

عنوان:

نقش مهندسی افکار عمومی در ایالات متحده آمریکا بر روابط فی مابین ایران و آمریکا

محمد پور خوش سعادت^۱

چکیده:

مقاله حاضر بر آن است، استفاده گسترده رسانه های آمریکایی از، مقوله ایران هراسی و مهندسی افکار عمومی علیه ایران، برای مهندسی روابط فی مابین ایران و آمریکا را بررسی نماید. لابی آپیک با توجه به سیطره بر نظام آمریکا و رسانه های آمریکایی، ایران هراسی، روابط دیپلماتیک ایران و آمریکا و مهندسی افکار عمومی رابه یک مدار مدور تبدیل نموده است. مداری که دیپلماسی عمومی، رسانه ای و رسمی ایالات متحده صرفا از این مدار تغذیه نموده و با این مدار هدایت می شود.

کلیدواژگان:

روابط ایران و آمریکا، رسانه، دیپلماسی رسانه ای، ایران هراسی، مهندسی افکار عمومی، آپیک

مقدمه:

سیاست خارجی کشورها در جهان معاصر تحت تأثیر و تعامل تحولات شگرف در عرصه ارتباطات قرار گرفته و پیشبرد سیاست خارجی بیش از پیش به میزان انگاره‌سازیهای رسانه‌ای وابسته شده است. (شکر خواه، ۱۳۸۰: ۳۵)

رسانه‌های گروهی، قوی‌ترین ابزار طبقه حاکم برای کنترل و اداره توده مردم هستند. رسانه‌ها به مثابه حلقه واسط دولت و افکار عمومی نقش اساسی در شکل‌گیری اراده سیاسی حکومت‌ها ایفا می‌کنند. این رسانه‌ها هستند که نظرات و تمایلات مردم را شکل می‌دهند. نوام چامسکی معتقد است نخستین وظیفه رسانه‌های جمعی در ایالات متحده بسیج حمایت مردمی برای منافع خاصی است که بر دولت و بخش خصوصی حاکم می‌باشد.

۱ - دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز - www.foumani.ir

(چامسکی، ۱۳۶۹: ۲) در ساختار قدرت آمریکا، افکار عمومی، گروه های فشار و لابی ها نقش محوری در تصمیم سازی و جهت دهی به فرایندهای دیپلماتیک و سیاسی ایالات متحده آمریکا بازی می کنند. در راهبرد امنیت ملی آمریکا که در سال ۲۰۰۶ منتشر شده است، نظام جمهوری اسلامی ایران را به عنوان مهم ترین چالش آمریکا در ابتدای قرن ۲۱ معرفی می نماید. (The National Security Strategy, ۲۰۰۶)

راهبرد ایران هراسی در طی سه دهه گذشته همواره توسط دولت های ایالات متحده آمریکا چه جمهوری خواه و چه دموکرات و رسانه های جمعی ایالات متحده به صورت پیوسته پی گیری شده است. رسانه های آمریکایی ایرانیان را همواره به عنوان ملتی مخالف اصول و ارزش های بین المللی، ملتی شرارت خواه و مخالف آزادی به سبک غربی، به تصویر کشیده اند. نقش لابی های ضد ایرانی از جمله آپیک در این فرایند نیز نقشی محرک و تاثیر گذار بوده است و عملاً با توجه به سیطره بر رسانه های آمریکایی این فرایند را به یک مدار مدور تبدیل نموده است. چرخه ای که دیپلماسی عمومی و رسانه ای و رسمی ایالات متحده صرفاً از این مدار تغذیه نموده و با این مدار هدایت می شود.

۱- مباحث نظری

۱-۱- افکار عمومی^۲

افکار عمومی، پدیده ای روانی اجتماعی و خصلتی، جمعی است و عبارت است از ارزیابی، روش و نظر مشترک گروهی اجتماعی در مسئله ای که همگان به آن توجه و علاقه دارند و در لحظه معینی، بین عده زیادی از افراد و اقشار مختلف جامعه نسبتاً عمومیت می یابد و عامه مردم آن را می پذیرند. افکار عمومی به صورت تأیید یا مخالفت با یک عمل، نظر، شخص و واقعه با خواسته، مطالبه، پیشنهاد و توصیه تجلی می یابد. (مهرآرا ۱۳۷۳: ۳۷۱).

۱-۲- مهندسی افکار عمومی^۳

دو رویکرد نسبت به موضوع هدایت و مدیریت افکار عمومی وجود دارد. ۱- تنویر افکار عمومی ۲- هدایت و مهندسی افکار عمومی. در رویکرد اول اعتقاد بر این است که شهروندان در حوزه خصوصی در مورد مسائل و موضوعات به نتیجه شخصی می رسند و سپس این یافته ها را برای تحقق به عرصه عمومی می آورند و در قالب سخنرانی، مقاله و ... به جامعه عرضه می کنند و پس از چالش های لازم اگر مورد اجماع قرار گرفت تبدیل به افکار عمومی، هنجار و یا پیش زمینه ای برای تبدیل به قانون توسط حاکمیت می شود. رویکرد دوم مهندسی و هدایت افکار عمومی است. در این رویکرد حاکمان و کارگزاران رسانه ای با توجه به قدرت رسانه ها و فنون ارتباطی تبلیغی که قدرت دستکاری اذهان

۲ - Public Opinion

۳- Public opinion engineering

شهروندان را دارند، در ایجاد افکار عمومی در راستای منافع خود و نه منافع شهروندان تلاش می‌کنند، که یورگن هابرماس به این عمل، باز فئودالیت‌شده شدن جامعه نام می‌نهد و آن را امری مذموم و نادرست می‌پندارد. (اردستانی، ۱۳۸۴: ۲۵)

۱-۳- ایران هراسی^۴

هراس در لغت به معنای بیم، ترس و خوف اطلاق می‌گردد. (عمید، ۱۳۶۱: ۱۲۴۶) " ایران هراسی اشاره به احساسات مخالفت یا دشمنی با سیاستها، فرهنگ، جامعه، اقتصاد یا نقش بین‌المللی ایران دارد" (Wikipedia, ۲۰۱۲)

ایران هراسی پروژه راهبردی است که در پی آن است که ایران به عنوان تهدیدی بزرگ در منطقه و همچنین تهدیدی برای صلح و امنیت جهانی مطرح سازد. این رویکرد با هدف نابودی و یا حد اقل به حاشیه راندن و منزوی سازی جمهوری اسلامی ایران دنبال می‌گردد.

۱-۴- دیپلماسی رسانه ای^۵

دیپلماسی رسانه‌ای عبارت است از استفاده از رسانه‌ها برای رسیدن به اهداف دیپلماتیک، تأمین منافع، تکمیل و ارتقای سیاست خارجی. (اسماعیلی، ۱۳۸۸: ۲۸)

دیپلماسی رسانه‌ای در سیاست خارجی هر کشور به دو صورت تحقق می‌یابد. ۱- به مدیریت سازمانهای دیپلماتیک رسمی کشور؛ ۲- به صورت خودجوش و در راستای سیاستهای کلان کشورها.

در شیوه اول، دولتها یا اقدام به تأسیس رسانه‌های ویژه دیپلماسی می‌کنند و یا اینکه رسانه‌های موجود را به انجام اقداماتی در راستای سیاستهای خارجی خود موظف می‌کنند. در نوع دوم با سانسور خبرها، محدود کردن خبرنگاران و غیره در حوزه‌های خارجی به منویات خود دست می‌یابند. شیوه دوم همگامی و همراهی رسانه‌ها با اهداف و سیاستهای خارجی کشور متبوعشان است. (اردستانی، ۱۳۸۸: ۶)

۱-۵- مهندسی افکار عمومی در ایالات متحده آمریکا

طبق یافته‌های جی.وی رابرتز، انسجام و توافق عمومی گسترده افکار عمومی آمریکا در زمینه حضور مستمر و فعال آن کشور در تعاملات بین‌المللی و بعضاً مداخلات متعدد، به تبلیغات، عملیات روانی رسانه‌ها و نخبگان آن کشور و فرایند جامعه‌پذیری سیاسی موجود در آن، مربوط است. (الیاسی، ۱۳۸۲، ۱۰)

۴ -Iranophobia

۵ -media diplomacy

بسیاری از محققان بر این باورند که رسانه‌ها یکی از منابع قدرتمند شکل‌دهی افکار عمومی آمریکا هستند. امروزه بیش از ۹۰ درصد مردم آمریکا تلویزیون را مهمترین منبع کسب اخبار خود می‌دانند. (مرادی، ۱۳۸۴: ۹۵)

طبق یافته‌های محققان آمریکایی، انسجام و توافق عمومی گسترده افکار عمومی آمریکا در زمینه حضور مستمر و فعال آن کشور در تعاملات بین‌المللی و بعضاً مداخلات متعدد، به تبلیغات، عملیات روانی رسانه‌ها و نخبگان آن کشور و فرآیند جامعه‌پذیری سیاسی موجود در آن، مربوط است. (Roberts . J.V pp. ۲۰۰۲. ۹۲-۶۲)

دلیل کنترل رسانه‌های آمریکا بر افکار عمومی اینست که اگر مدیران آمریکایی نتوانند از طریق رسانه‌های گروهی، افکار عمومی مردم کشور خود و بعد مردم جهان را به سیاست‌های خویش توجیه و در جهت منافع خود بسیج کنند، هرگز نخواهند توانست بر مردم خود حکومت کرده و کارهای خود را در دیگر کشورها از جمله کشورهای متعارض ادامه دهند. (پورخوش سعادت، ۱۳۸۸: ۹۵)

نقش کارتل‌ها و تراست‌ها در راهبری رسانه‌ها

انتشار سریع اخبار در جهان عمدتاً توسط سه خبرگزاری عمده آمریکا به نام‌های یونایتدپرس، آسوشیتدپرس، رویترز، صورت می‌گیرد که روزانه نزدیک به چهل میلیون کلمه خبر به سراسر دنیا مخابره می‌کنند و ۸۰ درصد اخبار خارجی روزنامه‌ها و سایر وسایل ارتباط جمعی، از این سه منبع خبری تهیه و پخش می‌شود. با توجه به اینکه خوراک خبری بیشتر رسانه‌ها در دنیا از این گولهای خبرگزاری است به سادگی قابل فهم است که صاحبان این رسانه‌ها به راحتی می‌توانند افکار عمومی دنیا را تحت تأثیر قرار دهند. بسیاری از تحلیلگران معتقدند که رسانه‌های خبری آمریکا، شرکت‌های تبلیغاتی هستند که در خدمت گروه‌ها و کمپانی‌های اقتصادی قرار دارند و در واقع از سوی صاحبان سرمایه و پول کنترل می‌شوند.

فواد ایزدی کارشناس امور آمریکا در خصوص منابع تامین مالی سیاستمداران و رسانه‌های آمریکایی معتقد است که: در آمریکا ۳ ضلع قدرت تعریف می‌شود: رسانه‌ها، اتاقهای فکر و دیگری سیاستمداران که دولت و کنگره را در برمی‌گیرد. که اینها هر سه منابع مالی خودشان را از طریق سرمایه‌داران در آمریکا تأمین می‌کنند. سیاستمداران وقتی می‌خواهند در انتخابات شرکت کنند، هزینه‌های بسیاری را برای مبارزاتشان نیاز دارند که این هزینه‌ها را سرمایه‌داران بزرگ تأمین می‌کنند. رسانه‌ها هم به همین صورت. رسانه‌ها خصوصی هستند و از منابع دولتی بصورت واضح استفاده نمی‌کنند. آنها از طریق تبلیغات، منابع مالی خودشان را تأمین می‌کنند و هزینه این تبلیغات هم مجدداً توسط صاحبان سرمایه در جامعه که اهرم کنترل رسانه‌ها هستند پرداخت می‌شود. اتاق‌های فکر هم همینطور. آنها هم منابع مالی شان سرمایه‌داران کلان در جامعه هستند. پس سرمایه‌داران هستند که این ۳ ضلع مثلث سیاستمداران، رسانه‌ها و اتاقهای فکر را کنترل می‌کنند و بر آنها نفوذ دارند. چون منابع مالی این سه نهاد را تأمین می‌کنند. (ایزدی، ۱۳۹۰: ۲)

راهبرد دیپلماسی رسانه ای ایالات متحده آمریکا در خصوص ایران

با پیروزی انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۹۷۹، ایرانی که یک روز به عنوان ژاندارم و حافظ منافع آمریکا در منطقه عمل می کرد بعد از انقلاب عامل تهدیدی جدی برای منافع آمریکا در منطقه استراتژیک غرب آسیا گردید. و معادلات منطقه ای و فرامنطقه ای آمریکا را بهم زد. ^۶ از همین رو پس از انقلاب ایران رسانه های آمریکایی همواره با رویکرد تخصصی مسائل مرتبط با ایران را منعکس نموده، به گونه ای که جمهوری اسلامی ایران در نظر مخاطب، تهدیدی علیه صلح و امنیت منطقه و جهان معرفی می گردد. ^۷ رسانه های آمریکایی تلاش می کنند تا به مخاطبان خود القا کنند که جمهوری اسلامی ایران فاقد مشروعیت مردمی ^۸ و ناقض حقوق بشر ^۹ است همچنین، ترسیم ایران به عنوان محور شرارت در منطقه و جهان ^{۱۰} راهبرد دیگر این رسانه هاست این رسانه ها در راستای القای این نکته اند که ایران نه تنها مخالف آمریکا بلکه مخالف اروپا و سایر قدرتهای جهانی است. ^{۱۱} البته این رویکرد پس از فروپاشی شوروی شدت گرفته است و راهبرد رسانه ای آمریکا در خصوص ایران همواره به دنبال ساخت یک دشمن فرضی از ایران برای جامعه جهانی بوده است. ^{۱۲} و نباید این موضوع را از نظر دور داشت که :

حادثه ۱۱ سپتامبر فرصت بی نظیری را برای افراطیون راست گرای صهیونیست فراهم آورد تا سیاست خاورمیانه ای و قدرت نظامی آمریکا را در مسیر دکترین جنگ پیش دستانه با دشمنان اسرائیل هدایت کند. (جیمز پتراس، ۱۳۸۸: ۴۲)

۶- اصول سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران عبارتند از نفی سبیل، ائتلاف و اتحاد ملل اسلامی و وحدت جهان اسلام، حمایت از مستضعفان جهان در برابر مستکبران و دفاع از حقوق همه مسلمانان و این اصول ایران را در تقابل با ابرقدرتهای جهانی، همچون آمریکا و شوروی قرار داد از همین روست که آمریکایی ها معتقدند که اگر هسته مقاومتی در هر نقطه از جهان اسلام شکل گرفته و برای سلطه طلبی آمریکا و متحدینش مشکل ایجاد کرده، با الهام از انقلاب اسلامی ایران بوده است.

۷- با پیروزی انقلاب اسلامی نزع ایران و آمریکا رنگ و بوی ایدئولوژیک به خود گرفته است. در این نزاع ایران پرچمدار ایدئولوژی اسلامی و آرمان های انقلاب اسلامی است و آمریکا نیز پرچم دار ایدئولوژی لیبرال دموکراسی و سکولاریسم بر دوش دارد.

۸- بیشترین حجم عملیات روانی آمریکا علیه ایران به موضوع حقوق و آزادیهای مردمی و اسلامی بودن نظام سیاسی در ایران مربوط است.

۹- دولت آمریکا بارها ادعا نموده است که در جمهوری اسلامی حقوق بشر رعایت نمی گردد و هر ساله نام دولت جمهوری اسلامی را در لیست کشورهای ناقض حقوق بشر درج می نماید. تجربه عینی از سیاست خارجی آمریکا، نشان می دهد که هدف سران این کشور از طرح موضوعاتی هم چون رعایت حقوق بشر حتی از لحاظ معیارهای غربی نیز امری واقع بینانه و جدی نیست بلکه دست آویزی برای اعمال سیاست های بین المللی و منطقه ای این کشور است. در روابط آمریکا با دولت ایران قبل از انقلاب که پایمال کننده همه حقوق انسانی بود، حرفی از حقوق بشر در میان نبود. امروز نیز بسیاری از کشورهای دوست آمریکا حقوق بشر را رعایت نمی نمایند. مثلاً در عربستان سعودی، نه انتخابات دموکراتیکی وجود دارد و نه زنان از حقوق اولیه منجمه حق رانندگی برخوردار هستند.

۱۰- به عنوان مصداق می توان از جو سازی در خصوص (صدور انقلاب - حمایت از گروه های اسلامی و به اصطلاح شرکت در برخی از حوادث تروریستی - نقض حقوق بشر در ایران - القاء تهاجمی بودن فناوری های دفاعی ایران - دخالت جمهوری اسلامی ایران در امور کشورها - القاء مخالفت ایران با صلح و ثبات منطقه ای - پیگیری سیاست های هسته ای و تلاش برای به اصطلاح دستیابی به سلاح های کشتار جمعی و هسته ای) ذکر نمود.

۱۱- جهت اجماع سازی و مهندسی افکار عمومی جهانی علیه ایران

۱۲- یکی از تکنیک های رسانه ای غالب و بخشی از سیاست خارجی ایالات متحده آمریکا طی دو قرن گذشته خصوصاً پس از جنگ جهانی دوم "دیگرهراسی" است.

"ایران هراسی" اشاره به همین سیاست "دیگرهراسی" آمریکا دارد.

که این جنگ در ابعاد سیاسی اقتصادی و امنیتی و فرهنگی و با استفاده از قدرت هوشمند ایالات متحده آمریکا همچنان علیه ایران ادامه دارد .

نقش آفرینان مهندسی افکار عمومی علیه ایران

سربازان این جنگ در ظاهر، نویسندگان، خبرنگاران، مفسران، تصویربرداران، تولیدکنندگان خبری و مطبوعاتی، کارگردانان، تهیه کنندگان و عکاسان رسانه ها هستند. سلاح و تجهیزات این سربازان نیز رادیو، تلویزیون، اینترنت، ماهواره، خبرگزاری ها، دوربین ها، کاغذ و قلم و دستگاه های چاپ و نشر و... می باشد.^{۱۳} لیکن واقعیت آنست که در پشت صحنه عملیات رسانه ای، افراد ثروتمند یهودی طرفدار اسرائیل، گروهی از مسیحیان صهیونیست^{۱۴} و سازمان های اطلاعاتی و امنیتی و سرویس های جاسوسی و تشکیلات ویژه نظامی، به مثابه راهبر این حرکت قرار گرفته است. که به صورت رسمی و سازمان یافته اما پنهان با اختصاص بودجه ای سری هدایت می شود .

نقش لابی اسرائیل در هدایت رسانه های آمریکایی علیه ایران

روابط آمریکا و اسرائیل^{۱۵} بسیار در هم تنیده بوده و این روابط علاوه بر تعاملات نزدیک دو دولت، از عمق استراتژیک نیز برخوردار است. لابی اسرائیل در ایالات متحده به عنوان یک لابی فعال از یک سازماندهی منظم، برنامه ریزی مناسب و قدرت مالی، رسانه ای و تبلیغاتی گسترده ای بهره مند است. لابی اسرائیل مجموعه ای است پیچیده و سازمان نیافته که تشکیل شده از برخی سازمان های فعال سیاسی حامی اسرائیل سازمان هایی چون کمیته روابط عمومی آمریکایی اسرائیل (آپیک^{۱۶})، کمیته یهودیان آمریکا و انجمن روسای سازمان های یهودی آمریکا از این جمله اند که در راس آنها آپیک قرار دارد. روابط عمومی آمریکا-اسرائیل یکی از بزرگ ترین و قدرتمندترین گروه های لابی گری در ایالات متحده آمریکا است. لابی اسرائیل از راه های گوناگون (اعم از حمایت های مالی از نامزدهای انتخابات کنگره و ریاست جمهوری، فشارهای تبلیغاتی در رسانه ها و نیز اعمال نفوذ در محافل علمی و پژوهشی) در پی هدایت افکار عمومی و نیز دستگاه سیاست گذاری آمریکا به سمت حمایت از اسرائیل است. البته این موضوع

۱۳- یکی از وزرای سابق امور خارجه آمریکا گفته بود : آمریکاییها قدرتمند هستند زیرا ... می توانند به رویاهای و آرزوهای دیگران الهام بخشند و این را مدیون تصویری هستند

که سلطه جهانی آنها بر فیلم و تلویزیون برایشان بوجود آورده (نای ۱۳۸۹:۴۶)

^{۱۴} - Christian Zionists: (تفکر یهودی از سال های دور بر بسیاری از احکام مسیحی سایه افکنده است و روحانیان ناآگاه نشان داده اند که بیش از پیش به پیروی از

القاتلای یهودی گرایش دارند.) (فورده، ۱۳۸۲:۴۱)

^{۱۵} - رژیم صهیونیستی نخستین رژیمی بود که احساس کرد انقلاب اسلامی ایران ثبات و گسترش نظام صهیونیستی را در منطقه مهار خواهد کرد و خطر ساز خواهد بود لذا موشه دایان وزیر خارجه و وزیر دفاع سابق رژیم صهیونیستی اعلام کرد که انقلاب اسلامی زلزله ای است که اسرائیل را نابود خواهد کرد و این نکته در آن زمان مورد توجه لابی صهیونیستی قرار گرفت و پروسه ایران هراسی و شیعه هراسی بعد از جریان انقلاب شکل گرفت.

۱۶ - American Israel Public Affairs Committee - www.aipac.org

هدایت افکار عمومی برای صهیونیست ها جنبه ایدئولوژیک نیز دارد.^{۱۷} صهیونیسم با در اختیار گرفتن رسانه ها و نفوذ در ساختار آنها، افکار عمومی دنیا را به سمت سلايق و اندیشه های خود سوق داده و هم اکنون شاهد این هستیم که اغلب رسانه های جمعی جهان به ویژه رسانه های آمریکایی، تحت نفوذ و سلطه صهیونیسم هستند.

لابی اسرائیل همچنین طی ۳۰ سال گذشته در مهم ترین مراکز تحقیقاتی و مطالعاتی آمریکا چون آمریکن اینترپرایز انستیتو، انستیتو بروکینگ، مرکز سیاست امنیتی، انستیتو تحقیقات سیاست خارجی، بنیاد هریتیج، انستیتو هادسن و... نفوذ کرده است و حضوری تعیین کننده در این مراکز مطالعاتی دارد. مراکز تحقیقاتی و مطالعاتی^{۱۸} آمریکا نقش سیاستگذاری در جهت منافع اسرائیل را تبلیغ و تئوریزه می کنند. (John Mearsheimer - Stephen Walt ۲۰۰۷)

هیچ مسئول آمریکا و هیچ قانون گذاری در این کشور نمی تواند موضعی اتخاذ کند که بر خلاف منافع تعریف شده از طرف دولت اسرائیل و گروههای فشار یهودی آمریکا باشد.^{۱۹}

یهودیان همواره در جست و جوی راههایی برای حفظ دولت بوده اند، حاکمان و دولت مردان هم به خاطر مقاصد و نیات خودشان اغلب در ازای خدماتی که از آنان دریافت می کردند، از مساعدت و تعامل با یهودیان خشنود بودند. (کالینز پایپر، ۱۳۸۸: ۲۴)

لابی آپیک و اسرائیل با توجه به سیطره ای که بر نظام آمریکا دارد^{۲۰} مهم ترین حوزه های کاری خود را مسئله ایران قرار داده است. آپیک با برگزاری نشست ها و کنفرانس های سالانه با تمرکز بر مسائلی مانند مسئله هسته ای،

۱۷ در پروتکل دوازدهم صهیونیسم جهانی که در شهر بال سوئیس در سال ۱۸۹۷ به ریاست تئودور هرتزل تشکیل گردید آمده است: «ما جریان مطبوعات و روزنامه نگاری را بدین صورت در خدمت خویش درمی آوریم، آرام آرام به سمت خود منعطف می ساریم، سپس به طرف صهیونیستی کردن آن حرکت می کنیم، ما نباید بگذاریم که دشمنان افسار و عنان مطبوعات را به دست گرفته و به روزنامه ها و رسانه های خبری که بیانگر آراء و نظریات آنان باشد، دست یابند، هیچ خبری نباید بدون کنترل و نظارت ما در میان مردم منتشر شود. (سماواتی، ۱۳۸۳: ۲۹۶)

۱۸ - Think Tanks

۱۹ - استیفن والت و جان میر شایمر در سال ۲۰۰۶ کتابی منتشر کردند و با استفاده از تحقیقی مفصل عنوان می کنند که حمایت همه جانبه امریکا از اسرائیل، منافع استراتژیک امریکا را تامین نمی کند و لذا توجیه راهبردی ندارد (بلکه این حمایت برای منافع استراتژیک امریکا زیان بخش هم هست و نتیجه می گیرند که باید عامل دیگری در کار باشد که چنین تاثیری را بر روی سیاست خارجی امریکا می گذارد. آنها با نشان دادن انبوهی از مدارک نشان می دهند که در واقع این تاثیر لابی اسرائیل است که از طریق زیر فشار گذاشتن سیاستمداران آمریکائی سیاست ها را به نفع اسرائیل رقم می زند. نفوذ و قدرت لابی مزبور هم بر می گردد به کمک های مالی و تبلیغاتی که این لابی برای سیاستمدارانی که می خواهند توسط مردم انتخاب می شوند (اعم از رئیس جمهور و نمایندگان کنگره و سنا) فراهم می آورد. مفهوم مخالف این امر این است که اگر این گروه حمایت مالی و تبلیغاتی خود را از کاندیدائی قطع کنند شانس او برای انتخاب شدن به شدت کاهش می یابد. (الت و میر شایمر، ۲۰۰۷)

۲۰ - حکومت ایالات متحده و اتباع آن فکر می کنند «تنها ابرقدرت دنیا» هستند. اما چگونه یک کشوری ابرقدرت است وقتی که کل حکومت و اکثریتی از اتباع آن، به ویژه آنهایی که عضو کلیساهای اوانجلیک هستند، در مقابل پاهای نخست وزیر اسرائیل زانو می زنند و به خاک می افتند؟ چگونه یک کشوری ابرقدرت است، وقتی که فاقد قدرت تصمیم گیری در سیاست خارجی خود در خاورمیانه است؟ چنین کشوری، یک ابرقدرت نیست، یک دولت دست نشانده است. (Craig Rolerts, ۲۰۱۲)

تروریسم و تحریم ایران، سعی کرده تا یک اجماع داخلی در ساختار تصمیم‌گیری آمریکا و یک اجماع بین‌المللی در سطح جهان را علیه جمهوری اسلامی ایران بوجود آورد.^{۲۱}

چگونگی مهندسی افکار عمومی برای مهندسی رابطه آمریکا و ایران

رسانه‌های آمریکایی عمدتاً از تکنیک‌ها و روش‌های مختلف جهت مهندسی افکار عمومی و ایران‌هراسی استفاده می‌نمایند و این فعالیت‌ها در تمامی حوزه‌ها اعم از کارتون، انیمیشن، بازی‌های رایانه‌ای، صنعت سینما، اخبار و تهمت‌های کذب و فضا سازی رسانه‌ای می‌باشد. که بخشی از آن‌ها بصورت خلاصه عبارتند از:

۱- بهره‌گیری از بار منفی واژه‌ها، کلمات و مفاهیم حساسیت برانگیز در افکار عمومی (نسبت دادن بنیادگرایی و خشونت طلبی به جمهوری اسلامی ایران) ۲- سیاه‌نمایی درخصوص ایران (مثلاً تهیه و نمایش فیلم‌های ضد ایرانی خانه‌ای بر شن و مه، هواپیمای ۱۰۳، فرار از تهران، مستند نسل جدید تهران، ترس مقدس، بدون دخترم هرگز، ۳۰۰، شبی با پادشاه، آرگو، مستند ایرانیوم و ادعای حمله ایران به آمریکا از طریق بمب‌ای‌ام‌پی، فیلم سینمایی تبدیل‌شوندگان ۳، و حمله آتوبات‌ها به کشور هسته‌ای ایران، معرفی ایران به عنوان کشوری تروریستی در قسمتی از فیلم «آشوب»، توجیه اذهان عمومی برای حمله آمریکا به ایران در کارتون مرد خانواده فیلم غیر قابل تصور و همچنین فیلم "میجر" نیز در همین زمینه ساخته شده است که این فیلم ایران هسته‌ای را بسیار خطرناک جلوه می‌دهد.) ۳- بهره‌گیری از تاکتیک ارباب (القاء خطر فناوری موشکی ایران) ۵- انگاره سازی‌های هدفمند (قراردادن تصویر مقامات عالی ایرانی در کنار تصویر هیتلر و...) ۶- استفاده از تاکتیک همسان سازی (قرار دادن نام سپاه در فهرست سازمان‌های تروریستی) ۷- تحریف اخبار مرتبط با ایران (غیرصلح آمیز معرفی کردن پیشرفت‌های هسته‌ای ایران) ۸- القاء مستقیم و غیرمستقیم (معرفی ایران به عنوان محور و کانون شرارت در جهان ۹- بهره‌گیری از تکنیک تکرار در رسانه (ایران به دنبال استیلا بر کشورهای منطقه می‌باشد (شیعه‌هراسی ۲۲))

علیرغم وجود تنوع ظاهری، هیچ تفاوت واقعی میان تولیدات رسانه‌های آمریکایی علیه ایران وجود ندارد و هیچ‌گونه منابع حقیقی متفاوتی در دسترس توده‌های مردمی که به آنها امکان ارائه تفکر دیگری را بدهد، وجود ندارد. آنها با یک دیدگاه نسبت به ایران مواجه هستند، یکپارچه تلاش می‌شود تا چنین وانمود شود. ایران به عنوان یک تهدید محسوب می‌شود، این که ایران، به عنوان حامی تروریست‌ها به شمار می‌آیند و اصولاً ایرانی‌ها افراد بدی هستند،

۲۱ - گراهام فولر معتقد است که تحلیل گران و تصمیم‌گیرندگان کاخ سفید، از پشت عینکی که اسرائیلیها بر روی چشم‌های آنها تعبیر نموده است به مسائل ایران می‌نگرد (مستکین، ۱۳۸۲: ۲۳)

۲۲ - آمریکا برای مبارزه با مقوله بیداری اسلامی که حاصل از انقلاب اسلامی ایران است در چند فاز سعی در ایجاد انحراف در مسیر مبارزات ملت‌های مسلمان با ایجاد فرق و گروه‌های تندرو و اسلام لیبرالی معتدل نمود و به اصطلاح به تقسیم‌بندی اسلام خوب و اسلام بد پرداخت. آمریکا همواره سعی نموده است تا انقلاب ایران را جزئی از اسلام بد، افراطی و بنیادگرا معرفی کند. القاب و عناوینی نظیر افراطی، تروریست و متحجر که برای ملی‌گرایی عرب و جریان‌های خود ساخته‌ای همچون القاعده و طالبان به کار می‌رفت، اکنون برای انقلاب اسلامی ایران به کار برده می‌شود.

فشار رسانه هاب بگونه ای است که مردم آمریکا افکار خود را می بایست با چنین ایده هائی تطبیق دهند. براساس آن رأی داده و زندگی خود را به نوعی شکل دهند تا با آن مطابقت پیدا کند.^{۲۳}

نتیجه گیری

لابی آپیک بر نظام آمریکا و رسانه های آمریکایی سیطره دارد و در تمام شئون مربوط به غرب آسیا و منافع اسرائیل دخالت و اعمال نفوذ می نماید. این اعمال نفوذ از طریق تأثیرگذاری در تصمیم گیریهای کاخ سفید و مهندسی افکار عمومی توسط رسانه ها صورت می گیرد و موجبات رفتار خصمانه آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران را استمرار و فزونی می بخشد. آپیک با برگزاری نشست ها و کنفرانس های سالانه با تمرکز بر مسائلی مانند مسئله هسته ای، تروریسم و تحریم ایران، سعی کرده تا یک اجماع داخلی در ساختار تصمیم گیری آمریکا و یک اجماع بین المللی در سطح جهان را علیه جمهوری اسلامی ایران بوجود بیاورد. فشار رسانه های وابسته به لابی آپیک بگونه ای است که مردم آمریکا افکار خود را می بایست با چنین ایده هائی تطبیق دهند. براساس آن رأی داده و زندگی خود را به نوعی شکل دهند تا با آن مطابقت پیدا کند. در چنین فضایی هرگونه تغییر در روابط ایران و آمریکا بدون نظر لابی آپیک و اسرائیل و رسانه های وابسته مقدور نخواهد بود. و عملاً آپیک به واسطه رسانه های خود روابط میان آمریکا و ایران را مهندسی می نماید.

منابع

- ۱- اسماعیلی، علی محمد، ۱۳۸۸، دیپلماسی رسانه ای، انتشارات جام جم
- ۲- اردستانی، سیلان، ۱۳۸۴، رویکردی تئوریک به عوامل شکل دهی و کنترل افکار عمومی، فصلنامه عملیات روانی شماره ۹، سال سوم، شماره ۹، تابستان ۱۳۸۴، منتشر شده در sabilan.blogfa.com
- ۳- الیاسی، محمدحسین، افکار عمومی آمریکا و عملیات روانی دستگاه حکومتی و تبلیغاتی آن کشور برای مجاب سازی، با تأکید بر جنگ عراق، فصلنامه علمی - پژوهشی عملیات روانی، تابستان ۱۳۸۲، سال اول، شماره ۲، ص ۱۰.
- ۴- جان جی. می. یر شایمر و استفن ام. والت، گروه فشار اسرائیل و سیاست خارجی آمریکا، ترجمه رضا کامشاد، تهران: نشر و پژوهش فرزانه روز، ۱۳۸۷

۲۳ - برای مثال در نظر سنجی شورای روابط خارجی شیکاگو که در سال ۱۹۹۸ انجام گرفت، آمریکایی ها در برابر این سؤال که بیشترین تمایل و دوستی را به چه کشوری ابراز می نمایند، کانادا را در صدر و عراق را در پایین ترین رده قرار دادند و ایران تنها یک رده بالاتر از عراق بود.

- ۵- پور خوش سعادت ، محمد ، مهندسی افکار عمومی در ایالات متحده امریکا علیه ایران (با تاکید بر موضوع حقوق بشر و مساله هسته ای در ادبیات رسانه ای امریکا) پایان نامه، کارشناسی ارشد ، تابستان ۱۳۸۸ ، دانشکده علوم سیاسی دانشگاه آزاد تهران مرکز. ص ۹۵
- ۶- پتراس ، جیمز ، نفوذ اسرائیل در امریکا، مترجم غدیر نبی زاده، تهران، انتشارات مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین المللی ابرار معاصر تهران، ۱۳۸۸.
- ۷- کالینز پایپر ، مایکل ، قدرت پنهان در امریکا، ترجمه علیرضا عبادتی، تهران: روایت فتح، ۱۳۸۸.
- ۸- چامسکی نوام ، اس . هرمان ادوارد ، ۱۳۶۹ ، نقش رسانه های ایالات متحده در کنترل افکار عمومی ، مترجم سندسی، اطلاع رسانی و کتابداری ، زمستان ۱۳۶۹ - شماره ۴ ، از ۱۲ تا ۱۳
- ۹- سماواتی، زهرا ، ۱۳۸۳، رسانه ها در ایالات متحده آمریکا با چه اهدافی و توسط چه کسانی اداره می شوند ، حضور ، بهار ۱۳۸۳، شماره ۴۸ ، صفحه ۲۹۶
- ۱۰- شکرخواه، یونس ، سیاست خارجی و رسانه ها چند تصویر از امروز و فردا ، نشریه فرهنگ و دیپلماسی ، منتشر شده در www.e-resaneh.com
- ۱۱- عمید ، حسن، ۱۳۶۱ ، فرهنگ فارسی عمید، انتشارات امیرکبیر
- ۱۲- فورد، هنری ، یهود بین الملل، ترجمه علی آرش، تهران: مؤسسه فرهنگی پژوهشی ضیاء اندیشه، ۱۳۸۲.
- ۱۳- کرمی، کامران ، گفتگو با دکتر فواد ایزدی، عملیات روانی / -<http://www.psyop.ir/?p=۹۲۱۱>
- ۱۴- مهرآرا، علی اکبر ، ۱۳۷۳، زمینه روان شناسی اجتماعی، انتشارات مهرداد
- ۱۵- مرادی ، حجت اله، تابستان ۱۳۸۴ فرایند و منابع شکل دهی به افکار عمومی آمریکا ، عملیات روانی، سال ۳، شماره ۹، ص ۹۵
- ۱۶- مستکین، عبدالمهدی، ۱۳۸۲ صهیونیسم در روابط ایران و آمریکا ، ضمیمه روزنامه همشهری (همشهری دیپلماتیک)، شماره سوم ، نیمه دوم آذرماه ۱۳۸۲
- ۱۷- نای ، جوزف (۱۳۸۹) ، قدرت نرم ابزارهای موفقیت در سیاست بین الملل ، ترجمه سیدمحسن روحانی و مهدی ذوالفقاری ، چاپ دوم ، تهران ، نشر دانشگاه امام صادق

References

١- The National Security Strategy of the United States of America (٢٠٠٦)- [www.Whitehouse. Gov](http://www.Whitehouse.Gov)

٢- Wikipedia contributors, "Iranophobia," .December ١٢, ٢٠١٢

٣- Roberts . J.V pp. ٢٠٠٢ , pp .Columbia University : New York .Public Opinion .. ٩٢-٩٢

٤- The Israel Lobby and U.S. Foreign Policy (with John. J. Mearsheimer) (NewYork: Farrar, Straus & Giroux, ٢٠٠٧)- www.israellobbybook.com

٥- Dr Paul Craig Rolerts, "Puppet State America", Global Research.ca, Nov.١٩.٢٠١٢