

واکاوی نقش رسانه ها در افزایش قدرت نرم ایالات متحده امریکا (نمونه موردی ایران)

میثم ابوالقاسمی^۱

ابو محمد عسگر خانی^۲

مریم مرادی^۳

سهراب صلاحی^۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۲۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۱۹

چکیده

امروزه رسانه ها نقش اجتناب ناپذیری در پیش برد برنامه های دولت ها بر عهده دارند و با ایجاد فضای رسانه ای برای شکل دهی به افکار عمومی و هدایت تصمیمات در بستر مطلوب، همواره مورد توجه دولت ها بوده اند. دولت ها امروز به جای آنکه سربازان و ارتش خود را برای تسخیر کشور ها و تسلط بر ملت ها به مرزهای دور جغرافیایی بفرستند و متحمل هزینه های گزاف جنگ و لشگرکشی شوند از طریق جنگ نرم و توسل به رسانه های دیداری و شنیداری بر مغز و قلب ملت های دیگر مسلط شده و ارزش های خود را به آنها القا می کنند. ایالات متحده امریکا نیز به عنوان یک ابرقدرت توانسته است از رسانه های دیداری و شنیداری در راستای منافع خود بیشترین استفاده را ببرد و از طریق خبرگزاری ها، هالیوود، برنامه های ماهواره ای و شبکه های اینترنتی و رادیویی سعی در القای اهداف استراتژیک خود همچون تحمیل ارزش های امریکایی، گسترش اسلام هراسی، تبلیغ سرمایه داری و تضعیف دشمنان و رقبای خود در جهان کرده است.

در این مقاله ابتدا به واکاوی نقش رسانه ها در افزایش قدرت نرم ایالات متحده پرداخته خواهد شد و سپس خواهیم دید امریکایی ها چگونه از این ابزار علیه جمهوری اسلامی ایران (بعنوان یک رقیب منطقه ای) استفاده می کنند.

واژه های کلیدی: ایالات متحده امریکا، جنگ نرم، سلطه، رسانه، قدرت نرم، هالیوود، افکار عمومی

۱. دانشجوی دکتری گروه علوم سیاسی و روابط بین الملل، دانشکده حقوق، الهیات و علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بین الملل قشم، ایران. meysam.abolghasemi@yahoo.com

۲. دانشیار، گروه حقوق و علوم سیاسی، واحد بین الملل قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران (نویسنده مسئول) asgarkha@ut.ac.ir

۳. استادیار، گروه حقوق و علوم سیاسی، واحد بین الملل قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران. maryam.moradi@iaqueshm.ac.ir

۴. استادیار گروه حقوق دانشگاه جامع امام حسین (ع)، تهران، ایران. salahi.sohrab@gmail.com

Copyright © 2010, SAIWS (Scientific Association of Islamic World Studies). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International, which permits others to download this work, share it with others and Adapt the material for any purpose



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهشهای سیاسی جهان اسلام

مقدمه و بیان مساله:

اصطلاح قدرت نرم از زمانی وارد گفتمان سیاسی رایج شد که جوزف نای استاد دانشگاه هاروارد آن را در سال ۱۹۹۰ در کتاب ناگزیر از رهبری مطرح ساخت، با انتشار کتاب قدرت نرم، شیوه‌های کامیابی در سیاست جهان آن را تقویت کرد و در کتاب اختیارات رهبری پر و بال بیشتری به آن داد.

با فروپاشی شوروی در سال ۱۹۹۱ میلادی و پایان یافتن جنگ سرد کارشناسان جنگ در ایالات متحده با استفاده از تجارب دو جنگ جهانی و دوران جنگ سرد دریافتند که می‌شود با هزینه کمتر و بدون دخالت مستقیم در سایر کشورها به اهداف سیاسی، اقتصادی و ... دست یافت که در ادبیات سیاسی جهان به جنگ نرم شهرت یافت.

در منازعات بین‌المللی جدید پس از جنگ سرد، دولتمردان آمریکا از ابزاری به نام رسانه در جهت هم‌نوا کردن افکار عمومی کشور خود و حتی جهانیان سعی می‌کنند تا برنامه‌های خود را به اجرا درآورند. دولتمردان آمریکایی به رسانه اعم از دیداری و شنیداری و نوشتاری، به عنوان یکی از اضلاع حل و فصل منازعات خارجی و داخلی می‌نگرند که در کنار دیگر اضلاع مثلث سنتی، دیپلماسی، اهرم اقتصادی و قدرت نظامی ضلع جدیدی به نام رسانه-ها و کارکرد تبلیغاتی آن برای حل و فصل منازعات خارجی و داخلی قرار می‌گیرد. (ابراهیمی خوسفی، ۱۳۸۶: ۱۵۷).

ظهور رسانه‌های جدید با بهره‌گیری از دانش نحوه تأثیرگذاری، سبب افزایش نقش رسانه در کنترل افکار عمومی شده است به نحوی که دولت‌ها به یاری رسانه‌ها از قدرت بی‌نظیری در عرصه داخلی و خارجی برخوردار شده‌اند که از آنها به عنوان مهم‌ترین منابع قدرت یاد می‌شود. از این منظر تسلط دولت‌ها بر رسانه‌ها قدرت فوق‌العاده‌ای را در اختیار هر یک از بازیگران صحنه بین‌المللی قرار می‌دهد که به واسطه این قدرت می‌توانند به تغییر باورها، نگرش‌های جمعی و یا شکل‌دهی به افکار عمومی در راستای سیاست‌های کلی دولت‌ها اقدام نمایند. (سلطانی فر، ۱۳۸۵: ۹۱).

تحت چنین شرایطی بسیاری از کارشناسان بر این باورند که اساساً نقش رسانه‌ها به نقشی فراتر از اطلاع‌رسانی افزایش یافته است و رسانه‌ها در عصر اطلاعات و ارتباطات، علاوه بر کارکردهای سنتی خود به ابزارهای نوینی که در اختیار سیاست‌گذاران و سیاستمداران قرار دارد تجهیز شده‌اند. به طوری که تقریباً کلیه ابزارهای رسانه‌ای و ارتباطی در اختیار دولت‌ها قرار گرفته و خط مشی‌های کلی و جزئی رسانه‌ها را حکام و سیاستمداران تعیین می‌کنند و رسانه‌ها نیز بنا به دلایلی که ذکر خواهد شد کاملاً هماهنگ با دولت‌ها گام برداشته و در نتیجه مشکل خاصی نیز بروز نمی‌کند.



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسات العالم الاسلامي
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های بانی جهان اسلام

۱۷۶

سال یازدهم، شماره چهارم، زمستان ۱۴۰۰

به طور کلی دیپلماسی رسانه‌ای در عصر جهانی شدن، بخش قابل توجهی از دیپلماسی عمومی کشورها به ویژه کشورهای قدرتمند را به خود اختصاص می‌دهد. به طوری که رسانه‌ها اغلب نقش ابزار تبلیغات سیاسی دولت‌ها را بازی می‌کنند. آنها با دفاع از سیاست خارجی و با انگاره‌سازی و ارزش‌سازی القای پیام و برجسته‌سازی نسبت به مشروعیت بخشی به سیاست‌های حکومتی و رساندن پیام‌های دست‌اندرکاران دیپلماسی کشور به افکار عمومی جهانی، نقش توجیه‌گر افکار عمومی را در عرصه سیاست خارجی ایفا می‌نمایند. (خرازی آذر، ۱۳۹۳، ۵۵). بنابراین شاید بتوان گفت که دیپلماسی رسانه‌ای به صورت عام به معنای به کارگیری رسانه‌ها برای تکمیل و ارتقای سیاست خارجی است. بر همین اساس ایالات متحده آمریکا نیز به عنوان دولتی قدرتمند که خود را ابرقدرت و هژمون در نظام بین الملل می‌داند از نقش رسانه‌های دیداری و شنیداری در افزایش قدرت نرم خویش غافل نمانده و به ساخت و پرورش غول‌های رسانه‌ای جهانی دست زده است. آنچه مسلم است ایالات متحده از طریق جنگ نرم سعی در تضعیف رقبای منطقه‌ای و جهانی خود از جمله ایران و روسیه و ... دارد. این کشور می‌کوشد تا از طریق ابزارهای جنگ نرم با اثرگذاری در جوامع هدف، مردم آن کشورها را به نفع خود علیه حکومت هایشان تحریک نماید. از این رو با تمام توان و با صرف هزینه‌هایی هنگفت علیه این کشورها دست به یک جنگ تمام عیار نرم زده است که نمونه بارز آن ایران است.

۱. سوال اصلی:

چگونه ایالات متحده آمریکا از رسانه‌های دیداری و شنیداری به عنوان ابزاری برای افزایش قدرت نرم خود در نظام بین الملل استفاده می‌کند؟

● فرضیه: ایالات متحده می‌کوشد ابتدا از طریق رسانه‌های جمعی ارزش‌های آمریکایی را به جوامع هدف تزریق کرده و پس از همراه کردن جوامع توده‌وار آنان را به مسیری که می‌خواهد هدایت نماید.

۲. چارچوب نظری:

جوزف نای تئورسین قدرت نرم، این وجه از قدرت را در سال ۱۹۹۰ تشریح کرد. نظریه پرداز نای در این زمینه باعث شد تا استفاده علمی و روشمند از قدرت نرم، مورد توجه اکثر کشورها قرار بگیرد و جایگاه ویژه‌ای در سیاست داخلی و خارجی آنها پیدا کند. جوزف نای، همچنین برای رفع ابهام و زدودن دشواری‌ها از فهم قدرت نرم به تعریف آن می‌پردازد و اینگونه می‌گوید: «اگر من بتوانم کاری کنم که

شما آنچه را خواسته من اسن طلب کنید در این حالت دیگر مجبور نخواهم بود شما را به انجام آن کار وادار کنم و یا اینکه می گوید: قدرت نرم یعنی اینکه دیگران همان نتایجی را طلب کنند که ما به دنبال آن هستیم (نای ب، ۱۳۸۷: ۱۹).

قدرت نرم به آن گروه از توانمندی ها و توانایی های یک کشور گفته می شود که با به کارگیری ابزارهایی چون فرهنگ، آرمان، با ارزش های اخلاقی به صورت غیر مستقیم بر منافع یا رفتار دیگر کشورها اثر می گذارد (حسن - خوانی، ۱۳۸۴: ۱۳۸). قدرت نرم در برگیرنده مؤلفه های فرهنگی، ایدئولوژیک و هنری است. ارزش های همچون مردم سالاری و حقوق بشر که دارای جذابیت های جهان شمول است از دیگر منابع قدرت نرم است (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۰: ۸). اگر قدرت نرم را به معنای توانایی تأثیرگذاری بر دگران به منظور کسب نتایج دلخواه در نظر بگیریم، می توان گفت قدرت نرم عبارت است از توانایی کسب مطلوب از طریق «جاذبه» نه از طریق اجبار یا تطمیع. قدرت نرم توانایی شکل دهی، اثرگذاری و تعیین باورها و امیال دیگران است. به نحوی که تضمین کننده اطاعت و فرمان برداری آنان باشد. (پورا احمدی، ۱۳۸۸: ۱۶). هر وقت کشوری بتواند با جذابیت های فرهنگی و ارزشی خود، جامعه هدف را به تفکر در اولویت های قبلی وا دارد و این تفکر در تعیین اولویت های جدید افراد آن جامعه، نقش ایفا کند، باید گفت که قدرت نرم آن کشور مؤثر واقع شده است. (ایزدی، ۱۳۸۷: ۱۱).

از مجموع تعاریف ارائه شده، چنین بر می آید که قدرت نرم، محصول و برآیند تصویرسازی مثبت، ارائه چهره موجه از خود، کسب اعتبار بین المللی و نفوذ در افکار عمومی داخلی و خارجی، قدرت تأثیرگذاری غیرمستقیم توأم با رضایت بر دیگران، اراده دیگران را تابع اراده خویش ساختن و مؤلفه هایی از این سنخ است. به این ترتیب، در به کارگیری قدرت نرم نتایجی به صورت تولید رضایت مندی، تولید اعتقاد، تولید اعتبار و تمکین به دست می آید. البته همچنان برخی کارشناسان عقیده دارند استفاده از رسانه ها در چارچوب قدرت نرم هنگامی مؤثر است که آن کشور از نظر نظامی و امنیتی قدرتمند بوده و از ابزار رسانه و قدرت نرم برای مشروعیت بخشی به اقداماتش و ایجاد جاذبه استفاده نماید. (Cherian, George Soft power: Media influence and its limits, 2016)

پس از فروپاشی شوروی که از درون صورت گرفت، ما شاهد انقلاب های مخملی در کشورهای تازه استقلال یافته بودیم، پس از آن در حوادث پس از انتخابات ایران در سال ۱۳۸۸ و جریانات موسوم به بهار عربی شاهد نقش بی بدلیل رسانه های جمعی در شکل دادن به ترجیحات جوامع مختلف و زور آزمایی رسانه های موافق و مخالف در شکل دادن به اعتراضات و شورش ها بودیم. از این جهت با توجه به گستره

بزرگ این حوادث همگی در چارچوب نظریه قدرت نرم قابل تحلیل است.

۳. واکاوی نقش رسانه‌ها:

امروزه رسانه‌ها از قابلیت تأثیرگذاری بالایی برخوردار هستند و به سادگی اما طی یک فرآیند پیچیده می‌توانند مخاطبان بی‌شماری را جذب خود نمایند. در واقع پیشرفت‌های حاصل در فنون اطلاع‌رسانی با فراهم آوردن تسهیلاتی در شبکه‌ی ارتباطات جهانی، مرزهای ملی را درنور دیده و بر سیاست عمومی و نگرش‌های خصوصی افراد اثر گذاشته است. امروزه میدان نبرد سیاست بین الملل از سطح جغرافیایی و فیزیکی به سطح فرهنگی و ارتباطی تغییر یافته است زیرا رسانه‌های مدرن نقشی اساسی در درک و تصویر سازی دارند. در نتیجه، (همانقدر که رسانه‌ها قدرتمند میشوند) ما به طور فزاینده‌ای از تجربه و واقعیت دور می‌شویم و بیش از حد به نمایش واقعیت وابسته می‌شویم که از طریق رسانه‌ها به ما می‌رسد. (Hamid Mowlana, The role of media in contemporary, 2015)

فضای رسانه‌ای جدید پویا است و به روش‌های جدید و گاه پیش‌بینی نشده، که عواقب جدی برای حاکمیت و سیاست‌های دموکراتیک دارد، ادامه می‌یابد. رسانه‌های جدید نحوه عملکرد نهادهای دولتی، نحوه ارتباط رهبران سیاسی، نحوه رقابت و انتخاب شهروندان را به طور اساسی تغییر داده‌اند. (E. Donald Briggs, Walter C, Syria, Press Framing 2017)

الف. کارکردهای رسانه:

از مهمترین کارکردهای رسانه می‌توان به خبرسازی و جریان‌سازی خبری، برجسته‌سازی و بزرگ‌نمایی موضوعات خبری، واقعیت‌سازی از طریق چارچوب‌سازی و سناریونویسی، ارائه تفسیر در جهت امتناع و ترغیب مخاطبان هر چه وسیع‌تر و ارائه انگاره‌های فرهنگی اشاره کرد. (مصطفوی و صفی، ۱۳۹۳: ۱۴۸-۱۴۹).

رسانه‌های جمعی به سه روش مرتبط به هم انگاره‌های فرهنگ را ارائه می‌کنند: ۱- آن‌ها توجه مردم را به معیارهای رفتار قابل قبول در جامعه و نحوه صحبت درباره‌ی آن‌ها جلب می‌کنند. رسانه‌ها به مخاطبان می‌گویند چه چیزی جذاب است و چه چیزی زیباست (به نحوی هنجارها و ناهنجاری‌ها را مشخص می‌کنند. ۲- رسانه‌های جمعی می‌گویند چه چیزی و چه چیزی در جهان اهمیت دارد و چرا؟ آن‌ها می‌گویند چه کسی مشهور است (از ستارگان سینما تا دانشمندان). ۳- رسانه‌های جمعی باعث می‌شوند افراد به ادراک از خود و ارتباط یا عدم ارتباط‌شان با یکدیگر برسند (بیچرانلو، ۱۳۹۵: ۶۹-۷۰).



ب. رسانه ابزار تداوم هژمونی:

در یک وضعیت ایده آل جهانی شدن فرهنگی هنگامی رخ می دهد که در یک فضای گفتگویی آزاد و صلح آمیز و به قول هابرماس زور و تزویر جوامع مختلف به تعامل پردازند و از یک سو الگوها و رویه های فرهنگی و اجتماعی کارآمدتر و مطبوع تر را شناسایی نمایند و از سوی دیگر آن ها را متناسب با شرایط فرهنگی و اجتماعی بومی خود به کار گیرند. اما آنچه در عمل قابل مشاهده بوده این است که رسانه های قدرتمند و انواع دانش ها و فناوری ها در اختیار قدرت های خاصی است که یک نوع فرهنگ را ترویج می دهند. این رسانه ها به جای آنکه به انعکاس فرهنگ های گوناگون پردازند به ترویج فرهنگ غربی با تأکید بر فرهنگ آمریکایی به عنوان فرهنگ جهانی می پردازند. تصادفی نیست که رستوران های مک دونالد و نوشابه های کوکاکولا به عنوان رویه های مشترک در سراسر جهان گسترش می یابند و تعداد رستوران های مک دونالد در یک کشور به منزله شاخص های جهانی شدن ارزیابی می شود (انتظاری، ۱۳۸۹: ۲۱۴-۲۱۵). مک نیر (Mcnaire 1998: 178).

نهادینه شدن و پذیرفته شدن هنجارها و ارزش های یک قدرت موجب هژمون شدن و همچنین بازتولید مداوم آن هژمونی می شود. در واقع آن عاملی که زمینه ساز سلطه همراه با رضایت یک دولت می شود، همین پذیرفته شدن، ترویج، نهادینه شدن و ملاک خیر و شر شدن هنجارها و ارزش هاست (آجیلی، ۱۳۸۹: ۱۲۱).

شواهد و قرائنی از برخی فرایندها، سیاست ها و تاکتیک ها در دست است که رسانه ها در بازتولید مداوم هژمونی نقش دارند که به برخی از آن ها می توان اشاره داشت.

- ۱- استثناء نمودن ایالات متحده آمریکا
- ۲- برجسته سازی و مهم شمردن ایالات متحده آمریکا
- ۳- ترویج هنجارها، نمادها و ارزش های آمریکایی
- ۴- القای منجی و معیار خیر بودن ایالات متحده
- ۵- مشروعیت بخشی به اقدامات ایالات متحده
- ۶- حاشیه رانی، تخریب و تضعیف دشمنان ایالات متحده
- ۷- عدم نقد بنیادین ایالات متحده (آجیلی، ۱۳۸۹: ۱۲۰-۱۲۹).

در واقع رسانه اصلی ترین ابزار اعمال قدرت نرم و حاکمیت نرم برای دولت هژمون محسوب شده و رسانه را به عنوان ابزاری جهت تحقق سیاست ها و اهداف هژمون و تداوم رضایتمندی از سلطه آن به شمار



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسات العالم الإسلامي
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش های بانی جهان اسلام

۱۸۰

سال یازدهم، شماره چهارم، زمستان ۱۴۰۰



می‌آید. قدرت نرم از طریق رسانه‌ها، حاکمیت سیاسی کشورها یعنی توان کنترل و نظارت بر مرزها و حق دولت‌ها برای تنظیم و اجرای قوانین در داخل مرزها را به چالش کشیده است و قدرت نرم به وسیله رسانه، مشروعیت دولت را از جانب شهروندان مورد سوال قرار می‌دهد و بدین طریق زمینه ظهور گرایش‌های گریز از مرکز را فراهم می‌سازد.

یکی از ملزومات کلیدی رهبری دنیا به شیوه نرم، بهره‌مندی از گیرایی و جذابیت‌های فرهنگی در سطح جهانی است. به عبارت دیگر هژمون باید از فرهنگ و ایدئولوژی غالبی برخوردار باشد که بتواند آن را در بازارهای همه جوامع عرضه نموده و تقاضای سلیق و ذائقه‌های گوناگون را به بهترین نحو برآورده سازد.

ج. رسانه و امپریالیسم فرهنگی:

در قرن نوزدهم یعنی در دوران استعمار اقتصادی غرب، جریان اطلاعات، فرآیندی محوری در رشد و استحکام به شمار می‌آمد. در این مقطع رسانه‌های کشورهای رو به توسعه و همین‌طور تکنولوژی، همگی دنباله‌روی سیاست‌های اقتصادی و متضمن ارزش‌ها و فرضیه‌هایی بودند که مالکان آن پدید می‌آوردند. هنگامی که برخی کشورهای رو به توسعه به استقلال رسیدند، به موضوع نفوذ رسانه‌های غرب بیش از پیش توجه شد، به گونه‌ای که در سال ۱۹۷۲، کنفرانس عمومی یونسکو، در اجلاسیه هفدهم، توجه خود را به شیوه‌های عملکرد رسانه‌های کشورهای ثروتمند دنیا معطوف کرد. شیوه‌هایی که به عقیده منتقدان، ابزار سلطه بر افکار عمومی جهان و منبع انحطاط فرهنگی و اخلاقی در جوامع بود. (قوام، ۱۳۸۲: ۷).

در فضای آکادمیک، اندیشمندانی نظیر هربرت شیلر و آلن ولز با طرح نظریه «امپریالیسم فرهنگی» عنوان کردند که احاطه رسانه‌ای کشورهای جهان سوم به وسیله قدرت‌های غربی، به تحمیل فرهنگ مسلط و از میان رفتن فرهنگ ملل زیر سلطه می‌انجامد. افزون بر این، اندیشمندانی نظیر «آنتونیو نگری»، و «مایکل هارت»، در اثر معروف خود که با عنوان امپراتوری، استدلال می‌کنند گونه جدیدی از حاکمیت یا امپراتوری جدید که تا حدود زیادی بر پایه ارزش‌های آمریکایی قرار دارد، تکوین یافته است. مهم‌ترین ابزار این امپراتوری برای استیلا نیز شبکه‌های ارتباطی به ویژه ماهواره و اینترنت به عنوان عالی‌ترین نمونه است (کاکاوند، ۱۳۸۰).

در این راستا و طبق نظریه امپریالیسم رسانه‌ای، موقعیت برتر دولت‌های صنعتی و بیش از همه، ایالات متحده آمریکا در تولید گسترش رسانه‌ها موجب پیدایش یک امپراتوری فرهنگی و از بین رفتن استقلال فرهنگی دولت‌های ضعیف می‌شود. شیلر، کارکرد امپریالیسم رسانه‌ای را «دست‌کاری در

مغزها و قلب‌ها» میداند و یورگن هابرماس آن را «تحمیل نیازهای اجتماعی» ارزیابی می‌کند. همچنین باید به این نکته توجه کرد ظهور غول‌های رسانه‌ای از طریق انتقال آسانتر و ارزان اخبار و اطلاعات باعث تغییر سیاست‌های جنگ اطلاعاتی در میان قدرت‌ها شده است. دخالت رسانه‌ها در روابط بین‌الملل به معنی وابستگی متقابل و بهره‌برداری متقابل بین رسانه‌ها و سیاست است.

(Filiz Coban, The Role of the Media in International Relations, 2016)

امپریالیسم فرهنگی، تحت پوشش دفاع از آزادی فردی و فردگرایی، پیوندهای اجتماعی را در هم می‌ریزد و ذهن افراد را از طریق رسانه‌ها تغییر شکل می‌دهد و در راستای دستیابی به منافع خود به کار می‌گیرد. امپریالیسم فرهنگی می‌کوشد با توسل به ابزارهای رسانه‌ای، با تخریب و تقبیح ارزش‌ها و آرمان‌های مورد احترام جوامع هدف هنگام ترویج و تبلیغ جذابیت‌های فرهنگی خود و پنهان ساختن جنبه‌های منفی، ناپسند و ناعادلانه آن، به نفوذ، اثرگذاری و تسلط هرچه بیشتر بر ساختارهای سیاسی و اقتصادی آن جوامع دست یابد. آنچه با عنوان اشاعه شیوه زندگی آمریکایی در برنامه سیاست خارجی ایالات متحده تعقیب می‌شود، در این راستا قابل ارزیابی است (کاکاوند، ۱۳۸۰).

۴. قدرت نرم ایالات متحده آمریکا:

ایالات متحده آمریکا به عنوان مهم‌ترین و تأثیرگذارترین بازیگر نظام بین‌الملل پس از جنگ دوم جهانی، همواره در صحنه بین‌الملل حضوری مبتنی بر یک استراتژی کلان مدرن داشته است. تصمیم‌سازان ایالات متحده از ابتدای پیدایش این کشور وجوه نرم قدرت را در راستای توانمندی‌های خود لحاظ کرده‌اند. لذا آمریکای پس از جنگ سرد از چنان قدرت برخوردار شده بود که می‌توانست تبدیل به یک جریان‌ساز مهم رسانه‌ای شود و مخاطبان بیشماری را با خود همراه سازد و بدین ترتیب سیاست‌های خود را پیش ببرد. در واقع قدرت نرم این اجازه را به آمریکایی‌ها داده است که به اقدامات خود در اقصی نقاط مختلف جهان مشروعیت دهد و از خود یک چهره مثبت و خیرخواه نزد جهانیان بر جای بگذارد و به تصویر بکشد.

بر این اساس آمریکا درصدد است که با گسترش و اشاعه قدرت نرم خود از طریق رسانه‌های دیداری و شنیداری که به تمامه اهداف دولت‌های آمریکایی را مخابره کرده و به ذهن مخاطبان می‌نشانند، به سه هدف ارتقای میزان مشروعیت نظام سیاسی در عرصه بین‌الملل، حفظ پرستیژ بین‌المللی و در نهایت مدیریت و جهت‌دهی به افکار عمومی در راستای تثبیت ساختار هژمونیک خود نائل آید.



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسات العالم الإسلامي
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های بانی جهان اسلام

۱۸۲

سال یازدهم، شماره چهارم، زمستان ۱۴۰۰



فصلنامه علمی - پژوهشی
مجموعه دراست العالم الاسلامی
پژوهشهای بنیادی جهان اسلام

همان گونه که اشاره شد، قدرت نرم به تعبیر نای، توانمندی رسیدن به مطالبات ذهنی و عینی از طریق جذب دیگران است. براساس تعریف مذکور، فرهنگ، دیپلماسی مشارکت چندجانبه جهانی و رشد و پیشرفت اقتصادی از جمله مهم ترین عوامل ارتقای قدرت نرم می باشد. فرهنگ نیز مجموعه ای از ارزش های و هنجارهایی است که هویت یک جامعه را تشکیل می دهد. اگر ارزش های فرهنگی دارای مشروعیت جهانی باشد، قدرت نرم نیز ارتقا می یابد. ارزش های سیاسی دربرگیرنده نوع رفتار یک حکومت در داخل و خارج است. موفقیت الگوی سیستم حکومتی، همکاری با نهادهای بین المللی و عملکرد موفق دموکراسی همه نشان از جاذبه ارزش های سیاسی دارد. بر همین اساس، «کمسیون قدرت هوشمند» در مرکز مطالعات استراتژیک و بین المللی در سال ۲۰۰۷ و به ریاست مشترک جوزف نای و ریچارد آرمیتاژ، معاون وزیر خارجه آمریکا (۲۰۰۱ - ۲۰۰۵) به پنج اولویت سیاست خارجی ایالات متحده در این زمینه اشاره نموده است:

(۱) ایجاد و احیای دوباره ائتلاف ها، اتحادها و نهادهای بین المللی؛

(۲) توجه به توسعه جهانی به عنوان یکی از مهم ترین اولویت ها در راستای ایجاد هماهنگی بین اصول سیاست خارجی با منافع مردم سراسر جهان؛ برای مثال، سرمایه گذاری روی آموزش و سلامتی مردم مناطق کمتر توسعه یافته می تواند راه کار مناسبیت برای شروع باشد؛

(۳) تمرکز بر شیوه های دیپلماسی عمومی نوین که به جای پخش یک سو به برنامه های رادیو و تلویزیونی بر گفت وگوهای متقارن دو سو به، آموزش، برنامه های مبادله فرهنگی و جامعه مدنی به خصوص برای جوانان جامعه هدف مبتنی است؛

(۴) هم گرایی اقتصادی و ادامه مشارکت در اقتصاد جهانی؛

(۵) توجه بیشتر به تامین امنیت انرژی و تغییرات جوی؛ زیرا این دو مقوله به کالاهای عمومی بسیار مهمی در جهان سیاست تبدیل شده اند.

در کل می توان گفت سازمان دهی، هماهنگی، بودجه، توانمندی های رهبری و شیوه هماهنگ رفتار جهانی نقش بسیار مهمی در دستیابی به اهداف مذکور دارد. (ماه پیشانیان، ۱۳۹۲: ۱۰).

در همین رابطه، نای عنوان می دارد اگر اصول سیاست خارجی آمریکا مبتنی بر تشویق صلح جهانی و حقوق بشر باشد می تواند ترجیحات ذهنی دیگران را شکل دهد. در چنین فضایی، ارزش ها و هنجارهای فرهنگی این کشور می توانند از طریق راه کارهایی همچون دیپلماسی عمومی و مبادلات فرهنگی اشاعه داده شوند.

۵. اهداف آمریکا از افزایش قدرت نرم:

قدرت نرم در جامعه‌ی هدف به دنبال دستیابی به اهدافی است که از این طریق منافع گروه‌های کاربر آن را تأمین یا بهینه سازد و از سوی دیگر منافع گروه‌های رقیب یا متعارض را کمینه سازد (سنجابی شیرازی، ۱۳۸۹: ۱۲۰-۱۲۱) که در ذیل برخی از راه‌هایی که در قدرت نرم به این منظور به کار می‌رود نام برده می‌شود:

ایجاد تغییر در اعتقادات و باورها (عسگری، ۱۳۸۹: ۶۵-۷۰). ایجاد تغییر در افکار و اندیشه‌ها (فدوی بنده‌قرانی و گرامیان، ۱۳۹۰: ۷۸). ایجاد تغییر در رفتار و ایجاد تغییر در ساختار سیاسی که هدف نهایی در قدرت نرم علیه یک ملت، همین ایجاد تغییر و دگرگونی در ساختارهای سیاسی آن جامعه و جایگزین ساختارهای جدید می‌باشد (نای، ۱۳۷۸: ۱۱۳). در واقع اهداف ذکر شده در یک فرآیند و به صورت خطی دنبال می‌گردد. با ایجاد تغییر در باورها و رفتارهای یک جامعه، به صورت طبیعی مدل رفتارهای حمایتی از ساختار سیاسی موجود تغییر پیدا کرده و مدل‌های چالشی جایگزین آن می‌شود. در یک جامعه، مردم در شرایطی با نظام سیاسی خود به چالش بر می‌خیزند که دیگر آن را مشروع ندانند و از نظر آنان مسئولان سیاسی مقبولیت خود را از دست داده باشند. بنابراین مشروعیت‌زدایی و مقبولیت‌زدایی برای ایجاد بحران، ناآرامی و بی‌ثبات‌سازی در جامعه هدف، از کارویژه‌های اصلی جنگ نرم به حساب می‌آید.

۶. ظرفیت‌ها و توانمندی‌های آمریکا در قدرت نرم:

ایالات متحده در حالی به جنگ جهانی اول وارد می‌شود و در شرایطی به انزواگرایی خود در قاره آمریکا پایان می‌دهد که ظرفیت‌های متعددی چه از حیث تئوریک و چه از حیث ابزاری برای کسب قدرت نرم تدارک دیده است. (گلشن‌پژوه، ۱۳۸۷: ۶۸) و امروز از طریق قهرمانان هالیوودی همچون ابرقهرمانان، ارتش شکست‌ناپذیر امریکایی، فضانوردانی که در فیلم‌ها پرچم آمریکا را بر سیارات جدید نصب می‌کنند و همان استراتژی را با قدرت بیشتر ادامه می‌دهند.

این نوع عملکرد ایالات متحده در حضور جهانی خود، بیانگر درک جایگاه و اهمیت قدرت نرم در کسب و حفظ قدرت در نظام بین‌الملل است و نشان می‌دهد توفیق آمریکا را در بین‌الملل‌گرایی قرن بیستم، تا حدی می‌توان، در جاگذاری درست و دقیق توانمندی‌های قدرت نرم در طراحی کلی استراتژی کلان دانست.

با ظهور ماهواره‌ها و رشد اینترنت و شبکه‌های تلویزیونی اینترنتی شاهد قدرت گرفتن شبکه‌های



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسات العالم الاسلامي
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های بانی جهان اسلام

۱۸۴

سال یازدهم، شماره چهارم، زمستان ۱۴۰۰



فصلنامه علمی-پژوهشی
پژوهش‌های بنیادی جهان اسلام

اجتماعی در بافت قدرت هستیم. در دنیای مدرن مردم اغلب به دنبال مسایل پیچیده سیاست خارجی از طریق رسانه‌های جدید و اجتماعی هستند، که می‌تواند قدرت اطلاعات را تقویت کند و اهمیت توجه به آن را افزایش دهد. در این زمینه، فضای رسانه‌ای آزاد به خصوص در کشورهایی که دموکراسی و رای گیری در آنجا حاکم است در معرض نفوذ خارجی است در حالی که فضای بسته نسبتاً بسته رسانه‌ای غیر دموکراسی روش‌های کارآمدی را برای این دولت‌ها برای ارتقای بقای رژیم فراهم می‌کند. (Sarah Kreps, Social Media and International Relations, 2020) از این منظر رسانه‌ها در اثرگذاری کشورها بر جوامع دیگر سعی در اثرگذاری در سیاست‌های کشورهای دیگر را دارند. قدرت رسانه‌های جدید علی‌الخصوص شبکه‌های اجتماعی در ایجاد جوامع توده‌وار یا وارونه جلوه دادن حقیقت به قدری بالا و تاثیرگذار است که حتی خود کارشناسان آمریکایی درباره عدم کنترل بر آنها خصوصاً در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در سال ۲۰۲۰ هشدار دادند. (Miles parks, Social Media Usage Is At An All-Time High, 2020)

باید به این نکته توجه داشت با توجه به پایه‌گذاری شبکه‌های اجتماعی همچون اینستاگرام، فیسبوک، یوتیوب و ... در ایالات متحده آمریکا و کنترل کامل این رسانه‌ها توسط ایالات متحده، این شبکه‌های اجتماعی فرصت بسیار خوبی را برای استفاده در اختیار ایالات متحده قرار خواهد داد.

باید دانست آمریکایی‌ها بصورت هدفمند از رسانه‌ها در جهت افزایش قدرت نرم خویش استفاده می‌کنند تا از به چالش کشیده شدن فرهنگ لیبرال دموکراسی توسط فرهنگ‌های رقیب محافظت کنند. آنها با استفاده از رسانه‌ها به حضور نظامی خود در مناطق مختلف جهان مشروعیت می‌بخشند. گسترش رسانه‌های آمریکایی در هر نقطه از جهان باعث شده است که دولتمردان آمریکایی حکومت‌های کشورهای مختلف را مجاب کنند که برای امنیت خود نیاز مبرمی به آمریکا دارند. نمونه بارز آن کشورهای حاشیه خلیج فارس است که آمریکا به بهانه جلوگیری از تهدیدهای دروغین امنیتی ایران در منطقه خاورمیانه در هر گوشه از خاک این کشورها، چایگاه نظامی احداث کرده و آنها را با خود همراه ساخته است. این گونه تصویرسازی از ایران در قالب پروژه ایران‌هراسی به واسطه رسانه‌ها شکل گرفته است و رسانه‌ها در این زمینه نقشی بسیار ایفا کرده‌اند.

امریکایی‌ها از طریق رسانه‌ها سعی در تجویز یک سبک زندگی و حکومت خاص برای جهانیان دارند. رسانه‌های آمریکایی اینگونه القا می‌کنند که فقط یک الگو برای کشورها وجود دارد و آنها پیروی از الگوی غربی است. به ویژه در زمینه توسعه و مباحث مربوط به سیاست و اجتماع مانند حقوق بشر و

یا حق آزادی، کشورهای دیگر را تحقیر کرده و با برنامه‌های خود سعی در وادار کردن سیاستمداران این کشورها در پیروی از الگوی غربی می‌کنند. نمونه بارز آن می‌تواند ارائه مباحث حقوق بشر برای کشورهای اسلامی باشد که به نظر رسانه‌ها و دولتمردان آمریکایی حقوق بشر در اینگونه کشورها نقض شده و انسان‌ها به اسارت گرفته می‌شوند.

سیاستمداران آمریکایی هرزمان احساس می‌کنند برای پیشبرد برنامه‌های سیاست خارجی خود در داخل مشروعیت نداشته و موجه نیستند، روی به رسانه‌ها و تولیدات آنها می‌آورند. به عنوان نمونه برای حضور در عراق و افغانستان، نوع نگاه غالب در جامعه آمریکا به پدیده جنگ و استفاده ابزاری از تسلیحات نظامی، منفی بوده و رسانه‌ها با ترسیم و ترویج چهره‌ای خشن و عقب مانده از این دو کشور سعی کردند اینگونه القا کنند که آمریکا برای نجات کشورشان و پیشرفت عراق و افغانستان در آنجا حضور می‌یابد.

بررسی روش‌های مختلف عملیات روانی نظام رسانه‌ای غرب علیه بخشی از جهان و بطور مشخص جهان اسلام و البته ایران مؤید این است که بیشتر این تکنیک‌ها تاثیرات درازمدت دارند و در سطحی گسترده و راهبردی اجرا می‌شوند.

امریکایی‌ها سعی می‌کنند از طریق گسترش جذابیت‌های آمریکایی. (نای، ۱۳۸۹: ۴۶) ایجاد دشمن فرضی در رسانه‌ها (که مقدمه چینی برای دخالت نظامی و سیاسی در دیگر کشورها به حساب می‌آید) (جنیدی، ۱۳۸۶، مقاله روزنامه قدس)، اهریمن سازی از دشمنان و ایجاد تفرقه میان ملل مختلف (الیاسی، ۱۳۸۵، فصلنامه عملیات روانی) آرمان و هدف آمریکا را در یک مقیاس بزرگ «آرمان همه بشر» معرفی کنند. چنین تعبیری را بوش پس از تحولات ۱۱ سپتامبر این گونه اعلام کرد: هر که با ما نیست علیه ماست. (ژناروید، ۱۳۸۰: ۱۹۹).

همچنین ایالات متحده با توسل به قدرت رسانه‌ها و هدایت معنادار جریان رسانه، اخبار، هالیود و سانسور سازمان یافته در شبکه‌های اجتماعی (همچون ممنوع کردن نام و تصویر شهید قاسم سلیمانی در شبکه‌های اجتماعی) (Isobel Cockerell, ۲۰۲۰) در حال شکل دادن و جهت دادن افکار عمومی جهان در موضوعاتی چون تروریسم، القای ابرقدرتی آمریکا، اسلام هراسی و گسترش فرهنگ لیبرال دموکراسی است.

۷. ایالات متحده آمریکا و جنگ نرم (نمونه موردی ایران)

در سال ۱۹۴۳ در هنگام برگزاری کنفرانس تهران کارت پستالهایی با نقوش مینیاتوری در تهران پخش



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های بانی جهان اسلام
جمعیت ترانس آلمانی اسلامی

۱۸۶

سال یازدهم، شماره چهارم، زمستان ۱۴۰۰



فصلنامه علمی-پژوهشی
پژوهش‌های بنیادی جهان اسلام

شد در آنها سعی شده بود نبرد میان متفقین و نیروهای محور را در قالب داستان فریدون و ضحاک ترسیم نماید. که در آن روزولت، استالین و چرچیل بعنوان سه سردار ایرانی شاهنامه به جنگ هیتلر که در قامت ضحاک به تصویر کشیده شده است می‌روند. (هیتلر مار بر دوش / military) شاید این حادثه اولین اقدام نرم ایالات متحده و متحدانش برای نفوذ به ذهن مردم ایران و بهره‌برداری از آن بود. اما جنگ نرم پس از جنگ جهانی دوم رونق یافت. پس از وقوع انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۳۵۷ تحول عمیقی در روابط ایران و آمریکا انجام گرفت. ایالات متحده آمریکا که مهمترین بازیگر عرصه سیاست خارجی ایران بود به یکباره حذف و کشور ایران بعنوان بزرگترین متحد آمریکا در خاورمیانه به یکباره به بزرگترین منتقد و دشمن شماره یک ایالات متحده در خاورمیانه بدل شد. بلافاصله پس از پیروزی انقلاب اسلامی، بخشی فارسی رادیو صدای آمریکا در آوریل ۱۹۷۹ ابتدا با هدف جهت‌دهی به انقلاب ایران و در پی ناکامی، با هدف مقابله با انقلاب اسلامی و به چالش کشیدن آن راه‌اندازی شد. صدای آمریکا یکی از ابزارهای دولت آمریکا به منظور تاثیرگذاری بر مخاطبان خارجی و افزایش عمق نفوذ سیاست خارجی آمریکا در کشورهای هدف است. (Wimbush et al, 2015: 9).

انقلاب اسلامی ایران بعنوان انقلابی که به شرق و غرب منتسب نبود با شعار نه غربی نه شرقی می‌توانست به الگویی مناسب برای کشورهایی که سالها تحت سلطه غرب و شرق بودند تبدیل گردد. آمریکایی‌ها انقلاب اسلامی را در تضاد منافع خود دیدند ابتدا سعی کردند با تحریک و حمایت از رژیم بعث عراق با تکیه بر قدرت سخت از شر انقلاب ایران خلاص شوند. پس از شکست نقشه آمریکا در نابود کردن انقلاب اسلامی از طریق روشهای نظامی هم‌زمان دورویکرد مالی (تحریم‌های بین‌المللی) و جنگ نرم علیه جمهوری اسلامی ایران مورد توجه سیاستمداران آمریکایی قرار گرفت. وقوع حوادث مشکوک ۱۱ سپتامبر در ایالات متحده آمریکا نقطه عطفی در شدت گرفتن جنگ نرم ایالات متحده علیه ایران بود به طوری که جرج بوش رئیس‌جمهور ایالات متحده از ایران بعنوان یکی از دشمنان اصلی آمریکا و یکی از اعضای محور شرارت نام برد.

پس از حوادث ۱۱ سپتامبر، پردازان آمریکایی همچون فوکویاما و هانتینگتون اعلام کردند که اسلام تنها نظام فرهنگی است که مدرنیته و نظام لیبرال دموکراسی غربی را تهدید می‌کند. (حمید بخشایی). بررسی نظریه پایان تاریخ در اندیشه فوکویاما/ (۱۳۹۶) دکترین امنیت ملی آمریکا در سال ۲۰۰۲ خواهان جنگ نظامی با کشورهایی مانند کره شمالی و ایران شد؛ اما در همین سند در سال ۲۰۰۶ از مقابله نظامی حرفی زده نشد بلکه بیشترین تاکید آن بر جنبه‌های نرم افزاری برخورد است تا جنگ سخت.



در واقع مقامات امریکایی معتقد بودند با استفاده از شیوه های جنگ نرم می توانند با اثر گذاری بر مردم ایران، جمهوری اسلامی را از درون دچار فروپاشی نمایند.

امریکایی ها برنامه های زیر را جهت کنترل، تضعیف و مهار ایران در پیش گرفتند:

تضعیف شرایط اقتصادی ایران؛ حمله گسترده به افکار عمومی و تغییر در نگرش مردم نسبت به ارزش های انقلاب اسلامی، جلوگیری از عدم دستیابی ایران به تکنولوژی پیشرفته هسته ای؛ دامن زدن به تعارض و شکاف در حاکمیت جمهوری اسلامی ایران، افزایش فشارهای سیاسی و نظامی، دامن زدن به جنگ رسانه ای علیه ایران و ایجاد موج ایران هراسی در جهان.

همانطور که پیداست یکی از مهمترین ابزار امریکایی ها در برخورد با ایران در کنار تهدیدات و اقدامات خرابکارانه امنیتی نظامی و جنگ اقتصادی، رسانه بوده است. امریکایی ها سعی کرده اند از طریق رسانه های جمعی و جنگ نرم و تکنیک های رسانه ای از مشروعیت جمهوری اسلامی در درون ایران و خارج از کشور کاسته و بر مشروعیت خود در ضدیت با نظام ایران بیفزایند. دولت های مختلف در آمریکا با مطرح کردن هلال شیعی خطرناک نشان دادن جمهوری اسلامی ایران برای کشورهای عربی و اهل تسنن و ایجاد شکاف های قومی و فرقه ای بین کشورها و اقوام مختلف خاورمیانه اقدام کردند. استراتژیستهای آمریکا بهترین ابزار برای تقویت قدرت نرم آمریکا در مناطق مختلف جهان را استفاده از رادیو و تلویزیون و شبکه های اجتماعی و هالیود می دانند. سینمای هالیوود در جامعه پذیری سیاسی و انتقال معیارهای امریکایی از نسلی به نسل دیگر، نقش بسیار مهمی ایفا کرده است. (حسینی، ۱۳۹۱: ۱۵۹).

آنها با استفاده از ظرفیت های رسانه ای قدرتمندی که به سبب تکنولوژی و منابع مالی گسترده در اختیار دارند جنگ نرم همه جانبه ای را علیه جمهوری اسلامی ایران هدایت می کنند.

مهمترین موضوعاتی که هدف این جنگ رسانه ای قرار گرفته است به شرح زیر است.

الف. ولایت فقیه بعنوان رکن اصلی جمهوری اسلامی ایران

ایالات متحده کوشیده است از طریق سایت ها، رادیو، ماهواره، شبکه اجتماعی و ... به تضعیف جایگاه رهبری در ایران دست بزند. پوشش گسترده هرگونه حواشی کوچک در حوزه جایگاه رهبری ایران و تبدیل آن به چالشی بزرگ یا نسبت دادن همه اتفاق ها (وقایع بد و ناکارآمدی ها) در ایران و خاورمیانه به تصمیمات جایگاه رهبری یکی از این شگردهای رسانه ایست. در واقع بسیاری از اخبار و تحلیل هایی که صدای آمریکا و رسانه های تحت پوشش ایالات متحده در انتقاد به رویدادها و اتفاقات جمهوری

اسلامی ایران مطرح میکند، هیچ ارتباط مستقیمی با مقام معظم رهبری ندارد. با این حال، این رسانه ها تلاش کرده اند تا جهت انتقادات و تخریب خود را متوجه ایشان نیز بکنند.

ب. تزریق ناامیدی و سیاه نمایی از وضعیت :

ایالات متحده امریکا همواره تلاش کرده است از طریق نفوذ به برخی مدعیان داخلی، شبکه های اجتماعی؛ رادیو و رسانه های تحت حمایت خود همچون شبکه های ماهواره ای اوضاع و احوال ایران را پریشان نشان داده و با سیاه نمایی از آینده کشور ناامیدی در کشور رارواج دهد. برجسته کردن تصاویر منفی و قاب بندی های اعتراض آمیز منجر به خلق تصاویر و مفاهیمی شده است که تداعی گر یک بازنمایی معترضانه است. حمایت از فیلم های سینمایی که در ایران ساخته شده و در پس آن سیاه نمایی از اوضاع کشور است و به وضع موجود اعتراض دارند در جشنواره های خارجی و اهدا جایزه به آنها، به نوعی مشوق تولید فیلم هایی در این ژانر و سبک است.

ج. دامن زدن به اختلافات قومی و دینی و شکاف های طبقاتی:

ایالات متحده کوشیده است از طریق برخی عناصر ناآگاه یا خود فروخته داخلی، شبکه های اجتماعی و رسانه های تحت امرش با توجه بیش از حد به موضوعات قومی از هر اتفاقی یک بحران امنیتی ساخته تا حکومت مرکزی ایران را تضعیف نماید.

د. از بین بردن عمق استراتژیک ایران :

رسانه های امریکایی از دو سو تلاش می کنند تا از عمق استراتژیک ایران که ضامن امنیت و ثبات این سرزمین است بکاهند. این رسانه ها کوشیده اند با انتقاد از مجموعه های زیر نظر جایگاه رهبری همچون سپاه پاسداران تضمین امنیت ایران از طریق حفظ عمق استراتژیک را محکوم کرده و به نوعی آن را به بلندپروازی های حاکمیت ایران نسبت دهند. از سوی دیگر در کشورهایی همچون سوریه و عراق و یمن به جنگ رسانه ای علیه ایران دست بزنند و به مردم آن کشورها ایران هراسی را غالب گردانند.

هـ. منجی سازی از امریکا:

ایالات متحده که خود از طریق جنگ نظامی و برقراری رژیم تحریم های بین المللی بزرگترین جنایات را علیه مردم ایران مرتکب شده است از طریق رسانه ها جای ظالم و مظلوم را عوض کرده و عامل این تحریم ها رفتار ایران معرفی می کند. آنها در رسانه ها سردمداران امریکا را دوستان مردم ایران معرفی کرده که خواهان آزادی و پیشرفت ایران می باشند. آن رسانه ها امریکا را ابرقدرتی مهربان معرفی کرده که با دوستی با آن کشور می توان یک روزه ده صدساله توسعه و پیشرفت و امنیت را طی کرد.



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعیت دراست العالم الاسلامی
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش های بنیادی جهان اسلام

۸. نتیجه گیری:

هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش رسانه‌های دیداری و شنیداری در افزایش قدرت نرم ایالات متحده آمریکا بود که سوال پژوهش ناظر بر چگونگی آن بوده و در مقام پاسخ، عنوان نمودیم که رسانه‌های دیداری و شنیداری با تأثیرگذاری بر ذهن و فکر و تسخیر قلوب مردم مناطق جهان منجر به افزایش قدرت نرم ایالات متحده آمریکا می‌شود. بنابراین رسانه‌هایی که در ایالات متحده آمریکا مشغول فعالیت هستند و یا اینکه به نحوی در سایر کشورها، از سیاست‌های این کشور دنباله‌روی می‌کنند، در افزایش قدرت نرم آمریکا تأثیر دوچندانی گذاشته و به آن کمک کرده‌اند.

رسانه‌های تحت اختیار دولت ایالات متحده آمریکا با قدرت ویژه‌ای در صدد تأثیرگذاری بر مردم جهان از طرق روش‌های مختلفی هستند که این امر به صورت خودآگاه و از قبل برنامه‌ریزی شده‌ای منجر به افزایش قدرت نرم آمریکا می‌شود چرا که این رسانه‌ها ابزاری سودمند و مفید برای دولت این کشور محسوب می‌شوند و از توانایی بالایی در جذب مخاطب برخوردار هستند. نیروی برانگیزنده و هدایت‌شونده در این رسانه‌ها به دولت‌ها خصوصاً ایالات متحده آمریکا این قدرت و اختیار را می‌دهد تا مردم سایر کشورها را ابتدا به سوی برنامه‌های متنوع آن رسانه‌ها کشانده و از نفوذ پذیری آنها کمال استفاده را ببرند و ارزش‌های آمریکایی و سیاست‌های مد نظر خود را به مخاطبان خود تزریق نماید. همچنین دامنه و گستره رسانه‌های آمریکایی در سراسر جهان پخش شده و هر شبکه رسانه‌ای در چندین کشور، به ویژه‌ای در کشورهای هدف به زبان محلی شعبه خود را راه‌اندازی نموده است. پر واضح است که هدف از گسترش این رسانه‌ها در پهنه‌ی جهان، چیزی جز افزایش قدرت نرم آمریکا نیست و این رسانه‌ها به صورت هدفمند در صدد ایفای نقش اصلی خود برآمده‌اند.

می‌توان گفت مهم‌ترین هدف آمریکا از گسترش این رسانه‌ها در جهت افزایش قدرت نرم خود، پیشبرد سیاست خارجی و ترویج ارزش‌های آمریکایی مانند لیبرالیسم است تا کشورها را به یک شکل درآورده و نظام سیاسی و بافت اجتماعی آنها را شبیه خود نماید. از این رو، ساده‌ترین راه برای دنبال‌روی از این سیاست نفوذ بر اذهان، افکار و قلوب مردم جهان است تا ذهنیت آنها را آماده کرده و به صورت نرم‌افزاری اقدام به این امر نماید. برای آمریکایی‌ها دموکراسی یک ارزش و بهانه اساسی برای جوامع به شمار می‌رود که هر جا نیاز ببینند کشورها را وادار به استقرار دموکراسی در آنجا می‌کنند. رسانه‌ها نیز بر طبل آن کوبیده و با پخش برنامه‌های متنوع سعی می‌کنند دموکراسی را برای فشار بر جوامع غیرغربی و نوعاً متضاد با آمریکا نهادینه نمایند.



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association

فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های بانی جهان اسلام

۱۹۰

سال یازدهم، شماره چهارم، زمستان ۱۴۰۰

آمریکا به دنبال هژمون‌گرایی فرهنگی خود در برابر کشورهایی است که در مقابله با این هژمون‌گرایی به مبارزه برخاسته‌اند و آن را پذیرا نیستند. از این رو، از فحوای رسانه‌های آمریکا چنین بر می‌آید که برخورداری از جذابیت فرهنگی و توانایی اشاعه آن، چنان قدرت عظیمی را جهت اعمال قدرت نرم و غیرمستقیم بر جهان و هدایت افکار عمومی به سردمداران آمریکا می‌بخشد که خصوصاً در فضای جدید محیط بین‌الملل، ده‌ها برابر با ارزش‌تر از اهرم‌های نظامی و اقتصادی محسوب می‌شود. لذا اینک باید فرهنگ جهانی ایالات متحده را دوشادوش موارد دیگری چون توانمندی بسیار بالای نظامی و اقتصادی، پیشتازی در حوزه‌های علمی و تکنیکی، رژیم‌های لیبرالی و مرکزیت برای ارتباطات فراملی در شمار منابع عمده مولد قدرت این بازیگر بزرگ قلمداد کنیم. آمریکا به منظور پیروی از سیاست‌ها و برنامه‌های آتی خود برای ابرقدرت ماندن در جهان، تنها داشتن قدرت سخت برای آن کشور کفایت نمی‌کند، بلکه امروزه قدرت نرم در کنار آن ضروری به نظر می‌رسد. به همین جهت است که دولتمردان آمریکایی از رسانه‌ها حمایت همه‌جانبه به عمل می‌آورند تا به قدرت این کشور خدشه‌ای وارد نیاید. همچنین ایالات متحده از طریق جنگ نرم و ابزارهایی که در اختیار دارد سعی در اثرگذاری در جوامع کشورهای رقیب دارد که یکی از مهمترین آنها ایران است. آمریکایی‌ها با توسل به جنگ سرد در تلاش هستند با اثرگذاری در فکر و ذهن مردم ایران خواسته‌ها و اهداف خود را تبدیل به خواسته مردم کنند تا با فشار از داخل سبب تضعیف و نابودی جمهوری اسلامی ایران شوند. سیاه‌نمایی، قوم‌گرایی، تزریق یاس در جامعه تنها بخشی از این تکنیک‌های رسانه‌ای هستند که توسط رسانه‌های آنها مدام برای مردم ایران تکرار می‌شوند.



منابع:

- آجیلی، هادی (۱۳۸۹)، نقش رسانه‌ها در بازتولید هژمونی ایالات متحده آمریکا، فصلنامه پژوهش سیاست، شماره ۳۰.
- ابراهیمی خوسفی، منصور (۱۳۸۶)، جنگ نرم ۴، تهران: ابرار معاصر
- ایزدی، فواد و سقای بی ریا، حکیمه. "تحلیل گفتمان سرمقاله های روزنامه های برجسته آمریکایی درباره برنامه هسته ای ایران." فصلنامه وسایل ارتباط جمعی رسانه (فصلنامه رسانه) ۱۹، ۱ (۱۳۸۷): ۱۰۱-۱۲۶.
- بخشایشی، حمید و سینا صالحی. بررسی نظریه پایان تاریخ در اندیشه فوکویاما، پژوهش ملل، بهمن ۱۳۹۶ شماره ۲۶
- الیاسی، محمد حسین (۱۳۸۵)، عملیات روانی ضدشورشگری سپاه در بحران کردستان (دهه ۶۰)، تهران، فصلنامه عملیات روانی، سال سوم، شماره ۱۲
- انتظاری، اردشیر (۱۳۸۹)، قطبی شدن به منزله جایگزینی برای جهانی شدن، فصلنامه حقوق و سیاست دانشگاه علامه طباطبائی، شماره ۳۰.
- بیچرانلو عبدالله. "سنجش ذائقه شنیداری ایرانیان." تهران: پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات، ۱۳۹۵
- پوراحمدی، حسین (۱۳۸۹)، قدرت نرم و سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، قم: نشر مؤسسه بوستان کتاب.
- جنیدی، رضا، (۱۳۸۶)، پیش شرط تعلیق؛ چرا! نگاهی به مزیت های سیاست دشمن سازی آمریکا، مشهد، روزنامه قدس، شماره ۵۵۳۸
- حسینی، سید مجید (۱۳۹۱)، فیلم و تحول در فرهنگ سیاسی، فصلنامه سیاست، مجله حقوق و علوم سیاسی، دوره ۴۲، شماره ۱
- خانی، محمد حسن (۱۳۸۴) دیپلماسی فرهنگی و جایگاه آن در سیاست خارجی کشورها، دانش سیاسی پاییز و زمستان ۱۳۸۴ شماره ۲
- خرازی آذر، رها (۱۳۹۳)، دیپلماسی رسانه‌ای، چالش‌ها و تعاملات رسانه‌ها و دستگاه‌های دیپلماتیک، مجله رسانه، شماره ۹۵، صص ۴۷ تا ۶۸.
- ژناروید، اتوتایل و آگنیو، (۱۳۸۰)، ژئوپلیتیک و گفتمان؛ استدلال عملی ژئوپلیتیک در سیاست خارجی امریکا، ترجمه محمد رضا حافظ نیا و نصیری، مجموعه مقالات اندیشه های ژئوپلیتیک در قرن بیستم، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
- زورق، محمدحسن، (۱۳۷۲)، مبانی تبلیغ، تهران، انتشارات سروش.
- دهقانی فیروز آبادی، سید جلال، فناوری‌های قدرت در جنگ نرم، دوره ۱۴، شماره ۵۱، بهار ۱۳۹۰، صفحه ۵-۳۰
- عسگری، محمود (۱۳۸۹)، رویکرد انتقادی به نظریه قدرت نرم، فصلنامه راهبرد دفاعی، سال هشتم، شماره ۲۸، صص ۶۱ تا ۸۸.
- عیوضی، محمدرحیم؛ پارسا، مونا (۱۳۹۲)، الگوی تحلیلی قدرت نرم و سیاست بین‌الملل، دوفصلنامه مطالعات قدرت نرم، سال سوم، شماره نهم، پاییز و زمستان، صص ۹۹ تا ۱۱۲.
- کاکاوند، عباس (۱۳۸۰)، چارچوب امنیت خارجی، روزنامه رسالت.
- سلطانی فر، محمد (۱۳۸۵)، حقوق بین‌الملل، رسانه‌ها، صلح و امنیت بین‌الملل، مطالعات سایبر ژورنالیسم، دانشگاه آزاد



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام

۱۹۲

سال یازدهم، شماره چهارم، زمستان ۱۴۰۰

اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.

سنجانی شیرازی، جانبخش (۱۳۸۹)، مفهوم‌شناسی و تبارشناسی قدرت و جنگ نرم، فصلنامه سیاستگذاری سیاسی، دفاعی و امنیتی، سال اول، شماره دوم، صص ۱۲۰ تا ۱۵۶).

فدوی‌بنده قرانی، حمد؛ گرامیان، سعیدالسادات (۱۳۹۰)، تحول ماهیت قدرت نرم در دوره پسامدرن، فصلنامه مطالعات قدرت نرم، سال اول، پیش شماره سوم، پاییز، صص ۷۷ تا ۱۰۴.

قوام، عبدالعلی (۱۳۸۲)، اصول سیاست خارجی و سیاست بین‌الملل، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

ماه‌پیشانیان، مهسا (۱۳۹۲)، چالش‌های قدرت نرم آمریکا، فصلنامه مطالعات منطقه‌ای، بهار، شماره ۴۸، صص ۱ تا ۳۶.
مصطفوی، سید محمد حسن؛ صفی، سید محمد؛ علل تحولات فرهنگ مصرف محصولات شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای در ایران با اشاره به نقش سرمایه‌ی اجتماعی، مجله: رسانه «تابستان ۱۳۹۴ - شماره ۹۹ علمی-ترویجی/ISC (۳۴) صفحه - از ۱۴۱ تا ۱۷۴)

مهدی‌زاده، محمد، (۱۳۸۷)، رسانه‌ها و بازنمایی، تهران، نشر دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
نای، جوزف (۱۳۸۹)، آموزش عالی، فرهنگ عامه و قدرت نرم، ترجمه محسن روحانی، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
نای، جوزف، (۱۳۸۷)، رهبری و قدرت هوشمند، ترجمه محمودرضا گلشن‌پژوه و الهام شوشتری‌زاده، تهران، ابرار معاصر.
/20/20/20/20/20/8404140264/https://www.farsnews.ir/news

منابع لاتین:

- Cherian George, (2016) Soft power: Media influence and its limits, ugust 2016 Media Asia 43(2):1-7
- E. Donald Briggs, Walter C. Soderlund, and Tom Pierre Najem, (2017) Syria, Press Framing, and the Responsibility to Protect (Waterloo, Canada: Wilfrid Laurier Press, 2017), 14.
- Filiz Coban the role of Media in International Relations: From the CNN Effect to the Al-Jazeera Effect, (2016) Journal of International Relations and Foreign Policy
- Hamid Mowlana, The role of media in contemporary international relations: culture and politics at the crossroads, (2015) Pages 84-96
- Isobel Cockerell, Instagram shuts down Iranian accounts after Soleimani's death, 10 JANUARY, 2020
- <https://www.codastory.com/authoritarian-tech/instagram-iran-soleimani/>
- McNair, B. (1998) the Sociology of Journalism, London: Arnold.



فصلنامه علمی-پژوهشی
پژوهش‌های بنیادی جهان اسلام

۱۹۳

واکاوی نقش رسانه‌ها در افزایش قدرت نرم ایالات متحده آمریکا

-Miles parks,(2020), Social Media Usage Is At An All-Time High. That Could Mean A Nightmare For Democracy, <https://www.npr.org/2020/05/27/860369744/social-media-usage-is-at-an-all-time-high-that-could-mean-a-nightmare-for-democr>

<http://www.military.ir/forums/topic/21467->

Sarah Kreps,(2020) Social Media and International Relations,(2020) Publisher: Cambridge University Press,July 2020,

Office of the Historian, Foreign Service Institute

United States Department of State. <https://history.state.gov/milestones/1937-1945/tehran-conf>

DOI: ۱۰.۲۱۸۵۹/priw-۱۱۰۴۰۸

به این مقاله این گونه ارجاع دهید:

ابوالقاسمی، میثم؛ عسگرخانی، ابومحمد؛ مرادی، مریم؛ صلاحی، سهراب (۱۴۰۰)، «واکاوی نقش رسانه‌ها در افزایش قدرت نرم ایالات متحده آمریکا (نمونه موردی ایران)» فصلنامه پژوهشهای سیاسی جهان اسلام، س ۱۱، ش ۴، زمستان ۱۴۰۰، صص ۱۹۴-۱۷۵.



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهشهای سیاسی جهان اسلام

۱۹۴

سال یازدهم، شماره چهارم، زمستان ۱۴۰۰