شود، کارکردهای نوین شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای و احیاناً تهدیدات نرم برخی از آن‌ها در فضای ارتباط جمعی کشورمان است، چرا که به نظر می‌رسد ممنوعیت بهره‌گیری عمومی از ماهواره در کشورمان، ناشی از این مسئله است. در بررسی این مسئله، به سؤال‌های زیر پاسخ داده خواهد شد: ۱. در یک تقسیم‌بندی کلی، شبکه‌های ماهواره‌ای کنونی، به لحاظ برنامه‌هایی که پخش می‌کنند، چه شبکه‌هایی هستند؟ ۲. هر دسته از این شبکه‌ها بر چه موضوعات و برنامه‌هایی متمرکزند؟ و ۳. آیا می‌توان همه شبکه‌های ماهواره‌ای را تهدید نرم دانست؟ برای پاسخ به این سؤال‌ها، در ابتدا موضوع «قدرت نرم» و «تهدید نرم» را بررسی می‌کنیم.

### قدرت نرم

قدرت قابل تصور هر کشوری، از دو قدرت سخت و نرم تشکیل شده است که قدرت سخت و اجزاء آن بسیار شناخته‌شده‌تر است؛ برای مثال، قدرت نظامی یک کشور، یکی از اجزاء آن



است. منابع طبیعی، مساحت و جمعیت یک کشور نیز از دیگر اجزاء قدرت سخت یک کشور به شمار می‌روند. اما قدرت نرم پیشینه طولانی دارد؛ برای مثال «سوفسطاییان، باور داشتند که می‌توان با بهره‌گیری از سخنوری (زبان)، آثار مادی در جهان ایجاد کرد. گرامشی، سلطه را قدرت ناشی از اجماع، نه اجبار می‌دانست» (Chouliaraki, 2007: 1). چندین قرن پیش از میلاد مسیح، این مفهوم - اما نه به این نام - مطرح بوده است. هنگامی که کنفوسیوس، فیلسوف معروف چینی از لائوتسه بنیانگذار مکتب تائو پرسید، تائو چیست؟ لائوتسه دهانش را گشود و لی چیزی نگفت. کنفوسیوس لبخندی زد و به شاگردانش که موضوع را درک نکرده بودند، توضیح داد که لائوتسه در طریقت از ما پیشی گرفت. در دهان او دندانی وجود ندارد، بلکه فقط یک زبان است. در دهان سخت‌ترینشان (دندان‌ها) نابود شده‌اند، لیکن نرم‌ترینشان (زبان) زنده مانده است؛ یعنی قدرت نرمی، بیشتر از قدرت سختی است، این است تائو (محمدی، دژمرادی، ۱۳۸۹: ۲۳). اما اصطلاح «قدرت نرم»، تنها دو دهه است که رایج شده و صاحب‌نظران، تعاریف گوناگونی در خصوص قدرت نرم و نیز اجزاء و عناصر آن ارائه کرده‌اند.

جوزف نای<sup>۱</sup>، مشهورترین صاحب‌نظر در این زمینه و مبدع اصطلاح قدرت نرم که بیش از دو دهه به طرح بحث درخصوص قدرت نرم آمریکا مشغول بوده، در کتاب‌های متعدّدش از جمله خیز برای رهبری<sup>۲</sup> در سال ۱۹۹۱، پارادوکس قدرت آمریکا<sup>۳</sup> در سال ۲۰۰۱، قدرت نرم: ابزار موفقیت در سیاست بین‌الملل<sup>۴</sup> و قدرت در عصر اطلاعات جهانی: از رئالیسم تا جهانی‌سازی<sup>۵</sup> در سال ۲۰۰۴، موضوع قدرت نرم و سخت را به‌طور مفصل تعریف و تبیین کرده است. او به‌طور خلاصه قدرت نرم را چنین معرفی می‌کند: «توانایی کسب مطلوب از طریق جاذبه؛ نه از طریق اجبار یا تطمیع» (نای، ۱۳۸۷: ۲۵). او معتقد است، قدرت پلیس، قدرت مالی و توانایی به‌کارگیری و استخدام افراد یا اخراج آن‌ها نمونه‌هایی ملموس از قدرت سخت هستند که می‌توان از آن به منظور واداشتن دیگران به تغییر وضعیت خود استفاده کرد. قدرت سخت به تشویق‌ها (هویج) و تهدیدها (چماق) متکی است. اما گاهی اوقات می‌توان به نتایج دلخواه و مطلوب از طریق تعیین یک برنامه و جذب دیگران بدون تهدید یا هزینه مالی دست یافت. این قدرت نرم است: دستیابی به نتایج مطلوب از طریق جذب دیگران نه از طریق بهره‌گیری از محرک‌های مادی آن‌ها. این نوع از قدرت، بر مبنای انطباق و هماهنگ شدن با مردم قرار دارد تا اجبار و اعمال زور بر آن‌ها. قدرت نرم، بر توانایی شکل‌دهی ترجیحات دیگران برای خواستن آنچه مورد نظر شماست، متکی است (Nye, 2008: 29). در تعریفی ساده می‌توان، جنگ نرم، را اعمال تهدید نرم یک گروه، سازمان، کشور یا مجموعه‌ای از کشورها علیه قدرت نرم یک گروه، سازمان، کشور یا مجموعه‌ای از کشورهای دیگر دانست. به‌طور خاص در مورد یک کشور، تمامی اقداماتی را که موجب شود تا اهداف، ارزش‌های حیاتی و اصیل یک نظام سیاسی و امنیت ملی کشور، از لحاظ فرهنگی به خطر افتد یا موجب ایجاد تغییر و تحول اساسی در باور و ارزش‌های اصلی نظام (استحاله فرهنگی) شود، تهدید

نرم می‌گویند. تهدید نرم، همان براندازی خزنده و خاموش است. تغییرات ناشی از تهدید نرم ماهوی، آرام و تدریجی است. این تهدید همراه با آرامش و خالی از روش‌های فیزیکی و به شکل قانونی و با استفاده از ابزارهای تبلیغات، رسانه، احزاب، تشکل‌های صنفی و قشری اعمال می‌شود (نایینی، دُر مرادی، همان: ۲۷۸).

در عرصه جنگ نرم — که صرفاً بر ایران متمرکز نیست و تنها در تقابل با کشور ما روی نداده — رسانه‌ها ستون جنگ را تشکیل می‌دهند. در واقع، بر اثر تحولات روزافزون فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، ابعاد رسانه‌ای جنگ نرم، نیز گسترده‌تر و پیچیده‌تر شده است. در فضای نوین جنگ نرم، رسانه‌ها اذهان و دل‌های مخاطبان بسیار گسترده‌ای را در کشورها و جوامع گوناگون هدف قرار می‌دهند تا بتوانند قدرت نرم یک گروه یا کشور رقیب یا دشمن را تضعیف کنند. «مشهور است که جوانان آلمانی که دیوار برلین را فرو ریختند، تی‌شرت‌هایی با آرم شبکه «ام‌تی‌وی» آمریکا پوشیده بودند، حتی رئیس «هیئت‌مدیره رادیو تلویزیون» دولتی آمریکا بی‌بی‌سی با قاطعیت تأکید می‌کرد: این ام‌تی‌وی بود که دیوار برلین را فرو ریخت» (Fraser, 2008: 173).

تجربه قرن بیستم نشان داده است که در این میان، رسانه تلویزیون، به ویژه شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای و برون مرزی که بتوانند با زبانی بین‌المللی یا به زبان محلی خود مخاطبان با آن‌ها ارتباط برقرار کنند، از اهمیت اساسی برخوردارند. کشورهای مختلفی همچون آمریکا، انگلیس، فرانسه، آلمان، شوروی سابق و روسیه کنونی، ایتالیا، چین، ژاپن، کره جنوبی، مصر، امارات، قطر، عربستان، ترکیه و کشورمان از جمله کشورهایی هستند که به دنبال تقویت قدرت نرم خود بوده‌اند و هر یک از آن‌ها در دوره‌های مختلف در طول حدود شصت سال گذشته، در این زمینه سرمایه‌گذاری‌های گسترده‌ای انجام داده‌اند.

## تلویزیون و قدرت نرم

### مورد خاص: شش دهه بهره‌گیری آمریکا از تلویزیون، به مثابه ابزار قدرت نرم

امروز تماشای تلویزیون، محبوب‌ترین سرگرمی در دنیاست. در انگلیس حدود ۹۴ درصد از خانه‌ها، لااقل یک دستگاه تلویزیون رنگی دارند و ۶۶ درصد نیز صاحب دستگاه ویدئو هستند. مردم انگلیس به‌طور متوسط، بیش از ۲۵ ساعت در هفته تلویزیون تماشا می‌کنند؛ در روزهای خاص، نیز ۸۰ درصد از جمعیت این کشور، به تماشای تلویزیون می‌نشینند. مارشال مک‌لوهان در دو دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ میلادی معتقد بود که تمام رسانه‌های گروهی در واقع، مصادیق چشم بشر هستند. وقتی رادیو به مثابه گوش و روزنامه یا کتاب به عنوان چشم مورد استفاده قرار گرفت، تلویزیون نیز وسیله‌ای برای استفاده چشم و گوش در نظر گرفته شد که موجب تقویت اطلاع‌رسانی به سیستم عصبی انسان می‌شد (مک کوئین، ۱۳۸۴: ۱۶). اما تلویزیون، را آن‌گونه

که جان فیسک تصریح می‌کند، می‌توان «یک عامل فرهنگی، به ویژه تولیدکننده و توزیع‌کننده معانی دانست. تلویزیون، برنامه‌هایی ایجاد می‌کند که مشحون از معانی بالقوه هستند و تلاش می‌کند این معنادار بودن را کنترل و آن را به سوی معانی مرجح خاصی سوق دهد که نتیجه ایدئولوژی غالب باشد (Fisk, 1999: 4). اغلب محققان ارتباطات به دلایل متعدد مطالعاتی از جمله سهولت دسترسی به منابع مرتبط، پیشتازی آمریکا در زمینه تحولات تکنولوژیک ارتباطات و نیز مطالعات آکادمیک و نظری در این زمینه، در مطالعات خود به این کشور پرداخته‌اند. آن‌گونه که مطالعات ارتباطات نشان می‌دهد این کشور از تلویزیون به منظور تقویت قدرت نرم فرهنگی و نیز سیاسی خود بسیار بهره برده است. آمریکایی‌ها پس از جنگ جهانی دوم، به دلیل این که همواره در سیاست خارجی خود، در مقابل «ما» با یک «دیگری» مواجه بوده‌اند، آن‌ها در طول حدود چهار دهه جنگ سرد، همواره تلاش کردند از روش‌های نرم فرهنگی برای مقابله با «دیگری» یعنی کمونیست‌ها بهره بگیرند.

آمریکایی‌ها در تمام دوران جنگ سرد، به علت اهمیت نقش سیاست‌های فرهنگی در پیروزی در جبهه سیاسی جنگ سرد، درگیر نوعی جنگ نرم یا به بیان ساندرز «جنگ سرد فرهنگی» با شوروی بودند که این جنگ از همان آغاز حضور نیروهای آمریکا و شوروی در آلمان در سال ۱۹۴۵ به تدریج شکل گرفت و تا فروپاشی شوروی ادامه یافت. ساندرس شروع این جنگ را این‌گونه توصیف کرده است:

در اوایل سال ۱۹۴۵، یکی از افسران اطلاعاتی، تاکتیک‌های غیرمعارفی که شوروی در حال استفاده از آن‌ها بود را پیش بینی کرد. او در گزارش خود به ژنرال داناون، رئیس دفتر خدمات استراتژیک، اظهار داشت: «اختراع بمب اتم باعث تغییر در تعادل میان روش‌های «صلح‌آمیز» و جنگ‌طلبانه» اعمال فشار بین‌المللی خواهد شد و ما باید منتظر افزایشی بسیار چشمگیر در اهمیت روش‌های «صلح‌آمیز» باشیم. دشمنان ما بیش از هر زمان دیگری برای تبلیغ، سرنگون کردن، اخلال و اعمال فشار بر ضد ما آزاد خواهند بود و ما خود برای تحمل این توهین‌ها مشتاق خواهیم بود. ما نیز که مشتاق پیشگیری از تمام هزینه‌های تراژدی جنگ باز هستیم، چنین روش‌هایی را به کار می‌گیریم؛ شیوه‌های «صلح‌آمیز» در زمان تضعیف دشمن در قبل از جنگ واقعی و آشکار، و در زمان دغل‌کاری بعد از جنگ، بسیار مهم و حیاتی خواهند شد». این پیش‌گویی، تعریفی را از جنگ سرد به عنوان یک رقابت روانی، از ایجاد رضایت، توسط شیوه‌های «صلح‌آمیز» و از تبلیغ برای فرسایش مواضع خصمانه، عرضه کرد و به عنوان شلیک آغازین در برلین پرآشوب، فرهنگ به عنوان «سلاح عملیاتی» برگزیده شد. بدین شکل بود که جنگ سرد فرهنگی آغاز شد (ساندرس، ۱۳۸۲: ۳۳-۳۲).

در این جنگ، تلویزیون یک ابزار غیرقابل جایگزین برای دستیابی به قدرت بیشتر و در نهایت پیروزی بر رقیب بوده است. «تلویزیون از اواخر دهه ۱۹۴۰ به عنوان یک رسانه توده جای پای

خود را در فضای دوران جنگ سرد پیدا کرد. از همان آغاز، آمریکا از تلویزیون به عنوان یک سلاح ایدئولوژیک برای گسترش ارزش‌های لیبرال و حامی سرمایه‌داری بهره گرفت. شبکه‌های آمریکا بی برای دستیابی به بالاترین هدف اخلاقی موردنظرشان یعنی متعهد کردن کل آمریکا علیه تهدید کمونیسم به اتفاق نظر رسیدند. آن‌ها به شدت از این موضوع نگران بودند که شوروی به یک نوآوری و ابداع تکنولوژیک در زمینه تلویزیون دست یابد که مزیت تکنولوژیک سلاح‌های پیشرفته را داشته باشد. این نگرانی شدید باعث شد واشنگتن، شبکه‌های آمریکا بی را به تدوین یک راهبرد تلویزیون جهانی وادارد. در حالی که دولت آمریکا در دهه ۱۹۵۰ از طریق سیا رادیو آزادی و رادیو اروپای آزاد را برای هدف قرار دادن اتحاد جماهیر شوروی تأسیس کرده بود، طرفداران صدای آمریکا به سرعت لابی خود را برای اتخاذ استراتژی هماهنگ از سوی آمریکا برای تضمین ایفای نقشی برجسته توسط آمریکا در گسترش تلویزیون جهانی فعال کردند. در کنگره نیز به شدت از این ایده حمایت شد. پت ویور، مدیر شبکه ان‌بی‌سی در دهه ۱۹۵۰، در آن زمان پیشنهاد ایجاد یک شبکه بین‌المللی فرستنده‌های تلویزیونی را مطرح کرد و خواستار نصب ۱۰۰۰۰ دستگاه تلویزیون در اماکن عمومی جهان برای گسترش ارزش‌های آمریکا بی شد. این ایده هرگز به مرحله اجرا نرسید اما به جای آن، به دلیل بازار گسترده تولیدات تلویزیونی، آمریکا توانست به بزرگ‌ترین صادرکننده برنامه‌های تلویزیونی جهان تبدیل شود. با ظهور تلویزیون ماهواره‌ای در دهه ۱۹۷۰ میلادی، نفوذ تلویزیون آمریکا بیشتر شد. سی‌ان‌ان، اولین شبکه جهانی آمریکا بود، شبکه‌ای که در جنگ اول خلیج فارس، نقش بسیار برجسته‌ای در فضای سیاست بین‌الملل ایفا کرد. بعد از حوادث ۱۱ سپتامبر هنگامی که آمریکا در مارس ۲۰۰۳ به عراق حمله کرد، بینندگان تلویزیون در سراسر جهان به سی‌ان‌ان رو آوردند اما این بار رقبای خبری جدیدی در کنار سی‌ان‌ان قرار گرفته بودند؛ فاکس‌نیوز در آمریکا، سرویس جهانی بی‌بی‌سی، شبکه‌های عربی مانند الجزیره و العالم نیز در پوشش اخبار جنگ، با سی‌ان‌ان رقابت می‌کردند. اما پس از حوادث ۱۱ سپتامبر [و حمله آمریکا به عراق] آمریکا نیز تصمیم گرفت شبکه عربی خود را راه اندازی کند. شبکه الحرة تحت‌نظارت بی‌بی‌سی و در نزدیکی واشنگتن اوایل سال ۲۰۰۴ تأسیس شد (Fraser, Ibid: 183).

### تقابل رسانه‌ای غرب با ایران

با پایان یافتن جنگ سرد بین آمریکا و شوروی، جنگ سرد فرهنگی نیز به نوعی فروکش کرده و آمریکا بی‌ها گویی جبهه دیگری را برای جنگ فرهنگی باز کرده‌اند؛ جبهه‌ای که البته تا حدودی به موازات جنگ نظامی است، چرا که آمریکا عملاً در خاک سه کشور عراق، افغانستان و پاکستان درگیر جنگ است. در واقع، به باور صاحب‌نظران این روزها، دیگر خیلی عادی شده است که ادعا کنیم اسلام [از دید آمریکا بی‌ها] به «امپراتوری شر» تبدیل شده است، همان‌طور

که پیش از این اتحاد جماهیر شوروی چنین نقشی را بر عهده داشت. مجموعه منظم جنگ ژئوپولیتیک جنگ سرد که هر چیزی را در چارچوب سخت و انعطاف‌ناپذیر «کمونیست‌ها و ما» قرار می‌داد، از بین رفته است (سمتی، ۱۳۸۵: ۱۳۸). رشد اسلام‌هراسی (Islamophobia) (وحشت و ترس غیرمنطقی از اسلام) از جنبه تاریخی توسط ساخت‌های نژادپرستانه غرب، تقویت و تشدید شده است. در جهان غرب عاری از کمونیسم [که در دوران جنگ سرد، به عنوان تهدیدی علیه غرب محسوب می‌شد] بعد از فرو ریختن دیوار برلین در سال ۱۹۸۹، اسلام جایگزین مناسبی برای آن (کمونیسم) شده است (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۹۶). با این حال، در میان کشورهای اسلامی و مسلمانان، ایران و ایرانیان برای غرب یک مورد بسیار ویژه بوده‌اند. پیروزی انقلاب اسلامی در ایران و طرح گفتمانی متفاوت و متعارض با گفتمان غرب که در عرصه روابط بین‌الملل حاکم بوده، به تدریج ایران را در کانون توجه رسانه‌های غرب قرار داد. در حقیقت، رسانه‌های تصویری و به‌طور خاص شبکه‌های تلویزیونی غرب، در دو سطح داخلی و خارجی (بین‌المللی) جنگ نرم را با ایران پس از انقلاب اسلامی دنبال کرده‌اند.

### سطح بین‌المللی جنگ نرم رسانه‌ای علیه ایران

در بُعد بین‌المللی جنگ نرم که در آن شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای نقش برجسته‌ای دارند، مخاطبان غیرایرانی هدف قرار گرفته و در آن تلاش می‌شود به افکار عمومی کشورهای دیگر، چه کشورهای دوست یا در رقابت یا تخاصم با ایران، شکل خاصی داده شود.

در سطح بین‌المللی، جنگ نرم رسانه‌ای علیه ایران، از ابتدای پیروزی انقلاب و به‌طور خاص پس از تسخیر لانه جاسوسی شروع شد. انقلاب اسلامی، به عنوان انقلابی علیه استعمار خارجی و استبداد داخلی، واکنش تند محافل رسانه‌ای غربی را به دنبال داشت. بلافاصله گفتمان شرق‌شناسی فعال شد و انقلاب اسلامی به عنوان انقلابی ارتجاعی و فئاتیکی و نظام جمهوری اسلامی به عنوان نظامی بنیادگرا، متعصب و خشونت طلب، بازنمایی شد. از آن زمان تاکنون، ایران تحت عناوین اسلام‌گرا، افراطی، تروریست، دشمن، تهدیدی برای غرب و صلح جهانی و... مورد حمله قرار می‌گیرد. مواضع مستقل ایران در سیاست خارجی به عنوان تمرد و سرکشی، مخالفت با روند سازش در خاورمیانه تحت عنوان مخالفت با صلح خاورمیانه و حمایت از جنگجویان اسلام‌گرا، احیای ارزش‌های دینی و فرهنگی، تحت عنوان تعصب و بنیادگرایی و حمایت از جنبش‌ها و سازمان‌های مبارز و مظلوم فلسطینی و لبنانی با عنوان حمایت از تروریسم، معرفی می‌شود و اخیراً دستیابی کشورمان به فناوری صلح‌آمیز هسته‌ای، به عنوان کوششی برای تولید سلاح‌های هسته‌ای و کشتار جمعی و تهدید برای جهان وانمود می‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۸۳: ۱-۲).

رسانه‌ها، به ویژه شبکه‌های تلویزیونی در بازتولید و توزیع این گونه کلیشه‌ها و انگاره‌سازی از ایران در سه دهه گذشته، بسیار مؤثر بوده‌اند، چرا که این شبکه‌ها معمولاً پوشش فراگیر و

مخاطبان گسترده‌ای دارند و در مقایسه با هر رسانه دیگری از تأثیرگذاری بیشتری برخوردار بوده‌اند. در طول این دوره، شبکه‌های تلویزیونی از ایران، تصویری ارائه کرده‌اند که نزد اغلب ایرانیان و مسلمانان، ناخوشایند، غیرمنصفانه، اغراق‌آمیز، خدشه‌دار و کلیشه‌ای جلوه کرده و نزد اغلب مخاطبان به ویژه مخاطبان غربی تهدیدآمیز، افراط‌گرایانه، مشارکت‌گریز و آشفته بوده است. آنچه مستندهای تلویزیونی، اخبار و گزارش‌های خبری، کلیپ‌های تبلیغاتی، گفت‌وگوها و میزگردهای تلویزیونی از ایران و ایرانی و اسلام و مسلمانان بازنمایی کرده‌اند، اغلب حاکی از خشونت‌گرایی و جنگ‌طلبی آن‌ها، افراط‌گرایی دینی، حمایت از تروریسم و ارتکاب تروریسم، ظلم و تبعیض در قبال زنان، ارتجاع و عقب‌ماندگی فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی آن‌ها و در مقابل شفقت و دلسوزی، همدردی و همدلی غربی‌ها و مشارکت‌جویی و صمیمیت، سخاوت، نرمی و تعامل‌گرایی آن‌ها به نظر رسیده است (ر.ک: بیچرانلو، رسانه: بهار ۱۳۸۸).

تأثیر و نتیجه فعالیت این رسانه‌ها را می‌توان در نگاه بخشی از مردم آمریکا به ایران لمس کرد؛ «بر اساس نظرسنجی مؤسسه گالوپ در سال ۲۰۰۶، بیشتر آمریکایی‌ها ایران را به عنوان بزرگ‌ترین دشمن آمریکا می‌دانند. در این نظرسنجی، بدون مشخص کردن نام کشور مشخصی، از آمریکایی‌ها خواسته شده بود یک کشور را در هر نقطه از جهان، نام ببرند که از نظر آن‌ها امروز بزرگ‌ترین دشمن آمریکا محسوب می‌شود. نتیجه نظرسنجی نشان داد که به اعتقاد ۳۱ درصد آمریکایی‌ها، ایران بزرگ‌ترین دشمن آمریکا است، در حالی که ۲۲ درصد عراق، ۱۵ درصد کره شمالی و ۱۰ درصد چین را بزرگ‌ترین دشمن آمریکا دانسته بودند» (Totman, 2009: 51). نگارنده کتاب چگونه هالیوود سیاست خارجی را ترسیم می‌کند<sup>۶</sup> که آمار نظرسنجی یادشده را ارائه کرده است، در فصل مربوط به ایران، این‌گونه نتیجه می‌گیرد:

آمریکا جمهوری اسلامی ایران را یک کشور شر می‌داند چون مستقل است و متحد آمریکا نیست. به‌رغم اتهامات و لفاظی‌های آمریکا درباره حمایت ایران از تروریسم و جاه‌طلبی‌های هسته‌ای این کشور، آمریکا از این موضوع آگاه است که ایران، خاری بر سر راه سلطه آمریکا و یک یادآور تلخ این موضوع است که برخی کشورها از مخالفت کردن با آمریکا هراسی ندارند (Totman, Ibid: 70).

### سطح داخلی جنگ نرم رسانه‌ای

در بُعد داخلی جنگ نرم، انواع شبکه‌های ماهواره‌ای با کارکردها و تاثیرات متفاوت بر مخاطبان ایرانی متمرکز هستند. با این حال از آنجا که بسیاری از شبکه‌های ماهواره‌ای در تعارض با منافع کشورمان نیستند، نمی‌توان همه شبکه‌های ماهواره‌ای را دخیل در جنگ نرم دانست. اما چرا در سطح داخلی، یعنی بهره‌گیری مخاطبان ایرانی از ماهواره نیز از عنوان جنگ نرم استفاده شده است؟ برای پاسخ به این سؤال، به‌طور اجمالی باید گفت، در موقعیت کنونی تعامل فرهنگی کشورمان با شبکه‌های ماهواره‌ای تعادل وجود ندارد. از این‌رو این ارتباط اغلب برای کشور ما تهدیدزا بوده است. یکی از عوامل و عناصر اصلی مؤثر در عدم تعادل در رابطه

فرهنگ‌ها و عدم مشارکت همه‌جانبه عناصر فرهنگ‌ها، نقش سازندگان و اداره‌کنندگان تولید فرهنگ است. درباره بحث ماهواره و تبادل و تقابل فرهنگی، سازندگان پیام‌های فرهنگی، صاحبان، اداره‌کنندگان و تولیدکنندگان پیام‌های ماهواره‌ای هستند. از این رو طرح این سؤال ضروری است: چه کسانی اداره‌کننده رسانه‌ها هستند؟ در این نوشتار، باید پرسید چه کسی سازنده رسانه و تولیدکننده پیام‌های ماهواره‌ای است؟ آیا نیاز و درخواست مصرف‌کنندگان تعیین‌کننده است؟... در پاسخ به این سؤال‌ها لازم است به وضع سازندگان اصلی رسانه‌ها و با توجه به شرایط جدید که از آن به عنوان انقلاب همگرایی یاد می‌شود، اشاره کرد؛ صاحبان رسانه‌های چندوجهی، شرکت‌های چندملیتی هستند که در قالب‌های جدید فرهنگ مطرح شده‌اند. این افراد حقوقی و حقیقی از فعال‌ترین شرکت‌کنندگان در سمینارها هستند که مباحث خود را با چندین پیش‌فرض دنبال می‌کنند، از جمله این که: دولت‌ها، فرهنگ‌ها و قومیت‌ها و فرهنگ‌های ناحیه‌ای - محلی چاره‌ای جز پذیرش نظام پخش ماهواره‌ای بین‌المللی نداشته و مقاومت آن‌ها معنی‌دار نیست. از این رو برای قبول درست ماهواره، باید به سیاستگذاری جدید، تغییر قانون، کنار گذاشتن قانون‌های معارض محلی و تعیین روش‌های جدید استفاده از آن اقدام کنند. ... به نظر می‌آید با توجه به سلطه شرکت‌های چندملیتی بر تولید فناوری ماهواره و سیاستگذاری در توسعه آن، فرهنگ‌ها در حالت اعتدالی و برابر به مشارکت نخواهند پرداخت. در اثر عدم حضور همه عناصر فرهنگ خودی و در مقابل حضور همه‌جانبه عناصر فرهنگ بیگانه که در جهت برآورده ساختن نیازهای صاحبان فناوری ماهواره و اشاعه‌دهندگان فرهنگ غربی است، نوعی تقابل فرهنگی صورت خواهد گرفت (آزاد ارمکی، ۱۳۷۶: ۱۰-۷).

با در نظر گرفتن ملاحظه یاد شده در خصوص شبکه‌های ماهواره‌ای، در این بخش، ضمن دسته‌بندی آن‌ها به کارکردهایشان در فضای نوین رسانه‌ای کشورمان پرداخته خواهد شد.

### دسته‌بندی شبکه‌های ماهواره‌ای

با بررسی مشاهده‌ای شبکه‌های ماهواره‌ای کنونی، به‌طور خیلی کلی می‌توان آن‌ها را به ده دسته تقسیم کرد:

۱. **شبکه‌های خبری.** محتوای اصلی این شبکه‌ها را برنامه‌های سیاسی همچون خبر و تفسیر خبر تشکیل می‌دهد که با تمرکز بحث در اینجا روی شبکه‌های فارسی‌زبان، بین شبکه‌های سیاسی کنونی، شبکه بی‌بی‌سی فارسی تأثیرگذارترین شبکه در میان این دسته از شبکه‌ها بوده است، چون از روش‌های نرم و بسیار ملایم برای انتقال پیام‌هایش استفاده می‌کند ضمن این که در تاکتیک‌های اقناعی خود نیز بسیار تلاش می‌کند خود را بی‌طرف و دلسوز ملت ایران نشان دهد. در واقع این شبکه، تجلی مناسبی از شخصیت حکومت استعماری

انگلیس است. به این معنی که با ژست‌های مشفقانه و نرم، فریبکارانه‌ترین پیام‌ها را منتقل می‌کند و در این راستا، بسیار حساب شده عمل می‌کند. این شبکه برای این منظور، بین برنامه‌های سیاسی و اصطلاحاً سخت خود، برنامه‌هایی با محتوای اجتماعی، فرهنگی و نیز علمی را گنجانده است که به ظاهر نرمند و لایه‌های القایی آن بسیار مخرب‌تر از برنامه‌های جدی خبری یا تفسیری هستند، چرا که مخاطب عادی اغلب به لایه‌های زیرین متن‌های نرم این شبکه پی نمی‌برد. برای مثال، در برنامه «کوک» این شبکه که به موسیقی اختصاص دارد، اغلب گفت‌وگوهایی جوان‌پسند با خوانندگان راک و رپ ایرانی صورت می‌گیرد و در این گفت‌وگوها به‌طور تلویحی به مخاطبان القا می‌شود که به دلیل جو خفقان ایران، اغلب خوانندگان مجبورند در زیرزمین و پنهانی فعالیت داشته باشند و تنها با رسیدن پای آن‌ها به خارج از ایران، به آزادی می‌رسند. البته عملکرد این شبکه در حوادث پس از انتخابات دهم ریاست‌جمهوری به قدری بارز بود و چهره عیان‌تر آن را به صورت آشکارا به نمایش گذاشت که نیازی به معرفی ویژه این شبکه نیست. تنها به این نکته می‌توان اکتفا کرد که در میان این دسته از شبکه‌های ماهواره‌ای (شبکه‌های خبری و سیاسی) بی‌بی‌سی فارسی، به دلیل بهره‌گیری از تجربه و شیوه‌های معمول در شبکه‌های مختلف بی‌بی‌سی به زبان‌های گوناگون، به ویژه شبکه بی‌بی‌سی جهانی چالش‌سازترین شبکه خبری فارسی ماهواره‌ای در جنگ نرم علیه ایران بوده است (برای مطالعه بیشتر ر.ک: بیچرانلو، بهار ۱۳۸۹).

شبکه‌های دیگری مانند شبکه صدای فارسی آمریکا و آی‌ای نیز وجود دارند که این شبکه‌ها با زمختی و ارسال پیام‌های سیاسی از طریق برنامه‌های مشحون از تبلیغات سیاسی فعالیت می‌کنند و ضدیت آن‌ها با جمهوری اسلامی ایران، آشکارتر است، ضمن این که فضای زیادی برای برنامه‌های نرم باز نکرده‌اند. شبکه‌های سلطنت‌طلب یا شبکه‌های دیگر مخالفان جمهوری اسلامی ایران مانند کوموله‌ها، حتی از این شبکه‌ها نیز خصمانه‌تر موضع‌گیری می‌کنند که اغلب به ایجاد دافعه در مخاطب نسبت به شعارهای بی‌مایه آن‌ها می‌شود. چندان دور از انتظار نیست که شبکه یورونیوز و نیز تی‌آرتی ترکیه با تأسیس شبکه‌های فارسی خود به گروه شبکه‌های خبری فارسی زبان ماهواره‌ای بپیوندند.

البته در این دسته شبکه‌های غیرفارسی زبان مانند شبکه‌های العربیه، الجزیره، یورو نیوز (به زبان‌های مختلف)، سی‌ان‌ان، بی‌بی‌سی عربی، فاکس نیوز، فرانس ۲۴، روسیه امروز و روسیا الیوم و بسیاری شبکه‌های خبری دیگر هستند که چندان بر مخاطبان داخل ایران تأثیر ندارند و عمدتاً مخاطبان کشورهای عربی و غربی، هدف پیام‌رسانی آن‌ها هستند. البته برخی شبکه‌های کردی کردستان عراق و نیز کردهای ترکیه که برای کردها برنامه می‌سازند برنامه می‌سازند و نیز شبکه‌های جمهوری آذربایجان و ترکیه را که به زبان آذری یا ترکی برنامه پخش می‌کنند، نباید از نظر دور داشت.



شبکه‌هایی مانند (Bloomberg) که شبکه‌ای اقتصادی است نیز در این زمره می‌گنجد. بسیاری از این شبکه‌ها به نوعی تلاش کردند در حوادث پس از دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران، مشارکت فعالی علیه منافع ملی کشورمان داشته باشند.

در این حوادث، شبکه‌هایی مانند بی‌بی‌سی (به سه زبان انگلیسی، عربی و فارسی)، فرانس ۲۴ (به سه زبان فرانسه، انگلیسی و عربی)، سی‌ان‌ان و در میان رسانه‌های عربی از همه پررنگ‌تر، العربیه تمرکز بسیار ویژه‌ای بر این حوادث داشتند و حتی شبکه العربیه، و له خاصی برای این موضوع ساخته و هر روز به طور مکرر پخش می‌کرد. حتی هنگامی که حوادث فروکش کرده بود، با آب و تاب بسیار به موضوع می‌پرداخت. این شبکه تا همین اواخر به مسائل ایران با عنوان «بحران (الازمه) ایران» می‌پرداخت و وضعیت کشور ما را در حالت بحرانی بازنمایی می‌کرد. شبکه الحرة که پس از اشغال عراق به دست آمریکا بی‌ها، تأسیس شده نیز در برنامه‌های خود رویکردی ضدایرانی دارد. در این میان برخی شبکه‌ها مانند روسیه امروز (RT) و نسخه عربی آن (روسیا الیوم)، رویکردی میانه‌روتر در قبال ایران دارند. کشور ما در این عرصه، با سه شبکه خبری یعنی خبر، العالم و پرس‌تی‌وی حضور دارد و شبکه المنار، متعلق به حزب الله لبنان، برخی شبکه‌های تازه تأسیس شیعیان عراق، شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای سوریه نیز به رویکردهای فرهنگی - سیاسی جمهوری اسلامی ایران گرایش جدی و قوی دارند.

## ۲. شبکه‌های فیلم و سریال. شبکه‌هایی مانند فارسی‌وان، ایران افام، (Iran Film & Music)

(این شبکه با پخش سریال جذاب لاس‌ت (Lost) با زیرنویس فارسی، باعث جذب مخاطب شد)، GEM TV, Fox Movies, Body Time, PDF, Iran Beauty, BC Persia و بسیاری شبکه‌های مشابه که در طول یک سال و نیم گذشته به تعداد آن‌ها چندین شبکه افزوده شده است، اغلب برای مخاطبان، فیلم سینمایی یا سریال غیرایرانی پخش می‌کنند یا برخی از آن‌ها فیلم‌های غیرایرانی را که در ایران دوبله شده پخش می‌کنند اما بخش‌های دوبله نشده را نیز به آن‌ها می‌افزایند. در واقع، در خصوص این شبکه‌ها نکاتی چند مطرح است:

الف. بسیاری از فیلم‌های پخش شده از این شبکه‌ها حاوی خشونت و نیز روابط غیراخلاقی هستند. البته این شبکه‌ها هم سطحی از سانسور را دارند، اما محور موضوعات فیلم‌های آن‌ها حاوی دو عنصر یاد شده است، چرا که آن‌ها در رقابت با شبکه‌های داخلی تلویزیونی کشورمان قرار دارند که دو عنصر یاد شده در آن‌ها تقریباً بسیار خفیف است و همین موضوع، فرصتی را برای شبکه‌های ماهواره‌ای فیلم و سریال فراهم کرده تا بتوانند مخاطبان ایرانی را به سوی خود جذب کنند. نزدیک به ۱۰۰ درصد فیلم‌های سینمایی و حدود نیمی از سریال‌هایی که از این شبکه‌ها پخش می‌شوند، آمریکایی هستند. از این رو، در حقیقت این شبکه‌ها در جهت تقویت قدرت نرم آمریکا حرکت می‌کنند.

ب. این شبکه‌ها یا فیلم‌های دوبله شده در ایران را پخش یا فیلم‌هایی با زیرنویس فارسی پخش می‌کنند که این باعث جذب مخاطب به سوی آن‌ها می‌شود؛ چون اغلب مخاطبان، زبان انگلیسی یا زبان خارجی دیگری نمی‌دانند و دوبله یا زیرنویس بسیار به آن‌ها کمک می‌کند، اما دوبله یا زیرنویس لزوماً عاری از واژگان غیراخلاقی یا تابوهای زبانی نیست. در بین این دسته از شبکه‌ها، برخی همچون ام‌بی‌سی فارسی، به دلیل پخش شبانه‌روزی فیلم‌های سینمایی هالیوودی و اخیراً پخش سریال و برنامه‌های سرگرم‌کننده و فارسی‌وان با پخش سریال‌های جدید، بعضاً نزدیک به وضع اجتماعی و دغدغه‌های اجتماعی کنونی در ایران و با دوبله فارسی، شبکه جی‌ام‌تی‌وی به دلیل تمرکز بر فیلم‌ها و سریال‌های جدید، پخش بسیاری از برنامه‌های نمایشی با دوبله فارسی و تمرکز ویژه بر اخبار و تحولات جدید هالیوود، موفق به جذب نسبی مخاطب شده است.

در میان این دسته از شبکه‌ها، شبکه ام‌بی‌سی فارسی و فارسی‌وان مخاطبان گسترده‌ای دارند. نکته جالب توجه در خصوص زیرنویس فارسی شبکه ام‌بی‌سی پرشیا این است که زیرنویس‌ها اغلب دارای غلط املائی هستند و نیز در ترجمه عبارات از آنجا که اغلب افراد عرب‌زبان نامسلط به زبان فارسی آن‌ها را ترجمه می‌کنند، بسیاری اوقات، ترجمه رسا نیست یا از عبارات یا اصطلاحات رایج در زبان روزمره عربی استفاده می‌شود؛ مثلاً عبارت credit card به جای واژه کارت اعتباری، "کارت اعتمادی" ترجمه شده است. اما شبکه فارسی‌وان که به جرئت می‌توان گفت پربیننده‌ترین شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای است، سریال‌هایی با محور خانواده را پخش کرده و به دلیل مضامین خاص سریال‌هایش که اغلب ساخته سه کشور آمریکا، کره جنوبی و کلمبیا بوده‌اند، در بلندمدت تأثیر بسیار زیادی در نگرش‌های مخاطبان عادی خود درباره بسیاری از مسائل اجتماعی خواهد داشت. به‌طور اجمالی می‌توان گفت گفتمان غالب در برنامه‌های این شبکه، گفتمان "خیانت" است چرا که از میان حدود ۲۱ سریال پخش شده از این شبکه تاکنون، مثلث روابط بین دو مرد و یک زن یا دو زن و یک مرد، در بیش از ۱۵ سریال این شبکه دیده شده است (برای مطالعه بیشتر ر.ک: بیچرانلو، تابستان ۱۳۸۸).

ج. به علت این که در برخی از شبکه‌های پخش فیلم، بخش‌های حذف‌شده فیلم‌های دوبله شده در ایران به آن‌ها افزوده می‌شود، برای مخاطب ایجاد کنجکاوی می‌کند تا صحنه‌های حذف شده از یک فیلم در تلویزیون یا شبکه ویدئویی ایران را ببیند.

لازم به توضیح است که شبکه آی‌سی‌سی که اغلب فیلم‌های سینمایی قبل از انقلاب و نیز فیلم‌های سینمایی یا سریال‌های مهم و اغلب دارای نوستالژی بعد از انقلاب (مانند دادشاه، روزی روزگاری، مادر و...) را برای بینندگان پخش می‌کند، رویکرد تا حدودی متفاوت در مقایسه با شبکه‌های یاد شده دارد؛ گرچه رویکردش با شبکه‌های داخلی کشورمان بسیار متفاوت است اما برخی رویکردهای آن، قابل توجه است؛ مثلاً فیلم‌های ضدآمریکایی و ضدطاغوت را نیز پخش می‌کند یا صحنه‌های غیراخلاقی را تا حدودی سانسور می‌کند. در واقع

می‌توان گفت برای دستیابی به اهداف تجاری خود از هر دو طیف فیلم - دارای مضمون مثبت و گاه فیلم‌های مسئله‌دار - پخش می‌کند.

در بین شبکه‌هایی که در این دسته می‌گنجند اما برنامه‌های آن‌ها در واقع، برای مخاطبان غیرفارسی‌زبان پخش می‌شود، می‌توان به شبکه‌های ترکیه یا جمهوری آذربایجان یا برخی شبکه‌های عربی مانند شبکه‌های مختلف عربی ام‌بی‌سی و شبکه‌های اماراتی - که اغلب فیلم‌های ترکیه را با دوبله عربی پخش می‌کنند، اشاره کرد که به علت جذابیت سریال‌های ملودرامشان، گاه در جذب مخاطبان ایرانی که عربی، ترکی یا آذری می‌دانند، موفق بوده‌اند.

باید توجه داشت این دسته از شبکه‌های ماهواره‌ای به‌منظور حفظ یا جذب بیننده، روزبه‌روز به تنوع برنامه‌های خود می‌افزایند. مثلاً شبکه پی‌ام‌سی با پخش برنامه Box Office فیلم‌های سینمایی روز آمریکا را معرفی می‌کند و نیز میزان فروش آن‌ها در هر هفته و خلاصه داستانی از برخی فیلم‌های سینمایی روز را ارائه می‌دهد.

### ۳. شبکه‌های موسیقی (نماآهنگ): این شبکه‌ها مانند جام‌جم (متعلق به ایرانیان

لس آنجلسی)، پی‌ام‌سی (Pmc Music)، پن تی‌وی (PEN TV)، ایران ام ان تی‌وی (Iran TV Market)، تی‌وی پرشیا (MNT)، ای‌بی‌سی وان (EBC.1)، ایران تی‌وی مارکت (Iran TV Market)، تی‌وی پرشیا (TV Persia)، می تی‌وی (TV me)، تپش (Tapesht) و ... به‌طور شبانه‌روز نماهنگ پخش می‌کنند که بخش زیادی از برنامه‌های آن‌ها فقط آلودگی صوتی هستند و ارزش هنری یا موسیقایی ندارند و ویدئو کلیپ‌هایشان بسیار تند، با فلش‌های فراوان و مشحون از حرکات سبک و حرکات رقص غربی و تماس مردان و زنانی هستند که نقش معشوقه‌های - اغلب بی‌وفای - یکدیگر را بازی می‌کنند. البته برخی از این شبکه‌ها گاهی فیلم نیز پخش می‌کنند و در واقع هدفشان سرگرم کردن مخاطب است.

این شبکه‌ها به لحاظ زیبایی‌شناسی موسیقی، ضربه‌های سنگینی را بر پیکره موسیقی کشورمان وارد می‌کنند و به‌تدریج بر علاقه جوانان کشورمان به موسیقی‌های بومی تأثیر می‌گذارند. پخش موسیقی به زبان‌هایی غیر از فارسی و سوق دادن ذائقه جوانان ایرانی به سمت این‌گونه موسیقی‌ها، نمونه بارز تأثیر این شبکه‌ها بوده است. نکته قابل توجه در خصوص کلیپ‌هایی که از این شبکه‌ها پخش می‌شود، افزایش روزافزون شدت ارتباطات جنسی و نمایش رفتارهای اروتیک در آن‌هاست: به عبارت دیگر میزان برهنگی و رفتارهای جنسی در کلیپ‌های این شبکه‌ها رو به فزونی است.

### ۴. شبکه‌های دینی. شبکه‌هایی که برای تبلیغ ایدئولوژی خاصی تأسیس شده‌اند مانند

شبکه‌های تبلیغ مسیحیت؛ مثل محبت، نجات، امید ایران پارس ۷، (Pars7)، ... یا شبکه‌های تبلیغ شیعیان مانند الزهراء، سلام، امام حسین یا شبکه‌های تبلیغ اهل تسنن مانند الرحمه یا

اقرآ یا برخی شبکه‌های تبلیغ آیین بودا. این دسته از شبکه‌ها نیز از اهمیت بسیار زیادی برخوردارند به این دلیل که شبکه‌های مسیحی معمولاً در تلاشند با ارائه چهره‌ای بسیار لطیف و نرم و آرمانی از دین مسیحیت و با بیان بسیار نرم مجریان برنامه‌هایشان، با مخاطبانی که به لحاظ عقیدتی دچار ضعف‌ها یا تردیدهایی هستند ارتباط برقرار کرده و آن‌ها را به سوی مسیحیت بکشانند.

در میان شبکه‌های تبلیغی اسلامی، برخی از شبکه‌ها چه متعلق به شیعیان و چه اهل تسنن، گاهی پیام‌های تفرقه‌افکنانه‌ای را منتقل می‌کنند که در مجموع برای اتحاد مسلمانان بسیار خطرناکند. البته برخی از آن‌ها نیز در جهت وحدت تلاش می‌کنند.

## ۵. شبکه‌های تجاری.

شبکه‌هایی مانند می‌شاپ (Me Shop)، تصویر ایران (Tasvir Iran)، (Real Estate)، ایز شاپ (EZ Shop) که هدف آن‌ها بازاریابی و فروش کالاهای خارجی در ایران است. این شبکه‌ها آسیب‌های فرهنگی چندانی ندارند اما ممکن است در بلندمدت باعث گرفتن بازار برخی کالاها در ایران و در واقع گرفتن برخی فرصت‌های شغلی از کشور شوند. البته این مسئله‌ای است که در مورد تمام شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان صدق می‌کند چرا که این شبکه‌ها اغلب کالای غیرایرانی تبلیغ می‌کنند. تأثیر اساسی فرهنگی این شبکه‌ها تغییر تدریجی سبک زندگی و وارد کردن بسیاری از کالاهای لوکسی است که در نگاه اول از لوازم ضروری زندگی ایرانی به شمار نمی‌روند اما به تدریج این تبلیغات توانسته‌اند دکمه خرید را در اذهان بسیاری از ایرانیان فشار دهند و آن‌ها را به خرید این کالاها متقاعد کنند.

## ۶. شبکه‌های ورزشی

شبکه‌هایی که صرفاً مسابقات ورزشی را در زمینه‌های مختلف برای مثال صرفاً فوتبال یا موتورسواری و ماشین‌سواری یا والیبال یا اسب‌دوانی پوشش می‌دهند. برخی از آن‌ها نیز به‌طور کلی به مسابقات ورزشی در زمینه‌های مختلف می‌پردازند. نکته جالب توجه در خصوص این شبکه‌ها این است که برخی از آن‌ها مانند Sport Bahrain Saudi Sport, Pan America, Sport Italia, و Dubai Sport یا شبکه Physic به دلیل این که مسابقات کشتی کج را پخش می‌کنند، نوجوانان و جوانان طرفدار این مسابقات را به خود جلب می‌کنند. این به اصطلاح ورزش، برآمده از فرهنگ و جامعه آمریکاست و گرچه بیشتر جنبه نمایشی دارد، اما به نظر می‌رسد تماشای آن، تأثیرات مخربی را بر ذهن نوجوانان ایرانی علاقه‌مند به ورزش گذاشته و رفتارهای خشونت‌آمیز آن‌ها را تقویت می‌کند. مطالعات عصب‌محور در حال حاضر در رسانه‌های غرب رایج است و در بازاریابی و نیز نظام تبلیغات رسانه‌ای آن‌ها رایج است. در این مطالعات، راه‌اندازی «آزمایشگاه‌های رسانه‌ای» (media lab) امکان سنجش انواع تأثیرات هر برنامه رسانه‌ای را فراهم کرده است، اما

متأسفانه به دلیل فقر مطالعاتی در این زمینه در کشورمان، نمی‌توان با قاطعیت در خصوص تأثیرات برنامه‌های خشونت‌آمیز این گونه شبکه‌ها اظهار نظر کرد.

#### ۷. شبکه‌های کودک؛

شبکه‌هایی مانند Baby TV یا شبکه‌ی الاطفال الجزیره یا Boomerang که گرچه بسیاری از آسیب‌های معمول شبکه‌های تلویزیونی را ندارند اما کودکان تحت تأثیر زیبایی‌شناسی و نیز نوع نگاه تربیتی حاکم بر این شبکه‌ها، آموزش می‌بینند که قطعاً تا حدود زیادی با تربیت ایرانی اسلامی متفاوت است و ارزش‌های مطرح در برنامه‌های آن‌ها — برای مثال بازی و خو گرفتن با حیواناتی همچون سگ و خوک — حتی متعارض نیز هستند. در یکی از موارد بسیار وقیح، در یکی از برنامه‌های شبکه‌ی الاطفال الجزیره، نام یک گوسفند را «علی» گذاشته بودند که به نوعی توهین‌آمیز بود. در مجموع، به جهت این که کودکان تأثیرپذیری عمیقی از رسانه‌های تصویری دارند و بسیاری از رفتارها و حرکات‌های برنامه‌های تلویزیونی را تقلید می‌کنند، هوشیاری خانواده‌ها در گزینش این شبکه‌ها و برنامه‌هایشان در این زمینه ضروری به نظر می‌رسد.

#### ۸. شبکه‌های مستند.

این شبکه‌ها به‌طور پیوسته انواع برنامه‌های مستند را پخش می‌کنند اما این مستندها به لحاظ محتوا متفاوتند: علمی- سیاسی- اقتصادی- فرهنگی و... مانند شبکه‌ی الجزیره الوثائقیه (الجزیره مستند) یا شبکه‌ی History. این شبکه‌ها به‌ندرت درخصوص ایران برنامه پخش می‌کنند و معمولاً افراد تحصیل‌کرده و مسلط به زبان‌های خارجی به این دسته از شبکه‌ها علاقه‌مندند و در مجموع اطلاعات جالب و نسبتاً عمیق‌تری را در مقایسه با شبکه‌های دیگر در اختیار مخاطبان خود قرار می‌دهند. این دسته از شبکه‌ها بر مخاطبان ایرانی متمرکز نیستند و در حقیقت گاهی اوقات در برنامه‌های معدودی که درباره‌ی کشورمان پخش می‌کنند، براساس منافع سیاسی- اقتصادی کشور خود، به بازنمایی ایران می‌پردازند.

#### ۹. شبکه‌های پورنو.

که عمده‌ترین خطر آن‌ها برانگیختن هیجانات جنسی و نیز ترغیب همجنس‌خواهی یا همجنس‌گرایی هم در میان مردان و هم در میان زنان است. نکته‌ی جالب توجه در این شبکه‌ها این است که اخیراً این شبکه‌ها تمرکز بسیار ویژه‌ای روی مخاطبان ایرانی پیدا کرده‌اند؛ به‌گونه‌ای که بر صفحه‌ی بسیاری از شبکه‌های پورنو که افراد را برای گفت‌وگوی جنسی دعوت می‌کنند، پرچم کشورمان به منظور ارائه‌ی شماره تلفن خاص ایرانیان حک شده یا با عباراتی فارسی، مخاطب را دعوت کرده یا برخی از آن‌ها گفت‌وگوهای جنسی فارسی را پخش کرده‌اند و گاهی در این گفت‌وگوها به فضای سیاسی یا اجتماعی ایران اشاره کرده‌اند.

## ۱۰. شبکه‌های گفت‌وگو محور.

اگر چه با نگاهی عام‌تر، شبکه‌های پخش‌کننده فیلم و سریال، موسیقی و ورزش هم گاه برنامه‌های گفت‌وگویی و تاک شو (talk show) پخش می‌کنند اما در معنی محدودتر، منظور از این شبکه‌ها، شبکه‌هایی هستند که صرفاً بر پخش مسابقه و تاک شو با حضور شرکت‌کنندگان در استودیو یا به صورت تلفنی متمرکز هستند و عمده برنامه‌هایشان در ساعات پربیننده شب پخش می‌شود. بسیاری از شبکه‌های ایتالیا و ترکیه و برخی از شبکه‌های مستقر در دبی، چنین فضایی دارند. به دلیل این که اغلب این شبکه‌ها به زبان فارسی نیستند، مخاطبان ایرانی کمتر با آنها ارتباط برقرار می‌کنند. و در واقع این شبکه‌ها برای مخاطب ایرانی طراحی نشده‌اند. شبکه‌های ایرانیان خارج از کشور نیز که گاه برنامه‌هایی به این سبک پخش می‌کنند، به دلیل ساختار ضعیف و نیز عدم پرداخت مناسب تلویزیونی چندان موفق به جلب مخاطب نشده‌اند.

البته این دسته‌بندی، جامع نیست و شبکه‌های بسیار دیگری نیز وجود دارند؛ از جمله بسیاری از شبکه‌هایی که کشورها یا گروه‌ها یا احزاب در کشورهای مختلف، تأسیس کرده‌اند اما با کمی تأمل می‌توان آن‌ها را ذیل یکی از دسته‌های ذکر شده قرار داد؛ برای مثال شبکه‌های مختلفی در ایتالیا تأسیس شده‌اند که صرفاً در خصوص فروش جواهر یا فرش یا ... فعالیت می‌کنند که این شبکه‌ها را می‌توان زیرمجموعه شبکه‌های تجاری قرار داد یا شبکه پنتاگون را می‌توان زیرمجموعه شبکه‌های سیاسی قرار داد. به هر حال این دسته‌بندی به منظور ارائه تصویری کلی از فعالیت شبکه‌های ماهواره‌ای ذکر شده است.

## تجزیه و تحلیل یافته‌ها

براساس مطالعات انجام شده در خصوص مخاطبان شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای در ایران، اغلب آن‌ها به برنامه‌های سرگرمی (Entertainment) گرایش دارند. برای نمونه، یکی از این مطالعات که در اوایل سال ۱۳۸۸ در شهرهای تهران و تبریز انجام شده، نشان می‌دهد پربیننده‌ترین برنامه‌های ماهواره بین بینندگان تهرانی به ترتیب عبارتند از: موسیقی، ترانه و شو (۵۲/۵ درصد) و پس از آن با اختلاف زیادی، فیلم (۲۴/۷ درصد) و خبر و تحلیل سیاسی (۱۰ درصد). سایر برنامه‌ها هر یک از سوی کمتر از ۴ درصد بینندگان نام برده شده‌اند که در جدول ۱ آمده است. در تبریز پربیننده‌ترین برنامه‌های ماهواره به ترتیب عبارتند از: فیلم (۴۷ درصد) موسیقی و ترانه و شو (۳۰ درصد). سایر برنامه‌ها هر یک از سوی کمتر از ۷ درصد بینندگان نام برده شده‌اند که در جدول ۱ ذکر شده است.

**جدول ۱ برنامه‌هایی که بینندگان ماهواره بیشتر تماشا می‌کنند**

| تهران                       |      | تبریز                |      |
|-----------------------------|------|----------------------|------|
| موارد                       | درصد | موارد                | درصد |
| موسیقی، ترانه و شو          | ۵۲/۵ | فیلم                 | ۴۷   |
| فیلم                        | ۲۴/۷ | موسیقی، ترانه و شو   | ۳۰   |
| خبر و تحلیل سیاسی           | ۱۰   | خبر و تحلیل سیاسی    | ۶/۱  |
| مستند                       | ۳/۷  | ورزش                 | ۴/۸  |
| ورزش                        | ۳    | برنامه‌های آموزشی    | ۴/۳  |
| برنامه‌های آموزشی           | ۲/۵  | مستند                | ۲/۲  |
| برنامه‌های گفت‌وگو و میزگرد | ۱    | کارتون و برنامه کودک | ۱/۳  |
| سایر                        | ۱/۸  | سایر                 | ۲/۷  |
| بی‌پاسخ                     | ۰/۸  | بی‌پاسخ              | ۱/۶  |
| جمع                         | ۱۰۰  | جمع                  | ۱۰۰  |
| فراوانی                     | ۶۰۰  | فراوانی              | ۲۳۰  |

مقایسه پر بیننده‌ترین برنامه‌ها بین بینندگان شبکه‌های ماهواره‌ای در تهران و تبریز

در تهران موسیقی ترانه و شو اولویت اول را دارد و بیش از نیمی از بینندگان ماهواره این برنامه‌های ماهواره را بیشتر تماشا می‌کنند؛ در مقابل در تبریز، فیلم بین بینندگان ماهواره طرفداران بیشتری دارد و موسیقی، ترانه و شو در اولویت دوم قرار گرفته‌اند (غفوری، ۱۳۸۸: ۱۸۲).

نکته قابل توجه در خصوص استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای این است که اولاً جدی‌ترین مخاطبان این شبکه‌ها کسانی هستند که مخاطب تلویزیون هستند و از تلویزیون به عنوان یک رسانه، به طور روزمره بهره می‌گیرند. کسانی که به تماشای ماهواره رو آورده‌اند، افرادی هستند که تلویزیون کشورمان، برخی انتظارات یا بسیاری از انتظارات آن‌ها از تلویزیون را برآورده نکرده است. تحقیقات انجام شده در کشورمان نیز کمابیش موضوع را تأیید کرده است. برای مثال تحقیق «بررسی جایگاه رسانه‌های ارتباط جمعی رادیو، تلویزیون، مطبوعات، اینترنت و ماهواره و میزان بهره‌مندی از آن‌ها در جریان اطلاع‌رسانی و کسب خبر در بین مردم شهر تبریز» نشان داده است که بیشترین فراوانی مربوط به استفاده از تلویزیون سراسری و محلی مربوط به افرادی بوده است که بین ساعات ۲۰ تا ۲۴، تلویزیون تماشا می‌کرده‌اند. این موضوع در خصوص ماهواره نیز عیناً به همین ترتیب بوده است (موسوی، ۱۳۸۵: ۱۷۳). مطالعه دیگری در اسفند ۱۳۸۸ نیز همین موضوع را تأیید کرده است<sup>۷</sup> و این موضوع، نگاه غالب را که تصور می‌شود با افزایش بینندگان تلویزیون کشورمان، بینندگان ماهواره کاهش پیدا می‌کند، رد می‌کند چرا که با افزایش اقبال به تلویزیون به عنوان یک وسیله سرگرمی، اقبال به دیدن ماهواره — هرچند برای ساعاتی اندک — افزایش می‌یابد چون تماشای تلویزیون به عنوان سرگرمی موضوعیت و اولویت پیدا می‌کند؛ خواه شبکه‌های تلویزیون داخلی، خواه شبکه‌های ماهواره‌ای.

باید اذعان کرد بخشی از این گرایش به برنامه‌های سرگرمی در ماهواره که در جدول ۱ نمایش داده شده، ناشی از ضعف شیوه‌های پرداختن تلویزیون کشورمان به مقوله‌هایی همچون موسیقی و ضعف نسبی تولیدات نمایشی است. به این معنی که موسیقی در تلویزیون کشورمان، جایگاه برجسته‌ای ندارد و موضوعی بسیار حاشیه‌ای است، در حالی که عمده برنامه‌های بسیاری از شبکه‌های ماهواره‌ای را ویدئو کلیپ تشکیل می‌دهد. درحقیقت، برمبنای «نظریه نیازجویی»، شبکه‌های ماهواره‌ای تلاش کرده‌اند نیازهای زمین‌مانده ارتباطی جامعه ایران را هر چند با برنامه‌های سطحی و اغلب متعارض با فرهنگ ایران تأمین کنند. براساس این نظریه، رسانه‌ها به نیازهای آموزشی، تفریحی و... انسان‌ها پاسخ می‌گویند. مخاطب برای رفع نیازهای خود به دنبال رسانه می‌رود و در صورتی که نیازهای او برطرف شود، پیام آن رسانه را با اختیار و انتخاب می‌پذیرد. هر چه یک رسانه بتواند نیازهای بیشتری را برآورده کند، اعتماد و اطمینان مخاطب به آن بیشتر می‌شود و در درازمدت، مخاطب تا حدی پیش می‌رود که حتی از رسانه و پیام آن دفاع هم می‌کند.

بسیاری از شبکه‌های ماهواره‌ای همچون فارسی‌وان نیز دقیقاً چنین سیری را طی کرده و با شناسایی نیازهای ارتباطی، اطلاعاتی و سرگرمی و تفریحی ایرانیان، تلاش کرده‌اند در جهت رفع این نیازها گام بردارند تا بتوانند مخاطبان بیشتری را جلب کنند.

## نتیجه‌گیری

در عرصه جنگ نرم رسانه‌ای کنونی که کشورمان با آن مواجه است، همچنان شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای، نقشی جدی ایفا می‌کنند و تأسیس شبکه‌های فارسی‌زبان در یک سال و نیم گذشته باعث تقویت تاثیرگذاری این شبکه‌ها نیز شده است. اما باید اذعان داشت علت گرایش مخاطبان ایرانی به این شبکه‌ها ناشی از قوت آن‌ها نیست بلکه ناشی از ضعف‌ها و خلاءهای موجود در حوزه‌های مختلف فرهنگی — اجتماعی در داخل است و در صورت رفع آن‌ها — که در اینجا مجال پرداختن به آن‌ها نیست، می‌توان به تقویت قدرت نرم کشور در حوزه فرهنگ امیدوار بود.

با پذیرش این نتیجه‌گیری، در پایان، برخی راهکارهای نرم در مقابل تهدیدات نرم رسانه‌ای ارائه می‌شود:

۱. لازم‌ترین کار در برابر تهدیدات نرم رسانه‌ای از جمله ماهواره‌ای، سرمایه‌گذاری گسترده برای تولید محصولات فاخر است. در این زمینه باید متذکر شد متأسفانه به دلیل این که بودجه حوزه فرهنگ در کشور ما بسیار محدود است، بنابراین تولیدات فرهنگی نیز تحت تأثیر قرار گرفته‌اند. برای مثال، اگر بودجه کافی در اختیار هنرمندان متعهد قرار گیرد به‌طور قطع تولید آثار فاخری مثل «مریم مقدس» و «طلا و مس» بیشتر و سریع‌تر خواهد



شد. حتی در حوزه‌های سیاسی و امنیتی نیز بسیاری از تهدیدات دفع خواهند شد. مثلاً اگر فیلم‌های سینمایی متعددی همچون «راه آبی ابریشم» (در حال تولید) تولید و در بازارهای بین‌المللی پخش شوند، مسئله کشور ما در خصوص نام خلیج فارس حل خواهد شد و مجبور نخواهیم بود به‌طور مکرر در خصوص نامی که خلیج فارس است تأکید اضافه‌ای داشته باشیم و بگوییم خلیج «همیشه» فارس که این خود در بلندمدت تأثیر منفی به دنبال خواهد داشت. ایران باید قابلیت تولید بیش از ۵۰۰ فیلم سینمایی مهم و جدی یعنی بیش از هفت برابر رقم کنونی را داشته باشد. شعرا و ادبای متعهد باید بسیار حمایت شوند، نه صرفاً در جشنواره‌ها و با اعطای یک جایزه. در حوزه فیلم، علاوه بر سینما باید از تولید در سینما نیز حمایت مالی شود. علاوه بر این، در خصوص موسیقی باید اذعان کرد که برخی عملکردها باعث مهجور شدن موسیقی ایرانی و عدم آشنایی کافی جوانان ایرانی با این موسیقی شده است. در این حوزه نیز باید از بزرگان موسیقی و نیز جوانان آینده‌دار موسیقی بومی حمایت شود و برای تولید و توزیع آلبوم‌های آن‌ها سرمایه‌گذاری شود. باید زمینه معرفی دقیق‌تر موسیقی ایرانی در تلویزیون فراهم شود تا جوان ایرانی پس از ۳۱ سال به گونه‌ای نباشد که فرق مثلاً تار با دوتار یا سه‌تار را نداند یا حتی اسم عود را نشنیده باشد اما همه اشعار خوانده شده توسط فلان خواننده رپ را به‌طور کامل بداند. با تولید گسترده و فاخر می‌توانیم از ابرقدرت فرهنگی بودن خود دفاع کنیم. ما در حال حاضر، در وضع انفعالی قرار داریم. باید خود را به سرعت به وضعیت فعال و در مرحله بعد، فوق فعال برسانیم.

۲. تولید فرهنگی، بخشی از مسئله است. بخش دیگری از مسئله، مدیریت فرهنگی است که متأسفانه ضعف‌های جدی دارد. به هر حال، تا زمانی که فرهنگ عملاً - نه در شعار- به اولویت اول کشور تبدیل نشود، آسیب‌هایی که به انقلاب و کشور وارد می‌شوند، پرهزینه خواهند بود. گرچه تجربه انقلاب اسلامی با کشورهای دیگر همچون شوروی، بسیار متفاوت است، اما حوزه فرهنگ به گونه‌ای است که قابلیت و ظرفیت ایجاد تهدیدات نرم و تدریجی را دارد و حوادث پس از انتخابات نیز مؤید این موضوع بود. تأکید بر علوم پایه و تجربی بسیار لازم و پیشرفت‌های این حوزه قابل‌تحسین و افتخار انگیز است اما باید به همان میزان و بلکه بیشتر روی فرهنگ نیز سرمایه‌گذاری و تأکید شود.

۳. گسترش شبکه‌های داخلی تلویزیونی به گونه‌ای که مردم بتوانند به راحتی برنامه‌های همه شبکه‌های ایرانی (چه شبکه‌های فارسی داخلی یعنی شبکه‌های استانی و چه شبکه‌های برون‌مرزی مانند سه شبکه جام‌جم، العالم، پرس تی‌وی، ال‌کوثر و سحر و نیز شبکه مستند) را ببینند<sup>۱</sup>. این امکان باعث می‌شود تنوع و قدرت انتخاب برای مخاطبان بسیار افزایش یابد و یکی از جذابیت‌های ماهواره تا حدودی جبران شود. بسیاری از شبکه‌های استانی، جنگ‌های شبانه و سریال‌های جذابی دارند که برای مخاطبان استان‌های دیگر هم جالب

هستند ضمن این که این اتفاق باعث انسجام داخلی و تقویت فرهنگ‌های بومی نیز می‌شود. حتی می‌توان کنداکتورهای همه شبکه‌های استانی و برون‌مرزی را همچون شبکه‌های سراسری کنونی و شبکه استان تهران که به صورت رسمی در روزنامه جام‌جم یا دیگر رسانه‌ها اعلام می‌شوند، در اختیار مخاطبان قرار داد تا تنوع و قدرت انتخاب را بیشتر احساس کنند. مطالعه تجربه‌های کشورهایمانند مالزی در زمینه ماهواره و اتخاذ رویکردی فعال (مبتنی بر برنامه عملیاتی برای استفاده منطقی از شبکه‌های مفید ماهواره‌ای) می‌تواند به گسترش تنوع رسانه‌ای در جامعه کمک کند.

۴. تأسیس شبکه تلویزیونی در زمینه موسیقی. همان‌گونه که با وجود شبکه رادیویی پیام، ضرورت شبکه رادیویی آوا احساس و تأسیس شده، شبکه تلویزیونی آوا که بر موسیقی ایرانی متمرکز باشد، می‌تواند بخشی از ذائقه موسیقی کشور را شکل دهد.

۵. تأسیس شبکه تلویزیونی ویژه فیلم — هر چند صرفاً برای ساعاتی خاص از شبانه‌روز مثلاً از ساعت ۲۰ تا ۲۴ شب یا ۲۲ شب تا ۲ بامداد باشد — که می‌تواند در زمینه پخش فیلم‌های ایرانی نوستالژیک یا فیلم‌هایی که شبکه‌های دیگر تلویزیونی در سال‌های گذشته پخش کرده‌اند، فعالیت کند. همچنین می‌تواند با پخش فیلم‌های جدید همراه با تبلیغ مناسب آن‌ها در کنار تبلیغ فیلم‌های روی پرده سینماها یا تئاترهای در حال اجرا، به شبکه‌ای موفق در زمینه فیلم، سینما و حتی تئاتر تبدیل شود. چنین شبکه‌ای می‌تواند به رشد تئاتر و سینمای کشور نیز کمک کند. در این شبکه، علاوه بر نمایش فیلم می‌توان برنامه‌های نقد جدی درباره فیلم‌های روی پرده سینما یا فیلم‌های دیگری که از خود این شبکه پخش می‌شود، تدارک دید. این شبکه می‌تواند به توسعه سواد رسانه‌ای در کشور نیز کمک کند (سواد رسانه‌ای در سطور بعدی بیشتر معرفی خواهد شد). به‌طور کلی از آنجا که عمده برنامه این شبکه را فیلم‌های آرشیوی تشکیل خواهند داد، هزینه بالایی نخواهد داشت و با استفاده از یکی از استودیوهای کنونی سیما (همان‌گونه که شبکه‌های جهانی جام‌جم چنین کاری می‌کنند و اغلب از استودیو ۲۴ در شبکه دو استفاده می‌کنند) می‌توان شبکه‌ای پربیننده به شبکه‌های سیما افزود<sup>۹</sup>. نکته قابل توجه این است که باید در انتخاب فیلم برای این شبکه دقت و هوشمندی زیادی صورت گیرد که فیلم‌های عمیق فرهنگی و در جهت اهداف اصیل انقلاب در این شبکه نمایش داده شوند. سریال‌هایی مانند سربداران که سال‌هاست از سیما پخش نشده‌اند نیز قابلیت نمایش در این شبکه را خواهند داشت. به‌علاوه با قرارگرفتن این شبکه روی ماهواره، با برنامه‌ریزی دقیق می‌توان امکان رقابت این شبکه را با شبکه‌هایی مانند فارسی‌وان — که ویژه پخش سریال است — فراهم کرد.

۶. آموزش و تربیت نخبگان فرهنگی؛ باید همان‌گونه که بسیاری از استعدادها جوان کشورمان به سوی علوم تجربی و مهندسی سوق داده شدند و امروز کشور ثمره آن را می‌چیند یا دانشگاه‌هایی در حوزه علوم انسانی و معارف تأسیس شدند، در حوزه هنر به ویژه هنرهای

دراماتیک نیز این اتفاق رخ دهد. متأسفانه بخش زیادی از تولیدات هنری کشورمان با اهداف و رویکردهای انقلاب اسلامی، در تعارضند. برای مثال، بسیاری از آن‌ها نه تنها امیدآفرین نیستند بلکه یأس‌انگیز نیز هستند.

۷. آموزش‌های رسانه‌ای برای خانواده‌ها در ارتباط با اینترنت و برنامه‌های ماهواره‌ای در مدرسه‌ها و نیز رسانه‌ها؛ البته لازمه این موضوع این است که باور داشته باشیم و به این واقعیت اذعان کنیم که شمار زیادی از جوانان کشورمان به شیوه‌های گوناگون به سایت‌های نامطلوب اینترنتی و نیز ماهواره دسترسی دارند و این موضوع را به عنوان یک تابوی رسانه‌ای یا اجتماعی مطرح نکنیم که امکان سخن گفتن درباره آن وجود نداشته باشد، بلکه واقع‌بینانه به سراغ خانواده‌ها برویم تا آن‌ها را در مورد پیام‌های منفی سیاسی و یا فرهنگی- اجتماعی فضای سایبر و نیز برنامه‌های ماهواره آگاه کنیم. این پیشنهاد بر این فرض استوار است که اگر مخاطب را با آگاهی و برخی پیش‌شرط‌های گفته شده همچون تسهیل ازدواج، واکسینه کنیم، هیچ‌گونه محتوای رسانه‌ای نمی‌تواند تأثیر منفی خاصی بر آن‌ها بگذارد. در واقع، این فرض از دیدگاه برخی نظریه‌پردازان ارتباطات مانند برلو ناشی می‌شود که «معنی، قابل انتقال نیست» و در واقع، معنی در خود مخاطب شکل می‌گیرد. به نظر می‌رسد تفسیر و تعبیر هر مخاطبی از یک پیام واحد، متفاوت است؛ از این رو معانی مختلف در مخاطبان شکل می‌گیرد. بنابراین اگر مخاطبان ماهواره به چیزی که از آن با عنوان «سواد رسانه‌ای» یاد می‌شود، مجهز شوند، به‌طور قطع می‌توان تأثیرات اینترنت و ماهواره و... را کاهش داد. منظور از توسعه سواد رسانه‌ای این نیست که به مخاطبان، توانایی کارکردن با رسانه‌ها یا ابزارهای مرتبط با آن‌ها را یاد دهیم که این را «آموزش رسانه‌ای» نامیده‌اند، نه سواد رسانه‌ای. منظور از سواد رسانه‌ای، تجهیزکردن مخاطبان رسانه‌ها با توانایی‌ها و مهارت‌های تحلیل، نقد و ارزش‌یابی محتوای رسانه‌هاست تا بتوانند تشخیص دهند که همچون رژیم غذایی، چگونه رژیم رسانه‌ای داشته باشند.

هدف اصلی سواد رسانه‌ای این است که مخاطبان به قدرت و توانایی بیشتری در تفسیر، تعبیر و نقد پیام‌های رسانه‌ای دست یابند. سواد رسانه‌ای به افراد توانایی می‌بخشد تا ضمن این که متفکرانی منتقد باشند، خود نیز به مولدان خلاق پیام‌ها تبدیل شوند. در حالی که فناوری‌های ارتباطی، جوامع مختلف را متحول ساخته، بر فهم و ادراک ما از خودمان، جوامع‌مان و تنوع فرهنگی ما تأثیر می‌گذارد، مسلماً بهره‌مندی از سواد رسانه‌ای، مهارتی حیاتی برای قرن بیست و یکم به حساب می‌آید. سواد رسانه‌ای شامل توانایی دسترسی، تحلیل، ارزش‌یابی و پردازش فعال اطلاعات در اشکال مختلف پیام‌های مکتوب، دیداری و شنیداری است. به عبارتی سواد رسانه‌ای پاسخی ضروری، غیرقابل اجتناب و واقع‌نگر به محیط الکترونیکی پیچیده و دائم در حال تغییر و تحول اطراف ما است. نکته اساسی که باید به آن توجه داشت این است

که با وجود این که سواد رسانه‌ای، پرسش‌های انتقادی را در خصوص تأثیرات رسانه‌ها مطرح می‌کند، اما سواد رسانه‌ای با رسانه مخالف نیست بلکه هدف اصلی آن این است که از طریق مهارت‌هایش، به همه افراد به‌ویژه کودکان و نوجوانان که در برابر محیط آلوده رسانه‌ای عصر حاضر بسیار آسیب‌پذیرند کمک کند تا در خصوص انواع رسانه‌ها نقاد، دقیق و تحلیل‌گر باشند. عمر دانش سواد رسانه‌ای در جهان، حدود ۳۰ سال است و بیشتر در کشورهای ژاپن و کانادا مطرح بوده است. علت عمده برجسته شدن این موضوع در برخی کشورها، مصون شدن مخاطبان در مقابل انواع تبلیغات تجاری و گاه خشونت و نیز برخی مضامین مضر دیگر بوده است که به منظور حمایت از مخاطبان، این بحث به تدریج جایگاه خود را در محافل علمی جهان گشود.

در برخی از این کشورها، سواد رسانه‌ای آن قدر اهمیت داشت که آن را یک ماده درسی در میان مواد درسی دوره‌های تحصیلی راهنمایی تا مقطع دیپلم به رسمیت شناختند و حتی آن را برای سنین بزرگسال و مقاطع تحصیلی بالاتر نیز طراحی کردند. ادبیات سواد رسانه‌ای در کشور ما حدود پنج سال است که مطرح شده اما جز مقالاتی محدود و یک ویژه‌نامه فصلنامه رسانه، به‌طور جدی و مستقل به این مقوله پرداخته نشده است. به‌طور خلاصه پیشنهاد می‌شود سواد رسانه‌ای از سنین کودکی آغاز شده و تا بزرگسالی تداوم یابد و مبتنی بر برنامه و درازمدت باشد. البته آموزش‌های کوتاه‌مدت در این زمینه بی‌تأثیر نیست اما تعیین‌کننده و تضمین‌کننده نیز نیست. برخی اقدامات جانبی دیگر نیز در این زمینه مؤثر خواهند بود:

- ساخت و تجهیز تفریحگاه‌ها با محوریت خانواده در سراسر کشور؛ ساخت مجتمع‌های فرهنگی شامل سالن سینما، مسجد (نمازخانه)، دارالقرآن و...، ساخت تالارهای موسیقی با محوریت اجرای موسیقی نواحی و سنتی ایران، راه‌اندازی سیرک و گروه‌های شادی سیار (به صورت برنامه‌ریزی شده و هدفمند) به منظور اشاعه فرهنگ سنتی و بومی ایران؛
- کمک به آسان‌تر شدن سفرها با ارائه تسهیلات (اقامتی) گسترده به جوانان تازه ازدواج کرده برای مسافرت به نقاط دیدنی و زیبای کشور به منظور تشویق به ازدواج؛
- توجه جدی‌تر به ورزش و متنوع کردن ورزش‌ها و ایجاد امکانات در دسترس و کم‌هزینه در سطح محلات برای جلب نوجوانان و جوانان به سوی ورزش؛
- و ...

## پی‌نوشت‌ها

۱. جوزف نای (Joseph Nye) رئیس دانشکده حکومت «جان اف. کندی» است و از سال ۱۹۶۴، عضو هیات علمی دانشگاه هاروارد بوده که در طول این دوره، دستیار وزیر دفاع آمریکا در امور امنیت بین‌الملل، رئیس شورای اطلاعات ملی (National Intelligence Council) و دستیار وزیر امور خارجه آمریکا در امور امنیت، علم و فناوری بوده است (Nye, 2004: i).

2. Bound to Lead

3. Paradox of American Power

4. Soft Power: The Means of Success in World Politics

5.- Power in The Global Information Age: From Realism to Globalisation

6. How Hollywood Project Foreign Policy

۷. برای مطالعه بیشتر رجوع کنید به نظرسنجی تلفنی مرکز افکار سنجی و رصد فرهنگی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و

ارتباطات از مردم تهران، اسفند ۱۳۸۸.

۸. صدا و سیما پس از دیجیتالی کردن برنامه‌های خود، گام‌هایی را در این زمینه برداشته است و گیرنده‌هایی را که برنامه‌های شبکه‌های مختلف داخلی و برون‌مرزی سیما را به صورت دیجیتال دریافت می‌کنند، توزیع می‌کند اما این اقدام سرعت مطلوبی ندارد.

۹. صدا و سیما تلاش‌هایی را در جهت راه‌اندازی چنین شبکه‌ای با عنوان Ifilm آغاز کرده است.

## منابع

- آزاد ارمکی، تقی. «مجموعه مقالات رسانه‌ها و فرهنگ»، انتشارات سروش، ۱۳۷۶.
- بیچرانلو، عبدالله. «بازنمایی اسلام و ایران در رسانه‌های غرب»، فصلنامه رسانه، ش ۷۷، بهار ۱۳۸۸.
- بیچرانلو، عبدالله. «جنگ نرم رسانه‌ای، مطالعه موردی: تحلیل فعالیت شبکه ماهواره‌ای بی بی سی فارسی» (BBC Persian)، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، بهار ۱۳۸۹.
- بیچرانلو، عبدالله. «معرفی و تحلیل فعالیت شبکه‌های ماهواره‌ای با تمرکز بر شبکه فارسی وان» (FARSII)، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، تابستان ۱۳۸۸.
- ساندرس، فرانسیس استونر. جنگ سرد فرهنگی: سیاه در عرصه فرهنگ و هنر، انتشارات غرب شناسی، ۱۳۸۲.
- سمتی، محمدمهدی. عصر سی‌ان‌ان و هالیوود، ترجمه نرجس‌خاتون براهوئی، نشر نی، ۱۳۸۵.
- غفوری، پرویز. «بررسی میزان مصرف محصولات فرهنگی در بین شهروندان تهرانی و تبریزی»، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، خرداد ۱۳۸۸.
- محسنیان‌راد، مهدی. «طرح‌نامه تحلیل محتوای پخش ماهواره‌ای شبکه تلویزیونی»، مرکز پژوهش‌های کاربردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۳.
- مرادی، حجت. «قدرت و جنگ نرم: از نظریه تا عمل»، نشر ساقی، ۱۳۸۹.
- مک کوئین، دیوید. راهنمای شناخت تلویزیون، ترجمه فاطمه کرمعلی و عصمت گیویان، اداره کل پژوهش‌های سیما، ۱۳۸۴.
- موسوی، میریونس. «بررسی جایگاه رسانه‌های ارتباط جمعی رادیو، تلویزیون، مطبوعات، اینترنت و ماهواره، و میزان بهره‌مندی از آن‌ها در جریان اطلاع‌رسانی و کسب خبر در بین مردم شهر تبریز»، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۸۵.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد. «رسانه‌ها و بازنمایی»، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، ۱۳۸۷.

مهدی‌زاده، سیدمحمد. «بازنمایی ایران در مطبوعات غرب: تحلیل انتقادی گفتمان «نیویورک تایمز»، «گاردین»، «لوموند» و «دی ولت» ۲۰۰۰-۱۹۹۷م»، رساله دکتری علوم ارتباطات، نیمسال اول سال تحصیلی ۱۳۸۳-۱۳۸۴.

نای، جوزف. قدرت نرم: ابزار موفقیت در سیاست بین‌الملل، ترجمه سیدمحسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۸۷.

Chouliarak, Lilie, Introduction: The soft power of war: Legitimacy and community in Iraq war discourses at The Soft Power of War/ edited by Lilie Chouliaraki, John Benjamins Publishing Company, 2007.

Fisk, John, Television culture: popular pleasures and politics, Routledge, 1999.

Fraser, Matthew, Soft Power Superpowers Cultural and National Assets of Japan and the United States,

Yasushi, Watanabe and L. McConnell, David, editors With a Foreword by Joseph S. Nye, Jr, M.E. Sharpe, Inc, 2008.

Nye, Joseph, The Paradox of American Power, Oxford University Press, 2002.

Nye, Joseph, Power in the Global Information Age From Realism to Globalization, Routledge, 2004.

Nye, Joseph, The Powers to Lead, Oxford University Press, 2008.

Totman Sally-Ann, How Hollywood Projects Foreign Policy, Palgrave and Macmillan, 2009.

# درآمدی بر سیاست‌های رسانه‌ای مقابله با جنگ نرم

نوشته  
وحید خاشعی\*

## چکیده

پشتوانه هر اقدام نرمی قدرت نرم قرار دارد؛ به نحوی که قدرت نرم و جنگ نرم لازم و ملزوم یکدیگرند. جمهوری اسلامی ایران دارای پایگاه قدرت نرمی است که پایه‌های آن تشکیل شده از رهبری آن، فرهنگ و هویت ایرانی و اسلامی، توده‌های متصل و متشکلی که قابلیت انسجام و بسیج بالایی دارند، دین اسلام به عنوان پشتوانه نظری، معنابخشی و هویت‌بخشی به هر گونه اقدامی، نمادها و سمبل‌های ملی و اسلامی که پیونددهنده با گذشته تاریخی ملت است و همچنین الگوهای رفتاری ملموس و محسوسی که به عنوان نقاط مرجع اجتماعی هستند. جمهوری اسلامی با چنین پشتوانه قدرت نرمی در قرن بیستم علیه غرب مدرن به تهاجم برخاست. غرب نیز در چنین مواجهه‌ای که در برابر تمام ارکان نظری و عملی خویش دید، به پاسخ و حمله پرداخته است. ابزار رسانه‌ها در خدمت چنین غرضی قرار گرفته و فناوری‌های نوین در خدمت جبهه معارض انقلاب اسلامی قرار گرفته است. جبهه انقلاب اسلامی نیز که تنها در ایران منحصر نشده در مقام دفاع و حمله قرار دارد. آشنایی با ابزارهای جنگ نرم غرب علیه انقلاب اسلامی و همچنین سیاستگذاری بنیه رسانه‌ای جمهوری اسلامی امری اجتناب‌ناپذیر و ضروری است. بدین منظور مقاله حاضر ابتدا به تبیین ماهیت و هویت جبهه (شبکه) رسانه‌ای غرب علیه جمهوری اسلامی و در ادامه به دنبال طراحی گزاره‌های سیاستی است که چراغ راه سیاست‌سازان، طراحان و مجریان رسانه‌های مختلف باشد.

کلید واژه: جنگ نرم، جنگ سخت، رسانه، شبکه‌سازی.

## مقدمه

با کاوشی در سیر تعبیر رهبر انقلاب اسلامی به رویکرد غرب علیه جمهوری اسلامی تطوّر زیر را مشاهده می‌کنیم.

\*دانشجوی دکترای مدیریت سیاستگذاری دانشگاه شهید بهشتی

- تهاجم تبلیغاتی - ۱۳۶۸/۷/۲۴
- تهاجم فرهنگی - ۱۳۶۸/۷/۲۴
- هجوم فرهنگی - ۱۳۶۹/۲/۱۲
- جنگ فرهنگی - ۱۳۶۹/۲/۱۲
- حمله فرهنگی - ۱۳۷۰/۵/۲۳
- توطئه فرهنگی - ۱۳۷۰/۵/۲۳
- شبیخون فرهنگی - ۱۳۷۱/۴/۲۲
- غارت فرهنگی - ۱۳۷۱/۴/۲۲
- قتل عام فرهنگی - ۱۳۷۱/۴/۲۲
- نیرنگ‌های فرهنگی - ۱۳۷۵/۱۰/۱۹
- هجوم تبلیغات - ۱۳۷۹/۱۱/۲۷
- شبیخون به سرمایه‌های معنوی - ۱۳۸۳/۴/۱۵
- حرکت فرهنگی و روانی - ۱۳۷۹/۱۲/۲۳
- انحلال فرهنگی - ۱۳۸۳/۶/۲۹
- تهاجم خبری، تبلیغی، فرهنگی و اخلاقی - ۱۳۸۳/۹/۱۱
- ناتو فرهنگی - ۱۳۸۵/۸/۱۸
- جنگ‌های روانی و تبلیغاتی - ۱۳۸۶/۱۰/۱۳
- تهاجم معنوی، تهاجم فرهنگی، تهاجم نرم - ۱۳۸۸/۲/۲۲
- جنگ نرم - ۱۳۸۸/۶/۴

فراوانی و تعدد بیان‌های ناظر به جنگ نرم در گفتمان رهبری انقلاب اسلامی بیانگر اهمیت این مقوله است؛ تا آنجا که در سال ۱۳۸۸ ایشان اولویت اول کشور را جنگ نرم دانستند. به چند نکته مهم در مقدمه باید توجه شود.

۱. اول اینکه؛ علل توجه جبهه معارض جمهوری اسلامی به جنگ نرم عبارتند از:  
 گستره جنگ نرم فکر، اندیشه و فرهنگ ملت‌هاست، لکن گستره جنگ سخت و نظامی مرزهای جغرافیایی یک یا چند کشور است.
۲. سیاست جنگ نرم به دست آوردن باورها و اعتقادات ملت‌ها و به حاشیه کشاندن فرهنگ دینی- ملی جوامع است ولی هدف از حمله نظامی و جنگ سخت تصرف زمین و کسب منابع و مراکز مهم اقتصادی است.



۳. در کارکرد نظامی و جنگ سخت، تلفات و خرابی‌ها محسوس و ملموس است و در ضمن با هزینه کردن، قابل بازسازی است، ولی در جنگ نرم ویرانی‌ها و آسیب‌ها نامحسوس است و به آسانی بازسازی نمی‌شود.

۴. کارکرد جنگ نرم بلندمدت، کم‌دردسر و کم‌هزینه، اما جنگ سخت و نظامی کوتاه‌مدت، پردردسر و پرهزینه‌تر است.

۵. تلفات انسانی به ویژه در جبهه دفاع مقدس، تحت عنوان شهادت، با ارزش و ماندنی است ولی در عرصه فرهنگی و جنگ نرم ذهن‌ها و اندیشه‌ها آسیب می‌بیند و کمتر قابلیت معنویت‌سازی ملموس و محسوس وجود دارد (ولتون، ۱۳۸۷: ۱۵). از جمله اهداف جنگ نرم در حوزه فرهنگ ملی و دینی جوامع و ملت‌هاست تا با حاکم کردن فرهنگ لیبرال دموکراسی در راستای فرهنگ‌سازی جهانی خواسته‌های خود را در تمام ابعاد تأمین کنند و در عمل اداره کشورها و به تعبیر صحیح‌تر اداره امور جهان را به دست گیرند (سریع‌القلم، ۱۳۸۱: ۱۰).

دوم اینکه؛ رسانه به عنوان ابزاری جهت مقابله با جنگ نرم به شمار می‌رود اما نباید فراموش کرد که جنگ نرم تنها از طریق رسانه‌ها نیست، بلکه جنگ نرم موضوعی است که شامل کنش، واکنش و فعالیت در حیطه اقتصاد، سیاست، امنیت و فرهنگ هر کشوری است. به نظر می‌رسد مهاجمین جنگ نرم علیه جمهوری اسلامی با همه ابزارها و در همه ابعاد و عرصه‌ها وارد شده‌اند. یکی از مهم‌ترین ابزارها و تکنیک‌های جنگ نرم، رسانه است که این مهاجمین از آن استفاده می‌کنند. جنگ نرم اصولاً جنگی است که فرصت‌های داوطلبانه بدون خشونت را ایجاد می‌کند و بدون خونریزی می‌تواند در ایجاد افکار عمومی و جاذبه‌های فرهنگی و هنری در بخشی از جامعه مؤثر باشد. اگر فرض بر این باشد که دشمن از ابزار رسانه استفاده می‌کند، به این معناست که سیاست‌ها، دیپلماسی خارجی، رویکرد اقتصادی و فرهنگی خود را از طریق این ابزار به ما نشان می‌دهد.

سوم اینکه؛ جنگ نرم در شرایطی صورت می‌گیرد که قدرت نرمی وجود داشته باشد و دارندگان قدرت نرم می‌توانند از تاکتیک‌ها و فرصت‌های جنگ نرم استفاده کنند. قدرت نرم هم در جریان فرهنگی و سیاسی گفتمان جمهوری اسلامی وجود دارد و هم در گفتمان جریان رسانه‌ای غرب و بنابراین پایه و پایگاه جنگ نرم، قدرت نرم هر کشور و هر جریان است. بهترین راه مقابله با جنگ نرم ایجاد قدرت نرم در رسانه‌ها و بهترین وضع قدرت نرم، وحدت موضوع و وحدت نظری رسانه‌های جمهوری اسلامی در منافع و مسائل اساسی نظام و تولید در تکرار و انتقال است. به این ترتیب است که می‌توانیم با جنگ نرم دشمن مقابله کنیم. در غیر این صورت فقط باید نظاره‌گر همراهی‌هایی باشیم که اتفاق می‌افتد. هدف قدرت نرم افکار عمومی خارج و سپس داخل کشور است. وسایل ارتباط جمعی در جهان امروز، جهان‌های

ذهنی و غیرواقعی را به دنیا مخابره می‌کنند. آن‌ها دیگر به انتقال واقعیت فکر نمی‌کنند، بلکه واقعیت‌ها را می‌سازند. هدف رسانه‌ها از قدرت نرم در ابتدا مدیریت افکار عمومی نیست، بلکه رسانه‌ای در این دنیا موفق است که بتواند با افکار عمومی حرکت کند و خود را سازگار با آن‌ها نشان دهد. در عصر رسانه‌های نوین جهانی، به یاری فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات کسب قدرت نرم به مراتب راحت‌تر از به دست آوردن و نگهداری قدرت سخت است. دولت‌ها اگر بتوانند مفاهیم جدید امنیتی را برای خود، بازتعریف کنند، در آن صورت مجبور نیستند لشکرهای عظیم نظامی خود را تقویت کنند (Kogut, 2001: 264). چهارم اینکه؛ قدرت نرم دو کارکرد اصلی دارد:

الف. کارکرد ایجابی: مشروعیت‌بخشی به نیروی خودی (حق با ماست) و اقناع توده مردم برای پشتیبانی از صاحب قدرت.

ب. کارکرد سلبی: مشروعیت‌زدایی از نیروی دشمن (این افراد شایسته نابودی هستند) و سلب مقاومت از آن‌ها.

مصادیق قدرت نرم جبهه جمهوری اسلامی عبارتند از: رهبری دینی و تأثیرات عمیق در سطوح مختلف منطقه، فرهنگ غنی اسلامی با محوریت جهاد و شهادت و انتظار، جمعیت جوان و نخبه کشور و قابلیت‌ها و فرصت‌های آنان، قدرت و همراهی مردم در صحنه با حکومت اسلامی، ظرفیت‌های راهبردی جغرافیای توسعه‌ای و نهایتاً دیپلماسی عمومی فعال اسلام سیاسی در منطقه و بسیج گروه‌ها و جنبش‌های اسلامی.

پنجم اینکه؛ راه مقابله با جنگ نرم علیه جمهوری اسلامی، محدودیت رسانه‌ای نیست بلکه باید کثرت رسانه‌ها را حفظ کنیم و وحدت آن‌ها در موضوعات و توجه آن‌ها به منافع نظام اسلامی را تضمین کنیم. راهکار ایجاد تعامل و هم‌افزایی بین جبهه رسانه‌ای انقلاب اسلامی، تبلیغ منافع مشترک و موضوعات مهم نظام و انعکاس بایدها و نبایدهای نظام در رسانه‌هاست. در این خصوص وفاق و هم‌اندیشی بین رسانه‌ها و افزایش تعامل بین رسانه ملی و سایر رسانه‌ها ضروری است.

## مفهوم پردازی جنگ نرم

جنگ نرم (soft war) در فرهنگ سیاسی به معنای فروپاشی از درون و در حقیقت شامل هرگونه اقدام روانی و تبلیغات رسانه‌ای است که جامعه هدف یا گروه هدف را نشانه می‌گیرد و بدون درگیری نظامی و گشوده شدن آتش، رقیب را به انفعال یا شکست وامی‌دارد. جنگ نرم با هدف گرفتن فکر و اندیشه ملت‌ها، نقش مهمی را در سست کردن حلقه‌های فکری و فرهنگی جوامع ایفا می‌کند. از این رو برخی کارشناسان معتقدند مهم‌ترین ابزار در این رویارویی نهان رسانه‌ها و قلم نویسندگان است.

گروه‌های هدف در جنگ نرم، رهبران، نخبگان و توده‌های مردم هستند. نخبگان نیروهای میانی این نبرد را تشکیل می‌دهند و می‌توانند به عنوان تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان یک حکومت مطرح باشند. نخبگان جامعه مدنی مانند رهبران احزاب با آشفته‌گی ذهنی خود، می‌توانند ترس را به ذهن مردم انتقال دهند، وحشت ایجاد کنند و روحیه ملت را درهم بشکنند. از این رو این گروه به عنوان یک هدف همواره مورد توجه دشمن است، چرا که دگرگون کردن و نفوذ فکری در نخبگان بی‌بصیرت، به صورت خودکار، انحراف فکری بسیاری از مردم در پی دارد و هزینه‌های دشمن را کاهش می‌دهد. از دیگر گروه‌های مورد هدف در جنگ نرم همواره دانشجویان و دانشگاهیان بوده‌اند، چرا که جنب و جوش، تحرک و بی‌پروایی این گروه به دلیل برخورداری از عنصر جوانی، کرسی علمی، نفوذ کلام و گستردگی جغرافیایی حضور آنان در کشور هدف، می‌تواند ضمن کم کردن هزینه‌ها، دستگاه تبلیغی مناسبی نیز برای دشمن فراهم کند. به همین دلیل بزرگان کشور همواره از جنبش‌های دانشجویی حمایت و آنان را به گسترش فعالیت در زمینه عدالت‌خواهی تشویق و آنان را به تفکر، تدبیر و دوری از افراط و تفریط و پرهیز از اقدامات عجولانه دعوت کرده‌اند.

جریان رقیب گفتمان جمهوری اسلامی از ظرفیت‌های نخبگان استفاده‌های فراوانی کرده و می‌کند. ایشان فعالیت‌های گسترده‌ای با کمک دانشگاه‌ها، مؤسسات کوچک و اقماری مختلف و کمیته‌های ویژه سرویس‌های امنیتی و دیگر مراکز و نهادها انجام می‌دهند. دانشگاه‌ها با جذب و بورسیه کردن دانشجویان ایرانی و حمایت از تحقیقات و پایان‌نامه‌هایی با موضوعات تطبیقی، مؤسسات و بنیادهای مختلفی چون مؤسسات آماری، جمعیت‌های دفاع از حقوق بشر، برخی بنگاه‌های خبری و اخیراً با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی سعی در براندازی نرم جمهوری اسلامی دارند.

جنگ نرم در برابر جنگ سخت در حقیقت شامل هرگونه اقدام روانی و تبلیغات رسانه‌ای است که جامعه هدف یا گروه هدف را نشانه می‌گیرد و با جنگ روانی، رقیب را به انفعال یا شکست وامی‌دارد. جنگ رایانه‌ای<sup>۱</sup>، اینترنتی، براندازی نرم، راه‌اندازی شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و شبکه‌سازی، از اشکال جنگ نرم هستند. جنگ نرم در پی از پای درآوردن اندیشه و تفکر جامعه هدف است تا حلقه‌های فکری و فرهنگی آن را سست کند و با بمباران خبری و تبلیغاتی در نظام سیاسی - اجتماعی حاکم، تزلزل و بی‌ثباتی تزریق کند.

مارک پالمر یکی از استراتژیست‌های معروف آمریکایی است که از او به عنوان یکی از نوآوران سیاست خارجی ایالات متحده نام می‌برند. پالمر در دولت‌های نیکسون، کارتر، ریگان و بوش در وزارت خارجه مشغول بوده و اکنون علاوه بر اینکه مدیر دپارتمان تحقیقاتی مرکز سیاست خارجی سابان در مؤسسه بروکینگز است، عضو کمیته خطر جاری است که اخیراً و در پی تحولات پیش آمده پس از یازده سپتامبر ۲۰۰۱، گزارشی تحت عنوان «ایران - آمریکا، رهیافت جدید» را به گزارش درآورده است.<sup>۲</sup> مارک پالمر نویسنده گزارش «ایران - آمریکا،

رهیافت جدید» در استدلال خود صراحتاً با ایده تهاجم نظامی علیه جمهوری اسلامی ایران مخالفت و اعلام می‌کند که ایران به لحاظ وسعت سرزمینی، کمیت جمعیت، کیفیت نیروی انسانی، امکانات نظامی، منابع طبیعی سرشار و موقعیت جغرافیایی ممتاز در منطقه خاورمیانه و هارتلند نظام بین‌الملل به قدرتی کم‌نظیر تبدیل شده که دیگر نمی‌توان با یورش نظامی و جنگ آن را سرنگون کرد؛ بلکه تنها راه سرنگون‌سازی نظام جمهوری اسلامی، پی‌گیری مکانیسم‌های جنگ نرم و استفاده از تکنیک‌های عملیات روانی تبلیغاتی است. این استراتژی که «دلتا» نام دارد، با استفاده از سه تاکتیک دکترین مهار، نبرد رسانه‌ای و ساماندهی و پشتیبانی از نافرمانی مدنی توسط وی تعریف شده و در حال اجرا است.

پدیده جنگ نرم که هم اکنون به عنوان پروژه‌ای عظیم علیه جمهوری اسلامی ایران در حال تدوین و اجراست در شاخص‌هایی مانند ایجاد نابسامانی اقتصادی، شکل دادن به نارضایتی در جامعه، تأسیس سازمان‌های غیردولتی در حجم گسترده، جنگ رسانه‌ای، عملیات روانی برای ناکارآمد جلوه دادن دستگاه اداری و اجرایی دولت، تضعیف حاکمیت ایران از طریق روش‌های مدنی و ایجاد ناتوی فرهنگی متبلور می‌شود. در برآیند جنگ نرم، عوامل براندازی یا از زمینه‌های موجود در جامعه برای پیشبرد اهداف خود بهره می‌برند یا به‌طور مجازی سعی در ایجاد نارضایتی در نزد افکار عمومی و سپس بهره‌برداری از آن دارند. استفاده از مشکلات اقتصادی، تنوع کثرت قومی ایران، ایجاد و دامن زدن به نافرمانی مدنی در تشکل‌های دانشجویی و نهادهای غیردولتی و صنفی، تلاش در نزدیکی به مردم تحت پوشش حمایت از حقوق بشر و دموکراسی در ایران، ایجاد شبکه‌های متعدد رادیو و تلویزیونی فارسی زبان، حمایت از اپوزیسیون (سفر فعالان جوان خارجی از کشورهای متحد با آمریکا به ایران تحت عناوین جهانگرد که در صورت نیاز به جنبش‌های مدنی و نافرمانی بپیوندند)، تسهیل فعالیت‌های ان‌جی‌او‌های آمریکایی در صورت نیاز، دعوت فعالان جوان ایرانی به خارج برای شرکت در سمینارهای کوچک (این افراد باید از سوی مقامات آمریکایی انتخاب شوند نه نهادهای ایرانی)، استفاده از سفارتخانه‌های کشورهای دیگر و به‌طور کلی تضعیف ستون‌های حمایتی حکومت ایران از جمله راهکارهای اجرای استراتژی دلتا به شمار می‌آیند ([www.aei.org/publications](http://www.aei.org/publications)).

## ویژگی‌های جنگ نرم

جنگ نرم به دلیل پیچیدگی و اتکا به قدرت نرم از ویژگی‌های بسیار زیاد و متنوعی برخوردار است که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از:

۱. جنگ نرم در پی تغییر قالب‌های مাহوی جامعه و ساختار سیاسی است. در این جنگ، اعتقادات، باورها و ارزش‌های اساسی یک جامعه مورد هجوم برای تغییر قرار می‌گیرد. با تغییر باورهای اساسی جامعه، قالب‌های تفکر و اندیشه دگرگون شده و مدل‌های رفتاری

جدیدی شکل می‌گیرد. مدل‌های رفتاری جدید به گونه‌ای است که به جای رفتارهای حمایتی از ساختار سیاسی، رفتارهای چالشی جایگزین شده و این رفتارها به سمت ساختارشکنی جهت می‌یابد.

۲. جنگ نرم آرام، تدریجی و زیرسطحی است. جنگ نرم دفعی، شتابان و پرتحرک در یک مقطع نیست. این جنگ به صورت آرام شروع شده و به صورت تدریجی به سمت جلو حرکت می‌کند. آرام و تدریجی بودن این جنگ به گونه‌ای است که بسیاری آن را تشخیص نمی‌دهند. جنگ نرم زیرسطحی، غیر آشکار و به همین دلیل نامحسوس است.

۳. جنگ نرم نمادساز است. نمادسازی با بهره‌گیری از نمادهای تاریخی و گذشته برای ارائه و نمایش تصویری مطلوب از خود یک ویژگی برجسته از جنگ نرم است. در این جنگ تلاش می‌شود تصویری شکست خورده، ناامید و مأیوس از حریف ارائه شود و در مقابل مهاجم با نمادسازی و تصویرسازی خود را پیروز و موفق نشان می‌دهد. در این ویژگی عملیات روانی در حد اعلی انجام می‌شود.

۴. جنگ نرم پایدار و بادوام است. نتایج جنگ نرم در صورت موفق بودن، پایدار و بادوام خواهد بود. هدف اصلی در جنگ نرم تغییر باورها و اعتقادات است. چنانچه این تغییر حاصل شود، به راحتی تغییر مجدد و بازگشت به حالت اولیه میسر نیست. در جنگ نرم و نظامی، یک سرزمین تصرف شده را ظرف چند ساعت، می‌توان باز پس گرفت. اما در جنگ نرم، اگر دشمنان موفق به تصرف افکار و دل‌های جامعه هدف شوند، به راحتی نمی‌توان آن را باز پس گرفت و تغییر مجدد زمان‌بر است.

۵. جنگ نرم پرتحرک و جاذبه‌دار است. جنگ نرم که به صورت تدریجی و آرام شروع می‌شود، در نقطه‌ای به دلیل ایجاد جاذبه‌های کاذب، خود جامعه هدف را برای تحقق اهداف به کار گرفته و از این طریق بر دامنه تحرکات آن افزوده می‌شود. در واقع با گذشت زمان، بسیاری از بازیگران و حتی بازیگردانان جنگ نرم به صورت خواسته یا ناخواسته از درون جامعه هدف به استخدام کارگزاران اصلی جنگ نرم در می‌آیند.

۶. جنگ نرم هیجان‌ساز است. با نمادسازی‌ها، اسطوره‌سازی‌ها و خلق ارزش‌های جدید، در جنگ نرم از احساسات جامعه هدف نهایت استفاده صورت می‌گیرد. مدیریت احساسات یک رکن در مهندسی جنگ نرم به حساب می‌آید.

در مدیریت احساسات، تلاش می‌شود از احساسات و عواطف جامعه هدف به عنوان پلی برای نفوذ در افکار و اندیشه‌ها برای ایجاد تغییر و دگرگونی در باورها استفاده شود. احساسات و عواطف به دلیل تحریک‌پذیری، زمینه‌های پیدایش بحران را فراهم می‌سازد.

۷. جنگ نرم آسیب‌محور است. آسیب‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی، میدان مانور جنگ نرم است. دشمنان در جنگ نرم با شناسایی نقاط آسیب جامعه هدف در حوزه‌های

ذکر شده، فعالیت‌های خود را سامان داده و با ایجاد آسیب‌های جدید، بر دامنه تحرکات خود می‌افزایند.

۸. جنگ نرم چند وجهی است. پردامنه بودن و برخورداری از وجوه مختلف، از دیگر ویژگی‌های جنگ نرم است. در این جنگ، از تمامی علوم، فنون، شیوه‌ها و روش‌های شناخته شده و ارزش‌های موجود استفاده می‌شود.

۹. جنگ نرم تضادآفرین است. جنگ نرم از محیط‌های آسیب‌دار در جامعه هدف شروع می‌شود و با ایجاد گسل‌های متعدد در بخش‌های گوناگون جامعه و از طریق متفاوت کردن باورها، ارزش‌ها و شکل‌دهی به رفتارهای جدید، اعضای یک جامعه در برابر هم قرار می‌دهد. تضادهای به وجود آمده از طریق جنگ نرم، همبستگی اجتماعی و وحدت ملی را برهم می‌زند و زمینه‌های بروز بحران و درگیری‌های داخلی را فراهم می‌سازد. بنابراین تخریب وحدت ملی یکی از پیامدها و ویژگی‌های جنگ نرم است.

۱۰. جنگ نرم تردیدآفرین است. در جنگ نرم، ایجاد تردید و بدبینی نسبت به بسیاری از مسائل یک اصل و قاعده است. حرکت در این جنگ با خلق تردید و ایجاد ناامیدی و یأس شروع می‌شود. برای توفیق در این جنگ، با تکیه بر سنت‌ها و لکن با نوپردازی به صورت ظریف و آرام، در باورها و اعتقادات اساسی تردید ایجاد می‌شود و به مرور بر دامنه این تردیدها افزوده شده تا در نهایت به ایجاد تغییرات اساسی در باورها و ارزش‌ها دست یابد.

۱۱. جنگ نرم از ابزار روز استفاده می‌کند. در جنگ نرم از پیشرفته‌ترین تکنیک‌های روز استفاده می‌شود. فضای مجازی و سایبری محیط اصلی جنگ نرم در شرایط کنونی به حساب می‌آید. این فضا، امکان اغواگری با ایجاد جاذبه‌های گوناگون و خلق بسترهای لازم برای سوار شدن به امواج احساسات را به خوبی فراهم می‌سازد.

## اهداف جنگ نرم

در چارچوب مطالعات دفاعی می‌توان اهداف راهبردی جنگ نرم ایالات متحده را در هفت حوزه تنش‌زای زیر طبقه‌بندی و مورد آسیب‌شناسی قرار داد:

۱. **تنش روانی رسانه‌ای:** ایران‌هراسی از طریق انعکاس تصاویر مجازی از توسعه بومی صنعت هسته‌ای و قابلیت‌های آفندی و پدافندی موشکی جمهوری اسلامی ایران و هدفمند شدن جنگ تبلیغاتی با هدف گسترش تنش‌های قومی، فرقه‌ای، صنفی، دانشجویی و اجتماعی.

۲. **تنش اقتصادی:** گسترش هدفمند عمق و دامنه دیپلماسی تحریم در چارچوب شورای امنیت (قطعنامه‌های ۱۷۴۷، ۱۷۳۷، ۱۸۰۳ و ۱۸۳۵)، تحریم‌های ائتلافی هوشمند و یا فشار سیاسی بر متحدان خود برای اجتناب از انعقاد توافق‌نامه‌های اقتصادی و انرژی با هدف انزوای ایران در معادلات اقتصادی منطقه‌ای.

۳. **تنش نظامی:** گسترش عمق و دامنه مطالعات ادعایی و گنجاندن آن‌ها در گزارش‌های مدیرکل آژانس اتمی با هدف تداعی شائبه وجود ارتباط میان فعالیت‌های صلح‌آمیز هسته‌ای ایران و اهداف نظامی و بالتبع توجیه گسترش تحریم‌های غیرقانونی علیه نهادها، شرکت‌ها و افراد وابسته به وزارت دفاع و سپاه پاسداران با هدف تضعیف بازدارندگی بومی کلاسیک و نامتقارن، احتمال بازرسی ناوگان‌های نظامی آمریکا و ناتو از کشتی‌های تجاری جمهوری اسلامی ایران با هدف نظارت بر حسن اجرای قطعنامه‌های شورای امنیت، برگزاری رزمایش‌های نظامی میان ناتو و برخی کشورهای منطقه و انعقاد توافقات امنیتی دوجانبه با کشورهای همسایه ایران مانند عراق، افغانستان، پاکستان و کشورهای شورای همکاری خلیج فارس.

۴. **تنش امنیتی:** جلوگیری از عملیاتی‌شدن امنیت بومی و پایدار، حمایت مالی رسانه‌ای از گسترش ناامنی‌های مدنی با بهانه گسترش حقوق بشر و دموکراسی، حمایت از گروهک‌های تروریستی مانند پژاک، منافقین و جندالله با هدف ناامن سازی استان‌های مرزی.

۵. **تنش اطلاعاتی:** تلاش برای نصب سامانه‌های جاسوسی در مرزهای ایران و عراق، رخنه در شبکه‌های استراتژیک نظام توسط نیروهای پوششی، شنود تلفن همراه و یا رخنه در شبکه اینترنتی برخی نهادهای راهبردی.

۶. **تنش سیاسی:** مخدوش جلوه دادن نتایج آرای انتخاباتی، تأخیر در صدور روایید مسافرتی توسط برخی متحدان آمریکا، ایجاد شکاف میان جامعه و حاکمیت، تشویق به حضور حداقلی مردم در رقابت‌های انتخاباتی.

۷. **تنش فرهنگی:** ناتوی فرهنگی<sup>۳</sup> با هدف نهادینه کردن فرهنگ لیبرال دموکراسی و تضعیف هویت ایرانی اسلامی مانند تغییر نام خلیج فارس و یا ترسیم تصویر خشنی از دین مبین اسلام (رزمجو، ۱۳۸۸: ۲۰).

## حوزه‌های چهارده گانه جنگ نرم

مرکز ملی ضدتروریسم آمریکا (NCTC) حوزه‌های جنگ نرم را به صورت ذیل تحت عنوان تهدیدات طبقه‌بندی کرده است:

۱. **فضای مجازی (cyber):** از نگاه آلوین تافلر سومین موج دگرگون‌کننده زندگی بشری پس از موج‌های کشاورزی و صنعتی، موج الکترونیک و دیجیتال است. این موج به قدری غنی است که تمامی زندگی بشر را تحت تأثیر خود قرار خواهد داد. فضای مجازی — فرزند عصر دیجیتال، الکترو نیک و اطلاعات — فضایی است که بشر می‌تواند از انجام خریدهای روزمره خود تا انجام فعالیت‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و حتی نظامی — امنیتی

خود را در آن محقق کند. با تأثیرپذیری شیوه زندگی امروزی بشر از چنین مقوله ای می توان زندگی فردای او را نیز در قالب یک جامعه مجازی تصور کرد.

۲. **رسانه (media):** ارتباطات بشر بر اساس زبان، پیام و مخاطب صورت می پذیرد. اساس وسیله ارتباطی بشر که از آن به رسانه یاد می شود نیز بر همین مبنا شکل گرفته و دسته بندی می شود. مانند روزنامه (رسانه سرد)، تلویزیون (رسانه گرم)، رادیو، تلویزیون و روزنامه (یکسویه)، اینترنت (رسانه دو سویه)، رسانه های رو در رو و غیره. نقش حوزه رسانه در منازعه گرم انتقال پیام های دلخواه هر یک از طرف های منازعه، بسته به طرح و برنامه در نظر گرفته شده از سوی آنان، جهت ساخت افکار مخاطب است. این تنظیم با توجه به جنس، نوع و مضمون پیام، جنس و سطح مخاطب خود را خواهد یافت.

۳. **هنر (art):** درباره هنر در منازعات، به ویژه جنگ نرم، نظرهای متفاوتی بیان شده است. از حذف نقش هنر و هنرمندان، تا به قدرت رساندن آن ها در مصادر سیاسی، نظیر آنچه با وقوع انقلاب مخملین در جمهوری چک و روی کار آمدن یک نمایشنامه نویس (واسلاو هاول) به وقوع پیوست. قدر مسلم آن است که به دلیل کار ویژه هنر، یعنی تبدیل یک پیام به «حس» که خود منشأ تولید رفتار است، نمی توان نقش آن را در حوزه جنگ نرم نادیده گرفت.

۴. **رفتارشناسی — رفتارسازی (psycho):** گرچه در ترجمه این حوزه به فارسی اختلاف نظرهای بنیادین وجود دارد، اما نقش این حوزه در جنگ نرم، مطالعه عمیق و ویژه در حوزه رفتار آدمی براساس شرایط درونی - محیطی و ساختن رفتار مدنظر فرد مخاطب است. چنانچه بر همین اساس در دانشکده های مطالعات امنیت (ملی) رشته ای تخصصی تحت عنوان psychobiological operation که در ایران از آن با نام «عملیات روانی» یاد می شود، مورد توجه است و تدریس می شود. نقطه ثقل این حوزه بر دو بخش هوش هیجانی و عزت نفس استوار است. در تعریف هوش هیجانی باید گفت این مفهوم به توانایی فرد و افراد در کنترل و مدیریت احساس ها و هیجان های خود (مهارت های زندگی اعم از کنترل خشم، کنترل استرس، تفکر خلاق و نقدانه و...) اطلاق می شود. اما در تعریف عزت نفس، مؤلفه هایی چون خودآگاهی، خودباوری، احترام به آداب و رسوم، سنن، ارزش ها و... مصداق خواهد یافت.

۵. **زبان کاربردی (lingo):** زبان مهم ترین وسیله ارتباطی است. زبان، راهبردی ترین ابزار ارتباط افراد با یکدیگر است. ارتباط با گذشته به وسیله ادبیات (که در واقع بانک ژنتیکی در هر حوزه تمدنی محسوب می شود) و ارتباط با آینده به وسیله تولیدات تکوینی ادبیاتی صورت می گیرد. به طور مثال در این مقوله می توان به قطع ارتباط مردم ترکیه با گذشته خود به ویژه ادبیات، به دلیل لاتینی شدن رسم الخط در دوران زمامداری آتاترک اشاره کرد. زبان



مهم‌ترین وسیله برای انتقال مفاهیم، به ویژه مفاهیم اساسی زندگی‌ساز و علمی است. در این حوزه، دستور زبان نیز همین ویژگی را داراست. در این خصوص می‌توان به تغییر و آنگلساکسونی شدن کاربرد ضمیر و شناسه‌های دوم شخص مفرد، از شما- که احترام آمیز است و در زبان انگلیسی معادلی ندارد - به تو، در تعاملات که رفتار ساز است اشاره کرد.

۶. **قانون (law):** در این حوزه تنظیمات رفتارهای اجتماعی و نهادهای سیاسی بر اساس قراردادهای اجتماعی (متغیر) شکل گرفته و به دو شیوه نوشته و مصوب پارلمان (فرانسوی) و بر مبنای عرف (آنگلساکسونی) تنظیم می‌شود.

۷. **سه‌گانه‌های اطلاعات (i3):** که امروزه به آن «عصر اطلاعات» نیز می‌گویند در حقیقت به کنترل و هدایت اطلاعات چه از لحاظ امنیتی و چه به لحاظ افکار عمومی اطلاق می‌شود که از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این مقوله اطلاعات را با عنایت به مصادیقی چون نوع جمع‌آوری، پردازش و تحلیل، میزان پنهان‌کاری و توجه به مقوله ضداطلاعات و با توجه به تخصصی و کاربردی بودن آن، به سه دسته تقسیم می‌کنند. این سه دسته عبارتند از: اطلاعات کاربردی (information)، اطلاعات تحقیقاتی (investigation) (رک به مبانی و مشخصات FBI آمریکا) و اطلاعات هوشمند (intelligence) (رک به مبانی و مشخصات cia آمریکا) که از آن‌ها با نام سه‌گانه‌های اطلاعاتی یاد می‌شود.

۸. **ورزش (بر مبنای اصالت لذت و سرگرمی) (sport):** در حوزه ورزش گرچه در ظاهر بنا بر سلامت است، اما مبنای تفریح و سرگرمی بر اساس «اصالت لذت» قرار گرفته است. در این حوزه ورزش از حالت مکمل زندگی خارج شده و به صورت حرفه در می‌آید. مفهوم پهلوانی رنگ باخته و جای آن را قهرمانی، (به هر شیوه و روش برای تأمین منافع و لذت) می‌گیرد. ورزش به دلیل جذابیت‌های هیجانی خود، تبدیل به مرجع هیجانی مخاطب می‌شود.

۹. **گردشگری (tour ism):** به عنوان ناقل و تغییردهنده مؤلفه‌های فرهنگی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

۱۰. **روابط و معاشرت (etiqu):** در این حوزه به مطالعه و تنظیم معاشرت و تعاملات افراد برای ارتباط موثر توجه می‌شود. اساس این مطالعه و تنظیم، جنسیت (gender) بوده که این روند، تأثیر مستقیم در حوزه رفتار جنسی دارد. این فرایند در حوزه سرمایه اجتماعی استراتژیک نیز زاد و ولد بالا نسبت به پهنه سرزمینی، سلامت پزشکی اعم از جسمی و رفتاری، سلامت اخلاقی، اعم از فردی و اجتماعی و داشتن روحیه ایثار و مسئولیت‌پذیری تأثیر مستقیم و مؤثری دارد.

۱۱. **آموزش (education):** اگر شیوه و مبنای آموزش به آینده‌سازان یک کشور (کودکان، نوجوانان و جوانان) براساس ساختار و شیوه‌های بیگانه، فارغ از در نظر گرفتن مفاهیم و

مؤلفه‌های راهبردی و کاربردی بومی جهت انتقال به نسل‌های آینده صورت گیرد، گسیختگی نسلی فرهنگی تنها نتیجه آن خواهد بود.

۱۲. **شیوه سیاست‌گذاری و اداره (polity):** چنانچه اتخاذ تدبیر و سیاست‌گذاری با توجه به مؤلفه‌های فرهنگی و فرهنگ‌ساز ملی باشد، شیوه اداره نیز بومی خواهد بود و نتیجه منطقی آن مستحکم‌تر شدن مبانی فرهنگ ملی و بومی است. در غیر این صورت فرهنگ یک کشور، محکوم به گسیختگی و بیگانه شدن با مردم و آیندگان خواهد شد.

۱۳. **شیطان‌پرستی (satan):** پس از عالم حس (الطبیعه) و عالم ذهن (مابعدالطبیعه) اکنون عالم غیب (ماوراءالطبیعه) و به تبع آن در فرایندهای مدرنیسم، ترنس مدرن موضوعیت دارد. خروجی این ترنس مدرن، سیطنیسم (شیطان‌پرستی) به عنوان یک قدرت غیبی است؛ قدرتی که دست انسان را برای رسیدن به هر لذت و منفعتی به هر شیوه و روشی، باز می‌گذارد.

۱۴. **علم و علم‌گرایی (science):** این حوزه به‌طور ویژه محل ابتلای خواص و نخبگان است. می‌توان از این حوزه به نقطه ثقل سیزده حوزه دیگر اشاره کرد. زمانی که با مفاهیم فرهنگ منازعه دست به کار علمی (به ویژه در علوم انسانی) می‌زنیم، مانند آن است که فرهنگ منازعه در زمین خودمان، مارا تحت کنترل خود قرار می‌دهد. در این وضعیت نخبگان دچار از خود بیگانگی شده و تحت‌تأثیر مفاهیم بیگانه، به تخریب مفاهیم بومی و دگرگونی فرهنگ ملی می‌پردازند. شاید از همین رو رهبر معظم انقلاب حتی در همین ایام با تأکید به جنبش نرم‌افزاری و تولید مفاهیم، نقطه قانونی دهه چهارم نظام جمهوری اسلامی ایران را دهه «نهضت تولید علم» می‌دانند (کلیدری، ۱۳۸۸: ۵).

### جنگ نرم و سخت در تاریخچه سی‌ساله جمهوری اسلامی

تاریخ سی ساله انقلاب اسلامی اگر چه کوتاه است اما درگیر انواع جنگ‌ها بوده است. جبهه معارض انقلاب اسلامی در اولین اقدامات با جنگ سخت به مواجهه با گفتمان انقلاب اسلامی پرداخت.

#### الف. جنگ سخت در تاریخ سی‌ساله

انواع مختلفی از جنگ سخت را در انقلاب اسلامی شاهد بوده‌ایم که در ذیل به برخی از رئوس اصلی آن اشاره می‌کنیم:

۱. مبارزه مسلحانه: در ابتدای تأسیس جمهوری اسلامی شاهد مبارزه‌های منافقین، چریک‌های فدایی و حزب توده هستیم.

۲. ترور: ترورهای فرجام‌دار و کور در دهه اول انقلاب بسیار پررنگ بوده است. انفجار دفتر حزب جمهوری اسلامی و شهادت شهید بهشتی و هفتادودو تن از یاران وی و ترور

نافرجام مقام معظم رهبری، آقای هاشمی رفسنجانی و به شهادت رساندن شهید مطهری، شهدای محراب، شهید رجایی و باهنر و ترورهای کور دیگر از جمله اقدامات تروریستی در اوایل دهه شصت است.

۳. کودتا: یکی از اقدامات کودتا با همدستی قطب زاده، شریعتمداری و برخی نظامیان بود که قصد بمباران جماران و بسیاری از مراکز سیاسی و نظامی را داشتند که کشف و خنثی شد. لذا کودتای نوژه و کودتای بیست و هشت مرداد را می‌توان از گونه جنگ سخت در نظر گرفت.

۴. تجاوز نظامی: ماجرای صحرای طیس، ساقط کردن هواپیمای مسافربری، غرق کردن ناوچه پیکان و حمله به اسکله‌های نفتی در زمرة این نوع جنگ سخت محسوب می‌شوند.

۵. جنگ تحمیلی: تجاوز رژیم بعث عراق در سی شهریور ۱۳۶۰ و آغاز حمله نظامی با پشتوانه دولت‌های آمریکا و اروپا و برخی دولت‌های عربی به مدت هشت سال به جمهوری اسلامی انجام شد. در طول جنگ تحمیلی و حتی در عملیات نهایی، همکاری جریان ضدانقلاب را شاهد هستیم؛ به نحوی که در عملیات مرصاد اوج این همکاری علیه جمهوری اسلامی رقم خورد (محمدتهرانی، ۱۳۸۸: ۳).

## ب. جنگ نرم در تاریخ ۳۰ ساله

مهم‌ترین حوزه عملکردی جنگ نرم علیه جمهوری اسلامی را در دو بُعد سیاسی و فرهنگی شاهد هستیم که به صورت مختصر توضیح داده خواهد شد.

در بُعد سیاسی جنگ نرم، مهم‌ترین کار ویژه جنگ نرم، ناکارآمد جلوه دادن نظام حکومت دینی و ولایت فقیه است. از این رو بیشترین هجمه از سوی جبهه معارض انقلاب اسلامی به ارکان وابسته به ولایت فقیه و رهبری نظام است؛ مانند شورای نگهبان، قوای مسلح، رسانه ملی و در نهایت مجلس خبرگان رهبری. لذا می‌توان موارد ذیل به صورت خلاصه ذکر کرد:

۱. ایجاد بدبینی به نظام: از جمله تاکتیک‌های این راهبرد، ترویج سکولاریسم و گسترش فرهنگ جدایی دین از سیاست است.

۲. سیاه‌نمایی: از تاکتیک‌های این راهبرد، ترویج روحیه یأس و بحرانی نشان دادن شرایط کشور است.

۳. فقدان کارآیی دولت: پر رنگ کردن ضعف‌ها و بی‌ارزش کردن خدمات، دولت عصاره این تاکتیک‌هاست.

۴. تشدید اختلافات داخلی: چاپ کاریکاتورهای موهن از قومیت‌ها و تمرکز بر موارد اختلافی بین اقوام کُرد، بلوچ، عرب، ترک و سایر اقوامی که ظرفیت جدایی‌پذیری را دارند، از تاکتیک‌های این راهبرد است.

۵. نافرمانی مدنی: تلاش‌های مختلف جهت ایجاد تحصن در سطوح مختلف اجتماعی و عدم همکاری در اداره کشور و ایجاد موانع تحدیدکننده از موارد این راهبرد تلقی می‌شوند.
  ۶. نخبه‌سازی مصنوعی: شخصیت‌سازی به منظور جایگزینی پس از انقلاب مخملی در ارکان حکومت و استفاده از آنان در جریان‌سازی‌های مختلف اجتماعی از تاکتیک‌های این راهبرد است.
  ۷. کمرنگ کردن آرمان‌ها و اهداف امام خمینی (ره): تأسیس انقلاب اسلامی برای رسیدن به ایدئال‌هایی بود که در یک کلام پیوند دین و دنیای انسان بود که این آرمان در کلام و پیام‌های رهبران انقلاب ظهور دارد. در سال‌های اخیر شاهد پیام‌هایی هستیم که می‌گویند خمینی دیگر وجود ندارد و آنچه هست برداشت ما از سخنان اوست (همان).
- در بُعد فرهنگی جنگ نرم، کار ویژه جبهه معارض انقلاب اسلامی فراهم آوردن فضای تساهل و تسامح در کشور است که این نوع جنگ به تدریج و آرام به دنبال اصلی‌ترین کارکرد جمهوری اسلامی که همان پیوند دین و دنیا بود رفته و به دنبال ناکارآمد نشان دادن چنین پیوندی است. راهبردهایی که در بُعد فرهنگی جنگ نرم مورد استفاده قرار گرفته است عبارتند از:
۱. چهره‌سازی: چهره‌سازی از عناصر ضد ارزشی و موج‌آفرینی و جریان‌سازی از طریق این چهره‌ها بسیار مورد استفاده قرار گرفته است.
  ۲. اشاعه فساد: جهت تقویت و دامن زدن به تساهل و تسامح اجتماعی از ماهواره، بلوتوث، اس‌ام‌اس، فیلم، موزیک و مد استفاده شده است.
  ۳. قداست زدایی: ایجاد شبهه نظری نسبت به عصمت ائمه (ع) و عدم و حیانت قرآن کریم و زمینی جلوه دادن چنین ارکان هویتی از جمله تاکتیک‌های این راهبرد است.
  ۴. عرفان‌های کاذب: ترویج صوفی‌گری، عرفان‌های هند و چین، انرژی درمانی و جریان‌های معنویت بدون دین از تاکتیک‌های این راهبرد هستند.
  ۵. گفتمان‌سازی رسانه‌ای: جایگزینی فرهنگ غربی به جای ارزش‌های دینی و ملی به ویژه در سبک زندگی و تشویق به دیدن رسانه‌های بیگانه از جمله تاکتیک‌های این راهبرد است.
  ۶. توسعه شبکه‌های اجتماعی: انواع شبکه‌های رسانه‌ای اجتماعی از قبیل وبلاگ‌ها، میکروبلاگ‌ها (توییتر، فرندفیدز)، شبکه‌های دوست‌یابی (اورکات)، شبکه‌های اجتماعی (فیس‌بوک، مای‌اسپیس، کلوب، گوگل‌ویو)، لینک‌دونی‌های عمومی (بالترین، دیگ)، ویکی‌ها، سایت‌های به اشتراک‌گذاری (فلیکر، یوتیوب، کلام)، پیام‌رسان‌ها، فروم‌ها، گروه‌های ایمیلی، خبرخوان‌ها (نیوزپارسیک، گوگل‌ریدر) و پادکست‌ها در سالیان اخیر یکی از راه‌های شبکه‌سازی از پایین سطح اجتماع بوده که در فراز و فرودهای سیاسی و اجتماعی بسیار مورد استفاده قرار گرفته است (همان: ۱۰).

## استراتژی شبکه سازی در جنگ نرم علیه جمهوری اسلامی

مهم‌ترین حوزه عملکردی جنگ نرم در جنگ رسانه‌ای خلاصه می‌شود. بنیادی‌ترین تعریف از جنگ رسانه‌ای استفاده از رسانه‌ها برای تضعیف کشور هدف و بهره‌گیری از توان و ظرفیت رسانه‌ها (اعم از مطبوعات، خبرگزاری‌ها، رادیو، تلویزیون، اینترنت و اصول تبلیغات) به منظور دفاع از منابع ملی است. جنگ رسانه‌ای یکی از برجسته‌ترین جنبه‌های جنگ نرم و جنگ‌های بین‌المللی جدید است (ضیایی‌پرور، ۱۳۸۳: ۱۱). اگرچه جنگ رسانه‌ای عمدتاً به هنگام جنگ‌های نظامی کاربرد بیشتری پیدا می‌کند، اما این به آن مفهوم نیست که در سایر مواقع جنگ رسانه‌ای در جریان نبوده و یا مورد استفاده قرار نمی‌گیرد. جنگ رسانه‌ای تنها جنگی است که حتی در شرایط صلح نیز بین کشورها به صورت غیررسمی ادامه دارد و هر کشوری از حداکثر توان خود برای پیشبرد اهداف سیاسی خویش با استفاده از رسانه‌ها، بهره‌برداری می‌کند. جنگ رسانه‌ای ظاهراً میان رادیو و تلویزیون‌ها، مفسران مطبوعاتی، خبرنگاران خبرگزاری‌ها، شبکه‌های خبری و سایت‌های اینترنتی جریان دارد. اما واقعیت آن است که در پشت این جدال ژورنالیستی، چیزی به نام سیاست رسانه‌ای یک کشور نهفته است که به‌طور مستقیم توسط بودجه‌های رسمی مصوب پارلمان‌ها یا بودجه‌های سری سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی و سرویس‌های جاسوسی تغذیه می‌شود (Robin, 2006: 5).

سربازان جنگ رسانه‌ای، متخصصان تبلیغات، استراتژیست‌های تبلیغات بین‌المللی و کارگزاران رسانه‌ها هستند. پیچیدگی‌های ابعاد مختلف جنگ رسانه‌ای موجب شده تا تصمیم‌گیری درباره‌ی طراحی، تدوین استراتژی، چارچوب‌ها، تکنیک‌های کاربردی، نحوه‌ی عملیاتی کردن اهداف و مأموریت‌های تعریف شده، استفاده از حداکثر توان هر رسانه با توجه به امکانات انتشار مکتوب، چاپی، صوتی، تصویری، چندرسانه‌ای، اینترنت و سرانجام انتشار آنلاین، تنها به ژنرال‌های نظامی واگذار نشود بلکه جنگ رسانه‌ای مقوله‌ای است که همکاری هماهنگ و نزدیک بخش‌های نظامی، سیاسی، اطلاعاتی، امنیتی، رسانه‌ای و تبلیغاتی یک کشور را می‌طلبد. طراحان جنگ رسانه‌ای نه لزوماً ژنرال‌های پادگان‌نشین، بلکه ممکن است پروفیسورهای کالج‌ها و دپارتمان‌های رسانه‌ای در دانشگاه‌های معتبر هر کشور باشند. جنگ رسانه‌ای برخلاف جنگ‌های نظامی که عمدتاً میان دو یا چند کشور به عنوان ائتلاف با یک کشور جریان می‌یابد، می‌تواند میان یک گروه از کشورها با گروه بزرگ دیگری از کشورها با ویژگی‌های مشخص جریان یابد. جنگ رسانه‌ای غرب علیه جهان اسلام و جنگ رسانه‌ای غرب علیه کشورهای جهان سوم، دو نمونه‌ی بارز از موضوعی هستند که می‌توانیم آن را به «جنگ جهانی رسانه‌ای» تعبیر کنیم (Kagan, 2006: 7). بهره‌برداری چندمنظوره از فناوری جدید ارتباطاتی، یکی دیگر از شیوه‌های جنگ رسانه‌ای علیه ایران است. از سویی شبکه‌ی تلویزیون ماهواره‌ای مخصوص کامپیوتر و اینترنت راه اندازی می‌کنند و از سوی دیگر با استفاده از

اینترنت، سایت‌ها و وبلاگ‌ها، به تشریح روش استفاده از آنتن‌ها و رسیورهای ماهواره‌ای و نحوه عبور از پارازیت‌ها می‌پردازند.

شبکه‌سازی، گزینه جدید آمریکا برای مقابله با جمهوری اسلامی ایران است. فعالیت‌های شبکه‌سازی جنگ سرد ایالات متحده و بریتانیا، امروزه برای نبرد با اسلام و حکومت‌های اسلامی خصوصاً ایران به کار برده می‌شود (www.tebyan.net).

در سطح استراتژیک، ایالات متحده در آغاز جنگ سرد دریافت که شبکه‌سازی باید بخشی حیاتی از استراتژی همه‌جانبه آن باشد. بنابراین منابع زیادی را برای تأمین مالی مجموعه‌ای از سازمان‌هایی که می‌توانستند با سازمان‌های کمونیستی در اروپای غربی و جهان سوم رقابت کنند، اختصاص داد. سیاستگذاران همچنین دریافتند که تلاش‌های آنان در راستای شبکه‌سازی تنها در صورتی موفق خواهد بود که یک استراتژی خوب و منسجم با همه آژانس‌ها و برنامه‌های سیاسی آمریکا پیوند خورده باشد.

این استراتژی هرچند تا حد زیادی دفاعی بود، ولی از عنصری تهاجمی نیز برخوردار بود. این بدان معنی بود که اگرچه بخش بزرگی از این کوشش در راستای تلاش برای ایجاد ثبات و تقویت نیروهای دموکراتیک در اروپای غربی صورت می‌گرفت (و بعدها در آسیا و خاورمیانه)، ولی همچنین تلاش‌هایی برای تضعیف حاکمیت کمونیستی در بلوک شوروی از طریق جنگ سیاسی و اطلاعاتی نیز وجود داشت. امروزه نیز، آمریکا این استراتژی را در قالب پروژه «ترویج دموکراسی» انجام می‌دهد؛ به گونه‌ای که کارشناسان آمریکایی معتقدند تلاش‌های آمریکا برای جذب مردمان اروپای شرقی و اتحاد شوروی در دوران جنگ سرد می‌تواند مدلی برای مقابله با ایران امروزی باشد (www.brookings.edu).

البته آمریکا برای اجرای این استراتژی با مشکلات زیادی روبه‌روست. یکی از مشکلات کلیدی پیش‌روی ایالات متحده در حال حاضر عبارت از چگونگی حفظ اعتبار گروه‌هایی است که از آمریکا یا دیگر سازمان‌های بین‌المللی کمک دریافت می‌کنند. به همین منظور این کشور برای مقابله با این مشکل سعی دارد تا با تشویق سازمان‌های غیردولتی برای گسترش فعالیت‌های خود در جهان اسلام، بخش‌های عمومی و خصوصی را به یکدیگر مرتبط ساخته و نقش خود را به ارائه کمک‌های مالی و عملیاتی به این گروه‌ها محدود کند. نکته مهم در این زمینه این است که امروزه، گروه‌ها و اشخاص در ایالات متحده و اروپا در قالب طرح ترویج دموکراسی و اسلام‌اروپایی در حال سازماندهی خود برای مبارزه با اسلام هستند.

در برخی موارد، ممکن است دولت ایالات متحده مجبور به اتخاذ نقشی فعال‌تر در شکل‌دهی به شبکه‌ها باشد. کنگره آزادی فرهنگی در دوران جنگ سرد که مثالی بسیار موفق به حساب می‌آمد، می‌تواند نمونه خوبی از چگونگی متحد ساختن گروه‌های پراکنده و شخصیت‌های همفکر در یک شبکه بین‌المللی قدرتمند با حمایت مالی و سازمان‌دهی محدود ایالات متحده باشد. امروزه هدف آمریکا از این اقدام عبارت از ایجاد سازمانی دائمی و

چندملیتی است که بتواند در نقش یک سکوی فکری برای ترویج دموکراسی امریکایی در جهان اسلام خدمت کند (www.aei.org).

ایالات متحده برای موفقیت سیاست شبکه‌سازی (که سیاستی نامتقارن و انتخابی است) خود که امروزه برای مقابله با حکومت‌های اسلامی خصوصاً دولت جمهوری اسلامی ایران برگزیده شده است، بر این گروه‌ها تمرکز دارد:

۱. شخصیت‌های دانشگاهی و روشنفکران مسلمان لیبرال و سکولار؛
۲. صاحب‌نظران مذهبی جوان و میانه‌رو؛
۳. فعالان اجتماعی؛
۴. گروه‌های زنان فعال در مبارزات برابری جنسیتی؛ و
۵. روزنامه‌گاران و نویسندگان میانه‌رو.

بر همین اساس آمریکا استراتژی شبکه‌سازی خود را بر این اصول قرار داده است:

۱. آموزش دموکراتیک؛ در این زمینه این کشور تلاش دارد تا با به چالش کشیدن مفاهیم اسلامی به وسیله‌ارزش‌های دموکراتیک غربی، اسلام را مطابق برداشت خود باز تعریف کند.
۲. رسانه‌ها؛ حمایت از رسانه‌های طرفدار غرب برای مبارزه با سلطه رسانه‌های عناصر مسلمان بسیار مهم است.
۳. برابری جنسیتی؛ مسئله حقوق زنان موضوعی مهم در شبکه‌سازی است. ترویج برابری جنسیتی باید بخشی ضروری از این پروژه برای توانمند ساختن مسلمانان طرفدار غرب باشد.
۴. هواداری سیاسی؛ اسلام‌گرایان دارای برنامه‌های سیاسی هستند و به همین جهت اسلام‌گرایان سکولار نیز باید وارد فعالیت سیاسی شوند. در این زمینه فعالیت‌های حمایتی در راستای شکل‌دهی به محیط سیاسی و حقوقی جهان اسلام مهم است. بر این مبنای دنبال تمرکز بر نیروهای داخلی برای کاهش مشروعیت رهبران فعلی نظام و زمینه‌سازی برای تغییر حاکمیت هستند.
۵. قومیت‌گرایی؛ تلاش در راستای حمایت از قومیت‌ها با هدف تضعیف وحدت ملی و ایجاد روند تجزیه‌طلبی در داخل کشور. (نائینی، ۱۳۸۷: ۸۹).

### سیاست‌گذاری جبهه انقلاب اسلامی در مواجهه با جنگ نرم

گزاره‌های سیاستی مقابله با جنگ نرم، پس از مسئله‌شناسی و تعمیق در مواضع جبهه معارض انقلاب اسلامی استخراج می‌شود. گزاره‌های سیاستی به دو دسته سیاست‌های کلی نظام و سیاست‌های رسانه‌ای تقسیم می‌شود که در ادامه به آن‌ها خواهیم پرداخت.

## الف. سیاست‌های کلان مقابله با جنگ نرم

سیاست‌های کلان مقابله به دو دسته سیاست‌های سلبی و ایجابی تقسیم می‌شود. سیاست‌های سلبی به آن دسته از سیاست‌ها گفته می‌شود که نقش تحدیدکننده دارد و سیاست‌های ایجابی به سیاست‌های تثبیت‌کننده و تقویت‌کننده گفته می‌شود.

### ۱. ولایت‌پذیری عملی و تئوری‌پردازی نظری ساختار مردم‌سالاری دینی: بحث

ولایت‌پذیری و دفاع از حریم ولایت از دو منظر قابل تأمل است. اول آنکه تحلیل مجموعه اقدامات انجام گرفته برای براندازی نرم- جنگ نرم- در ایران نشان می‌دهد که طراحان جنگ نرم علیه ایران به علت جایگاه ولایت فقیه در اعتقادات جامعه ایران و میزان تاثیرگذاری‌اش و همچنین به عنوان مهم‌ترین عامل در پیشگیری از براندازی نرم نظام جمهوری اسلامی آن هم با وجود گذشت قریب به سه دهه از عمر انقلاب ایران، بیشترین طراحی را برای مشروعیت‌زدایی و مخصوصاً اعتبارزدایی از جایگاه ولایت فقیه در دستور کار خود قرار داده‌اند. دوم آنکه ولایت فقیه به عنوان یک فقیه عالم و با تقوا و عادل‌ترین و آگاه‌ترین فرد به مسائل سیاسی و حکومتی قطعاً شایسته‌ترین فرد برای اطاعت‌پذیری نیز خواهد بود. در چند ماه اخیر در حوادث بعد از انتخابات یک‌بار دیگر نقش رهبری و جایگاه آن برای حفظ نظام به خوبی برای دوست و دشمن آشکار شد، آن هم در شرایطی که شاید بسیاری از اهداف برای تحقق انقلاب مخملین در ایران اتفاق افتاده بود و یا شرایطش مهیا شده بود. رهبری به عنوان فصل الخطاب و همچنین به عنوان مهم‌ترین رکن جامعه ایران برای حفظ و انسجام ملی و اسلامی سبب شد که کشور از فتنه بزرگ به سلامت عبور کند. وجود ولایت فقیه به عنوان بزرگ‌ترین عامل در جلوگیری از به وجود آمدن انقلاب مخملی در ایران نشان داد که تفاوت ایران با گرجستان، اوکراین و حتی کشور قدرتمندی همچون شوروی سابق در وجود جایگاه ولایت فقیه در ساختار حکومتی و سیاسی و مذهبی است. لذا ولایت‌پذیری عملی و تئوری‌پردازی نظری از ولایت فقیه و ساختار مردم‌سالاری دینی از اهم سیاست‌های کلان مواجهه با جنگ نرم است.

### ۲. حفظ هویت با تمرکز بر سبک زندگی ایرانی- اسلامی: اساس جنگ نرم برای

تحت تأثیر قرار دادن باورهای فرهنگی و اعتقادی جامعه هدف است. لذا ضروری‌ست برای مقابله با جنگ نرم، حفظ و عمق‌بخشی به هویت ایرانی و اسلامی جزو اولین و شاخص‌ترین برنامه‌ها در مقابله با جنگ نرم باشد. آنان به دنبال این هستند که با ترویج فرهنگ سکولار، هویت اسلامی را تحت تأثیر قرار داده و آن را از درون به لحاظ محتوایی متلاشی کنند و اسلامی باقی بماند که در ادبیات سیاسی کشورمان به «اسلام آمریکایی» معروف شده است. استکبار جهانی به‌ویژه آمریکایی‌ها به وسیله رسانه‌های وابسته‌شان در تلاش بوده‌اند الگوی‌های شخصیتی جدیدی در بافت سبک زندگی جدید به جوانان ایران



معرفی کنند. آنان در این میان سعی دارند بسیاری از ارزش‌های فرهنگ آمریکایی را به ایرانیان القا کنند. بنابراین بهترین راه برای مقابله با این جریانات، حفظ و عمق‌بخشی هرچه بیشتر و توجه به هویت ایرانی - اسلامی و تدوین و ترویج سبک زندگی ایرانی و اسلامی است.

۳. **مقابله رسانه‌ای با اولویت‌دادن به سواد رسانه‌ای:** مهارت‌های مقابله با جنگ رسانه‌ای<sup>۴</sup> به بالا بردن ظرفیت تحلیل مخاطب در مواجهه با رسانه گفته می‌شود. اگر مردم از سواد رسانه‌ای کافی برخوردار نباشند، قطعاً نخواهند توانست در فضای سنگین رسانه‌ای این روزها، مسائل و وقایع را به درستی تحلیل کنند.

۴. **امیدآفرینی هوشمندانه و منطقی:** از مهم‌ترین اهداف جنگ نرم در کشورهای هدف، ایجاد روحیه رخوت، ناامیدی و بی‌نشاطی در آن جامعه است. نگاه امیدوارانه و خوشبینانه به آینده باعث تقویت جبهه انقلاب اسلامی در مقابل جنگ نرم دشمنان خواهد شد. پیشرفت‌طلبی در سایه روحیه امیدواری به آینده ایجاد می‌شود. لذا توجه دادن سطوح مختلف اجتماعی به آینده انقلاب اسلامی یکی از سیاست‌های ایجابی در مواجهه با جنگ نرم است.

۵. **اثبات کارآمدی نظام اسلامی و اطلاع‌رسانی مناسب درباره خدمات انجام شده:** مقابله با مجموع اقدامات مغرضانه برای نشان دادن عدم کارآمدی و مشروعیت دولت منتخب، یکی دیگر از مواردی است که در طراحی‌ها برای انقلاب مخملی در ایران در نظر گرفته شده است. اقدامات تخریبی برای نشان دادن عدم کارآمدی و مشروعیت و اعتبار دولت خواهد بود و باید چنین گفت مشروعیت‌زدایی و نشان دادن ناکارآمدی دو محور عمده پیش‌روی طراحان جنگ نرم در ایران است. لذا اطلاع‌رسانی پیرامون خدمات عمومی به عنوان اقدام پیشگیرانه و نشانگر اثبات کارآمدی و همچنین جلوگیری از بسترهای زمینه‌ساز باید در اولویت‌های سیاست‌های ایجابی و اثباتی باشد.

۶. **مقابله با شکاف‌های قومی و مذهبی:** تشدید اختلافات قومی و مذهبی از راهکارهای اصلی برای جنگ نرم است. به‌طوری که در تحقق جنگ نرم بحث تشدید اختلافات قومی و مذهبی همیشه در رئوس اجرای برنامه‌ها بوده است. در همین زمینه تقویت فرقه‌های ضاله نیز مورد توجه خاص طراحان جنگ روانی بوده است. تقویت وهابیون و همچنین حمایت‌های جدی از بهاییان در ایران از جمله این برنامه‌ها است. حتی ساختن مراجع قلابی و علمایی التقاطی از دیگر روش‌هاست. رسانه‌ها باید محوریت گفت‌وگو ملی و دینی را در تمامی تولیدات فرهنگی و هنری مد نظر قرار دهند. توسعه مناطق محروم و حاشیه‌ای، در ابعاد مختلف از بین بردن ظرفیت‌های واگرایی و زمینه‌های اعتراض اجتماعی مانند فقر، ناامنی، تورم، بیکاری، ترافیک و... را موجب خواهد شد.

۷. **برخورد منطقی با سازمان‌های مردم نهاد (سمن):** پرهیز از تهدیدانگاری بیش از حد در فعالیت نهادهای غیردولتی و گسترش آزادی‌های مدنی در چارچوب قانون اساسی همراه با هوشیاری لازم جهت اجتناب از تهدیدات احتمالی این نهادها در حوزه‌های امنیتی، سیاسی و اجتماعی. البته نظارت بر سازمان‌های مردم نهاد (سمن) و موضوع فعالیت آنان و به ویژه درآمدها و کمک‌های مالی به آنان باید به دقت مورد توجه باشد.

## ۸. همسان کردن ظرفیت‌ها و ساختارهای سازمان‌های امنیتی کشور با ماهیت

**تهدیدات نرم:** یکی از عمده‌ترین شکاف میان نهادهای امنیتی و سیاسی اجرایی کشور را می‌توان در نداشتن چشم‌انداز و نیز ظرفیت‌های اجرایی و فکری در خصوص مقابله با جنگ نرم دانست که نیازمند تعریف فعالیت جدید و هوشمندی محیطی بالاست.

۹. **تشکیل اتاق‌های فکر و جذب نخبگان:** فراهم آوردن زمینه عضویت نخبگان در نهادهای دولتی و سیاسی با هدف جلوگیری از جذب آنان در جبهه مخالف و معارض جمهوری اسلامی از جمله مهم‌ترین نکات است. همچنین ارزیابی تهدیدات و راهکارهای مقابله با جنگ نرم در حوزه‌های مختلف باید مورد تأکید قرار گیرد.

۱۰. **ایجاد شبکه‌های قوی اجتماعی بومی:** ایجاد شبکه‌های قوی اجتماعی حول محورهای فرهنگی، هنری، اجتماعی و... با محوریت مساجد، امامزاده‌ها، کانون‌های فرهنگی - هنری، مساجد، فرهنگسراها و... برای مثال با ایجاد حلقه‌های مطالعه و تشکیل گروه‌های مطالعه کتاب به‌خصوص در حوزه کتب تاریخی ایران و جهان، می‌توان نسل جدید را با روندهای سیاست در ابعاد ملی و بین‌المللی در دوران گذشته آشنا ساخته و بین نسل‌های مختلف انقلاب اسلامی پیوند برقرار کند.

## ۱۱. حمایت تقنینی، نظارتی و اجرایی از توسعه زیرساخت‌های جنگ رایانه‌ای: یکی

از تهدیدات راهبردی نرم‌افزارگرایی، نفوذ هکرهای مهاجم برای آسیب‌رسانی به شبکه‌های وب نهادهای استراتژیک نظام با هدف جاسوسی اینترنتی (cyber espionage) و یا رخنه اطلاعات گمراه‌کننده با هدف تخریب شبکه اطلاعات ملی است که عمق و دامنه کاربری آن در سطوح منطقه‌ای و جهانی روز به روز در حال افزایش است. برای آگاهی متولیان امر نسبت به اهمیت روزافزون جنگ‌های رایانه‌ای، شایسته است به عنوان مثال اشاره شود کشوری مانند چین با هدف توازن راهبردی قدرت نرم، سرمایه‌گذاری هنگفتی را برای توسعه جنگ‌های رایانه‌ای مدنظر قرار داده است؛ به‌طوری که موفق شده است به سیستم‌های کامپیوتری نهادهای نظامی امنیتی ایالات متحده نفوذ کند. این کشور در سال ۲۰۰۷ نزدیک به ده شرکت دفاعی آمریکا مانند بوئینگ، نورتروپ گرومن، مارتین لاکهید، ریتون، سیستم نرم‌افزاری برنامه‌ریزی جنگنده‌های نیروی هوایی، سیستم برنامه‌ریزی مأموریت بالگردهای ارتش، و فایل‌های فضانوردان ناسا را مورد دستبرد اینترنتی قرار داد

(Matthews, 2008) و در بودجه دفاعی سالانه خود، ردیف‌هایی را برای تقویت هر چه بیشتر قابلیت‌های جنگ رایانه‌ای (Cyber Warfare Capabilities) اختصاص داده است. در این راستا شایسته است وزارتخانه‌های دفاع و اطلاعات و ستاد کل نیروهای مسلح با تبیین آموزش‌های راهبردی، بستر مقابله هدفمند با آسیب‌های جنگ رایانه‌ای و تقویت عمق استراتژیک نظام در محیط سایبر را فراهم کنند.

## ۱۲. قانونمند کردن مقابله با جرایم سایبر و تلفن همراه: یکی از حوزه‌هایی که عمق و

دامنه تهدیدات نرم را گسترش می‌دهد، رشد فزاینده جرایمی است که در محیط‌های مجازی و سایبر به وقوع می‌پیوندد و به صورت مستقیم امنیت اجتماعی را تهدید می‌کند. شایسته است ظرفیت‌های تقنینی، نظارتی و اجرایی بازدارنده و مناسبی برای مهار آن‌ها در دستور کار متولیان امر قرار گیرد. برخی مصادیق جرایم سایبر که در زیرمجموعه هدیدات نرم‌افزاری قرار می‌گیرد، عبارتند از: افزایش نشر بلوتوث‌های شخصی و خانوادگی به‌ویژه افراد مشهور در حوزه‌های ورزشی و هنری، افزایش انتشار بلوتوث‌های مستهجن و غیراخلاقی، گسترش شایعات براندازانه و یا تبلیغ علیه نظام توسط پیام‌های کوتاه تلفن همراه، گسترش وبلاگ‌های براندازانه، وبلاگ‌های ساختارشکن و برانداز که معمولاً به سادگی ایجاد شده و نیاز به تخصص بالای بلاگرها ندارد. به راحتی در محیط‌های مجازی به یک هویت مستقل تبدیل و بدون اینکه شناسایی شوند به ترویج عقاید براندازانه اقدام می‌کنند. در این راستا افزایش تعامل و هم‌اندیشی میان کارشناسان وزارتخانه‌های اطلاعات، فناوری ارتباطات، قوه قضائیه، قوه مقننه و پلیس امنیت اجتماعی و اخلاقی ناجا و یا معاونت فرهنگی اجتماعی ناجا می‌تواند در ارتقاء اثربخشی راهکارهای بازدارنده و یا اقدام‌های تنبیهی مفید واقع شود. حمایت تقنینی و مالی از تعمیق قدرت نرم نظام در محیط‌های مجازی یکی از شاخصه‌های جنگ اندیشه در محیط‌های مجازی است و کشوری موفق خواهد بود که بتواند زمینه‌های حداکثر بهره‌وری از محیط‌های وب با جدیدترین شیوه‌های دانش دیپلماسی عمومی را فراهم کند. زیرا دانش‌افزایی و هوشمندسازی آنلاین جامعه در برابر تهدیدات نرم، آستانه مقاومت ملی و کارآمدی نظام در محیط‌های مجازی را ارتقا می‌دهد.

## ۱۳. طراحی و تدوین نظام جامع دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران: یکی از

راهکارهای تکلیف‌گرایی کارگزاران نظام به رهنمودهای رهبری انقلاب پیرامون هوشیاری مسئولان در برابر تهاجم نرم‌افزاری ناتوی فرهنگی؛ قانونمند کردن نظام جامع دیپلماسی فرهنگی با هم‌اندیشی وزارت امور خارجه، مجلس شورای اسلامی و متولیان فرهنگی است که در صورت تحقق می‌تواند حداکثر بهره‌وری بهینه از ظرفیت‌ها و بالتبع عمق استراتژیک نرم‌افزاری نظام را توسعه دهد که برخی مصادیق آن عبارتند از: نظام‌مند شدن کار ویژه

پلمتات فرهنگی از رویکرد امنیت ملی وابسته‌های فرهنگی سفارتخانه‌ها و دفاتر فرهنگی ایران در کشورهای خارجی؛ نقش مهمی را در عمق بخشی به اقتدار برون سیستمی و مهار تهدیدات نرم ایفا می‌کنند. هوشیارسازی متولیان فرهنگی نظام نسبت به ابزارها و شیوه‌های تهاجم نرم‌افزاری غرب. انعکاس جنایات گروه‌های تروریستی به‌ویژه سازمان منافقین در قالب عکس، تصویر، توزیع سی‌دی بروشور و یا کتاب که در صورت سازماندهی مناسب می‌تواند در تقویت تعامل میان گروه‌های دوستی پارلمانی ج.ا.ایران و کشورهای میزبان برای افزایش فشار بر گروه‌های تروریستی مؤثر باشد. تدوین سازوکارهای تقنینی و اجرایی مناسب برای افزایش تعامل میان نهادهای داخلی و شورای ایرانیان خارج از کشور. آشنا کردن ایرانیان و اتباع کشور میزبان با نقش مثبت و تأثیرگذار دولت و مجلس شورای اسلامی در حوزه سازندگی و جنبش نرم‌افزاری تولید علم که در صورت بهره‌گیری از شیوه‌های تبلیغاتی مناسب می‌تواند تصاویر مناسبی را از اقتدار و رابطه سازنده دولت و مجلس در افکار اتباع کشور میزبان تداعی کند و بخشی از سناریوی جنگ روانی رسانه‌ای غرب برای ترسیم فضای اختلاف در داخل را خنثی سازد. توسعه صنعت توریسم و ترویج فرهنگ ایرانی-اسلامی که در پرتو رایزنی‌های فرهنگی و آشنا کردن اتباع خارجی با اماکن سیاحتی و زیارتی در قالب نمایش عکس، فیلم و یا توزیع بروشور، نقش مهمی را در علاقه‌مندی جهانگردان برای سفر به جمهوری اسلامی ایران برعهده دارند به این ترتیب که با مشاهده توسعه اقتصادی و سیاسی به‌رغم تحریم‌های آمریکا، می‌توانند به صورت ناخودآگاه نقش سفیر جمهوری اسلامی ایران را در کشورشان بازی کرده و بالتبع به‌صورت غیرمستقیم بر تقویت قدرت نرم نظام در خارج از کشور کمک کنند.

**۱۴. تقویت قدرت نرم نیروهای مسلح:** حمایت‌های تقنینی و اجرایی از توسعه قدرت نرم سازمان مقاومت بسیج، تأکید بر آینده‌پژوهی، مدیریت دانش دفاعی و افزایش تعامل میان مخازن تولید فکر با متولیان نظامی، انتظامی، امنیتی و اطلاعاتی با هدف تقویت جنبش نرم‌افزاری تولید علم، ایجاد و تقویت سازمان آینده‌پژوهی و فناوری‌های نوین در ساختار نیروهای مسلح، دانش‌افزایی و توسعه فنی و حرفه‌ای نخبگان نیروهای مسلح در چارچوب اصل تحقیق و توسعه، تحکیم بنیان‌های فرهنگی، عقیدتی و سیاسی نیروی انسانی.

**۱۵. آینده‌نگاری ماهوی تهدیدهای فراروی نظام جمهوری اسلامی ایران:** امنیت به معنای فقدان تهدید در عمق استراتژیک داخلی و خارجی است و متولیان نهادهای نظامی، انتظامی، امنیتی و اطلاعاتی شایسته است در گام اول نسبت به شاخص‌گذاری، توصیف و طبقه‌بندی تهدیدهای فراروی نظام اقدام کنند تا حداکثر بهره‌وری از پتانسیل‌های بالقوه و بالفعل منابع قدرت حاصل شود.

## ب. سیاست‌های رسانه‌ای خُرد در مواجهه با جنگ نرم

برخی از سیاست‌ها که باید در تمامی رسانه‌ها اعم از رسانه‌های مکتوب، دیداری و شنیداری و همچنین رسانه‌های دیجیتال مدنظر برنامه‌ریزان و طراحان قرار گیرد در ادامه می‌آید:

۱. اطلاع‌رسانی مناسب و درست در برنامه‌های رسانه‌ای؛
۲. تبیین ماهیت منابع و شبکه‌های خبری گوناگون جبهه معارض انقلاب اسلامی برای مخاطب؛
۳. ایجاد خلاقیت و نوآوری در تولید برنامه‌های رسانه‌ای متنوع و جذاب؛
۴. تلاش برای اعتمادسازی عمومی با استفاده از انواع رسانه‌ها؛
۵. بهره‌گیری از همه ظرفیت‌های هنری برای رساندن پیام؛
۶. پرهیز از جبهه‌گیری مشخص و آشکار درباره موضوعات و ارائه غیرمستقیم پیام برای اثرگذاری بیشتر؛
۷. توجه به نظریات گوناگون، به ویژه منتقدان در برنامه‌ها در راستای افزایش اعتماد عمومی و غنای محتوایی برنامه‌ها؛
۸. استفاده از برنامه‌سازان هوشمند، فکور و آگاه به سیاست‌های جبهه انقلاب اسلامی و در عین حال متخصص در امور برنامه‌سازی؛
۹. تلاش برای ایجاد مصونیت روانی در جامعه (افکار عمومی)؛
۱۰. تلاش برای آموزش و ارتقای سطح توانایی هنرمندان و تولیدکنندگان آثار هنری در رسانه؛
۱۱. بررسی و تلاش برای شناخت دقیق مخاطب و نیازهای او؛
۱۲. پرهیز از تک‌بعدی‌نگری و رصد مداوم رسانه‌های غربی در راستای شناخت تاکتیک‌های جاری برای مقابله با آن؛
۱۳. تغییر و بازنگری در ساختارهای تولیدات رسانه‌ای متناسب با نیاز روز؛
۱۴. تعریف دوباره خط قرمزهای رسانه‌ای و حذف خطوط پیچیده نامدونی که بر پایه سلاقی ترسیم شده است نه مصلحت‌ها، با هدف بالا بردن حس اعتماد عمومی نسبت به رسانه؛
۱۵. بازنگری و کاهش بروکراسی و سلسله مراتب طولانی تصمیم‌گیری در راستای انتشار سریع اخبار با هدف کنترل افکار عمومی؛ و
۱۶. تبیین دقیق استراتژی مقابله با جنگ نرم و مهندسی پیام با بهره‌گیری از نقطه نظرات کارشناسان، متخصصان و اندیشمندان آگاه به مبانی هنری.

## نتیجه‌گیری

در این مقاله با تشریح مفاهیم مرتبط با جنگ نرم، حوزه‌های کلیدی تأثیرگذاری جنگ نرم، ویژگی‌ها و اهداف جنگ نرم، به تاریخچه جنگ نرم و جنگ سخت در سی سال انقلاب اسلامی پرداختیم. هدف این مقاله تبیین گزاره‌های سیاستی است که می‌تواند چارچوب‌های راهنمای خط‌مشی مدیران، تصمیم‌گیران و طراحان رسانه‌های دیداری، شنیداری، مکتوب و دیجیتال

باشد. غرض نویسنده تصمیم‌سازی برای جبهه رسانه‌ای انقلاب اسلامی است. جبهه رسانه‌ای انقلاب اسلامی عبارت است از شبکه‌های خبری ماهواره‌ای داخل و خارج کشور، روزنامه‌ها، هفته‌نامه‌ها، مجلات، شبکه‌های مختلف رادیویی و تلویزیونی، وبلاگ‌ها، سایت‌های خبری و خبرگزاری‌ها و شبکه‌های رسانه‌ای مجازی به عنوان رسانه‌های نوین تا منبر و نمازجمعه و نمازجماعت و تربیون‌های سنتی که در اختیار جبهه رسانه‌ای انقلاب اسلامی است. توجه و آشنایی با ماهیت و ابعاد جنگ نرم و همچنین به‌کارگیری گزاره‌های سیاستی تبیین شده در این مقاله می‌تواند به شکل و تقویت جبهه رسانه‌ای انقلاب اسلامی کمک کند.

### پی‌نوشت‌ها

۱. جنگ رایانه‌ای اشاره به وضعیتی دارد که در آن عملیات نظامی بر اساس اطلاعات رایانه‌ای کنترل شود و یا به منظور دسترسی به عملیات دشمن برای ایجاد اختلال در ارتباطات و جلوگیری از دسترسی وی به اطلاعات تلاش شود. معنای دیگر جنگ رایانه‌ای، تلاش برای کسب اطلاعات هر چه بیشتر درباره دشمن و جلوگیری از کسب اطلاعات توسط وی درباره شماست یا به تعبیری، تلاش برای تغییر توازن اطلاعات و دانش به نفع شما، به خصوص در وضعیتی که توازن نیروهای نظامی به نفع شما نیست و در نهایت جنگ رایانه‌ای به معنای استفاده از اطلاعات برای به حداقل رساندن سرمایه، جنگ‌افزار و نیروی انسانی مورد نیاز برای کسب پیروزی در جنگ است (ضیایی‌پرور، ۱۳۸۶: ۱۵).
۲. لازم به توضیح است کمیته خطر جاری در اوج جنگ سرد و در دهه ۱۹۷۰ میلادی و با مشارکت استادان برجسته علوم سیاسی و مدیران سابقه‌دار سازمان سیا و پنتاگون تأسیس شد و یکی از موفقیت‌آمیزترین اقدامات در جریان رقابت دو ابرقدرت شرق و غرب بود. طراحی و اجرای مراحل مختلف سناریوی فروپاشی ابرقدرت شرق از طریق جنگ نرم در سال‌های پایانی دهه ۱۹۸۰ بود. در آن مقطع و در پی اصلاحات گورباچف مبنی بر ایجاد فضای باز سیاسی و تغییر در قوانین اقتصادی (پروستریکا) این کمیته با متفی دانستن جنگ سخت و رو در رو با اتحاد جماهیر شوروی تنها راه به زانو درآوردن بلوک شرق را جنگ نرم و فروپاشی از درون معرفی کرد. سیاست‌گذاران پنتاگون و سیا با سه راهبرد دکترین مهار، نبرد رسانه‌ای و ساماندهی نافرمانی مدنی اتحاد شوروی را به فروپاشی و شکست واداشتند.
۳. به‌طور خلاصه آنچه که در ناتوی فرهنگی تبلیغ و ترویج می‌شود، عبارت است از: اصالت لذت، دنیاگرایی، بی‌اخلاقی‌گری اجتماعی، فردیت افراطی، فمینیسم (هر چیز را از نگاه جنسیت دیدن و در یک کلام تبلیغ برای رفع حیا و از سطح اجتماع)، سوداگری اقتصادی، توده‌گرایی و ترویج بی‌بندوباری که در یک جمع‌بندی این چنین می‌توان گفت که مروجین این اصول، خواستار ایجاد یک بحران هویتی و پوچی در میان جوامع اسلامی- انسانی هستند تا از این طریق بتوانند در خلاء ایجاد شده در سطح افکار عمومی جامعه و به‌خصوص جوانان، هویتی را که متناسب و تأمین‌کننده منافع آنان است، جایگزین هویت اصلی جوامع کنند؛ مانند آنچه از ترویج فرهنگ مصرف‌گرایی و آزادی مطلق زنان در غرب و برخی جوامع اسلامی به‌عنوان اهرم‌های پیشرفت در راستای تأمین منافع اقتصادی بنگاه‌های بزرگ غربی با یک نگاه ابزارگونه به جنس زن و جامعه انسانی، شاهد هستیم. ابزارهای اجرای ناتوی فرهنگی نیز عبارتند از: خبرگزاری‌های بین‌المللی، شبکه‌های ماهواره‌ای، روزنامه‌های زنجیره‌ای، سایت‌های اینترنتی، ایستگاه‌های رادیویی، ترویج مواد مخدر و قرص‌های روانگردان و

باندهای قاچاق، ترویج فیلم‌ها و برنامه‌های مستهجن با تیراژ میلیونی و با نازلترین قیمت، تأسیس ان‌جی‌اوه‌ای مختلف در قالب محیط‌زیست و هنر، حقوق بشر، دموکراسی و... اقدامات حمایتی و هدایتی نخبگان، سیاسیون، استادان دانشگاه و دانشجویان، تقویت قوم‌گرایی و ناسیونالیسم و تضعیف همگرایی داخلی کشورها، برپایی انقلابات رنگی (نارنجی، زرد، قرمز و...) و مخملی در کشورها، تشدید مذاهب ساختگی و فرقه‌گرایی، انحراف مذهبی و تفرقه مذهبی، خرافه‌گرایی، صوفی‌گرایی و تبلیغ عرفان‌های وارداتی و...، ترویج مد و مدگرایی، قداست‌زدایی، بی‌پندوباری ظاهری و استحاله.

۴. یکی از شیوه‌های جنگ نرم، توسعه بخش عملیاتی آفندی جنگ رسانه‌ای و گسترش هدفمند شبکه‌های ماهواره‌ای است. در سال ۱۳۸۷ حدود پنج میلیون و چهارصد هزار گیرنده ماهواره غیرمجاز در ایران وجود داشته است. از حدود هفده هزار و ششصد و شش شبکه ماهواره‌ای جهانی، بیش از سه هزار شبکه در ایران قابل دریافت بود که از این تعداد ۳۸۰ شبکه به موسیقی‌های مبتذل، ۷۴ شبکه به تبلیغات مد و لباس و لوازم آرایش‌های غربی، ۲۷۳ شبکه به تبلیغ ادیان ساختگی و ۲۳۵ شبکه به برنامه‌های مبتذل و غیراخلاقی اختصاص یافته بود و هر ساله نیز از سوی مجلس نمایندگان آمریکا ردیف بودجه‌ای به توسعه این شبکه‌ها اختصاص می‌یابد.

## منابع

- دومینیک، ولتون. *جهانی‌سازی دیگر*، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، فرهنگ معاصر، ۱۳۸۷.
- سریع‌القم، محمود. *مبانی نظری سیاست خارجی دولت بوش*، فصلنامه مطالعات منطقه‌ای، زمستان ۱۳۸۱.
- کلیدری، امیر مهدی. *کاشت، داشت و برداشت؛ مفهوم‌شناسی جنگ نرم*، دفتر پژوهش مؤسسه فرهنگی هنری خراسان، ۱۳۸۸.
- محمد تهرانی، قاسم. *براندازی، معاونت سیاسی نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها*، ۱۳۸۸.
- رزمجو، محمد. *ماهیت، ابعاد و اهداف جنگ نرم و راهکارهای مقابله با آن*، صدا و سیمای مرکز زنجان، ۱۳۸۸.
- ضیایی پرور، حمید. *جنگ نرم؛ ویژه جنگ رسانه‌ای*، تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران، ۱۳۸۳.
- ضیایی پرور، حمید. *جنگ نرم؛ ویژه جنگ رایانه‌ای*، مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران، ۱۳۸۳.
- نائینی، علی محمد. «بررسی شیوه‌های کاربرد قدرت نرم و عملیات روانی، کتاب جنگ روانی»، انتشارات اداره کل آموزش و پژوهش معاونت سیاسی، ۱۳۸۷.

B. A. Metiu. Kogut. *Open Source Software ovelopment and distributed Innovation*, Oxford Rev, Econom, Policy, 2001.

Matthews, William, *Chiness Cyber Attacks On Rise*: U.S. Report, <http://www.defencenews.com>, 20 Nov 2008.

Kagan, Robert . "It s the Regime, stupid, Washington Post, 29 Jan 2006.

Robin, Michael. *Can Iran be Trusted ?* AEI, Middle Eastern out Look, 1 Sept 2006.

<http://www.brookings.edu/testimony/2007/1023iran.aspx>.

[www.tebyan.net](http://www.tebyan.net)

[www.aei.org](http://www.aei.org)

[www.khamenei.ir](http://www.khamenei.ir)

[www.leader.ir](http://www.leader.ir)





# تحلیلی سازه‌انگارانه از تهدیدات نرم جریان سلفی‌گری (با نگاهی به سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران)

نوشته

سیدباقر سیدنژاد\*

## چکیده

آنچه که امروزه به عنوان «جنگ نرم» یا «تهدید نرم» مصطلح شده در ادبیات سازه‌انگاری تنها می‌تواند محصول یک تعامل تکوینی و بین‌الذهانی نامطلوب باشد. هر چند به نظر می‌رسد که یک نظام با معنا و قدرت انگاره‌پردازی برآمده از آن، تابعی از این تعامل به اضافه هویت ماقبل اجتماعی باشد. اما در تفسیر سازه‌انگاری از هستی‌شناختی، این قالب‌های ذهنی برساخته است که ضمن شکل‌دهی و انسجام‌بخشی به هویت خودی، به قدرت مادی و جهت‌گیری آن معنا بخشیده و می‌تواند در یک حالت نامتقارن ذهنی با ساماندهی وسیع‌ترین، مؤثرترین و پیچیده‌ترین تهدیدات نرم افزاری، تأثیرات مهمی بر هویت متعارض برجای گذارد. نظریه سازه‌انگاری با ارائه تصویری این چنین از نقش مستقل و مؤثر ساختارهای فرهنگی و هنجاری در روابط بین‌الملل، چشم‌انداز جدیدی را از اصالت و مسئولیت‌های مهم سیاست خارجی نشان داده است.

از آنجا که سیاست خارجی مهم‌ترین حلقه واسطه و رابط انقلاب اسلامی با جهان پیرامونی است و از سوی دیگر بر اساس تفکر سیستمی و اصالت روابط، متأثر از متغیرهای پیرامونی‌ست، بررسی چگونگی تأثیرگذاری جریان رو به گسترش سلفی‌گری بر آن، حائز اهمیت علمی و کاربردی می‌نماید. بدیهی است تأثیرات سلفی‌گری، حوزه‌های وسیعی را در برمی‌گیرد اما طی این مقاله به چگونگی انجام این فرایند با توجه به ویژگی درونی این دو بازیگر مهم منطقه و ملاحظات آن‌ها پرداخته می‌پردازیم. در واقع حضور پررنگ عناصر هویتی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، پژوهشگر را متقاعد می‌کند که تأثیرات سلفی‌گری را در قیاس با این متغیر جدی بگیرد. با توجه به همین ملاحظه یعنی هویت‌محوری سیاست خارجی ایران، «سازه‌انگاری» تنها رهیافت نظری در حوزه روابط بین‌الملل به‌شمار می‌آید که واجد بیشترین عناصر توضیح‌دهنده در این باره است. از این رو، تلاش می‌شود در چارچوب این نظریه، تأثیرات سلفی‌گری نیز رصد و بررسی شود. نتایج حاصل از این تحلیل در نهایت به این فرضیه رهنمون می‌شود که سلفی‌گری از

\* کارشناس ارشد اطلاعات استراتژیک دانشگاه امام حسین (ع)

طریق تفسیر فرقه‌گرایانه و تقلیل «هویت یکپارچه اسلامی» به «هویت‌های فرقه‌ای» سیاست خارجی جمهوری اسلامی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

کلید واژه: سازه انگاری، سیاست خارجی، جریان سلفی‌گری، هویت، فرقه‌گرایی و تهدید نرم.

## مقدمه

منطقه خاورمیانه یکی از مهم‌ترین نقاط استراتژیک و ژئوپلیتیک دنیا و هسته مرکزی جهان اسلام شناخته می‌شود که از دیرباز در وضعیت قدرت جهان تعیین‌کننده بوده است. این منطقه اخیراً با ظهور جنبش‌های دینی به ویژه انقلاب اسلامی، منشأ تحولاتی در روابط و مناسبات بین‌المللی شد که موضوع نظریه‌پردازی در مراکز پژوهشی غربی شده است. در واقع وقوع انقلاب اسلامی واجد دلالت‌های بسیاری برای بازیگران منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای بود. در حوزه نظری توانست نظریه «قبول صلاحیت و کارآمدی» (Ability and Efficiency) دین در خط‌دهی و اداره شئون اجتماعی و فردی را مجدداً به عرصه اندیشه سیاسی فراخواند و در عمل منظومه متوازی از فاخرترین عناصر معرفت یعنی «دیانت» و «عقلانیت» را در ساحت سیاست دخیل کرد که در برآیند کلی و بیرونی، «مردم سالاری دینی» به منزله طرحی نو تلقی شد و فراتر از فضای شیعی، الهام‌بخش معنوی ملت‌ها و نهضت‌های آزادی‌بخش به ویژه در جوامع مسلمان شد. تأثیر انقلاب در این گستره، واجد دلالت‌ها و پیام‌هایی بود که در عمل به مثابه یک سلسله واکنش‌ها از سوی بازیگران دولتی و غیردولتی در حوزه پیرامونی و دور و دراز ظهور پیدا کرد. این واکنش‌ها و کنش‌های متقابل اجتماعی (Social Interaction) را به بیان جامعه‌شناسی اساساً می‌توان در ذیل دو نوع کلی یعنی کنش‌های اجتماعی همسو یا پیوسته (Associative Interaction) و دیگری کنش‌های اجتماعی غیر همسو یا گسسته (Dissociative Interaction) دسته‌بندی کرد. در واقع زمانی که کنش‌های پیوسته و همسو بر کنش‌های غیرهمسو غلبه کنند، ارتباط جوامع مبتنی بر همکاری است در غیر این صورت بین جوامع درگیری و تهدید حاکم می‌شود. واکنش برخی از جریان‌های حاضر در منطقه به‌ویژه جریان سلفی‌گری در قبال انقلاب اسلامی ایران عمدتاً در چارچوب واکنش‌های غیرهمسو و گسسته قابل‌ارزیابی است. برای درک بهتر این معنا باید منازعات فکری و مناسبات تاریخی و بسیار ناگوار دو جریان عقل‌گرای دینی و گرایش عقل‌ستیز در حوزه اسلامی از صدر اسلام تا به امروز را در نظر گرفت. نتیجه حاصل از این مناسبات، حساسیت‌هایی بود که گروه‌های متعدد سلفی در قبال انقلاب اسلامی ایران از خود نشان دادند. باید گفت حساسیت منفی روی هویت و ترمینولوژی شیعی از جمله بارزترین نقاط اشتراک و مشابهت طیف‌ها و گرایش‌های مختلف سلفی‌گری است. با این تفاوت که طیف معتدل آن، شیعیان را «مسلمانان منحرف یا بدعت‌گذار» می‌نامند که احياناً «جوامع سنی در معرض تهدید و حمله آن‌ها قرار می‌گیرند» (قرضاوی، ۲۰۰۸). اما طیف افراطی و سستی

سلفی‌گری بی‌واهمه مذهب شیعه را «دین خود ساخته» می‌خوانند و جان و مال شیعیان را مباح اعلام می‌کنند. این مسئله در قضاوت آن‌ها دربارهٔ سیاست خارجی ایران نیز بسیار تأثیرگذار واقع شده است. مروری بر مهم‌ترین اثر ضدشیعی و ضدایرانی جریان افراطی سلفی به حد کافی گویای اثرات محتمل گسترش این تفکر است: عبدالرحمن عطیه‌الله از نظریه‌پردازان و چهره‌های شاخص القاعده در بیان دیدگاه سلفی‌گری و موضع تکفیری و ضدشیعی آن‌ها ضمن توصیف انقلاب اسلامی ایران به «بزرگ‌ترین فتنهٔ پس از استعمار غرب» به صراحت چنین بیان می‌کند: شیعه نه تنها از مارقین و خارجین از امت است. بلکه متعلق به «دین خودساخته»‌ای است که هدف نهایی آن از طریق ایران، سلطه بر اهل سنت و به‌دست گرفتن زمام رهبری امت اسلامی است (عطیه‌الله، ۲۰۰۸). در واقع با چنین فضای ذهنی اساساً گروه‌هایی در ضدیت با ایران در منطقه شکل گرفتند و تقابل با ایران وجههٔ همت مشترک آن‌ها با برخی رژیم‌های منطقه واقع شد.

بنابراین تلقی تاریخی و منفی سلفی‌ها از شیعیان موجب شده که اساساً رابطهٔ جریان سلفی‌گری با ایران از بدو تأسیس جمهوری اسلامی از یک ساختار اجتماعی و بین‌الذهانی نامطلوب متأثر باشد. لذا گروه‌های افراطی سلفی اینک با وجود حمایت جمهوری اسلامی ایران از مسلمانان اهل سنت و جنبش‌های آن (مشخصاً در آرمان فلسطین) و اقدامات آن برای تثبیت هویت اسلامی در جهان معاصر، هویت جدید سیاست خارجی ایران را به صورت «هویت دیگر یا دشمن تاریخی» تعریف می‌کنند. همان‌گونه که اشاره شد طی این مدت همواره تبعات و عواقبی برای این تعریف، مترتب بوده که این معضله طی ده سال اخیر یعنی بعد از جنگ آمریکا به افغانستان و عراق تشدید شده است. در حقیقت این مقطع نقطهٔ عطفی در فعالیت‌های سلفی‌گری به‌شمار می‌آید. به عبارت دیگر موج جدید سلفی‌گری همزمان با اشغال افغانستان و عراق در سال‌های ۲۰۰۱ و ۲۰۰۳ توسط آمریکا و هم‌پیمانشان آغاز شد و به دنبال آن فعالیت سلفی‌ها در بسیاری از کشورهای اسلامی به‌ویژه در افغانستان، پاکستان، عربستان، مصر، یمن، سودان، سومالی، اردوگاه‌های فلسطینی و عراق چالش‌هایی به‌وجود آورد و با صبغهٔ مذهبی، روابط ملت‌ها و دولت‌ها را در مقیاس تکان دهنده‌ای تحت‌الشعاع قرار داد که به لحاظ منازعه و خشونت فرقه‌ای در تاریخ اسلام بی‌نظیر توصیف می‌شود. زیرا علاوه بر اینکه این جریان برخی از کشورها از جمله افغانستان و پاکستان را طی ده سال اخیر وارد جنگ تمام عیار کرد، برخی کشورهای دیگر همچون عراق و لبنان را در آستانهٔ جنگ مذهبی قرار داد.

بی‌تردید فعالیت جریان سلفی‌گری و گسترش روزافزون گروه‌های سلفی در قالب عناوین مختلف، یکی از منازعات پرشدت و دامنه‌دار منطقه را تشکیل می‌دهد. این جریان در بستر تغییر و تحولاتی که پشت سر نهاده اکنون به جنبشی کاملاً سیاسی، ایدئولوژیک مبدل شده که حوزهٔ گسترش آن بسیاری از کشورهای اسلامی و غیراسلامی و حتی موضوعات پایه‌ای را شامل می‌شود. زیرا این جریان دارای یک عقبه و پشتوانهٔ فکری دیرپاست که با طی تطورات

تکوینی و تاریخی اکنون ناظر به یک گرایش چند جانبه دینی، فکری و ایدئولوژیک و حتی امنیتی شده است به طوری که در عین ارتزاق از سلفی‌گری عام، مبتنی بر مناسبات خاصی از قدرت سیاسی است. در حقیقت رویکرد سیاسی جریان سلفی‌گری، تأثیر عمیقی بر تفسیر دینی آن دارد. همچنان که با ورود سلفی‌گری به عرصه‌های سیاست، راه تفسیرهای مصلحت‌گرایانه و قدرتمندانه به شریعت گشوده شد و اکنون شاهد پیدایش یک شریعت سیال و بی‌تعیین در این حوزه هستیم که عمده‌تأابعی از متغیر قدرت سیاسی است (سیدنژاد، ۱۳۸۸: ۶۴). البته در حوزه سیاست نیز اعتقاد به تغلب و تصاحب قدرت، جریان‌های سلفی را به اقتدارگرایی خاصی کشاند که براساس آن گروه‌هایی مانند «حزب التحریر» اعلام کردند که در مرحله تصاحب قدرت سیاسی، استفاده از سازوکار غیر دموکراتیک از قبیل زور و کودتا نه تنها مانع ندارد بلکه به عنوان یک قاعده لازم‌الاتباع است (امیرنوحی، ۱۳۸۶).

برخی از محققان شکل‌گیری و تداوم سازمان‌ها و گروه‌های سلفی را در چارچوب نظریه‌های توطئه بررسی کرده و شواهد و مستندات نیز برای آن اقامه کرده‌اند. اما سلفی‌گری را چه به عنوان «یک جریان فرایندی» (دیدگاه نگارنده) و چه به عنوان «یک پروژه» در نظر بگیریم مسلماً در هر دو صورت یک متغیر تأثیرگذار نه فقط بر ایران بلکه در پهنای جغرافیای سیاسی جهان به‌شمار می‌آید. اما درباره ایران با توجه به پیشینه ذهنی که از سلفی‌ها بیان شد، به نظر می‌رسد که این جریان، مهم‌ترین چالش ایدئولوژیک درون منطقه‌ای به حساب می‌آید که دارای ابعاد و پیامدهای سیاسی، امنیتی، اجتماعی و فرهنگی مهمی برای سیاست خارجی ایران است. بخش مهم و پیچیده این چالش یا تقابل‌ها در قالب انگاره‌پردازی نرم یا تهدیدات نرم ظاهر بروز یافته است. هر چند سابقه این انگاره‌ها به قدمت تاریخ پیدایش این جریان و تطور و تکوین آن در مراحل بعدی است اما امروز جریان سلفی‌گری با برخورداری از امکانات وسیع مادی و نرم‌افزاری از قبیل ماهواره، رادیو و تلویزیون، سایت‌ها، نشریات، مراکز فرهنگی و حضور رهبرانی از اینها در مراکز قدرت آموزشی، و دینی در عربستان و برخی کشورهای دیگر، نه تنها در کشورهای اسلامی بلکه در گستره قابل‌توجهی از مناطق مختلف جهان مشغول به فعالیت علیه جمهوری اسلامی هستند و برخی از گروه‌ها محور فعالیت خود را علیه ایران اختصاص داده‌اند. ملاحظه می‌شود که حجم فتوای تکفیری و مواضع تند علیه شیعیان و سیاست خارجی ایران افزایش چشمگیری یافته است. مجموعه فعالیت‌های نرم این جریان در این بخش را می‌توان «دیپلماسی عمومی سلفی‌گری» نامید که از قضا بخشی از آن تحت حمایت دولت‌های سلفی‌گرای منطقه انجام می‌گیرد و هدف آن‌ها اطلاع رسانی و تحت‌تأثیر قرار دادن افکار عمومی در حوزه نفوذ جمهوری اسلامی ایران است.

با علم به دامنه گسترده این مباحث، دایره پژوهش به قلمرو خاصی از سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران محدود شده که به نوعی مربوط به عقبه‌هایی هم است که به‌طور مستقیم مورد بحث واقع نمی‌شوند. اما در فرایند تأثیرگذاری نمی‌توان آن‌ها را نادیده گرفت.

مثال روشن آن نقشی است که سلفی‌های افراطی در قالب کاتالیزور و تسهیل‌کننده عامه اهل سنت علیه شیعه و سیاست خارجی ایران ایفا می‌کنند. یعنی این گروه به تعبیر برخی از پژوهشگران قدرت و امکانات زیادی در اختیار ندارند ولی در موقعیتی هستند که می‌توانند افکار عمومی اهل سنت را علیه شیعیان و ایرانی‌ها برانگیزند. همچنان که زرqaوی نظر برخی از اهل سنت عراق را نسبت به ایران منفی کرد و این ایده را ترویج داد که «صفوی‌های جدید» در حال تصرف قلمرو تاریخی اهل تسنن هستند (مسجدجامعی، ۱۳۸۶). لذا برخورد آن‌ها را نمی‌توان به اقدامات دینی تقلیل داد بلکه این اقدامات ابعاد هویتی و تاریخی نیز دارد.

به هر صورت با تقریری که از رابطه و مناسبات تاریخی و ذهنی جریان سلفی‌گری با جمهوری اسلامی ایران ارائه شد، زمینه برای تحلیل سازه‌انگارانه از انگاره‌پردازی یا نرم‌افزارگرایی و تهدیدات نرم سلفی‌ها در برابر سیاست خارجی ایران فراهم شده است. بدیهی است که تفسیرها و تحلیل‌های مختلفی از ماهیت، نوع و نحوه تکوین این تهدیدات وجود دارد. در این میان رویکرد سازه‌انگاری به لحاظ گرایش هرمنوتیکی معتقد است که واقعیت اجتماعی و رفتار انسان‌ها را می‌توان با عنایت به قالب ذهنی تعبیر کرد. یعنی این مقولات را نمی‌توان شناخت، مگر اینکه همزمان تفسیری از بافت هنجاری، فرهنگی و نهادی وجود داشته باشد. مدلول این رویکرد، نشان‌دادن تأثیر ساخت نرم‌افزاری نظام ذهنی، باورها و هنجارها بر رفتار سیاست خارجی است که تفصیل آن را پی‌گیری خواهیم کرد. به اجمال در این مقام اشاره می‌شود که انگاره‌پردازی گروه‌های متعدد سلفی باعث یک سلسله تعارضاتی در منطقه شده و تلاش می‌شود که اعتبار و منزلت سیاست خارجی ایران را در نزد مسلمانان فرو کاهد یا به تعبیر دیگر «قدرت نرم» انقلاب اسلامی ایران را به «تهدید نرم» (Soft War) تبدیل کند. این فرایند در نهایت موجب به‌هم خوردن وضعیت تثبیت هویت اسلامی در منطقه می‌شود که پس از انقلاب اسلامی در حال شکل‌گیری است.

## چارچوب نظری و تحلیلی

سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران تاکنون بر اساس نظریه‌های مختلفی در روابط بین‌الملل از قبیل «آرمان‌گرایی» (Liberalism) و «واقع‌گرایی» (Realism) مورد بررسی قرار گرفته است و به‌طور طبیعی اختلاف این رویکردها، مبتنی بر ملاحظات، پیش‌فرض‌ها و موضوعات گوناگونی است که یک محقق در نظر می‌گیرد. متناسب با تعریفی که ارائه خواهد شد به نظر می‌رسد که در بین نظریه‌های موجود، بیش از همه نظریه سازه‌انگاری می‌تواند مفید باشد به‌خصوص اگر بخواهیم متغیرهایی را در قیاس با آن بسنجیم و بررسی کنیم که ذاتاً واجد خصلت‌های اجتماعی همچون تهدیدات غیرعینی و انتزاعی باشند. به نظر می‌رسد که با پیش‌فرض‌های موجود از این مقولات، بررسی آن‌ها از طریق نظریه‌هایی که برای ساختارهای ذهنی مستقلاً

شأنی تأثیرگذار در تحولات قائل نیستند، چندان مفید فایده نباشد. اساساً دیدگاه‌های «اثبات‌گرایی» (Positivism) برای جهان، انسان و اجتماع، عمدتاً خصلت‌های ثابت، از پیش شکل گرفته و عینی در نظر می‌گیرند و به تبع این نگرش، تحول در آن‌ها را محصول کنش و واکنش‌های عینی و سخت‌افزارانه می‌دانند. در این میان نقش عوامل فرهنگی و گفتمانی را یک نقش تبعی لحاظ می‌کنند. اما سازه‌انگاری درک متفاوتی را از آن ارائه می‌دهد.

### الف. نظریه سازه‌انگاری

در حوزه روابط بین‌الملل نیکلاس اونف نخستین کسی بود که اصطلاح «سازه‌انگاری» (Constructivism) و «اجتماعی بودن جهان برساخته‌ما» را به کار برد (صادقی، ۱۳۸۷: ۲۵۰). مفهوم ساخت اجتماعی در این رهیافت به جز این نیست که همه کنش‌های انسانی در فضای اجتماعی شکل گرفته و معنا پیدا می‌کنند و این معناسازی است که کم و بیش به واقعیت جهان شکل می‌دهد (Onuf, 1989: 36). اما پیش‌تاز و معروف‌ترین نظریه‌پرداز آن الکساندر ونت است. قرائت او درباره مضمون اصلی سازه‌انگاری طی مقاله‌ای با عنوان «هرج و مرج چیزی است که دولت‌ها آن را ایجاد می‌کنند: ساخت اجتماعی قدرت»<sup>۱</sup> در سال ۱۹۹۲ منتشر شد. الکساندر ونت در این مقاله تاریخی با تمرکز بر «آنارشی حاکم بر مناسبات بین‌المللی» آن را نتیجه تفسیر دولت‌ها از رفتار یکدیگر دانسته و ریشه‌یابی آن را نقطه آغازین نظریه‌پردازی خود قرار داد. او با تأکید بر اینکه نظریه‌های اثبات‌گرایی، واقع‌گرایی و پس‌اساختارگرایی چیزی درباره ساختار و پویایی زندگی بین‌المللی نمی‌گویند، بحث خود را بر مبنای «ساخت اجتماعی واقعیت و قدرت» سامان داد که بعداً همه متفکران سازه‌انگاری درباره آن اجماع پیدا کردند. بدین ترتیب، سازه‌انگاری مکتب جدیدی در روابط بین‌الملل به‌شمار رفت که گزاره‌های اصلی آن از فرضیه‌های فلسفی و علوم اجتماعی مکاتبی نظیر مکتب انتقادی فرانکفورت و پسامدرنیسم سربرآورد. اما بن‌بست نظری تئوری‌های غالب به ویژه «رئالیسم» و تحولات مؤید آن در آستانه پایان جنگ سرد، سرآغاز بازگشت گزاره‌های هنجاری شد و از اواخر ۱۹۸۰ و اوایل ۱۹۹۰ سازه‌انگاران تلاش کردند با رویکرد جدید، تفسیر قانع‌کننده‌تری از روابط بین‌الملل و سیاست خارجی ارائه کنند. در تفسیر جدید اساساً مسئله برساختگی جهان مطرح شد.<sup>۲</sup> به تبع این نگاه، منافع بازیگران و دولت‌ها نیز اموری متغیر و در حال تکوین لحاظ شدند که هویت‌ها معرف آن‌ها هستند. بنابراین سازه‌انگاری برخلاف رویکرد رئوالیسم و نئولبرال که معتقدند واحدهای سیاسی در نظام بین‌الملل بر اساس منطق اقتصادی عمل می‌کنند، بر آن است که معانی ثابتی برای راهنمای عمل بازیگران وجود ندارد. بلکه بازیگران در متن تعاملات اجتماعی نوع جهت‌گیری‌ها و ماهیت سیاست خارجی خود را مشخص می‌کنند. بر این اساس، قالب‌ها یا زمینه‌های بین‌ذهنی و تحول در آن‌ها به جای «ساختار مادی موازنه قدرت نظامی» (نزد نو واقع‌گرایان) یا «ساختار مادی اقتصاد جهانی سرمایه‌داری» (نزد مارکسیست‌ها) هدایت‌گر اصلی

رفتار و نظامات خارجی دولت‌ها در عرصه سیاست بین‌الملل هستند. البته تأکید بر اهمیت هویت‌ها، هنجارها و فرهنگ در جهان سیاست، اختصاص به سازه‌انگاری ندارد و دیدگاه‌های ایدئالیستی نیز بر آن کم و بیش تأکید دارند. اما آنچه این رهیافت نظری (Theoretical) را متمایز می‌سازد تأکید ویژه سازه‌انگاری به‌خصوص در «فرایند انجام آن» است یعنی هویت‌ها و منافع دولت‌ها دارای ساختار ثابتی نیستند بلکه تعاملات تولیدشده و شیوه تعامل دولت‌ها را نه یک ساختار که یک فرایند تعیین می‌کند.

از دیگر مباحث جالب و مرتبط با موضوع سازه‌انگاری تعریفی است که سازه‌انگاران از ارتباط موضوعات فوق با مسئله امنیت ارائه می‌کنند. آن‌ها معتقدند که معضلات امنیتی و وقوع جنگ بین بازیگران، عوامل طبیعی نیستند. یا به تعبیر ونت کشورها لزوماً با معضلات امنیتی اجتناب‌ناپذیر و غیرارادی روبه‌رو نیستند (اسمیت، ۱۳۸۳: ۵۵۲). بلکه «معضلات امنیتی و جنگ‌ها، نتیجه رسالت‌هایی است که برای مدعیان آن‌ها، اقناع‌کننده و رضایت‌بخش بوده‌اند» (بیلیس، ۱۳۸۳: ۵۹۸). کاربست این رهیافت نظری در موضوع مورد بحث یعنی تهدیدات نرم سلفی‌گری رهنمون این ایده است که سیاست خارجی اصالت داشته و دارای مسئولیت‌های مهمی است.

هدف ما در این مختصر توجه به وجوه سازنده و ایجابی از قبیل موارد فوق و بسط و تبیین وجوهی از این نظریه است که نقش هویت و سیاست هویتی در روابط بین‌الملل و ارتباط آن با مقولاتی همچون «امنیت» را تبیین می‌کند و گرنه تأکید سازه‌انگاران به ویژه ونت مبنی بر اینکه هویت‌ها بر اثر تعامل، شکل گرفته و هویتی به شکل ماقبل تعاملی - ماقبل اجتماعی وجود ندارد، جای اشکال دارد زیرا اساساً بدون داشتن «هویت» نمی‌توان به «تعامل» پرداخت.

## ب. سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران

سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران قائم به شاخص‌هایی است که فقدان آن‌ها از سیاست خارجی ایران سلب موضوعیت می‌کند. هر چند به دلایل مختلف از جمله ضعف ساختار سیاسی یا ضعف در سیاست‌های کلان کشور ملاحظه شده است که گاه دولت‌های بعد از انقلاب اسلامی مقسم تغییر در سیاست خارجی شده‌اند و سیاست‌های کلان کشور با شعار دولت‌ها در محاق فرو رفته‌اند. اما نگارنده با صرف‌نظر از این تغییرات و گفتمان‌های متغیر و مندرج در برخی نوشته‌ها (ازغندی، ۱۳۸۴: ۹) عمدتاً سیاست‌های کلان و شاخص‌هایی را مدنظر قرار داده است که خصوصیات اصلی و اساسی نظام را بیان می‌کنند. بنابراین در بحث جاری، گفتمان‌های انقلاب و نظام جمهوری اسلامی ایران حد کلیت سیاست‌های کلان خارجی را تشکیل می‌دهند و مقصود ما در این مقاله مطالعه و ارزیابی تأثیر سلفی‌گری سیاسی روی چنین شاخص‌هایی است. با این توصیف می‌توان به‌طور مشخص مجموعه اهداف و ارزش‌های حیاتی سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران مندرج در قانون اساسی را ملاک و معیار قرار

داد که اهم آن‌ها مشتمل بر «سعادت انسان در کل جامعه بشری» و «تعهد برادرانه نسبت به همه مسلمانان، اتحاد ملل مسلمان و وحدت جهان اسلام» (اصل ۱۵۲)، «استقلال» و «نفی هرگونه سلطه‌گری و سلطه‌پذیری» (اصل ۲، بند ج) و «ظلم‌ستیزی و عدالت‌خواهی و حمایت از مبارزه حق‌طلبانه مستضعفان» (اصل ۲) است.

تأکید بر موارد فوق در ذیل مسئولیت‌های سیاست خارجی ایجاب می‌کند که امهات منافع ملی ایران را از اختصاص تعاریف واقع‌گرایی بر موارد سخت افزاری مستثنا بدانیم و در حقیقت با نگرش سازه‌انگاری آن را آمیزه‌ای از منافع سرزمینی، آرمانی و عقیدتی در نظر بگیریم که فراتر از مناسبات و تعاریف معمول بین‌المللی است. در عین حال که نمی‌توان رابطه پدیداری، سیال و گاه تحول‌پذیر آن را نادیده گرفت. در چنین نگرشی مؤلفه‌های قدرت نیز در جایگاهی بالاتر از عناصر مادی و سخت افزاری قرار می‌گیرند که امروزه از آن‌ها به عنوان «رویه جدیدی از قدرت» یاد می‌شود که در آن «بر روی افکار و اذهان سرمایه‌گذاری می‌شود» (برزنونی، ۱۳۸۷: ۱۲۵).

#### ج. جریان سلفی‌گری (Salafism)

واژه «سلف» در معنای لغوی به پیشینیان اطلاق می‌شود (ابن منظور، ۱۹۸۸: ۳۳). اما سلفی‌گری بر اساس تحقیق نگارنده<sup>۳</sup> «یک جریان سیاسی، فکری و ایدئولوژیک» در تاریخ متأخر اسلامی به‌شمار می‌رود که در نام‌گذاری آن، مناقشات کلامی و سیاسی قرون نخستین تاریخ اسلام نیز لحاظ شده است. این به معنای نفی ماهیت پروژه‌های آن در مراحل اولیه شکل‌گیری یا بعد از آن نیست، بلکه تأکید بر این است که سلفی‌گری به‌ناگاه به وجود نیامده بلکه طی یک فرایند طولانی در اثر فراهم‌شدن بسترها و شرایط اجتماعی و تحول فکری حاصل شده است و اینک نگاه سلفی‌ها به آن، شبیه نگاه به یک پدیده نوظهور و ساخته و پرداخته افراد خاص نیست. در ادبیات سیاسی غرب از جریانات سلفی‌گری عمدتاً به عنوان «بنیادگرایی» یاد می‌شود. درستی یا نادرستی این مفهوم‌سازی الان مورد بحث نیست. اما در تعریفی سازه‌انگارانه از سلفی‌گری براساس یافته‌های محقق می‌توان گفت که این جریان به عنوان بازیگری فعال از لحاظ هویتی یک مقوله و بر ساخته ایدئولوژیک و در عین حال اجتماعی - سیاسی است که دارای عناصر تغییرپذیر و تطورات سیال است و از ظرفیت هنجارسازی و «قدرت انگاره‌پردازی» ملموسی برخوردار است که تظاهرات عینی آن در اشکال مختلف در محیط پیرامونی یا حوزه نفوذ ایران به‌ویژه در افغانستان، عربستان، پاکستان و عراق قابل مشاهده است که «القاعده» مظهر روشن و شاخص «افراط‌گرایی» سلفی‌گری به‌شمار می‌آید.

#### د. تهدیدات نرم

منظور از تهدید، عنصر یا وضعیتی است که ارزش‌های حیاتی را به خطر اندازد. بنابراین در ساده‌ترین تعریف به معنی فقدان امنیت است. تهدیدات شامل طیفی از تهدیدات نرم تا



تهدیدات سخت و خشن می‌شود. تهدید نرم را می‌توان تحولاتی دانست که موجب دگرگونی در هویت فرهنگی و الگوهای رفتاری مورد قبول یک نظام سیاسی می‌شود. اصولاً «نرم‌افزار گرای» یا «شیوه فرهنگی» مفهوم و روش شناخته‌شده‌ای است که حتی رئالیست‌های نامداری همچون مورگنتا، آن را لطیف‌ترین نوع سیاست امپریالیستی می‌نامد (مورگنتا، ۱۳۸۴: ۱۱۵) که اگر به تنهایی به موفقیت برسد، موفق‌ترین سیاست امپریالیستی نیز محسوب می‌شود. هدف آن تصرف ارضی یا کنترل حیات اقتصادی نیست بلکه می‌کوشد بر ذهن انسان‌ها به عنوان ابزاری برای تغییر روابط قدرت میان دو بازیگر غلبه و آن را کنترل کند. بنابراین نرم‌افزارگرایی فراتر از سخت‌افزارگرایی و ملاحظات سنتی امنیتی - راهبردی به آن طیف از ملاحظات در سیاست خارجی اشاره دارد که فرهنگی بوده و دارای پیامدهای سیاسی و امنیتی برخوردار است.

به عقیده سازه‌انگاران هویت‌ها و برداشت‌های ذهنی یک دولت از دولت‌های دیگر است که به قدرت شکل می‌دهد (Guzzini, 2005). ضمن اینکه از دیدگاه آن‌ها قدرت لزوماً به معنای قدرت اقتصادی، نظامی و به‌طور کلی قدرت سخت نیست بلکه قدرت، توانایی ایجاد فضای هنجاری است که محصول آن در خلق و رفتار مطلوب و مورد نظر ظاهر می‌شود. این قدرت در متن اجتماعی شکل می‌گیرد و امر مثبتی به‌شمار می‌رود که امروزه این معنا ذیل «قدرت نرم» مورد بحث قرار می‌گیرد که تسمیه آن در سال ۱۹۹۰ توسط جوزف نای صورت گرفت.

#### ه. هویت و سازه‌انگاری

اهمیت هویت در بحث جاری ایجاب می‌کند این مفهوم با تأکید بر تعریف سازه‌انگاری، مستقلاً مورد اشاره قرار گیرد. هویت به لحاظ لغوی واژه‌ای برگرفته از زبان عربی و مرکب از دو بخش یعنی «هو» ضمیر غایب و «یت» سازنده مصدر جعلی است. اما به لحاظ مفهومی، هویت یکی از پیچیده‌ترین و بحث‌انگیزترین مفاهیم علوم اجتماعی است که برای پرهیز از اطاله کلام آن را پنداشت و برداشت نسبتاً ثابت فرد از کیستی و چیستی خود در ارتباط با افراد و دیگران در نظر می‌گیریم که مطابق دیدگاه جامعه‌شناسی روز از طریق تعاملات اجتماعی فرد با دیگران در فرایند اجتماعی شدن شکل می‌گیرد (رکن آبادی، ۱۳۸۴: ۷۵). این تلقی از هویت، اهمیت خود را در سازه‌انگاری بازتاب داده به‌طوری که «هویت‌ها» یکی از گزاره‌های هستی‌شناسانه سازه‌انگاری به‌حساب می‌آیند که به منافع و کنش‌های بازیگران شکل می‌دهند. برخلاف جریان اصلی (Mainstream) در روابط بین‌الملل که هویت کنش‌گران را در نظام بین‌الملل، مفروض و ایستا فرض می‌کنند، سازه‌انگاران روی «ساخته بودن» (Constructedness) هویت کنش‌گران، متمرکز شده و اهمیت آن را در شکل‌گیری منافع و کنش‌ها مورد تأکید قرار می‌دهند. از این منظر کنشگران قائم به شکل اجتماعی بوده و هویت آن‌ها محصول ساختارهای اجتماعی بین‌الادّهانی است (مشیرزاده، ۱۳۸۳: ۱۷۶).

از سوی دیگر انگاره‌های هویتی در هر جامعه‌ای چند کار ویژه اصلی دارند: «خودآگاهی»، شناساندن «خود» به «دیگران» و بالعکس. هویت‌ها وقتی که به شما می‌گویند کیستید، قویاً دلالت بر مجموعه خاصی از منافع یا ترجیحات در ارتباط با گزینه‌های اقدام در حوزه‌های خاص و در ارتباط با کنش‌گران خاص دارند. لذا هویت براساس اینکه هویت‌ها، نزدیک‌ترین علل انتخاب‌ها، ترجیحات و کنش‌ها هستند، استدلال می‌کند که هر دولت تلویحاً گویای ترجیحات و کنش‌های بعدی خود است و هر دولت براساس هویتی که به دیگران نسبت می‌دهد، آن‌ها را می‌شناسد و همزمان از طریق عمل اجتماعی روزمره هویت خودش را باز تولید می‌کند (هویت، ۱۳۸۶: ۴۵۵). یکی از مهم‌ترین نتایج این توجه به هویت، احیای تفاوت‌ها میان دولت‌ها است. به عبارت دیگر یک دولت واحد عملاً در سیاست جهان در چهره بازیگران مختلفی جلوه‌گر می‌شود و دولت‌های گوناگون براساس هویت‌های هر یک از دولت‌های دیگر، رفتار متفاوتی در قبال آن‌ها دارند (همان: ۴۷۶). از این رو باید هویت‌ها را بالقوه بخشی از رویه‌های سازنده دولت و مولد کنش آن در داخل و خارج به‌شمار آورد. از سوی دیگر در نگاه سازه‌انگاری هویت‌ها اساس منافع را تشکیل می‌دهند که به شکل ماقبل تعاملی - ماقبل اجتماعی موجود نیستند بلکه در فرایند تعامل واحدها شکل می‌گیرند. به تعبیر دیگر در تعامل با یکدیگر شکل می‌گیرند. بدین ترتیب با چرخه و تعامل متقابل هویت‌ها و منافع دولت‌ها در حوزه روابط بین‌الملل، هویت کنش‌گران سیاسی از ارتباط با واحدهایی که خارج از مرزهای سرزمینی آن‌ها قرار دارند تعریف می‌شود. در چنین فرایندی که هویت، منافع را شکل می‌دهد، منافع نیز سرچشمه رفتارها و اقدامات قرار می‌گیرند. با این تعریف دولت‌ها دارای مجموعه‌ای از منافع، بر مدار و متن شرایط اجتماعی نیستند. بلکه منافع خود را در روند تعریف موقعیت‌ها و ایفای نقش‌ها، باز می‌یابند. بنابراین از میان رفتن یا شکست در آن وضعیت‌ها ضمن ایجاد آشفتگی برای هویت‌ها، نقش‌ها را نیز دچار مشکل ساخته، منافع را نامعلوم می‌سازد (کرمی، ۱۳۸۳: ۱۷۳). این تلقی از جایگاه هویت در منظومه ساخت قدرت می‌تواند محوریت هویت نظام سیاسی در تحلیل رفتارها و دگرگونی‌های آن را نشان داده و تفاوت سیاست خارجی قبل و بعد از انقلاب اسلامی را توضیح دهد. همچنان‌که نشان می‌دهد رویکرد «اسلامی» در سیاست خارجی پس از انقلاب اسلامی منافع جدیدی را برای ایران تعیین کرده که با کارکردهای هویت قبلی متفاوت بود. مصداق بارز این معنا، رویکرد «امت‌نگری» در سیاست خارجی ایران است که باب جدیدی را در تاریخ روابط بین‌المللی عصر معاصر ایجاد کرد (مولانا، ۱۳۷۷: ۱۶).

### چند و چون انگاره‌پردازی و تأثیرگذاری جریان سلفی‌گری

تبیین چگونگی تأثیرگذاری سلفی‌گری سیاسی بر سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران منطقاً مستلزم اثبات اصل تأثیرگذاری این متغیر است. این مقصود در ضمن بررسی چگونگی و فرایند

اثرگذاری جریان سلفی‌گری مورد توجه قرار می‌گیرد. همچنین برای بررسی و رصد نظام‌مند فرایند تحلیل شاخص‌های اصلی سیاست خارجی ایران در نظر گرفته شده است. البته در این سنجش، هویت و اصول برخاسته از آن در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران مجال بیشتری برای طرح یافته‌اند. بخشی از اهمیت این مسئله در نسبتی است که میان قابلیت‌ها و توانمندی‌های بالقوه جریان سلفی‌گری و تهدیدزایی آن به لحاظ هویت‌شناسی دارد. بدین معنی که مجموعه توانمندی‌ها و پتانسیل‌هایی که در اختیار گروه‌های سلفی قرار دارد امکان تبدیل آنان را به یک نیروی عظیم با دو قابلیت متفاوت «فرصت‌ساز» یا «تهدیدزا» فراهم می‌سازد.

### تهدیدات هویتی و بیگانه‌سازی سیاست خارجی ایران

اساساً مسئله هویت و شناخت «خود» و «دیگران» از موضوعاتی است که سیاست خارجی کشورها به آن متکی است. همان‌طور که پیش از این گذشت اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برای هویت در نظریه سازه‌انگاری لحاظ شده است. به‌طوری که در نظریه سازه‌انگاری، «هنجارها» تعریف‌کننده «هویت‌ها» و «هویت‌ها» نیز معرف «منافع» هستند. با درک چگونگی تأثیرگذاری هنجارها بر هویت می‌توان چگونگی تعریف منافع ملی را که اساس سیاست خارجی یک کشور است، درک کرد. از سوی دیگر با تبیینی که سازه‌انگاری ارائه می‌کند، «امنیت» و «سیاست خارجی» در پیوند مستقیم با مقوله «هویت» قرار می‌گیرند. به این معنا که هویت گرچه یک فرایند تدریجی و برساخته اجتماعی است، در عین حال تعیین‌کننده چگونگی برخورد یک کشور یا حاملان هویت با دیگران است. در واقع با چگونگی تعریف هویت ملی، «دوستان و دشمنان آن» و «نحوه تعامل و مدیریت تهدیدات محتمل» آشکار می‌شود. در این رویکرد اسلام‌گرایی، یک وجه هویتی از اهمیت زیادی برخوردار است و آن هویت سلفی‌گری بود که متمایز از هویت دیگر مسلمانان اعم از شیعه و سنی است. این هویت به ویژه پس از انقلاب اسلامی در خدمت ایدئولوژی سلفی‌گری قرار گرفت. یعنی با استفاده ایدئولوژیک از مفاهیم هویتی، سعی کرده از یک سو، موقعیت خود را در کشورهای اسلامی مستحکم ساخته و آن‌ها را که اسلام اساس وحدت می‌دانستند از گرایش به سوی جمهوری اسلامی ایران باز دارد و از سوی دیگر خود را به عنوان عنصر اصلی و متحدکننده و انسجام‌بخش معرفی کند.

بیگانگی هویتی سیاست خارجی ایران از منظر سلفی تا حدی تصور می‌شود که گروه‌هایی از سلفی برآنند که فعلاً باید از فجایع غرب و اشغال سرزمین‌های اسلامی چشم‌پوشی کرد و یا همزمان باید ایران و کشورهای غربی را تهدید مشترک خواند. آن‌ها با ارائه تصویری ناسفته و منفی از انقلاب اسلامی ایران به عنوان «بزرگ‌ترین فتنه پس از استعمار غرب» مدعی هستند که آیات شریفه‌ای همچون «و قاتلوهم حتی لا تکن فتنه» تکلیف انقلاب ایران و شیعیان را روشن کرده است. اما اقتضائات روز، انجام این تکلیف را به تأخیر می‌اندازد. زیرا در رویکرد

«سلفی‌های جهادی» اولویت جهاد در شرایط کنونی با کفار محارب و در رأس آن‌ها آمریکاست و شیعیان به‌طور اعم و جمهوری اسلامی به‌طور اخص کافران غیرمحارب محسوب می‌شوند که به‌طور طبیعی از فهرست اولویت نخستین خارج می‌شوند. در تأیید این راهبرد ایمن‌الظواهری (نفر دوم القاعده) در مقام انتقاد از رویکرد متفاوت و ستیزه‌گرانه زرقاوی (رهبر شاخه عراقی القاعده) در برابر شیعیان عراق ضمن اذعان به اینکه شیعیان کافر و دشمن‌اند به صراحت بیان می‌کند که در مرحله کنونی جنگ با شیعیان را نباید در اولویت قرار داد. بلکه باید به افکار عمومی مسلمانان که تمایلی به این جنگ ندارند احترام گذاشت (اسماعیلی، ۱۳۸۶: ۲۶).

### الف. تهدید هویت و نرم افزار اصلی انقلاب اسلامی

بدون تردید هویت سیاست خارجی و نظام جمهوری اسلامی ایران، نرم‌افزار اصلی و به لحاظ نظری مهم‌ترین پایه یا حیاتی‌ترین جزء امنیت ملی آن است که از قضا در بُعد بیرونی نیز مهم‌ترین عامل اثرگذار و متقاعدکننده در سطح افکار عمومی و الگودهی به جریان‌های اسلام‌گرا محسوب می‌شود. به نظر می‌رسد که سلفی‌گری بیش از همه این بخش از هویت ملی ایران را هدف تخریب سیاست هویتی قرار داده و مرزهای هویتی آن را مخدوش می‌کند. این فرایند در قالب انسجام بخشی به هویت سلفی و تأکید معناداری بر مقوله «هویت دگر» (دشمن) به عنوان یک ارزش حیاتی و اجتناب‌ناپذیر در سلفی‌گری انجام می‌پذیرد که طی آن سلفی‌گری، هویت سیاست خارجی ایران را به مثابه «یک غیرخودی» و یا بزرگ‌ترین فتنه معاصر تلقی می‌کند و از این طریق باعث می‌شود که همزمان با «تقویت احساس هویت جمعی میان سلفی‌ها» سرشت ستیزه‌گری آن‌ها در برابر شیعیان و مشخصاً در مقابل سیاست خارجی ایران نیز تحریک یا تقویت شود.

تحلیل مبانی ایدئولوژیکی سلفی‌گری و کارکرد تاریخی آن، دلالت بر شکل خاصی از سیاست هویتی در این جریان دارد که تداوم زیست هویت سلفی را در تقابل با «هویت دگر» تعریف می‌کند. این رویکرد به‌رغم برخی تمایزات به‌طور کلی در درون اشکال سیاست هویت قابل بررسی است که اولاً متمایل به تقسیم‌بندی بین‌خودی (us) و غیرخودی (them) میان گروه داخلی (in-them) و یک گروه خارجی (out-them) است (هی وود، ۱۳۷۹: ۵۱۴). ثانیاً [همانند هویت‌های دیگر تنها در مورد آنچه در خارج از آن‌هاست از هم متمایز می‌شود (امینیان، ۱۳۸۵: ۲۰). با این ویژگی برجسته که اساساً سلفی‌گری منهای سیاست هویت، قادر به تداوم حیات و بازتولید خود نیست. یعنی با فرض توقف این هویت‌سازی، می‌توان تصور کرد که این جریان به پایان خود رسیده و از حیث تعریف موجود خارج شده است. با وجود دلایل مختلف، بخشی از این تصویرسازی جریان سلفی‌گری مربوط به سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران می‌شود. از این رهگذر سلفی‌های افراطی چنان سامانه‌ای از پندار و هنجار را در ضدیت با ایران و تفکر شیعی می‌سازند که عبور از دیوارهای ذهنی آن‌ها کار دشواری است. متقابلاً مسلمانان

دیگر از اهل سنت و شیعیان نیز به جریان سلفی‌گری به ویژه شاخه افراطی آن اعتماد نداشته و همواره هویت و رفتار آن را با تردید و سوءظن دنبال کرده‌اند. لذا هر اقدام سیاسی از سوی یک طرف به منزله ایجاد ناامنی و حداکثری کردن قدرت در چارچوب معمای امنیت (Security Dilemma) از طرف دیگر تلقی می‌شود.

یکی از مصادیق ستیزه‌گری هویتی در ضدیت با سیاست خارجی ایران در عراق پس از سال ۲۰۰۳ ظاهر شد و سلفی‌های افراطی همچون زرقاوی با بهره‌گیری از قدرت انگاره‌پردازی و حافظه تاریخی اهل سنت مؤثرترین محرک‌ها، انگاره‌ها و الگوهای سلفی که قابلیت تقابل حداکثری با هویت سیاست خارجی ایران را دارند، به کار گرفتند. بر این اساس آن‌ها با استفاده از سازوکارهای هویتی و بسیج توده‌های اهل سنت به تقابل با هویت انقلاب اسلامی تشخص داده و ابزار مقابله با آن را نیز ایجاد یا موجه کردند. در واقع سیاست هویتی و تقلای عملی برای تحقق سلفی‌گری به مثابه موتور محرکه، محمل اقدامات گروه‌های سلفی در منطقه واقع شده و اکنون حیاتی‌ترین پایه و جزء مقوم سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، در پاره‌ای از مناطق در معرض تهدید جدی قرار گرفته است.

یکی از ابزارهای تقابل در دست سلفی‌گری، تفسیر مفاهیمی از قبیل «کافر»، «دشمن»، «مُشرک»، «منافق» و «خائن» است که این مفاهیم در ادبیات و نظام هویتی سلفی‌گری از جایگاه تعیین‌کننده‌ای برخوردارند. در حقیقت اطلاق مکرر این واژگان کلیدی و محرک درباره جمهوری اسلامی ایران و نفی هویت اسلامی آن، بازتولید «هویت‌دگر» و «دشمن» سلفی‌گری را ترسیم می‌کند. هر چند برآورد دقیقی از حجم و دامنه نفوذ این ادبیات وجود ندارد، اما قدر مسلم اینکه خطرات ناشی از تقلای هویت‌خواهانه سلفی‌گری رویه جدیدی از تهدیدات را نمایان می‌سازد. زیرا نتیجه و برآیند این فرایند هویت‌سازی معطوف به مشروعیت‌زدایی (Delegitimation) و اعتبارزدایی (Discreditation) از «دگرهویتی» است که در حوزه مورد بحث، هویت سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران است.

### ب. تهدیدات ناشی از تزریق «احساس هویت جمعی» به سلفی‌گری

رویه دیگری از اجرای سیاست هویتی در برابر سیاست خارجی ایران ناظر به فرایندی است که طی آن گروه‌های سلفی با استفاده از آشفتگی معنا و مفهوم امروزی واژه «سنی» که «امروزه تقریباً به معنای غیر شیعه اطلاق می‌شود» (الگار، ۱۳۸۶: ۱۴) به شکل‌گیری گرایش‌های سلفی به عنوان «هویت‌خودی» کمک کرده و در واقع یک هویت جمعی را به آن‌ها ارزانی می‌دارند. به تعبیر سازه‌انگاری، سلفی‌گری این هویت ترکیب یافته را در مقابل هویت شیعی بر ساخته و بازتولید می‌کند و در این راستا تلاش مضاعفی را برای یکسان‌انگاری رفتاری و هنجاری در جامعه تسنن مقابل تشیع مبذول می‌دارد. زیرا تفکر سلفی به منزله فرمانروایی با کمک خدَم و حَشَم (هنجارها و...) رفتار آن‌ها را شکل می‌دهند. از این رو می‌توان گفت که تبلیغ و رواج

نگرش سلفی‌گری در منطقه، همکاری‌ها و روابط نزدیک سیاست خارجی ایران با شیعیان و جریان‌های سنی مذهب را نیز با دشواری مواجه می‌سازد. زیرا همچنان که گفته خواهد شد سلفی‌ها از طریق «تفسیر مذهبی و فرقه‌ای از رویدادهای سیاسی» بر داوری و برداشت اهل سنت منطقه تأثیر گذاشته و در تعریف آن‌ها از خود و دیگران مؤثر واقع می‌شوند.

یکی از مکانیسم‌های تأثیرگذاری سلفی‌گری در چارچوب بحث جاری به‌کارگیری روش نشانه‌شناسی (Semiotic) است. روشی که تمامی نشانه‌های موجود در ذهنیت تاریخی یک جامعه را در بر می‌گیرد (والکر و چاپلین، ۱۳۸۵: ۲۱۹). جریان سلفی‌گری بر مبنای نشانه‌شناسی خاص خود، از هر فرایند ارتباطی یا تجربه معنایی و نشانه‌های تاریخی برای رازگشایی از تصویر ذهنی خود بهره برده و آن‌ها را در فرایند تأثیرگذاری با هویت سیاست خارجی ایران به‌کار می‌گیرد. واژه پژوهشی متون سلفی در این باره دلالت‌های روشنی دارد که نشانگر درگیری ذهنی آن‌ها با مقوله‌های خاص است. نمونه این عملیات نشانه‌شناسی، به‌کارگیری تقابل تحریف‌شده عثمانی‌ها با صفوی‌ها و انطباق آن با تحولات جدید از جمله در عراق است. به‌طوری که این ادبیات مکرراً با هدف تقابل از سوی گروه‌های سلفی مورد استفاده قرار می‌گیرد. بعضی از این نشانه‌ها قراردادی و جعل ذهنیت سلفی‌گری است و ممکن است اساساً مابه‌ازای واقعی هم نداشته باشند. اما استخدام این روش موجب توصیف و القای «این همانی» سیاست خارجی ایران با نشانه‌های منفی نظیر «سیاست مجوسی‌ها»، «صفوی‌های جدید» و «عجم‌ها» شده و تکرار آن باعث نهادینه‌شدن این تعاریف و تحت‌الشعاع قرار گرفتن سیاست خارجی ایران نزد اهل سنت می‌شود.

در نشانه‌شناسی جریان سلفی‌گری سعی می‌شود نشانه‌های مثبت و نشاط‌آور و سازگار با فرهنگ سلفی همچون «فرقه ناجیه» بر گروه‌های سلفی منطبق شود. همچنین گروه‌های سلفی با مجاهدان «بدر» و «أحد» شبیه‌سازی می‌شوند که به ادعای آن‌ها اکنون در بسیاری از مناطق از جمله در عراق در معرض تهدید کفار (آمریکا) و منافقین (ایرانی‌ها!) قرار دارند. از سوی دیگر سعی می‌کنند در خوارداشت سیاست خارجی ایران، گذشته آن را به صورتی زشت و نکوهیدنی جلوه دهند.

### ج. فرهنگ‌زدایی و ایجاد فاصله فرهنگی

بخش دیگری از تأثیرگذاری جریان سلفی‌گری در حوزه مورد بحث از طریق نگرش ایدئولوژیکی آن مبنی بر فرهنگ‌زدایی از عرصه‌های مختلف انجام می‌پذیرد. از آنجا که سیاست خارجی ایران مانند سیاست خارجی کشورهای دیگر حامل نوعی از فرهنگ سیاسی است بنابراین در معرض مخالفت و سیاست حذف جریان سلفی‌گری قرار دارد. نمود عینی این برخورد را می‌توان در تعامل عناصر سلفی با مؤلفه‌های ایرانی و فارسی فرهنگ سیاسی ایران نشان داد.

به طوری که تبلیغات منفی سلفی‌گری و تلاش آن برای نشان دادن تقابل فرهنگ ایرانی و عربی باعث می‌شود که به عنوان مثال مردم عراق که از بنیان‌گذاران نهضت عربی در دنیای معاصراند و عربیت در آن تفوق دارد، نسبت به فرهنگ ایرانی دچار سوءظن شده و به دیده تردید در آن بنگرند؛ دست‌کم نزد آن دسته از عراقی‌هایی که در تعریف هویت خود قائل به تقدم مؤلفه عربی نسبت به مؤلفه‌های اسلامی یا ملی هستند یا خصوصیت خاصی بین خود و دیگر اعراب می‌بینند.

تلاش زرقاوی برای ایجاد بدبینی نسبت به ایران و این مدعای تکراری او که صفوی‌های جدید در حال تصرف قلمرو تاریخ ما هستند، مصداق بارز این رویکرد است. از این رو سلفی‌های افراطی علاوه بر اینکه ایران را مسئول افول نقش تاریخی اعراب و تنزل جایگاه کشورهای عربی در تحولات منطقه‌ای معرفی می‌کنند، بیگانه‌انگاری فرهنگ ایرانی با فرهنگ اسلامی را دستمایه خنثی‌سازی سیاست خارجی ایران قرار می‌دهند. آن‌ها در راستای بیگانه‌انگاری فرهنگ ایرانی که آمیخته با معارف شیعی است، همواره از بسط مناسبات ایران با کشورهای همسایه به عنوان «رابطه ایران و اعراب» نام می‌برند که گویای فاصله فرهنگی است. در ادبیات آن‌ها نه تنها حکومت جمهوری اسلامی ایران «یک دولت مجوسی» و «رافضی» است. بلکه دولت «قومیت‌گرا و ملی‌گرا» است که به زعم آن‌ها تأکید ایران مبنی بر به‌کارگیری اصطلاح «خلیج فارس» از ماهیت قوم‌گرایی آن ناشی می‌شود (عطیه‌الله، ۲۰۰۸).

این مطالعه نشان می‌دهد که به رغم امیدهایی که انقلاب اسلامی با رویکرد «وحدت امت اسلامی» برانگیخته بود، در پیشبرد راهبرد «همگرایی عرب - عجم» توفیق لازم را به دست نیاورده و همچنان خطوط گسل در فرهنگ سیاسی طرفین به حیات خود ادامه می‌دهد. به ویژه که برخی از عناصر موجود در فرهنگ سیاسی ایران نیز از قبیل گرایش‌های ضدعربی در عمل، سیاست خارجی و هنجارسازی آن را تحت تأثیر قرار داده یا آن را با چالش مواجه ساخته است.

#### د. پیامدهای فرقه‌گرایی سلفی‌گری

همچنان که در مطالعات جامعه‌شناختی روشن شده، تعارض بین فرقه‌ها یا ضدیت فرقه‌ای (Antic cult) از پدیده‌های ذاتی «فرقه‌گرایی» به‌شمار می‌آید که خود، منبع تنش اجتماعی است (حاجیان، ۱۳۸۳: ۲۴۶). این در حالی است که دین به دلیل معنابخشی به حیات جمعی و قاعده‌مندسازی مناسبات اجتماعی و نیز توان بسیج عمومی، یکی از نیرومندترین عوامل ایجاد نظم و ثبات در ابعاد گوناگون روابط اجتماعی و سیاسی در مقیاس ملی و فراملی است و کارکرد اساسی دین در تناقض با پدیده فرقه‌گرایی و پیامدهای آن مبنی بر شکاف اجتماعی و ناپایداری سیاسی و غیره قرار می‌گیرد. از این رو نقشی که سلفی‌گری از طریق فرقه‌گرایی خود بنیاد به نمایش گذاشته، مؤثرترین شیوه شکستن قدرت اسلام و امت اسلامی در حال حاضر

به حساب می‌آید و در این میان القاعده با دلالت‌های بیشتر سردمدار این پدیده در درون جهان اسلام است.

در نتیجه به جای اینکه اسلام نقطه وحدت بخش به گفتمان‌های اجتماعی جهان اسلام باشد، انگاره‌های طایفه‌ای و متشتت، معیار و محور گفتمان‌سازی قرار می‌گیرد. با حاکمیت این انگاره‌ها مشاهده می‌شود که سلفی‌ها با تکفیر مسلمانان، آن‌ها را از عضویت در جامعه اسلامی خارج می‌کنند. افزون بر آن هرگونه حقوقی را از طیف‌های مخالف خود در جامعه اسلامی سلب کرده و نظارت شدیدی را بر رفتار فردی و اجتماعی افراد جامعه اعمال می‌کنند. این اقدامات نوعی از فروپاشی اجتماعی و تصفیه‌سازی در درون کشورهای اسلامی را به دنبال دارد که البته با طرح توجیهاتی نظیر «پاک‌سازی جامعه اسلامی بر مبنای فرقه ناجیه یا منصوره» در راستای برساختن جامعه خالص ترجیحاً با حاکمیت طیف سلفی‌گرا در حیطه مناطق مربوط انجام می‌پذیرد. در واقع «سپاه صحابه» یکی از این گروه‌های سلفی است که می‌خواهد پاکستان رسماً به عنوان سرزمین سنی‌نشین معرفی شود (مکارم شیرازی، ۱۳۸۶: ۲۵).

همچنان که القاعده با تکیه بر شریعت و استخدام ادبیات مذاهب اربعه سنی برای اقدامات سیاسی و تروریستی خود، این امکان را فراهم کرد که تا حدودی تضادهای تاریخی و تنش‌های عقیدتی و مذهبی خود با فرق اهل سنت را فروکاسته و حمایت طیف‌هایی از آن‌ها را جلب کند. به طوری که معدودی از گروه‌های حاشیه‌ای و هویت‌های سرگردان در جهان تسنن به سمت این جریان افراطی گرایش پیدا کردند.

بنابراین می‌توان گفت که از یک سو تفسیر انحصارطلبانه از فرقه ناجیه و نگاه مطلق‌انگارانه سلفی‌ها به معتقدات خود نافی تکثرهای درون جوامع اسلامی است و از سوی دیگر با فرض حاکمیت سلفی‌گری، موجب نهادینه شدن انگاره‌های تنگ‌نظرانه و چالش‌گر با دیگر جوامع اسلامی ارزیابی می‌شود که در نهایت از موانع ظهور امت اسلامی و هم‌گرایی کشورها و جوامع اسلامی است.

#### هـ. تقلیل «اسلام محوری» سیاست خارجی به «شیعه‌هراسی»

«اسلام محوری» در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران مهم‌ترین مؤلفه قدرت نرم انقلاب اسلامی است. آن‌گاه که هویت اسلامی با درونمایه شیعی مبنای نظام سیاسی در ایران شد، حساسیت بسیاری از دولت‌ها و گرایش‌های سیاسی - مذهبی از جمله «وهابی‌گری» نسبت به آن برانگیخته شد. اما انقلاب اسلامی با این ایده و با شعار اخوت اسلامی از بدو ظهور، راهبرد تقریب مذاهب اسلامی و آرمان شکل‌گیری «امت واحده اسلامی» را در قبال جهان اسلام اتخاذ کرد. این ماهیت اسلامی انقلاب به مرور زمان از چنان اهمیتی برخوردار شد که امروزه مهم‌ترین منبع نفوذ و تجهیز ایدئولوژیک آن در جهان اسلام قلمداد می‌شود و همین عامل یکی از وجوه تمایز آن از سایر انقلاب‌های جهان به شمار آمد. اما جریان سلفی‌گری با تقلیل «اسلام محوری»



سیاست خارجی ایران به «شیعه‌محوری» درصدد تبدیل آن به تهدید نرم است. تداوم این رویکرد در عمل موجب برهم خوردن وضعیت تثبیت هویت اسلامی می‌شود که بعد از انقلاب اسلامی در منطقه در حال شکل‌گیری است و سیاست خارجی انقلاب اسلامی ایران نیز پرچم‌دار و منادی آن شناخته می‌شود.

### نتیجه‌گیری

بخش مهمی از وضعیت کنونی خاورمیانه به‌ویژه حوزه پیرامونی ایران را طیفی از جنگ‌ها و تهدیدات تعریف می‌کنند که اولاً از «جنگ سخت» تا «تهدید نرم» امتداد دارد، ثانیاً بخشی از این تهدیدات، برون‌منطقه‌ای و در واقع تحمیلی است اما بخش دیگر، درون‌منطقه‌ای و بین کشورها و بازیگران مهم آن است. هر دو وجه این تهدیدات از منظرهای مختلف قابل بررسی است. در این مقاله فقط بخشی از تهدیدات درون منطقه‌ای مورد توجه قرار گرفته که مدت‌هاست در قالب فعالیت رویکردی از اسلام‌گرایی پدیدار شده که سلفی‌گری معرف آن است.

با توجه به اینکه سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، عالی‌ترین سطح تأثیرگذار و متأثر کشور در مناسبات خارجی است، شناسایی و تعیین تهدیدات و نوع آن‌ها از اهمیت حیاتی برخوردار است. سیاست خارجی به عنوان یک متغیر پویا و سیستماتیک دارای اصول، ارزش‌ها و الگوی رفتاری منحصر به فردی است که برای سلفی‌گری بیگانه می‌نماید. طی مباحث پیشین روشن شد رابطه سلفی‌گری با سیاست خارجی ایران از میان حالات سه‌گانه روابط یعنی «تقابل»، «رقابت» و «همکاری» بیشتر در چارچوب «تقابل و رقابت» بوده است. این حالت، دامنه وسیعی از موضوعات و مناسبات سیاست خارجی ایران را دربرگرفته که تأثیر آن از مقولات هویتی و منزلت ایدئولوژیک گرفته تا راهبردها، اصول و اهداف متعدد امتداد می‌یابد.

با تبیینی که نظریه سازه‌انگاری از «امنیت» و «سیاست خارجی» و پیوند مستقیم آن‌ها با «هویت» ارائه می‌کند، این موضوع در پژوهش حاضر بسیار با اهمیت تلقی شد زیرا مهم‌ترین تهدیدات نرم سلفی‌گری بر انگاره‌هایی استوار است که هویت سلفی‌گری را تشکیل داده و با به‌کارگیری ابزارهای مناسب، ارزش‌ها و فرهنگ سلفی‌گری را در نسل‌ها و فراسوی مرزهای ملی و در منطقه نهادینه می‌سازد. ترکیب این تهدیدات با سیاست هویتی سلفی‌گری بر مبنای «فرقه‌گرایی» (Sectarianism (Religious Diffrence) محدودیت‌های زیادی برای سیاست خارجی ایران در منطقه و جهان اسلام به وجود آورده است. این جریان به ویژه شاخه افراطی آن «هویت‌محوری» (Cure Identity) سیاست خارجی ایران را که به مثابه نرم افزار اصلی نظام جمهوری اسلامی و حیاتی‌ترین جزء امنیت ملی است، هدف تخریب قرار داده و مرزهای هویتی آن را تا حد قابل توجهی مخدوش ساخته است. همین انگاره‌پردازی باعث یک سلسله تعارضات در سطح منطقه‌ای شده که از دیدگاه سازه‌انگاری تداوم آن موجب شکل‌گیری

هویت های جدید و بازتولید الگوهای متفاوت هویتی و فرهنگی می شود. چگونگی این فرایند به شکل تفصیلی ذیل محورهای پیشین بیان شد اما به طور خلاصه ناظر به دوانگاری مخرب و فرقه گرایی سلفی است که با تقلیل «هویت یکپارچه اسلامی» (Reduce) به «هویت های فرقه ای» جوامع اسلامی را دو قطبی کردن (Polarization) تشویق می کند. اجرای این سیاست توسط جریان سلفی گری ناظر به فرایندهایی است که طی آن گروه های سلفی به عنوان مثال با استفاده از آشفتگی معنا و مفهوم واژه «سنی» که تقریباً امروزه به معنای «غیرشیعه» اطلاق می شود، یک هویت جمعی به سلفی ها ارزانی داشته و در قالب انسجام بخشی به هویت سلفی، مقوله هویت دگر (دشمن) را درباره سیاست خارجی ایران همانندسازی و تطبیق می دهند. در همین راستا این گروه های افراطی با بهره گیری از قدرت انگاره پردازی و حافظه تاریخی اهل سنت مؤثرترین محرک های سلفی را که قابلیت تقابل حداکثری با هویت سیاست خارجی ایران را دارند به کار می گیرند. نتیجه این فرایند هویت سازی، همچنین معطوف به «مشروعیت زدایی و اعتبارزدایی» از سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران است که به عنوان یک سیاست هویتی در عراق پس از سال ۲۰۰۳ اعمال شد. از آنجا که مطابق سازه انگاری ماهیت تغییرپذیری و سیالیت هنجارها و بافت ساختاری آنها به آن معنا است که گسل های نگرشی و کشمکش های سیاسی ویژگی دائمی فرایندهای سیاسی است (دهشیار، ۱۳۸۱: ۱۰۴۰). از این رو می توان امتداد فرایند تصویرسازی و تأثیرگذاری سلفی گری را پیش بینی کرد. با توجه به اینکه راهبردهای معطوف به قدرت نرم بر راه حل ها و ارزش های سیاسی و نیز ابزارهای مسالمت آمیز به منظور مدیریت مناقشات اشاره دارند (Wyner, 2500) در بحث جاری می توان نسخه تجویزی نظریه سازه انگاری مبنی بر توسیع انگاره ها و هنجارهای مشترک و توجه به اقدامات اندازی و ترغیبی و ارتقای اقتدار استدلالی و پرهیز از قدرت ارعابی را برای سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران یادآوری کرد.

### پی نوشت ها

1. Anarchy is what states make of it : the Social Construction of Politic.
۲. شایان ذکر است که در نگرش کانستراکتیویستی، واقعیت اجتماعی هم وجه عینی - فیزیکی دارد و هم وجه فکری - معنایی. به تعبیر ونت، واقعیت، ساخته ذهن افراد نیست. بلکه مستقل از ذهن آدمی وجود دارد (نصری، ۱۳۸۵: ۷۲۴).
۳. شامل سه مقاله تحقیقی آماده چاپ از رویکردشناسی جریان سلفی گری در سه حوزه «معرفتی»، «فلسفی» و «سیاسی» است که به صورت مجزا و با رویکردهای متفاوت تدوین شده است.

## منابع

- ابن منظور. (۱۹۹۸)، *لسان العرب*، ج ۶، بیروت: دار إحياء التراث العربی، ط ۱.
- ازغندی، علیرضا. سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، تهران: نشر قومس، چاپ سوم، ۱۳۸۴.
- اسمیت، وایت. بریان، مایکل؛ لیتل، ریچارد، مسائل سیاست جهان، ترجمه سیدکمال سروریان، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۸۱.
- اسماعیلی، حمیدرضا. *بازشناسی اندیشه سیاسی القاعده*، فصلنامه جهان اسلام، سال ۸، ش ۳۰ و ۳۱، ۱۳۸۶.
- الگار، حامد، (۱۳۸۶)؛ وهایگری، ترجمه احمد نمایی، انتشارات آستان قدس رضوی، چاپ اول، ۱۳۸۶.
- امیرنوحی، محمد. «بررسی جریان‌های سلفی اهل سنت و تأثیرات آن بر محیط جمهوری اسلامی ایران»، سخنرانی در تاریخ ۱۳۸۶/۸/۷ در دانشگاه امام حسین (ع)، ۱۳۸۶.
- امینیان، بهادر. *مسلمانان، هویت و جامعه بین‌الملل: بوسنی و هرزگوین*، مؤسسه مطالعات اندیشه سازان نور، ۱۳۸۵.
- برزنونی، محمدعلی. «مؤلفه‌های قدرت نرم مدیریت جبهه فرهنگی انقلاب در برابر ناتوی فرهنگی غرب، مجله فرهنگ و علم، شورای عالی انقلاب فرهنگی، سال ۱، ش ۱، ۱۳۸۷.
- بیلیس، جان. *امنیت جهانی و بین‌المللی در دوران پس از جنگ سرد*، ترجمه ابوالقاسم راه چمنی و دیگران. ابرار معاصر، جهانی شدن سیاست: روابط بین‌الملل در عصر نوین، ۱۳۸۳.
- حاجیانی، ابراهیم. «بررسی جامعه‌شناختی فرقه‌گرایی مذهبی و تأثیر آن بر نظم و ثبات سیاسی»، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال ۷، ش ۲۴، ۱۳۸۳.
- دهشیار، حسین، «چارچوب تئوریک سیاست خارجی موفق»، فصلنامه سیاست خارجی، سال ۱۶، ش ۴، ۱۳۸۱.
- رکن آبادی، محمد. «جنگ و هویت»، فصلنامه مطالعات ملی، ش ۲۲، ۱۳۸۴.
- سیدنژاد، سیدباقر. «موج جدید افراط‌گرایی در سلفی‌گری و تأثیر آن بر سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام حسین (ع)، ۱۳۸۸.
- سیدنژاد، سیدباقر. سلسله مقالات «رویکرد شناسی جریان سلفی‌گری»، ۱۳۸۹.
- صادقی، احمد. «تبارشناسی سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران: جایگاه هویت، فرهنگ و تاریخ»، فصلنامه سیاست خارجی، سال ۲۲، ش ۲.
- عطیه‌الله، عبدالرحمن. *حزب‌الله اللبناني والقضية الفلسطينية: رؤیه کاشفه*، مؤسسه السحاب، (اقتباس از سایت CNN عربی) در تاریخ ۲۰۰۸/۹/۴.
- کرمی، جهانگیر. «سیاست خارجی از منظر تکوین‌گرایی اجتماعی، راهبرد»، ش ۳۱، ۱۳۸۳.
- مسجدجامعی، محمد. «تحولات اندیشه سلفی در دوران معاصر: کدامین آینده؟». دفتر مطالعات وزارت امور خارجه، (سخنرانی ۱۳۸۶/۱۱/۲).
- مشیرزاده، حمیرا. «گفت‌وگوی تمدن‌ها از منظر سازه‌انگاری»، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، ش ۶۳، ۱۳۸۳.
- مکارم شیرازی، ناصر. *وهابیت بر سر دو راهی*، انتشارات مدرسه الامام علی بن ابی طالب (ع)، ۱۳۸۶.
- مولانا، حمید. *امت؛ اساس سیاست خارجی ایران*، کیهان، مؤسسه کیهان، ۱۳۷۷/۷/۲.
- مورگنتا، هانس. جی. *سیاست میان ملت‌ها*، ترجمه حمیرا مشیرزاده، وزارت امور خارجه، مرکز چاپ و انتشارات، ۱۳۸۴.
- نصری، قدیر. «فهم کانستراکتیویستی امر سیاسی»، مطالعات راهبردی، ش ۳۴، ۱۳۸۵.
- هویف، تد. *نوید مکتب برسازی برای نظریه روابط بین‌الملل*، نواقع‌گرایی، نظریه انتقادی و مکتب‌برسازی، ترجمه علی‌رضا طیب، دفتر مطالعات سیاسی و روابط بین‌المللی وزارت خارجه، ۱۳۸۶.

هی‌وود، اندرو. *درآمدی بر ایدئولوژی‌های سیاسی*، ترجمه محمود رفیعی دولت‌آبادی، تهران: انتشارات وزارت امور خارجه، ۱۳۷۹.

والکر، جان؛ چاپلین، سارا. *فرهنگ تصویری: مبانی و مفاهیم*، ترجمه حمید گرشاسبی و سعید خاموش، اداره کل پژوهش‌های سیما، ۱۳۸۵.

Guzzini, Stefano. The concept of power, a constructivist Analysis, Millennium Journal of International Studies . 2005.

<http://www.Sagepublications.com>

Onuf . *World of Our Making: Rules and Rule in social Theory and international Relations* .Colombia, SC: University of South Carolina Press, 1989.

Wyner, Christian. “*from Hard Power to Soft Power?*” South Asia institute, Departement of Political Science, working paner, No26, March, 2005.

# جستاری پیرامون جنگ نرم در آیات و روایات

نوشته  
حامد صادقی\*

## چکیده

جنگ نرم را استفاده طراحی شده از تبلیغات و ابزارهای مربوط به آن برای نفوذ در مختصات فکری دشمن با توسل به شیوه‌هایی که موجب پیشرفت مقاصد می‌شود، تعریف کرده‌اند. پیشینه جنگ نرم همزمان با خلقت بشر و جریان ابلیس و آدم است. در بخش اول مقاله حاضر به دلایل و زمینه‌های جنگ نرم، تاکتیک‌های جنگ نرم و ابزارهای آن پرداخته شده است. هدف غایی جنگ نرم تصرف قلوب و اذهان جامعه هدف و در نهایت استعمار فرا نو است. در بخش دوم مقاله، بحث اسلام و جنگ نرم به‌طور ویژه و تفصیلی مد نظر قرار گرفته است. هر چند در ادبیات اسلامی لفظ و اصطلاحی معادل جنگ نرم وجود ندارد اما از تعالیم و دستورات اسلامی می‌توان توجه دین اسلام را به این مقوله دریافت: تعالیم اسلام درباره جنگ نرم را می‌توان در دو حیطه دفاع نرم و جهاد نرم مورد دقت قرار داد. در بحث دفاع در مقابل تجاوز نرم دشمن، اصول مستنبط اسلامی بیان شده است. در مبحث جهاد نرم نیز اسلام به عنوان پیشگام مبارزه نرم با استکبار و طاغوت، روش‌ها و تاکتیک‌هایی (غیر از تاکتیک‌های استکبار) را مدنظر دارد. عمده برنامه‌های اسلام در جهاد نرم معطوف به سطح میانی جامعه است و دیپلماسی عمومی و سخن با افکار عمومی، مد نظر شریعت اسلامی است. هدف اسلامی در مواجهه نرم (جهاد نرم) دعوت و هدایت تمامی مردم است.

کلید واژه: جنگ نرم، جهاد نرم، دفاع نرم.

## مقدمه

یکی از اصطلاحاتی که اخیراً در ادبیات سیاسی، فرهنگی، اجتماعی ما مطرح شده است و در سال‌های اخیر بارها توسط روشن‌بینان و آگاهان سیاسی، خصوصاً رهبر معظم انقلاب اسلامی مورد توجه قرار گرفته است، واژه «جنگ نرم» است. قبل از ورود به مبحث اصلی می‌بایست

\* مدرس حوزه و پژوهشگر علوم انسانی

مبادی تصویریه جنگ نرم شامل تعریف، پیشینه تاریخی، دلائل، ابزار و روش‌های آن می‌پردازیم. اصطلاح جنگ نرم که در مقابل جنگ سخت به کار می‌رود با مناقشات فراوانی در تعریف همراه است و تعریف جامع مورد پذیرش همگان درباره آن وجود ندارد. برداشت افراد و گروه‌های مختلف از این اصطلاح متفاوت است. جان کالینز، نظریه‌پرداز دانشگاه ملی جنگ آمریکا، جنگ نرم را استفاده طراحی شده از تبلیغات و ابزارهای مربوط به آن برای نفوذ در مختصات فکری دشمن با توسل به شیوه‌هایی که موجب پیشرفت مقاصد امنیت ملی مجری می‌شود، می‌داند. همچنین ارتش ایالات متحده در آیین رزمی خود، آن را این‌گونه تعریف کرده است: جنگ نرم، استفاده دقیق و طراحی شده از تبلیغات و دیگر اعمالی است که منظور اصلی آن تأثیر گذاری بر عقاید، احساسات، تمایلات و رفتار دشمن، گروه بی‌طرف و یا گروه‌های دوست است به نحوی که برای برآوردن مقاصد و اهداف ملی پشتیبان باشد. معروف‌ترین تعریف در این باره را به جوزف نای، پژوهشگر برجسته آمریکایی در حوزه قدرت نرم نسبت می‌دهند. وی در سال ۱۹۹۰ میلادی در مجله سیاست خارجی شماره ۸۰، قدرت نرم را «توانایی شکل‌دهی ترجیحات دیگران» تعریف کرد. تعریفی که قبل از وی پروفیسور حمید مولانا در سال ۱۹۸۶ در کتاب *اطلاعات و ارتباطات جهانی؛ مرزهای نو در روابط بین‌الملل* به آن اشاره کرده بود. با این وجود مهم‌ترین کتاب در حوزه جنگ نرم را جوزف نای در سال ۲۰۰۴، تحت‌عنوان *قدرت نرم؛ ابزاری برای موفقیت در سیاست جهانی* منتشر کرد. مقام معظم رهبری در بیان ماهیت جنگ نرم چنین فرموده‌اند: «جنگ نرم یعنی جنگ به وسیله ابزار فرهنگی، به وسیله نفوذ، به وسیله دروغ، به وسیله شایعه‌پراکنی، با ابزارهای پیشرفته‌ای که امروز وجود دارد، ابزارهای ارتباطی که ده سال قبل، پانزده سال قبل و سی سال قبل نبود» (دیدار با بسیجیان ۱۳۸۸/۹/۴). با توجه به تعاریف فوق جنگ نرم را می‌توان هرگونه اقدام نرم، آهسته، روانی و تبلیغات رسانه‌ای که جامعه هدف را نشانه گرفته و بدون درگیری و استفاده از زور و اجبار به انفعال و شکست وا می‌دارد، تعریف کرد. جنگ فرهنگی، جنگ عقیدتی، جنگ روانی، جنگ سفید، جنگ رسانه‌ای، عملیات روانی، براندازی نرم، انقلاب نرم، انقلاب مخملی و رنگی از اشکال جنگ نرم است.

هر چند اصطلاح «جنگ نرم» اصطلاحی نوظهور در ادبیات جهان است اما جنگ نرم و مفاهیم همسان آن قدمتی به اندازه حیات بشری دارد. می‌توان ابلیس را به عنوان اولین بازیگر جنگ نرم معرفی کرد که بدون استفاده از هر گونه سلاح و زور و اجباری آدم (ع) و همسرش حوا را اغوا کرد و با فریب آنها را از بهشت برین بیرون راند.

البته قدیمی‌ترین روایت پیرامون جنگ نرم با استراتژی بشری را به نبرد کیدئون با ماد نسبت می‌دهند که در این جنگ، سپاهیان کیدئون با افزایش چندین برابری مشعل‌های لشکریان، باعث فریب و ترس مادها شدند و در نتیجه بدون هیچ درگیری به پیروزی دست یافتند.

با این وجود، جنگ نرم با مختصات تئوریک و اصطلاح امروزی خود بعد از شروع جنگ سرد و در اوج آن یعنی در دهه ۱۹۷۰ با مشارکت استادان برجسته علوم سیاسی و علوم

ارتباطات از جمله جوزف نای، هارولد لاسول، جان کالینز، اعضای برجسته آژانس اطلاعات مرکزی آمریکا (سیا) و فرماندهان ارشد پنتاگون با تأسیس مرکزی تحت عنوان (کمیته خطر جاری) طراحی، تدوین و عملیاتی شد که مهم‌ترین هدف آن بمباران تبلیغاتی علیه بلوک شرق و به ویژه شوروی بود. ظاهراً بعد از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی این کمیته به «کمیته صلح جاری» تغییر نام داد و همچنان فعال است و کانون تهاجمات روانی آن، جهان اسلام و به ویژه جمهوری اسلامی ایران و هواداران منطقه‌ای آن از جمله حزب‌الله، حماس و دیگر کشورهای همسوی راهبردی را در بر گرفته است.

از جمله دلایل استفاده قدرت‌های استعمارگر از جنگ نرم عبارت است از: ارزان بودن، بدون تلفات انسانی بودن، اثرگذاری بالا و تداوم، نبود فشار افکار عمومی، نداشتن مشکلات حقوقی و قضایی، چپاول و غارت بدون حضور فیزیکی، مبارزه با عقاید و فرهنگ ملت‌ها، استفاده از نیروهای خودی، آشکارنبودن مواضع، ابزارآلات و نحوه عملکرد دشمن و عدم مرزبندی مشخص است.

## تاکتیک‌های جنگ نرم

برای روشن شدن و دقیق‌تر نشان دادن گفتمان اسلامی در حوزه جنگ نرم لازم است برخی از تاکتیک‌های جنگ نرم را در گفتمان رقیب بیان کرد. برخی از این تاکتیک‌ها عبارتند از:

۱. **برچسب زدن:** بر اساس این تاکتیک، رسانه‌ها، واژه‌های مختلف را به صفات مثبت و منفی تبدیل کرده و آن‌ها را به آحاد یا نهادهای مختلف نسبت می‌دهند. گاهی هدف از این عملکرد، آن است که ایده، فکر یا گروهی محکوم شوند، برای آنکه استدلالی در محکومیت آن‌ها آورده شود (کلاتری، ۱۳۸۸). به عنوان مثال، رسانه‌های کشورهای غربی با منفی‌سازی (مفهوم بنیادگرایی Fundamentalism) و اطلاق آن به کشورهای اسلامی، سعی دارند چهره‌ای منفی از این کشورها در اذهان عمومی مخاطبین خود ایجاد کنند. برچسب‌زنی یا اسم‌گذاری (برچسب به یک فکر و یا عقیده زدن) برای تحریک به رد فکری و اندیشه‌ای بدون بررسی شواهد مورد استفاده قرار گیرد (ورنر و تانکارد، ۱۳۸۴: ۱۵۲). به عنوان مثال غربی‌ها به مقاومت مشروع مردم مظلوم فلسطین و لبنان، برچسب «تروریسم» می‌زنند و حمایت ایران از این مبارزین را حمایت از تروریسم می‌نامند و با تبلیغات رسانه‌ای افکار عمومی را دستکاری می‌کنند.

۲. **تلطیف و تنویر:** از تلطیف و تنویر (مرتبط ساختن چیزی با کلمه‌ای پرفضیلت) استفاده می‌شود تا چیزی را بدون بررسی شواهد بپذیریم و تصدیق کنیم (دهقان، ۱۳۸۴: ۱۵۸). رسانه‌های ارتباط جمعی از سویی مفهوم (حقوق بشر و آزادی) را پرفضیلت جلوه داده و از

سوی دیگر غرب را مهدآزادی و مدافع حقوق بشر قلمداد می‌کنند؛ در حالی که بیشترین نقض حقوق بشر و آزادی در این کشورها صورت می‌گیرد.

۳. **انتقال:** انتقال یعنی اینکه اقتدار، حرمت و منزلت امری مورد احترام، به چیزی دیگر برای پذیرفتنی‌تر کردن آن منتقل شود. استفاده از نمادهای مذهبی و یا ملی و انتساب به اشخاص و جریان‌هایی که مورد احترام توده‌های عمومی مردم هستند «تاکتیک انتقال» نامیده می‌شود. در این تاکتیک از ابزارهای گوناگون از جمله طنز، کایکاتور، داستان کوتاه، شعر و موسیقی و... استفاده می‌شود.

۴. **تصدیق:** تصدیق یعنی اینکه شخصی که مورد احترام یا منفور است بگوید فکر، برنامه یا محصول یا شخص معینی خوب یا بد است. تصدیق، فنی رایج در تبلیغ، مبارزات سیاسی و انتخاباتی است (دهقان، ۱۳۸۴: ۱۶۵). حمایت اشخاص معروف (سیاستمداران، هنرمندان، ورزشکاران، دانشمندان و...) و گروه‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی از فردی یا جریانی تصدیق نامیده می‌شود.

۵. **شایعه:** شایعه در فضایی تولید می‌شود که امکان دسترسی به اخبار و اطلاعات موثق امکان‌پذیر نباشد. به عبارتی شایعه در جایی ایجاد می‌شود که خبر نباشد و یا خبر از منابع موثق منتشر نشود. شایعه انتقال شفاهی پیامی است که برای برانگیختن باور مخاطبان و همچنین تأثیر در روحیه آنان ایجاد می‌شود. مطالب کلی شایعه باید حول محورهای اساسی و مهمی باشد که مخاطب نسبت به آن حساسیت بالایی دارد. هر شایعه در برگرفته‌بخش قابل توجهی از واقعیت می‌تواند باشد (تاکتیک تسطیح در شایعه‌سازی) ولی ضریب نفوذ آن بستگی به درجه ابهام و اهمیت آن دارد. در واقع هرچقدر شایعه پیرامون مسائل «مبهم» و «مهم» باشد همان مقدار ضریب نفوذ آن افزایش می‌یابد. با توجه به موضوع و جامعه هدف، شایعات گوناگونی تولید می‌شوند که عبارتند از شایعات تفرقه‌افکن، هراس‌آور، امیدبخش، آتشین، خزنده، دلفینی یا غواصی که به تناسب زمان تولید و بعد از تأثیرگذاری برای مدتی خاموش و دوباره با ایجاد زمینه‌های ذهنی لازم در جامعه، ایجاد می‌شود. در شایعه‌سازی از تاکتیک‌های گوناگون از جمله تسطیح، همانندسازی، برجسته‌سازی (بزرگنمایی) و... نیز استفاده می‌شود.

۶. **کلی‌گویی:** محتوای واقعی بسیاری از مفاهیمی که از سوی رسانه‌های غربی مصادره و در جامعه منتشر می‌شود، مورد کنکاش قرار نمی‌گیرد. تولیدات رسانه‌های غربی در دو حوزه سیاست داخلی و خارجی، مملو از مفاهیمی مانند جهانی شدن، دموکراسی، آزادی، حقوق بشر و... است. اینها مفاهیمی هستند که بدون تعریف و توجیه مشخص، در جهت اقناع مخاطبان در زمینه‌ای مشخص بکار گرفته می‌شوند (محمدی، ۱۳۸۴: ۴۵). در واقع کلی‌گویی عبارت است از ایجاد ارتباط نظر و عملی خاص با مفهومی ویژه تا مخاطب بدون



بررسی دلایل، شواهد و قرائن، آن نظر و عمل را بپذیرد. تاکتیک کلی‌گویی، تاکتیکی است که سعی می‌شود ذهن مخاطب متوجه حواشی و شاخ و برگ نشده و در رابطه با هسته مرکزی پیام، حساسیت نداشته و آن را بدون بررسی و کنکاش بپذیرد که به همین دلیل برخی این تاکتیک را بی‌حس‌سازی مغزی نیز می‌نامند. در بیانیه‌هایی که توسط دستگاه دیپلماسی کشورهای غربی منتشر می‌شود از این تاکتیک استفاده می‌کنند که ضمن کلی‌گویی به مقاصد و اهداف خود نایل شوند.

۷. **دروغ بزرگ:** این تاکتیک قدیمی که هنوز هم مورد استفاده فراوان است، عمدتاً برای مرعوب کردن و فریب ذهن حریف مورد استفاده قرار می‌گیرد. بدین معنی که پیامی را که به هیچ وجه واقعیت ندارد، بیان می‌کنند و مدام بر طبل تکرار می‌کوبند تا ذهن مخاطب آن را جذب کند. معروف‌ترین استفاده این تاکتیک در زمان آدولف هیتلر و توسط رئیس دستگاه تبلیغاتی نازی‌ها، گوبلز بوده است. گوبلز می‌گوید: دروغ هرچه بزرگ‌تر باشد، باور آن برای مردم راحت‌تر است (سلطانی و هاشمی، ۱۳۸۲: ۷۸). در زمان تبلیغات انتخابات ریاست‌جمهوری اخیر شایع شد که مبلغی حدود ۱۸ میلیارد دلار از کشور خارج و به شکلی به یکی از کشورهای همسایه وارد شده است. این دروغ به قدری بزرگ بود که برخی آن را باور کردند(!) در حالی که میزان درآمد سالیانه کشور از ۹۰ میلیارد دلار کمتر است و این حجم مالی یعنی چیزی حدود ۲۰ درصد درآمد کشور. این دروغ بزرگ که توسط رسانه‌ای ضد انقلاب ماساژ می‌شد، عده‌ای را به تردید و در مواردی به پذیرش آن واداشته بود.

۸. **پاره‌حقیقت‌گویی:** گاهی خبر یا سخنی مطرح می‌شود که از نظر منبع، محتوای پیام، مجموعه‌ای به هم پیوسته و مرتب است که اگر بخشی از آن نقل و بخشی نقل نشود، جهت و نتیجه پیام منحرف خواهد شد. این رویه رایج رسانه‌هاست که معمولاً متناسب با جایگاه و جناح سیاسی که به آن متمایل هستند، بخشی از خبر را نقل و بخشی را نقل نمی‌کنند. خبر هنگامی کامل است که عناصر خبری در آن، به شکل کلی مطرح شوند. اما چنانچه یکی از عناصر خبری شش‌گانه (که، کجا، کی، چرا، چه، چگونه) در خبر بیان نشود، خبر ناقص است. در تاکتیک پاره‌حقیقت‌گویی حذف یکی از عناصر به عمد صورت می‌گیرد و بیشتر اوقات عنصر «چرا» حذف می‌شود. نوع تیتراها و محتوای روزنامه‌ها و رسانه‌ها در مواقع سخنرانی مقامات عالی نظام نشانگر بهره‌گیری از این تاکتیک است.

۹. **انسانیت‌زدایی و اهریمن‌سازی:** یکی از مؤثرترین شیوه‌های توجیه حمله به دشمن به هنگام جنگ نرم و یا سخت، انسانیت‌زدایی است. چه اینکه وقتی حریف از مرتبه انسانیت خویش تنزیل یافت و در قامت اهریمنی در ذهن مخاطب ظاهر شد، می‌توان اقدامات خشونت‌آمیز علیه این دیو و اهریمن را توجیه کرد. در این تاکتیک با استفاده از برجسب زنی صفات منفی به

حریف از جمله دزد، قاتل، دروغگو و... به توجیه حملات و تهاجمات علیه رقیب می‌پردازند. قبل از حمله آمریکا به افغانستان و عراق، رسانه‌های ایالات متحده با استفاده از اخبار و القاب گوناگون تصویری مملو از رفتارهای تروریستی، وحشی‌گرانه و ضد انسانی از طالبان و صدام در ذهن مخاطبان خویش ایجاد می‌کردند به گونه‌ای که تروریست و صدام مترادف یکدیگر قلمداد می‌شدند.

۱۰. **ارائه پیشگویی‌های فاجعه‌آمیز:** در این تاکتیک با استفاده از آمارهای ساختگی و سایر شیوه‌های جنگ روانی از جمله کلی‌گویی، پاره‌حقیقت‌گویی، اهریمن‌سازی و... به ارائه پیشگویی‌های مصیبت‌بار می‌پردازند که بتوانند حساسیت مخاطب را نسبت به آن افزایش داده و بر اساس میل و هدف خویش افکار وی را هدایت کنند. از این تاکتیک در تبلیغات انتخاباتی استفاده می‌شود که نمونه‌های بسیاری از آن را می‌توان در انتخابات اخیر ریاست‌جمهوری برشمرد. ارائه اخبار و آمارهای آلوده به دروغ از وضعیت سیاسی، اقتصادی کشور و فاجعه‌آمیز بودن آینده کشور در صورت تداوم وضع موجود، ذیل این تاکتیک تعریف می‌شود. شعار تغییر نیز در این رابطه از سوی یکی از نامزدها پیگیری می‌شد.

۱۱. **قطره‌چکانی:** در تاکتیک قطره‌چکانی، اطلاعات و اخبار در زمان‌های گوناگون و به تعداد بسیار کم و به صورتی سریالی ولی نامنظم در اختیار مخاطب قرار می‌گیرد تا مخاطب نسبت به پیام مربوطه حساس شده و در طول یک بازه زمانی آن را پذیرا باشد.

۱۲. **حذف (سانسور):** در این تاکتیک سعی می‌شود فضایی مناسب برای سایر تاکتیک‌های جنگ نرم به ویژه شایعه خلق شود تا زمینه نفوذ آن افزایش یابد. در این تاکتیک با حذف بخشی از خبر و نشر بخشی دیگر به ایجاد سؤال و مهم‌تر از آن ابهام می‌پردازند و بدین ترتیب زمینه تولید شایعات گوناگون خلق می‌شود.

۱۳. **جاذبه‌های جنسی:** استفاده از نمادهای اروتیکال از تاکتیک‌های مهم مورد استفاده رسانه‌های غربی است به طوری که می‌توان گفت اکثر قریب به اتفاق برنامه‌های رسانه‌های غربی از این جاذبه در جهت جذب مخاطبان خویش به ویژه جوانان که فعال‌ترین بخش جامعه هستند، بهره می‌گیرند. در شرایطی فعلی مانکن‌ها از جمله افراد پردرآمد در غرب محسوب می‌شوند که در تبلیغات و آگهی‌های تجاری از آن‌ها بهره می‌گیرند. استفاده از گویندگان خبری با ظاهری اروتیکال از جمله مصادیق این تاکتیک تلقی می‌شود که ضمن جذب مخاطب، موجب ارتقاء سطح اثرپذیری پیام و غفلت از هسته مرکزی و ادبیات آن می‌شود.

۱۴. **ماساژ پیام:** در ماساژ پیام، از انواع تاکتیک‌های گوناگون از جمله حذف، کلی‌گویی، پاره حقیقت‌گویی، زمان بندی، قطره‌چکانی جنگ نرم استفاده می‌شود تا پیام بر اساس اهداف

تعیین شده شکل گرفته و بتواند تصویر مورد انتظار را در ذهن مخاطب ایجاد کند. در واقع در این روش، پیام با انواع تاکتیک‌ها ماساژ داده می‌شود تا از آن مفهوم و مقصودی خاص برآید.

**۱۵. ایجاد تفرقه و تضاد:** از جمله اموری که در فرآیند جنگ نرم مورد توجه واقع می‌شود، تضعیف از طریق تزییق تفرقه در جامعه هواداران و حامیان حریف است. ایجاد و القاء وجود تضاد و تفرقه در جبهه رقیب باعث عدم انسجام و یکپارچگی شده و رقیب را مشغول مشکلات درونی جامعه حامیان خود می‌کند تا از این طریق از اقتدار و انرژی آن کاسته و قدرتش فرسوده شود. ایجاد تفرقه و تضاد موجب ایجاد گسست شده و در جامعه‌ای که به لحاظ طبیعی این گسست‌ها وجود داشته باشند، تقویت می‌شوند؛ از قبیل گسست قومیت، مذهب، دین، جنسیت، زبان، نژاد. مهم‌ترین هدف این تاکتیک، ایجاد گسست بین مردم و نظام سیاسی است که باعث تزلزل و تنزل اعتماد عمومی مردم و مقبولیت و پذیرش رژیم سیاسی می‌شود. این تاکتیک به شدت مورد توجه بنگاه‌های خبرپراکنی و استخبار جهانی در مواجهه با جمهوری اسلامی ایران است و در چند ماهه اخیر بر شدت بهره‌گیری از آن افزوده‌اند.

**۱۶. ترور شخصیت:** در جنگ نرم بر خلاف جنگ سخت، ترور فیزیکی جای خود را به ترور شخصیت داده است. در زمانی که نمی‌توان و یا نباید فردی مورد ترور فیزیکی قرار گیرد، با استفاده از نظام رسانه‌ای و انواع تاکتیک‌ها از جمله بزرگ‌نمایی، انسانیت‌زدایی و اهریمن‌سازی، پاره حقیقت‌گویی و... وی را ترور شخصیت می‌کنند و از این طریق باعث افزایش نفرت عمومی و کاهش محبوبیت وی می‌شوند. دشمنان انقلاب و نظام اسلامی با استفاده از این تاکتیک و بهره‌گیری از ابزار طنز، کاریکاتور، شعر، کلیپ‌های کوتاه و... که عموماً از طریق اینترنت و تلفن همراه، پخش می‌شود به ترور شخصیت برخی افراد سیاسی و فرهنگی موجه و معتبر در نزد مردم می‌پردازند.

**۱۷. تکرار:** برای زنده نگه‌داشتن اثر یک پیام با تکرار زمان‌بندی شده، سعی می‌کنند این موضوع تا زمانی که مورد نیاز هست زنده بماند. در این روش با تکرار پیام، سعی در القای مقصودی معین و جانداختن پیامی در ذهن مخاطب دارند (سلطانی و هاشمی، ۱۳۸۲: ۵۸). تکرار از لحاظ روان‌شناسی در تشکیل عادت بسیار مفید است به ویژه اگر با دقت توأم باشد. بدون تکرار، تثبیت و تقویت دقیق‌تر، عادت میسر نخواهد شد. روش تکرار از قواعد خاصی پیروی می‌کند زیرا فاصله‌های تکرار، نباید چنان دراز باشد که سبب محو شدن آثار قبلی شود و نه چندان کوتاه باشد که ملال‌انگیز و خسته‌کننده شود (دادگران، ۱۳۸۲: ۵۹). به عبارت دیگر، تکرار مثل ضربه‌های پیاپی چکش است که سرانجام میخ را می‌کوبد و به داخل می‌راند. بنابراین فرستنده پیام امیدوار است که این شکل از ضربه زدن مداوم، باعث

دریافت نکات پیام شود. القاء دروغ بزرگ تقلب در انتخابات و تکرار آن، ذیل این تاکتیک تعریف و توجیه می‌شود. هزاران سایت اینترنتی همزمان با ده‌ها شبکه تلویزیونی غربی، با تکرار دروغ بزرگ، تقلب در انتخابات ریاست‌جمهوری دوره دهم، سعی در مخدوش کردن ذهنیت عمومی جامعه ایرانیان و تضعیف اعتماد ملی داشتند.

**۱۸. توسل به ترس و ایجاد رعب:** در این تاکتیک از حربه تهدید و ایجاد رعب و وحشت میان نیروهای دشمن، به‌منظور تضعیف روحیه و سست کردن اراده آنها استفاده می‌شود. متخصصان جنگ نرم، ضمن تهدید و ترساندن مخاطبان به طرق مختلف به آنان چنین القاء می‌کنند که خطرات و صدمه‌های احتمالی و حتی فراوانی بر سر راه آنان کمین کرده است و از این طریق، آینده‌ای مبهم و توأم با مشکلات و مصائب برای افراد ترسیم می‌کنند (شیرازی، ۱۳۷۶: ۷۸). در مواردی از تاکتیک توسل به ترس، برای انسجام و وحدت جبهه خودی در مقابل یک تهدید یا دشمن خارجی استفاده می‌شود. پیش از حمله ایالات متحده به عراق در مارس ۲۰۰۳ رسانه‌های آمریکایی تلاش تبلیغاتی گسترده‌ای انجام دادند که عراق به تولید جنگ افزارهای هسته‌ای می‌پردازد و حامی تروریسم است و با این شیوه سعی کردند تا افکار عمومی از رژیم سیاسی عراق و صدام حسین - که انسانیت‌زدایی شده بود- احساس ترس کند و برای حمله آمریکا توجیه‌سازی شود. از طرفی دیگر به شهروندان عراقی چنین القاء می‌شد که آمریکا دنبال تغییر رژیم سیاسی عراق - که حامی تروریسم است - بوده و به دنبال ایجاد فضای آزاد در جامعه عراق هست و خواهان تحقق دموکراسی برای آنان بوده و این جنگ مورد حمایت سایر کشورها و نیز سازمان ملل است. از سوی دیگر دستگاه تبلیغات روانی آمریکا به نیروهای عراقی هشدار داده بود که با بزرگ‌ترین و مخرب‌ترین تسلیحات نظامی جهان مورد هجوم قرار خواهند گرفت، بنابراین به سود آنها خواهد بود که تسلیم نیروهای متحد شده و کشورشان از شر صدام حسین رها شود. در حالی که عراق بعد از چند سال از سقوط صدام، هنوز درگیر بحران اختلافات داخلی است و مرکز پرورش تروریسم در منطقه شده است.

**۱۹. مبالغه:** مبالغه یکی از روش‌هایی است که با اغراق کردن و بزرگ‌نمایی یک موضوع، سعی در اثبات یک واقعیت دارد. کارشناسان جنگ روانی، از این فن در مواقع و وقایع خاص استفاده می‌کنند. غربی‌ها همواره با انعکاس مبالغه‌آمیز دستاوردهای تکنولوژیک خود و اغراق در ناکامی‌های کشورهای جهان اسلام سعی در تضعیف روحیه مسلمانان در تقابل با تمدن غربی دارند.

**۲۰. مغالطه:** مغالطه شامل گزینش و استفاده از اظهارات درست یا نادرست، مشروح یا مغشوش و منطقی یا غیرمنطقی است، به این منظور که بهترین یا بدترین مورد ممکن را برای یک فکر، برنامه، شخص یا محصول ارائه داد. متخصصین جنگ نرم، مغالطه را با تحریف

یکسان می‌دانند. این روش، انتخاب استدلال‌ها یا شواهدی است که یک نظر را تأیید می‌کند و چشم‌پوشی از استدلال‌ها یا شواهدی است که آن نظر را تأیید نمی‌کند (ورنر و تانکارد، ۱۳۸۴: ۱۶۷-۱۶۸).

۲۱. ادبیات مناسب: یکی از مسائل پر اهمیت در نبرد روانی، طراحی ادبیات مناسب است. ادبیاتی که ظاهری ارزشمند داشته باشد و متناسب با افکار، اندیشه‌ها و عقاید جامعه هدف باشد و به مرور زمان بر تمایلات و رفتارهای آنها تأثیر گذارد.

۲۲. الگوسازی از سبک زندگی غربی: یکی از مواردی که در دنیای امروز اهمیت دارد و دشمن با الگوسازی از سبک زندگی خود به صورت ناخودآگاه پایبندی ما را به ارزش‌های خود کاهش داده، ما را مجبور به تبعیت از ارزش‌های القایی می‌کند.

## اسلام و جنگ نرم

هرچند در ادبیات اسلامی و منابع اسلامی سخن از جنگ نرم و لفظی چون «حرب لین» یافت نمی‌شود و به نوعی جنگ تمام‌عیار با مختصات امروزی که برای اصطلاح جنگ نرم بر می‌شمارند اشاره‌ای نشده است اما از اصول و کلیات احکام کامل و مترقی اسلام می‌توان به نظر دین مبین اسلام درباره این جنگ و راهکارها و ایده‌های اسلام و مکتب تشیع نسبت به جنگ نرم پی برد. به زعم نویسنده این مقاله می‌توان تعالیم اسلام را از دو منظر تدافعی و تهاجمی به جنگ نرم تقسیم کرد و در دو حیطه دفاع و جهاد نرم از منظر اسلام سخن گفت که در ادامه به آن اشاره می‌شود:

### الف. دفاع نرم

اسلام (و حتی سایر ادیان الهی) از همان ابتدا به هجوم نرم طاغوت و طاغوتیان توجه بسیار داشته است و برای دفاع در برابر این تهاجم نرم و خاموش آن‌ها نکات و اصولی را به مؤمنین گوشزد می‌کند که رعایت بسیاری از آن‌ها را بر مؤمنین فرض و واجب دانسته است.

درباره اهمیت دفاع نرم تنها به این حدیث از امام باقر(ع) بسنده می‌کنیم که به تنهایی نشانگر اهمیت دفاع نرم است:

«سَلِّ الْبَاقِرُ مُحَمَّدُ بْنُ عَلِيٍّ عَاقِدُ الْأَسِيرِ الْمُؤْمِنِ مِنْ مُحَبِّبٍ مِنْ يَدِ الْغَاصِبِ يُرِيدُ أَنْ يُضِلَّهُ بِفَضْلِ لِسَانِهِ وَ بَيَانِهِ أَفْضَلُ أَمْ إِنْقَاذُ الْأَسِيرِ مِنْ أَيْدِي أَهْلِ الرُّومِ قَالَ الْبَاقِرُ أَخْبَرَنِي أَنَّ عَمَّنْ رَأَى رَجُلًا مِنْ خِيَارِ الْمُؤْمِنِينَ يَغْرُقُ وَ غُصْفُورَةً تَغْرُقُ لَا يَقْدِرُ عَلَى تَخْلِيصِهَا بِأَيِّهَامَا اشْتَغَلَ فَاتَهُ الْآخِرُ أَتَيْهَا أَفْضَلُ أَنْ يَخْلُصَهُ قَالَ الرَّجُلُ مِنْ خِيَارِ الْمُؤْمِنِينَ قَالَ عَاقِدُ مَا سَأَلْتُ فِي الْفَضْلِ أَكْثَرَ مِنْ بَعْدِ مَا بَيْنَ هَذَيْنِ إِنَّ ذَاكَ يُؤَفِّرُ عَلَيْهِ دِينَهُ وَ جَنَانَ رَبِّهِ وَ يُنْقِذُهُ مِنْ نِيرَانِهِ وَ هَذَا الْمَطْلُومُ إِلَى الْجَنَانِ بَصِيرٌ».

که حضرت در این بیان، فضیلت جهاد نرم و نجات مؤمنی که در دام زبان و بیان طاغوت قرار گرفته است را نسبت به نجات جان اسیر جنگ سخت با کفار مانند نجات گنجشک و

مؤمن می‌داند و فضیلت نجات از دام‌های نرم را بالاتر از نجات مؤمن در برابر گنجشک می‌داند.

راهبرد تدافعی اسلام را می‌توان به دو راهکار نرم و سخت تقسیم کرد که به برخی از این راهکارها اشاره می‌شود:

## ۱. راهکارهای نرم

### ۱.۱. اصل استماع

یکی از اصول اسلامی که رعایت آن برای مؤمنین ضروری است و از راهکارهای خنثی‌سازی عملیات نرم و جنگ روانی علیه مسلمین است اصل استماع است؛ این اصل که از اصول مسلم قرآنی است، مؤمنین را به استماع اخبار و اقوال مختلف و پیروی از بهترین آن‌ها دعوت می‌کند: «فَبَشِّرْ عِبَادَ الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَ أُولَئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَلْبَابِ».

پس بندگان مرا بشارت ده! همان کسانی که سخنان را می‌شنوند و از نیکوترین آن‌ها پیروی می‌کنند آنان کسانی هستند که خدا هدایتشان کرده، و آن‌ها خردمنداند (زمر: ۱۸).

که در آیه به شنیدن آزادانه و انتخاب هوشمندانه و از روی تفکر توجه داده شده است (مکارم شیرازی، ج ۱۹: ۴۱۲).

که این انتخاب احسن نیز ویژه مؤمنین است و آن‌هایی که ولایت الله را پذیرفته‌اند (طبرسی، ج ۸: ۷۷۰ و ج ۳: ۴۵۲).

### ۱.۲. اصل تبیین

یکی دیگر از اصل‌هایی که در اسلام وجود دارد و در دفاع از حریم نرم جامعه مؤثر و مهم است، اصل تبیین است. این اصل که در قرآن و روایات فراوان به آن تنبیه داده شده است مؤمنین را بر این می‌خواند که در اخبار و گزارش‌ها خصوصاً گزارش‌های مهم به تبیین و تحقیق بپردازند و بدون تحقیق و تبیین عمل نکنند و در نگاه اول خبر را صحیح ندانند و درنگ و تحقیق را سر لوحه کار خود قرار دهند و تا موضوع روشن و آشکار شود (علامه طباطبائی، ج ۱۸: ۳۱۱).

چنانچه قرآن کریم فرماید:

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ». ای کسانی که ایمان آورده‌اید! اگر شخص فاسقی خبری برای شما بیاورد، درباره آن تحقیق کنید، مبدا به گروهی از روی نادانی آسیب برسانید و از کرده خود پشیمان شوید! (حجرات: ۶).

### ۳-۱. اصل تولی و تبری

مهم‌ترین هدف دشمن در جنگ نرم، تصرف انسان است و این حاصل نمی‌شود جز با تصرف قلب‌ها و مدیریت حب و بغض که اسلام در این‌باره اهتمام و توجه جدی مصروف داشته است. و این اهمیت تا بدان حد است که در احادیث بسیاری به این مضمون اشاره شده است که دین جز حب و بغض نیست (قال الصادق (ع) هل الدین الا الحب و البغض شیخ حر عاملی ج ۱۵ ص ۱۲۸). و قرآن نیز در بیان صفات رسول (ص) و مؤمنان می‌فرماید:

مُحَمَّدٌ رَسُولُ اللَّهِ وَالَّذِينَ مَعَهُ أَشِدَّاءُ عَلَى الْكُفَّارِ رُحَمَاءُ بَيْنَهُمْ. مُحَمَّد (ص) فرستاده خداست و کسانی که با او هستند در برابر کفار سرسخت و شدید، و در میان خود مهربانند (فتح: ۲۹).

مدیریت حب و بغض که در اسلام به آن تولی و تبری می‌گویند از مهم‌ترین فروع دین مذهب تشیع است و یکی از اساسی‌ترین ارکان مذهب تشیع به‌شمار می‌آید. اسلام برای قلوب مؤمنین ارزش و احترام خاصی قائل است و از مؤمنین می‌خواهد هر حب و بغضی را در قلب خود جای نهد (القلب حرم‌الله فلا تسکن حرم‌الله غیرالله محمد باقر مجلسی ج ۶۷: ۲۵). بلکه حب و بغض آن‌ها الهی باشد (ر.ک باب وجوب الحب و البغض فی الله در جوامع حدیثی). و برای خدا و به مؤمنین توصیه شده است نسبت به کفار و دشمنان فکر و اندیشه خود تبری داشته باشند که تبری بالاتر از بغض است و معنای دوری و اجتناب را دارد که مرحله بعد از بغض است و تولی نیز قبول ولایت است و بالاتر است از حب و محبت (ر.ک معنای لغوی تولی و تبری در معاجم لغت).

### ۴-۱. اصل عدم دوستی با کفار

یکی دیگر از اصول اسلامی که رعایت آن باعث ایمن شدن مسلمین در برابر جنگ نرم دشمنان می‌شود، اصل عدم دوستی (ولایت) با غیرمؤمنین است. به این نکته در چندین آیه از قرآن کریم چون آیه ۵۷ سوره مائده اشاره شده که می‌فرماید:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا الَّذِينَ اتَّخَذُوا دِينَكُمْ هُزُوءًا وَلَعِبًا مِنَ الَّذِينَ أَوْتُوا الْكِتَابَ مِنْ قَبْلِكُمْ وَالْكُفَّارَ أَوْلِيَاءَ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ كُتُوبَكُمْ مُؤْمِنِينَ. ای کسانی که ایمان آورده‌اید! افرادی که آیین شما را به باد استهزاء و بازی می‌گیرند — از اهل کتاب و مشرکان — ولی خود انتخاب نکنید و از خدا پرهیزید اگر ایمان دارید! (مائده: ۵۷).

و روایات فراوانی از حضرات معصومین (علیهم السلام) ذکر شده است، و براهل ایمان لازم دانسته شده است تا از محبت و دوستی پنهان و آشکار، ظاهری و باطنی با آن‌ها که دین آن‌ها را به مسخره می‌گیرند و با آن‌ها دشمنی می‌کنند برحذر باشند.

چنانچه در قضیه‌ای امام معصوم (ع) اجازه اجاره حیوان یکی از شیعیان را به طاغوت ندادند؛ و در بیان علت فرمودند: به اندازه بازگشت حیوانات امید حیات و نصرت طاغوت را

داری که این مقدار از علاقه نیز (که گذرا و برای مصالح شخصی است) مورد تأیید اسلام نیست.

### ۱.۵. اصل عدم وابستگی

یکی از اصول اسلام اصل نفی سییل است؛ معنای این اصل آن است که مسلمین نباید کاری انجام دهند که کفار بر آنها سلطه داشته باشند و هرگونه وابستگی اعم از اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و... را باید از بین ببرند.

«لَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا» خداوند هرگز کافران را بر مؤمنان تسلطی نداده است (۱۴۱ انساء).

که اگر مسلمانان به این اصل عمل کنند و نیازهای فکری، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی خود را تأمین کنند، دیگر امکان جنگ نرم با مسلمین بسیار کاهش می‌یابد و در صورت حمله به مواضع اسلامی مسلمین با قواعد و توانایی‌های خود این مقابلات را دفع می‌کنند.

### الف. ۱-۶. اصل امر به معروف و نهی از منکر

اصل امر به معروف و نهی از منکر قوی‌ترین استراتژی دفاعی اسلام در برابر حملات نرم و وسوسه‌های شیطانی است. یکی از واجبات دین مبین اسلام که در مکتب اهل بیت (ع) تأکید فراوانی به آن شده است مسئله امر به معروف و نهی از منکر است؛ مسلمین با وجود این اصل هیچ‌گاه دچار خمودگی و بی‌توجهی نسبت به محیط پیرامون خود و جامعه اسلامی نمی‌شوند و با این عمل جامعه خود را نسبت به هجوم دشمنان بیمه می‌کنند. این اصل عامل دفع افکار و اعمال مخالف مشی جامعه اسلامی است و باعث هدایت فریب‌خوردگان و طرد گمراهان است و اجرای آن به استشهد قرآن باعث بهترین امت‌ها شدن است:

«كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ». شما بهترین امتی بودید که به سود انسان‌ها آفریده شده‌اند [چه اینکه] امر به معروف و نهی از منکر می‌کنید و به خدا ایمان دارید. و اگر اهل کتاب [به چنین برنامه و آیین درخشانی] ایمان آورند، برای آن‌ها بهتر است! [ولی تنها] عده کمی از آن‌ها با ایمانند، و بیشتر آن‌ها فاسقند، [و خارج از اطاعت پروردگار] (آل عمران: ۱۱۰).

که این اصل نسبت به همه افراد جامعه خصوصا نزدیکان (قو انفسکم و اهلیکم نارا و قودها الناس والحجاره، تحریم: ۶). و اطرافیان جاری است و دارای مراتبی است که تفرق‌لبی، دعوت لسانی، عملی، و بازدارندگی فیزیکی از مراتب آن است (ر.ک توضیح المسائل باب امر بالمعروف و النهی عن المنکر و کتب تفصیلی فقهی) که به دقت نسبت به همه موارد و همه اشخاص برنامه‌ریزی شده است.



## ۷. ۱. اصل وحدت

یکی از مواردی که اسلام بسیار به آن اهمیت می‌دهد حفظ وحدت جامعه مسلمان است. و از منظر بسیاری از بزرگان جامعه اسلامی، حفظ وحدت از اهم واجبات است. اهمیت وحدت در نگاه اسلام بسیار است، چنانچه به هم زدن وحدت جامعه اسلامی جرمی بزرگ در اسلام شمرده شده است و کسی را که از جماعت مسلمان فاصله بگیرد خارج از دین می‌داند.

در اهمیت وحدت همین بس که امیرالمؤمنین علی (ع) سال‌ها خانه‌نشینی را تحمل کردند تا وحدت مسلمان خدشه‌دار نشود و دشمنان از آن سوء استفاده نکنند و همچنین در ادبیات اسلامی تفرقه، دشمنی و عداوت از اعمال شیطان و خواست شیطانی معرفی شده است که مؤمنین باید اینگونه مسائل را در تمامی جامعه اسلامی از بین ببرند. چنانچه قرآن دستور می‌دهد:

«وَ اخْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعاً وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَاناً وَ كُنْتُمْ عَلَى شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُم مِّنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ». و همگی به ریسمان خدا [قرآن و اسلام، و هر گونه وسیله وحدت] چنگ زنید، و پراکنده نشوید! و نعمت [بزرگ] خدا را بر خود، به یاد آرید که چگونه دشمن یکدیگر بودید، و او میان دل‌های شما، الفت ایجاد کرد، و به برکت نعمت او، برادر شدید! و شما بر لب حفره‌ای از آتش بودید، خدا شما را از آن نجات داد. این چنین، خداوند آیات خود را برای شما آشکار می‌سازد شاید پذیرای هدایت شوید (آل عمران: ۱۰۳).

## ۸. ۱. اصل شناخت حق

یکی از مواردی که اسلام بر روی آن تأکید فراوان دارد و حضرات معصومین آن را بارها گوشزد کرده و مشی بر آن صراط را موجب حفظ دین و عدم گمراهی در شبهات دانسته‌اند، شناخت حق از مصادر حقیقی و اصلی آن است نه از افراد و جریان‌ها.

از منظر اسلام معیار حق، شناخت آن است، نه افراد زیرا افراد ممکن است در مواقع خاص بلغزند و بیراهه مشی کنند پس باید ابتدا حق را شناخت و با معیار حق درباره اعمال و رفتار افراد قضاوت کرد. چنانچه امیرالمؤمنین (ع) در جریان جنگ جمل به یکی از اصحاب که حیران مانده بود و صراط حق را گم کرده بود فرمودند:

«إِنَّ الْحَقَّ وَالْبَاطِلَ لَا يُغَرَّقَانِ بِالنَّاسِ وَلَكِنْ اغْرِفِ الْحَقَّ بِاتِّبَاعِ مَنْ اتَّبَعَهُ وَ الْبَاطِلَ بِاجْتِنَابِ مَنْ اجْتَنَبَهُ (مجلسی، ج ۲۲: ۱۰۵).

## ۹. ۱. اصل ولایت فقیه

یکی از خصوصیات مکتب تشیع، اتصال این مکتب از طریق ائمه (ع) به مکتب انبیاء الهی و خاتم پیامبران است. با این اتصال مردم با رجوع به امام در حوادث و اتفاقات خود را در برابر

هجوم دشمنان حفظ کرده و احکام و دستورات دینی خود را فرا می‌گیرند، در زمان غیبت امام معصوم (عج) نیز طبق فرموده معصومین باید به دین‌شناسان آگاه، خبری، مطیع امر خدا، مراجعه و به سخنان این دین‌شناسان پرهیزکار عمل کنند.

«فَأَمَّا مَنْ كَانَ مِنَ الْفُقَهَاءِ صَائِنًا لِنَفْسِهِ حَافِظًا لِدِينِهِ مُخَالِفًا عَلَى هَوَاهُ مُطِيعًا لِأَمْرِ مَوْلَاهُ فَلِلْعَوَامِّ أَنْ يُقَلِّدُوهُ» (مجلسی، ج ۲: ۸۸).

چنانچه در سه دهه اخیر به خوبی مشخص است این اصل متریقی اسلامی باعث شده است که دشمنان اسلام در تمامی هجمه‌های سخت و نیمه سخت و نرم خود علیه ملت ایران ناکام باشند، زیرا مردم ایران پیروی از علما و فقهای دین‌دار را چنانچه دستور شرع است بر خود لازم می‌دانند و پشتیبان ولایت فقیه هستند.

#### ۱.۱۰. اصل اعتماد به مؤمنین

همان‌طور که اسلام مؤمنین را به تبیین در اخبار فساد و بی‌اعتمادی به کفار فرا می‌خواند مؤمنین را به اعتماد نسبت به یکدیگر فرا می‌خواند و حتی در موارد شک نیز حکم به اعتماد و حمل بر احسن در کارهای مؤمنین می‌دهد؛ که این نکته هم در رابطه با مؤمنین نسبت به یکدیگر و هم رابطه آن‌ها با زمامداران و رهبران آن‌ها است که باید مؤمنین اصل را بر اعتماد و درستی رفتار یکدیگر در جامعه اسلامی قرار دهند و نباید حس بدبینی و شک در جامعه اسلامی حاکم باشد.

قرآن کریم همه مؤمنان را برادر هم می‌داند و می‌فرماید:

«إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلَحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَ اتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ». مؤمنان برادر یکدیگرند پس دو برادر خود را صلح و آشتی دهید و تقوای الهی پیشه کنید، باشد که مشمول رحمت او شوید! (حجرات: ۱۰).

#### ۱.۱۱. اصل علم آموزی

یکی از مواردی که اسلام به آن تأکید دارد علم‌آموزی مؤمنین است. قرآن برای علم عالمان جایگاه ویژه‌ای قائل است و می‌فرماید:

«قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُوا الْأَلْبَابِ بگو: آیا کسانی که می‌دانند با کسانی که نمی‌دانند یکسانند؟! تنها خردمندان متذکر می‌شوند! (زمر: ۹).

و اسلام تمامی مؤمنین از زن و مرد را دعوت به علم آموزی می‌نماید و پیامبر اسلام (ص) در این باره می‌فرماید:

«طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ وَ مُسْلِمَةٍ».

با این اصل دانش مسلمین هر روز بیشتر خواهد شد و در جامعه علم محور اسلامی دیگر مردم، فریب نیرنگ‌های دشمنان را نخواهند خورد و در برابر تهاجمات نرم آن‌ها مقاومت

خواهد کرد؛ و در برابر هجوم شبهات و شک‌ها به یقین خود پایبند خواهند بود و ذهن آن‌ها (که هدف جنگ نرم تصرف آن است) به تصرف دشمن در نمی‌آید.

## ۱.۱۲. اصل اجتناب از ضلال

یکی دیگر از اصولی که اسلام به آن توجه داشته است، عدم جواز مراجعه به مطالب ضاله و گمراه‌کننده برای عموم مؤمنین است؛ و اسلام آن‌هایی را که فاقد آگاهی و علم کافی و لازم هستند، از خواندن و گوش فرا دادن به مطالبی که فهم آن مطالب برای آن‌ها دشوار است و عامل گمراهی آنان می‌شود بازداشته است. و توجه به این مسائل را برای آنان حرام دانسته و نگاه‌داری این‌گونه وسایل گمراه‌کننده (که امروز یکی از مصادیق آن‌ها رسانه‌های ضاله است). را نیز جایز نمی‌داند.

## ۱.۱۳. اصل تقوا

یکی از مهم‌ترین تأکیدات اسلام به مسلمین حفظ تقوای الهی است؛ هرچند تقوا در نگاه اول تنها رابطه‌ی شخص با خدا، به نظر می‌رسد و ارتباط وثیقی با تهاجمات نرم ندارد اما رعایت این اصل خود عامل نجات انسان از بسیاری از گمراهی‌ها خواهد شد.

نفس و دشمنان با فریب شخص و وسوسه‌های مادی و توخالی نخواهد توانست انسان را از صراط حق منحرف سازند و قلب و ذهن او را به سمت تمایلات نفسانی سوق دهند.

«إِنَّ الَّذِينَ اتَّقَوْا إِذَا مَسَّهُمْ طَائِفٌ مِّنَ الشَّيْطَانِ تَذَكَّرُوا فَإِذَا هُمْ مُبْصِرُونَ». پرهیزکاران هنگامی که گرفتار وسوسه‌های شیطان شوند، به یاد [خدا و پاداش و کیفر او] می‌افتند و [در پرتو یاد او، راه حق را می‌بینند و] ناگهان بینا می‌گردند (اعراف: ۲۰۱).

و از جهت دیگر تقوای الهی (به شهادت قرآن) باعث ایجاد فرقان (قدرت شناخت حق از باطل) در مسلمین خواهد شد که با وجود فرقان گمراهی بسیار بعید است:

(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ تَقْوَا اللَّهَ يُجْعَلْ لَكُمْ فُرْقَانًا وَ يُكْفَرْ عَنْكُمْ سَيِّئَاتِكُمْ وَ يُغْفِرَ لَكُمْ وَ اللَّهُ ذُو الْفَضْلِ الْعَظِيمِ) (انفال ۲۹).

## ۱.۱۴. اصل شناخت دشمن

یکی از مهم‌ترین مسائل در جنگ نرم شناخت دشمن و علم به دشمن است. از آنجا که این جنگ جنگی خاموش و بی‌سروصداست شناخت دشمن در آن بسیار سخت است. اسلام درباره‌ی دشمنی شیطان و اصحابش و اینکه این دشمنی ریشه‌دار و ابدی است تذکرات فراوان داده است و می‌فرماید:

«وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ لِلْإِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِينًا». به بندگام بگو سخنی بگویند که بهترین باشد! چرا که [شیطان به وسیله سخنان ناموزون]، میان آن‌ها فتنه و فساد می‌کند. همیشه شیطان دشمن آشکاری برای انسان بوده است! (اسرا: ۵۳).

و مؤمنین را به تبعیت و قبول ولایت الله و اجتناب از ولایت طاغوت دعوت می‌کند؛ زیرا ولایت طاغوت نتیجه‌ای جز خواری و خذلان نخواهد داشت.

### ۱۵. ۱. اصل بصیرت

آگاهی یکی از شاه کلیدهای مبارزه با جنگ نرم است که در ادبیات دینی به آن توجه درخور شده است و روایات بسیاری درباره بصیرت (شناخت و آگاهی) و زمان‌شناسی در متون اسلامی به چشم می‌خورد. امام صادق (ع) نبود بصیرت را ناگوارتر از نبود بصر و بینایی می‌داند و می‌فرماید: «فقد البصر أهون من فقدان البصيرة». نبود بینایی بهتر از نبود بصیرت است (تمیمی آمدی: ۴۱).

و همچنین علت بسیاری از ناکامی‌ها و فریب‌ها در تاریخ اسلام را نیز می‌توان در بی‌بصیرتی جامعه آن روز مسلمین دانست.

### ۱۶. ۱. اصل پاسخگویی

یکی از مهم‌ترین روش‌های دفاعی در جنگ نرم پاسخگویی به شبهات و اشکالات مطرح شده از ناحیه دشمن است؛ که در دین اسلام به این مسئله توجه فراوانی شده است و اهل بیت (ع) مهم‌ترین وظیفه علما را پاسخگویی به شبهات وارده به دین می‌دانستند و شاگردان را برای این منظور تربیت می‌کردند و در نگاه معصومین (ع) این افراد که با زبان و فکر خود از دین دفاع می‌کردند از جایگاه بسیار بالایی برخوردار بودند و همیشه مورد توجه و اکرام اهل بیت قرار می‌گرفتند.

و این دفاع را اهل بیت (ع) بسیار با ارزش‌تر و مهم‌تر از دفاع از مرزهای فیزیکی جهان اسلام می‌دانستند و خود همواره در صف اول این دفاع بودند و به شبهات مختلف پاسخگو بودند. شیعیان توانمند را نیز به پاسخگویی به این مسائل تشویق و ترغیب می‌کردند و علما را محافظان مرزهای عقیدتی دین معرفی می‌نمودند. امام صادق (ع) در این زمینه می‌فرماید:

«عَلَمَاءُ شِيعَتِنَا مُرَابِطُونَ بِاللَّغْرِ الَّذِي يَلِي إِبْلِيسَ وَ عَفَارِيَتُهُ يَمْنَعُونَهُمْ عَنِ الْخُرُوجِ عَلَى ضَعْفَاءِ شِيعَتِنَا وَ عَنْ أَنْ يَتَسَلَّطَ عَلَيْهِمْ إِبْلِيسُ وَ شِيعَتُهُ التَّوَّاصِبُ أَلَا فَمَنْ انْتَصَبَ لَذَلِكَ مِنْ شِيعَتِنَا كَانَ أَفْضَلَ مِمَّنْ جَاهَدَ الرُّومَ وَ التُّرْكَ وَ الْخَزَرَ أَلْفَ مَرَّةٍ لَأَنَّهُ يَدْفَعُ عَنْ أَدْيَانِ مُحِبِّينَا وَ ذَلِكَ يَدْفَعُ عَنْ أَبْدَانِهِمْ» (مجلسی، ج ۲: ۵).

### ۱۷. ۱. اصل تقویت رسانه‌ای

یکی از مواردی که توجه به آن در زندگی معصومین (ع) به چشم می‌خورد توجه به تقویت رسانه‌ای است. چنانچه اهل بیت (ع) شعراء و شعر (که یکی از رسانه‌های تأثیرگذار آن زمان بودند) را مورد توجه قرار می‌دادند و برای اشاعه شعر و رسانه دینی آن زمان تلاش می‌کردند. به شعرا صله می‌دادند و نیز توجه معصومین به کلام فصیح و بلیغ (که رسانه آن زمان بود) از

شواهد تاریخی بر این نظر است. و همچنین معصومین(ع) به رساندن سخنانشان به غایبین و دیگر افراد توصیه های فراوانی دارند.

### ۱.۱۸. اصل عدم تشبه به کفار

یکی از محرمات دین اسلام تشبه به کفار است که نشان می دهد اسلام حتی نمی خواهد در ظاهر، جامعه توحیدی تشبیه به جامعه کفر شود و مسلمانان باید از مظاهر کفر و کفار و حتی پوشیدن لباس های آن ها خودداری کنند که اگر این مراقبت صورت نگیرد اندک اندک عامل نفوذ فرهنگ کفر در جامعه خواهد شد. اسلام با جلوگیری از این کار، این مانع جنگ نرم و نفوذ فرهنگ کفر در جامعه اسلامی شده است.

### ۱.۱۹. اصل توجه به اصول

یکی از موارد مهم در جامعه اسلامی که در کلام معصومین به آن توجه شده است و در کلامی امیرالمؤمنین آن را عامل اضمحلال دولت ها می داند انصراف از اصول و موارد ضروری و توجه به فروع و امور بی ارزش است.

«يَسْتَدِلُّ عَلَى الْإِدْبَارِ الدُّوَلِ بِأَرْبَعِ تَضْيِيعِ الْأَصُولِ وَ التَّمَسُّكِ بِالْفُرُوعِ وَ تَقْدِيمِ الْأَرَاذِلِ وَ تَأْخِيرِ الْإِفَاضِلِ».

سرنگونی حکومت ها چهار علت دارد: ضایع کردن اصول، تمسک به فروع، کنار گذاشتن با فضیلتان و مقدم داشتن بی مایگان (خوانساری، ج ۶: ۴۵۰).

این انصراف از اصول و توجه به فروع یکی از شگردهای دشمن در جنگ نرم است که با اغفال اذهان از مسائل مهم، توجه آن ها را به مسائل فرعی و غیر ضروری جلب می کند. اسلام در برابر این هجمه به مؤمنین دستور داده است تا به اصول پایبند باشند و اهم و مهم یکی از مهم ترین معیارهای اسلامی است که مؤمنین بایست نسبت به آن حساس باشند.

### ۲. دفاع سخت

همچنین اسلام برای دفاع در برابر جنگ نرم دشمنان اصول سختی را هم پیش بینی کرده است که در شرایطی مؤمنان باید این راهکارها را به کار برند.

این راهکارها را نیز تحت سه اصل بیان کرده ایم که عبارتند از:

#### ۱. ۲. اصل ارتداد

یکی از مواردی که اسلام برای مبارزه با جنگ نرم و همه گیر شدن تلفات این مبارزه در نظر گرفته است، حکم ارتداد است. در صورتی که فرد مؤمن (با شرایط مبسوط و مفصلی که در کتب فقهی ذکر شده است). از دین خود برگردد و یا یکی از اصول ضروری و حتمی دین الهی

را منکر شود. با بیان ارتداد خود موجب گمراهی دیگران شود باید جان او را گرفت و مراقب بود که این بیماری به سایرین سرایت نکند (ر.ک توضیح المسائل و کتب استدلالی باب ارتداد).

## ۲.۲. اصل امر به معروف و نهی از منکر

مرحله آخر امر به معروف و نهی از منکر برخورد فیزیکی و سخت است که در صورتی که فرد با روش‌های دیگر دست از عمل خلاف خود بر ندارد، مؤمنین به این وسیله او را از کار خود منع می‌کنند؛ و محیط جامعه اسلامی را از مظاهر بی‌دینی و منکر پاک می‌سازند تا دیگران به آن آلوده نشوند و محیط جامعه اسلامی محیطی سالم و سازنده باشد.

## ۲.۳. اصل برخورد با شبهه‌افکنان

یکی از دستورات دین مبین اسلام، برخورد سخت با شبهه‌افکنان است و بر متولیان جامعه اسلامی لازم است که با این افراد به سختی و خشونت رفتار و با تبعید، تعزیر و زندان، جامعه اسلامی را از لوث وجود آن‌ها پاک کنند.

و بسیاری از اصول نرم و سخت دیگری که اسلام برای مقابله با تهاجم نرم دشمنان در نظر گرفته است که از حوصله بحث خارج است.

## ب. جهاد نرم

حرکت فعالانه در حیطه قدرت نرم و مبارزه نرم با باطل از اصول جهاد اسلامی است؛ هرچند اسلام در جنگ سخت بسیار محتاطانه عمل می‌کند و غالب جنگ‌های اسلام در عصر معصومین (ع) جنگ‌های ناخواسته و تحمیل شده به اسلام است و اسلام به‌ندرت اقدام به جهاد ابتدایی کرده است. و برخی از فقها جهاد ابتدایی را صرفاً مخصوص زمان حضور معصوم و دستور ایشان می‌دانند و در کل اسلام با مبارزه سخت ابتدایی جز در موارد خاص موافق نیست. اما در مبارزه نرم که نام آن را «جهاد نرم» می‌گذاریم، اسلام بسیار فعال بوده است و ابتکار عمل را در این مبارزه در دست دارد.

پیامبر اکرم (ص) خود پرچمدار مبارزه نرم با کفر بودند و از ابتدای رسالت تا انتهای عمر شریف خود به مبارزه نرم می‌پرداختند؛ قرائت قرآن در مکه، دعوت به دین اسلام و سست کردن پایه‌های فکری، اجتماعی، فرهنگی کفار از اقدامات پیامبر اکرم (ص) بوده است. همچنین اقدام به تربیت مبلغان دین و حافظان قرآن و فرستادن آن‌ها به سایر بلاد را می‌توان از دیگر اقدامات نبی اعظم (ص) در حیطه جهاد نرم نام برد.

سایر حضرات معصومین نیز مجاهدان این طریق بودند و همواره با طاغوت و طاغوتیان به مبارزه و جهاد نرم می‌پرداختند و پایه‌های نظام طاغوت را سست می‌کردند؛ این جهاد نرم چنان برای طاغوتیان گران بود (با آنکه حضرات معصومین (ع) به جنگ سخت با آن‌ها نپرداخته

بودند) که جز امام اول و سوم، سایر ائمه شهید راه همین مبارزه بودند و می‌توان آن‌ها را شهید جهاد نرم معرفی کرد.

اهل بیت (ع) پیروان خود را نیز به مبارزه و جهاد نرم با طاغوت فرا می‌خواندند و ایشان را به ابلاغ پیام اسلام و مبارزه فکری- عقیدتی با طاغوت و طاغوتیان تشویق می‌کردند که به نمونه‌های آن اشاره خواهد شد.

در بحث جهاد نرم در اسلام به بحث‌ها و مشروعیت برخی از آن‌ها، ابزار و هدف از جهاد نرم در اسلام خواهیم پرداخت.

## ۱. روش‌ها

### ۱.۱. مشروعیت

اولین نکته که در روش‌ها و تاکتیک‌های اسلام در جنگ نرم یا همان جهاد لازم است مورد بررسی قرار گیرد مشروعیت یا عدم مشروعیت روش‌های مختلف جنگ نرم است. در این بحث می‌توان دو نظریه را مطرح کرد:

**الف. جواز استفاده.** برای این نظریه می‌توان به جواز «حرب خدعه» و به کارگیری نیرنگ در جنگ استناد کرد. قائلین به این نظریه می‌توانند به این دو حدیث استناد کنند:

«سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ ص يَقُولُ فِي يَوْمِ الْخَنْدَقِ الْحَرْبُ خُدْعَةٌ يَقُولُ تَكَلَّمُوا بِمَا أَرَدْتُمْ». شنیدم از پیامبر (ص) که می‌فرمودند: در روز خندق جنگ خدعه است. به آنچه می‌خواهید انجام دهید سخن بگویید.

«كَانَ مَعَ عَلِيٍّ ع فِي غَزْوَتِهِ أَنْ عَلِيًّا ع قَالَ يَوْمَ النَّقَى هُوَ وَمُعَاوِيَةُ (لَعَنَهُ اللَّهُ) بِصَفَيْنَ فَرَفَعَ بِهَا صَوْتَهُ يُسْمِعُ أَصْحَابَهُ وَاللَّهُ لَأَقْتُلَنَّ مُعَاوِيَةَ وَأَصْحَابَهُ ثُمَّ قَالَ فِي آخِرِ قَوْلِهِ إِنْ شَاءَ اللَّهُ خَفَضَ بِهَا صَوْتَهُ فَكُنْتُ قَرِيبًا مِنْهُ فَقُلْتُ لَهُ يَا أَمِيرَ الْمُؤْمِنِينَ إِنَّكَ حَلَفْتَ عَلَيَّ مَا قُلْتَ ثُمَّ اسْتَشْنَيْتَ فَمَا أَرَدْتَ بِذَلِكَ فَقَالَ إِنْ الْحَرْبُ خُدْعَةٌ وَأَنَا عِنْدَ الْمُؤْمِنِينَ غَيْرُ كَذُوبٍ فَأَرَدْتُ أَنْ أُحَرِّضَ أَصْحَابِي عَلَيْهِمْ لَكِنِّي لَا يَفْشَلُوا وَ لَكِنِّي يَطْمَعُوا فِيهِمْ فَأَفْتَهُمْ فَأَنْتَ تَنْتَفِعُ بِهَا بَعْدَ الْيَوْمِ إِنْ شَاءَ اللَّهُ». در جنگ صفین همراه علی (ع) حضور داشتم. هنگامی که حضرت با معاویه رو در رو شدند، حضرت با صدای بلند فرمود: به خدا سوگند معاویه را می‌کشم. سپس با صدای آرام فرمود: ان شاء الله. من نزدیک آن حضرت بودم. پس به ایشان عرض کردم یا امیرالمؤمنین (ع) شما برای سخن خود سوگند یاد کردید. سپس آن را به مشیت الهی موکول کردید، آیا قصد شما جدی نبود؟ حضرت فرمودند: جنگ محل نیرنگ است و من نزد مؤمنان دروغگو نیستم؛ خواستم به این وسیله یارانم را بر جنگ تحریک کنم تا سست نکنند و این نکته را بیاموز زیرا بعد از این به کارت خواهد آمد (تهذیب الأحکام، ج ۶: ۱۶۳).

که با این احادیث می‌توان جواز استفاده از ابزارها و تاکتیک‌های مختلف را در جنگ چه سخت و چه نرم ثابت کرد، هرچند این ابزار خود ابزار صحیحی نباشند. پس در جهاد نرم و سخت می‌توان از دروغ، شایعه، نیرنگ و... استفاده کرد؛ چنانچه در روایات به جواز خدعه در جنگ اشاره شده است. و فقها به جواز آن در کتب فقهی خود فتوا داده‌اند.

ب. **عدم جواز.** اما در مقابل، نظریه دوم وجود دارد که استفاده از هر روش و تاکتیکی را در جنگ نرم مورد قبول اسلام نمی‌دانند و در دفاع از این نظریه باید گفت: اولاً احادیث مطرح شده، مشروعیت هر نیرنگی را در حرب جائز نمی‌دانند بلکه این روایات الف. تکلم به آنچه اراده شده و ب. آهسته گفتن لفظ انشاءالله و توریه را جائز دانسته‌اند، که این دو روش مشروعیت سایر روش‌ها را اثبات نمی‌کند زیرا این دو روش محملی برای مشروعیت دارند؛ زیرا در اولی اراده هست و تکلم به مراد با مسامحه‌ای که خاص جنگ است صحیح است. و در روایت دوم حضرت امیر(ع) لفظ انشاءالله را فرمودند هر چند آهسته و این نوع خدعه‌ها را در نبرد می‌پذیریم نه هر نیرنگ و فریبی را.

ثانیاً این روایات بر فرض دلالت بر مدعا مخصوص جنگ سخت است و از آنجا که خلاف اصل است تنها در موردی که دلیل خاص برای آن وجود دارد (جنگ سخت) حجت است نه در سایر موارد مشابه.

همچنین این روایات با سخنان و سیره اهل بیت در جهاد نرم مخالف است و سیره قطعی ایشان بر عدم استفاده از روش‌های ناجوانمردانه و غلط در مبارزه خصوصاً مبارزه نرم بوده است؛ چنانچه امیر المؤمنین (ع) درباره سیاست باز بودن معاویه و اینکه او زیرک و نیرنگ باز است و ایشان از این امور نمی‌دانند فرمودند:

«لَوْ لَا أَتَى سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ (ص) يَقُولُ لَوْ لَأَنَّ الْمَكْرَ وَالْخَدِيعَةَ وَالْخِيَانَةَ فِي النَّارِ لَكُنْتُ أَمَّكَرَ الْعَرَبِ».

اگر نبود این فرمایش پیامبر که مکر و حيله و خیانت در آتش است، همانا من مکارترین اعراب بودم (صدوق: ۲۷۲).

که دلالت صریح بر عدم جواز استفاده از مکر، خدعه و خیانت در جهاد خصوصاً جهاد نرم دارد.

## ۲-۱. راهکارها و روش‌ها

پیامبر اکرم (ص) و اهل بیت اطهار ایشان در جهاد نرم راهکارها و روش‌هایی را داشته‌اند که برای مؤمنین قابل الگوبرداری است و در جهاد نرم، شیعیان بایست از این راهکارها استفاده کنند. این راهکارها را نیز در ذیل سه اصل بیان کرده‌ایم که عبارتند از:



### ۱. ۲. ۱. اصل جمع‌آوری منابع اسلامی

یکی از اموری که شخص پیامبر اسلام (ص) و ائمه معصومین به آن توجه داشته‌اند و عامل بسیار حیاتی و مؤثر در جهاد نرم است کتابت و جمع‌آوری قرآن و احادیث بوده است که با این عمل ضمن حفظ منابع برای دفاع نرم، مؤمنین می‌توانند از این منابع و متون غنی برای جهاد نرم استفاده کنند و با استفاده از این منابع دشمن را در جهاد نرم مقهور کنند. نمونه بارز این اهتمام را می‌توان در جمع‌آوری قرآن پس از رحلت پیامبر (ص) توسط امیرالمؤمنین علی (ع) دانست.

### ۱. ۲. ۲. اصل ابلاغ پیام به جهانیان

یکی از تاکتیک‌ها و روش‌های پیامبر (ص) و ائمه (ع) در جنگ نرم، ابلاغ پیام اسلام به نقاط مختلف جهان بود. یکی از جنبه‌های هجرت که یکی از دستورات اسلامی است، همین ابلاغ پیام و مبارزه نرم با کفر و طاغوت است؛ پیامبر اسلام و مسلمین از همان ابتدا به فکر جهاد نرم با کفر بودند. این مبارزه نرم و ابلاغ پیام به نقاط دیگر را پیامبر (ص) شخصاً انجام می‌دادند چنانچه رفت‌وآمد ایشان به شهرهای اطراف مکه چون طائف و... در ابتدای بعثت برای ابلاغ پیام اسلام در تاریخ مضبوط است.

همچنین هجرت مسلمانان به حبشه یکی دیگر از جلوه‌های این تاکتیک در جهاد نرم اسلامی بود. مناظره جعفرابن ابیطالب (سیدمحمدحسین حسینی همدانی، ج ۳: ۱۲۱) مسئول مهاجران حبشه با پادشاه نصرانی حبشه و قرائت سوره مریم و اعلام پیام اسلام، و زندگی مسلمانان در آن کشور باعث سست شدن پایه‌های فکری باطل آن سرزمین شد و بعدها مردم آن سرزمین به اسلام گرویدند و مملکت آن اسلامی شد و نیز نامه‌های نبی اعظم (ص) به پادشاهان سایر بلاد و دعوت ایشان به اسلام و نیز دعوت سایر ائمه از اطراف و اکناف جهان به اسلام از نمونه‌های این راهکار جهاد نرم در اسلام است.

همچنین از نمونه‌های دیگر این هجرت و ابلاغ پیام، هجرت اجباری ثامن الحجج از مدینه به مرو بود که می‌توان آن را آغاز حرکت تشیع در ایران به‌شمار آورد و حضرت علی (ع) در این راه با رساندن پیام راستین اسلام و جهاد نرم با طاغوت زمان عامل آغاز حرکت عظیم شیعی در اسلام شدند.

### ۱. ۲. ۳. اصل اعداد

وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَ مِنْ رِباطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَ عَدُوَّكُمْ وَ آخِرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَ مَا تَنْفَعُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يَوْفَ إِلَيْكُمْ وَ أَنْتُمْ لَا تَظْلَمُونَ. هر نیرویی در قدرت دارید، برای مقابله با آن‌ها [دشمنان] آماده سازید! و [همچنین] اسب‌های ورزیده [برای میدان نبرد]، تا به وسیله آن، دشمن خدا و دشمن خویش را بترسانید! و [همچنین] گروه دیگری غیر از اینها را که شما نمی‌شناسید و خدا آن‌ها را می‌شناسد! و هر چه

در راه خدا [و تقویت بنیه دفاعی اسلام] اتفاق کنید، به طور کامل به شما بازگردانده می شود، و به شما ستم نخواهد شد! (انفال: ۶۰).

در تفسیر قوه که در آیه آمده است. نکات مختلفی بیان شده است. برخی آن را تنها مربوط به ساز و برگ جنگ نظامی می دانند اما گروه دیگری از مفسرین نکته بین آن را به معنای آماده سازی هر نوع امکانات از قبیل سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و نظامی که موجب پیروزی در جنگ است می دانند. این تفسیر با روایات متفاوت این باب که هر کدام قوه را به مصداقی معرفی کرده اند نیز سازگارتر است (عروسی حویزی عبد علی بن جمعه، ج ۲: ۱۶۴-۱۶۵). که این آیه صریحاً به مؤمنین دستور آماده سازی توان خود را در تمامی زمینه ها برای مبارزه و ترساندن دشمنان خود (که این ترساندن، خود از ابزار جنگ نرم است) می دهد.

#### ۴. ۲. ۱. اصل بیان حقیقت

مهم ترین عامل قدرت نرم در اسلام و مهم ترین تاکتیک جهاد نرم برخلاف جنگ نرم بیان حقیقت است و اسلام با سلاح حقیقت به جهاد نرم می پردازد؛ و با آشنا کردن جامعه هدف با حقایق و واقعیت ها آن ها را به سمت خود دعوت می کند. و همه حقیقت دوستان عالم را با حقایق آشنا و به سوی اسلام دعوت می کند و با بیان واقعیت، پایه های طاغوت را سست می کند.

#### ۵. ۲. ۱. اصل تکیه بر فطرت

یکی از عواملی که به مسلمین در جنگ نرم کمک شایانی می کند، فطری بودن تعالیم عالیه اسلامی است و این تعالیم بر هر قلب آزاد و آزاده ای می نشیند و با هر فکر سلیمی سازگار است و این برای مسلمین یک فرصت عالی و مناسب است تا با ارائه آن، به جهاد نرم بپردازند و آزادگان عالم را از چنگال طاغوتیان نجات دهند.

#### ۶. ۲. ۱. اصل حفظ فرهنگ و قواعد اسلامی

یکی از تاکتیک های رهبران اسلام در جهاد نرم، استفاده از فرهنگ خود و عدم پیروی از قواعد و خط کشی های دشمن است که این مقارنه مثبت از ویژگی های دین اسلام است که در هر زمینه و جایگاهی و با هر دشمنی با مبانی و معیارها و اصول خود برخورد می کند و با تاکتیک ها، اهداف، و مبانی دشمن به جنگ او نمی رود بلکه همیشه ابتکار عمل و قاعده مبارزه را خود مشخص می کند و همیشه فعال است نه منفعل.

#### ۷. ۲. ۱. اصل ارزش علم و وظیفه علما

یکی از مواردی که در دین اسلام به آن تأکید فروانی شده است مسئله علم و علم آموزی است به طوری که ارزش آن بر همه واضح و مبرهن است. همین معیار علما در مکتب اسلام از جایگاه

بسیار والا و خطیری برخوردارند که یکی از مهم‌ترین وظیفه‌ی علما جهاد نرم با طاغوت و طاغوتیان است و امام علی (ع) در این باره می‌فرماید:

«وَمَا أَخَذَ اللَّهُ عَلَى الْعُلَمَاءِ أَنْ لَا يَقْرَءُوا عَلَى كُفَّةٍ ظَالِمٍ وَلَا سَعَبٍ مَظْلُومٍ». آنچه خداوند از علما پیمان گرفته است آن است که بر ظلم ظالمان و گرسنگی مظلومان صحه نگذارند (محمدباقر مجلسی، ج ۲۹: ۴۹۷). که مبارزه با ظلم و دفاع از مظلوم (با توجه به اینکه وظیفه‌ی علما دانسته شده است و مناسب ساحت علم و علما مبارزه نرم است) و جهاد نرم را بر علما لازم دانسته، آن را میثاق الهی معرفی می‌کند.

### ۸. ۲. ۱. اصل هدایت

یکی از توصیه‌های اسلام به مسلمین و بزرگترین دغدغه‌ی انبیاء و ائمه (ع) هدایت بشریت است و هدایت بشریت و تمام عالم از وظایف انبیاء و ائمه و علما و تمامی مسلمین (تا حد توانایی) است؛ این توجه به هدایت عالم، محرک اصلی مسلمین برای جهاد نرم است؛ زیرا مهم‌ترین راه هدایت، همان جهاد نرم است که باید مورد توجه مؤمنین باشد چرا که هدایت مردم وظیفه‌ی سنگین بر دوش مؤمنین است.

### ۹. ۲. ۱. اصل حضور فعال در مناظرات و مجامع

یکی دیگر از تاکتیک‌های اهل بیت در جهاد نرم حضور فعالانه‌ی آن‌ها در مناظرات و مجالس علمی و نیز تشویق شاگردان آگاه به حضور در این مجامع بود؛ هرچند در بسیاری از این مجالس و محافل اهل بیت (ع) به پاسخگویی می‌پرداختند اما در مواردی نیز معصومین (ع) و اصحاب آن‌ها فرصت را غنیمت شمرده به طرح سؤال و مسئله برای حضار می‌پرداختند و با چندکلام پایه‌های عقیده‌ی باطل را در هم می‌شکستند و به مبارزه با این تفکرات التقاطی می‌پرداختند.

### ۱۰. ۲. ۱. اصل تولید علم و تشکیل دانشگاه

یکی از اقدامات مهم اهل بیت که در زمینه جهاد نرم کاربرد فراوانی داشت تشکیل دانشگاه و تولید علم توسط حضرات معصومین (ع) خصوصاً امام باقر و امام صادق (ع) که ائمه با تربیت مجاهدان جبهه فرهنگی، اجتماعی، علمی، سیاسی باعث رونق این کارزار و حضور فعال مؤمنین در جهاد نرم بودند.

### ۱۱. ۲. ۱. اصل تربیت نیروهای توانمند

یکی از مواردی که همواره نبی اعظم (ص) و اهل بیت عصمت و طهارت به آن توجه داشته‌اند، تربیت شاگردان و نیروهای توانمند فکری - عقیدتی و فرماندهان دفاع و جهاد نرم بوده است که این شاگردان به جهاد نرم با طاغوت پرداختند.

## ۱۲. ۲. ۱. اصل دعا

یکی از ابتکارات عمل اهل بیت (ع) که در شخصیت امام سجاد(ع) تجلی بیشتری دارد، استفاده از سلاح دعا در برابر دشمن است؛ چنانچه تاریخ اسلام گواهی می‌دهد امام (ع) با همین سلاح اولاً به استواری پایه‌های فکری، فرهنگی اصحاب خود و استحکام قلب و ذهن آن‌ها پرداختند و ثانیاً به مبارزه با طاغوت مبادرت کردند که نتیجه آن سست شدن بنیان‌های حکومت اموی و فروپاشی این حکومت جائر بود.

## ۱۳. ۲. ۱. اصل دعوت در میدان مبارزه سخت

در میدان مبارزه نظامی نیز جهاد نرم از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است چنانچه در بسیاری از جنگ‌های پیامبر(ص) و امیرالمؤمنین (ع) و امام حسین(ع) حضرات یا خود و یا اصحاب مجهز به سلاح علم و دانش خود را برای دعوت دشمن و جهاد نرم با او به میدان می‌فرستادند تا با حجت ظاهره و باطنه با دشمن سخن بگویند که برخی از اصحاب ائمه (ع) نیز در همین راه به شهادت رسیدند و همچنین در تعالیم اسلامی است که اگر کافری و محاربی حتی در میدان جنگ و بحبوحه کارزار برای شنیدن سخن اسلام پا پیش گذاشت و اعلام آمادگی کرد، بر مسلمین لازم است تا امنیت او را فراهم کرده و سخن اسلام را در محیطی آرام به او گوشزد کنند. و اگر نپذیرفت نیز تحت‌الحفظ او را به میدان دشمن برسانند و اجازه تعدی به او را ندارند.

## سطوح جهاد نرم

در جهاد نرم مهم‌ترین سطح مبارزه (طبق تقسیمات اصطلاحی اشاره شده) سطح میانی است و دعوت اسلام و سایر ادیان الهی بیشتر شامل حال عامه مردم و توده‌های مردم است؛ برخلاف جنگ نرم که هدف اصلی آن سطح راهبردی است. و اصولاً سطح راهبردی جامعه هدف که به تعبیر قرآن «مَلَأَ» (انسان‌های چشم پرکن و دارای نفوذ) نامیده می‌شوند غالباً درمقابل جهاد نرم مسلمین و حق‌جویان مقاومت نشان می‌دهند زیرا با این جهاد جایگاه پوشالی آن‌ها به هم می‌خورد و دیگر توان استعمار دیگران را ندارند.

«قَالَ مُوسَىٰ رَبَّنَا إِنَّكَ آتَيْتَ فِرْعَوْنَ وَ مَلَأَهُ زِينَةً وَ أَمْوَالًا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا رَبَّنَا لِيُضِلُّوهُ عَنِ سَبِيلِكَ» (یونس: ۸۸).

به همین جهت است که بیشترین هم‌مسلمانان در جهاد نرم نیز باید شامل همین سطح باشد هرچند در تعالیم اسلامی به دو سطح راهبردی و تاکتیکی هم توجه شده است که نامه پیامبر اسلام و دعوت پادشاهان از همین قبیل است و توصیه‌های اسلام روحیه‌بخشی و از بین بردن روحیه دشمن در جنگ سخت و حربه خدعه نیز ناظر به سطح تاکتیکی این جهاد است (ر.ک. ملا محسن فیض، ج ۱۵: ۱۲۳).

## ابزار جهاد نرم

از منظر مکتب اسلام باید برای جهاد نرم از تمامی ابزار و رسانه‌های موجود استفاده کرد. در مکتب و سیره اهل بیت مشاهده می‌شود که حضرات معصومین به هنر، رسانه، ادبیات متناسب با افراد جامعه تأکید داشته‌اند که این هر سه ابزارهای اصلی جهاد نرم است.

توجه به هنر را می‌توان از قدردانی و نگاه ویژه اهل بیت به شعرا که هنرمندان آن زمان بودند درک کرد. اهتمام به رسانه را می‌توان از توجه حضرات معصومین به رسانه‌های نوشتاری، کتابت، گویندگی، فصاحت، بلاغت و... دریافت.

و درباره ادبیات مناسب نیز تأکیدات فراوانی در کلام و بیان اهل بیت موجود است که توجه خواص را به سخن لسان قوم خود فرا می‌خواند (کافی، ج ۱: ۱۰). در این باره به این کلام از حضرت رسول (ص) بسنده می‌کنیم:

«قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ص إِنَّا مَعَاشِرَ الْأَنْبِيَاءِ أُمَرْنَا أَنْ نُكَلِّمَ النَّاسَ عَلَى قَدْرِ غَوْلِهِمْ» به ما پیامبران فرمان داده شده است به اندازه فهم مردم با آن‌ها سخن بگوییم (کلینی، ج ۱: ۲۳).

## هدف جهاد نرم

هدف جهاد نرم خارج کردن انسان‌ها از ضلالت و گمراهی و هدایت آن‌ها به سوی نور است. «اللَّهُ وَلِيُّ الَّذِينَ آمَنُوا يُخْرِجُهُمْ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ وَ الَّذِينَ كَفَرُوا أُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ» خداوند، ولی و سرپرست کسانی است که ایمان آورده‌اند. آن‌ها را از ظلمت‌ها، به سوی نور بیرون می‌برد. [اما] کسانی که کافر شدند، اولیای آن‌ها طاغوت‌ها هستند که آن‌ها را از نور، به سوی ظلمت‌ها بیرون می‌برند آن‌ها اهل آتشند و همیشه در آن خواهند ماند (بقره: ۲۵۷).

مجاهدان این راه برای هدایت جمیع مردم تلاش می‌کنند و با هدف هدایت آن‌ها به فلاح و رستگاری به این جهاد می‌پردازند که هدف خلقت نیز همین است:

«وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنْ اعْبُدُوا اللَّهَ وَ اجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ فَمِنْهُمْ مَنْ هَدَى اللَّهُ وَ مِنْهُمْ مَنْ حَقَّتْ عَلَيْهِ الضَّلَالَةُ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكَذِّبِينَ» (نحل: ۳۶) و اسلام در جهاد نرم خواهان هدایت و روشنگری برای تمام جهانیان است.

## نتیجه‌گیری

یکی از راهکارهای تمامی قدرت‌ها برای مقابله با طرف‌های مقابل در دنیای امروز بهره‌گیری از قدرت نرم و جنگ نرم بر علیه طرف‌های مقابل است؛ هر چند در ادبیات اسلامی جنگ نرم با کلماتی مشابه به که مساوی با اصطلاح جنگ نرم در ادبیات سیاسی امروز باشد به چشم نمی‌خورد اما از اصول و دستورات مختلف اسلامی می‌توان به اهتمام خبری اسلام به این مقوله پی‌برد؛ در مقاله حاضر به مقوله قدرت نرم از دو منظر دفاعی و جهادی در اسلامی نگریسته

شده است؛ که با توجه به شمارش اصول و قواعد اسلامی در این دو مقوله می‌توان به اهمیت ویژه جنگ نرم از منظر آیات و روایات پی‌برد که نشان از توجه اسلام به دفاع در برابر جنگ نرم دشمنان دارد و اسلام در پی مصونیت بخشی به جامعه اسلامی (با قواعد و اصول مذکور در مقاله) است تا در تهاجم نرم دشمنان مقهور قدرت آنان نشده و ارزش‌های اسلامی دست برندارند؛ همچنین در حیطه جهاد نرم اسلامی مبارزه نرم با طاغوتیان را مبارزه اصلی، ضروری، ارزشی و تمام عیار می‌داند و مبلغین خصوصاً علما را به این جهاد مقدس دعوت می‌نماید و معتقد است که علما و می‌بایست آغازگران این مبارزه در جهان باشند و همه جهانیان را به معارف اسلامی دعوت نمایند و پایه‌های کفر را سست نپموده و با قدرت نرم اسلامی آن‌ها را از بین ببرند.

### پی‌نوشت

۱. یکی از انواع تقسیم‌بندی جنگ‌ها بر اساس صلابت و شدت آن‌هاست که از این جهت می‌توان آن را به سه نوع منازعه سخت، منازعه نیمه سخت و منازعه نرم تقسیم کرد. تفکیک اولیه منازعات از حیث صلابت، توسط جوزف نای صورت گرفت، و اکنون توسط اندیشمندان مختلف تکامل یافته است. به طور مشخص در طیف‌شناسی جنگ‌های مبتنی بر صلابت، جنگ سخت، نزاعی است که به شیوه نظامی، و با هدف پیروزی سستی از طریق اشغال و تصرف سرزمین دشمن صورت می‌گیرد. این نوع جنگ در عصر استعمار کلاسیک، عمده‌ترین نوع نزاع بود.

در دسته دوم، جنگ نیمه‌سخت قرار دارد که نزاعی است مربوط به عصر استعمار نو که در طی آن، به جای تصرف سرزمین دشمن با قدرت نظامی، به تصرف حکومت آن و ایجاد حکومت دست‌نشانده در کشور دشمن مبادرت می‌کردند. در واقع در جنگ نیمه سخت، با ترفندهای سیاسی، حکومت را به کسانی می‌سپردند که هر چند از شهروندان همان کشور بودند، اما برای دشمنان و قدرت‌های بیگانه کشور خود را اداره می‌کردند مانند حکومت ایران در عصر پهلوی. امروز البته جنگ نیمه‌سخت تصرف بازارها در رقابت اقتصادی، و تصرف حکومت‌ها در رقابت سیاسی را نیز در بر می‌گیرد. در دسته سوم، جنگ نرم قرار دارد که دکترین آن این است که به جای تصرف نظامی سرزمین دشمن و حکومت مستقیم بر آن، یا تصرف سیاسی و حکومت غیرمستقیم از طریق گماردن یک دولت دست‌نشانده در آن، می‌توان مردم آن کشور را تسخیر کرد و از طریق مردم دشمن بر آنان حکومت کرد. پرسش این است: راه تسخیر مردم به گونه‌ای که خود آنان خواسته‌های دشمن‌شان را محقق سازند چیست؟ این راه بسیار ساده و در عین حال دشوار است: تصرف قلب‌ها و سیادت بر ذهن‌ها. در دکترین جنگ نرم، قاعده این است که قلب و مغز افراد تصرف شود، آن‌گاه آن کسانی که قلب و ذهن‌شان تسخیر شد، در راستای اهداف دشمن خود عمل می‌کنند.

## منابع

- امام ابو محمد، حسن بن علی عسکری. التفسیر المنسوب الی الامام العسکری، مدرسه امام مهدی، قم، چاپ اول، ۱۴۰۹ ق.
- الامام الخميني، السيد روح الله الموسوي. توضيح المسائل (المحشى)، جزءان، مؤسسه النشر الإسلامی التابعة لجماعة المدرسين، قم المقدسه، الطبعة الثامنة، ۱۴۲۴ هـ. ق.
- الإمام الخميني، السيد روح الله الموسوي. تحرير الوسيلة، جزءان، مؤسسه دارالعلم، قم المقدسه، الطبعة الأولى.
- بحراني، سيدهاشم، البرهان في تفسير القرآن، بنياد بعثت، تهران، چاپ اول، ۱۴۱۶ ق.
- تميمي آمدی، عبدالواحد. تصنيف غرر الحكم و دُرر الكلم، اجلد، دفتر تبليغات، قم، چاپ اول، ۱۳۶۶ ش.
- الحسيني الخامنئي، السيد علي بن جواد. أجوبة الاستفتاءات، جزءان، الدار الإسلامية، بيروت، لبنان، الطبعة الثالثة، ۱۴۲۰ هـ. ق.
- حسيني همداني، سيد محمد حسين. انوار درخشان، كتابفروشي لطفی، تهران، چاپ اول، ۱۴۰۴ ق.
- الخوئي، السيد أبو القاسم الموسوي. صراط النجاة، ۳ أجزاء، مكتب نشر المنتخب، قم المقدسه، الطبعة الأولى، ۱۴۱۶ هـ. ق.
- خوانساري، آقا جمال الدين. شرح آقا جمال الدين خوانساري بر غرر الحكم، ۷ جلد، دانشگاه تهران، تهران، چاپ اول، ۱۳۶۶ ش.
- دادگران، محمد. افكار عمومي و معيارسنجي آن، تهران: مرواريد، ۱۳۸۲.
- سيد حسين، محمدی نجم. فصلنامه عمليات رواني، سال سوم، ش ۹، سال ۱۳۸۴.
- سلطانی محمد، هاشمی شهناز. پوشش خبری، تهران: انتشارات سيمای شرق، ۱۳۸۲.
- الشهيد الثاني، زين الدين بن علي بن أحمد العاملي. مسالك الأفهام إلى تنقيح شرائع الإسلام، ۱۵ جزء، مؤسسه، المعارف الإسلامية، قم المقدسه، الطبعة الأولى، ۱۴۱۳ هـ. ق.
- شيخ كليني. الكافي، ۵ جلد، اسلاميه، تهران، چاپ دوم، ۱۳۶۲ ش.
- شيرازی، محمد. جنگ روانی و تبليغات، مفاهيم و کارکردها. تهران، انتشارات نمايندگی ولی فقيه در سپاه، ۱۳۷۶.
- صاحب الجواهر (النجفی)، محمد حسن بن باقر بن عبد الرحيم، جواهر الكلام في شرح شرائع الإسلام، ۴۳ جزء، دار إحياء التراث العربی، بيروت، لبنان، الطبعة السابعة.
- طباطبایی سيد محمد حسين، الميزان في تفسير القرآن، دفتر انتشارات اسلامي جامعة مدرسين حوزه علميه قم، قم، چاپ پنجم، ۱۴۱۷ ق.
- طبرسي، فضل بن حسن. تفسير جوامع الجامع، انتشارات دانشگاه تهران و مدیریت حوزه علمیه

- قم، تهران، چاپ اول، ۱۳۷۷ ش.
- طبرسی، فضل بن حسن. مجمع البیان فی تفسیر القرآن، انتشارات ناصر خسرو، تهران، چاپ سوم، ۱۳۷۲ ش.
- الطوسی، أبو جعفر محمد بن لحسن. تهذیب الأحکام، ۱۰ أجزاء، دار الکتب الإسلامیه، طهران، ایران، الطبعة الرابعة ۱۴۰۷ هـ. ق.
- عاملی، محدث. تفصیل وسائل الشیعه إلى تحصیل مسائل الشریعه، ۳ جلد، آل البيت، قم، چاپ اول، ۱۴۰۹ ق.
- عروسی حویزی، عبدعلی بن جمعه. تفسیر نور الثقلین، انتشارات اسماعیلیان، قم، چاپ چهارم، ۱۴۱۵ ق.
- علامه مجلسی. بحار الأنوار الجامعة لدرر أخبار الأئمة الأطهار، ۴۲ جلد، اسلامیه، تهران، چاپ: مکرر، مختلف.
- عیاشی، محمد بن مسعود. کتاب التفسیر، چاپخانه علمیه، تهران، ۱۳۸۰ ق.
- الفاضل اللکرانی، محمد الموحدی. الأحکام الواضحه، فی جزء واحد.
- الفیض الکاشانی، محمد محسن بن الشاه مرتضی ابن الشاه محمود، الوافی، ۲۶ جزء، مکتبه الإمام أميرالمؤمنین علی علیه السلام، أصفهان، ایران، الطبعة الأولى، ۱۴۰۶ هـ ق.
- قرآن کریم.
- کلانتری، مریم. سایت مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه ای همشهری.
- مکارم شیرازی، ناصر. تفسیر نمونه، دارالکتب الإسلامیه، تهران، چاپ اول، ۱۳۷۴ ش.
- ورنر سورین، جیمز تانکارد. نظریه های محورهای ارتباطات، ترجمه دکتر علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم، ۱۳۸۴.



## مختصات جنگ نرم در دیدگاه رهبری انقلاب اسلامی

نوشته

هادی بلالی\*

### چکیده

رویارویی مستکبرین و مستضعفین قدمتی به طول تاریخ داشته است و این دو گروه به درازای تاریخ به تقابل و منازعه با یکدیگر برخاسته‌اند. در عصر کنونی تقابل فرهنگ این دو گروه به نمایندگی جمهوری اسلامی ایران و استکبار جهانی (آمریکا و صهیونیسم) در حال شکل‌گیری است. به دلیل عدم قدرت در جنگ نظامی و سخت علیه جمهوری اسلامی، دشمنان این کشور به جنگ نرم و تهاجم فرهنگی و سیاسی و اجتماعی روی آوردند تا با سست کردن پایه‌های اعتقادی و فکری و فرهنگی مردم و مسئولان نظام مقدس جمهوری اسلامی به اهداف شوم خود دست یابند.

در این جنگ فضا، سلطه انگیزه‌ها و اهدافی چون استحاله، براندازی و بی‌ثباتی را پیگیری می‌کند، در شرایطی که دشمنان ابزارها و شیوه‌هایی برای پیشبرد اهداف خود به کار گرفته‌اند که از آن جمله ابزار رسانه‌ها و تبلیغات گسترده علیه نظام اسلامی است. در این میان وظیفه مردم و مسئولان جمهوری اسلامی نیز از طریق راه‌های مقابله با تهاجم فرهنگی غرب قابل تأمل است. در این نوشتار به بررسی انگیزه‌ها، اهداف، شیوه‌ها و ابزار تهاجم غربی و جنگ نرم و راه‌های مقابله با آن پرداخته‌ایم.

کلید واژه: جنگ نرم، براندازی نرم، استحاله فرهنگی، جنگ روانی.

### مقدمه

اولویت اول کشور طبق فرمایشات مقام معظم رهبری در سال ۱۳۸۸ مسئله جنگ نرم بوده است که اهمیت آن با توجه به سابقه تاریخی بحث روشن‌تر می‌شود. رویارویی مستکبرین و مستضعفین، قدمتی به طول تاریخ خلقت داشته است و در قرآن کریم نیز شواهد تاریخی بسیاری بر این امر وجود دارد. اما با توجه به موضوع این نوشتار، از

\* مدرس حوزه و پژوهشگر علوم اسلامی

پرداختن تخصصی به وقایع تاریخی دوری کرده و سعی داریم به بررسی و تحلیل معارضه و جنگ نرم در عصر حاضر بین استکبار جهانی و انقلاب عظیم جمهوری اسلامی ایران بپردازیم و بدانیم که پیروزی در این جنگ شرط ناکامی استکبار جهانی در مقابل انقلاب عظیم مردم ایران خواهد بود (سخنرانی مقام معظم رهبری، ۱۳۷۵/۲/۲۶).

مقولهٔ تهاجم فرهنگی و جنگ نرم در پارادایم جنگ‌های کم‌شدت قابل فهم و تفسیر است چرا که تأکید و توجه در جنگ‌های کم‌شدت بر دستیابی به اهداف موردنظر از طریق کمترین میزان هزینه است (احمدی، ۱۳۸۸: ۱۳).

شاید در نگاه اول بین تهاجم فرهنگی و جنگ نرم فرقی وجود نداشته باشد ولی با اندکی تأمل روشن می‌شود که رابطه و نسبت بین این دو مفهوم، عموم و خصوص مطلق است؛ به این معنا که گسترهٔ مفهومی جنگ نرم فراگیرتر از تهاجم فرهنگی خواهد بود. تعبیر دیگر جنگ نرم علاوه بر بُعد فرهنگی، به‌خاطر ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و حتی بیولوژیک و محیط‌زیست، سازوکارهای متنوعی در مقایسه با تهاجم فرهنگی دارد که با توجه به پیشرفت‌های تکنولوژیک و در هم تنیده‌تر شدن روابط اجتماعی، جنگ نرم محدودهٔ عملیاتی بزرگ‌تری را شامل می‌شود.

جنگ نرم این است که یک مجموعهٔ سیاسی - اقتصادی، برای مقاصد سیاسی، اجتماعی و فرهنگی خودشان و برای اسیر کردن یک ملت، به بنیان فرهنگی و سیاسی و اقتصادی آن ملت هجوم می‌برند. در این تهاجم دشمن سعی می‌کند موارد بد و ناپسند فرهنگ خود را به کشور مقابل تحمیل کرده و فرهنگ خودی آن کشور را ریشه‌کن کند (همان: ۲۱).

## اهمیت و ضرورت

ملتی که در مقابل ابرقدرت‌های دنیای خود قد علم کرده است و در عرصه‌های نظامی پیروز شده است، نباید احساس کند که دوران مجاهدت و هوشیاری به پایان رسیده است که امیرالمؤمنین علی (ع) فرمودند: «مَنْ نَامَ لَمْ يَنْمُ عَنْهُ» که اگر تو در سنگر خوابت ببرد دشمن خوابش نمی‌برد و در صدد هجوم و حمله به تو خواهد بود (غررالحکم، ج ۲: ۱۱۲). وقتی دشمن نتوانست در عرصهٔ نظامی صدمه‌ای وارد کند، در عرصه‌های دیگر (سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اعتقادی) دست به کار خواهد شد و استراتژی ضربه زدن از درون را برای اهداف خود طراحی می‌کند (احمدی، ۱۳۸۸: ۲۷). جریان سلطه، سال‌ها برای اینکه نظام سیاسی، اقتصادی، اجتماع و سبک زندگی مطلوب خود را به جریان غالب یا همان الگوی برتر حیات تبدیل کند، برنامه‌های بسیاری را تدارک دیده و اجرا کرده است. این اقدامات همگی ذیل مفهوم «یکسان‌سازی» فرهنگی معنا می‌یابد و کسان‌سازی فرهنگی به معنای فرهنگ‌زدایی از جهان و حاکم کردن فرهنگ مطلوب جریان سلطه است.

در نهایت قابل ذکر است که این جنگ یک نبرد همه جانبه، تدریجی متناوب و متنوع و منعطفی است (سخنرانی مقام معظم رهبری، دیدار با فرماندهان ارتش، ۱۳۷۸/۱/۲۵). که اهداف داخلی آن دربرگیرنده فروپاشی و براندازی از درون (دیدار با مسئولان شورای تأمین سراسر کشور، ۷۹/۱۱/۲۵)، استحاله و بی‌ثبات سازی است (پیام به حجاج بیت‌الله الحرام، ۷۷/۱۲/۲۸). در این مقاله درصدد آنیم که به سؤالاتی مهم و حساس در حوزه منازعات نرم پاسخ دهیم؛ سؤالاتی چون:

- الف. انگیزه‌های استکبار جهانی از ایجاد جنگ نرم در سطح جهانی در مقابل نظام مقدس جمهوری اسلامی خاصه و دیگر نظام‌های مستقل موجود در دنیا چیست؟
- ب. دشمنان از این تهاجم و جنگ چه اهدافی را دنبال می‌کنند؟
- ج. ابزارهای دشمن در این جنگ تمام عیار کدامند؟
- د. دشمن از چه شیوه‌هایی برای تهاجم و مقابله با نظام اسلامی بهره می‌برد؟
- هـ. برای مقابله با دشمن و پیروزی در جنگ از چه راهکارهایی باید استفاده کرد؟
- روش ما در این مقاله روش مطالعه اسلامی با محوریت سخنان مقام معظم رهبری در طی دو دهه اخیر انقلاب اسلامی بوده است که تمامی نظرات مطرح شده در مقاله، اقتباس شده از بیانات معظم له بوده است.

## چارچوب نظری

چارچوب نظری این بحث با توجه به سؤالاتی که پیش از این ذکر شد، طراحی شده است تا با کاوشی در سخنان مقام معظم رهبری که حقیقتاً در شناخت مسائل فرهنگی، سیاسی و اجتماعی صاحب‌نظرند، به بهترین پاسخ‌های موجود برای سؤالات خود دست یابیم و این اولویت اول کشور (جنگ نرم) را به خوبی شناسایی کرده و در میدان عمل به کارگیریم.

## ۱. انگیزه‌های استکبار از جنگ نرم

### ۱.۱. ماهیت و هویت حکومت دینی

صحبت از چرایی جنگ نرم و تهاجم فرهنگی علیه نظام اسلامی مقوله‌ای چندان پیچیده و غامض نیست و با مراجعه به منابع تاریخی و فلسفه تاریخ و به‌طور خاص براساس تفکر ایدئولوژیک، می‌توان نزاع دائمی جبهه اهل حق با مستکبرین و ظالمین را مشاهده کرد.

در طول تاریخ تمام ادیان و آیین‌ها و همه مکاتب و فلسفه‌های اجتماعی متکی بر نوعی جهان‌بینی بوده‌اند. طبق جهان‌بینی الهی حق حکومت برای خداوند و مأذونین از جانب اوست که طبق ادله تفصیله، حکومت ولی‌فقیه در زمان غیبت امام معصوم از امور ضروری است. حکومتی که طبق موازین اسلام پایه‌ریزی شده است و ماهیت و هویت دینی دارد، یکی از

انگیزه‌های جنگ نرم نظام سلطه علیه انقلاب اسلامی است. حکومتی که معتقد است باید نظامی بر مردم حکومت کند که معتقد به نفی ظلم باشد، معتقد به نفی استبداد باشد و اصلاً هر نوع فهم و استبدادی را نفی کند و معتقد به نفی وابستگی اقتصادی و فرهنگی و سیاسی خودش به قطب‌های جهانی باشد و متکی و معتقد به مردم‌سالاری باشد (مقام معظم رهبری، سخنرانی در جمع دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی، ۸۲/۲/۳۱).

## ۲. ۱. بیداری اسلامی

مشکل اصلی جبهه استکبار حضور رو به گسترش دین اسلام در عرصه زندگی اجتماعی و سیاسی ملت‌هاست (مقام معظم رهبری، در دیدار با ائمه جمعه سراسر کشور، ۸۱/۷/۱۶). دشمنان اسلام ناب محمدی اعم از تفکرات الحادی، مادی و غیرالهی و تفکرات ظاهراً معنوی یا الهی اما در حقیقت التقاطی و تک بُعدی به ناچار به رویارویی با این تفکر که داعیه جهانشمولی دارد برخاسته‌اند. چرا که جریان انقلاب اسلامی با ایجاد موج بیداری در جهان مستضعفین در مدت زمان کوتاهی در سطح جهان گسترش یافته و قلوب ایشان را شیفته و مجذوب خود ساخت که مصادیق بارز آن مسئله فلسطین، لبنان، الجزایر، شمال آفریقا و... است که بدین ترتیب منافع حیاتی نظام سلطه در سرتاسر دنیا در تدریس حرکت‌های دادخواهانه انقلاب اسلامی قرار گرفت.

## ۳. ۱. الگوشدن انقلاب اسلامی ایران

ساطع شدن نور انقلاب اسلامی یا همان صدور انقلاب سبب شد موج بیداری اسلامی در دیگر ملت‌های محروم و مستضعف جهان و تلاش آن‌ها برای احقاق حقوق پایمال شده خویش فراگیر شود و ترس بر اندام مستکبرین بیفتد. در این میان ایران به عنوان کانون بیداری اسلامی و سرچشمه الهام‌بخش دیگر کشورها در صدر برنامه‌ها و توطئه‌های نظام سلطه قرار دارد چرا که این نهاد دیرپای (جمهوری اسلامی ایران) منافع آمریکا و صهیونیسم و دیگر جهانخواران را در سراسر دنیا تهدید کرده است، لذا در معرض دشمنی خشم‌الود و سراسیمه همه مراکز قدرت طلب جهان قرار گرفت (سخنرانی مقام معظم رهبری، پیام حج، ۸۷/۱۲/۲۶).

## ۴. ۱. ایجاد فرهنگ جدید بین‌المللی

اثرات انقلاب اسلامی به عرصه داخلی محدود نمی‌شود بلکه در عرصه بین‌المللی، یک فرهنگ جدید خلق کرده است (سخنرانی مقام معظم رهبری، در جمع دانشجویان شهید بهشتی، ۸۲/۲/۳۱). انقلاب اسلامی مروج گفتمان اقتدار اسلام و مسلمانان در عرصه بین‌المللی است و با استعانت از اصول اسلامی چون قاعده نفی سبیل «لن يجعل الله للکافرین علی المؤمنین سبیلاً» (سوره نساء: ۱۴۱) و دیگر اصول اسلامی توانسته است برای خودش و سرنوشت کشور و مردمش تصمیم‌گیری کند و حرف نو و تازه‌ای برای جهانیان داشته باشد (دیدار با نمایندگان

مجلس، ۷۹/۳/۲۹). در دنیایی که قدرت و ثروت نقش تعیین‌کننده‌ای دارد، نظام جمهوری اسلامی اثبات کرد که با اتکال به خداوند و اعتمادبه‌نفس می‌توان بدون وابستگی به بلوک شرق و غرب به مسیر خود ادامه داد.

## ۵. ۱. ایجاد تردید در نظام لیبرال دموکراسی غربی

دلیل دیگر و انگیزه دیگری که می‌توان برای رویارویی و نبرد پایان‌ناپذیر جمهوری اسلامی ایران و نظام سلطه بر شمرد، ترس نظام استکباری از تبدیل شدن مدل حکومت مردم‌سالاری دینی مبتنی بر اصل متریقی ولایت‌فقیه به الگوی جایگزین لیبرال دموکراسی غربی است. بدون شک رقم خوردن این اتفاق مهم پایانی بر حیات ایدئولوژیک غرب و خط بطلانی بر ادعای بی‌بدیل بودن الگوی حکومت سکولار به حساب می‌آید. چرا که فرهنگ اسلامی، لیبرال دموکراسی غرب را مورد تهدید قرار داده و ماهیت دموکراسی دروغین آن‌ها را افشا کرده است؛ به همین دلیل آمریکایی‌ها کینه شدیدی از این فرهنگ تعالی‌بخش به دل گرفته‌اند (در اجتماع مردم زاهدان، ۸۱/۱۲/۷).

## ۶. ۱. موقعیت استراتژیکی ایران

اهمیت انقلاب اسلامی به غیر از مکتبی و ایدئولوژیک بودن آن، از ناحیه وقوع آن در منطقه فوق استراتژیک خاورمیانه است چرا که خاورمیانه منبع اصلی تأمین انرژی فسیلی دنیا به حساب می‌آید و هرگونه تغییر در ساختار قدرت آن تأثیرات جبران‌ناپذیری بر روند تأمین و توزیع انرژی مورد نیاز صنعت درهم تنیده جهانی خواهد داشت. این اتفاق به معنای بر هم خوردن نظم اقتصادی دنیا به عنوان شریان حیاتی نظام سلطه است؛ جالب اینجاست که اتفاقاً عمده منابع انرژی منطقه خاورمیانه در حاشیه نوار شیعی این منطقه متشکل از ایران، عراق و سواحل شرقی عربستان است. البته جدا از موقعیت جغرافیایی خاورمیانه‌ای، ایران کشوری بزرگ و ثروتمند و برخوردار از منابع بسیار مهم زیرزمینی است. ذخیره‌های ارزشمند نفت و گاز، کشوری با جمعیت زیاد، مرز طولانی در خلیج فارس و دریای عمان و راه تقریباً منحصر غرب به آسیای میانه، همه انگیزه‌هایی است که ایران مورد توجه و طرف چالش آمریکا قرار دارد (در جمع دانشجویان دانشگاه شهیدبهبشتی، ۸۲/۲/۲۲).

## ۲. اهداف تهاجم

### ۲. ۱. براندازی نظام اسلامی

در حقیقت هدف غایی تمام فعالیت‌های دشمن براندازی است و آن عبارت است از تغییر ساختار حاکمیت جمهوری اسلامی ایران. به عبارت دیگر هدف نهایی از استحاله و بی‌ثبات‌سازی نیز در نهایت، براندازی ساختار مستقر در کشور هدف است. بر این اساس اگر برنامه‌های دشمن برای بی‌ثبات‌سازی کشور، به براندازی اصل ساختار هم منتهی نشود، حداقل

از این باب که سبب سست شدن پایه‌های نظام شده است می‌تواند مایه امیدواری دشمن باشد. از آنجا که آمریکا، با اسلام و اصل جمهوری اسلامی مخالف است و صریحاً از مخالفت با نظام حکومتی مبتنی بر دین سخن می‌گوید، هدف اصلی و غایی نظام سلطه افشاء می‌شود.

## ۲.۲. سلطه فرهنگی بر کشور

فرهنگ، مایه اصلی هویت ملت‌ها و ستون فقرات حیات و هویت یک ملت است. اگر فرهنگ در کشوری دچار انحطاط شود، و یا کشوری هویت فرهنگی خودش را از دست بدهد، دیگر نمی‌تواند منافع ملی خود را حفظ کند (سخنرانی مقام معظم رهبری، ۸۳/۲/۲۸). در این مرحله، دشمن از تهاجم فرهنگی بهره می‌برد و هدفش هم ریشه‌کن کردن فرهنگ ملی و از بین بردن آن است. تهاجم فرهنگی فرآیند نظام‌مند و هدف‌دار تزریق ویروس‌های فکری، اخلاقی و رفتاری از سوی جریان سلطه‌گر است که به منظور آلوده‌سازی، ایجاد مسمومیت و منفعل‌سازی جامعه موردنظر و در نهایت ایجاد، تداوم و گسترش سلطه فرهنگی در گروه و یا جامعه هدف صورت می‌گیرد (احمدی، ۱۳۸۸: ۱۹).

نظام استکبار، سلطه فرهنگی خود را بر گروه یا جامعه هدف از راه‌های مختلفی چون شکستن مرزهای اخلاقی، تشکیک در اعتقادات جوانان، گسست بین نسل کنونی و نسل قبلی انقلاب، فراموشی افتخارات گذشته و... پیگیری می‌کند.

## ۲.۳. استحاله نظام

استحاله به معنای خاصیت‌زدایی از تفکر انقلاب اسلامی و اسلام ناب است که نهایتاً به تغییر رفتار حکومت و جامعه منجر می‌شود. فرآیند استحاله عمدتاً در بسترهای فکری و فرهنگی محقق می‌شود و در این فضا دشمن تلاش می‌کند تا بر اندیشه افراد خصوصاً نخبگان جامعه که متشکل از گروه‌های مرجع، مسئولین نظام، نخبگان علمی، هنرمندان، شخصیت‌های سیاسی، علمی و روحانیون، خانواده‌های شهدا، چهره‌های متنفذ، ورزشکاران، دانشجویان، اجتماعات مذهبی و... تأثیر بگذارد تا بتواند جرأت اقدام را از آن‌ها بگیرد (سخنرانی مقام معظم رهبری، ۸۳/۲/۲۸). در واقع دشمن برای تحقق این هدف به جای درگیری مستقیم و فیزیکی با جامعه هدف به‌طور کاملاً پنهانی و خزنده بر اندیشه مردم و نخبگان آن جامعه تأثیر گذاشته و می‌کوشد گروه هدف به آنچه آن‌ها می‌خواهند فکر کنند و مهم‌تر این‌که آن‌گونه که آن‌ها می‌خواهند بیندیشند.

به‌طور کلی نتیجه و پیامدهای استحاله، تغییر گفتمان غالب جامعه از تفکر و اندیشه انقلاب به سوی اندیشه‌ها و فرهنگ غربی است. این امپراطوران بین‌المللی زر و زور به سردمداری آمریکا قصد تأثیرگذاری بر فکر و روحیه مسلمانان علاقه‌مند به جمهوری اسلامی در سراسر جهان و نیز ذهن و فکر مردم مؤمن ایران دارند که تداوم آن به تغییرات تمایلات و رفتارهای گوناگون سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی و در نهایت از خودبیگانگی و تغییر ذائقه در

رفتار ملی می‌انجامد. می‌خواهند محتوای جمهوری اسلامی را از بین ببرند، جهت‌گیری‌ها را عوض کنند و در مفاهیم مسلم و بینات انقلاب اسلامی خدشه ایجاد کنند ولو صورت آن محفوظ بماند (در حرم امام (ره)، ۸۳/۳/۱۴).

#### ۲.۴. هدف قرار دادن ایمان و اعتقادات مردم

نقطه‌ای که دشمن به آن امید بسته این است که بتواند اعتقادات و ایمان مردم را که موتور حرکت آن‌ها در گرده‌های سخت انقلاب اسلامی بوده است، خاموش کند و از مردم بگیرد (دیدار با اعضای ستاد نماز جمعه، ۸۱/۵/۶).

هدف از تهاجم فرهنگی علیه عقبه اعتقادی نظام اسلامی و ملت ایران را در نگاهی کلی می‌توان تغییر موازنه قدرت از فراگیری و سنگینی وزن تفکر اسلام ناب به سوی تفکرات الحادی و التقاطی نظیر لیبرال سرمایه‌داری، سوسیالیسم اسلامی، ناسیونالیسم ایرانی، کمونیسم اسلامی، اسلام سکولار، اسلام متحجر و ... بیان کرد.

از آنجا که انسان از یک سو دارای گرایش فطری به سمت کمال‌جویی است و از سوی دیگر در درون خود از دو ساحت دانی و عالی برخوردار است، در نتیجه اغوای انسان از طریق تزئین جلوه‌های دینی سبب می‌شود کمال‌جویی و در راه اعتقادات جان دادن در مسیر لذت‌طلبی و تمامیت‌خواهی قرار گیرد و این خود زمینه‌ای برای استعلا‌ی دشمنان بر یک جامعه و کشور است چرا که اگر اعتقادات انسان را از او سلب کردند دیگر او برای هیچ‌چیز از جان‌گذشتگی نخواهد کرد. آنان می‌خواهند مردم را نسبت به نظامی که برآمده از اعتقادات آنهاست دلسرد و ناامید کنند (دیدار با اعضای ستاد نماز جمعه سراسر کشور، ۸۱/۵/۶).

#### ۲.۵. نفی نظام مردم‌سالاری دینی

مردم‌سالاری یکی از ایده‌های جدید انقلاب اسلامی است که دشمنان ناب تحمل آن را ندارند، لذا برای مقابله با آن دست به هرکاری می‌زنند. سال‌هاست که استکبار پس از فروپاشی شوروی و اضمحلال نظام کمونیستی، این فکر را به جامعه تزریق کرده است که غایت آمال بشر، نظام لیبرال دموکراسی غربی است. برای سعادت بشر راهی غیر از آن وجود ندارد اما انقلاب اسلامی با ارائه یک ایده نو و جدید تمام معادلات جهانی را بر هم زد و به دنیا اثبات کرد که راه دیگری به نام مردم‌سالاری دینی وجود دارد که با تکیه بر آراء و نظرات مردم و اجراء احکام اسلام توسط فقیه اسلام‌شناسی می‌توان جامعه را به خوبی اداره کرد.

ولایت فقیه که در رأس نظام مردم‌سالاری دینی قرار دارد، یکی از اصول مترقی و نورانی اسلامی است که دشمن به خوبی آن را شناسایی کرده و ضربه‌زدن به آن را در اولویت اول خود قرار داده است تا بدین‌وسیله بتواند الگوی ارائه شده توسط انقلاب اسلامی را در هم شکند اما تا زمانی که این ملت از بن دندان به اسلام عقیده دارد، توطئه‌های دشمنان ممکن است برای مردم دردسر ایجاد کند اما نخواهد توانست این بنای مستحکماً متزلزل کند (سخنرانی مقام

معظم رهبری، دیدار با رئیس‌جمهور چین، ۸۱/۲/۱). با از دست دادن مردم‌سالاری دینی، انقلاب اسلامی اقتدار ملی خود را که در سایه اجراء احکام اسلام و تکیه بر آراء و نظرات مردم به دست آورده است، از دست خواهد داد. و آن زمان است که این چنین ملتی در مقابل تعرض بیگانگان توان دفاعی خود را از دست خواهد داد (سخنرانی مقام معظم رهبری، ۸۰/۸/۱۲).

## ۲.۶. جلوگیری از پیشرفت و سازندگی

رشد علمی کشور و دستیابی به فناوری‌های پیشرفته نمونه‌ای از شکوفایی استعدادهای ملت در نظام اسلامی است (دیدار با اعضای مجلس خبرگان، ۸۰/۱۲/۲۴). امروز آن دورانی است که کشور ما نیاز دارد با ابزار دانش و معرفت و تلاش علمی عقب‌افتادگی تحمیلی دوران طولانی سلطه استبداد جبران شود؛ دورانی که اجازه ندادند استعدادهای ملت شکوفا شود و نگذاشتند هویت اصلی و حقیقی این ملت خود را نشان بدهد و به تمام، این مردم را به خود وابسته کرده بودند اما اکنون پس از پیروزی انقلاب اسلامی، ملت به آن درجه از رشد علمی و سازندگی و خودکفایی رسیده است که دیگر نیازی به غرب نداشته باشد و این عدم وابستگی و پیشرفت و سازندگی دشمنان این نظام را به سختی آزرده خاطر کرده است (روزنامه جمهوری اسلامی، ۸۲/۷/۱۵).

## ۲.۷. تسلیم کردن ملت و دولت ایران

«لن ترض عنک اليهود و النصارى حتى تتبع ملتهم» (سوره بقره: ۱۲۰). طبق نص صریح قرآن‌کریم از اهداف اصلی دشمنان انقلاب اسلامی، تسلیم کردن و به زانو در آوردن مردم و دولت ایران است. استکبار جهانی به هیچ‌چیز جز دست برداشتن ملت و مسئولان نظام از حاکمیت ملی و ارزش‌های مورد قبول ملت ایران راضی نمی‌شوند. بنابراین اگر دولت‌ها مرعوب شوند و مردم نیز آن آگاهی و بصیرت خود را از دست دادند، مجبور خواهند بود در برابر دشمن قدم به قدم عقب‌نشینی کند و در نهایت در برابر تمام خواسته‌های دشمن تسلیم شوند (سخنرانی مقام معظم رهبری، دیدار با نمایندگان مجلس، ۸۲/۳/۸).

## ۲.۸. تسلط دوباره بر ایران

جریان شیطانی نظام سلطه در سه دهه به‌طور مستمر علیه انقلاب اسلامی ادامه داشته است و به اقتضای شرایط گوناگون رنگ و نشان‌های مختلفی به خود گرفته است و با توجه به شرایط زمانی مختلف استراتژی‌های متنوعی چون مذاکره و ایجاد رابطه را اتخاذ کرده است؛ ولی هدف واحدی که در پس این جریان تعقیب می‌شود، باز گرداندن ایران به وابستگی زمان پهلوی است تا بتوانند همچون گذشته بساط خود را بر سر سفره ایران بگسترانند و منافع استکباری خود را تأمین کنند (پیام به مناسبت بیستمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی، ۷۷/۱۱/۱۷).



به همین خاطر نظام سلطه به سرمداری آمریکا و صهیونیسم در اقداماتی ظالمانه به نام مبارزه با تروریسم در منطقه خاورمیانه صف‌آرایی کرده‌اند و هدف اصلی آن‌ها نیز تسلط بر منطقه، کنترل منابع نفتی، اشراف بر جمهوری اسلامی و دفاع از اسرائیل است.

### ۳. شیوه‌های تهاجم

#### ۳-۱. تقابل نظری

امروزه غرب و شرق به خوبی فهمیده‌اند که تنها نیرویی که می‌تواند آن‌ها را از صحنه بین‌المللی خارج کند، اسلام است. آن‌ها در این ده سال انقلاب اسلامی (۱۳۶۸) ضربات سختی از اسلام خورده‌اند و تصمیم گرفته‌اند به هر وسیله ممکن آن را در ایران که مرکز اسلام ناب محمدی است نابود کنند: اگر بتوانند با نیروی نظامی و اگر نشد با نشر فرهنگ مبتذل خود و بیگانه کردن ملت از اسلام و فرهنگ ملی خویش (صحیفه امام، ج ۲: ۳۲۳)، که این همان معنای تقابل نظری است معنی مبارزه با جمهوری اسلامی در صحنه اعتقاد، در زمینه فرهنگ و در زمینه مسائل اخلاقی و سیاسی البته قبلاً هم یک مبارزه جدی بود متها آن‌ها احساس کردند باید نقطه ثقل حملات خود را بر این نقطه متمرکز کنند. فکر کردند با مبارزه اعتقادی می‌توانند بخش عظیمی از این نیرو را فلج کنند (سخنرانی مقام معظم رهبری، در جمع دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی، ۸۲/۲/۳۱).

هدف از تقابل نظری و حمله اعتقادی امری معلوم و روشن است چون نظام جمهوری اسلامی نظامی متکی بر مردم است و مردم هم با ایمان و روحیه اعتقاد خودشان به این نظام علاقه‌مند و دلبسته‌اند و از آن دفاع می‌کنند دشمن این مسئله را متوجه است و اگر این ابزار را از دست نظام اسلامی خارج سازد، می‌تواند به راحتی به اهداف استعماری خود نایل شود (در جمع دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی، ۸۲/۲/۳۱).

تقابل نظری نظام سلطه با نظام جمهوری اسلامی راه‌های متعددی قابل اجراست:

#### ۱-۳. استحاله فکری در دو جریان سیاسی، فرهنگی و اعتقادی

برنامه نظام هژمونیک جهانی و جریان‌های مخوف و پنهان قدرت - ثروت در جهان، آن است که با به‌کارگیری شیوه‌های گوناگون به هدف خود برسد؛ هدفی مبنی بر این که هر انسان در هر نقطه‌ای از جهان همان‌گونه که نظام سلطه می‌خواهد بیندیشد و همان‌گونه که نظام استکبار جهانی می‌پسندد عمل کند. البته باید توجه داشت این یکسان‌سازی و از خودبیگانگی از جنبش فرهنگی بوده و ناملموس است چرا که اگر این یکسان‌سازی از سر اجبار و یا زور انجام می‌گرفت، مقاومت وسیعی در مقابل آن صورت می‌پذیرفت.

در توضیح روش‌های جنگ نرم دشمن، باید گفت برخی از این روش‌ها فراگیر بوده و در همه بخش‌های فرایند جنگ نرم و برای محقق ساختن تمامی اهداف عملیاتی و اساس جنگ نرم (استحاله، بی‌ثبات سازی، براندازی، مهار و انزوای جهانی) به کار گرفته می‌شوند. روش‌های به کارگرفته شده توسط دشمن در جنگ نرم عمدتاً براساس تکنیک‌های عملیاتی روانی بوده و از ابزارهای ارتباطی یا همان رسانه‌ها نهایت استفاده را به عمل می‌آورند.

### ۲. ۱. ۳. ترویج تفکرات انحرافی و اباحه‌گری

در راستای تقابل نظری فرهنگ سلطه با انقلاب اسلامی، استکبار جهانی به ترویج تفکرات انحرافی و اباحه‌گری روی آورده است. سعی کرده‌اند در مقابل تفکر اسلام ناب محمدی، تفکرات انحرافی از قبیل بهایی‌گری، بابی‌گری، شیطان‌پرستی، صوفی‌گری و درویش مسلکی را رواج دهند.

از دیگر راهکارها تزریق لابی‌گری و بی‌اعتنایی به اخلاق منضبط دینی و اسلامی است، کشانده شدن به هرزگی و لابی‌گری، اینها آن چیزهایی است که آن‌ها می‌خواهند (خطبه‌های نماز جمعه، ۷۹/۲/۲۳).

### ۳. ۱. ۳. ایجاد تشکیک در مبانی تفکرات دینی

دشمن تلاش گسترده‌ای را برای سست کردن باورهای دینی و انقلابی به مردم و ایجاد تشکیک در مبانی تفکرات دینی و انقلابی و اندیشه‌های ناب امام (ره) و دشمنی دستگاه‌های استکباری عالم با نظام اسلامی انجام می‌دهد (دیدار با اعضای مجلس شورای اسلامی، ۷۹/۱۱/۲۹). وقتی دین در یک جامعه باشد آگاهی و هوشیاری هست، احساس مسئولیت هم هست. دشمن در کمین نسل جوان است تا با فریب و اغوا او را از مسیر حق و حقیقت خارج کند (در اردوی بسیجیان علوی ۸۰/۸/۲۲).

### ۴. ۱. ۳. شبه‌افکنی

مخالفان جمهوری اسلامی با برنامه‌ریزی و اولویت‌بندی مسائل، بیش از هر زمان دیگری تلاش می‌کنند در موضوعات مختلف از جمله معارف و مبانی اسلامی، خلیقات صحیح جامعه؛ نظیر فداکاری و ایثار و مسائل ضروری مانند وحدت و همدلی جامعه شبهه و مناقشه ایجاد کنند (دیدار با ائمه جمعه سراسر کشور، ۸۰/۷/۱۷).

البته و بدون شک کار دشمن، ایجاد شبهه در اذهان جامعه است ولی قبل از این‌که شبهه‌ای را در جامعه مطرح کنند افکار عمومی را با غبار آلود کردن فضا و ممزوج کردن حق و باطل آماده می‌کنند: «بوخذ من هدا ضغث و من هدا ضغث فیميز جان» (نهج البلاغه، خطبه ۹۷).

### ۵. ۱. ۳. ترویج یأس و ناامیدی در مردم

دشمن پس از مطالعه کامل و جامعه وضعیت کشور و انقلاب اسلامی بعضی ضعف‌ها و کاستی‌هایی را که در مسائل معیشتی و اقتصادی مردم، عدالت‌خواهی، مسائل فرهنگی و... وجود دارد، بزرگنمایی می‌کند تا از این ره‌آورد اعتماد مردم را که بزرگ‌ترین سرمایه جمهوری اسلامی سلب و ایجاد شک و تردید کند و وقتی که اعتماد وجود نداشت و مردم نسبت به حاکمان و دولتمردان خود، آن اعتماد و اطمینان لازم را نداشتند نسبت به مسائل کشور بی‌اعتنا می‌شوند و مشارکت عمومی خود را کاهش می‌دهند. زمانی که مشارکت و حضور در صحنه توسط مردم ضعیف و کم‌رنگ شد، مشروعیت نظام دچار تزلزل خواهد شد و این همان هدف دشمنان است تا آن پشتوانه عظیم مردمی را با تبلیغات از بین ببرد (خطبه‌های نماز جمعه تهران، ۷۹/۱/۲۷).

و وقتی که مردم دچار یأس و ناامیدی شدند دیگر نسبت به گذشته پرافتخار خود اعتنایی نخواهند کرد و دچار واگرایی فرهنگی می‌شوند. این همان سم مهلک برای هر اجتماعی است که در نهایت وحدت و اتحاد ملی خود را در سایه یأس و ناامیدی از دست بدهد و نسبت به آینده خود نیز دچار تردید شود (سخنرانی در صحن حرم امام خمینی، ۷۹/۳/۱۴). مصایق بارز این‌که مردم توسط بیگانگان دچار یأس و ناامیدی شدند و در صحنه حاضر نشدند، نهضت مشروطیت و نهضت ملی شدن صنعت نفت است که در تاریخ به تمام مضبوط است.

### ۶. ۱. ۳. القاء تفکر جدایی دین از سیاست

از دیرباز و از زمانی که استعمار وارد کشورهای اسلامی شد، تمام تلاش سلطه‌گران و استعمارگران متوجه این مطلب بوده است که ابعاد سیاسی و اجتماعی عدالت‌خواهی و استقلال‌طلبی اسلام را از آن حذف کند و اسلام را به معنای تسلیم در مقابل حوادث، تسلیم در مقابل اشغالگر و تسلیم در مقابل دشمن ظالم تفسیر کنند. سلطه‌گران برای این‌که استعلا‌ی خود را بر ملت‌ها و منابع عظیم کشورهای اسلامی هرچه بیشتر گسترش دهند، خود را ناچار می‌دیدند که ابعاد سیاسی اسلام را از آن جدا کنند چرا که اسلام سیاسی هیچ‌گاه به مسلمانان اجازه نمی‌دهد که تحت استعمار و یوغ مستکبرین قرار گیرد «قاعده نفی سبیل لن یجعل الله للکافرین علی المؤمنین سیلا». (سوره نساء: ۱۴۱). (سخنرانی مقام معظم رهبری، ۸۲/۳/۱۷).

سعی دشمنان بر این است که این‌طور به جامعه القاء کنند که مردم سالاری با دین سالاری و دینداری سازگار نیست و مردم سالاری با دین فاصله دارد (سخنرانی در حرام امام (ره)، ۸۲/۳/۱۷) و حال آنکه تنهاترین مکتبی که حق انتخاب حکومت را به مردم اعطاء کرده است مکتب رفیع اسلام است تا آنجا که حضرت امیرالمؤمنین علی (ع) خود را در برابر افکار عمومی و نظرات مردم که خواهان حکومت عدل علوی بودند مسئول می‌داند و به خاطر شدت علاقه و

کثرت مراجعه مردم، حکومت را می‌پذیرد. «لولا حضور الحاضر و قیام الحجّه بوجود الناصر و ما اخذ الله علی العلماء آن لایقارّ و اعلی کنته الظالم» (نهج البلاغه، خطبه ۳۵).

## ۳-۲. تقابل عملی

پس از این‌که دشمن در عرصه نظری و فکری و عقیدتی مبارزات خود را انجام داد و با شبهه‌افکنی و ترویج تفکرات انحرافی و اباحه‌گری و لابی‌گری و هویت‌زدایی، اذهان جامعه را فاسد ساخت، نوبت به این می‌رسد که منازعه خود را با تقابلات عملی و عرصه میدانی تکمیل کند.

مهم‌ترین عرصه تقابل عملی نظام سلطه با انقلاب اسلامی مسئله تهاجم تبلیغاتی و جنگ روانی است.

### ۳-۲-۱. تهاجم تبلیغاتی و جنگ روانی

به‌طور کلی رسانه‌هایی که در جنگ نرم مورد استفاده دشمن قرار می‌گیرند عبارتند از: رسانه‌های پخش (رادیو، تلویزیون، شبکه‌های ماهواره‌ای) رسانه‌های دیجیتالی (فناوری‌های جدید اطلاعاتی - ارتباطی مانند رسانه‌های کم‌دامنه شخصی) فضای مجازی (اینترنت) رسانه‌های مکتوب (کتاب، مجلات، روزنامه) (ضیایی‌پور، ۱۳۸۳: ۸۱).

دشمن استکبار جهانی نسبت به ایران اسلامی روز به روز سخت‌تر و بغض‌آلودتر شده است. پس از شکست توطئه‌های پیاپی نظامی، اقتصادی و سیاسی دشمن جبهه تازه‌ای را بر ضد جمهوری اسلامی فعال کرده است که همان جبهه جنگ تبلیغاتی است و هدف آن هم متهم کردن ملت و دولت ایران و بر اثر آن خاموش کردن فروغ امید در دل ملت‌های مسلمان است (ضیایی‌پور، ۱۳۸۳: ۱۲).

در حوزه ارتباطات و فناوری‌های نرم و درهم آمیختگی روابط اجتماعی و بین‌المللی طرح‌های دشمن از درجه پیچیدگی و پیشرفت به مراتب بالاتری برخوردار شده؛ به طوری که می‌توان صحبت از جهش ژنتیکی پیدایش نسل جدید جنگ‌ها و تهاجم‌های کم‌شدت به میان آورد. اتفاقاتی همچون گسترش جهانی‌سازی و نظم نوین ارتباطی - اطلاعاتی جهان از طریق انفجار اطلاعات و فراگیری رسانه‌های جمعی ماهواره‌ای و شبکه‌های سایبری و تبدیل جهان به دهکده‌ای رسانه‌محور باعث شده تا رسانه‌ها به نوک پیکان تحول‌آفرین و اثربخش معادلات جهانی مبدل شده و به دلیل قدرت اقناعی و گستره عمومی آن، به عنوان یکی از منابع اساسی قدرت در قرن جدید به حساب آیند. این دوران جدید جنگ نرم دوره سوم استعمار یا «استعمار فرانوا» نامیده شده است (احمدی، ۱۳۸۸: ۲۷).

در این فضای فرهنگی و رسانه‌ای، جهان شبکه‌ای شرایط هم‌افزایی و شناخت متقابل فرهنگ را فراهم آورده است اما در عین حال جهان شبکه‌ای و جامعه اطلاعاتی همچنان که

فرصتی برای تبادل اندیشه‌هاست، تهدیدی بزرگ نیز به شمار می‌آید چرا که اگر مدیریت رسانه‌های جهانی در دست مافیای سرمایه‌داری و جریان‌های سیاسی خاص قرار گیرد تنها آن‌ها هستند که فرصت بیان سخنان خود را دارند و این عملاً به معنای انحصاری و اختصاصی شدن جوامع اطلاعاتی و جهان شبکه‌ای است؛ به تعبیر دیگر جهان شبکه‌ای زمینه‌ساز ایجاد سلطه ناملموس فکری - فرهنگی است.

در ادبیات علوم ارتباطات از این اتفاق به هژمونی یاد می‌شود. هژمونی دقیقاً به معنای سلطه نرم و ناملموس است. البته فهم این هژمونی در جهان پیچیده امروز به آسانی امکان‌پذیر نیست چرا که جریان سلطه از روندها و فرآیندهای پیچیده‌ای برای حفظ و تداوم سلطه خود استفاده می‌کند. به عنوان مثال یکی از تاکتیک‌های نظام سلطه مدیریت جامعه اطلاعاتی و شبکه‌ای، تاکتیک «مارپیچ سکوت» است که طبق این تاکتیک همه می‌توانند سخن بگویند اما آن‌قدر صدای جریان اصلی قوی و رساست که صدای بازیگران ضعیف در این اقیانوس اطلاعات گم می‌شود (همان: ۱۷).

در این جنگ تبلیغاتی اینگونه وانمود می‌شود که ملت ایران پس از حرکت عظیم انقلاب و شعارهای آن، از حاکمیت اسلام و قرآن پشیمان شده است و مسئولان کشور نیز به اسلام و انقلاب پشت کرده‌اند و از اداره کشور ناتوان هستند. یکی از مهم‌ترین تبلیغات رسانه‌های غرب، دروغ ایجاد روابط دوستانه با دولت آمریکا است و البته انکار مکرر این ادعا از سوی مسئولان ایران اسلامی و تأکید همیشگی آنان بر عشق و پابندی به مبانی اسلام و اصول انقلاب و خط امام خمینی (ره) مانع از آن است که دستگاه‌های تبلیغاتی و حتی مسئولان سیاسی استبکار ادعای خود را به منظور تأثیر بیشتر در جامعه با زبان‌ها و شیوه‌های گوناگون تکرار کنند (مقام معظم رهبری، پیام به حجاج بیت‌الله الحرام، ۷۷/۱۲/۲۸).

امروز بخش اصلی توطئه‌های سیاسی - فرهنگی دشمنان اسلام و ایران را دروغ‌سازی رسانه‌های بیگانه و تحریف واقعیت‌های کشور تشکیل می‌دهد.

مهم‌ترین تلاش دشمن این است که از پیشرفته‌ترین ابزار و روش‌های ارتباطی مدرن و فوق‌مدرن که تحت سیطره آنهاست استفاده کنند برای این‌که حقایق کشور را واژگون جلوه دهند (دیدار با جوانان اصفهان، ۸۰/۸/۱۲).

راهکار دیگر دشمن در جنگ تبلیغاتی علیه نظام اسلامی این است که به ذهن جوانان و توده‌های مردم القاء کنند که نسل سوم انقلاب از ایده‌های انقلاب جدا شده است و البته این حرف سخیف خود را به فلسفه‌های جدیدالتأسیس نیز مزین و مبتنی می‌کنند تا بتوانند در محافل علمی و مجامع جهانی جایی برای طرح آن‌ها باز کنند و آن فلسفه دروغ و غلط آن است که همواره در همه انقلاب‌ها نسل سوم از آن انقلاب روگردان هستند و دیگر نسبت به ارزش‌ها و ایده‌های اولیه انقلاب پایبند نیستند (دیدار با دانشجویان دانشگاه صنعتی امیرکبیر، ۷۹/۱۲/۹).

و هدفشان هم از این کار خالی کردن عقبه جمهوری اسلامی از نیروهای جوان و مؤمن است؛ نیروی جوانی که حتی فرمان حضور امام خمینی (ره) را درک نکرده است ولی با تمام توان و عشق و علاقه نسبت به آرمان‌های امام (ره) پایبند است و اجازه تعدی و تجاوز را به دشمن نخواهد داد.

آخرین راهکاری که در جنگ تبلیغاتی در این مقاله بدان می‌پردازیم، مسئله جنگ‌افروز بودن نظام اسلامی است. مدتی است استکبار جهانی با طرح کردن ادبیاتی در دنیا با عنوان «محور شرارت» و «تروریسم» قصد دارد در سطح بین‌المللی و جهانی چهره‌ای خشن و زشت (دیدار با جمعی از هنرمندان، ۷۹/۱/۲۰) از جمهوری اسلامی و نظام حکومت اسلامی با استفاده از کارهای هنری و تبلیغاتی پیش‌روی چشم جهانیان قرار دهد تا از این طریق اقبال مردم جهان و دولت‌های آنان به انقلاب اسلامی کاهش یابد. امروز زورگویان، جمهوری اسلامی را که مظهر جامعیت اسلام شمرده می‌شود به ضدحقوق بشر، ضدحقوق زنان تهدید می‌کند (پیام به حجاج بیت‌اله الحرام، ۷۷/۱۲/۲۸) و حال آنکه عملکرد واقعی آنان در مورد حقوق بشر در ویتنام، کره و سومالی به اثبات رسیده است و در قضایای اخیر افغانستان، دروغ بودن شعار حقوق بشر آمریکایی‌ها آشکار شده است (دیدار با مسئولین قوه قضائیه، ۸۱/۴/۵). اگر چه آن‌ها قصد دارند با این کار از تاکتیک فرار به جلو استفاده کنند اما دنیا با مقابل خود قرار دادن عملکرد دولت‌ها به صحیح یا مستقیم بودن ادعا پی خواهد برد.

### ۲-۳. رخنه و نفوذ

از توطئه‌های دشمن جهت براندازی و سست کردن پایه‌های نظام جمهوری اسلامی این است که بتوانند آدم‌های نامعتقد به آرمان‌های والای انقلاب اسلامی را در صفوف مسئولان بالای کشور نفوذ دهد و تئوری «استحاله از درون» را کلید بزند (دیدار با مردم اصفهان، ۸۰/۸/۸). نباید این نکته را فراموش کرد که دشمن وقتی می‌تواند به هدف‌های خودش برسد که بتواند در بدنه حاکمیت نظام و در بین مسئولان بخش‌های مختلف، اختلاف و شکاف ایجاد کند (خطبه‌های نماز جمعه، ۷۹/۱۲/۲۶).

دشمن رخنه و نفوذ خود را در چند جبهه سازماندهی و برنامه‌ریزی کرده است؛ در بدنه حکومت، دستگاه‌های حساس و گروه‌ها و جناح‌های سیاسی، علی‌رغم هدف تأسیس وجود احزاب و گروه‌های سیاسی در ایران که همان تضارب آراء و پیشرفت نظام سیاسی کشور است، دشمن احزاب و گروه‌ها را از هدف اصلی خود منحرف کرده و آن‌ها را دچار تعارض با احزاب و گروه‌های دیگر کرده است.

راه دیگر رخنه، نفوذ ر پایگاه‌های مردمی است. دشمن برای عملی کردن تهدیدات خود نیاز به یک پایگاه مستحکم دارد تا بتواند با استفاده از آن، انتقام خود را از انقلاب و اسلام بگیرد. یکی از پایگاه‌های مردمی که جزء نخبگان به حساب می‌آیند، دانشجویان و دانشگاهیان هستند.

دشمن امروز در تلاش است تا دانشگاه‌ها را از صراط مستقیم علم و دین منحرف کند و این در حالی است که بزرگ‌ترین مسئولیت در مقابل توطئه‌های دشمن بر عهده دانشجویان و اساتید است که فرماندهان این جنگ هستند (به مناسبت آغاز سال تحصیلی دانشگاه‌ها، ۷۸/۷/۸). از آن جایی که دانشگاه مبدأ بر همه تحولات است و دانشجویان آینده‌سازان این کشورند دشمن برای این افراد برنامه‌ریزی‌های دقیق و جامعی کرده است.

از اهداف نفوذ در دانشگاه‌ها، منحرف کردن دانشگاه از روحیه انقلابی است؛ همان روحیه‌ای که دانشجویان با پیروی از فرامین حضرت امام (ره) راه استقلال و سعادت خود را با سرنگونی حکومت شاهنشاهی پیمودند و با نفی سلطه استکبار قدم در راه سعادت دنیوی و اخروی خود نهادند.

دشمن قصد این دارد که با نفی روحیه انقلابی و وارد کردن دانشجویان به خمودگی و روزمرگی، ایشان را در مقابل نظام قرار دهد تا بتواند از این راه طرفی ببندد (دیدار با افشار مختلف مردم، ۸۰/۱۰/۱۳).

هدف دیگر مستکبرین از نفوذ و رخنه در دانشگاه‌ها، میراندن فروغ حیا و ایجاد فساد و بی‌بندوباری است تا دانشجویان را دچار غفلت و تخدیر کند و او را از هدف اصلی‌اش که کسب علم و دین و معرفت است منحرف کند (جزوه شریعه ۱۵، سنگر فرهنگی: ۱۵). و در آخر این‌که تمامی این اهداف از ره‌آورد غفلت از دشمن و عدم تعهد به دشمن‌شناسی محقق می‌شود (پیام به نشست سالیانه انجمن‌های اسلامی، ۸۱/۵/۲۶).

### ۳-۲-۳. ایجاد مشکلات اقتصادی در روند معیشت مردم

دشمنان و مستکبرین با شناختی که از آموزه‌های عالی دین مبین اسلام و انقلاب اسلامی دارند، این مطلب را به خوب درک کرده‌اند که اگر این آموزه‌ها و معارف به هر شخصی برسد به این خاطر که با فطرت او سازش دارد، سریعاً او را جذب خواهد کرد. به همین خاطر تصمیم گرفته‌اند برای روند رو به رشد و سریع جمهوری اسلامی در خارج و داخل کشور ایجاد مانع کنند و چه مانعی محکم‌تر از مشکلات اقتصادی در روند معیشتی مردم (اجتماع مردم در حرم امام رضا (ع)، ۸۰/۱۲/۱۳). آنان به خوبی فهمیده‌اند اگر جمهوری اسلامی بتواند مسائل زندگی و مسائل معنوی و گروه‌های گوناگون را که در هر کشوری کم‌وبیش وجود دارد برطرف سازد و به زندگی و معیشت مردم رونق و شکوفایی بخشد، آن‌گاه مسلمان‌ها و خصوصاً مردم ایران گرم‌تر و گیراتر به سمت این الگو و در راستای اهداف آن حرکت خواهند کرد. لذا دائماً استراتژی ایجاد مانع اقتصادی را در دستور کار خود قرار داده‌اند و به هر صورتی که بتوانند اعم از تحریم اقتصادی، شایعه‌سازی و... بر سر روند رو به رشد این نظام مقدس ایجاد مانع می‌کنند

### ۴-۲-۳. ایجاد غفلت

از کارهای مهم نظام سلطه در برابر جمهوری اسلامی ایران این است که مردم و مسئولین کشور را از وجود غافل کند تا از این راه با ایجاد منازعات سیاسی، تحریکات فرقه‌ای، اختلاف در گروه‌ها و جناح‌های سیاسی و اختلاف بین مسئولین کشور و گسست ارتباط مسئولین و مردم، دشمن را در میان خود جست‌وجو کنیم و تا دشمن از این غفلت استفاده کرده و ضربات خود را بر پیکر این نظام مقدس وارد آورد (در اجتماع مردم آمل، ۷۷/۳/۲۳).

غفلت از دشمن ثمره‌اش این است که وقتی ملتی این‌طور احساس کردند که در بیرون از مرزهای کشور خود هیچ دشمنی ندارند، در درون خودشان به دنبال دشمن‌های کوچک و خیالی و فرضی و جناحی می‌گردند و این باعث می‌شود که اختلاف در بین آن‌ها ایجاد شود (همان).

دشمنان نظام اسلامی جدای از این‌که قصد دارند دشمن بودن خودشان را از ذهن مسئولین و مردم ایران پاک کنند قصد دارند غفلت از افتخارات گذشته را نیز به آن‌ها تزریق کنند غفلتی که دشمن به دنبال آن است، این است که مردم و مسئولین مفاخر انقلابی، مظاهر ایثار و مجاهدت و شهادت خود را به فراموشی بسپارند. اگر ملتی افتخارات گذشته خود را از دست داد، در ایستادگی‌شان خلل وارد خواهد شد و پل ورود و سلطه دوباره آن‌ها خواهند بود (در اجتماع مردم نجف‌آباد، ۸۰/۸/۱۰).

### ۵-۲-۳. معارضه بین‌المللی

علاوه بر اهداف داخلی، دشمنان نظام در عرصه بین‌المللی و خارجی نیز هدف‌گیری کرده‌اند. در بُعد بین‌المللی هدف جنگ نرم مهار و منزوی سازی جمهوری اسلامی از طریق اعمال محدودیت و تحریم سیاسی، اقتصادی و اجماع‌سازی جهانی علیه ایران است (دیدار با ائمه جمعه سراسر کشور، ۷۷/۲/۳۰). ضمن آنکه تصویرسازی‌های غلط و شیطانی از اسلام ناب و انقلاب در افکار عمومی جهان در قالب سناریوهای اسلام‌هراسی و ایران‌هراسی را نیز باید به آن‌ها اضافه کرد که از یک‌سو با استراتژی ایران‌هراسی و اسلام‌هراسی به مقابله و انزوای انقلاب اسلامی کمک کنند و از سوی دیگر تلاش می‌کنند تا با ترویج غرب‌گرایی، مدل بدیل خود را برای سبک زندگی اسلامی و سبک حاکمیت اسلامی در افکار عمومی و اذهان نخبگان جاگیر کنند تا از این طریق در هر کشور و جامعه‌ای که تفکر انقلاب اسلامی در آنجا در حال رشد بوده و پتانسیل رشد داشته باشد نوعی رویگردانی و یأس از موفقیت مدل حاکمیت اسلامی و انقلابی را ترویج کنند. البته از این نکته نیز نباید غفلت کرد که نبرد در سطح خارجی بر روحیه و اعتماد به نفس ملی مردم داخل کشور نیز اثر تخریبی قابل توجهی دارد. همچنین اجماع‌سازی جهانی علیه ایران از طریق نهادهای بین‌المللی و اعمال تحریم‌های اقتصادی از دیگر اقدامات دشمن در عرصه خارجی به شمار می‌رود.



#### ۴. ابزار دشمن

با توجه به این نکته که در فصل گذشته شیوه‌های تهاجم نظام سلطه علیه جمهوری اسلامی ایران را بررسی کردیم، طبعاً بسیاری از ابزارهای دشمن در قالب شیوه‌های تهاجم روشن شد ولی جهت اطلاع و آگاهی خواننده عزیز فهرست‌وار ابزارهای دشمن را نیز ذکر کنیم.

۱. سایت‌های اینترنتی
۲. دستگاه‌های خبری و تبلیغاتی
۳. شعار حقوق بشر
۴. ادعای حمایت از ترویس
۵. اباحه‌گری و بی‌بندوباری و اعتیاد
۶. اختلاف جناحی و مسائل فرعی
۷. دشمنان داخلی و خودی‌های غافل
۸. تردیدافکنی
۹. مشکلات داخلی
۱۰. شایعه‌سازی
۱۱. بهانه دموکراسی
۱۲. تحلیل‌های نادرست
۱۳. برخی مطبوعات داخلی
۱۴. ترویج لیبرال دموکراسی غرب
۱۵. سوءاستفاده از دانشجو و دانشگاه
۱۶. فتنه‌گری
۱۷. ترویج اندیشه ترجمه‌ای
۱۸. یأس و ناامیدی
۱۹. زیرسؤال بردن ارکان مقابله با فتنه
۲۰. ادعای دستیابی به سلاح اتمی توسط ایران
۲۱. تشر زدن

#### ه. راه‌های مقابله با تهاجم

دشمنان نظام مقدس جمهوری اسلامی، دشمنی را در بالاترین درجات خود پی‌گیری می‌کنند. لذا با بررسی اجمالی عملکرد آن‌ها می‌توانیم دریابیم که نظام سلطه برای تمامی عرصه‌های موجود و اعم از سیاسی، فکری و اعتقادی، فرهنگی و اجتماعی، سازندگی و سیاست خارجی جهت مقابله و معارضة با انقلاب اسلامی برنامه‌ریزی کرده است. علت این اندازه از

سرمایه‌گذاری و خرج کردن مبالغ هنگفت این است که نظام اسلامی با توجه به اصول و قواعد اسلام، منافع آن‌ها را که در بردگی و استثمار ملت‌ها نهفته است به چالش کشیده است.

### ۱. ۵. عرصه سیاسی

در این عرصه موارد مقابله متعددی چون شناخت دشمن، حفظ وحدت، پایداری و مقاومت، حضور در صحنه، تحکیم ساخت داخلی نظام، دفاع همه‌جانبه، همسویی نکردن با دشمن، پرهیز از غفلت، تحکیم نظام مردم‌سالاری دینی و مایوس کردن دشمن وجود دارد. اما مهم‌ترین راه مقابله که در صورت تحقق آن تمامی موارد مذکور نیز به منصه ظهور خواهد رسید، پیروی از ولایت مطلقه فقیه و تداوم خط و راه امام خمینی (ره) است (روزنامه جمهوری اسلامی، ۸۲/۵/۲۰).

نظام جمهوری اسلامی مبتنی بر اصل نورانی و مترقی ولایت فقیه و با تأکید بر آراء و نظرات مردم بنا شده است. بنیانگذار جمهوری اسلامی حضرت امام خمینی (ره) از لایه‌های کتب فقهی متقدمین از فقه‌های شیعه همچون شیخ طوسی و شیخ مفید و... این اصل فراموش شده را حیات دوباره بخشیدند.

ولایت فقیه به عنوان ستون فقرات خیمه انقلاب محسوب می‌شود (دیدار با اعضای ستاد نمازجمعه‌های سراسر کشور، ۸۱/۵/۶). و عمده دشمنی‌های مستکبرین عالم هم به خاطر وجود این اصل است که بر گرفته از اصول دین اسلام است. آن‌ها به خوبی فهمیده‌اند که اگر این ستون خیمه را مورد تهاجم و هدف قرار دهند می‌توانند به راحتی به اهداف خود که همان براندازی و استحاله انقلاب اسلامی است دست یابند.

دومین راهکار مقابله که از اهمیت بیشتری نسبت به دیگر راهکارها برخوردار است، تداوم خط و راه امام خمینی (ره) است. خط و راه آن بزرگوار در وصیت‌نامه‌شان مجسم و متبلور است (روزنامه جمهوری اسلامی، ۸۰/۸/۱۲). امام (ره) حقایق فراموش شده اسلام را احیاء کرد، عدالت‌خواهی اسلام را بر سردست بلند کرد، ضدیت اسلام را با تبعیض و اختلاف طبقاتی و اشرافی‌گری علنی کرد. از روز اول تا آخر عمر شریف‌شان بر روی قشر مستضعف و پابرنه‌ها و محرومان تکیه داشتند (سخنرانی در مراسم رحلت امام، ۸۲/۳/۱۷).

### ۲- ۵. عرصه فکری اعتقادی

در این عرصه برای مقابله با دشمنان نظام اسلامی باید ایمان و صبر و بصیرت مردم و مسئولین به حدی برسد که دشمن نتواند از آن‌ها سوءاستفاده کند. اگر ملتی با تکیه بر ایمان الهی و اراده او وارد میدان شد و از متاع زودگذر دنیا گذشت، هیچ قدرتی نمی‌تواند به او ضرری برساند چرا که فکر و اعتقاد پایه و بنیان هر حرکتی است که اگر اصل، محکم و استوار شد، دیگر خللی به آن بنا وارد نخواهد شد (دیدار با مسئولان ارشد نظام، ۸۲/۸/۱۲).

باید اعتقادات عموم مردم، خصوصاً جوانان را نسبت به آموزه‌های اسلامی و آرمان‌های بلند انقلاب افزایش داد که با رسیدن به این درجه، نظام اسلامی سدی خواهد شد که هیچ سیلابی نمی‌تواند آن را خراب کند.

مردم و مسئولین باید بر ارزش‌های و آرمان‌های انقلاب و امام (ره) پافشاری کنند تا بر اثر این اصرار و پافشاری خداوند ملائکه‌اش را بر آن‌ها نازل و آن‌ها را به قدرت غیبی خود مدد کند که «الذین قالو ربنا الله ثم استقاموا تتنزل عليهم الملائكة» (سوره فصلت: ۳۰).

### ۳. ۵. عرصه فرهنگی اجتماعی

فرهنگ غرب، فرهنگ برنامه‌ریزی برای فساد انسان است. فرهنگ دشمن و بغض با ارزش‌های و درخشنده‌گی‌ها و فضیلت‌های انسانی است. با این فرهنگ در صدد نسل بنی‌آدم را از همه فضایل انسانی تهی کنند (حدیث ولایت، ج ۳: ۶۳).

برای مقابله در این عرصه، ابزار فرهنگی لازم است چرا که تهاجم فرهنگی یک مسئله بسیط نیست بلکه طراحی‌ها و برنامه‌ریزی‌هایی که دشمن برای هدف قرار دادن اعتقاد، اخلاق، فضیلت در قشرهای مختلف می‌کند، هر کدام به نحوی و با وسایل و ابزارهای فرهنگی است و طبعاً مقابله با آنها نیز متنوع خواهد بود (جلسه پرسش و پاسخ دانشگاه شهید بهشتی، ۸۲/۲/۲۲) و به همان نسبت که دشمن روش‌ها را پیچیده‌تر می‌کند، ملت ایران هم بایستی هوشیاری‌اش را بیشتر کند (روزنامه جمهوری اسلامی، ۸۰/۱۲/۲۷).

### ۴. ۵. عرصه سازندگی کشور

از راه‌های ساخت کشور اسلامی این است که دانشگاه‌ها بتوانند یک جنبش نرم‌افزاری همه‌جانبه و عمیق در اختیار این کشور و ملت بگذارند و با رسیدن به خودباوری علمی و تولید علم و دانش بنای حقیقی جامعه‌ای آباد و عادلانه را مبتنی بر تفکرات و ارزش‌های اسلامی بگذارند (روزنامه جمهوری اسلامی، ۸۲/۸/۲۴).

مسئولین کشور هم باید با فراهم کردن شرایط و خدمت‌رسانی به مردم در عرصه سازندگی کشور قدم بگذارند و از این طریق مانع به ثمر رسیدن وسیله‌ها و مکاید دشمنان نظام اسلامی شوند.

## نتیجه‌گیری

پس از بررسی تمام بخش‌های مقاله، به خوبی روشن می‌شود که تمام منافع نظام سلطه پس از متولد شدن نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران به چالش کشیده شده و همین امر باعث شد که استکبار جهانی تمام توان تبلیغاتی، سیاسی و فرهنگی خود را متوجه انقلاب اسلامی ایران و امت‌هایی که موج بیداری اسلامی توسط انقلاب اسلامی به آنجاها رسیده است نماید و با

استفاده از ابزارها و شیوه‌های تبلیغاتی پیچیده و گوناگون، قصد خاموش کردن نور پس فروغ اسلام ناب را به نمایندگی جمهوری اسلامی ایران در سر می‌پروراند «یریدون ان یطلقوا نورالله بافواهم و یا بی‌الله ....» (سوره بقره: ۳۲).

وظیفه ما این است که با توجه به فرامین و راهکارهای عالمانه و مدبرانه و شجاعانه مقام معظم رهبری که از معدود نظریه‌پردازان فرهنگی به حساب می‌آیند، صراط مستقیم را گم نکرده و با پیروزی از ولایت مطلقه فقیه سعادت دنیوی و اخروی جامعه اسلامی و امت اسلامی را تضمین کنیم.

## منابع

اجتماع مردم در حرم امام رضا (ع)، ۸۰/۱۲/۱۳، احمدی، مجتبی. از تهاجم فرهنگی تا جنگ نرم، انتشارات معاونت فرهنگی اجتماعی سازمان بسیج مستضعفین، پاییز ۱۳۸۸.

پیام به حج، ۸۷/۱۲/۲۶

پیام به حجاج بیت‌الله الحرام، ۷۷/۱۲/۲۸

پیام به حجاج بیت‌الله الحرام، ۷۷/۱۲/۲۸

پیام به حجاج بیت‌الله الحرام، ۷۷/۱۲/۲۸

پیام به مناسبت آغاز سال تحصیلی دانشگاه‌ها، ۷۸/۷/۸

پیام به مناسبت بیستمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی، ۷۷/۱۱/۱۷

پیام نشست سالانه انجمن‌های اسلامی، ۸۱/۵/۲۴

تمیمی آمدی، عبدالواحد، تصنیف عز‌الحکم و ذر‌الکلم، دفتر تبلیغات قم، چاپ اول، ۱۳۶۶ ه. ش.

جلسه پرسش و پاسخ دانشگاه شهید بهشتی ۸۲/۲/۲۲

حدیث ولایت. انتشارات بنیاد پژوهش‌های اسلامی، آستان قدس رضوی، آبان ۱۳۸۶.

خطبه‌های نماز جمعه تهران، ۷۹/۱۲/۲۶

خطبه‌های نماز جمعه تهران، ۷۹/۱/۲۷

خطبه‌های نماز جمعه، ۷۹/۲/۲۳

دیدار با ائمه جمعه سراسر کشور، ۸۱/۷/۱۶

دیدار با ائمه جمعه سراسر کشور، ۸۰/۷/۱۷

دیدار با اعضاء ستاد نماز جمعه سراسر کشور، ۸۱/۵/۶

دیدار با اعضاء مجلس خبرگان، ۸۰/۱۲/۲۴

دیدار با اعضای مجلس شورای اسلامی، ۷۹/۱۱/۲۹

دیدار با اقشار مختلف مردم، ۸۰/۱۰/۱۳

دیدار با جمعی از هنرمندان، ۷۹/۱/۲۰

دیدار با جوانان اصفهان، ۸۰/۸/۱۲

دیدار با دانشجویان دانشگاه امیرکبیر، ۷۹/۱۲/۹

دیدار با رئیس‌جمهور چین، ۸۱/۲/۱

دیدار با مردم اصفهان ۸۰/۸/۸

- دیدار با مسئولان ارشد نظام ۸۲/۸/۱۲
- دیدار با مسئولان شورای تأمین سراسر کشور، ۷۹/۷/۲۵
- دیدار با مسئولین قوه قضائیه، ۸۱/۴/۵
- دیدار با نمایندگان مجلس شورای اسلامی، ۷۹/۳/۲۹
- دیدار با نمایندگان مجلس شورای اسلامی، ۸۲/۳/۸
- روزنامه جمهوری اسلامی ۸۰/۱۲/۲۷
- روزنامه جمهوری اسلامی، ۸۰/۸/۱۲
- روزنامه جمهوری اسلامی، ۸۲/۷/۱۵
- روزنامه جمهوری اسلامی، ۸۲/۵/۲۰
- سخنرانی در اجتماع مردم زاهدان، ۸۱/۱۲/۷
- سخنرانی در اجتماع مردم نجف آباد، ۸۰/۸/۱۰
- سخنرانی در اردوی بسیجیان علوی، ۸۰/۸/۲۲
- سخنرانی در جمع دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی، ۸۲/۲/۳۱
- سخنرانی در حرم امام خمینی (ره)، ۷۹/۳/۱۴
- سخنرانی در حرم امام خمینی (ره) ۸۳/۳/۱۴
- سخنرانی در دانشگاه شهید بهشتی، ۸۲/۲/۲۲
- سخنرانی در مراسم رحلت امام ۸۲/۳/۱۷
- سخنرانی مقام معظم رهبری، ۸۰/۸/۱۲
- سخنرانی مقام معظم رهبری، ۸۲/۳/۱۷
- سخنرانی مقام معظم رهبری، ۱۳۷۵/۲/۲۶
- سخنرانی مقام معظم رهبری، ۸۳/۲/۲۸
- سخنرانی مقام معظم رهبری، دیدار با فرماندهان ارتش، ۷۸/۱/۲۵
- سخنرانی مقام معظم رهبری در اجتماع مردم آمل، ۷۷/۳/۲۳
- صحیفه امام، ج ۲۰: ۳۲۳
- ضیایی پرور، حمید. جنگ نرم ویژه جنگ رسانه‌ای، انتشارات مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران، شهریور ۱۳۸۳.



## امنیت نرم و چهره ژانوسی رسانه‌ها

نوشته

مهسا ماه‌پیشانیان\*

### چکیده

با پایان یافتن رویارویی ایدئولوژیک میان دو اردوگاه متعارض شرق و غرب پس از پایان جنگ سرد، و اهمیت یافتن تضادهای هویتی و فرهنگی به همراه کاربرد بیشتر جنگ نرم پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ در منطق امپریالیستی ایالات متحده آمریکا برای مقابله با جهان اسلام، مفاهیم امنیت ملی نیز تغییرات مهمی پیدا کرد. بنابراین، از این پس تأکید بر افزایش قدرت فرهنگی و هویتی به عنوان مبنای اساسی برای قدرت ملی و پیروزی در جبهه «جنگ نرم» مطرح شد. در این میان سرمایه اجتماعی نقش بسیار مهمی در افزایش «قدرت نرم» یک کشور بازی می‌کند. ایران نیز امروزه به لحاظ وسعت سرزمینی، کمیت جمعیت، کیفیت نیروی انسانی، امکانات نظامی، منابع طبیعی سرشار و موقعیت جغرافیایی ممتاز در منطقه خاورمیانه و سرزمین مرکزی نظام بین‌الملل به قدرتی کم‌نظیر تبدیل شده که از دید کارشناسان سیاسی کشورهای غربی و رژیم صهیونیستی دیگر نمی‌توان با یورش نظامی و جنگ سخت با آن مقابله کرد بلکه تنها راه مقابله با نظام جمهوری اسلامی پی‌گیری سازوکارهای جنگ نرم است. در این میان رژیم صهیونیستی و آمریکا با ترکیبی از مکانیسم‌های جنگ نرم و رویکردهای تقابل‌گرایانه سعی در مقابله با ایران از طریق تفرقه‌افکنی و شکل دادن به نافرمانی مدنی و انزوای بین‌المللی کشورمان از طریق به‌کارگیری روش‌های متفاوت و از جمله استفاده از رسانه‌ها دارند. بنابراین از آنجایی که رسانه‌ها نقش بسیار مهمی در افزایش مشارکت، انسجام، اعتماد و وفاداری ملی به دولت و به تبع آن افزایش مشروعیت سیاسی دارند، می‌توانند به عنوان یکی از مؤلفه‌های اساسی افزایش قدرت نرم و تولید «امنیت نرم» برای مقابله با تهدیدات جنگ نرم مورد توجه قرار بگیرد. در مقاله حاضر تلاش می‌شود تأثیر رسانه‌ها بر افزایش قدرت نرم و به تبع آن تولید امنیت نرم مورد بررسی قرار بگیرد.

کلید واژه: امنیت نرم، قدرت نرم، جنگ نرم، سرمایه اجتماعی، حساسیت سیاسی.

\* دانشجوی دکترای علوم سیاسی، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد واحد بوشهر و کارشناس مؤسسه ابرار معاصر

## مقدمه

به اعتقاد اکثر سیاستمداران و تحلیل‌گران استراتژیک، با فرو یختن دیوار برلین، فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، رشد لجام گسیخته جهانی شدن اقتصاد، ناتوانی دولت - ملت و انقلاب ارتباطات، شکل گرفتن تهدیدات جدید امنیتی که نه تنها فرامرزی بوده بلکه مبهم و نامشخص هستند، محیط امنیتی نظام بین‌الملل تغییری اساسی یافته است. علاوه بر این به اعتقاد کارشناسان در جهان بدون مرز انگاره‌های کشورداری قرن بیستم که بر اساس آن دولت‌های مسلط تمایل به اشغال و محاصره سرزمین، دریا و منابعی که از نظر استراتژیکی با اهمیت بود داشتند، در پایان هزاره جدید کمتر احساس می‌شود. بنابراین پس از جنگ سرد و با تغییر گفتمان‌های امنیتی ما با نظم جدیدی روبرو هستیم. در این نظم جدید حوزه‌های امنیتی جهان کاملاً در حال تغییر است. تغییر عمده در روند توزیع قدرت جهانی در حوزه‌های ترتیبات امنیتی و متحدین صورت گرفته است. از جمله مواردی که دستخوش دگرگونی جدی بوده است، حوزه تهدیدات و آسیب‌پذیری‌هاست. بنابراین ما در این دوران با یک بسط مفهومی و ساختاری در مفهوم امنیت، به عنوان مناقشه‌برانگیزترین مفهوم در نیمه دوم قرن بیستم و به ویژه پس از یازده سپتامبر ۲۰۰۱ مواجه هستیم. پل راجرز به این نکته اشاره می‌کند که دوران پس از یازدهم سپتامبر، دورانی است که در آن بی‌ثباتی بین‌المللی یک اصل خواهد بود (پل راجرز، ۱۳۸۴). تا پیش از این واقعه باور همگان این بود که پارادایم امنیت غربی، یعنی تأمین امنیت بین‌المللی از طریق جهانی‌سازی اقتصاد لیبرالی مبتنی بر بازار، می‌تواند به عنوان یک پارادایم مسلط باشد. اما امروزه این پارادایم به دلیل تحول در علل منازعات و شیوه‌های کنترل بحران تغییر کرده است. حتی مفهوم «صلح جابرا» که پس از جنگ سرد کاربرد فراوان یافته بود، امروزه کاملاً دگرگون شده است. گروه‌های حاشیه‌ای و فرودست نظام بین‌الملل امروزه به مدد به کارگیری سلاح‌های کشتار جمعی، و روش‌هایی که خارج از سیستم‌های نظارتی و کنترلی قدرت‌های مسلط امنیتی جهانی است، حرف‌های جدیدی برای گفتن دارند. آنان در حال تبدیل شدن به پارادایم‌های مسلط روابط بین‌الملل هستند. به‌طور کلی در پی‌فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، ساختار سیاست بین‌الملل از وضعیت دو قطبی خارج و وارد دوران تازه‌ای شد که ویژگی آشکار آن سیال و نامعین بودن آن است. نظامی‌گری نوین، سلطه اقتصادی، نفوذ اطلاعاتی و یکسان‌سازی ایدئولوژیک چهار منطقی است که پس از یازده سپتامبر ۲۰۰۱ بر محیط امنیتی کشورهای جهان خصوصاً کشورهای اسلامی منطقه خاورمیانه حکم می‌راند. در میان کشورهای خاورمیانه، ایران به لحاظ وسعت سرزمینی، کمیت جمعیت، کیفیت نیروی انسانی، امکانات نظامی، منابع طبیعی سرشار و موقعیت جغرافیایی ممتاز در منطقه خاورمیانه، به قدرتی کم‌نظیر تبدیل شده که از دید کارشناسان سیاسی کشورهای غربی دیگر نمی‌توان با یورش نظامی و جنگ سخت آن را سرنگون کرد بلکه تنها راه سرنگون‌سازی نظام جمهوری اسلامی پیگیری مکانیسم‌های جنگ نرم با استفاده از سه تاکتیک دکترین مهار، نبرد رسانه‌ای و ساماندهی و پشتیبانی از نافرمانی



مدنی است. کلید خوردن جنگ نرم علیه ایران در مقطع فعلی نه تنها ریشه در تغییر تهدیدات امنیتی دارد بلکه مهم‌تر آنکه ناشی از گسترش حس تنفر از آمریکا در جهان است که به نظر سران کاخ سفید، ایران مرکز اصلی ایجاد این تنفر و گسترش آن است. در آمریکا برای مقابله با این موج، نیروی واکنش سریع تشکیل شده تا اولاً در قالب پروژه دموکراتیزه کردن کشورها به خنثی‌سازی نفوذ معنوی ایران در کشورهای اسلامی و منطقه خاورمیانه بپردازد و ثانیاً با القای خطرناک بودن ایران برای امنیت همسایگان، اذهان عمومی از اقدامات و نقشه‌های ایالات متحده منحرف شود. علاوه بر این ایالات متحده آمریکا می‌کوشد با دامن‌زدن به تعارضات ایدئولوژیک در خاورمیانه فضای روانی را بر ضد کشورمان ملتهب سازد. همچنین می‌کوشد با افزایش حضور خود در منطقه و تغییر مناسبات منطقه‌ای با استفاده از شکل‌دادن به نظم منطقه‌ای بدون حضور ایران، کشورمان را منزوی سازد. این مسئله می‌تواند به افزایش فشارهای روانی-مادی بر جمهوری اسلامی ایران منتهی شود. در مجموع می‌توان گفت ایالات متحده آمریکا با روبه‌رو شدن با بحران معنایی و فلسفی پس از پایان جنگ سرد (عبدالعلی قوام، ۱۳۸۲) و تغییر محیط امنیتی جهانی برای توجیه اقدامات خود در جهان به دنبال دگر امنیتی بود که در این میان کشورهای اسلامی و در رأس آن ایران را نشانه گرفت. اما از آنجایی که منطق امنیت جهانی تغییر یافته و بیشتر به سوی ابعاد نرم گام برداشته است، ایالات متحده آمریکا نیز تلاش دارد از شیوه نرم برای مقابله با کشورهای اسلامی و در رأس آن ایران استفاده کند. بر همین اساس ایالات متحده آمریکا تلاش دارد با استفاده از ضعف سیاست‌های اقتصادی و اختلافات درونی ایران، دامن زدن به نافرمانی مدنی در تشکلهای دانشجویی و نهادهای غیردولتی و صنفی، تقویت روابط خود با مردم از طریق حمایت از حقوق بشر و دموکراسی در ایران، ایجاد شبکه‌های متعدد رادیو تلویزیونی برای مردم ایران، حمایت از اپوزیسیون (سفر فعالان جوان خارجی از کشورهای متحد با ایالات متحده به ایران، به عنوان جهانگرد که در صورت نیاز، به جنبش‌های مدنی و نافرمانی‌ها بپیوندند)، تسهیل فعالیت NGO های آمریکایی در ایران، دعوت فعالان جوان ایرانی به خارج برای شرکت در سمینارهای کوچک (این افراد باید از سوی مقامات آمریکایی انتخاب شوند نه نهادهای ایرانی)، استفاده از سفارتخانه‌های کشورهای دیگر و به‌طور کلی تضعیف ستون‌های حمایتی حکومت ایران به مقابله نرم با ایران بپردازد. در این میان رسانه‌های تحت کنترل ایالات متحده آمریکا، نقش اساسی در این زمینه ایفا کنند.

با توجه به شکل گرفتن این محیط جدید امنیتی برای ایران، کشورمان نیز باید بکوشد مؤلفه‌های قدرت نرم خود را تقویت کند. از آنجایی که کسب مشروعیت سیاسی یکی از مهم‌ترین ارکان قدرت نرم است و نقش بسیار مهمی در ایجاد اعتماد و وفاداری مردم به دولت دارد، حکومت جمهوری اسلامی ایران باید تلاش کند در این مسیر گام بردارد.

## تغییر منطق امنیتی نظام بین‌الملل و تأثیر آن بر محیط امنیتی جمهوری اسلامی ایران

اگرچه تحول نظام بین‌الملل در پی رخداد مهمی چون فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، از سوی عمده‌اندیشه‌گران و تحلیل‌گران روابط بین‌الملل امری پذیرفته شده و مستند به‌شمار می‌آید، اما ادعای استقرار نظم نوینی همچون امپراتوری لیبرال دموکراسی که فرانسیس فوکویاما منادی آن است، امری چالش‌برانگیز و بسیار انتقادی به‌نظر می‌رسد که مانع از شکل‌گیری اجماعی در جهت نظم جهانی خاصی شده است. به همین دلیل دوران حاضر را می‌توان به «عصرگذار» نامید که در آن چندین نیروی متفاوت و مؤثر برای تأیید و استقرار نظم مطلوب جهانی‌شان، به‌صورت توأمان اقدام می‌کنند (افتخاری، ۱۳۸۰). عصری سرنوشت‌ساز که در آن جهان، نظم دوقطبی وابسته به دوران جنگ سرد را ترک گفته، اما هنوز نظم بدیلی را به‌صورت مستقر و اجماعی تجربه نکرده است. علاوه بر چنانکه جورج اچ‌کوستر بیان داشته اقبال به «زور» برای تحصیل امنیت از طریق «بیشینه کردن» توان اعمال سلطه، از حیث تبارشناسی، دیرینه‌ترین و قدیمی‌ترین الگویی است که از سوی بازیگران برای امنیت‌سازی مورد بهره‌برداری قرار گرفته است (Quester, 1991). براین اساس اولین نظام‌های امنیتی متأثر از «الگوهای قدرت» بوده‌اند که در آن میزان امنیت با اندازه قدرت سرکوب هر بازیگر سنجیده می‌شد. این تصویر مکانیکی از نظم جهانی که ریشه در «پوزیتیویسم امنیتی» داشت و تصویری هماهنگ از اجتماعات جانوران برای الگوی رفتاری انسان‌ها ارائه می‌داد - چنانکه هابز انسان‌ها را گرگ یکدیگر لقب داده بود (افتخاری، ۱۳۸۱)، اگرچه در عرصه عمل توانست مورد اقبال جدی قرار گیرد، اما از حیث نظری به‌شدت پس از پایان جنگ سرد مورد نقد قرار گرفت. تأکید منتقدان «داروینیسم امنیتی» بر اصول مهمی بود که حکایت از ناکارآمدی «نظامی‌گری» برای استقرار و امنیت جمعی داشت؛ مواردی که بر محور یک ایده اصلی قرار داشتند و آن اینک: نظامی‌گری منجر به پیدایش «محظور امنیتی» (security dilemma) خواهد شد که نتیجه آن جز ناامنی برای همگان چیز دیگری نیست. از این دیدگاه است که ضرورت نقد قدرت و قرارگرفتن آن در چارچوب اصول کلانی چون «اخلاقیات»، «عدالت» و... مطرح می‌شود. اندیشه‌گرانی چون هدلی آرکز، جیمز چیلد، چارلز کیگلی، تری ناردین و توماس پانگل تا آنجا پیش رفته‌اند که قائل به ضرورت شکل‌گیری گفتمان تازه‌ای در حوزه امنیت شده‌اند که در آن از «نظامی‌گری» سنتی دیگر نمی‌توان سراغ گرفت؛ گفتمانی که مبتنی بر قدرت نرم است - و نه قدرت سخت که موضوع قائلان به الگوی نظامی‌گری است می‌باشد (افتخاری، ۱۳۸۳). ملاحظاتی از این قبیل برخی از تحلیل‌گران امنیتی را تا به آنجا رهنمون شد که با عنایت به فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، توسعه ارتباطات، شکل‌گیری جوامع مدرن، ارتقای فرهنگ عمومی و روی‌گردانی از جنگ و خشونت؛ از پایان

یافتن عصر اعمال زور برای تحصیل منفعت و امنیت در گستره جهانی سخن گویند (Buzan, 1991). البته یازده سپتامبر اگرچه توانست در تحول معادلات امنیت در گستره جهانی تأثیرگذار باشد اما این رخداد و نوع موضع‌گیری قدرت‌های بزرگ بین‌المللی، دلالت بر آن دارد که مسائل جهانی برخلاف توقع پیشین، تنها از طریق کاربرد زور و قدرت سخت قابل کنترل و مهار نیست. شکست و عدم موفقیت آمریکا در وقایعی همچون حمله به افغانستان، حمله به عراق، برخورد با جمهوری اسلامی ایران و یا مهار جنبش‌های رهایی‌بخش، و همچنین نحوه مدیریت مسئله فلسطین اشغالی، تماماً دلالت بر آن دارد که معادلات امنیتی در این دوره به میزان زیادی مبتنی بر رویکردهای نرم شده‌اند.

همین مسئله سبب شد که با فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی و پایان یافتن تضاد ایدئولوژیکی و برخورد نظامی، ایالات متحده آمریکا دچار بحران معنا شود. بر همین اساس این کشور برای توجیه حضور فراگیر خود در جهان، خصوصاً خاورمیانه، نیازمند «دشمن تازه‌ای» بود که توانایی توجیه اتخاذ این نقش را داشته باشد. در چنین فضایی بود که نخستین تهدید متوجه جهان اسلام شد؛ که با عطف توجه به مقوله «اسلام سیاسی» سعی شد این نیاز استراتژیک دولت آمریکا برآورده شود و این کشور کوشید تا «نظمی ایدئولوژیک» را برای آینده جهان در دستورکار خود قرار دهد.

گراهام فولر از همین دیدگاه به «اسلام سیاسی» نگریسته و معتقد است که گرایش‌های رادیکالی عناصر بنیادگرایانه درون ایدئولوژی اسلامی، توانمندی‌های بسیار بالایی به آن می‌بخشد که به مراتب از قدرت سخت‌افزاری اتحاد جماهیر شوروی خطرناک‌تر و مخرب‌تر است (فولر). توجیه‌هایی از این دست که با تحلیل‌های غیرواقع‌بینانه از اسلام همراه است، در واقع زمینه پیدایش تهدید تازه‌ای را برای جهان فراهم می‌سازد که به علت قدرت تخریبی بالای آن، از توانایی لازم برای توجیه‌گری خط‌مشی استعمارگرایانه و ارباب‌منشانه آمریکا در گستره جهانی برخوردار است.

نتیجه آنکه برای ایجاد ائتلاف‌های نوین به گرد ایالات متحده آمریکا، وجود دشمن تازه‌ای ضروری بود که بهترین گزینه برای تأمین این نیاز «اسلام» بود. بر این اساس این کشور جهت اثبات ضرورت وجودی خود به‌طور طبیعی به دنبال تعریف دشمن و مقابله با آن است تا از این طریق ضمن معرفی خود، دیگر بازیگران را به پیروی از خود وادار سازد. البته این مسئله خود منجر به حاکم شدن جو بی‌اعتمادی بر روابط ایالات متحده آمریکا با کشورهای مسلمان منطقه شده است. به عبارت دیگر همان‌طور که آمریکا در چهار مقوله عمده از جمله: تروریسم، افزایش احساسات ضدآمریکایی، تلقی از اسلام به عنوان مانعی برای گسترش دموکراسی، و قدرت‌یابی شیعیان در خاورمیانه، احساس تهدید از جانب اسلام دارد، جهان اسلام نیز مجموعه اقدامات آمریکا را خطری می‌داند که از یک‌سو ماهیت اسلام و از سوی دیگر منافع جهان اسلام را نشانه رفته است.

بر همین اساس روابط آمریکا با اعراب و مسلمانان خاورمیانه به خصوص از زمان حملات یازده سپتامبر در سطوح دولتی و مردمی با تنش‌هایی مواجه شده است؛ به گونه‌ای که برخی دولت‌ها و گروه‌های شبه‌میلی منطقه آشکارا با ایالات متحده دشمن بوده، با سیاست‌های آن در طیفی گسترده مخالفت کرده و به دنبال آسیب‌رساندن به منافع آن در منطقه و جهان هستند. حتی دولت‌های دوست آمریکا نیز در روابط خود با این کشور جانب احتیاط را رعایت می‌کنند، چراکه با جنبه‌هایی خاص از سیاست‌های آن مخالف بوده (نظیر مناقشه عربی - اسرائیلی) یا تحت فشار احساسات ضدآمریکایی در میان مردمان خود هستند. علاوه بر این نظرسنجی‌های افکار عمومی نشان داده‌اند که نگرش‌های منفی نسبت به ایالات متحده در بسیاری از کشورهای جهان و به ویژه جهان اسلام رشد زیادی داشته است. برای مثال براساس نظرسنجی صورت گرفته از سوی مؤسسه «زاگی اینترنشنال» (Zogby International) در مارس ۲۰۰۸ از شهروندان کشورهای مصر، اردن، لبنان، مراکش، عربستان سعودی و امارات عربی متحده، ۸۳ درصد از پاسخ‌دهندگان نظری منفی نسبت به ایالات متحده داشته و ۷۰ درصد بیان کردند که هیچ اعتمادی به این کشور ندارند (Telhami, 2008).

ایالات متحده آمریکا تلاش کرد برای مقابله با حس تنفر مردم منطقه، تلاش خود را بر بزرگنمایی تهدید ایران در قالب جنگ نرم متمرکز کند. بنابراین با استفاده از اعتراضات صورت گرفته در ایران پس از انتخابات ژوئن تلاش کرد تا با گسترش اندیشه ایران‌هراسی در میان کشورهای عربی، موضوع خطر گسترش تشیع و تشکیل هلال شیعی در منطقه را بزرگنمایی کرده و با تأکید بر سرنگونی رژیم ایران، همکاری با مخالفان داخلی در داخل و خارج از کشور، سناریوهای جدیدی را برای جنگ نرم با ایران شکل دهند. برای مثال کوشیدند با استفاده از این رویکرد، اعتراضات شیعیان حوثی را به مداخلات ایران نسبت دهند. عربستان هم که از ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی از گسترش نقش شیعیان در خاورمیانه در هراس بود با همگام شدن با ایالات متحده آمریکا، ایران را به مداخله در حوادث یمن متهم ساخت. زیرا به اعتقاد مقامات عربستان سعودی، از دست دادن یمن به غیر از عدم دسترسی به خلیج عدن، به معنای گسترش هلال شیعه و افزایش نفوذ شیعیان در خاورمیانه است. علاوه بر این با افزایش قدرت حزب الله در دولت لبنان پس از انتخابات اخیر این کشور، هراس مقامات عربستان بیشتر شده و ادعا کردند که شیعیان حوثی به دنبال الگوبرداری از حزب الله لبنان هستند. بنابراین شاهد هستیم که این بار تهدیدات جدیدی از جانب عربستان سعودی در قالب تهدیدات نرم آمریکا برای کشورمان رقم خواهد خورد و این بار کشورهای عربی برای تقلیل امکان تأثیر گذاری ایران در منطقه تلاش خواهند کرد. بنابراین به غیر از فلسطین و لبنان، یمن نیز به میدان نبرد قدرت های بزرگ منطقه تبدیل خواهد شد.

علاوه بر این ایالات متحده آمریکا می‌کوشد تا با طرح شعارهایی همانند گسترش دموکراسی و جامعه مدنی و تمرکز بر مسئله قومیت‌های ایران در کنار استفاده از ابزارهای تهدید نرم

همانند ترغیب به اقتصاد و تجارت آزاد گروه‌های قومی، حمایت از سازمان‌های غیردولتی و جنبش‌های اصلاح‌طلبانه اقوام ایرانی، منزوی‌سازی سازمان‌های غیردولتی و نهادهای اصلاح‌طلبانه غیرهمسو، استفاده از دیپلماسی عمومی برای جذب قلوب و اذهان اقوام ایرانی و القای احساس محرومیت اقتصادی و سیاسی به آن‌ها، اختصاص کمک‌های بلاعوض برای راه‌اندازی شبکه‌های رادیو و تلویزیونی قومی در ایران، مقابله ایدئولوژیک با اسلام ناب شیعی با طرح ادعاهای حقوق بشری مبنی بر آزادی مذهبی برای گروه‌های قومی، تلاش برای جذب نخبگان و روشنفکران قومی برای تحریک مردم مناطق مرزی، سیاسی کردن مسئله قومیت‌ها و استفاده تاکتیکی از این گروه‌ها، مشروعیت، مقبولیت و کارآمدی نظام جمهوری اسلامی ایران را نشانه گرفته و زمینه کاهش اعتماد، رضایت و مشارکت سیاسی مردم را فراهم آورد.

همچنین ایالات متحده آمریکا با سوءاستفاده از حوادث پس از انتخابات ریاست‌جمهوری در ایران با حمایت آشکار از صدهای مخالف نظام جمهوری اسلامی ایران، تعمیق و گسترش تحریم‌ها علیه ایران، مخدوش و بدنام کردن چهره جمهوری اسلامی در خارج از کشور از راه‌های گوناگون مثل محکوم کردن در مجامع بین‌المللی، تلاش برای محدودسازی روابط کشورها و سازمان‌های بین‌المللی با ایران، تلاش برای مشروعیت‌بخشی، گسترش و توانمندسازی سازمان‌های غیردولتی ایرانی مخالف نظام جمهوری اسلامی ایران، دخالت گسترده در امور داخلی ایران در محور انتخابات، حقوق بشر، زنان، رسانه‌ها و مذاهب، آموزش عناصر و تشکل‌های خارجه‌نشین مخالف نظام جمهوری اسلامی و حمایت‌های سیاسی و مالی از آن‌ها، تحدید نفوذ جمهوری اسلامی ایران در منطقه، ممانعت از دستیابی ایران به فناوری و دانش پیشرفته، تبلیغ و ترویج دوگانگی حاکمیت در ایران، راه‌اندازی جنگ عقیدتی و ایدئولوژیک در منطقه و فعال‌سازی و حمایت از شبکه‌های رسانه‌ای ضدایرانی می‌کوشد هرچه بیشتر قدرت ایران را تضعیف سازد.

به‌طور کلی با تغییر فضای امنیتی نظام بین‌الملل به همراه تمرکز ایالات متحده آمریکا بر افزایش برخورد نرم با ایران و توسعه و تعمیق گسست ایدئولوژیک در جهان اسلام، تمرکز رسانه‌ای و تبلیغاتی روی جمهوری اسلامی ایران برای وادار کردن ایران به ایفای نقش دشمن خطرناک صلح و ثبات بین‌المللی، به‌شدت افزایش یافته است. خلاصه کلام آنکه بعد نرم‌افزاری ناامنی بر ضد جمهوری اسلامی ایران شاهد رشد قابل توجهی است که لازم است کشورمان نیز تلاش کند تا توانمندی‌های قدرت نرم خود را افزایش دهد. بر همین اساس در بخش بعدی ما به بررسی جنگ نرم، قدرت نرم و راهکارهای افزایش آن می‌پردازیم.

## امنیت نرم

امنیت همواره کلیدی‌ترین عنصر زندگی بشر بوده است. ترس در همه حال و همه زمان‌ها نقش مهمی در تصمیمات و حتی جهت‌گیری‌های دولت‌ها ایفا کرده است. نظریات در خصوص ماهیت امنیت، در بستر دو گفتمان اصلی سلبی و ایجابی یا منفی و مثبت یا گفتمان سنتی و مدرن طرح شده‌اند که هر یک بر وجه خاصی از امنیت نظر دارند. در گفتمان سلبی که بر جنبه عینی تهدیدات تأکید می‌شود امنیت با نبود تهدید تعریف می‌شود. شاخصه بارز آن تأکید بر بُعد نظامی است. راهبرد اصلی در این رویکرد امنیتی، تقویت توان نظامی برای مقابله و سرکوب دشمنان است. در گفتمان ایجابی که در پی نقد جدی مبانی و اصول گفتمان امنیت سلبی پا به عرصه وجود گذاشت، امنیت به نبود تهدید تعریف نمی‌شود بلکه افزون بر نبود تهدید، وجود شرایط مطلوب برای تحقق اهداف و خواسته‌های جمعی نیز مدنظر است. بنابراین امنیت را می‌توان توانمندی بهره‌گیری بهینه از فرصت‌ها و تضمین منافع و ارزش‌ها تعریف کرد. با توجه به این نگرش سلبی و ایجابی، هر کدام از گفتمان‌های ذیل به نوعی به تعریف امنیت پرداخته‌اند. در مکتب رئالیستی امنیت بر پیوند قدرت - امنیت تأکید می‌شود. در مقابل در مکتب نئورئالیستی به جای تبیین مفهوم امنیت براساس قدرت - امنیت به تبیین مفهوم امنیت براساس تهدید - امنیت می‌پردازد. بر این اساس امنیت عبارت خواهد بود از رهایی از تهدید.

از دید سازه‌انگاران، امنیت و ناامنی از نحوه تفکر، عقاید و اندیشه بازیگران نسبت به پدیده‌ها و موضوعات، خصوصاً منافع و تهدیدات ناشی می‌شود.

هر قدر ادراک و منطق بازیگران نسبت به پدیده‌ها و موضوعات متفاوت‌تر باشد، معمای امنیتی نیز گسترده‌تر شده و بی‌اعتمادی بیشتر می‌شود.

امنیت بیش از آنکه بر عوامل مادی قدرت متکی باشد، بر میزان فهم و درک مشترک بازیگران از یکدیگر متکی است. نظریه سازه‌انگاران با توجه به اعتقاد به اینکه هستی سیاسی و اجتماعی یک آگاهی بینا-ذهنی است، ماهیت اجتماعی تهدید را مقدم بر ماهیت طبیعی تهدید می‌داند. بنابراین همواره تهدیدات در عینی‌ترین حالت‌ها نیز تابعی از ماهیت اجتماعی تهدید است.

مبنای تجزیه و تحلیل امنیت ملی در «مطالعات امنیتی جهان سوم» بر پایه سه مؤلفه اساسی قرار دارد که عبارتند از: «محیط امنیتی»، «ابعاد سخت‌افزاری امنیت» و «ابعاد نرم‌افزاری امنیت». در این چارچوب محیط امنیتی محل رویش و پیدایش تهدیدات و فرصت‌ها، ابعاد سخت‌افزاری شامل توانمندی‌های فیزیکی و مادی و ابعاد نرم‌افزاری شامل «ظرفیت سیاسی» و زیر مجموعه‌های مربوطه می‌شود.

اما در تعریف امنیت نرم باید به مؤلفه‌های جدیدی توجه داشته باشیم. دایره‌المعارف اینترنتی ویکی‌پدیا امنیت نرم را در درجه اول حوزه‌ای مرتبط با حفاظت از اشیاء یا عناصر

فیزیکی به شیوه‌ای ناملموس و مخفی و با استفاده از ابزارهای نرم‌افزاری می‌داند؛ اما از سوی دیگر حوزه آن را نظام‌های اجتماعی پیچیده و دقیق نیز عنوان می‌کند (ویکی‌پدیا).

دایرةالمعارف ویکی میتبال (Meatball Wiki) نیز امنیت نرم را در درجه اول متضاد امنیت سخت می‌داند. همچنین بیان می‌کند که امنیت نرم به‌جای استفاده از خشونت و حمله، بیشتر به‌دنبال دفاع و اقناع مردم علیه حمله است و کاهش صدمات را مدنظر دارد. امنیت نرم از نظر اجتماعی در موقع حمله نیز مؤثر است و کمک می‌کند تا انسان‌ها رفتار بهتری با هم داشته باشند و مانعی بر سر راه انسان‌هایی که ارزشی را به سیستم اضافه می‌کنند نشوند (دایرةالمعارف ویکی میتبال).

نیکیتا ای. لوماگین معتقد است که تهدیدات امنیت نرم، تهدیداتی هستند که ریشه نظامی ندارند. وی شرایط اجتماعی را منشأ بسیاری از تهدیدات نرم در شرایط کنونی، و انتقال امراض مسری را نمونه‌ای وابسته و نشئت‌گرفته از این شرایط می‌داند (Lomagin, 2002).

به‌طور کلی از دید کارشناسان امنیت نرم از چهار بخش اساسی «موضوعات مرجع امنیت نرم»، «قدرت نرم کشور» و «جنگ نرم دشمن» و «پدیده‌های نرم‌افزاری ناامنی» تشکیل می‌شود. حاکمیت ملی، هویت ملی، روش زندگی، انسجام سیاسی- اجتماعی و تصویر و وجهه بین‌المللی از مهم‌ترین موضوعات مرجع امنیت نرم هستند. بنابراین نوع رژیم، ارزش‌ها و تکالیف بنیادین رژیم، نهادهای اساسی حاکمیت، احساس امنیت از جانب ارزش‌ها و هنجارها در نزد مردم، وفاق ملی میان مردم، نیروهای سیاسی و نظام سیاسی بر سر مسئله‌های مرتبط با منافع و تهدیدات امنیت ملی، تعامل مناسب با سازمان‌های بین‌المللی و وجهه و آبروی بین‌المللی از مهم‌ترین عوامل مرجع در امنیت نرم است.

قدرت نرم در تولید امنیت نرم نقش بسیار مهمی دارد. قدرت نرم، به آن دسته از قابلیت‌ها و توانایی‌های کشور اطلاق می‌شود که با به کارگیری ابزاری چون فرهنگ، آمال و یا ارزش‌های اخلاقی به‌صورت غیرمستقیم بر منافع یا رفتارهای دیگر کشورها اثر می‌گذارد. علاوه‌براین قدرت نرم در بعد داخلی به‌واسطه مشروعیت سیاسی دولت ایجاد و با افزایش اعتماد، وفاق و همبستگی ملی افزایش می‌یابد. ژوزف نای از پیشگامان طرح قدرت نرم در سال ۱۹۸۹ عنوان می‌کند: قدرت نرم، توجه ویژه به اشغال فضای ذهنی کشور دیگر، از طریق ایجاد جاذبه است و نیز زمانی یک کشور به قدرت نرم دست می‌یابد که بتواند «اطلاعات و دانایی» را به منظور پایان دادن به موضوعات مورد اختلاف به کار گیرد و اختلافات را به گونه‌ای ترسیم کند که از آن‌ها امتیاز بگیرد. قدرت نرم، تبلیغات سیاسی نیست بلکه مباحث عقلانی و ارزش‌های عموم را شامل می‌شود و هدف قدرت نرم، افکارعمومی خارج و سپس داخل کشور است (نای، ۱۳۸۳). به‌طور کلی قدرت نرم را با چهار رکن اساسی می‌توان معنا کرد: «کارآمدی» (حکومت)، «سرمایه اجتماعی»، «اقتدار»، و «جذابیت».

کارآمدی حکومت که یکی از عناصر و ارکان اصلی قدرت نرم است، ارتباط وثیق و مؤثری

با امنیت نرم دارد. کارکردهای اصلی این بازوی امنیت نرم در مهار جنگ نرم، پدیده‌های نرم‌افزاری ناامنی و ترسیم‌کننده آسیب‌پذیری‌ها و حفاظت‌کننده و تقویت‌کننده موضوعات مرجع امنیت نرم است. توانایی دستگاه‌های دولتی در انجام درست و مؤثر وظایف قانونی و مورد انتظار جامعه، توانایی حکومت در حل مسئله‌های مردم، توانایی حکومت در بسیج منابع، امکانات و ظرفیت‌ها در حل مسئله‌ها یا اجرای برنامه‌ها و تصمیمات مشخص، توان تصمیم‌گیری‌های جامع، منسجم و استوار از سوی حکومت و توان اجرایی انعطاف‌پذیر، قاطع، مستمر و سریع حکومت، از معیارهای مهم سنجش میزان کارآمدی حکومت است.

سرمایه اجتماعی به عنوان دومین رکن قدرت نرم از مجموعه‌ای هنجارها و ارزش‌های موجود در سیستم‌های فکری، علمی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی جامعه منتج می‌شود و این هنجارها و ارزش‌ها حاصل تأثیر نهادهای اجتماعی و اقتصادی ما است که دارای ویژگی اعتماد متقابل، تعامل اجتماعی، احساس هویت جمعی و گروهی و غیره است (الوانی و سیدنقوی، ۱۳۸۱). اعتماد اجتماعی، مشارکت سیاسی، رضایت و حساسیت سیاسی از مهم‌ترین مراکز ثقل سرمایه اجتماعی برشمرده می‌شوند.

اعتماد اجتماعی هم از انتظار رفتار معتدل و صادقانه میان مجموعه‌ها ناشی می‌شود و به تناسب نوع مجموعه‌ها دارای ابعاد مختلفی است. اعتماد سیاسی یکی از مهم‌ترین جنبه‌های تشکیل‌دهنده قدرت نرم است. اعتماد سیاسی یعنی اعتماد به حکومت، که در اثر رضایت مردم از خدمات دولتی خاص ایجاد شده و با حمایت عام‌تری که عوامل فرهنگی، سیاسی و جمعیت‌شناختی سبب آن می‌شوند، مورد مقایسه قرار می‌گیرد. اعتماد سیاسی مردم سبب افزایش حساسیت سیاسی آن‌ها شده و به تبع میزان مشارکت و مشروعیت سیاسی نظام افزایش می‌یابد. در تعریف حساسیت سیاسی باید به این نکته توجه داشت که این مفهوم تا حد بسیار زیادی با تأثیرگذار بودن فرد در فرایند سیاسی کشور مطابقت دارد. اگر افراد یک جامعه معتقد باشند که در صورت بروز آرا و نظرات خود با آن‌ها برخورد می‌شود، کم‌کم نسبت به نظام حاکم بی‌تفاوت شده، وفاداری و حمایت آگاهانه آن‌ها از دولت کاهش یافته و آراء و نظرات خود را به صورت انزوای سیاسی، اعتراض، اعتصاب، اغتشاش، شورش و جنگ نشان می‌دهد. این شکل از بیان افکار می‌تواند بی‌ثباتی سیاسی و بحران امنیتی برای دولت بیافریند. بنابراین مشارکت سیاسی که می‌تواند زمینه مشروعیت سیاسی دولت را به وجود بیاورد باید به صورت داوطلبانه، آگاهانه، نهادمند، مستمر و برای تأثیرگذاری بر انتخاب سیاست‌های عمومی، اداره امور عمومی یا گزینش رهبران سیاسی در سطوح مختلف حکومتی اعم از محلی و یا ملی، با استفاده از روش‌های قانونی صورت پذیرد.

اقتدار سومین رکن قدرت نرم است که از ترکیب سلطه اطلاعاتی و سلطه روانی بر بازیگران ناامنی‌ساز ناشی می‌شود؛ اقتدار به صورت حضور نامحسوس عامل مقتدر در نزد بازیگران ناامنی‌ساز ظاهر می‌شود. چهارمین رکن قدرت نرم جذابیت کارگزار قدرت نرم است. جذابیت، احترام و منزلت کارگزار و امنیت نزد مخاطب تعریف می‌شود.



بنابراین دولت‌ها و نهادهای مرتبط با آن، مردم و نهادهای مدنی ملی و بین‌المللی اصلی‌ترین بازیگران عرصه امنیت نرم هستند. در امنیت نرم «حکومت»، «جامعه مدنی» و «شهروند» سه بازیگر اصلی هستند (عبدالله‌خانی، ۱۳۸۵). در این چارچوب جامعه مدنی نقشی واسط میان حکومت و شهروند ایفا می‌کند. بر این اساس، جامعه مدنی خواسته‌ها و تقاضاهای شهروندان را اخذ کرده و آن را به حکومت منتقل ساخته و پیگیر مطالبات آنان خواهد بود. در این میان رسانه به عنوان یکی از مهم‌ترین منابع سرمایه اجتماعی می‌تواند نقش بسیار مهمی در افزایش قدرت نرم یک کشور داشته باشد. از سوی دیگر حکومت نیز مسئول اصلی برقراری نظم و امنیت است با این تأکید که مردم نیز از قدرت سیاسی برخوردار بوده و می‌توانند هم از دولت حمایت کنند هم آن را مورد نقد قرار داده و درخواست‌های خود را مطرح کنند. رابطه دیگر میان بازیگران، انتقال وظایف تعیین‌شده از سوی حکومت به مردم از طریق جامعه مدنی است. در امنیت نرم شهروند و جامعه مدنی به عنوان دو بازیگر اصلی، دارای مفاهیمی با بار معنایی گسترده هستند. با توجه به نوع رابطه میان موضوعات مرجع، انسجام سیاسی- اجتماعی به عنوان مرجع پیونددهنده، دارای نقش اساسی است و هرگونه اختلال در موضوع مرجع باعث گسست اساسی میان حاکمیت به عنوان موضوع مرجع دولت پایه با موضوعات مرجع جامعه پایه خواهد شد. بنابراین موضوعات مرجع، تعیین‌کننده نهایی وضعیت کشور در چارچوب امنیت نرم بوده و مبنای قدرت نرم در مصونیت‌بخشی و حفاظت و همچنین جنگ نرم در حمله و ایجاد خطر است. ضمن آنکه رخدادهای امنیتی نیز دارای همبستگی با آن است. جنگ نرم در واقع مجموعه تهدیدات نرم‌افزاری را در الگوی امنیت نرم تشکیل می‌دهد که آماج اصلی آن موضوعات مرجع امنیت نرم است. بر این اساس میان جنگ نرم و تهدیدات مرتبط با آن با آسیب‌پذیری‌ها یک رابطه همبستگی سطح بالا وجود دارد. به‌طوری‌که تهدیدات نرم صرفاً به دنبال بهره‌برداری از آسیب‌های موجود نیست بلکه یکی از آماج‌های آن ایجاد آسیب‌پذیری است. آسیب‌پذیری‌ها بدون واسطه مرتبط با موضوعات مرجع امنیت نرم است و بر اثر اختلال، ناکارآمدی و ضعف ناشی از موضوعات مرجع امنیت نرم ایجاد می‌شود.

کانون اصلی قدرت نرم کارآمدی حکومت در تولید و مهندسی امنیت از یک‌سو و مدیریت ناامنی از سوی دیگر است. بر این اساس میان قدرت نرم، جنگ نرم، آسیب‌پذیری‌ها و پدیده‌های نرم‌افزاری ناامنی، یک رابطه متقابل وجود دارد. پدیده‌های نرم‌افزاری سر بازکردن تهدیدات و آسیب‌پذیری‌ها، علامت ناتوانی اولیه قدرت نرم در جلوگیری از ظهور و بروز آن است. اما از سوی دیگر میان قدرت نرم و جنگ نرم نیز رابطه همبستگی وجود دارد. به‌گونه‌ای که تصعید جنگ نرم می‌تواند نشان‌دهنده افول قدرت نرم باشد و یا افول جنگ نرم دشمن می‌تواند ناشی از تصعید قدرت نرم خودی باشد.

## جنگ نرم: تعریف، اهداف و روش‌ها

جنگ نرم به وسیله کمیته خطر جاری در سال‌های پایانی دهه ۱۹۸۰ طراحی شد. کمیته خطر جاری در اوج جنگ سرد و در دهه ۱۹۷۰ با مشارکت استادان برجسته علوم سیاسی و مدیران سابقه‌دار سازمان سیا و پنتاگون تأسیس شد. در آن مقطع و در پی اصلاحات گورباچف مبنی بر ایجاد فضای باز سیاسی و تغییر در قوانین اقتصادی (پروسترویکا) این کمیته با منتفی دانستن جنگ سخت و رو در رو با اتحاد جماهیر شوروی تنها راه به زانو درآوردن بلوک شرق را جنگ نرم و فروپاشی از درون معرفی کرد. سیاستگذاران پنتاگون و سیا با سه راهبرد دکترین مهار، نبرد رسانه‌ای و ساماندهی نافرمانی مدنی اتحاد شوروی را به فروپاشی و شکست واداشتند. اما در تعریف جنگ نرم باید گفت جنگ نرم در برابر جنگ سخت (hard war) در حقیقت شامل هرگونه اقدام روانی و تبلیغات رسانه‌ای است که جامعه هدف یا گروه هدف را نشانه می‌گیرد و بدون درگیری نظامی و گشوده شدن آتش، رقیب را به انفعال یا شکست وادارد. جنگ روانی، جنگ رایانه‌ای، جنگ رسانه‌ای برای ایجاد تصویرسازی و کنترل اذهان و قلوب مردم، براندازی نرم، راه‌اندازی شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و شبکه‌سازی در بین مسلمانان از اشکال جنگ نرم هستند. جنگ نرم در پی از پای درآوردن اندیشه و تفکر جامعه هدف است تا حلقه‌های فکری و فرهنگی آن را سست کند و با بمباران خبری و تبلیغاتی در نظام سیاسی - اجتماعی حاکم تزلزل و بی‌ثباتی تزریق کند. به‌طور کلی جنگ نرم در روش نرم‌افزاری و در پیامد غیرکشنده است. در جنگ نرم تلاش می‌شود که به مراکز ثقل موضوعات مرجع امنیت نرم یعنی مشروعیت نظام سیاسی، وحدت و تمامیت ملی کشور، اعتماد ملی، وفاق ملی - سیاسی که خود از منابع بسیار مهم سرمایه اجتماعی هستند صدمه وارد شود. یعنی تلاش می‌شود تا حدامکان میزان رضایت مردم نسبت به کارایی نظام کاهش یابد. کاهش رضایت مردم خود می‌تواند نقش بسیار مهمی در کاهش انعطاف‌پذیری ملی و حساسیت سیاسی داشته باشد.<sup>۱</sup> جنگ نرم، دو «پیکارگاه» دارد، یکی قلب و دیگری مغز، تصرف «قلب‌ها و مغزها» و تصرف دل‌ها و ذهن‌ها هدف منازعات نرم است. در جنگ نرم عامل تهدید به دنبال فراهم کردن الگوهای اقناعی است و تلاش می‌کند که مخاطب را به گونه‌ای تحت‌تأثیر قرار دهد که ترجیحات و اولویت‌های خود را مطابق خواسته‌های عامل تهدید فهم و درک کند (نای، ۱۳۸۳). یک بخش تأثیرگذاری بر افکار از طریق «باورسازی» و «الگوپردازی» است و بخش دیگر آن را «باورسوزی» و مسخ الگوهای رایج تشکیل می‌دهد. به‌طور مثال در منازعه نرم آمریکا با ایران در سال‌های اخیر، باورسوزی، باورسازی، الگوپردازی و تلاش برای مسخ و بی‌اعتبارکردن الگوهای رایج همزمان اجرا می‌شود.

بنابراین می‌توان گفت که جنگ نرم عبارت است از هر گونه اقدام غیرخشونت‌آمیز که ارزش‌ها و هنجارها را مورد هجوم قرار داده و درحد نهایی منجر به تغییر در الگوهای رفتاری و خلق الگوهای جدیدی شود که با الگوهای رفتاری نظام حاکم تعارض داشته باشد. لازم به

ذکر است که زمینه‌های تهدید نرم‌افزاری مانند موانع ساختاری مشروعیت یا بحران مشروعیت می‌تواند منجر به شکل‌گیری یا تشدید تهدیدات نرم‌افزاری و یا حتی سخت‌افزاری مانند حمله نظامی شود.

جنگ نرم در صورتی شکل می‌گیرد که کسانی که به آن تن درمی‌دهند اساساً احساس و ادراک تهدید از آن نداشته باشند، بلکه آن را مطلوب خود و تسلیم‌شدن در برابر آن را اولویت خود بدانند. این اولویت می‌تواند به عمد یا ترغیب، آموزش و پرورش و فرهنگ‌سازی انجام شود. این‌گونه از تهدید نرم که در واقع نقطه مقابل مقابله قدرت شرطی است، با تغییر اعتقادات افراد و ملت‌ها، اساسی‌ترین کارکردها را در حکومت، اقتصاد، سیاست و... کشورها ایفا می‌کند. (کالبرایت، ۱۳۷۱).

از آنجایی که جنگ نرم در مراحل تکوین به دلیل ماهیت ذهنی و انتزاعی آن چندان جلب توجه نمی‌کند و در واقع جمعی از کارگزاران نظام سیاسی اساساً وضعیت موجود را وضعیتی کاملاً عادی تلقی می‌کنند، لذا تهدید نرم به‌صورت خفته و مستور در حوزه مورد نظر پیشروی کرده و در جایگاه‌های نرم نظام از قبیل هویت، فرهنگ، مشروعیت، مشارکت سیاسی، کارآمدی و... به اندازه‌ای پیشرفت کرده که در موقع تجلی و نمودار شدن تهدید، به دلیل اینکه زیرساخت‌های نرم‌افزاری مدیریت امنیت ملی را به چالش کشیده، امکان مدیریت تهدید را در عرصه‌های نرم و سخت در حد قابل توجهی کاهش می‌دهد (فروغی‌نیا). مؤثرترین هدف جنگ نرم، متقاعد کردن هرچه بیشتر مردم برای عدم حمایت از نظم موجود به‌واسطه مخالفت فعالانه یا رد برخورد منفعلانه است (Schutt, 2006).

براندازی نرم، فروپاشی و استحاله در حاکمیت از اهداف کلی جنگ نرم است. علاوه بر این گفتمان‌سازی، مرجع‌سازی، تغییرالگوی مصرف رسانه‌ای، نخبه‌سازی مصنوعی و سلطه اطلاعاتی از مهم‌ترین اهداف میان‌برد و واسطه‌ای در جنگ نرم است.

عملیات روانی، عملیات ادراکی، دیپلماسی عمومی، فریب استراتژیک، برگزاری اجتماعات، عدم همکاری با دولت، جذب مخالفان حکومت، ایجاد ناآرامی‌های مدنی (نافرمانی مدنی، تجمعات نمایشی، تجمعات اعتراضی)، استفاده از جنبش‌های سیاسی - مدنی، شکل‌دادن به انقلاب‌های رنگی و استفاده گسترده از شبکه‌های اجتماعی از اصلی‌ترین روش‌هایی است که تاکنون در جنگ نرم و در سطح بین‌المللی مورد استفاده قرار گرفته است.

با توجه به تعاریفی که از جنگ، قدرت و امنیت نرم و اهداف و روش‌های آن ارائه شد، باید به این نکته مهم توجه کرد که امروزه رسانه‌های سنتی و مدرن و همچنین شبکه‌های اجتماعی یکی از ابزارهای بسیار مهمی هستند که می‌توانند هم در راه جنگ نرم و هم در زمینه امنیت‌سازی نرم به کار گرفته شوند. بر همین اساس در بخش بعدی مقاله تلاش می‌شود به بررسی نقش دوگانه رسانه‌ها پرداخته شود.

## امنیت نرم و چهره ژانوسی رسانه‌ها

در الگوی مدرن امنیت رسانه‌ها با ایجاد تحول در باورها، ارزش‌ها، اعتقادات، تصاویر، ادراکات و ذهنیات جامعه، زمینه را برای اقناع و پذیرش فراهم می‌کنند. این وضعیت باعث شده تا پیام‌ها، نمادها، اخبار و اطلاعات اهمیت خاص پیدا کند. رسانه‌ها نه تنها واقعیت بلکه حتی مهم‌تر از آن ادراک مردم از واقعیت را نیز تغییر می‌دهند؛ به گونه‌ای که برخی از اندیشمندان معتقدند که رسانه‌ها حاکمیت و قدرت تعیین سرنوشت انسان‌ها را از آنان سلب و در اختیار خود گرفته‌اند و بر اندیشه، ادراک و احساس افراد مسلط شده‌اند. رسانه‌ها در عصر اطلاعات مهم‌ترین نقش را در پوشش خبری رخدادها و تأثیر گذاری بر افکار عمومی ایفا می‌کنند. انواع رسانه‌های مکتوب، صوتی و تصویری، اینترنتی و دیجیتالی می‌توانند بر نوع شکل‌گیری افکار عمومی مؤثر بوده و روندهای سیاسی و اجتماعی هر جامعه را به سمت و سوی خاص هدایت کند. به‌طور کلی رسانه‌ها با ظرفیت‌های خاص خود این قابلیت را دارا هستند که به منبعی برای تهدید در فضای سایبر علیه امنیت ملی کشورها تبدیل شوند.

در جنگ نرم، رسانه‌های جدید و سنتی با قدرت بالای تصویرسازی ذهنی می‌توانند دو کارکرد متفاوت داشته باشند. هم می‌توانند به عنوان عامل ایجاد و تشدیدکننده جنگ نرم باشند و هم می‌توانند به عنوان یکی از منابع بسیار مهم ایجاد سرمایه اجتماعی عاملی برای افزایش انعطاف‌پذیری ملی و امنیت نرم باشند.

## رسانه‌ها : تصویرسازی ذهنی و جنگ نرم

رسانه‌ها نقش بسیار مهمی در تصویرسازی ذهنی دارند. نظریه تصویر ذهنی به‌رغم آنکه نظریه جدیدی نیست، اما برداشت‌ها و حوزه‌های استفاده از آن جدید بوده و این نظریه طی سال‌های اخیر در همه ابعاد زندگی بشر اعم از مدیریت، روان‌شناسی، عملیات روانی، خبرپراکنی کارایی خود را نشان داده است. تصویر ذهنی همان تصویری است که از خویشتن خویش داریم. بر اساس این نظریه، انسان بیش از آنکه با واقعیات سر و کار داشته باشد، با برداشتی که از واقعیت دارد، سر و کار دارد و نهایتاً نیز بر اساس همین برداشت‌ها و تصاویر تصمیم‌گیری می‌کند. انسان به دلیل محدودیت‌هایی که دارد، همیشه نه بر مبنای واقعیات صرف، بلکه بر مبنای برداشت‌های خود از واقعیات قضاوت کرده و تصمیم‌گیری می‌کند. چون تجربیات، دانش، علایق و گرایش‌های فردی در ایجاد تصاویر ذهنی مؤثرند، لذا افراد از یک موضوع واحد، برداشت‌های یکسان ندارند و به همین دلیل در مقابل موضوع واحد، واکنش‌های متفاوت از خود نشان می‌دهند. امروزه کشورها با استفاده از رسانه‌ها و عملیات روانی تلاش می‌کنند، تصویر ذهنی خود نزد دیگران را آن‌طور که خود می‌خواهند شکل دهند. حتی اگر در عالم واقع این‌گونه نباشند. آنان در واقع با تصویر ذهنی، افکار عمومی جهانیان را به سمت مورد نظر خود هدایت و مدیریت می‌کنند. علاوه بر دولت‌ها، ملت‌ها نیز بر اساس تصویر ذهنی عمل می‌کنند.

ممکن است کشوری یا دولتی چندان قوی نباشد که دیگران تصور می‌کنند، لیکن با استفاده از شگردهای روانی، از خود یک کشور مقتدر و آسیب‌ناپذیر به تصویر کشیده باشد. اگر با این دیدگاه به تهدیدات نرم بنگریم، می‌توانیم به این نکته پی ببریم که تهدیدات نیز از جنس تصاویرند و تصاویر مبنای تصمیمات. این تصاویر در افراد احساس‌های واقعی و متفاوتی ایجاد می‌کنند. تصاویر مجازیند اما احساسات واقعی. بنابراین رسانه‌ها نقش بسیار مهمی در تصویرسازی ذهنی دارند. مانوئل کاستلز در کتاب معروف خود به نام *عصر اطلاعات*، ظهور جامعه شبکه‌ای از حضور پررنگ رسانه‌ها در محیط ذهنی افراد و تجارب عینی آن‌ها تعبیری دارد و می‌گوید: رسانه‌ها به علت اینکه تار و پود نمادین زندگی ما هستند، همچون تجارب واقعی که بر رویاهای ما تأثیر دارند، بر آگاهی‌ها و رفتار ما تأثیر می‌گذارند و مواد خامی را فراهم می‌سازند که ذهن ما با استفاده از آن کار می‌کند. رسانه در دنیای امروز تجربه انسانی را از واقعیت دگرگون ساخته و اگرچه او را با واقعیت آشنا ساخته اما حس انسان را از برخورد بی‌واسطه با واقعیت بازداشته و در واقع او را به برداشتی ثانویه از واقعیت رسانده است. وی همچنین به نقش تکنولوژی‌های ارتباطی، مانند اینترنت، در عضوگیری و گسترش قدرت جنبش‌های اجتماعی اشاره می‌کند. از همین تکنولوژی‌های رسانه‌ای می‌توان برای برنامه‌ریزی‌های تروریستی و خرابکاری‌های بزرگ استفاده کرد. به‌طور کلی از دید کاستلز در جامعه کنونی، سیاست به معنای سیاست رسانه‌هاست. رسانه‌ها پس‌زمینه همیشگی بازی سیاست و حوزه‌ای عمومی هستند که در آن قدرت به نمایش در می‌آید و درباره‌اش داوری می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۰). به اعتقاد وی اگر چه سیاستمداران برای کسب قدرت سیاسی در رسانه‌ها از تکنیک ترور شخصیت، رسواگری و جنجال استفاده می‌کنند و این مسئله معرف خوبی برای یک جامعه دموکراتیک است ولی باید به این نکته توجه داشت ویژگی اصلی سیاست رسوایی و جنجال این است که همه کشگران سیاسی شرکت‌کننده در آن، خود به دام این نظام می‌افتند و غالباً نقش‌ها معکوس می‌شوند: شکارچی امروز شکار فرداست.

از طرف دیگر از نظر کاستلز یکی از عوامل تضعیف قدرت دولت‌ها، رشد و توسعه وسایل و تکنولوژی‌های جدید ارتباطی است. خودمختاری، تنوع و جهانی‌شدن رسانه‌ها باعث شده تا مردم امکان شنیدن صداهای مخالف و دریافت اطلاعات سری و محرمانه را داشته باشند. این مسئله می‌تواند زمینه شکل گرفتن جنبش‌های اجتماعی جدید و هویت‌های دگرخواهانه را که از مهم‌ترین جنبه‌های نرم‌افزاری تهدید امنیت ملی هستند به‌وجود آورد.

یکی دیگر از عواملی که رسانه‌ها می‌توانند بر قدرت دولت‌ها نقش داشته باشند، نقش آن‌ها در شکل‌دادن به منابع سه‌گانه هویت است. از نظر کاستلز هویت، بر ساختن فرهنگی معنا توسط کشگر اجتماعی است. وی از سه نوع هویت نام می‌برد؛ یک دسته شامل هویت‌هایی است که توسط نخبه‌ها و به عنوان دستگاهی برای عقلانی ساختن دیدگاه‌های آن‌ها ساخته می‌شوند. این هویت مشروعیت‌بخش است.

دومین نوع هویت، یعنی هویت‌های مقاومت، نیرومندتر از هویت‌های مشروعیت‌بخش هستند. در این هویت‌ها اصول اساسی، منبع نیرومند هویت است.

سومین نوع، هویت برنامه‌دار است. مشخصه این هویت‌ها این است که به طور همزمان نیرومند و پویا هستند. هویت برنامه‌دار که از دل هویت‌های مقاومت به وجود می‌آید، این توانایی را دارد که علاوه بر مقاومت، جامعه مدنی را از نو شکل دهد. در اینجا ساختن هویت، یک پروژه یا برنامه برای زندگی متفاوت است. بنابراین، این هویت بیش از آنکه رویکردی سیاسی داشته باشد، رویکردی فرهنگی دارد. هویت برنامه‌دار عموماً مبتنی بر یک مکتب فکری یا ایدئولوژی مشخص است؛ ایدئولوژی‌ای که از قابلیت‌های سازمان‌دهنده برخوردار باشد. از دید کاستلز رسانه‌ها نقش بسیار مهمی در شکل‌گرفتن جنبش‌های هویت‌محور دارند.

در این رابطه باید به این نکته توجه داشته باشیم که قدرت‌های هژمونیک اغلب در قلمرو هویت‌های غیرخودی و ضدخودی هویت‌های برنامه‌دار را از طریق کاربرد رسانه‌ها تقویت می‌کنند. در هویت‌های برنامه‌دار فاعلان ساخته می‌شوند یا سوزده‌های آن‌ها کنشگران اجتماعی و جمعی هستند که افراد به کمک آن‌ها در تجربه‌های خود به معنای جدیدی دست می‌یابند. بنابراین شخصیت‌ها و نخبگان فکری به همراه رسانه‌ها مهم‌ترین عوامل در این حوزه هستند و جنگ نرم از ناحیه این دسته از عوامل شکل می‌گیرد.

ژان بودریار نیز در سال‌های دهه هشتاد مدعی شد که ما در عصر وانموده‌ها (Simulation) به سر می‌بریم. بودریار همانندسازی را این گونه تعریف می‌کند: جایگزین کردن واقعیت با نشانه‌هایی از واقعیت. به عبارت روشن‌تر ما با نشانه‌ها یا نمادهایی از واقعیت سروکار داریم و به جای واقعیت، نشانه‌ها و سمبل‌ها را می‌بینیم. بودریار رسانه را همچون دستگاه‌های شبیه‌سازی یا وانمودن کلیدی‌ای تفسیر می‌کند که کارشان بازتولید تصاویر، نشانه‌ها، و رمزگانی است که یک قلمرو (حاد) واقعی خودکار را ایجاد کرده و نقشی اساسی در زندگی روزمره و نابودی جامعه بازی می‌کنند. او معتقد است که حقیقت هم اکنون در مسیر حضور واقعی خود نیست و از همه مهم‌تر آن‌که به وسیله نشانه‌ها و الگوها به طریقی فراواقعیت، یعنی واقعیتی که خیلی بیشتر از خود واقعیت نمایان است، حضور عینی و حتی ذاتی یافته و جلوه‌گر شده است. حقیقت موجود فاصله زیادی با واقعیتی دارد که در کنش‌های عقلی و مقولات فاهمه‌ای در حال بروز است. تحلیل بودریار به تضاد معنادار و پراهمیت رابطه میان بازنمایی و واقعیت اشاره دارد. پیش از این رسانه به مثابه آینه، بازتاب، یا نمایش‌دهنده واقعیت تصور می‌شد، درحالی‌که وقتی «امر واقعی» تابعی است از بازنمایی‌ای که به نابودی نهایی امر واقعی منجر می‌شود، رسانه سازنده (حاد) واقعی، یک واقعیت رسانه‌ای نو— واقعی‌تر از هر واقعی— به شمار می‌آید. به واقع در این مدل است که دستاوردهای مدرن انسانی توسط مفهوم وانمایی شناخته می‌شود. پس این حقیقت نیست که مورد شناخت یا به اصطلاح فلاسفه متعلق شناخت قرار می‌گیرد، بلکه به واقع مفهوم بدل است که زاییده می‌شود. به اعتقاد بودریار انسان‌ها در عصر مدرن با تصاویر

یکدیگر سروکار دارند نه با خودشان؛ تصاویر محصول جمعی است و هیچ انعکاسی از خود ندارد. بدین‌سان، جهان پسامدرن جهانی مافوق واقع است که در آن مردم با تعبیر و تصاویر سروکار دارند و نقش رسانه‌ها در این میان البته کانونی و تغییرکننده است. در حقیقت، در جهان پسامدرن تصویر مهم‌تر و تعیین‌کننده‌تر از واقعیت است و تصویر واقعی‌تر از واقعیت می‌شود. تصویرسازی امروزه به اکثر حوزه‌های زندگی سیاسی و اجتماعی افراد نفوذ یافته است. بر همین اساس رسانه‌ها با داشتن نقش کانونی در تصویرسازی می‌توانند نقش بسیار مهمی در ایجاد جنگ نرم یا تولید فضای نرم امنیتی ایفا کنند.

در کنار رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی نیز می‌توانند نقش بسیار مهمی در این زمینه داشته باشند. شبکه‌های اجتماعی به مجموعه‌ای از افراد گفته می‌شود که به‌صورت گروهی با یکدیگر ارتباط داشته و مواردی مانند اطلاعات، نیازمندی‌ها، فعالیت‌ها و افکار خود را به اشتراک می‌گذارند. شبکه‌های اجتماعی را می‌توان به دو دسته شبکه‌های مجازی و شبکه‌های غیرمجازی تقسیم کرد. شبکه‌های غیرمجازی در واقع شبکه‌هایی هستند که توسط مجموعه‌ای از افراد و گروه‌های به‌هم‌پیوسته در محیط اجتماعی عمل می‌کنند. شبکه اجتماعی مجازی یا شبکه اجتماعی اینترنتی، وبسایت یا مجموعه‌ای از وبسایت‌هایی است که به کاربران این امکان را می‌دهد که علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند. به عبارت دیگر شبکه‌های اجتماعی سایت‌هایی هستند که با استفاده از یک موتور جستجوگر و افزودن امکاناتی مانند چت، پیام‌رسانی الکترونیک، انتقال تصویر و صدا و غیره امکان ارتباط بیشتر کاربران را در قالب شبکه‌ای از روابط فردی و گروهی فراهم می‌آورند. امروزه شبکه‌های اجتماعی اینترنتی مانند توئیتر، فیس‌بوک و فرندفید از محبوب‌ترین و پرکاربرترین شبکه‌ها در سطح جهان به شمار می‌روند و نقش بسیار مهمی در تصویرسازی برای افراد ایفا می‌کنند.

در مجموع می‌توان گفت قدرت نوین در علایم اطلاعات و در تصاویر ارائه‌دهنده و نمایش‌دهنده‌ای نهفته است که جوامع، نهادهای خود را حول آن‌ها سازمان می‌دهند و مردم نیز بر محور آن‌ها زندگی خود را می‌سازند و درباره رفتارهای خود تصمیم می‌گیرند. قرارگاه این قدرت ذهن مردمان است. به همین دلیل است که در عصر اطلاعات، قدرت در آن واحد حاضر و مشهود و نیز پراکنده و منتشر است. هرکس با هرچیز که برنده نبردی باشد که بر سر اذهان مردم در می‌گیرد، حاکم خواهد شد. زیرا هیچ آلات و ادوات نیرومند و بی‌روحي نمی‌تواند با اذهانی رقابت کند که حول محور قدرت شبکه‌های انعطاف‌پذیر بسیج شده‌اند.

با توجه به مطالب مذکور رسانه‌ها از روش‌های ذیل به تصویرسازی ذهنی اقدام می‌کنند. این تکنیک‌ها می‌توانند نقش بسیار مهمی در ایجاد جنگ نرم داشته باشند.

۱. **برچسب زدن:** براساس این تکنیک، رسانه‌ها واژه‌های مختلف را به صفات مثبت و منفی تبدیل می‌کنند و آن‌ها را به آحاد و یا نهادهای مختلف نسبت می‌دهند. گاهی هدف از این

عملکرد آن است که ایده، فکر و یا گروهی محکوم شوند؛ بی‌آنکه استدلالی در محکومیت آن‌ها آورده شود.

۲. **توسل به ترس:** در این تکنیک، از حربهٔ تهدید و ایجاد رعب و وحشت میان نیروهای دشمن (مخاطبین)، به‌منظور تضعیف روحیه و سست کردن ارادهٔ آن‌ها استفاده می‌شود. متخصصان جنگ روانی ضمن تهدید و ترساندن مخاطبان از راه‌های مختلف، به آنان چنین القا می‌کنند که خطرهای صدمه‌های احتمالی و حتی فراوانی بر سر راه آنان کمین کرده است و از این طریق، آینده‌ای مبهم و توأم با سختی‌ها و مشکلات را برای افراد ترسیم می‌کنند (شیرازی، ۱۳۷۶).

۳. **کلی‌گویی:** کلی‌گویی عبارت است از مرتبط‌ساختن عقیده یا سیاستی خاص با مفهومی ویژه، تا مخاطب بدون بررسی شواهد و دلایل، عقیده و یا سیاست مورد نظر را بپذیرد.

۴. **گواهی:** گواهی و یا شهادت، نقل قول‌هایی در داخل و خارج از پیام است که برای حمایت از یک سیاست، عقیده، برنامه و یا شخصیتی خاص آورده می‌شود. در این تکنیک، آوازه شهرت و یا جایگاه فرد به‌کار گرفته می‌شود که از این طریق شهادت، گواهی، تأیید و یا نفی فرد یا افراد روی پیام تبلیغاتی قرار می‌گیرد. در تکنیک استناد یا گواهی هدف آن است که مخاطب، خود را با فرد مورد استناد یکسان بداند و باورها و ایده‌های آنان را به منزلهٔ باورها و عقاید خود بپذیرد. به عبارت دیگر، تکنیک گواهی یا استناد، عبارت از آن است که یک شخص مورد احترام و یا منفور، فکر، برنامه و یا سیاست معینی را تأیید یا نفی کند. از تکنیک گواهی، به طرق مختلف در جهت اقناع مخاطب استفاده می‌شود، از جمله زمانی که مبلغ با مخاطب فرهیخته سر و کار داشته باشد. در این حالت، پیام‌رسان به‌طور مستمر به منابع و مراجعی استناد می‌کند که او آن‌ها را متقن تلقی می‌کند. حال آنکه قابلیت اعتبار و استناد آن منابع جای بحث دارد (الیاسی، ۱۳۸۲).

۵. **تکرار و تعقیب (پیگیری):** همچنان‌که از نام تکرار بر می‌آید، برای زنده نگه‌داشتن موضوع با تکرار زمان‌بندی شده، سعی می‌کنند این موضوع تا زمانی که نیاز هست، زنده بماند. در این روش، با تکرار پیام، سعی در القای مقصودی معین و جانداختن پیامی در ذهن مخاطب دارند (سلطانی‌فر و هاشمی، ۱۳۸۲).

۶. **دروغ:** تاکتیک قدیمی دروغ که هنوز هم رسانه‌ها به‌طور فراوان استفاده می‌کنند، عمدتاً برای مرعوب‌کردن حریف و یا حتی برای مرعوب‌کردن افکار عمومی مورد استفاده قرار می‌گیرد. بدین معنی که پیامی را که به هیچ وجه واقعیت ندارد، بیان می‌کنند. گوبلز وزیر تبلیغات هیتلر می‌گوید: دروغ هرچه بزرگ‌تر باشد، باور آن برای مردم راحت‌تر است (همان).



۷. **مبالغه:** مبالغه یکی از روش‌هایی است که با اغراق کردن و بزرگ‌نمایی یک موضوع، سعی در اثبات یک واقعیت دارد. کارشناسان تبلیغات از این فن در مواقع خاص و وقایع مشخص استفاده می‌کنند. بزرگ جلوه دادن توان و قدرتمندی کشور خودی و مبالغه در انعکاس نقاط ضعف دشمن، از این مقوله است. این فن به ویژه هنگامی که دشمن دچار شکست و هزیمت شده و یا در زمان بحران و اغتشاش، موثر است (همان). در برخی مواقع برای اینکه مخالف را در هیبت هیولا، خطرناک، ... نشان دهند رفتار، کردار و تمایلات، عادات، شخصیت و مشخصه‌های خاص آن تکنیک را مدام برشماری، بزرگ‌نمایی و القاء می‌کنند.

۸. **ایجاد تفرقه و تضاد:** از جمله اموری که در فرایند جنگ نرم مورد توجه قرار می‌گیرد، تضعیف دشمن به ویژه به لحاظ روانی است. دشمن باید به شکست خوردن انس بگیرد. آنچه در این زمینه می‌تواند موثر باشد، ایجاد و یا تلقین تضادهای مختلف در جبهه دشمن است. رسانه می‌تواند با ایجاد و یا تلقین درگیری میان اقلیت‌ها، قومیت‌ها، نخبگان و حاکمیت، وحدت را بین نیروهای دشمن متزلزل سازد.

۹. **شایعه:** شایعه در جایی مطرح می‌شود که زمینه دسترسی به اخبار موثق امکان‌پذیر نباشد. شایعه، انتقال شفاهی پیامی است که برای برانگیختن باور مخاطبان و همچنین تأثیر در روحیه آنان ایجاد می‌شود. مطالب کلی شایعه باید حول محورهای اساسی و مهمی باشد که مخاطب نسبت به آن حساسیت بالایی دارد. بهترین شیوه برای القای پیام موردنظر فرستنده پیام، در زمان‌هایی که پخش پیام به‌طور شفاف و روشن امکان‌پذیر نیست و یا در مواقعی که فکر می‌کنند با مشکلات قانونی روبه‌رو می‌شوند، استفاده از کنایه و اشاره است.

۱۰. **پاره‌حقیقت‌گویی:** یکی از تاکتیک‌های مهم در تصویرسازی ذهنی رسانه‌ای پاره‌حقیقت‌گویی است. گاهی خبر یا سخنی مطرح می‌شود که از نظر منبع، محتوای پیام، مجموعه‌ای به‌هم‌پیوسته و مرتب است که اگر بخشی از آن نقل و بخشی نقل نشود، جهت و نتیجه پیام منحرف خواهد شد. این رویه رایج رسانه‌هاست که معمولاً متناسب با موضوعی که به آن متمایل هستند، بخشی از خبر نقل و بخشی را نقل نمی‌کنند. خبر هنگامی کامل است که عناصر خبری در آن، به شکل کلی مطرح شوند. اما چنانچه یکی از عناصر خبری شش‌گانه (که، کجا، کی، چه، چرا، چگونه) در خبر بیان نشود، خبر ناقص است. در تاکتیک پاره حقیقت‌گویی، حذف یکی از عناصر به عمد صورت می‌گیرد و بیشتر اوقات، عنصر چرا حذف می‌شود (سلطانی‌فر و هاشمی، ۱۳۸۲).

۱۱. **فریب دادن:** اطلاعات دروغین و جهت‌دار و یا تصویری وارونه از وقایعی است که با ارائه تصاویر ناقص و دگرگون شده‌ای از واقعیت می‌توانند گروه‌های گوناگون مخاطبان مورد نظر در عملیات روانی را تحت تأثیر قرار دهد.

۱۲. **القاء:** القاء عبارت از ایجاد تغییر رفتار در مخاطب بدون اطلاع او که براساس تغییر ذهنیت‌های فردی و اجتماعی صورت می‌گیرد. القاء به دو روش اجرا می‌شود:

**الف. مستقیم:** این روش هنگامی اجرا می‌شود که مخاطب آماده پذیرش پیام به صورت مستقیم باشد؛

**ب. غیرمستقیم:** منظور و پیام خود را در قالب موضوعاتی به ظاهر بی‌ارتباط و یا دوپهلوی بیان می‌کند.

القاء پیام در قالب فیلم، موسیقی، نمایش، نقاشی، سخنرانی، سی‌دی، اعلامیه، بیانیه، مصاحبه و... در جهت تأثیر گذاری بر مخاطبین صورت می‌گیرد.

۱۳. **اقناع:** به معنای قانع ساختن، خشنودسازی و راضی کردن است. واژه اقناع در شکل مناسب به معنی دخل و تصرف در نمادهاست که برای ایجاد عمل از سوی دیگران طراحی شده است و در واقع توسل به کلام و احساس به خاطر رسیدن به نوعی رضایت روانی در مخاطب است.

۱۴. **تحریک و تشجیع:** در این روش با شیوه تحریک، چهره بی‌رحم و ضدانسانی (واقعی یا ساختگی) از دشمن به نمایش می‌گذارند و با ترسیم چهره‌ای از قربانیان این بی‌رحمی‌ها، سعی می‌کنند روی حالات و رفتار مخاطبان تأثیر بگذارند و با تحریک حس دفاع از دین، نژاد، وطن، افراد و یا قومیت، حس تنفر از مخالفین و... روحیه تلاش بی‌وقفه به سوی هدف را در مخاطبان پرورش می‌دهند.

۱۵. **تردیدافکنی و جایگزینی منابع:** شاید مهم‌ترین کاری که در جنگ نرم انجام می‌شود این است که شخص را نسبت به دیدگاه‌های خود دچار شک و تردید کنند. به ویژه تشکیک در کارآمدی و نتیجه‌بخشی یک رفتار. تشکیک، در واقع نرم‌سازی ذهن طرف مقابل برای عملیات بعدی است. شک، فرد را دچار خلأ فکری و منطقی می‌کند و او آماده می‌شود تا چیزهای دیگری را در ذهن بپذیرد. بنابراین ابتدا فرد باید نسبت به منابع فکری خود شک کند. در مرحله دوم، مخاطب باید منابعی که اطلاعات در آن ریخته می‌شود را بپذیرد. برای نمونه در رسانه‌ها این‌گونه عنوان می‌شود که رسانه‌های حریف دروغ می‌گویند یا همه واقعیت را نمی‌گویند و بر اساس منافع خودشان این کار را می‌کنند... در نتیجه نسبت به صحت عمل رسانه‌های خودی شک پیدا می‌شود؛ ولی همچنان نیاز هست که منابع اطلاعاتی دیگری جایگزین آن شود. آن‌گاه سریعاً منابع رقیب از سوی دشمنان معرفی می‌شوند. تزریق اطلاعات این‌گونه صورت می‌پذیرد.

۱۶. **طراحی ادبیات مناسب:** هر انسانی، ارزش‌ها و شاکله ذهنی‌ای دارد. اگر مطالبی که دیگران می‌گویند تفاوت زیادی با این شاکله ذهنی داشته باشد، انسان آن را پس می‌زند. اگر شخص مذهبی، پیامی کاملاً ضد‌مذهبی دریافت کند، طبیعی است که از همان اول آن را نمی‌پذیرد.

به همین دلیل دشمن تلاش می‌کند پیام موردنظرش را با توجه به شاکله روانی مخاطبان طراحی کند.

۱۷. **الگوسازی:** در طول تاریخ مصداق‌های گوناگونی از جنگ روانی و روش‌های آن وجود دارد که امروز علمی‌تر شده و به دلیل توانایی رسانه، با قدرت بیشتری از آن استفاده می‌شود. یکی از مواردی که در دنیای مجازی رسانه‌ای که امروزه در آن زندگی می‌کنیم اهمیت دارد، الگوسازی است.

### رسانه‌های جمعی، سرمایه اجتماعی، قدرت و امنیت نرم

اگر چه فوکویاما، از دین، ایدئولوژی، آموزش و پرورش به عنوان منابع سرمایه اجتماعی یاد کرد، اما آنتونی گیدنز و تاجفل از رسانه‌های جمعی و همگانی به عنوان ابزارهای اشاعه سرمایه اجتماعی یاد می‌کنند. در واقع رسانه‌های همگانی ابزار شناسایی، استمرار و ترویج و یا حفظ و انتقال سرمایه‌های اجتماعی جامعه هستند. با عنایت به تعریف سرمایه اجتماعی که دارای دو وجه شبکه‌ها و گروه‌ها (وجه عینی) و ارزش‌ها، هنجارها و اعتقادات (وجه ذهنی) است؛ طبیعی است که رسانه‌های جمعی در آرایش فکری نیروهای مختلف اجتماع در عرصه‌های مختلف حیات اجتماعی، صاحب موقعیت ممتازی در اثرگذاری باشد. به‌طور کلی ظهور رسانه‌های همگانی سبب شد رشد سریع اعتماد مبتنی بر اوهام کاهش یابد (کلمن، ۱۳۷۷). به اعتقاد کلمن به‌نظر می‌رسد که اخیراً تغییری در رسانه‌ها در جهت کم‌شدن میزان اعتماد به‌وجود آمده است. کاهش اعتماد آمریکاییان بزرگسال از مصادیق آن است. از طرفی در سال‌های اخیر تکنیک‌های جدید رسانه‌ای سبب بازسازی و باز پس‌گیری اعتمادها شده است. رشد و افزایش اعتماد به اخبار تلویزیون و ثبات اعتماد به مطبوعات نشان می‌دهد که کاهش اعتماد به بعضی نهادها، ممکن است ناشی از قدرت فزاینده رسانه‌ها، به‌عنوان منبع و تفسیرکننده اطلاعات باشد (کلمن، ۱۳۷۷: ۹۶). رسانه‌های همگانی به گونه‌ای فزاینده تبدیل به واسطه‌هایی می‌شوند یا شده‌اند که افراد به قضاوت آن‌ها اعتماد می‌کنند. پذیرش رسانه‌ها به منزله واسطه‌هایی که باید به قضاوت آن‌ها اعتماد کرد، سبب شده است در مواردی که رسانه‌ها توسط دولت‌ها کنترل نمی‌شوند، استقلال پرخاشگرانه‌ای را به نمایش بگذارند. کلمن به این وضعیت، روزنامه‌نگاری «کاوش‌گرانه» می‌گوید. رسانه‌های همگانی، هنگامی که کاستی‌های نخبگان مورد اعتماد را آشکار می‌سازند، می‌توانند مخاطبان خود را گسترش دهند. کاهش اعتماد، یعنی حداکثر و حداقل نوسان، تا اندازه زیادی بستگی به منابع سه‌گانه اطلاعات دارد. یکی از این منابع سه‌گانه اطلاعات، رسانه‌های جمعی هستند که علاوه بر تولید اطلاعات، تفسیر و آموزش را نیز چاشنی آن‌ها می‌کنند.

تغییرات کوتاه‌مدت در ساختارهای ارتباطی، می‌تواند علت بسط یا قبض انواع اعتمادها باشد. نفوذ و گسترش سینما، تلویزیون و سایر رسانه‌های همگانی در گروه‌های مختلف سنی سبب بسط اعتماد اجتماعی میان‌نسلی در حوزه‌های مختلف فرهنگ، سیاست و اقتصاد مصرف شده

است. رسانه‌های همگانی از روش‌های مختلف سبب تقویت سرمایه‌های اجتماعی جامعه و به تبع آن افزایش قدرت نرم و امنیت ملی یک کشور می‌شوند. رسانه‌ها به همان‌گونه که می‌توانند با کاربرد تاکتیک‌های مختلف به جنگ نرم در مقابل هدف مورد نظر خود بپردازند، با همان تکنیک‌ها می‌توانند منابع قدرت نرم یک کشور یعنی کارآمدی حکومت، سرمایه اجتماعی، اقتدار، و جذابیت را تقویت کرده و با افزایش سطح رضایت، حساسیت و اعتماد سیاسی مردم میزان مشارکت نهادمند، مستمر و قانونی مردم را تضعیف و مشروعیت دولت را افزایش دهند. مسئله دیگری که باید در زمینه نقش مثبت رسانه‌ها در تولید امنیت نرم به آن توجه کنیم، گسترش جنبه‌ها و ابعاد مفهوم امنیت است. این مسئله به حوزه داخلی هم سرایت پیدا کرده و امنیت از حالت تک‌بعدی خارج شده و از حالت صرف امنیت نظامی به ابعاد دیگری همچون امنیت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... نیز بسط یافته است. در بسط و گسترش ابعاد امنیت، عوامل زیادی دخیل بوده‌اند که از مهم‌ترین این عوامل می‌توان به پیدایش و رشد رسانه‌های جمعی و تأثیر این رسانه‌ها در رشد افکار عمومی و به چالش کشیدن قدرت دولت‌ها و یا برعکس، ازدیاد قدرت دولت‌ها اشاره کرد. به‌طور کلی امروزه رسانه‌ها حقایقی هستند که به دلیل ماهیت خود در بسیاری از سطوح سیاسی و اجتماعی تأثیر گذارند. در جوامع مدرن، رسانه‌ها از مهم‌ترین ابزارهای کنترل اجتماعی تلقی می‌شوند و از این نظر می‌توانند به شدت در موضوع ثبات سیاسی و اجتماعی دخالت کنند. اهمیت روزافزون رسانه‌ها در سازوکار تحولات اجتماعی و سیاسی از ماهیت این ابزار ناشی می‌شود، زیرا اطلاعات در جهان معاصر از منابع قدرت قلمداد می‌شوند. امروزه نقش اطلاعات در سازوکارهای تصمیم‌گیری از اهمیت بالایی برخوردار است و همین، نقطه تلاقی رسانه و قدرت را شکل می‌دهد. جایگاه ابزار رسانه مخصوصاً در طلیعه قرن که اطلاعات به مثابه منبع اولیه و مهم قدرت مطرح است، حساسیت بالایی دارد. همزادی رسانه و اطلاعات و تلاقی این مفاهیم با قدرت و نقش مستقیم و غیرمستقیم رسانه در شکل‌دهی به هنجارهای اجتماعی، عمومی و ارزش‌های فردی، معادله مهم و تازه‌ای را در جهان معاصر رقم می‌زند که نتیجه آن به‌طور قطع در امنیت ملی همه واحدهای سیاسی تأثیرگذار است. اگر در برداشتی وسیع، امنیت را پویایی و پایداری ارزش‌ها و هنجارها در اشکال انتزاعی و انضمامی آن بدانیم، با توجه به تأثیر مستقیم و غیرمستقیم اطلاعات و تأثیر پنهان و آشکار رسانه در شکل‌دهی و تحول ارزش‌ها و هنجارها، به راحتی می‌توان از آثار ناشی از تولد رسانه‌های تازه بر امنیت ملی سخن گفت. این ارتباط در صورتی که در چارچوب الگویی خاص به تعریف درآید، پویایی و بالندگی هر دو عامل یعنی رسانه و امنیت را در پی خواهد آورد.

در رابطه با نقش رسانه‌ها در افزایش قدرت نرم و به تبع آن تولید امنیت نرم، باید به نظریه سرمایه نمادین بوردیو نیز توجه کنیم. همان‌طور که می‌دانیم، مارکس اساس نظام قشربندی خود را بر اقتصاد و مالکیت وسایل تولید یا به‌طور خلاصه بر ثروت قرار داده بود. ویر در تکمیل،

نظریه مارکس به دو عامل دیگر یعنی قدرت و شأن اجتماعی اشاره کرد. بوردیو در تکمیل نظریه مارکس و وبر، با استفاده از نظریه پارسونز، علاوه بر عامل‌های اقتصادی — سیاسی و اجتماعی، عامل فرهنگی را نیز اضافه کرد. بوردیو معتقد است در جامعه و حوزه‌های مختلف آن، جایگاه افراد و گروه‌ها بر اساس میزان سرمایه‌هایی که آن‌ها در دست دارند مشخص می‌شود. او چهار سرمایه اصلی را چنین تعریف می‌کند:

۱. سرمایه اقتصادی همان میزان ثروت و دارایی کنشگران است.
۲. سرمایه اجتماعی به میزان و کیفیت ارتباطات انسانی اشاره می‌کند.
۳. سرمایه فرهنگی به دانش، تجربه و قابلیت‌های فردی اشاره دارد. به عبارت دیگر سرمایه فرهنگی همان مهارت‌های زندگی است.
۴. سرمایه نمادین، که می‌تواند در سه نوع سرمایه پیشین ریشه داشته باشد؛ اما در اینجا آن سرمایه‌ها به شکل نمادهایی درآمده‌اند که برای صاحبان آن تولید اقتدار و مشروعیت می‌کنند (بهرامی کمیل، ۱۳۸۸).

بحث بوردیو درباره سرمایه نمادین از ایده وبر درباره مشروعیت کاریزماتیک نشأت گرفته است البته با این تفاوت که در نظریه وبر منبع مشروعیت کاریزما، فراانسانی و الهی است اما در سرمایه نمادین به اجماع درونی کنشگران در مورد آن نمادها باز می‌گردد.

سرمایه نمادین، استفاده از نمادها برای مشروع جلوه دادن تعلق به سطوح متفاوت اجتماعی است و به‌طور اجتناب‌ناپذیری کارکردی ایدئولوژیکی به خود می‌گیرد. بوردیو در این باره می‌گوید: «سرمایه نمادین، سرمایه‌ای است که ریشه شناختی دارد، متکی به شناخته‌شدن (یعنی اطلاع‌داشتن از آن) و به رسمیت شناخته‌شدن (یعنی اعتبار دادن به آن) است» (Bourdieu, 1986). سرمایه نمادین در حوزه مذهب، علم و رسانه‌ها حضور چشمگیری دارد. در رابطه با رسانه‌ها باید به این نکته مهم توجه کنیم که رسانه‌ها در میدان‌های مختلف اجتماعی این توانایی را دارند که میزان سرمایه نمادین افراد و موقعیت‌ها را تغییر دهند. رسانه‌ها به دلیل تأثیر گسترده‌ای که بر افکار عمومی دارند می‌توانند مشروعیت و حیثیت اجتماعی افراد یا سازمان‌ها را کم و زیاد کنند. بنابراین رسانه‌ها می‌توانند با افزایش سرمایه نمادین یک جامعه، نقش بسیار مهمی را در افزایش قدرت نرم و تولید امنیت بازی کنند.

اما از آنجایی که رسانه‌ها همانند ژانوس دو چهره دارند، در تولید خشونت نمادین و جنگ نرم هم نقش بسیار مهمی دارند. به گفته بوردیو خشونت نمادین که رسانه‌ها در تولید آن نقش مهمی دارند، به صورت غیرمستقیم در میدان‌های اجتماعی و فرهنگی به‌وجود می‌آید. خشونت نمادین یعنی تحمیل نظام‌های نمادها و معناها به شکلی که گروه‌ها و طبقات اجتماعی این نظام‌ها را مشروع و قابل قبول بدانند. خشونت یا قدرت نمادین یک پتانسیل و امکان اعمال قدرت یا خشونت است. این شکل از قدرت و خشونت به گونه‌ای غیرمستقیم و بیشتر از طریق

مکانیسم‌های فرهنگی اعمال می‌شود و با صورت‌های مستقیم‌تر نظارت اجتماعی متفاوت است. برای مثال در رسانه‌های غربی، خشونت نمادینی بر ضد ارزش‌هایی مانند آزادی، لیبرالیسم و فردگرایی در جریان است. به همین دلیل بورديو سانسور را نوعی خشونت نمادین می‌داند که توسط طبقه مسلط اعمال شده و توسط سایر گروه‌ها بازتولید می‌شود. به‌طور کلی همان‌طور که رسانه‌ها با ایجاد رسانه‌های نمادین می‌توانند نقش مهمی در افزایش قدرت نرم و تولید امنیت نرم ایفا کنند به همان میزان نیز می‌توانند با ایجاد خشونت و قدرت نمادین و آموزش نمادهای مورد نظر خود به افراد، سبب مصرف‌گرایی در زمینه کالاهای فرهنگی و کاهش امنیت ارزش‌ها در میان مردم شوند. این مسئله می‌تواند نقش بسیار مهمی در کاهش مشروعیت دولت و افزایش تمایزات گروهی (کاهش انسجام اجتماعی) داشته باشد. در نهایت باید به این گفته بورديو اشاره کرد که: «افراد کالا و خدمات را مصرف نمی‌کنند، بلکه آن‌ها نمادها را مصرف می‌کنند تا به وسیله آن تفاوت اجتماعی خود با دیگران را نشان دهند» (لش، ۱۹۸۷: ۲۹۳).

بطور کلی علاوه بر تأثیر رسانه‌های همگانی بر قدرت نرم و به تبع آن تولید امنیت نرم، آن‌ها از سه طریق دیگر (تأثیرگذاری بر مشروعیت سیاسی دولت، اعتماد و وفاداری ملی) می‌توانند بر امنیت نرم تأثیرگذار باشند که در ذیل به آن‌ا اشاره می‌شود:

#### ۱. تغییر و تحول خواست‌های شهروندی

رسانه‌ها می‌توانند به شیوه‌های گوناگون با ایجاد تغییرات در گستره و یا اولویت خواست‌های شهروندی، نقش تعدیلی یا شتاب‌دهنده ایفا کنند. رسانه‌ها با اجرای کارویژه‌هایی همچون بررسی و نقد، تحقیق و تفحص و یا اطلاع‌رسانی مناسب می‌توانند تصورات تازه‌ای را از زندگی و سیاست نزد خود ایجاد کنند که دولت‌ها را موظف به برآورده‌سازی آن‌ها می‌کند. بدیهی است در صورت کاستی نظام سیاسی برای همراهی با این جریان، شکاف بین خواست‌ها و کارویژه‌ها بیشتر می‌شود و مشروعیت و ثبات سیاسی و به تبع آن امنیت ملی به مخاطره می‌افتد. علاوه بر این رسانه‌ها می‌توانند با ارائه تصویر مناسب از کارآمدی دولت، توانایی دستگاه‌های دولتی در انجام درست و مؤثر وظایف قانونی و مورد انتظار جامعه، توانایی حکومت در حل مسئله‌های مردم، توانایی حکومت در بسیج منابع، امکانات و ظرفیت‌ها در حل مسئله‌ها یا اجرای برنامه‌ها و تصمیمات مشخص، توان تصمیم‌گیری‌های جامع، منسجم و استوار از سوی حکومت و توان اجرایی انعطاف‌پذیر، قاطع، مستمر و سریع حکومت، گام مهمی در راستای تولید امنیت نرم بردارند. علاوه بر این رسانه‌ها می‌توانند با نظارت مؤثر خود بر امور و رفتارهای سیاسی در کشور، نقش تعدیلی خود را با تحدید و یا حتی کاهش میزان خواست‌های مختلف شهروندان به نمایش گذارند. بدین ترتیب که می‌توانند توقعات را با بیان واقعیات تعدیل سازند. بدیهی است کاهش یا حفظ سطح خواست‌ها در جامعه می‌تواند شکاف بین خواست‌ها و کارویژه‌ها را کم سازد و یا حداقل از تعمیق آن‌ها جلوگیری کند. رسانه‌های

بین‌المللی در گزارش‌های تحلیلی خود برای تأثیرگذاری بر مخاطب، همزمان با پیوند زدن موضوعات مختلف می‌کوشند با بهره‌گیری از شیوه‌های القای غیرمستقیم، موضوع و نهاد مورد نظر خود را به عنوان الگو به مخاطب معرفی کنند. به عنوان مثال، رادیوهای آمریکا با معرفی و تبلیغ الگوهای مطلوب خود (مانند معرفی هنرپیشه‌های هالیوودی، خوانندگان لس‌آنجلسی و افرادی که پس از انقلاب از ایران مهاجرت کرده‌اند و مصاحبه‌های پی‌درپی با آنها) در صددند زمینه همانندسازی نوجوانان و جوانان ایرانی با این الگوها را میسر سازند و زمینه وفاداری و اعتماد آنها به دولت جمهوری اسلامی ایران را کاهش دهند.

## ۲. تغییر و تحول در کارویژه‌های دولتی

رسانه‌ها با نظارتی که بر عملکرد دولتمردان، نهادهای دولتی و بررسی و نقد آثار ناشی از آن دارند، می‌توانند تأثیرهایی مشابه آنچه برای خواست‌های شهروندی گفته شد، در حوزه کار ویژه‌های دولتی داشته باشند. رسانه‌ها می‌توانند با بیان کاستی‌ها و ضعف‌های مدیران اجرایی و نقد سیاست‌های به اجرا درآمده، ترتیبی در پیش گیرند تا برنامه‌های دولتی با روند خواست‌های موجود در جامعه متناسب شوند. کم و زیاد شدن وزارتخانه‌ها، اداره‌ها، نهادها و بنیادها و یا تغییر در سیاست‌های کلان دولتی در زمینه تأمین نیازمندی‌های اولیه مردم و اصلاحاتی از این قبیل می‌تواند بر شکاف خواست‌ها و کار ویژه‌ها غلبه کند و آن را به حداقل ممکن برساند و زمینه بی‌ثباتی را از بین ببرد. اندی بارتن از این عملکرد به مثابه فرایند تأسیس دولت خوب یاد می‌کند که در پی اصلاح عملکردها و نهادها حاصل می‌شود (افتخاری، ۱۳۸۳). همچنین رسانه‌ها با توجه به رسالت اطلاع‌رسانی‌شان می‌توانند تصویر مردم از میزان کارآمدی دولت را دستخوش تحول سازند. بنابراین هرچه این تصویر مثبت‌تر و خوش‌بینانه‌تر شود، شکاف بی‌ثباتی در جامعه کمتر می‌شود و زمینه بروز تهدید به امنیت ملی و زمینه بروز بی‌ثباتی سیاسی از بین می‌رود. به همین خاطر است که در بعضی از کشورهای پیشرفته در هر وزارتخانه، دفتری ویژه خبرنگاران مقیم آن وزارتخانه تأسیس می‌شود تا روند اطلاع‌رسانی هرچه سریع‌تر و دقیق‌تر انجام گیرد و از این طریق تصویرهای مردم از تلاش پیگیر دولت بهبود یابد.

## ۳. تغییر و تحول در انسجام ایدئولوژیک

نحوه برخورد رسانه‌ها با باورها و اعتقادهای شهروندان و کارگزاران تأثیر بسزایی در نتیجه معادله مشروعیت و ثبات سیاسی در هر جامعه دارد. هرگونه برخوردی که در نهایت به بی‌اعتمادی مردم به ارزش‌ها و روی‌گردانی آنها منجر شود، می‌تواند تلاش‌های رسمی دولت را از ارزش واقعی‌اش عاری سازد و حتی دولت‌های کارآمد را با خطر بی‌ثباتی و ناامنی مواجه کند. بالعکس تقویت انسجام ایدئولوژیک و طرح مناسب و متناسب با زمان باورها، می‌تواند به جبران کاستی‌های احتمالی کمک کرده و ثبات و امنیت را در جامعه حفظ کند.

#### ۴. تغییر و تحول در الگوی ثبات سیاسی

رسانه‌ها می‌توانند در کنار سایر بازیگران سیاسی، با تلاش در زمینه تحقق الگویی تازه از ثبات سیاسی، به کل جامعه خدمت کنند. به عبارت دیگر، چه بسا جامعه در ظاهر به خاطر حاکمیت الگوی ثبات سیاسی ایستا و یا کاذب، نوعی ثبات سیاسی را بیازماید، اما چون این الگوها پایدار نیستند، رسانه‌ها می‌توانند با اعمال حق نظارت خود، نارسایی آن‌ها را به نمایش گذارند و زمینه خروج از این الگوها و حاکمیت الگوی ثبات سیاسی پویا را فراهم سازند. در این حالت است که فعالیت‌هایی از قبیل بررسی، نقد و تجزیه و تحلیل خواست‌ها و کارویژه‌ها به‌منظور شتاب‌بخشیدن به هر دوی آن‌ها، مثبت تلقی می‌شود. به‌طور کلی اگر در جامعه‌ای ثبات سیاسی وجود داشته باشد، امنیت ملی آن جامعه هم حفظ خواهد شد و تهدید داخلی و خارجی نمی‌تواند باعث برهم زدن امنیت ملی آن کشور شود.

#### جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

پایان یافتن جنگ سرد، وقوع حادثه یازده سپتامبر ۲۰۰۱، افزایش نقش رسانه‌های همگانی، حاکم شدن گفتمان نرم و ایجابی امنیت بر محیط امنیتی نظام جهانی مشارکت، اعتماد و وفاداری مردم به دولت و افزایش مشروعیت سیاسی و در یک کلام افزایش سرمایه اجتماعی، نقش بسیار مهمی در تأمین امنیت ملی و مقابله با تهدیدات امنیتی یافته است. زیرا در حالی که دیدگاه سلبی از امنیت بر نبود تهدید تأکید داشت و امنیت را وضعیتی تلقی کرد که در آن تهدیدی نسبت به ارزش‌های حیاتی بازیگر وجود نداشته باشد، دیدگاه ایجابی آن را وضعیتی خاص می‌داند که افزون بر نبود تهدید، تعادلی بین خواسته‌های شهروندی و کارویژه‌های دولتی وجود داشته باشد. متأثر از همین تفاوت در دیدگاه است که امنیت در دیدگاه سنتی بیشتر صبغه نظامی یافته و مقولاتی چون جنگ و نزاع در کانون آن قرار دارند. اما دیدگاه ایجابی، ماهیتی متفاوت و معطوف به مردم دارد. بدین صورت که ایجاد رضایت‌مندی و کسب اعتماد مردم به همراه افزایش مشروعیت سیاسی، مبنای اصلی امنیت به شمار می‌آید. بر همین اساس مطالعات و برنامه‌های امنیتی در سال‌های پایانی قرن بیستم به شدت متوجه مقولاتی چون سرمایه اجتماعی شده‌اند و حتی معادلات و توانمندی‌های نظامی و فناوری را در همین چارچوب فهم و تجزیه و تحلیل می‌کنند. نتیجه آنکه دولت‌ها افزون بر سیاست‌هایشان در حوزه افزایش توان نظامی، اقتصادی و فنی لازم است تا به افزایش میزان سرمایه اجتماعی‌شان همت گمارند تا اینکه بتوانند در تأمین امنیت داخلی و ملی‌شان توفیق یابند. به عبارت دیگر، تأمین امنیت بدون داشتن سرمایه قابل توجهی در حوزه اجتماعی میسر نبوده و یا حداقل بسیار دشوار خواهد بود. در این زمینه رسانه‌های جمعی با تأثیرگذاری بر مشارکت اجتماعی، مردم‌سالاری و اعتماد متقابل مردم و دولت به یکدیگر، از ارکان بسیار مهم سرمایه اجتماعی هستند که ضمن تأمین رضایت مردمی و مشروعیت سیاسی به ثبات و امنیت داخلی نیز منجر می‌شوند. زیرا



مردم‌سالاری در معادلات امنیتی معاصر، صرفاً یک روش سیاسی برای اداره جامعه تلقی نمی‌شود؛ بلکه افزون بر آن الگویی عملیاتی به شمار می‌آید که می‌تواند بر مشروع یا نامشروع بودن یک حکومت دلالت داشته باشد. از این منظر جریان قدرت درون یک جامعه با کاربرد «الگوی مردم‌سالار» به ثبات مورد نیاز دست‌یافته و از تعرض مصون می‌ماند؛ حال آن که در غیر این صورت، پشتوانه مردمی‌اش را از دست داده و راه زوال را طی خواهد کرد. معنای این سخن آن است که مردم‌سالاری به تولید مفهوم بنیادین و مهمی چون ثبات منجر می‌شود که برای قدرت‌ها به‌طور سنتی دربردارنده معنای ایمنی بوده است. از سوی دیگر، مردم‌سالاری برای افراد و بازیگران خرده‌ملی، مفهوم رضایت را به دنبال دارد که جوهره امنیت را در اشکال مدرن و ایجابی آن — شکل می‌دهد. عنصر اصلی رضایت، اعتماد مردم به دولت و به یکدیگر است. مسئول اصلی روند اعتمادسازی در جامعه، متوجه علم و دانش است که از طریق نهادهایی مثل آموزش و پرورش و وسایل ارتباط جمعی صورت می‌پذیرد (گیدنز، ۱۳۷۷). به اعتقادی، سه نوع اعتماد در ارتباطات اجتماعی می‌توان مشاهده کرد: اعتماد بنیادین، اعتماد بین‌شخصی و اعتماد تعمیم‌یافته. اعتماد بنیادی یا امنیت هستی‌شناختی، اطمینان به استمرار هویت خود است که از وظایف و توانایی‌های وسایل ارتباط جمعی است. نگاهی به وسعت و قلمرو سرمایه اجتماعی، می‌تواند چشم‌اندازی از میزان تأثیر رسانه‌ها را در تقویت یا تضعیف سرمایه‌های اجتماعی به‌دست دهد. پیر بوردیو، جامعه‌شناس معاصر، معتقد است که رسانه‌های جمعی از آن زاویه در تقویت سرمایه‌های اجتماعی مؤثرند که شرایط و فضا را برای کنشگر در جهت «انتخاب عقلانی» فراهم می‌آورند. انتخاب عقلانی و عقلانیت‌گزینی در فضای عمومی کنشگران حائز اهمیت مضاعفی است و سبب تقویت اعتماد بین‌شخصی و افزایش مشارکت عمومی می‌شود (بوردیو، ۱۳۸۰). رسانه‌های جمعی با هدایت افکار عمومی در مواقع ضروری مانند انتخابات سبب جلب اذهان و القای مفاهیم سالم در جامعه می‌شوند. سالم‌سازی فضای گذران مطلوب اوقات فراغت، آموزش اصول شهروندی، تنویر و آگاه‌سازی مردم نسبت به حقوق خود، تقویت همگرایی ملی و تسریع روند ملت‌سازی و حتی امت‌سازی (امت اسلامی) و به‌طور خلاصه آگاه‌سازی مردم نسبت به موقعیت اجتماعی و جهانی که در آن قرار دارند، و دعوت مردم برای ساختن و پردازش وضعیت برتر و ارائه تعریفی از خود و شناخت هویت تاریخی از مهم‌ترین کارکردها و دستاوردهای رسانه‌های جمعی در راستای تقویت سرمایه‌های اجتماعی هر جامعه‌ای می‌تواند باشد. از نکات دیگر، نقش رسانه‌ها و ایجاد سرمایه‌های اجتماعی در مواقع بحران است. به تعبیری رسانه‌های جمعی در خلق سرمایه اجتماعی در مدیریت بحران نقش اصلی را بر عهده دارند. زلزله‌ها و سایر پدیده‌های طبیعی از این جمله است. به‌نظر می‌رسد ساده‌ترین مسیر و واضح‌ترین دلیل برای نمایاندن نقش رسانه‌های جمعی در سرمایه اجتماعی و تقویت یا تضعیف آن، نقش رسانه‌های جمعی در شکل‌گیری جامعه مدنی است. جامعه مدنی (به معنی اصیل و واقعی آن) به‌عنوان بستر مناسب سرمایه اجتماعی،

شکل‌گیری و توسعه خود را مدیون عملکرد رسانه‌های جمعی است. از دیگر سو لازم است که نقش رسانه‌های جمعی را در فرهنگ‌سازی به معنی عام مورد مطالعه و بررسی قرار داده تا از اهمیت نقش رسانه‌ها در شکل‌گیری سرمایه اجتماعی آگاه شویم. رسانه جمعی در سطوح مختلف، توانایی فرهنگ‌سازی برای گروه‌های سنی مختلف جامعه را دارد. لذا باید گفت که رسانه‌های جمعی بستر ساز و عامل رشد سرمایه‌های اجتماعی در نظام‌های اجتماعی کنونی هستند. افزایش آگاهی عمومی، حساسیت مردم نسبت به مسائلی از جمله انتخابات و یا حوادث ملی و افزون شدن میل به همگرایی، از مؤلفه‌ها و مصادیق تأثیر رسانه بر سرمایه اجتماعی است. بنابر آنچه گفته شد رسانه‌ها در دوران کنونی می‌توانند با تأثیر بر سرمایه اجتماعی و قدرت نرم دولت‌ها نقش بسیار مهمی را در جهت امنیت ملی کشورها و از آن جمله کشورمان ایفا کنند. علاوه بر این رسانه‌های جمعی کشورمان می‌توانند از طریق مقابله با جنگ نرم ایالات متحده آمریکا در برابر جمهوری اسلامی ایران بر امنیت و قدرت ملی بیفزایند. زیرا به نظر می‌رسد به‌رغم تنوع و تکثری که در تئوریزه کردن راهبردهای کلان واشنگتن در قبال جمهوری اسلامی در عرصه آکادمیک و محافل سیاسی — رسانه‌ای وجود دارد، رویکرد جنگ نرم، (با کاربرد وسیع رسانه‌ای) از اهمیت خاصی برخوردار است.

جنگ نرم به عنوان یک فرایند هدایت شده به شدت متأثر از محیط داخلی و محیط بین‌المللی است. در محیط داخلی، زمینه‌های تهدیدات نرم بسیار گسترده و پیچیده هستند. به نحوی که از سوءرفتار یک پلیس در برخورد با مردم تا سوءمدیریت در بخش‌های اجرایی و فساد اداری و ... می‌تواند عاملی برای ایجاد زمینه‌های کاهش اعتماد مردم به دولت، جنگ نرم و نارضایتی عمومی باشند. به همین دلیل در عرصه داخلی تمام دستگاه‌های دولتی در جلوگیری از شکل‌گیری زمینه‌های جنگ نرم مسئولیت دارند.

اساساً بدون بالابردن ظرفیت مسئولیت‌پذیری تمام دستگاه‌های دولتی نمی‌توان با تهدیدات نرم و جنگ نرم مقابله کرد. بر همین اساس با غالب شدن نگرش ایجابی بر محیط امنیتی نظام بین‌الملل (هدلی آرکس)، تلاش ایالات متحده آمریکا برای ایدئولوژیک ساختن نظام بین‌الملل و تشدید فضای روانی و تهدیدات نرم علیه ایران، دولتمردان کشورمان برای افزایش توانمندی رسانه‌های جمعی برای ایجاد سرمایه اجتماعی و به تبع آن افزایش مشارکت، آگاهی و عقلانیت جمعی در رفتارهای سیاسی، اعتماد اجتماعی، وفاداری مردم به دولت، مشروعیت و ثبات سیاسی و قدرت نرم خود برای مقابله با این تهدیدات باید به راهکارهای ذیل توجه کنند:

### پیشنهادهای و راهکارهای مربوط به رسانه‌ها

۱. همان‌طور که می‌دانیم رادیو و تلویزیون دارای کارکردهای ساده و پیچیده‌ای در زمینه تغییر نگرش و افکار و رفتار مخاطبان، تغییر فرهنگ عمومی، اثرگذاری بر باورهای مردم، و هدایت افکار عمومی، کارکردهایی در زمینه فرهنگ‌پذیری، مهندسی فرهنگی و شکل‌دهی

افکار عمومی، کارکردهایی در زمینه بالابردن مشارکت سیاسی مردم از طریق حضورشان در انتخابات، نقد عملکرد دولت و توجیه برنامه‌های آن برای مردم و افزایش ثبات و مشروعیت سیاسی است. موضوع همه این کارکردها می‌تواند مؤلفه‌ها و شاخص‌های سرمایه اجتماعی باشد. به هر روی، رادیو و تلویزیون ابزارهای دولتند و انتظار بر این است که اخبار و برنامه‌های آنها به تقویت برخی از شاخص‌های سرمایه اجتماعی بپردازند.

بنابراین رسانه باید با تدابیر ویژه هر روز مخاطبان بیشتری را به خود جلب کند و از میزان استفاده از رسانه‌های کشورهای همجوار بکاهد. برای این منظور توجه به علایق و نیازهای مردم و انجام طرح‌های نیازسنجی برای شناسایی و اولویت‌بندی خواسته‌ها و انتظارات مردم راهکارهای مناسبی تلقی می‌شوند؛

۲. رسانه با بازاندیشی در محتوای برنامه‌های خود عمیقاً متوجه مضامین سرمایه اجتماعی و تقویت آنها باشد؛

۳. رسانه از فرصتی که دارد یعنی از اعتمادی که به آن شده است، در جهت اصلاح روابط اجتماعی میان مردم و بین مردم و دولت استفاده کند؛

۴. مردم ارزیابان خوب رسانه هستند. آنان نقش رسانه‌ها را در وحدت و انسجام مردم نمی‌دانند و رسانه باید با تبلیغ و ترویج نقاط اشتراک مردم و اظهار عوامل و مواردی که حس دیگر دوستی و اتحاد را تحکیم می‌کند، وحدت‌آفرین شود و به هدف وجودی خود جامعه عمل بپوشاند.

۵. رسانه‌ها با انعکاس خواسته‌ها و مطالبات مردم به دولتمردان و اعلام برخی دستاوردهای نهادهای دولتی به مردم از طرف دولت، به تولید سرمایه اجتماعی بپردازد؛

۶. رسانه‌ها آموزش و تبلیغ ارزش‌ها و هنجارهای رسمی کشور را برای بسترسازی با هم بودن و ایجاد توافقات اساسی بین مردم در دستور کار خود قرار دهند. از بین نهادهای مدنی شاید هیچ‌یک به اندازه صدا و سیما و نیروی انتظامی به یکدیگر مرتبط و نیازمند نباشند. قاعده بر این است که نیروی انتظامی اخبار و اطلاعات موثق درباره اجتماع و به‌ویژه درباره انحرافات اجتماعی را به منظور تهیه برنامه‌های مطلوب رسانه‌ای در اختیار صدا و سیما قرار دهد؛

۷. راهکارهایی اندیشیده شود که صدا و سیما و نیروی انتظامی به عنوان دو نهاد دولتی در زمینه دادن اطلاعات و ترسیم سیمای جامعه از سوی نیروی انتظامی و تهیه برنامه مرتبط و مؤثر برای کاهش انحرافات اجتماعی، ارتباطات دو جانبه بیشتری داشته باشد.

### پیشنهادهای و راهکارهای مربوط به دولت

۱. افزایش کارآمدی: به عبارت دیگر دولت باید بتواند گسست بین خواسته‌های به حق مردم و خدمات دولتی را کاهش داده و مردم آن را دولتی «خدمتگذار» ببینند. هر چه دولت از انجام

- مسئولیت‌های خود در قبال مردم و تأمین نیازمندی‌های آنان ناتوان‌تر باشد، ائتلاف سرمایه اجتماعی بیشتر خواهد بود؛
۲. کاهش فساد: نفوذ فساد (در انواع مختلف اداری، اقتصادی، فرهنگی و...) به درون‌ساخت رسمی قدرت، می‌تواند به زوال سرمایه اجتماعی منجر شود. بنابراین مقابله قاطع و جدی با فساد در بدنه قدرت، ضامن صیانت از سرمایه اجتماعی و افزایش آن است؛
۳. رفع تعارضات ساختاری: بروز تنش در درون‌ساخت رسمی قدرت و تقابل نیروهای اصلی تصمیم‌ساز، در هر سطح و اندازه‌ای که باشد به افست سرمایه اجتماعی منتهی می‌شود. بنابراین تحصیل وحدت در درون‌ساخت رسمی قدرت و تقویت آن، گام نخست در پاس‌داشت سرمایه اجتماعی به شمار می‌آید؛
۴. مشارکت جویی: دولت موظف است تا زمینه لازم را برای مشارکت مردم در عرصه‌های مختلف اعمال مشروع قدرت فراهم آورد و از بروز گسست «مردم-حکومت» ممانعت به عمل آورد. هر روندی که دولتمردان را از مردم دور سازد، در واقع روندی «منفی» برای سرمایه اجتماعی به شمار می‌آید؛
۵. قدردانی: قدرت سیاسی موظف است نسبت به سرمایه‌های خود قدردان باشد و بدین ترتیب نیروهای وفاداری را که به‌رغم قلت تعدادشان در بحران‌ها، مسئولیت اصلی را به دوش می‌گیرند، برای خود نگه دارد. قدردانی از این سرمایه‌ها دو تأثیر مهم دارد: نخست به حفظ آن‌ها کمک می‌کند و مانع از هدررفتن آن‌ها می‌شود و دیگر آنکه جامعه را تهییج کرده و دیگران نیز باور می‌کنند که در صورت فداکاری و حضور مؤثر، مورد بی‌مهری قرار نخواهند گرفت؛
۶. پیشبرد طرح‌های توسعه‌ای در مناطق محروم و مرزی در ابعاد مختلف جهت از بین بردن ظرفیت‌های واگرایی و زمینه‌های اعتراض اجتماعی مانند فقر، ناامنی، تورم، بیکاری، ترافیک و...؛
۷. پرهیز از تهدیدانگاری بیش از حد در فعالیت نهادهای غیردولتی و گسترش آزادی‌های مدنی در چارچوب قانون اساسی همراه هوشیاری لازم جهت اجتناب از تهدیدات احتمالی این نهادها در حوزه‌های امنیت سیاسی و اجتماعی؛
۸. تلاش برای عملیاتی‌کردن حداکثر ظرفیت‌های معطل‌مانده قانون اساسی در حوزه مردم‌سالاری دینی؛
۹. تقویت زیرساخت‌های فرهنگی — آموزشی برای تقویت حس میهن‌دوستی؛
۱۰. تقویت کنترل و نظارت عام بر نهادهای غیردولتی با قانون‌گذاری مناسب در این حوزه؛
۱۱. نظارت و کنترل بر سازمان‌های مردم‌نهاد و موضوع فعالیت آنان و به ویژه درآمدها و کمک‌های مالی به آنان؛
۱۲. همسان‌کردن ظرفیت‌های سازمان‌های امنیتی کشور با ماهیت تهدیدات نرم؛

۱۳. افزایش کارآمدی نظام اداری و اجرایی کشور؛
۱۴. عدم اعمال محدودیت برای عضویت در نهادهای دولتی و سیاسی برای نخبگان در راستای جلوگیری از جذب آنان در جبهه مخالفان.

### پیشنهادهای و راهکارهای مربوط به نهادهای مدنی

۱. آگاهی بخشی: نهادهای مدنی اگر چه کانال انتقال خواسته‌های مردمی به نظام سیاسی هستند، اما این نافی نقش دیگر آن‌ها که «آگاهی‌بخشی» است، نمی‌شود. بدین معنا که خدمات و کارهای ویژه دولتی نیز باید به اطلاع مردم برسد تا نسبت به حکومت احساس تعلق کنند. نهادینه و منظم کردن خواسته‌ها نیز از جمله کارهای مهمی است که این نهادها قادر به انجام آن هستند؛
۲. امیدبخشی: پرداختن به مشکلات نباید به معنای ایجاد یأس در مردم باشد؛ بلکه این اقدام باید به گونه‌ای انجام پذیرد که ضمن طرح مشکلات، بتواند آینده‌ای روشن را برای جامعه و حکومت ترسیم کند؛
۳. جلوگیری از تنش: هرج و مرج‌گرایی و برهم‌زدن نظم جامعه به عنوان «رقابت سیاسی» نه تنها وحدت ملی بلکه سرمایه اجتماعی را تهدید می‌کند. ترویج الگوی رقابت سالم سیاسی، از جمله کار ویژه‌های مؤثر این نهادها برای افزایش سرمایه اجتماعی به شمار می‌آید؛
۴. اصلاح‌گری: نهادهای مدنی با تجميع خواسته‌های مردمی باید حکومت را در مقابله با مفاسد و مشکلات یاری رسانیده و بدین ترتیب ضمن فراهم آوردن زمینه مشارکت هر چه بیشتر مردم، آن را در راستای منافع ملی نهادینه سازند؛
۵. وحدت‌بخشی: سرمایه اجتماعی به میزان زیادی از ناحیه «هویت اجتماعی» قوت می‌گیرد. براین اساس نهادهای مدنی چنانچه بتوانند در چارچوب قوانین و ضوابط مربوط به مشکلات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی به جذب افراد و انسجام بخشی به آن‌ها، همت گمارند؛ خواهند توانست جامعه را از حالت «ذره‌ای» (اتمیک) خارج و تبدیل به کلی واحد سازند که از جمله خدمات ارزنده به سرمایه اجتماعی به شمار می‌آید.

### پی‌نوشت

۱. انعطاف‌پذیری یک اصطلاح روانشناسی است که به میزان تحمل مشکلات و چالش‌ها به وسیله افراد یک جامعه اشاره دارد. اگر یک ملت دارای انعطاف‌پذیری باشند، به راحتی می‌توانند با تحمل مشکلات و چالش‌ها دوباره به حالت و شکل اولیه خود بازگردند. رضایت، اعتماد سیاسی و میهن‌پرستی و انسجام ملی از عناصر بسیار مهم تشکیل‌دهنده انعطاف‌پذیری ملی است.

## منابع

- افتخاری، اصغر. *ثبات سیاسی رسانه‌ای*، به نقل از جمعی از نویسندگان در: رسانه ها و ثبات سیاسی، انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۸۰.
- افتخاری، اصغر. (گردآوری و ترجمه)، *مراحل بنیادین اندیشه در مطالعات امنیت ملی*، پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۸۳.
- افتخاری، اصغر. (به اهتمام)، *نالامنی جهانی*، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۸۰.
- افتخاری، اصغر. رویکردهای پوزیتیویستی در مطالعات امنیتی، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی، گفت‌وگوی علمی، شماره: ۱۵ - ۷ - ۴ - ۴، ۱۳۸۱.
- بورديو، پی‌یر. نظریه کنش، ترجمه مرتضی مردیها، انتشارات نقش و نگار، چاپ اول ۱۳۸۰.
- قوام، عبدالعلی. جهانی شدن و جهان سوم: روند جهانی شدن و موقعیت جوامع در حال توسعه در نظام بین‌الملل. وزارت امور خارجه، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، ۱۳۸۲.
- لش، اسکات، جامعه‌شناسی پست مدرنیسم، ترجمه محسن چاوشیان، نشر مرکز، چاپ اول ۱۳۸۳.
- کاستلز، امانوئل. *عصر اطلاعات: قدرت و هویت*، ترجمه حسن چاوشیان، جلد دوم، انتشارات طرح نو، ۱۳۸۰.
- الوانی، مهدی؛ سیدنقوی، میرعلی. «سرمایه اجتماعی، مفاهیم و نظریه»، فصلنامه مدیریت، شماره ۳۴ - ۳۳، بهار و تابستان ۱۳۸۱.
- الیاسی، محمدحسین. «افکار عمومی آمریکا و عملیات روانی دستگاه حکومتی و تبلیغاتی آن کشور برای مجاب سازی»، *فصلنامه عملیات روانی*، سال اول، شماره ۲، ۱۳۸۲.
- راجرز. پل، زوال کنترل: امنیت جهانی در قرن بیست و یکم، ترجمه امیر محمد حاجی یوسفی و مژگان جبلی، مطالعات راهبردی، آبان ۱۳۸۴.
- دلورپور اقدم، مصطفی. «آسیب‌شناسی فرقه وهابیت»، دوهفته‌نامه پگاه حوزه، ش ۲۷۳، بهمن ۱۳۸۸.
- کالبرایت، جان کنت. *آنانتومی قدرت*، ترجمه محبوبه مهاجر، نشر سروش، ۱۳۷۱.
- نای، جوزوف. «قدرت نرم»، ترجمه محمود عسگری، نشریه راهبرد دفاعی، ۱۳۸۳.
- فروغی نیا، حسین. «جهانی شدن، بحران مشروعیت و تأثیر آن بر مدیریت امنیت ملی در کشورهای در حال توسعه»، *اطلاعات سیاسی - اقتصادی*، ش ۲۷.
- سلطانی فر، محمد و شهناز هاشمی، پوشش خبری، انتشارات سیمای شرق، تهران: ۱۳۸۲.
- شیرازی، محمد. *جنگ روانی و تبلیغات مفاهیم و کارکردها*، انتشارات نمایندگی ولی فقیه در سپاه، ۱۳۷۶.
- عبدالله‌خانی، علی. *رویکردها و طرح‌های آمریکایی درباره ایران*، مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران، ۱۳۸۵.
- فوکویاما، فرانسیس، *پایان نظم-سرمایه اجتماعی و حفظ آن*، ترجمه غلامعباس توسلی، انتشارات جامعه ایرانیان، ۱۳۷۹.
- کلمن، جیمز. *بنیادهای نظریه اجتماعی*، ترجمه منوچهر صبوری، نشرنی، ۱۳۷۷.
- گیدنز، آنتونی. *پیامدهای مدرنیست*، محسن نراقی، نشر مرکز، ۱۳۷۷.

- Buzan, Barry. "New patteers of global security on the twentyi- first century", International Affairs, 67, no. 3, July, 1991.
- Bourdieu, Pierre. "The Forms of Capital", Handbook of Theory and the Search for the Sociology Educationed J.G. Richardson. (New York: Press, 1986 a).
- Bourdieu, Pierre, "An Invitation to Reflexive Sociology", (University of Chicago Press and Polity 1992).
- Bourdieu, Pierre. "Science of Science Reflexivity". Translated by Richard Nice, (Polity 2004).
- Qeester, H George. "Nontraditional Uses of Military Forces" in Security Studies For 21 Century, Washington & London, Brasseys, 1997, pp. 61-67.
- Fuller, Graham. "The Future of Political Islam Avilble" [http://www.polgrave.usaCom/catalogue/index.asp?islon= 1403961360](http://www.polgrave.usaCom/catalogue/index.asp?islon=1403961360).
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Soft-Security>
- <http://www.usemod.com/cgi-bin/mb.pl?softsecurity>
- Nye, Joseph S. "Propaganda Isn't the War: Soft Power", The International Herald Tribune, January 10, 2002.
- Joseph S. Nye, "The Paradox of American Power: Why The World's only Super Power Can't Go It Alone" Book Discussion, Carnegie, 2002, p. 2.
- Jeffrey, Donovan, "Iran: Pressure Builds on Washington to Promote 'Regime Change,'" Radio Free Europe, June 17, 2003
- J. Scott, Carpenter, "How We Can Bring Him Down," New York Daily News, September 24, 2000.
- J. Scott, Carpenter. "How We Can Bring Him Down," New York Daily News, September 24, 2007.
- A. Lomagin, Nikita. "Soft Security Problems in Northwest Russia", Occasional Seminar, Harward, 14 March 2002, pp. 1-2.
- Schutt, Randy. Effective Nonviolent Action, Vernal Education Project, Papers, 2006
- Telhami, Shibley. Annual Arab Public Opinion Poll Survey of the Anwar Sadat Chair for Peace and Development at the University of Maryland (with Zogby International March 2008), [http://sadat.umd.edu/surveys/2008%20Arab%20Public%20Opinion%20Survey.p pt](http://sadat.umd.edu/surveys/2008%20Arab%20Public%20Opinion%20Survey.ppt) The Role Of Muss Media In Creating Social Capital. (Gittll and Vidul, 1998).





# فهرست گزیده مقالات ارتباطات جمعی در مطبوعات

مهرناز ندیری

آنچه در پی می‌آید فهرست گزیده مقاله‌هایی در زمینه ارتباطات جمعی، جنگ نرم، رادیو و تلویزیون و مطبوعات در ماه‌های پاییز ۱۳۸۸، در مطبوعات کشور چاپ شده است. مواردی که بیرون از این فاصله زمانی قرار دارد؛ مربوط به تأخیر در انتشار نشریه مربوطه است.

۲۵۷

فهرست گزیده مقالات ارتباطات جمعی

## • ارتباطات

- «آزمون سخت رسانه‌ها و مسئولان: مخاطبان رهنمودهای رهبر معظم انقلاب چگونه عمل کردند؟» نسرین وزیری، روزنامه خبر، ش ۳۲۶۵ (۱ مهر ۱۳۸۸): ۳.
- «آمریکایی‌سازی ارتباطات سیاسی: یک نقد». رالف نگرین، استالیانوس پاپاتاسوپولوس؛ ترجمه محمد معاریان، فصلنامه رسانه، سال ۱۹، ش ۷۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۷۷-۵۹.
- «ادراک فلسفی در گذرگاه رسانه: فلسفه رسانه در گفت‌وگو با دکتر غلامرضا آذری». منوچهر دین‌پرست، روزنامه همشهری، سال ۱۷، ش ۴۹۴۳ (۲ مهر ۱۳۸۸): ۱۶.
- «ارتباطات سیاسی؛ سازوکار کنترل افکار عمومی». سیدرضا نقیب‌السادات، ماهنامه کتاب ماه علوم / اجتماعی، سال ۱۳، ش ۱۸ (شهریور ۱۳۸۸): ۳-۲.
- «ارتباطات شب‌گون». ماهنامه دانشمند، ش ۵۴۷ (اردیبهشت ۱۳۸۸): ۵۴.
- «ارتباط نو». ماهنامه تحقیقات روابط عمومی، سال ۷، ش ۴۸ (اردیبهشت - خرداد ۱۳۸۸): ۸۳.
- «اسلام و مسلمانان در اینترنت». دالیه یوسف، فصلنامه راه‌آوردنو، سال ۸، ش ۴۴ (تابستان ۱۳۸۸): ۱۱-۷.
- «اصحاب رسانه و جشنواره بی‌رمق». کامران شرفشاهی، روزنامه قدس، سال ۲۲، ش ۶۲۵۴ (۲۷ مهر ۱۳۸۸): ۷.
- «اعتیاد آن‌لاین: نگاهی به آثار نامطلوب روحی، جسمی و فرهنگی کامپیوتر زدگی». روزنامه قدس، سال ۲۲، ش ۶۲۳۸ (۷ مهر ۱۳۸۸): ۱۲.
- «امام رسانه‌ها را در خدمت مستضعفین می‌خواست». سید محمود دعایی، روزنامه حیات نو / اجتماعی، ش ۱۸۹۳ (۱۹ آبان ۱۳۸۸): ۷.

- «امام گفت دروغ نگویند و دشنام ندهید: شعار رعایت اخلاق امروز برای رسانه‌ها از نان شب واجب‌تر است». سید محمود دعایی، *روزنامه مردم‌سالاری*، ش ۲۲۰۳ (۳ آبان ۱۳۸۸): ۳ و ۱۱.
- «ایرانیان و خلوت اینترنتی: پیرامون یک میهمان تازه وارد». محمد مطهری، *روزنامه وطن/مروزی*، سال ۱، ش ۲۷۲ (۵ آبان ۱۳۸۸): ۱۰.
- «اینترنت و چالش‌های تربیتی فرزندان». محمود نجفی‌علمی، *فصلنامه ره‌آوردنور*، سال ۸، ش ۴۴ (تابستان ۱۳۸۸): ۱۳-۲۰.
- «بازی در دنیای مجازی: پیشرفت خیره‌کننده ایران در زمینه بازی‌های رایانه‌ای». بهروز کسائی‌ان، *روزنامه ایران*، سال ۱۵، ش ۴۳۲۸ (۱۳ مهر ۱۳۸۸): ۹.
- «بُعد فرهنگی ارتباطات برای توسعه». حبیب راثی تهرانی، ترجمه مهرسیما فلسفی، *ماهنامه کتاب ماه علوم/اجتماعی*، سال ۱۳، ش ۱۷ (مرداد ۱۳۸۸): ۶۱-۶۲.
- «به سوی بی‌نهایت مجازی: مروری بر نمایشگاه رسانه‌های دیجیتال». امید سلیمی‌نبی، *روزنامه جوان*، ش ۲۹۶۴ (۲۰ مهر ۱۳۸۸): ۷.
- «بیم‌ها و امیدها از نگاه استادان ارتباطات مطرح شد: گزارشی از مراسم بزرگداشت روز ارتباطات و روابط عمومی در دانشگاه علامه طباطبائی». *ماهنامه روابط عمومی*، ش ۶۷ (خرداد - تیر ۱۳۸۸): ۵۴-۵۶.
- «تأثیرات فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه پایداری شهری: ایجاد تغییرات بنیادین در حوزه‌های مختلف زندگی». مریم بهرامی، *روزنامه رسالت*، سال ۲۴، ش ۶۸۳۷ (۶ آبان ۱۳۸۸): ۱۷ و ۱۸.
- «تأثیر رسانه‌های جمعی بر انحرافات اجتماعی». محمد سالاری، *روزنامه سرار*، سال ۴، ش ۱۲۷۲ (۶ مهر ۱۳۸۸): ۵.
- «تفکر و یادگیری از طریق فناوری اطلاعات و ارتباطات». سعید نظام آبادی فراهانی، *ماهنامه کتاب ماه علوم/اجتماعی*، سال ۱۳، ش ۱۸ (شهریور ۱۳۸۸): ۶۶-۶۷.
- «تکنر رسانه، تضمین امنیت». الیاس حضرتی، *روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، ش ۲۰۷۸ (۲۵ مهر ۱۳۸۸): ۲.
- «جایگاه ارزش‌ها در رسانه‌های گروهی». شهرام شیرکوند، *ماهنامه مسجد*، سال ۱۷، ش ۱۳۹ (تیر ۱۳۸۸): ۴۰-۴۳.
- «جایگاه ایران در سازمان رسانه، فرهنگ و هنر رسمی جمهوری اسلامی آذربایجان». مهدی نعلبندی، *فصلنامه مطالعات ملی*، سال ۱۰، ش ۳۹ (سال ۱۳۸۸): ۵۷-۸۰.
- «جایگاه ایران و ترکیه در تولید منابع اطلاعاتی در جهان». *فصلنامه کتاب*، سال ۱۹، ش ۷۵ (پاییز ۱۳۸۸): ۱۱۹-۱۳۵.
- «چارچوبی نظری برای مطالعه دسترس‌پذیری در وب‌سایت‌ها: ارتقای وب‌سایت‌ها در راستای دولت الکترونیک». محمد حسن‌زاده، فاطمه نویدی، *فصلنامه کتاب*، سال ۱۹، ش ۷۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۱۸۱-۱۹۲.
- «حریم خصوصی و فرمان امام سندی پرافتخار در تاریخ شیعه». محسن اسماعیلی، *روزنامه همشهری*، سال ۱۸، ش ۵۰۱۴ (۳۰ آذر ۱۳۸۸): ۲.
- «خبر، آینه واقعیت‌ها». سیما آبی، *هفته‌نامه سروش*، سال ۳۰، ش ۱۴۱۹ (۲۵ مهر ۱۳۸۸): ۴۴-۴۵.
- «خشونت حقیقی در جهان مجازی: بازی‌های خشن رایانه‌ای میان نوجوانان ایرانی همچنان پرطرفدارند». نعیمه دوستدار، *روزنامه جام‌جم*، سال ۱۰، ش ۲۶۸۳ (۲۰ مهر ۱۳۸۸): ۱۱.
- «خطر برخورد کاریکاتوری با دین در رسانه: در نخستین همایش "روحانیت و رسانه عنوان شد"». زهره کهن‌دل، *روزنامه قدس*، سال ۲۲، ش ۶۲۵۴ (۲۷ مهر ۱۳۸۸): ۷.

- «خودشیفتگی مدرنیته: درنگی بر نظریه ملی‌گرایی و ساختاربندی در ارتباطات». سیدمحمد مهدی‌زاده، *روزنامه همشهری*، سال ۱۸، ش ۵۰۱۰ (۲۵ آذر ۱۳۸۸): ۱۶.
- «در آرزوی کامپ ۱۰ ساله: پرونده پانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی الکترونیک، کامپیوتر و تجارت الکترونیکی بسته شد». مینو مؤمنی، *روزنامه اعتماد*، سال ۸، ش ۲۱۲۷ (۱۱ آذر ۱۳۸۸): ۷.
- «درباره تجمل‌گرایی در برنامه‌های تلویزیونی». سپنتا امیری، *روزنامه زمان*، ش ۱۶۲۰ (۳۰ آذر ۱۳۸۸): ۹.
- «دروغ تحریف و تشکیک، ابزار رسانه‌های غربی: رسانه‌های مدعی حقوق بشر چگونه اعتمادسازی می‌کنند». زهرا جاهد، *روزنامه وطن/امروز*، سال ۱، ش ۱۹۳ (۳۱ تیر ۱۳۸۸): ۷.
- «دفاع مقدس و روزنامه‌های غربی: نگاهی به رویکرد بی‌بی‌سی در قبال جنگ تحمیلی». *روزنامه ابتکار*، ش ۱۵۷۸ (۲ مهر ۱۳۸۸): ۹.
- «دیپلماسی رسانه‌ای افکار عمومی». *ماهنامه تحقیقات روابط عمومی*، سال ۷، ش ۴۸ (اردیبهشت - خرداد ۱۳۸۸): ۸۰-۸۲.
- «دین، رسانه و فرهنگ». داود فیروزی، *روزنامه خراسان*، ش ۱۷۴۱۰ (۱۸ آبان ۱۳۸۸): ۱۲؛ ش ۱۷۴۱۲ (۲۰ آبان ۱۳۸۸): ۱۲.
- «رسانه و بحران در عصر فراواقعیت (با تأکید بر بحران هویت)». محمدرضا تاجیک، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، سال ۱۵، ش ۵۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۶۹-۹۳.
- «رسانه دیجیتال قانون می‌خواهد: دکتر محسن اسماعیلی در نشست جایگاه رسانه‌های دیجیتال». *روزنامه همشهری*، سال ۱۷، ش ۴۹۷۲ (۷ آبان ۱۳۸۸): ۱۷.
- «رسانه شدن سیاست». *فصلنامه رسانه*، سال ۱۹، ش ۷۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۵-۱۰.
- «رسانه‌های جمعی کنونی: گفتمان‌های سلطه یا تکرار». ثنوا ن دیک؛ ترجمه سیدرضا نقیب‌السادات، *ماهنامه کتاب ماه علوم/اجتماعی*، سال ۱۳، ش ۱۸ (شهریور ۱۳۸۸): ۴-۹.
- «رسانه‌های شرق با اتحاد بر نظام سلطه غلبه خواهند کرد: رئیس‌جمهور در دیدار با شرکت‌کنندگان اجلاس سازمان خبرگزاری‌های آسیا و اقیانوسیه». *روزنامه ایران*، سال ۱۵، ش ۴۳۶۶ (۲۸ آبان ۱۳۸۸): ۱۴.
- «رسانه‌های مجیزگو را قبول نداریم: مشاور مطبوعاتی رئیس‌جمهور [علی‌اکبر جوانفکر]». عادل علیبازی، *روزنامه ابتکار*، ش ۱۶۱۶ (۱۹ آبان ۱۳۸۸): ۹.
- «رسانه‌های نوین و زندگی روزمره: تأثیر تلفن همراه بر هویت و سبک زندگی جوانان». عبدالحسین کلانتری، حسین حسینی، *فصلنامه رسانه*، سال ۱۹، ش ۷۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۱۱۹-۱۳۵.
- «رشد کیفی آموزش ارتباطات در ایران به شدت بحران‌زده است: آموزش ارتباطات در ایران و جهان در گفت‌وگو با پروفسور علی محمدی». *ماهنامه روابط عمومی*، ش ۶۷ (خرداد - تیر ۱۳۸۸): ۵۰-۵۳.
- «زندگی در دنیایی از تشعشعات». *روزنامه کیهان*، ش ۱۹۵۳۵ (۲۱ آذر ۱۳۸۸): ۷.
- «ساخت شایعه در انگلیس بر پایه انسانیت‌زدایی از دشمن». احمد باصری، *فصلنامه عملیات روانی*، سال ۶، ش ۲۱ (زمستان ۱۳۸۷، بهار ۱۳۸۸): ۱۳۷-۱۵۰.
- «سازمان اطلاعاتی بریتانیا از گذشته تاکنون». *روزنامه فرهنگ آشتی*، سال ۷، ش ۱۸۳۹ (۱۸ آبان ۱۳۸۸): ۷.
- «سکوت در ارتباطات». *ماهنامه روان‌شناسی شادکامی و موفقیت*، ش ۶۵ (تیر ۱۳۸۸): ۹۰.
- «سومین رقابت رسانه‌های دیجیتال». *ماهنامه نمایشگاه*، سال ۱، ش ۴ (مهر ۱۳۸۸): ۱۲-۱۳.
- «شبکه پیام‌رسانی در نهضت امام خمینی (ره)». رشید جعفرپور، *ماهنامه کتاب ماه علوم/اجتماعی*، سال ۱۳، ش ۱۸ (شهریور ۱۳۸۸): ۳۰-۳۳.

- «شرافت حرفه‌ای رسانه‌ها، سرمایه اجتماعی است: مدیرعامل ایرنا در اجلاس جهانی رسانه‌ها در پکن». *روزنامه ایران*، سال ۱۵، ش ۴۳۳۴ (۲۰ مهر ۱۳۸۸): ۱۴.
- «شرحی بر سیر تکاملی یک وبسایت خبری». نیره حاج‌رمضان، *ماهنامه عصر فناوری اطلاعات*، سال ۵، ش ۴۸ (آبان ۱۳۸۸): ۱۱۱-۱۱۹.
- «شهر ایرانی و رسانه‌هایش: نگاهی به مراکز ارتباط سنتی در ایران». شهاب بصیرت، *روزنامه جام‌جم* (ضمیمه)، ش ۵۱ (۲۶ آذر ۱۳۸۸): ۱۴.
- «ظرفیت‌های رسانه‌ای جهان اسلام». انسیه فرهنگزاد، *ماهنامه کتاب ماه علوم/ اجتماعی*، سال ۱۳، ش ۱۸ (شهریور ۱۳۸۸): ۳۴-۴۳.
- «عبور از دوران کودکی با "موس"». پیتر لانگ؛ ترجمه زهرا خباز بهشتی، *روزنامه همشهری*، سال ۱۷، ش ۴۹۷۰ (۵ آبان ۱۳۸۸): ۲۰.
- «فرآیند تصمیم‌گیری در بحران و نقش رسانه‌ها». سیامک ره‌پیک، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، سال ۱۵، ش ۵۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۱۱۹-۱۳۶.
- «فرهنگ‌سازی در رسانه‌های دیجیتال ضروری است: مدیر مرکز توسعه و فناوری اطلاعات در رسانه‌های دیجیتال در گفت‌وگو با "جوان" مطرح کرد». نفیسه کرمی، *روزنامه جوان*، ش ۲۹۶۸ (۲۷ مهر ۱۳۸۸): ۱۱.
- «فلسفه تکنولوژی و فلسفه رسانه». حسین کاجی، *روزنامه همشهری*، سال ۱۷، ش ۴۹۶۸ (۳ آبان ۱۳۸۸): ۱۶.
- «فلسفه وسایل ارتباطات جمعی». *ماهنامه جهان‌گستر*، ش ۶۲ (آذر ۱۳۸۸): ۸۰.
- «فناوری اطلاعات و ارتباطات: زیرساخت». *ماهنامه آغاز*، ش ۱۳ (خرداد ۱۳۸۸): ۵.
- «کنترل منابع فناوری اطلاعات». وحید نقشینه ارجمند، *روزنامه ایران*، سال ۱۵، ش ۴۳۱۹ (۲ مهر ۱۳۸۸): ۱۳.
- «کنجکاوی کاربران عدم امنیت اینترنت». علی سلطانی‌مجد، *فصلنامه ره‌آوردنور*، سال ۸، ش ۴۴ (تابستان ۱۳۸۸): ۲۶-۲۷.
- «کوچکترین حمایتی از تأسیس دانشکده مستقل ارتباطات صورت نمی‌گیرد: گفت‌وگو با دکتر کاظم معتمدنژاد مطرح شد». پژمان موسوی، *ماهنامه روابط عمومی*، ش ۶۷ (خرداد - تیر ۱۳۸۸): ۴۷-۴۹.
- «مدرنیته و افول ارتباطات سنتی در ایران». حمیدرضا حسینی، *روزنامه جام‌جم* (ضمیمه)، ش ۵۱ (۲۶ آذر ۱۳۸۸): ۱۴.
- «مقدمات تدوین نظام جامع رسانه‌ای: در گفت‌وگوی دکتر محمدرضا اخضریان کاشانی مدیرعامل مؤسسه فرهنگی و اطلاع‌رسانی نمایه با رسالت مطرح شد». محمد اسکندری، *روزنامه رسالت*، ش ۲۴، ش ۶۸۲۸ (۲۵ مهر ۱۳۸۸): ۱۷.
- «مهارت‌های ارتباطات انسانی». قادر باستانی، *ماهنامه اصلاح و تربیت*، ش ۱۷۲ (مرداد ۱۳۸۸): ۳۰.
- «نرم‌افزارها با شناسنامه می‌آیند: مدیرکل مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال در گفت‌وگو با ایران». حمید امینی‌فرد، *روزنامه ایران*، سال ۱۵، ش ۴۳۳۳ (مهر ۱۳۸۸): ۶.
- «نشستی با اهالی رسانه». نسرین گلزار، *ماهنامه عصر فناوری اطلاعات*، سال ۵، ش ۴۸ (آبان ۱۳۸۸): ۱۲۴-۱۲۰.
- «نظریه بازنمایی رسانه‌ای و تحلیل افکار عمومی متقابل آمریکایی‌ها و ایرانی‌ها». علی ربیعی، فرناز احمدزاده نامور، *فصلنامه دانش سیاسی*، سال ۴، ش ۲ (پاییز - زمستان ۱۳۸۷): ۳۷-۶۲.
- «نقد و بررسی نظریه‌های مطرح درباره نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران». سیدداود آقایی، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، سال ۱۵، ش ۵۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۷-۲۷.

- «نقش رسانه‌های جمعی در پیشگیری از بحران‌ها». علی نجات‌بخش اصفهانی، اکبر باقری، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال ۱۵، ش ۵۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۱۳۷-۱۵۸.
- «نقش رسانه‌های گروهی در کاهش عوارض روان‌شناختی ناشی از بحران و ایجاد آرامش در جامعه». محمدرضا رضایی بایندر، ثریا احمدی، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال ۱۵، ش ۵۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۱۰۷-۱۲۴.
- «نقش و اهمیت رسانه‌های جمعی و کارکرد آن‌ها». پروین خالصی، ماهنامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی، سال ۲۳، ش ۲۶۱-۲۶۲ (خرداد - تیر ۱۳۸۸): ۲۷۴-۲۸۴.
- «نگاهی به کتاب مطالبه فرهنگ، ارتباطات در جهانی بحرانی». حیمز لول؛ حسین شیخ‌الاسلامی، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال ۱۵، ش ۵۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۱۵۹-۱۷۳.
- «نگاهی دوگانه مالکیت معنوی، چالش‌های جدی پیش‌روی پژوهش‌ها». محمدصالح مفتاح، روزنامه خراسان (ضمیمه)، ش ۱۷۴۴۱ (۲۶ آذر ۱۳۸۸): ۱۱.
- «وقتی بازی، شما را جدأ معتاد می‌کند: تأثیر بازی‌های رایانه‌ای». مجتبی اردشیری، روزنامه همشهری، سال ۱۷، ش ۴۹۶۲ (۲۶ مهر ۱۳۸۸): ۱۳ و ۲۰.
- «همگرایی و واگرایی فرهنگی در جامعه اطلاعاتی». ماهنامه روابط عمومی، ش ۶۹ (آذر ۱۳۸۸): ۱۴-۲۵.
- «وب ۲ و دسترسی به اطلاعات». حمیدرضا جمالی مهمونی، ماهنامه کتاب ماه کلیات، سال ۱۲، ش ۱۴۱ (شهریور ۱۳۸۸): ۱۱-۸.

## ● جنگ نرم

- «آژاکس ۲ طرحی برای یک کودتای مخملی: "وطن امروز" از گزینه‌های استراتژی جدید آمریکا در قبال ایران گزارش می‌دهد». روزنامه وطن/امروز، ش ۱۷۳ (۳ تیر ۱۳۸۸): ۸-۹.
- «آسیب‌شناسی جنگ نرم و راه‌های مقابله با آن». ایرج نظامتی، روزنامه کیهان، ش ۱۹۴۵۴ (۱۴ شهریور ۱۳۸۸): ۵؛ ش ۱۹۴۵۵ (۱۵ شهریور ۱۳۸۸): ۵.
- «آغازی نو بعد از پایان: گفت‌وگو با دبیر همایش عملیات روانی؛ مهندسی و آینده پژوهی». تأثیر (ویژه‌نامه همایش عملیات روانی)، ش ۱ (اسفند ۱۳۸۷): ۸-۶.
- «آمریکا، انقلاب رنگی و شبکه‌سازی در خاورمیانه». عباس کاردان، فصلنامه عملیات روانی، سال ۶، ش ۲۲ (تابستان ۱۳۸۸): ۱۵۴-۱۳۱.
- «ابعاد تهدید نرم در استراتژی امنیت ملی آمریکا». علی محمد نادینی، فصلنامه عملیات روانی، سال ۶، ش ۲۱ (زمستان ۱۳۸۷-بهار ۱۳۸۸): ۲۵-۵۰.
- «اتاق فکر انقلاب مخملی در ایران کجاست؟: گفت‌وگو با سردار یدالله جوانی، رئیس اداره سیاسی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی». حسین نیک‌پور، روزنامه جام‌جم، سال ۱۰، ش ۲۶۱۹ (۶ مرداد ۱۳۸۸): ۷.
- «استراتژی عملیات روانی عراق در هشت سال دفاع مقدس». حجت‌الله مرادی، فصلنامه عملیات روانی، سال ۶، ش ۲۲ (تابستان ۱۳۸۸): ۱۵۵-۱۶۶.
- «اصل عملیات روانی در یک جامعه اسلامی، روشنگری است: گفت‌وگو با دکتر حجت‌الله مرادی». تأثیر (ویژه‌نامه همایش عملیاتی روانی)، ش ۱ (اسفند ۱۳۸۷): ۱۸-۱۹.
- «اعتراف نرم: انقلاب مخملی از رویا تا واقعیت». حسین جوادی، روزنامه جام‌جم، سال ۱۰، ش ۲۶۵۸ (۲۱ شهریور ۱۳۸۸): ۱۰.

- «افزایش بهره‌وری در عملیات روانی». حجت‌الله مرادی، فصلنامه عملیات روانی، سال ۶، ش ۲۱ (زمستان ۸۷- بهار ۸۸): ۶۵-۷۰.
- «افسران جوان و جنگ نرم: چشم امید رهبر به شماس». قاسم شایان‌فر، روزنامه جوان، ش ۲۹۵۰ (مهر ۱۳۸۸): ۱۰.
- «امنیت و تهدید سیاسی». غلامرضا کاتب، روزنامه جام‌جم، سال ۱۰، ش ۲۵۷۸ (۱۸ خرداد ۱۳۸۸): ۱۰.
- «انقلاب مخملی در ایران امکان‌پذیر نیست: تحلیلی بر رویدادهای پس از انتخابات ریاست جمهوری». حسن بهشتی‌پور، روزنامه حیات‌نو/اجتماعی، ش ۱۸۱۸ (۲۱ مرداد ۱۳۸۸): ۷.
- «ایالات متحده و عملیات روانی به مثابه دیپلماسی عمومی». مارک کیل بین؛ ترجمه مجید اعزازی، فصلنامه افق، ش ۶۴ (بهار ۱۳۸۸): ۲۱۳-۲۱۴.
- «براندازی رنگین». روزنامه جام‌جم، سال ۱۰، ش ۲۵۹۶ (۸ تیر ۱۳۸۸): ۱۰.
- «برخی از مسائل فقهی عملیات روانی». مهدی طائب، فصلنامه عملیات روانی، سال ۶، ش ۲۱ (زمستان ۸۷- بهار ۱۳۸۸): ۷-۲۴.
- «بررسی انقلاب‌های رنگی از منظر پدیده سرایت». مهسا ماه‌پیشانیان، فصلنامه عملیات روانی، سال ۶، ش ۲۲ (تابستان ۱۳۸۸): ۸۹-۱۱۴.
- «بررسی پروژه جدید کودتاگران نرم در دانشگاه‌ها: افسران جوان در سنگر مقابله نرم». ایرج نظافتی، روزنامه کیهان، ش ۱۹۴۷۱ (۴ مهر ۱۳۸۸): ۵؛ ش ۱۹۴۷۲ (۵ مهر ۱۳۸۸): ۵.
- «بررسی مفهوم و ابعاد یک پروژه: "ایران هراسی" عملیات آمریکایی صهیونیستی است». علی قاسمی، حسین بابایی، روزنامه کیهان، ش ۱۹۵۰۶ (۱۷ آبان ۱۳۸۸): ۱۲.
- «بررسی نقش رسانه‌ها در شکل‌گیری انقلاب رنگی». علی گرانمایه‌پور، زینب شریفی، فصلنامه رسانه، سال ۱۹، ش ۷۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۱۵۱-۱۷۴.
- «برنامه‌ریزی بیگانگان برای براندازی نرم در ایران: در دادگاه دوم متهمین کودتای مخملین مطرح شد». روزنامه جوان، سال ۱۱، ش ۲۹۱۰ (۱۸ مرداد ۱۳۸۸): ۱.
- «بنیادهای مخملی: معرفی و بررسی عملکرد کارگزاران انقلاب‌های رنگین». فاطمه مرسلی، روزنامه کیهان، ش ۱۹۴۷۲ (۵ مهر ۱۳۸۸): ۱۲.
- «پدافند غیرعامل، شیشه عمر انسان‌ها: گفت‌وگو با دکتر محسن فردرو درباره پدافند غیرعامل». سینا علی‌محمدی، روزنامه جام‌جم، سال ۱۰، ش ۲۵۶۶ (۲ خرداد ۱۳۸۸): ۷.
- «پیچیدگی‌های جنگ نرم و فرهنگ». روزنامه جام‌جم، سال ۱۰، ش ۲۵۶۶ (۲ خرداد ۱۳۸۸): ۷.
- «پیروزی فلسطینی‌ها در عملیات روانی غزه: گفت‌وگو با دکتر حسن عابدینی مدیرکل اخبار خارجی واحد مرکزی خبر». تأثیر (ویژه‌نامه همایش عملیات روانی)، ش ۱ (اسفند ۱۳۸۷): ۲۶-۲۸.
- «پیش‌بینی جنگ سرد آمریکا و روسیه: کارشناسان در گفت‌وگو با سیاست روز بررسی کردند». روزنامه سیاست‌روز، ش ۲۳۰۸ (۲۱ مرداد ۱۳۸۸): ۳.
- «تأسیس ارتش برای جنگ در فضای مجازی». نعمت‌الله عبدالرحیم‌زاده، روزنامه جوان، سال ۷، ش ۲۸۸۰ (۱۰ تیر ۱۳۸۸): ۸.
- «تاکتیک‌ها و ابزارهای عملیات روانی دشمن در انتخابات ۲۲ خرداد: گذار از جنگ سخت به جنگ نرم». حمید حاذق نیکرو، روزنامه کیهان، ش ۱۹۴۸۱ (۱۵ مهر ۱۳۸۸): ۱۲؛ ش ۱۹۴۸۴ (۱۹ مهر ۱۳۸۸): ۱۲؛ ش ۱۹۴۸۸ (۲۶ مهر ۱۳۸۸): ۱۲؛ ش ۱۹۴۹۴ (۳ آبان ۱۳۸۸): ۱۲؛ ش ۱۹۵۰۰ (۱۰ آبان ۱۳۸۸): ۱۲.
- «تحلیل عملیات روانی در بستر انقلاب‌های رنگی». جواد جمالی، فصلنامه عملیات روانی، سال ۶، ش ۲۲ (تابستان ۱۳۸۸): ۲۷-۴۶.

- «تخریب ایران در دستور کار برخی رسانه‌های غربی: بررسی رویکرد مطبوعات منطقه مشخص کرد».
- *روزنامه سیاست روز*، ش ۲۴۱۳ (۳۰ آذر ۱۳۸۸): ۳.
- «تسلط بدون اعمال خشونت: سیاست روز جنگ‌های نرم را بررسی کرد». *روزنامه سیاست روز*، ش ۲۳۲۷ (۱۲ شهریور ۱۳۸۸): ۳.
- «تغییرات در حوزه‌های عملیات روانی دشمنان علیه کشور». *مظاهری طهماسب*، تأثیر (ویژه نامه همایش عملیات روانی)، ش ۱ (اسفند ۱۳۸۷): ۲۴-۲۵.
- «تلاش برای القای ناکارآمدی: نگاهی به جنگ روانی - رسانه‌ای غرب علیه جمهوری اسلامی». علی ورمزیار، *روزنامه جام‌جم*، سال ۹، ش ۲۵۴۰ (۲ اردیبهشت ۱۳۸۸): ۱۰ و ۱۶.
- «توجه به میل مخاطب؛ شرط موفقیت جنگ روانی: مصاحبه با دکتر محمد سلطانی‌فر، مهدی احمدی‌فر». *فصلنامه/اقی*، سال ۶، ش ۶۴ (بهار ۱۳۸۸): ۳۵-۴۶.
- «تویی که نمی‌شناختم! مروری بر نقش دشمن در طراحی فتنه اخیر». مهدی عرفانی، *روزنامه کیهان*، ش ۱۹۴۹۴ (۱۴ شهریور ۱۳۸۸): ۱۲؛ ش ۱۹۴۵۷ (۱۷ شهریور ۱۳۸۸): ۱۲.
- «تهاجم فرهنگی با خلق شخصیت‌های بیگانه روی لوازم التحریر: مدارس از خود سلب مسئولیت نکنند». *روزنامه جوان*، ش ۲۹۶۵ (۲۱ مهر ۱۳۸۸): ۹.
- «تهدید نرم جدی‌تر از تهدید سخت: امیرسرتیپ پوردستان فرمانده نیروی زمینی ارتش جمهوری اسلامی ایران در گفت‌وگو با خراسان مطرح کرد». رضا رهگذر، *روزنامه خراسان*، ش ۱۷۳۷۲ (۲ مهر ۱۳۸۸): ۱۲.
- «تهدید نرم؛ کمترین هزینه بیشترین فایده: استراتژی آمریکا برای مقابله با قدرت‌های ضدهژمون چیست؟». حسین کریمی، *روزنامه جوان*، ش ۱۲۸۷۹ (۹ تیر ۱۳۸۸): ۸.
- «جنگ ایالات متحده علیه رسانه‌ها». جرمی اسکاهیل، *ماهنامه سیاحت غرب*، ش ۷۲ (تیر ۱۳۸۸): ۵۵.
- «جنگ در فضای مجازی». علی محمدنژاد، *روزنامه جام‌جم*، سال ۱۰ (۱۱ مهر ۱۳۸۸): ۱۰.
- «جنگ رسانه‌ای از ممتازترین مؤلفه‌های جنگ نرم است: گفت‌وگو با دکتر روح‌الله احمدزاده، تأثیر (ویژه‌نامه همایش عملیات روانی)، ش ۱ (اسفند ۱۳۸۷): ۱۶-۱۷.
- «جنگ رسانه‌ای در فضای سایبر». حمید ضیایی‌پرور، *فصلنامه/اقی*، ش ۶۴ (بهار ۱۳۸۸): ۱۲۳-۱۴۵.
- «جنگ رسانه‌ای». حمید حاذق نیکرو، *روزنامه وطن/امروز*، سال ۱، ش ۱۹۳ (۳۱ تیر ۱۳۸۸): ۷.
- «جنگ روانی اسرائیل علیه ایران و هوشیاری دیپلماتیک». ماکان عیدی‌پور، *روزنامه جام‌جم*، سال ۱۰، ش ۲۵۸۴ (۲۵ خرداد ۱۳۸۸): ۱۰.
- «جنگ روانی». سارا مستوفی‌راد، *ماهنامه کتاب ماه علوم/اجتماعی*، سال ۱۳، ش ۱۸ (شهریور ۱۳۸۸): ۶۲-۶۵.
- «جنگ نرم آمریکا در حوادث پس از ۱۱ سپتامبر با تأکید بر جنگ افغانستان، عراق و تنش با ایران». محمد اسلام‌یاری شگفتی، سیداحمد عسگری، *فصلنامه عملیات روانی*، سال ۱۵، ش ۲۱ (زمستان ۸۷ بهار ۸۸): ۱۵۱-۱۶۴.
- «جنگ نرم بر بستر ناتوی فرهنگی». *روزنامه رسالت*، سال ۲۴، ش ۶۸۰۹ (۱ مهر ۱۳۸۸): ۱۷.
- «جنگ نرم ۵۵ میلیون دلاری: جزئیات بودجه اخیر پنتاگون علیه ایران منتشر شد». *روزنامه وطن/امروز*، سال ۱، ش ۲۷۳ (۶ آبان ۱۳۸۸): ۳.
- «جنگ نرم رسانه‌های مصرف‌گرا: مقدمه‌ای بر نسبت تجارت و تلویزیون». محمد حسنلو، *روزنامه کیهان*، ش ۱۹۵۰۰ (۱۰ آبان ۱۳۸۸): ۱۰.
- «جنگ نرم؛ فرصتی برای پیشبرد نظریه‌های اسلامی: در گفت‌وگوی دکتر سیدسام مهدی ترابی با رسالت مطرح گردید». محمد اسکندری، *روزنامه رسالت*، سال ۲۴، ش ۶۸۴۸ (۱۹ آبان ۱۳۸۸): ۱۷.

- «جنگ نرم و نظام ارزش‌ها». حجت‌الله مرادی، فصلنامه عملیات روانی، سال ۶، ش ۲۲ (تابستان ۱۳۸۸): ۶۵.
- «جنگ نرم: هنر پیروزی بدون جنگ». شبنم نادری، روزنامه کیهان، ش ۱۹۴۹۴ (۳ آبان ۱۳۸۸): ۱۲؛ ش ۱۹۵۰۰ (۱۰ آبان ۱۳۸۸): ۱۲.
- «چگونه با رسانه‌های خبری مواجه شویم؟: نقش رسانه‌ها در نبرد نرم و پادتن تفکر نقاد». جانسون وبلر؛ ترجمه روح‌الله قاسمیان، روزنامه رسالت، سال ۲۴، ش ۶۸۰۹ (۱ مهر ۱۳۸۸): ۱۷.
- «چین، آمریکا و ذهنیت جنگ سرد: مناسبات قدرت‌های جهانی، نوسان دیپلماتیک و بحران‌های بین‌المللی». روزنامه اطلاعات، ش ۲۴۵۲ (۷ مرداد ۱۳۸۸): ۱۲.
- «در برابر فرهنگ مهاجم بایستیم». صابر قائمی، روزنامه رسالت، سال ۲۴، ش ۶۸۰۴ (۲۴ شهریور ۱۳۸۸): ۱۷.
- «در جنگ نرم باید رسانه‌ها در خط مقدم باشند: گزارشی از هفتمین همایش بسیج و رسانه - مشهد مقدس». کریم باباخانیان، روزنامه رسالت، سال ۲۴، ش ۶۸۴۵ (۱۶ آبان ۱۳۸۸): ۱۹.
- «دشمن چهار سال برای کودتای نرم برنامه‌ریزی کرده بود: عملیات روانی و جنگ نرم در گفت‌وگو با سردار سیدمسعود جزایری». مجید روحانی، روزنامه کیهان، ش ۱۹۴۸۸ (۲۶ مهر ۱۳۸۸): ۱۲.
- «راهکارهای مقابله با عملیات روانی غربی‌ها». تأثیر (ویژه‌نامه همایش عملیات روانی)، ش ۱ (اسفند ۱۳۸۷): ۲۱-۲۰.
- «رسانه‌ها ابزار اصلی قدرت و تهدید نرم هستند: تهدید نرم و رویکرد نخبگان با دکترعلی محمد نایینی». علی شیرین، روزنامه جوان، ش ۳۰۰۱ (۵ آذر ۱۳۸۸): ۱۰.
- «رسانه‌ها دومین میدان جنگ: لابی‌های غربی برای انجام عملیات روانی در جنگ غزه». تأثیر (ویژه‌نامه همایش عملیات روانی)، ش ۱ (اسفند ۱۳۸۷): ۳۴-۳۳.
- «رسانه‌ها و براندازی نرم». محمد اسکندری، روزنامه رسالت، سال ۲۴، ش ۶۸۱۷ (۱۱ مهر ۱۳۸۷): ۱۷.
- «رسانه‌های بین‌المللی؛ ابزار سیاست خارجی قدرت‌ها: تحلیلی بر عملکرد رسانه‌های خارجی در انتخابات دهم ریاست جمهوری». حمید مولانا، روزنامه ایران، (ویژه‌نامه دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری)، سال ۱۵ (مهر ۱۳۸۸): ۱۱۸-۱۱۹.
- «روشن‌شناسی انقلاب رنگی». علی محمد نائینی، روزنامه جوان، ش ۲۹۹۱ (۲۴ آبان ۱۳۸۸): ۱۰؛ ش ۲۹۹۲ (۲۵ آبان ۱۳۸۸): ۱۱؛ ش ۲۹۹۳ (۲۶ آبان ۱۳۸۸): ۱۰.
- «روند همگرایی و بهبود جایگاه چین در نظام بین‌المللی از دیدگاه قدرت نرم». محمودرضا گلشن‌پژوه، ولی کوزه‌گر کالجی، فصلنامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی، سال ۲۴، ش ۲۶۵-۲۶۶ (مهر-آبان ۱۳۸۸): ۶۹-۴۲.
- «سایبر تروریسم». فصلنامه ره‌آورد نور، سال ۸، ش ۴۴ (تابستان ۱۳۸۸): ۲۵-۲۱.
- «سیری در علمیات روانی در اسلام». مهدی طائب، فصلنامه عملیات روانی، سال ۶، ش ۲۲ (تابستان ۱۳۸۸): ۲۶۷.
- «شایعه؛ ابزار جنگ نرم». محمدعلی عباس‌زاده، روزنامه زمان، ش ۱۵۸۵ (۱۶ آبان ۱۳۸۸): ۹.
- «شوالیه فرهنگی و تهاجم فرهنگی». روزنامه اسرار، سال ۴، ش ۱۲۳۳ (۴ خرداد ۱۳۸۸): ۵.
- «عملیات روانی، بازتولید سلطه و نظام نمادها؛ نشانه‌شناسی سینمای غرب علیه ایران اسلامی». علیرضا بیابان‌نورد، فصلنامه عملیات روانی، سال ۶، ش ۲۱ (زمستان ۸۷ - بهار ۸۸): ۸۴-۵۱.
- «عملیات روانی در جنگ ۲۲ روزه». حسین رویوران، تأثیر (ویژه‌نامه همایش عملیات روانی)، ش ۱ (اسفند ۱۳۸۷): ۳۱-۲۹.



- «عملیات روانی دشمن بسته طرح ریزی شده است: گفت‌وگو با سردار سیدمسعود جزایری». تأثیر (ویژه‌نامه همایش عملیات روانی)، ش ۱ (اسفند ۱۳۸۷): ۱۴-۱۲.
- «عملیات روانی درسطوح مدیریتی: گفت‌وگو با سردار مسعود جزایری معاون فرهنگی ستاد کل نیروهای مسلح». روزنامه همشهری، سال ۱۷، ش ۴۹۶۱ (۲۵ مهر ۱۳۸۸): ۱۷.
- «عملیات روانی، زبانی و ساختار آگاهی». علی‌اکبر فرهنگی، روح‌الله احمدزاده کرمانی، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال ۳، ش ۸ (بهار ۱۳۸۶): ۱۶۱.
- «عملیات روانی علیه جهان اسلام پس از ۱۱ سپتامبر با تأکید بر سیاست و عملکرد آمریکا». راضیه متشکری، فصلنامه افق، ش ۶۴ (بهار ۱۳۸۸): ۱۷۵-۱۴۷.
- «عملیات روانی غرب در انتخابات دهم ریاست‌جمهوری ایران (بررسی سناریوی جدید غرب و دیپلماسی هوشمندانه جمهوری اسلامی ایران)». روح‌الله کرمی، فصلنامه عملیات روانی، سال ۶، ش ۲۲ (تابستان ۱۳۸۸): ۵۸-۴۷.
- «عملیات روانی، مهمترین ابزار جبهه استکبار در برابر انقلاب: محمود احمدی‌نژاد در همایش عملیات روانی تشریح کرد». روزنامه وطن‌امروز، سال ۱، ش ۲۶۱ (۲۰ مهر ۱۳۸۸): ۳.
- «عملیات روانی؛ مهندسی و آینده پژوهی: نگاهی اجمالی به نحوه شکل‌گیری و فعالیت‌های دبیرخانه همایش». تأثیر (ویژه‌نامه همایش عملیات روانی)، ش ۱ (اسفند ۱۳۸۷): ۶۱-۶۰.
- «عملیات روانی نوعی ضربه ناگهانی رسانه‌ای است: گفت‌وگو با دکتر محمدحسن جعفری سهامیه». تأثیر (ویژه‌نامه همایش عملیات روانی)، ش ۱ (اسفند ۱۳۸۷): ۲۳-۲۲.
- «غرب و راهبرد جنگ رسانه‌ای». قربانعلی محبوبی، روزنامه جوان (ضمیمه)، ش ۲۸۶۷ (۲۶ خرداد ۱۳۸۸): ۸.
- «فعالیت ستاد جنگ روانی در رسانه‌های غربی». حسن قشقایی، روزنامه سیاست روز، ش ۲۲۶۹ (۲ تیر ۱۳۸۸): ۳.
- «قدرت نرم، آمریکا و واکنش جهانی». قربانعلی سامعی، روزنامه جوان (ضمیمه)، ش ۲۸۶۷ (۲۶ خرداد ۱۳۸۸): ۸.
- «قدرت نرم و رهبری». ژوزف نای؛ ترجمه عسگر قهرمانپور، فصلنامه عملیات روانی، سال ۶، ش ۲۱ (زمستان ۱۳۸۷-بهار ۱۳۸۸): ۱۳۶-۱۲۵.
- «کالبدشکافی روش‌ها، از فریب تا سبک زنگی: ماهیت زور در جنگ نرم». امیر محبیان، روزنامه جوان، ش ۲۹۴۹ (۲ مهر ۱۳۸۸): ۶.
- «کالبدشکافی فرهنگ سیاسی ایران در گفت‌وگوی "وطن امروز" با دکتر سعید زیباکلام بررسی شد». سپیده آماده، روزنامه وطن‌امروز، سال ۱، ش ۲۵۳ (۱۱ مهر ۱۳۸۸): ۱۱-۱۰.
- «کسانی که در مقابله با تهدیدات نرم مسئولیت دارند به خود بیایند: در گفت‌وگوی خراسان با معاون فرهنگی ستاد کل نیروهای مسلح [سیدمسعود جزایری] درباره اهداف، حوزه‌ها و اقدامات لازم در برابر تهدیدات نرم عنوان شد». حسین بردبار، روزنامه خراسان، ش ۱۷۳۷۲ (۲ مهر ۱۳۸۸): ۱۲.
- «کودتای رنگی در ایران شکست خورد: تکنیک کودتاهای از پایین». تی‌ی‌ه‌ری می‌سان؛ ترجمه علی حقیقت‌جو، روزنامه کیهان، ش ۱۹۴۳۱ (۱۸ مرداد ۱۳۸۸): ۱۲.
- «مدیریت شایعه؛ پذیرش و پایش». صدیقه هماسدر، ماهنامه تدبیر، سال ۲۰، ش ۲۱۰ (آبان ۱۳۸۸): ۶۳-۵۹.
- «مرووری بر اعترافات: متهمان کودتای مخملی». روزنامه ایران، سال ۱۵، ش ۴۳۲۳ (۷ مهر ۱۳۸۸): ۱۳.
- «مقابله با سیاست "اغواي" آمریکا: گفت‌وگو با دکتر ابراهیم متقی». تأثیر (ویژه‌نامه همایش عملیات روانی)، ش ۱ (اسفند ۱۳۸۷): ۱۵.

- «مقدمه‌ای بر روان‌شناسی سیاسی، عباس خلجی، فصلنامه عملیات روانی، سال ۶، ش ۲۱ (زمستان ۱۳۸۷- بهار ۱۳۸۸): ۱۶۵-۱۸۲.
- «مقدمه‌ای بر روش‌شناسی انقلاب‌های رنگی». علی محمد نائینی، فصلنامه عملیات روانی، سال ۶، ش ۲۲ (تابستان ۱۳۸۸): ۵۹-۸۸.
- «نبرد متفاوت: جنگ رسانه‌ای اوج می‌گیرد». روزنامه ابتکار، ش ۱۶۰۰ (۳۰ مهر ۱۳۸۸): ۹.
- «مهندسی عملیات روانی، بازخوانی مطالعاتی و ایده‌پردازی». سیامک باقری، جعفر یوسفی، تأثیر (ویژنامه همایش عملیات روانی)، ش ۱ (اسفند ۱۳۸۷): ۵۳-۵۹.
- «نقش رسانه‌ها در فرآیند هویت‌یابی». سمیه قدوسی، ماهنامه کتاب ماه علوم/اجتماعی، سال ۱۳، ش ۱۶ (تیر ۱۳۸۸): ۹۹-۱۰۸.
- «وقتی جنبش سبز خاکستری می‌شود!»: گزارش تحلیلی کیهان از بررسی شرایط سیاسی حاکم بر دانشگاه‌ها در سال تحصیلی جدید». سمیه همت‌پور، روزنامه کیهان، ش ۱۹۴۷۷ (۱۱ مهر ۱۳۸۸): ۱۲.
- «هشدارها و راهکارهای مقابله با عملیات روانی: نگاهی به رهنمودهای مقام معظم رهبری در خصوص عملیات روانی دشمنان علیه ایران اسلامی». تأثیر (ویژه نامه همایش عملیات روانی)، ش ۱ (اسفند ۱۳۸۷): ۴-۵.
- «همایش عملیات روانی و رسانه برگزار شد، لاریجانی: ابعاد جنگ نرم بعد از انتخابات در کشور ما پدیدار شد». روزنامه زمان، ش ۱۶۵۶ (۲۰ مهر ۱۳۸۸): ۳.
- «یک نگاه به چند تکنیک در عملیات روانی». تأثیر (ویژه نامه همایش عملیات روانی)، ش ۱ (اسفند ۱۳۸۷): ۴۰-۴۳.

## • رادیو و تلویزیون

- «آیا پایان کار اینترنت نزدیک است؟». ماهنامه بزرگراه رایانه، سال ۱۲، ش ۱۲۲ (شهریور ۱۳۸۸): ۶۸-۶۲.
- «از محکومیت سینمای هالیوود تا دفاع از حقوق اقلیت‌ها: گزارشی از برخورد مجلس با مجموعه‌های عملیات روانی علیه ایران». تأثیر (ویژه‌نامه همایش عملیات روانی)، ش ۱ (اسفند ۱۳۸۷): ۴۰-۴۳.
- «اصول اخلاق حرفه‌ای خبرنگاران و رسانه‌های ارتباط جمعی در مدیریت بحران (زلزله)». حسن خجسته، ظهیر احمدی، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال ۱۵، ش ۵۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۴۷-۶۸.
- «افسونگری این جعبه جادو: تأملی در باب پدیدارشناسی تلویزیون». لیدا فخری، روزنامه ایران، سال ۱۵، ش ۴۳۴۱ (۲۹ مهر ۱۳۸۸): ۱۰.
- «انتقاد از حکومت سعودی علت اصلی قطع پخش العالم است: گفت‌وگو با مدیر شبکه العالم». روزنامه کیهان، ش ۱۹۵۱۲ (۲۴ آبان ۱۳۸۸): ۱۲.
- «اول خوب فکر کن بعد اعتماد کن سپس خرید کن: آگهی‌های تلویزیونی و تأثیر آن بر مخاطبان». نیره رضائی‌مطلق، هفته نامه سروش، سال ۳۰، ش ۱۳۸۸ (۲۵ مهر ۱۳۸۸): ۳۴-۳۷.
- «اهداف و کارکردهای رسانه ملی: صداوسیما بازوی قدرتمند نظام». عارف بهرامی، روزنامه رسالت، سال ۲۴، ش ۶۸۵۴ (۲۶ آبان ۱۳۸۸): ۱۲.
- «ایران ستیزان شبه‌جزیره: سهم شبکه العربیه از آشوب‌های سیاسی اخیر». هادی محمودی، روزنامه ایران، سال ۱۵، ش ۴۳۱۸ (۱ مهر ۱۳۸۸): ۱۵.
- «باند گسترده جایگزین تلفن و تلویزیون: اصلی‌ترین زیرساخت اینترنت خدمات متنوعی ارائه می‌دهد». وحید نقشینه ارجمند، روزنامه ایران، سال ۱۵، ش ۴۳۶۱ (۲۳ آبان ۱۳۸۸): ۱۳.

- «بررسی تأثیر تلویزیونی بر سبک زندگی: گزارشی از فرضیات و نتایج یک پژوهش جامعه‌شناختی ارتباطی در دانشگاه آزاد اسلامی». ناهید خوشنویس، *ماهنامه روابط عمومی*، ش ۶۹ (آذر ۱۳۸۸): ۱۳-۴.
- «بررسی تأثیر صنعت فرهنگ بر هویت اجتماعی با تأکید بر شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای». جعفر زلفعلی‌فام، داود ابراهیم‌پور، *فصلنامه رسانه*، سال ۱۹، ش ۷۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۱۷۵-۲۰۱.
- «BBC اتاق فکر آشوب‌های تهران: گزارشی از خبرپراکنی شبکه دولتی انگلیس در وقایع بعد از انتخابات». *روزنامه ایران* (ویژه‌نامه دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری)، سال ۱۵، (مهر ۱۳۸۸): ۱۲۰-۱۲۱.
- «بیماری‌های ناشناخته روی امواج ماهواره». سمیه راهیما، *روزنامه جوان*، ش ۲۹۷۹ (۱۰ آبان ۱۳۸۸): ۳.
- «پارازیت‌های ماهواره‌ای بی‌خطر یا خطرناک». *روزنامه اطلاعات*، ش ۲۴۶۱۲ (۱۸ آبان ۱۳۸۸): ۱۳.
- «تأملی بر فعالیت فرآجراحی رسانه ملی: سیاست روز عملکرد رسانه ملی را پیش و پس از انتخابات بررسی کرد». *روزنامه سیاست‌روز*، ش ۲۳۶۲ (۲۷ مهر ۱۳۸۸): ۳.
- «تأملی بر چند مشکل بنیادین در مدیریت فرهنگی صداوسیما و مشکلاتی که هنوز باقی است». مسعود حق‌گو، *روزنامه جمهوری اسلامی*، سال ۳۱، ش ۸۷۴۰ (۲۷ مهر ۱۳۸۸): ۷.
- «تأملی بر نقش رسانه ملی در رصد مدیریت بحران‌های پنهان اجتماعی: مدیریت قومیت‌ها». آرمین قلی‌پور، علی اصغر پور عزت، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، سال ۱۵، ش ۵۶ (زمستان ۱۳۸۸): ۴۶-۲۹.
- «تبلیغات تلویزیونی، سلامتی کودکان و هزینه‌های خانوار». کادامبینی کاتکه؛ ترجمه تبسم حاجی ابراهیم‌زاده، *روزنامه اطلاعات (ضمیمه)*، ش ۴۵۹۸ (۲ آبان ۱۳۸۸): ۲.
- «تلویزیون ۳ بُعدی». *ماهنامه بزرگراه رایانه*، سال ۱۲، ش ۱۲۲ (شهریور ۱۳۸۸): ۳۲-۳۵.
- «تلویزیون فرصت یا تهدید آموزشی؟: به مناسبت روز کودک و تلویزیون». مریم احمدزاده، *روزنامه قدس*، سال ۲۲، ش ۶۲۹۶ (۱۸ آذر ۱۳۸۸): ۱۱.
- «تلویزیون کم‌دی و بدآموزی: نگاهی به تأثیرات اجتماعی کم‌دی با نگاهی به مسافران». هادی معیری‌نژاد، *روزنامه همشهری*، سال ۱۷، ش ۵۰۰۰ (۱۲ آذر ۱۳۸۸): ۱۵.
- «تلویزیون و انتخابات ریاست جمهوری در ایران». کاووس سیدامامی، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، سال ۱۶، ش ۵۷ (بهار ۱۳۸۸): ۶۳-۹۱.
- «"جام جم" در پیچ و خم: نگاهی به ۳ دوره مدیریتی صداوسیما». مهدی رشکیانی، وحید اقدسی، *روزنامه خراسان*، ش ۱۷۴۲۳ (۳ آذر ۱۳۸۸): ۱۰.
- «جست‌وجوی معنویت در رسانه ملی: بررسی نسبت تعامل دین و رسانه در نگاه کارشناسان». امین خرمی، *روزنامه جوان*، ش ۲۹۹۴ (۲۷ آبان ۱۳۸۸): ۱۱.
- «جنایت رسانه‌ای علیه شیعیان: نگاهی به عملکرد رسانه‌های تصویری علیه تشیع». رضا فرخی، *روزنامه کیهان*، ش ۱۹۵۲۲ (۵ آذر ۱۳۸۸): ۱۰.
- «جنگ روانی و خبر رادیویی و تلویزیونی: میزگرد با حضور مدیران ارشد اخبار صداوسیما [شرکت‌کنندگان در میزگرد: آقایان حاج پروانه قائم‌مقام مدیر شبکه خبر، دکتر جهاندار امیری مدیرکل اطلاعات و اخبار شبکه خبر، حسن عابدینی مدیرکل اخبار خارجی واحد مرکزی خبر، دکتر تقی رستم‌وندی مدیرکل پخش اخبار صدا و اکبر الهی مدیرکل آموزش و پرورش معاونت سیاسی]». *فصلنامه افق*، ش ۶۴ (بهار ۱۳۸۸): ۳۳-۷.

- «خبرنگاران اولین قربانیان در جنگ». ترجمه حبیب راثی تهرانی، ماهنامه کتاب ماه علوم/اجتماعی، سال ۱۳، ش ۱۸ (شهریور ۱۳۸۸): ۱۵-۱۰.
- «رادیو فردا و پرونده هسته‌ای ایران: بررسی شیوه‌های جنگ روانی رادیو فردا در برابر ایران». مریم کلانتری، فصلنامه/افق، ش ۶۴ (بهار ۱۳۸۸): ۱۰۵-۱۲۱.
- «رسانه ملی؛ تأملی در مفهوم» محمد میلاد، روزنامه خراسان، ش ۱۷۴۲۳ (۳ آذر ۱۳۸۸): ۱۰.
- «رسانه ملی در مسیر تحول». روزنامه جام جم، سال ۱۰، ش ۲۷۰۶ (۱۸ آبان ۱۳۸۸): ۱ و ۳.
- «رسانه‌ها در حوزه شهری، رویدادمدار هستند». نرگس رضایی، روزنامه همشهری، سال ۱۷، ش ۴۹۷۱ (۶ آبان ۱۳۸۸): ۱۹.
- «رسانه‌های آمریکا رتبه نخست گفت‌وگو با احمدی‌نژاد: بررسی ۵۱ ماه تعامل محمود احمدی‌نژاد با رسانه‌ها». روزنامه/اعتماد، سال ۸، ش ۲۰۹۱ (۱۰ آبان ۱۳۸۸): ۶.
- «رسانه‌های دیداری و ارتباط فرهنگی با جوانان». سعید سماوی، روزنامه کیهان، ش ۱۹۵۱۹ (۲ آذر ۱۳۸۸): ۱۰.
- «رسانه یک طرفه». عبدالله ناصری، روزنامه/اعتماد (ضمیمه)، سال ۸، ش ۲۱۲۳ (۱۹ آذر ۱۳۸۸): ۲.
- «رشد قارچی دیش‌های ماهواره‌ای». سیدیحیی عظیمی، روزنامه خراسان، ش ۱۷۴۲۱ (۱ آذر ۱۳۸۸): ۵.
- «روایت گزارشگر بی‌بی‌سی از کودتای مخملی مازیار بهاری، خبرنگار بی‌بی‌سی شبکه ۴ انگلیس و هفته‌نامه نیوزویک از نقش رسانه‌های غربی در آشوب‌های تهران می‌گوید». روزنامه جوان، سال ۷، ش ۲۸۸۰ (۱۰ تیر ۱۳۸۸): ۳.
- «سرگذشت این جعبه جادوی غیرخصوصی: تأثیرات فرهنگی تلویزیون به مناسبت پنجاه‌ویکمین سال ورودش به ایران». آذر مهاجر، روزنامه خبر، ش ۳۲۷۳ (۱۱ مهر ۱۳۸۸): ۱۰.
- «سینمای آمریکا و تبلیغ خشونت شیطانی». رضا فرخی، روزنامه زمان، ش ۱۶۱۴ (۲۳ آذر ۱۳۸۸): ۹.
- «سینمای هالیوود و عملیات روانی، علیه جمهوری اسلامی ایران». علی فلاحتی، فصلنامه عملیات روانی، سال ۶، ش ۲۱ (زمستان ۱۳۸۷-بهار ۱۳۸۸): ۱۰۶-۸۵.
- «شبتون به خیر با ما همراه باشید: زبان محاوره در بخش رادیو و تلویزیون». احسان رحیم‌زاده، روزنامه جام‌جم، سال ۱۰، ش ۲۷۴۰ (۳۰ آذر ۱۳۸۸): ۹.
- «طرح‌های جذاب برای افزایش نفوذ رادیو: گفت‌وگو با محمدحسین صوفی درباره برنامه‌های آینده رادیو». زینب پستادست، روزنامه جام‌جم، سال ۱۰، ش ۲۷۲۰ (۴ آذر ۱۳۸۸): ۹.
- «صداوسیما و چشم‌انداز آینده: بایدهای رسانه ملی از نگاه کارشناسان». آرش فهیم، روزنامه کیهان، ش ۱۹۴۹۴ (۳ آبان ۱۳۸۸): ۱۰.
- «صداهایی که از جنگ می‌گویند: گفت‌وگو با اسماعیل براری، گزارشگر رادیو در زمان جنگ». زینت پستادست، روزنامه جام‌جم، سال ۱۰، ش ۲۶۶۸ (۲ مهر ۱۳۸۸): ۹.
- «ضرغامی شخصیتی انقلابی، متدین و دلسوز است: در گفت‌وگوی محمدرضا امیری نماینده مجلس شورای اسلامی با رسالت مطرح شد». علیرضا همایونفر، روزنامه رسالت، سال ۲۴، ش ۶۸۵۴ (۲۶ آبان ۱۳۸۸).
- «غرض‌ورزی با العالم و ضرورت توجه جدی به یک نیاز ملی». کیومرث یزدان‌پناه درو، روزنامه جام‌جم، سال ۱۰، ش ۲۷۳۸ (۲۸ آذر ۱۳۸۸): ۱۰.
- «فوتبال ابزاری در خدمت صنعت فرهنگ». امیرحسین خان‌دیزجی، فصلنامه رسانه، سال ۱۹، ش ۷۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۸۴-۸۹.
- «کالبد شکافی شبهه افکنی‌های رسانه‌ای استکباری علیه جمهوری اسلامی ایران». روح‌الله جمعه‌ای،

عبدالرضا داوری، یاسمن تقی‌بیگی، تأثیر (ویژه نامه همایش عملیات روانی)، ش ۱ (اسفند ۱۳۸۷): ۹۸.

- «لندن، اتاق فرمان آشوب‌های خیابانی در تهران: با مشارکت واشتگتن و تل‌آویو». روزنامه کیهان، ش ۱۹۴۳۱ (۱۸ مرداد ۱۳۸۸): ۳ و ۱۴.
- «مبادا شهدای رسانه فراموش شوند: یادبود شهیدان سانحه سقوط هواپیمای سی ۱۳۰». علی‌اصغر محمدی، روزنامه همشهری، سال ۱۷، ش ۵۰۰۲ (۱۶ آذر ۱۳۸۸): ۱۳، ۲۰.
- «نقش تلویزیون جهانی در دیپلماسی رسانه‌ای و سیاست خارجی». داوود دعاگویان، فصلنامه عملیات روانی، سال ۶، ش ۲۲ (تابستان ۱۳۸۸): ۱۱۵-۱۳۰.
- «نقش تلویزیون در تحکیم بنیان‌های خانواده: "جام‌جم" بررسی می‌کند». روزنامه جام‌جم، سال ۱۰، ش ۲۷۳۹ (۲۹ آذر ۱۳۸۸): ۱ و ۳.
- «نگرشی کوتاه بر چگونگی طراحی و ساخت تیزر تبلیغاتی برای تلویزیون». خسرو یحیایی، ماهنامه دانش تبلیغات، سال ۵، ش ۲۹ (خرداد - تیر ۱۳۸۸): ۱۰-۱۱.
- «وزارت ارتباطات به وظایفش عمل نکرد: بررسی مشکلات تولیدکنندگان نرم افزار در میزگرد "جام‌جم" [با حضور آقایان محمود لایبی و مهران خوانساری]». روزنامه جام‌جم، سال ۱۰، ش ۲۷۰۷ (۱۹ آبان ۱۳۸۸): ۱۱.
- «هالیوود و ایجاد اسکیمای منفی نسبت به مسلمانان». طاهره خیرخواه، فصلنامه/فق، ش ۶۴ (بهار ۱۳۸۸): ۱۷۷-۱۸۸.
- «هر که را افزون خبر جانفش فزون: همگرایی طرح و رنگ در خبر ۲۱ تلویزیون». نیره رضایی مطلق، هفته‌نامه سروش، سال ۳۰، ش ۱۴-۲۰ (۲ آبان ۱۳۸۸): ۳۴-۳۵.
- «هنجارشکنی‌های اجتماعی در تبلیغات تلویزیونی». وحید حاج‌سعیدی، روزنامه اطلاعات (ضمیمه)، ش ۲۴۵۸۹ (۱۹ مهر ۱۳۸۸): ۶.
- «هیچ تفاوتی میان خبرنگاری و نمایندگی نیست: گفت‌وگوی "وطن‌امروز" با بیژن نوباوه وطن، نماینده‌ای که عاشق خبرنگاری است». یوسف اسدی، روزنامه وطن/امروز، سال ۱، ش ۲۴۵ (۱ مهر ۱۳۸۸): ۱۰.

## • مطبوعات

- «آزادی حق روزنامه‌نگار است». طلحه ولی‌بغدادی، روزنامه حیات‌نو/اجتماعی، ش ۱۸۸۲ (۶ آبان ۱۳۸۸): ۷.
- «آسیب‌شناسی تأثیر اخبار حوادث مطبوعات بر جرم خیزی جامعه (۱): تقویت جرم خیزی در صفحات حوادث». پریسا جلالی، روزنامه کیهان، ش ۱۹۵۱۲ (۲۴ آبان ۱۳۸۸): ۵؛ ش ۱۹۵۱۳ (۲۵ آبان ۱۳۸۸): ۵.
- «آسیب‌شناسی ظهور و کارکرد نخستین جراید تشکیلاتی ایران در دهه اول مشروطیت». صادق زیباکلام، علیرضا باقری ده‌آبادی، فصلنامه سیاست دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، ش ۱۰ (تابستان ۱۳۸۸): ۱۲۹.
- «آسیب‌شناسی نشریات علمی حوزه، بسترها، راه‌حل‌ها». امین نصیری‌پور، فصلنامه پژوهش و حوزه، سال ۹، ش ۳۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۲۶-۴۹.
- «آغاز هجدهمین سال حضور همشهری در میان مردم». روزنامه همشهری، سال ۱۸، ش ۱۷۴۳۲ (۱۶ آذر ۱۳۸۸): ۵.

- «آگهی‌های دولتی استقلال مطبوعات محلی را تهدید می‌کند: در گفت‌وگو با استاد علی‌اکبر قاضی‌زاده روزنامه‌نگار و مدرس دانشگاه مطرح شد». *ماهنامه روابط عمومی*، ش ۶۹ (آذر ۱۳۸۸): ۴۶-۴۱.
- «آمار می‌گوید آری! کیفیت می‌گوید نه! نگاهی به آمار بالای ناشران کشور و آسیب‌های آن در قیاس با کشورهای صاحب‌نام در نشر». امین خرمی، *روزنامه جوان*، ش ۲۹۹۶ (۳۰ آبان ۱۳۸۸): ۱۱.
- «اختر و رسالت روزنامه‌نگاری: دیدگاه اختر درباره آزادی». *روزنامه آرمان روابط عمومی*، ش ۱۲۳۰ (۳۰ آذر ۱۳۸۸): ۷.
- «ارتقای نشریات علمی حوزوی در سطح بین‌المللی؛ ظرفیت‌ها، آسیب‌ها». محمد اقتراح، *فصلنامه پژوهش و حوزه*، سال ۹، ش ۳۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۱۶۸-۱۸۸.
- «استانداردهای کمی و کیفی نشریات علمی حوزه». امین نصیری‌پور، *فصلنامه پژوهش و حوزه*، سال ۹، ش ۳۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۱۳۱-۱۴۳.
- «اصلاح قانون مطبوعات آری یا نه». بهمن کشاورز، *روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، سال ۸، ش ۲۱۲۲ (۱۸ آذر ۱۳۸۸): ۶-۷.
- «افزایش اثربخشی روزنامه‌ها بر افکار عمومی: پژوهش میدانی "جوان" در مورد موضع مطبوعات در انتخابات اخیر». محمدرضا هادیلو، *روزنامه جوان*، ش ۲۹۷۳ (۳ آبان ۱۳۸۸): ۵.
- «المپیک جهانی کاریکاتور: نگاهی به نهمین دوسالانه کاریکاتور تهران». علی زارعی، *روزنامه قدس*، سال ۲۲، ش ۲۷۳۸ (۲۱ آذر ۱۳۸۸): ۵.
- «امنیت شغلی، گمشده خبرنگاری». هدی متین، *روزنامه وطن/امروز*، سال ۲، ش ۳۱۳ (۲۶ آذر ۱۳۸۸): ۷.
- «اول امنیت بعد قانون: پیشنهاد احمد پورنجاتی برای مطبوعات». فاطمه استیری، *روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، ش ۲۰۷۸ (۲۵ مهر ۱۳۸۸): ۳.
- «با رفع توقیف، همشهری به میان مخاطبانش برگشت». *روزنامه همشهری*، سال ۱۷، ش ۴۹۹۴ (۴ آذر ۱۳۸۸): ۵.
- «بایدها و نبایدها: قانون مطبوعات». محمدرضا جمالی، *روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، ش ۲۱۲۲ (۱۸ آذر ۱۳۸۸): ۴.
- «برخورد با مطبوعات سیاسی است نه قضایی: [گفت‌وگو با محمود علیزاده طباطبایی]». *روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، ش ۲۰۷۸ (۲۵ مهر ۱۳۸۸): ۵.
- «برخی رسانه‌ها آتش بیار معرکه شدند: احمد پورنجاتی ضمن تحلیل وقایع اخیر به عنوان یک اختلاف خانوادگی، مطرح کرد». *روزنامه اعتماد*، سال ۸، ش ۲۰۸۳ (۳۰ مهر ۱۳۸۸): ۶.
- «بررسی پی‌آمدهای پیوستن به قانون جهانی کپی رایت: قانون کپی رایت؛ چاقوی دو لبه». فریده عباسی، *روزنامه اطلاعات*، ش ۲۴۶۲۹ (۹ آذر ۱۳۸۸): ۵.
- «بررسی و بیان انواع مقالات و مطالب قابل چاپ در یک نشریه علمی». سیدحامد صدر، *فصلنامه پژوهش و حوزه*، سال ۹، ش ۳۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۵-۲۵.
- «بر مدار تکرار: حاکمیت، دموکراسی، روزنامه‌نگاری در نگاهی گذرا». علی میرمیرانی، *روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، سال ۸، ش ۲۱۲۲ (۱۸ آذر ۱۳۸۸): ۱۲.
- «بزرگان صنعت روزنامه، برگ‌های خود را رو کردند: گردهمایی متخصصان و مدیران روزنامه‌ها در نمایشگاه ایفرا ۲۰۰۹-۲۰۱۰». *ماهنامه صنعت چاپ*، سال ۲۸، ش ۳۳۱ (آبان ۱۳۸۸): ۲۸-۲۶.
- «به کجا چنین شتابان؟ جایگاه مطبوعات زرد در حوزه رسانه‌ای کشور». مجتبی حدادی، *روزنامه رسالت*، سال ۲۴، ش ۶۸۵۴ (۲۶ آبان ۱۳۸۸): ۱۷.

- «بی‌رونتی مطبوعات در تهران: گزارشی از شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی مطبوعات و خبرگزاری‌ها». زهرا فضلی، *روزنامه/بیکار*، ش ۱۶۰۱ (۲ آبان ۱۳۸۸): ۳.
- «تاریخچه توقیف و سانسور جراید فارسی و تحولات قانون مطبوعات در ایران». سیدعلی هشتودی، *فصلنامه یاد*، ش ۹۲ (بهار - تابستان ۱۳۸۸): ۹۸.
- «تاریخ روزنامه‌ها در جهان». *روزنامه/اسرار*، سال ۴، ش ۱۲۹۳ (۳ آبان ۱۳۸۸): ۵.
- «تاوان قلم: نگاهی به زندگی روزنامه‌نگاران و آسیب‌های اقتصادی در فضای رسانه‌ای ایران». *روزنامه کاروکارگر*، ش ۵۳۸۲ (۷ آبان ۱۳۸۸): ۳.
- «تا وقتی که مطبوعات دولتی اند انتقاد نیست». بهمن محمدیاری، *روزنامه خبر*، ش ۱۷۱ (۳ آبان ۱۳۸۸): ۶.
- «تجلیل از پنج روزنامه‌نگار برتر سال ۱۳۸۷». *فصلنامه بخارا*، ش ۷۱ (خرداد - شهریور ۱۳۸۸): ۴۷۵-۴۶۸.
- «تقدیر وزیر ارشاد از گستره فعالیت‌های روزنامه قدس: در جریان بازدید از غرفه قدس صورت گرفت». مسعود بصیری، *آرش خلیل‌خانه*، *روزنامه قدس*، سال ۲۲، ش ۶۲۶۰ (۴ آبان ۱۳۸۸): ۱۶.
- «توقیف پایان نبود». *روزنامه فرهنگ آشتی*، سال ۷، ش ۱۸۲۷ (۴ آبان ۱۳۸۸): ۳.
- «تولد گزارش تصویری مدرن». *ماهنامه عکس*، سال ۲۳، ش ۲۷۱ (آبان ۱۳۸۸): ۶۶-۶۷.
- «تیتراهای تاریخی از خشونت». علیرضا سمیعی، *روزنامه/ایران*، سال ۱۵، ش ۴۲۹۱ (۳۱ مرداد ۱۳۸۸): ۱۳.
- «تیغی که به جای اصلاح زخم می‌زند: گزارشی درباره پدیده کتاب‌سازی و تأثیر آن بر صنعت نشر». فرشاد شیرآزادی، *ماهنامه کتاب ماه علوم/اجتماعی*، سال ۱۳، ش ۱۸ (شهریور ۱۳۸۸): ۵.
- «جشنواره‌ای با طعم کاکتوس! نگاهی به چهارمین جشنواره طنز مکتوب». اکرم محمدی، *روزنامه خراسان*، ش ۱۷۴۳۳ (۱۷ آذر ۱۳۸۸): ۱۲.
- «جشن روزنامه‌های اصولگرا». وحید پوراستاد، *روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، ش ۲۰۸۵ (۳ آبان ۱۳۸۸): ۳.
- «جشنواره مطبوعات کودکان و نوجوانان ساده و بی‌تکلف». صدیقه هاشمی، *روزنامه اطلاعات (ضمیمه)*، ش ۲۴۶۳۶ (۱۹ آذر ۱۳۸۸): ۶.
- «چاپ روزنامه، روندهای جهانی رویه‌های ایرانی: روزنامه‌ها؛ مسافران چاپخانه‌ها». مرتضی اوجی، اسکندر جهانبانی، *ماهنامه صنعت چاپ*، سال ۲۸، ش ۳۳۱ (آبان ۱۳۸۸): ۱۶۵.
- «چگونگی ارزیابی مقالات گزارشات و رسالات تحقیقی». ندا بهبودی، *ماهنامه عصر فناوری اطلاعات*، سال ۵، ش ۴۸ (آبان ۱۳۸۸): ۹۴-۹۷.
- «چند صدایی را با هیاهو اشتباه نگیرید: در حاشیه دیدار معاون مطبوعات وزارت ارشاد از روزنامه ایران عنوان شد». *روزنامه/ایران*، سال ۱۵، ش ۴۳۶۳ (۲۵ آبان ۱۳۸۸): ۱۴.
- «چه سرنوشتی در انتظار روزنامه‌هاست: ۱۶ هزار روزنامه‌نگار سال گذشته اخراج شدند». صفا صهری، *روزنامه وطن/امروز*، سال ۲، ش ۳۱۳ (۲۶ آذر ۱۳۸۸): ۷.
- «حوزه‌های علمیه و مطبوعات (دهه ۳۰ تا ۷۰)». محمدجواد چیت‌ساز، *فصلنامه پژوهش و حوزه*، سال ۹، ش ۳۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۲۰۸-۲۳۵.
- «خبرنگاران از حساس بودن شغل خود هراسانند». *روزنامه جوان*، ش ۲۹۷۳ (۳ آبان ۱۳۸۸): ۵.
- «خنده: کیمیایی که خریدار ندارد: گزارشی از وضعیت طنز و طنزپردازی در ایران». فاطمه مرادزاده، *روزنامه جام‌جم*، سال ۱۰، ش ۲۷۳۳ (۲۲ آذر ۱۳۸۸): ۸.
- «درباره درخواست اصلاح قانون پر تغییر مطبوعات». نعمت احمدی، *روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، سال ۸، ش ۲۱۲۲ (۱۸ آذر ۱۳۸۸): ۱۱.

- «دو چشم بی سو: مروری بر رفتارهای یک انجمن منحل» *روزنامه ایران*، سال ۱۵، ش ۴۳۶۳ (۲۵ آبان ۱۳۸۸): ۱۶.
- «دهه چهارم انقلاب، گفتمان عدالت و پیشرفت اصلاح الگوی مصرف و عرصه تکنیک‌های برتر، رویکرد: شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی مطبوعات و خبرگزاری‌ها» *ماهنامه نمایشگاه*، سال ۱، ش ۴ (مهر ۱۳۸۸): ۹-۶.
- «رسانه به مثابه فرهنگ: فعالیت‌های فرهنگی در سوئد» *محسن نجات حسینی، روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، سال ۸، ش ۲۱۲۹ (۲۶ آذر ۱۳۸۸): ۷-۶.
- «رسانه، جرم‌زا یا جرم‌زدا؟: رسانه‌ها در خصوص جرم همانند شمشیری دو لبه عمل می‌کنند» *روزنامه همشهری*، سال ۱۸، ش ۵۰۱۴ (۳۰ آذر ۱۳۸۸): ۳-۲.
- «رکن چهارم در فصل پنجم مطبوعات: نمایشگاه مطبوعات فصلی تازه در ارتباط اهالی رسانه و مردم است» *تکتم نجفی منش، روزنامه وطن/امروز*، سال ۱، ش ۲۷۱ (۴ آبان ۱۳۸۸): ۷.
- «رکن خسته: پیشنهاد روزنامه‌نگاران برای اصلاح قانون مطبوعات» *نوشین جعفری، روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، ش ۲۰۷۸ (۲۵ مهر ۱۳۸۸): ۵-۴.
- «روزنامه اطلاعات: ۱۳۰۴ گزارشی از حضور مؤسسه اطلاعات در شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی مطبوعات و خبرگزاری‌ها» *زهره زاهدی کرمانی، روزنامه اطلاعات (ضمیمه)*، ش ۲۴۶۰ (۴ آبان ۱۳۸۸): ۱.
- «روزنامه‌ای به نام "آیندگان"» *روزنامه کیهان*، ش ۱۹۵۲۲ (۵ آذر ۱۳۸۸): ۸.
- «روزنامه "نشویق"؛ هشت شماره در سه ماه» *سیدفرید قاسمی، ماهنامه صنعت چاپ*، سال ۲۷، ش ۳۲۹ (شهریور ۱۳۸۸): ۷۶.
- «روزنامه‌نگاران باید حرمت بیشتری داشته باشند: معاون مطبوعاتی ارشاد به "حیات نو" آمد» *لیلا سعادتی، روزنامه حیات نو/اجتماعی*، ش ۱۸۹۹ (۲۶ آبان ۱۳۸۸): ۱۱.
- «روزنامه‌نگاران به کارمندان مؤسسات مطبوعاتی تبدیل شده‌اند: یک استاد دانشگاه در گفت‌وگو با قدس» *جواد صبوچی، روزنامه قدس*، سال ۲۲، ش ۶۲۵۹ (۳ آبان ۱۳۸۸): ۱۲.
- «روزنامه‌نگاری بحران» *روزنامه جوان*، ش ۲۹۷۳ (۳ آبان ۱۳۸۸): ۵.
- «روزنامه‌نگاری "شغل" یا "تفرین"» *فرناز حسینعلی‌زاده، روزنامه اعتماد*، ش ۲۰۷۸ (۲۵ مهر ۱۳۸۸): ۱.
- «روزنامه و چاپخانه مجلس: مناسبت سالروز انتشار "روزنامه مجلس"» *هما افراسیابی، روزنامه اطلاعات (ضمیمه)*، ش ۲۴۶۲۵ (۲ آذر ۱۳۸۸): ۷، ۱.
- «روزنامه‌ها و مجلات فارسی زبان در امپراتوری عثمانی» *محسن میرازی، روزنامه ایران*، سال ۱۵، ش ۴۳۶۲ (۲۴ آبان ۱۳۸۸): ۱۵؛ ش ۴۳۶۸ (۱ آذر ۱۳۸۸): ۱۵.
- «روزنامه‌های خاورمیانه به راهبردهای نوین رو می‌آورند: گزارشی ویژه Me Printer، از تدابیر ناشران منطقه‌ای برای رویارویی با بحران صنعت روزنامه» *ماهنامه صنعت چاپ*، سال ۲۸، ش ۳۳۱ (آبان ۱۳۸۸): ۴۶-۴۲.
- «روزنامه‌های رایگان چگونه عمل می‌کنند و چگونه می‌توان با آن‌ها ارتباط برقرار کرد؟: گفت‌وگو با سعید محمدجعفری، پژوهشگر و مدرس ارتباطات بین‌المللی کاربردی» *ماهنامه روابط عمومی*، ش ۶۹ (آذر ۱۳۸۸): ۶۲-۵۴.
- «روزنامه‌های منتقد حاشیه‌ای امن داشته باشند: رئیس سازمان بازرسی کل کشور [حجت‌الاسلام والمسلمین مصطفی پورمحمدی]» *مهدی خاکی‌پور، روزنامه خبر*، ش ۱۷۱ (۳ آبان ۱۳۸۸): ۱ و ۶.



- «روند سانسور و تحدید مطبوعات در عصر پهلوی دوم». *روزنامه اسرار*، ش ۱۲۹۳ (۳ آبان ۱۳۸۸): ۵.
- «سال دوم "آوای نهاد" با تجربیات بی‌بدیل و آرزوهای فراوان». *الهام ستاری*، *روزنامه کیهان*، ش ۹۴۷۴ (۷ مهر ۱۳۸۸): ۱۲.
- «سانسور بیمه خبرنگاران: با گذشت ۸ سال از تصویب قانون هنوز در عمل بیمه خبرنگاری مانند دیگر مشاغل است». *زهرا جاهد*، *روزنامه وطن/امروز*، ش ۳۱۳ (۲۶ آذر ۱۳۸۸): ۷.
- «سانسور حق از نظر قرآن». *محمد کرامت‌پناه*، *روزنامه کیهان*، ش ۱۹۵۱۶ (۲۸ آبان ۱۳۸۸): ۶.
- «سیطره قدرت سیاسی بر قانون مطبوعات». *بدرالسادات مفیدی*، *روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، ش ۲۰۷۸ (۲۵ مهر ۱۳۸۸): ۲.
- «طنز و تراژدی: همراه با مقدمه‌ای از زنده یاد کیومرث صابری فومنی (گل آقا)». *بهاء‌الدین خرمشاهی*، *روزنامه اطلاعات*، ش ۲۴۶۳۶ (۱۹ آذر ۱۳۸۸): ۶؛ ش ۲۴۶۴۲ (۲۶ آذر ۱۳۸۸): ۶.
- «ضرورت تدوین منشور اخلاق رسانه‌ای: کارشناسان در بازدید از غرفه ایران در جشنواره شانزدهم تأکید کردند». *روزنامه ایران*، سال ۱۵، ش ۴۳۴۴ (۳ آبان ۱۳۸۸): ۶.
- «قانون مطبوعات اجرا نمی‌شود». *حسین قندی*، *روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، سال ۸، ش ۲۱۲۲ (۱۸ آذر ۱۳۸۸): ۳.
- «قانون مطبوعات کنونی مغایر قانون اساسی است [گفت‌وگو با نعمت احمدی]». *عشرت عبداللّهی*، *روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، ش ۲۰۷۸ (۲۵ مهر ۱۳۸۸): ۵.
- «قانون مطبوعات و نشریات الکترونیکی: نگاهی به تبصره الحاقی به ماده ۱ قانون مطبوعات سال ۱۳۷۹». *افشین فیروزمینش*، *ماهنامه تحلیلگران عصر اطلاعات*، ش ۲۱ (خرداد ۱۳۸۸): ۱۵.
- «قانون واجب الاصلاح». *امیر محبیان*، *روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، ش ۲۰۷۸ (۲۵ مهر ۱۳۸۸): ۵.
- «قضاوت با وجدان بیدار عمومی است: گفت‌وگو با محمود آخوندی درباره هیات منصفه مطبوعات». *فاطمه اجاق*، *روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، سال ۸، ش ۲۱۲۲ (۱۸ آذر ۱۳۸۸): ۹.
- «کاغذی یا آنلاین: یک چالش جهانی». *ماهنامه صنعت چاپ*، سال ۲۸، ش ۳۳۱ (آبان ۱۳۸۸): ۲۵-۲۲.
- «کلید کجاست: درباره ضعف و قوت قانون مطبوعات». *احمد توکلی*، *روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، سال ۸، ش ۲۱۲۲ (۱۸ آذر ۱۳۸۸): ۴.
- «کم حوصله‌ها دست به خودکشی رسانه‌ای می‌زنند: معاون مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد در بازدید از دفتر "روزنامه خراسان" در تهران». *حسین بردار*، *روزنامه خراسان*، ش ۱۷۴۲۲ (۲ آذر ۱۳۸۸): ۱۰.
- «گام‌های ضروری برای اصلاح قانون مطبوعات: گفت‌وگو با عباس سلیمی نمین». *صبا شعردوست*، *روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، سال ۸، ش ۱۸ آذر ۱۳۸۸): ۷.
- «گزارش تصویری نمایشگاه مطبوعات». *ماهنامه وب*، ش ۱۱۴ (آذر ۱۳۸۸): ۷۷.
- «گزارش مطالعه و بررسی شاخص‌های شکلی نشریات علمی حوزه». *سیدفرید حاج‌سیدجوادی*، *فصلنامه پژوهش و حوزه*، سال ۹، ش ۳۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۱۴۴-۱۶۷.
- «گشودن فضای گفت‌وگو: همایش حقوق مطبوعات و چالش‌های پیش‌رو». *سیدمجتبی هاشمی*، *روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، سال ۸، ش ۲۱۲۲ (۱۸ آذر ۱۳۸۸): ۱۰.
- «لطفاً قانون مطبوعات را تغییر ندهید». *وحید پوراستاد*، *روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، سال ۸، ش ۲۱۲۲ (۱۸ آذر ۱۳۸۸): ۱۱.
- «لطفاً گول سادگی را نخورید: گفت‌وگو با کامبیز درم‌بخش، کاریکاتورست». *صنم مودی*، *روزنامه حیات‌نو/اجتماعی*، ش ۱۸۹۴ (۲۰ آبان ۱۳۸۸): ۶.

- «لوح مطبوعات فارسی (۱۳۲۵ قمری - ۱۲۸۵ خورشیدی)». محمد گلبن، فصلنامه بخارا، ش ۷۱ (خرداد - شهریور ۱۳۸۸): ۴۰۸-۴۱۲.
- «ما و ماشین جنگی رسانه: گزیده‌ای از سخنرانی شریعتمداری در افتتاحیه کارگاه روزنامه‌نگاری نسل سوم». روزنامه کیهان، ش ۱۹۵۴۵ (۲۴ آذر ۱۳۸۸): ۱۰.
- «مجلات علمی حوزه، جایگاه و دشواری‌ها». عطاءالله رفیعی آتانی، فصلنامه پژوهش و حوزه، سال ۹، ش ۳۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۳-۴.
- «مجلس و چاپ مطبوعات: قانونگذاری طبع روزنامه و مجله». سیدفرید قاسمی، ماهنامه صنعت چاپ، سال ۲۸، ش ۳۳۱ (آبان ۱۳۸۸): ۳۶-۴۱.
- «مصونیت شغلی». محمدمهدی فرقانی، روزنامه اعتماد (ضمیمه)، سال ۸، ش ۲۱۲۲ (۱۸ آذر ۱۳۸۸): ۳.
- «مطبوعات آمار و نمودارها: گزارش تحلیلی مجوزهای صادر شده برای مطبوعات سیاسی از سال ۸۰ تا نیمه سال ۸۸». روزنامه اعتماد، سال ۸، ش ۲۱۰۹ (۱ آذر ۱۳۸۸): ۱ و ۶.
- «مطبوعات اسیرانی زیر خیمه سیاست: گزارش سیاست روز از شانزدهمین نمایشگاه مطبوعات». ایرج فتح‌اللهی، روزنامه سیاست روز، سال ۹، ش ۲۳۷۴ (۱۱ آبان ۱۳۸۸): ۱۲.
- «مطبوعات ایرانی و آشفتگی زبان شیرین پارسی: گفت‌وگو با دکتر امید مسعودی». جواد صبحی، روزنامه قدس، سال ۲۲، ش ۶۲۶۱ (۵ آبان ۱۳۸۸): ۱۲.
- «مطبوعات را پاره کنید». ابراهیم رها، روزنامه اعتماد (ضمیمه)، سال ۸، ش ۲۱۲۲ (۱۸ آذر ۱۳۸۸): ۱۲.
- «مطبوعات عامه‌پسند، فرهنگ مطالعه را افزایش می‌دهند: [گفت‌وگو با دکتر بهرامپور کارشناس رسانه]». جواد صبحی، روزنامه قدس، سال ۲۲، ش ۶۲۶۰ (۴ آبان ۱۳۸۸): ۱۲.
- «مطبوعات و دو نگاه». علی حکمت، روزنامه اعتماد (ضمیمه)، سال ۸، ش ۲۱۲۲ (۱۸ آذر ۱۳۸۸): ۲.
- «مطبوعات ورزشی؛ زندگی با تنفس مصنوعی». وحید اقدسی، روزنامه خراسان، ش ۱۷۴۳۳ (۱۷ آذر ۱۳۸۸): ۱۰.
- «مطبوعات ورزشی حفره‌هایی که باید پر شوند». محمد پناهی فرد، روزنامه خراسان، ش ۱۷۴۳۳ (۱۷ آذر ۱۳۸۸): ۱۰.
- «معمای پیچیده ممیزی: ناشران درباره روند بررسی کتاب اظهارات متفاوتی دارند». زهرا توحیدیان، روزنامه جوان، ش ۲۹۹۳ (۲۶ آبان ۱۳۸۸): ۱۱.
- «مقدمه‌ای بر آسیب‌شناسی نشریات موزه». رضا بابایی، فصلنامه پژوهش و حوزه، سال ۹، ش ۳۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۷۱-۵.
- «مناظره مدیران مسئول مردم‌سالاری و رسالت در دانشگاه شیراز: دکتر کواکبیان، مهندس مرتضی نبوی». روزنامه مردم‌سالاری، ش ۲۲۴۵ (۲۵ آذر ۱۳۸۸): ۳ و ۱۱.
- «می‌شود باز هم دل به این روزنامه‌ها بست! هجوم رسانه‌های جایگزین به بازار مصرف چاپ». یونس شکرخواه، ماهنامه صنعت چاپ، سال ۲۸، ش ۳۳۱ (آبان ۱۳۸۸): ۱۸-۲۱.
- «ناشران از نارضایتی‌ها می‌گویند: استقبال از هفته کتاب - ۲۳ آبان». محمدمهدی شیخ صراف، روزنامه جوان، ش ۲۹۹۰ (۲۳ آبان ۱۳۸۸): ۱۱.
- «نشریات استنادی در حوزه علوم انسانی و اجتماعی». علی‌اکبر صبوری، فصلنامه پژوهش و حوزه، سال ۹، ش ۳۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۹۵-۱۳۰.
- «نشریات کارمندی و پیام‌های گوناگون». فیلیپ هیچسون، ماهنامه تحقیقات روابط عمومی، سال ۷، ش ۴۸ (اردیبهشت - خرداد ۱۳۸۸): ۳۸-۴۹.
- «نقش مطبوعات در تحقیق دموکراسی». ماهنامه روابط عمومی، ش ۶۹ (آذر ۱۳۸۸): ۳۸-۴۰.

- «نقش مطبوعات در شکل‌گیری افکار عمومی». هوشنگ عباس‌زده، *روزنامه‌اسرار*، سال ۴، ش ۱۲۹۳ (۳ آبان ۱۳۸۸): ۵.
- «نکاتی پیرامون جشنواره مطبوعات رضوی». کامران شرفشاهی، *روزنامه رسالت*، سال ۲۴، ش ۶۸۷۴ (۲۳ آذر ۱۳۸۸): ۵.
- «نگاهی به شانزدهمین نمایشگاه مطبوعات و خبرگزاری‌ها». گالیا توانگر، *روزنامه کیهان*، ش ۱۹۴۹۵ (۴ آبان ۱۳۸۸): ۵؛ ش ۱۹۴۹۶ (۵ آبان ۱۳۸۸): ۵.
- «نمایش قدرت رسانه‌ای ایران: گذری بر شانزدهمین جشنواره و نمایشگاه بین‌المللی مطبوعات». مصطفی خدابخش، *روزنامه جوان*، ش ۲۹۷۲ (۲ آبان ۱۳۸۸): ۷.
- «واکنش‌ها به توقیف روزنامه همشهری، محکی: روزنامه همشهری رفع توقیف شد». *روزنامه خراسان*، ش ۱۷۴۲۴ (۴ آذر ۱۳۸۸): ۴.
- «وصیتنامه یک روزنامه‌نگار: ده فرمان برای سعادت‌مندی یک روزنامه‌نگار». مهرداد بایگان، *روزنامه فرهنگ آشتی*، ش ۱۸۴۴ (۲۴ آبان ۱۳۸۸): ۱۲.
- «وضعیت نشریات علمی حوزوی در کتاب علم ایران». امیر آقاجانلو، *فصلنامه پژوهش و حوزه*، سال ۹، ش ۳۶ (زمستان ۱۳۸۷): ۴.
- «وقتی نمایشگاه مطبوعات در سایه کتاب نیست: نگاهی به شانزدهمین نمایشگاه مطبوعات و خبرگزاری». طه راستین، *روزنامه کیهان*، ش ۱۹۴۹۵ (۴ آبان ۱۳۸۸): ۱۰.
- «وبترین لوکس رسانه‌های مکتوب!»: جشنواره مطبوعات، زیر ذره‌بین اصحاب رسانه. امید سلیمی‌نهی، *روزنامه جوان*، ش ۲۹۷۰ (۲۹ مهر ۱۳۸۸): ۷.
- «همسایه‌های بی‌خبر از هم: کالبد شکافی رابطه مطبوعات و هنرمندان کودک و نوجوان». عباس ترین، *ماهنامه جهان کتاب*، سال ۱۴، ش ۲۴۱-۲۴۳ (خرداد - مرداد ۱۳۸۸): ۱۰۷-۱۱۰.
- «یارانه مطبوعات را قطع کنید». محمد مهاجری، *روزنامه اعتماد (ضمیمه)*، ش ۲۰۷۸ (۲۵ مهر ۱۳۸۸): ۲.
- «بازده سطح روزنامه‌نگاری شهروندی». ترجمه حسن نمک‌دوست تهرانی، *ماهنامه روابط عمومی*، ش ۶۸ (مرداد - شهریور ۱۳۸۸): ۸-۴.



## اولویت‌های پژوهشی دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها

۱. نظریه پردازی در حوزه مطبوعات و رسانه های ارتباطات جمعی  
( با تمرکز بر بومی گرایی )
۲. جنگ نرم (نقش شاخص‌های فرهنگ ایرانی-اسلامی در مقابله با جنگ نرم)
۳. بررسی الزامات رسانه ای جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی
۴. بازنمایی و عینیت عدالت در رسانه ها (عدالت رسانه ای)
۵. نقش و کارکرد رسانه ها در گفتمان سازی دهه عدالت و پیشرفت
۶. ررسی وضعیت آموزش رشته ارتباطات در ایران  
(آسیب‌شناسی با رویکرد بومی)
۷. رسانه‌ها و ارتباطات گروهی در اندیشه‌های متفکران مسلمان
۸. آینده‌نگاری فناوری‌های نوین ارتباطی - اطلاعاتی با رویکرد تهدید شناسی  
فرهنگی مطالعات کاربردی
۹. طراحی مدل ارزیابی مطبوعات کشور- گونه شناسی نشریات کشور و تدوین  
شاخص‌های ارزیابی هر گونه
۱۰. نحوه بهینه توزیع مطبوعات- رسیدن یارانه تخصیص یافته به دست مخاطبان  
فعال
- سوق دادن نشریات به سمت ارزش‌های اسلامی
- توجه ویژه به ظرفیت‌های سیستم‌های توزیع الکترونیک
۱۱. بررسی مقایسه ای تاثیرات (سیاسی، فرهنگی، اجتماعی)  
تکنولوژی های نوین ارتباطی

۱۲. سنجش سواد رسانه‌ای مخاطبان رسانه‌های کشور
۱۳. بررسی وضعیت رسانه‌های منطقه مطالعات تطبیقی قوانین و مقررات حقوقی - بررسی مدیریت و سیاستگذاری مطبوعاتی

### بررسی زمینه‌های همکاری‌های مشترک و ارائه راهکار

۱۴. بررسی موانع (حقوقی، اقتصادی، اداری، فرهنگی و ...) جهانی یا بین‌المللی شدن رسانه‌های ایران و ارائه راهکار در این زمینه و لوازم آن
۱۵. شناسایی و معرفی دستاوردهای جدید در حوزه روزنامه نگاری و مطبوعات
۱۶. برآورد قدرت رسانه‌ای جهان اسلام
۱۷. آسیب‌شناسی مصرف رسانه‌ای و طراحی الگوی اصلاح مصرف رسانه‌ای
۱۸. راهکارهای مصونیت بخشی (واکسیناسیون) عمومی در جنگ نرم
۱۹. آسیب‌شناسی فرهنگی فضای سایبر فارسی
۲۰. آسیب‌شناسی و ارائه راهکارهای اصلاح اطلاع‌رسانی در خصوص اقدامات دولت
۲۱. بررسی تاثیرگذاری شبکه‌های ماهواره ای فارسی زبان (به خصوص در حوزه خبررسانی بر دو گروه ۱- روزنامه نگاری و ۲- مردم کشور) با اولویت بررسی BBC فارسی و تلویزیون صدای امریکا (VOA) - با استفاده از نظرسنجی / تحلیل محتوا / تحلیل گفتمان
۲۲. تدوین شاخص‌ها و بررسی عملکرد خبرنگاران داخلی و خارجی در ایران

## راهنمای تنظیم مقاله

### قابل توجه استادان، نویسندگان و محققان محترم

در تنظیم مقاله، لطفاً به نکته‌های زیر توجه فرمایید:

- ساختار مقاله از روش علمی شناخته شده‌ای پیروی نموده و دارای چکیده، مقدمه، متن ساختارمند، نتیجه‌گیری و منابع و مأخذ باشد. □
- مقاله ارائه‌شده در جای دیگری چاپ یا ارائه نشده باشد. □
- روش تحقیق شامل موضوع، اهداف، فرضیه یا پرسش‌های تحقیق و ادبیات موضوع به صورت مختصر ولی روشن در بخش مقدماتی ارائه شده باشد. □
- چکیده مقاله (تقریباً در ۱۵۰ کلمه)
- حاوی موضوع اصلی مقاله، روش تحقیق و مهم‌ترین نتایج به دست آمده از تحقیق. □
- واژگان کلیدی مورد استفاده در مقاله، حداکثر در ۶ واژه تنظیم گردد. □
- منابع و مأخذ داخل متن بر حسب مورد به فارسی یا لاتین به شرح داخل پرانتز ذکر گردد: (نام خانوادگی مؤلف، سال انتشار: شماره صفحه) □
- معادل انگلیسی یا لاتین مفاهیم و اصطلاحات مهم در متن داخل پرانتز ذکر شود. □
- بخش پایانی مقاله به جمع‌بندی و استنتاج مطالب (و نه خلاصه مقاله) اختصاص یابد. □
- تعداد صفحات مقاله حداقل ۱۰ صفحه و حداکثر ۲۵ صفحه A4 و هر صفحه ۳۰۰ کلمه باشد. □
- نسخه ارسالی مقاله به دفتر نشریه حروفچینی شده و همراه با دیسکت آن ارسال شود. □
- مسئولیت مطالب مقاله به عهده نویسنده است و نظر نویسنده لزوماً نظر فصلنامه نیست. □
- فصلنامه در ویرایش مطالب آزاد است. □
- مطالب ارسالی مسترد نمی‌شود. □

خانه

## خواننده گرامی

ارتقای کیفیت، تداوم انتشار و پاسخگویی به نیازهای شما مخاطب عزیز در گرو فائق آمدن بر مشکلات مالی است. ما را در ادامه راهی که ۱۸ سال پیش با همت و خواست شما آغاز کرده‌ایم، یاور باشید.

### راهنمای اشتراک رسانه

به نکات زیر توجه داشته باشید:

۱. اشتراک رسانه به دو طریق قابل انجام است:  
الف) از طریق [www.rasaneh.org](http://www.rasaneh.org) (ب) از طریق فرم اشتراک.
۲. با مشترک شدن از طریق سایت، هزینه ارسال نشریه رایگان است.
۳. فرم اشتراک را کامل و خوانا پر کنید و کدپستی را حتماً قید فرمایید.
۴. حق اشتراک را در یکی از شعب بانک ملی ایران به حساب زیر واریز کنید.  
شماره حساب ۸۰۰۱، نام صاحب حساب: خزانه، نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران
۵. اصل فیش بانکی را همراه با فرم تکمیل شده به نشانی فصلنامه رسانه ارسال کنید.
۶. تصویر فیش بانکی را تا زمان دریافت نخستین شماره اشتراک نزد خود نگاه دارید.
۷. از فرستادن وجه نقد خودداری کنید. ارسال چک از طریق پست مالی به دفتر نشریه بلامانع است.
۸. هرگونه تغییر در نشانی را سریعاً به دفتر نشریه اطلاع دهید.
۹. حق اشتراک برای یکسال (۴ شماره) ۸۰۰۰ تومان است.
- دانشجویان علوم ارتباطات، خبرنگاران و تشکلهای مطبوعاتی از ۲۵٪ تخفیف ویژه برخوردارند.
۱۰. هزینه اشتراک سالانه برای خارج از کشور یا منظور نمودن هزینه پستی به شرح زیر است:  
اروپا: ۴۳۹۰ تومان آمریکا: ۴۸۳۰ تومان  
نشانی: تهران، خیابان شهید دکتر بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، شماره ۱۳، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها،  
فصلنامه رسانه، صندوق پستی: ۶۵۳۳ / ۱۵۸۷۵ تلفن: ۴-۸۸۷۳۸۵۶۳ دورنویس: ۸۸۷۳۰۴۷۷

### فرم اشتراک فصلنامه رسانه

نام ..... نام خانوادگی .....

نام شرکت یا مؤسسه ..... شغل ..... کدملی .....

رشته تحصیلی..... سن ..... آخرین مدرک تحصیلی .....

قبلاً مشترک بوده‌ام ☐ مشترک نبوده‌ام ☐

اشتراک از شماره ..... تا شماره ..... و تعداد مورد نیاز از هر شماره ..... نسخه

نشانی .....

تلفن - دورنویس .....

کد پستی ..... صندوق پستی .....



---

## Media And Soft War

|   |     |
|---|-----|
| ▶ Editorial   | 5   |
| ▶ Cybernetic Soft War In Social Networks/ Dr. Hamid Zeyaieparvar  | 9   |
| ▶ A Theoretical Approach to American Public Diplomacy/ Dr.Favad Ezadi   | 49  |
| ▶ Islamic Republic and Unesco Cultural Diversity (A Critical Review of Convention on the Protection and Promotion of Cultural Expressions)/Ali Jafari | 77  |
| ▶ Functions of Television and Satellite Networks in Soft War/ Abdollah Becheranlo   | 103 |
| ▶ An Overture to Media Polices Regarding Soft War Confrontation/ Vahid Khashei  | 127 |
| ▶ Analytical Constructivism of Soft Threats in Salafism (A Glance to the Foreign policy of Islamic Republic of Iran)/ Sayed Baghar Sayed Nejad        | 153 |
| ▶ A Deliberation in the Soft War in the Verses and Narratives/ Hamed Sadeghi  | 173 |
| ▶ Characteristics of Soft War in the Viewpoint of Islamic Republic Leadership/ Hadi Balali  | 201 |
| ▶ Soft Security and the Janusian Perspective of Media/ Mahsa Mah Pishanian  | 223 |
| A selection of Specialized Mass communication Essays in the Iranian Press/<br>Mehrnaz Nadiri  | 257 |

# Rasaneh

A Quarterly Journal of Media Scientific - Promotional,

Published by :

Center for Media Studies and Research (CMSR)

Vol.20, No. 2, Summer 2009

ISSN: 1022-7180

**Editor-in-Chief** : Dr. Jalal Derakhsheh

**Scientific Board** : Dr. Mohsen Esmaeili  
Dr. Sayed Mohammad Reza Ahmadi  
Tabatabaee  
Dr. Asghar Aftekhari  
Dr. Naser Bahonar  
Dr. GolamReza Khajeh Sarvi  
Dr. Jalal Derakhsheh  
Dr. Sayed Jalal Dehghni Firouz Abadi  
Dr. Ali Rezaeyan  
Dr. Farshad Shariat  
Dr. seyed Vahid Aqili  
Dr. Ali Akbar Farhangi  
Dr. Yahya Kamalipour  
Dr. Kazem Motamed Nejad  
Professor. Hamid Mowlana  
Dr. Mohammad Hadi Homaun

**Executive Editor** : Parisa Ebadollahi

**Editor** : Shahla Zarlaki

**Art Manager & Printing Supervisor** : Mehrdad Saljoughi

**Layout & Typoglyphy** : Ameneh Eskafi

**Address:** P.O.Box: 15875-6533, Tehran, Iran

**Office:** No.13, 2nd St. Pakistan St. Shahid Beheshti Ave.

**Tel:** (0098-21)8873772

**Fax:** (0098-21) 88730477

[www.rasaneh.org](http://www.rasaneh.org)

**E-mil:** faslnameh@rasaneh.org



*In The Name of God*

---

ISSN: 1022-7180 **Rasaneh**  
Quarterly Journal of Media Scientific - Promotional

---

Published by :  
Center for Media Studies and Research (CMSR)  
**Vol 20, No. 78, summer 2009**