



## جنگ نرم و شمشیر دولبه رسانه‌های غرب

گفت‌وگو با دکتر فؤاد ایزدی، عضو هیئت علمی دانشکده مطالعات جهان

### اشاره

تفاوت ظریفی است میان دیپلماسی عمومی و جنگ نرم. دیپلماسی عمومی، یعنی تلاش برای نفوذ در افکار عمومی کشور مخاطب. دیپلماسی عمومی به‌خودی‌خود چیز بدی نیست، اما زمانی که کشوری بخواهد با ابزارهای رسانه‌ای و فرهنگی سیاست خارجی خود را - که گاه سیاست‌های خصمانه‌ای نیز هست - پیش ببرد، [دیپلماسی عمومی] به هجمه فرهنگی و جنگ نرم علیه یک کشور تبدیل می‌شود. در تمامی ۳۳ سالی که از انقلاب اسلامی ایران می‌گذرد، آمریکا و کشورهای اروپایی برای تحریف چهره انقلاب و ایران از هیچ کوششی فروگذار نکرده‌اند. در تمامی این مدت بنگاه‌های خبرپراکنی غرب، اخباری تقطیع‌شده و تحریف‌شده از ایران و انقلاب ایران به افکار عمومی دنیا ارائه دادند. بررسی نوع تعامل رسانه‌های غربی با انقلاب ایران و نحوه مواجهه ایران با رویکردهای رسانه‌ای غرب، بهانه‌ای شد برای گفت‌وگو با فؤاد ایزدی. گفت‌وگو با ایزدی به آن دلیل مناسب دیده شد که وی با حضوری طولانی در آمریکا می‌توانست تصویری ملموس‌تر از سیاست‌های رسانه‌ای غرب و آمریکا علیه ایران را در ۳۳ سال گذشته به‌دست دهد. این گفت‌وگو زمانی انجام شده است که رئیس‌جمهوری آمریکا برای ارائه گزارشی از نحوه هزینه‌کرد بودجه ۵۰ میلیون دلاری مقابله با ایران به کنگره رفته بود.

● اگر بخواهیم نحوه مراجعه غرب با انقلاب را در ۳۳ سال گذشته بررسی کنیم، به سیری از تحولات می‌رسیم که شامل حمله به طبس، جنگ هشت‌ساله، اعمال تحریم‌های اقتصادی و بالاخره جنگ رسانه‌ای است. چرا جنس مقابله آمریکا مدام در حال تغییر است؟

■ بحث جنگ رسانه‌ای و جنگ نرم در همان روزهای اول انقلاب و شاید قبل از پیروزی انقلاب مطرح بوده است. عبارت «جنگ نرم» نسبتاً جدید است، اما کارهایی که آمریکایی‌ها و برخی کشورهای اروپایی در این حوزه در مواجهه با انقلاب انجام داده‌اند، جدید نیست. تلاش آمریکا برای نفوذ در افکار عمومی ایران، اتفاقی نو نیست. قبل از انقلاب، هم رادیو BBC و هم رادیو صدای آمریکا علیه انقلاب و با هدف تأثیرگذاری در افکار عمومی جهت‌گیری داشتند. اینها زیرمجموعه مباحث دیپلماسی عمومی محسوب می‌شود. این دیپلماسی عمومی اگر در رابطه با ایران صورت بگیرد و منبع آن آمریکا باشد، بیشتر جنبه تقابلی و براندازی دارد. جنگ رسانه‌ای آمریکا علیه ایران برمی‌گردد به سال‌های قبل از انقلاب که آمریکایی‌ها به یقین می‌دانستند که انقلاب در ایران در حال پیروزی است. این رویکرد و این جنگ رسانه‌ای در همان اوایل انقلاب فقط از طرف آمریکا نبود؛ انگلیس و رسانه‌هایش هم نقش داشتند. حتی در سال‌های منتهی به انقلاب، رسانه‌های فرانسوی به دلیل اقامت امام(ره) در نوفل‌لوشاتو بیشترین اخبار را از انقلاب ارائه می‌دادند. پس از انقلاب هم ائتلافی از رسانه‌های انگلیس، فرانسه و آمریکا و چند کشور دیگر علیه ایران شکل گرفت. فکر می‌کنید دلیل اصلی این اتفاق چه بود؟ آیا آنها انقلاب ایران را تهدید می‌دیدند؟ رویکرد رسانه‌ای بلوک شرق در این باره چه بود؟

دولت‌ها با پخش رادیو و تلویزیون‌های برون‌مرزی، تأثیرگذاری بر مخاطب خارجی

را مدنظر دارند. تعریف دیپلماسی عمومی همین است. در دیپلماسی سنتی، رابطه دولت‌ها با یکدیگر بررسی می‌شود، اما در دیپلماسی عمومی بر رابطه دولت با مردم کشورهای هدف، توجه داریم.

آمریکا در مواجهه با انقلاب، صدای آمریکا و انگلیس هم BBC را داشت. کشورهای دیگر هم نسبت به مسائل ایران بی‌تفاوت نبودند و رادیوهایی را راه‌اندازی کردند. فرانسه، روسیه، چین و حتی رژیم صهیونیستی نیز بخش فارسی داشتند. محتوای برنامه این رادیوها براساس رابطه جمهوری اسلامی با دولت‌ها تعریف می‌شد؛ به‌نحوی که اگر رابطه ایران و چین خوب بود، خیلی از مسائل غیرواقعی منعکس نمی‌شد. بحث دیپلماسی عمومی البته منحصر به کشورهای غربی نیست. در صداوسیما و برخی خبرگزاری‌ها، بخش برون‌مرزی و غیرفارسی وجود دارد. زمانی که حضرت امام(ره) در همان روزهای ابتدای پیروزی نهضت، بحث صدور انقلاب را مطرح کردند، به همین تعریف نفوذ در افکار عمومی کشورهای مختلف توجه داشتند. پس دیپلماسی عمومی به‌خودی‌خود چیز بدی نیست، اما زمانی تبدیل به جنگ نرم می‌شود که سیاست‌های خارجی یک کشور که گاه سیاست‌های خصمانه‌ای نیز هست، با ابزارهای رسانه‌ای و فرهنگی، پیش برود؛ مثلاً آمریکایی‌ها تصمیم می‌گیرند حکومت جمهوری اسلامی را سرنگون کنند، در این صورت به رسانه‌ها و مراکز فرهنگی خودشان روی می‌آورند و سعی می‌کنند افرادی را در داخل ایران شناسایی و یارگیری کنند تا با استفاده از منابع مالی که دارند، بتوانند اهداف سیاسی خودشان را با ابزارهای رسانه‌ای و فرهنگی پیش ببرند.

● اگر بخواهیم دیپلماسی عمومی غرب علیه ایران و دیپلماسی ایران درباره غرب را به‌ویژه در سال‌های پس از انقلاب بررسی کنیم، کدام یک بیشتر به اهداف خود رسیده‌اند؟ ابزارهای فرهنگی و رسانه‌ای ایران

تا چه حد قوت مقابله با ابزارهای غربی را داشته‌اند؟

■ هر کشوری می‌خواهد خود را در استفاده از دیپلماسی عمومی موفق قلمداد کند. گزارش‌های اخیر که اوپاما به کنگره داد، حاوی اعداد و ارقامی از افزایش تعداد مخاطبان رسانه‌های وابسته آمریکا بود. به صورت ساختار اداری، مراکز دولتی چه در آمریکا و چه در ایران، برای جذب بودجه و امکانات بیشتر دوست دارند کار خود را موفق جلوه دهند. ایران در آمریکا و کشورهای غربی ظرفیت حضور مسلمانان و انتقاد داخلی از سیاست دولت‌های استکباری را دارد. این جمعیت نوعی احساس همدردی با کشورهایی که به آنها تعرض شده است دارند، حال چه تعرض نظامی باشد یا تعرض رسانه‌ای که

### دولت‌ها با پخش

### رادیو و تلویزیون‌های

### برون‌مرزی، تأثیرگذاری

### بر مخاطب خارجی را

### مدنظر دارند. تعریف

### دیپلماسی عمومی همین

### است. در دیپلماسی

### سنتی، رابطه دولت‌ها با

### یکدیگر بررسی می‌شود،

### اما در دیپلماسی عمومی

### بر رابطه دولت با مردم

### کشورهای هدف، توجه

### داریم.

ایران هم نمونه‌ای از آنهاست. پس ایران چه در کشورهای اروپایی و چه در کشورهای آمریکایی قدرت نرم قابل توجهی دارد. این قدرت نرم به خاطر پیام انقلاب اسلامی است. نمی‌توان گفت که چه کسی در این تقابل فرهنگی واقعاً موفق‌تر و برنده بوده است. آنچه می‌توان گفت این است که

آنچه می‌توان گفت این است که جنگ، جنگی جدی است و هر دو طرف تلاش می‌کنند که نتیجه آن را خوب ببینند. با توجه به اینکه جمهوری اسلامی حرف حق می‌زند و حرف حق آسان‌تر از زور و فشار پذیرفته می‌شود، به این دلیل، جلوس است.

جنگ، جنگی جدی است و هر دو طرف تلاش می‌کنند که نتیجه آن را خوب ببینند. با توجه به اینکه جمهوری اسلامی حرف حق می‌زند و حرف حق آسان‌تر از زور و فشار پذیرفته می‌شود، به این دلیل، جلوس است.

● شاید برای افکار عمومی اینگونه برداشت شود که ما عقب هستیم. عده‌ای می‌گویند گرایش نسل جوان به ارزش‌ها و سنت‌های انقلاب کمتر و فرار مغزها بیشتر شده و به همان نسبت غرب‌گرایی افزایش یافته است.

■ من این را قبول ندارم. در مقابل ریزش‌هایی که در بخشی از جوانان و نخبگان وجود داشته است، رویش‌های خوبی هم داشته‌ایم. افراد زیادی هستند که به اصول انقلاب اسلامی و مکتب اسلام پایبندند و تعدادشان نسبت به قبل از انقلاب خیلی بیشتر شده است. فراموش نکنیم در همین تهران سرک‌وچه‌های ما مشروب‌فروشی بود و بسیاری از مشکلات اخلاقی به صورتی باز در سطح جامعه دیده می‌شد. برخی از مفاسد اجتماعی الآن هم وجود دارد، اما در خفا و این نکته خیلی مهم است. اگر شما فساد را در جامعه علنی کردید، تبلیغ منفی می‌شود و این نوع تبلیغ در جهت هجمه فرهنگی غرب است. به برکت جمهوری اسلامی این اهرم

تبلیغ از دشمن گرفته شده است.

نکته دوم در پاسخ به این سؤال این است که همه جای ایران، تهران نیست و غربی‌ها این را درک نکرده‌اند. به این معنا که فکر می‌کنند ایران یعنی شمال تهران، یا شمال غرب تهران و بر اساس همین دیدگاه وانمود می‌کنند که مردم ایران از دین جدا شده‌اند، اما می‌بینید یک دفعه انتخاباتی برگزار می‌شود و فردی که بحث اصولگرایی را در کشور مطرح می‌کند، با رأی بالا انتخاب می‌شود. به نظرسنجی‌ها نگاه کنید.

به عنوان مثال شرکت زاگبی، که شرکتی آمریکایی است، چندی پیش یک نظرسنجی در ایران انجام داد. یکی از سؤال‌هایی که در این نظرسنجی مطرح شده بود این بود که آیا می‌خواهید وضعیت فعلی جامعه شما بیشتر مذهبی شود، به همین حالت باقی بماند، یا کمتر مذهبی شود؟ درصد بالایی خواستار بیشتر مذهبی شدن جامعه بودند. رتبه بعد متعلق به کسانی بود که خواستار وضعیت فعلی بودند و افرادی که می‌خواستند جامعه کمتر مذهبی شود حدود ۱۵٪ جامعه را تشکیل می‌دادند و در اقلیت بودند. این نظرسنجی در کل کشور انجام شده بود. در این پیمایش سن افراد هم پرسیده شده بود و نکته جالب این بود، افرادی که جوان‌تر بودند معتقد بودند که جامعه باید اسلامی‌تر شود؛ یعنی برخلاف تبلیغاتی که غربی‌ها می‌کنند و می‌گویند جوان‌های ایرانی از اسلام و انقلاب روی گردانند، نظرسنجی‌های علمی داخل کشور یا شرکت‌های بین‌المللی نشان می‌دهد که اکثر جوانان ما برخلاف آنچه آمریکایی‌ها تبلیغ می‌کنند، اسلامی‌بودن ایران را باور دارند.

● پس می‌توان گفت که اگر نظرسنجی‌ها درست است، در اقناع افکار عمومی داخلی کم‌کاری داشته‌ایم؟ یعنی اگر تلاش‌های اقناعی هم صورت گرفته است، متمرکز بر خارج از مرزهای کشور بوده است نه در داخل کشور؟

■ البته در خارج کشور هم ضعیف است،

اما در بسیاری از موارد مدیریت اتفاقات و حوادث دست ما نیست. دین خدا را خدا حفظ می‌کند. ما وظیفه داریم که در این زمینه فعال باشیم و دولت هم وظیفه دارد بودجه بگذارد و هزینه کند. درست است که ما ضعف‌هایی در مسائل فرهنگی داشتیم، اما سیاه و سفید هم نیست. اینگونه نیست که همه سیاه یا سفید باشند. فکر می‌کنم جمهوری اسلامی باید به سمتی برود که مقولات فرهنگی از حالت دولتی خارج شوند. تبلیغات اسلامی و ترویج فرهنگ مناسب باید به حوزه‌هایی واگذار شود که به طور سنتی این کار را انجام می‌دهند.

● می‌توان گفت رسانه‌های آمریکا و غرب تلاششان بر تخریب چهره و انقلاب و اسلام بوده است؛ یعنی به همان نسبتی که غرب از این دو مقوله به‌عنوان تهدید استفاده می‌کند، به نظرم ما از آنها به‌عنوان فرصت استفاده نکرده‌ایم. ضعف در کدام بخش کار است؟

■ غرب تا حدودی در اقناع افکار عمومی خودش و بخش‌هایی از جهان موفق بوده است، چرا که توانسته در مناطق غیرمسلمان، چهره‌ای غیرواقعی از اسلام ارائه دهد. اما این مسئله باعث می‌شود که چهره‌شان در داخل کشورهای اسلامی به‌شدت مخدوش شود. کاری که اوپاما در سال‌های گذشته می‌خواست انجام بدهد این بود که سعی می‌کرد چهره مخدوش آمریکا در جوامع اسلامی را کمی ترمیم کند. خودشان هم به این آسیب واقف هستند.

● در واقع سفر اوپاما به مصر و ترکیه و بازدید از مساجد این کشورها در جهت ترمیم آن نگاه منفی جوامع اسلامی به این کشورها بود؟

■ در همین راستا بود. اما آمریکا یک مشکل دارد و آن مشکل، رژیم صهیونیستی است. به خاطر ساختار سیاسی نمی‌توانند رابطه‌شان را با رژیم صهیونیستی قطع کنند. در ساختار سیاسی آمریکا، پول حرف اول را می‌زند. حضور رژیم صهیونیستی در این سیستم

سرمایه‌داری بسیار بالا و تأثیرگذار است. به صورت سنتی در آمریکا اینگونه جا افتاده است که اگر کسی می‌خواهد در سیاست به جایی برسد، باید به شدت طرفدار این رژیم باشد. از نماینده مجلس ایالتی گرفته تا رئیس‌جمهوری می‌بینید، وقتی مسئله رژیم صهیونیستی در میان است افراد بسیار شبیه هم صحبت می‌کنند. لذا اواما از یک طرف به مصر و ترکیه می‌رود و از طرف دیگر رژیم صهیونیستی جنایت‌هایی را در غزه انجام می‌دهد و تمامی با بخش عمده‌ای از تلاش دیپلماسی عمومی دولت آمریکا را نقش بر آب می‌کند.

● **انقلاب ایران به خاطر شکل و محتوای خود این ظرفیت را داشت که بر افکار عمومی دنیا تأثیرگذار باشد. شما اشاره کردید که مقامات سیاسی آمریکا درباره رژیم صهیونیستی اختلاف نظر ندارند، اما ما وقتی درباره صدور انقلاب و کم و کیف آن بحث می‌کنیم، اختلاف نظرها مشهود می‌شود تا جایی که عده‌ای آن را مترادف جهاد و در معنای عام، جنگ تلقی می‌کنند. به نظر می‌رسد امروز اگر از انقلاب اسلامی ایران در دنیا بحث می‌شود، به خاطر خاصیت ذاتی آن بوده است نه تلاش‌های رسانه‌ای ما.**

■ باید بگویم موفقیت جمهوری اسلامی بسیار پایین‌تر از آن چیزی بوده که می‌توانست باشد و یک مشکلی همین دولتی بودن برخی از این فعالیت‌های فرهنگی است. پیام انقلاب اسلامی جذابیت بالایی دارد. وقتی ماجرای مک‌فارلین افشا شد، افسر ارشد آمریکایی برای جوابگویی به کنگره دعوت شد. در آنجا از وی سؤال شد که چرا پیگیر مسئله ایران بودید؟ وی که به کشورهای زیادی سفر کرده بود، گفت: «من عکس آیت‌الله خمینی [ره] را در دورترین دهات فیلیپین دیدم و همان عکس را در دورافتاده‌ترین دهات نیجریه هم دیدم. یعنی از جنوب شرق آسیا بگیرد تا غرب آفریقا، نفوذ حضرت امام (ره) به

گونه‌ای بود که پیام و عکس ایشان جذابیت بالایی داشت.» بخشی از این اتفاق‌ها از قضا به دلیل هجمه رسانه‌های غربی علیه امام خمینی (ره) و انقلاب ایران بود و مسلمان‌ها متوجه می‌شدند که این فردی است که به نمایندگی از آنها در مقابل غرب مقاومت می‌کند و این یکی از دلایل محبوبیت ایشان بود. ما نباید خیلی در رابطه با صدور و عرضه افکار انقلاب مشکل داشته باشیم. این مبحث بسیار متفاوت از تروریسم است که رسانه‌های غرب القا می‌کنند. حضرت امام (ره) همان زمانی که بحث صدور انقلاب را مطرح کردند، فرمودند که هدف و مقصود، لشکرکشی به کشورها نیست، بلکه انقلاب مقوله‌ای فرهنگی و اعتقادی است که هیچ ربطی به بحث‌های نظامی ندارد.

● **از این به بعد برای تقویت جبهه فرهنگی چه باید کرد؟**

■ مهندسی فرهنگی بحث مهمی است. ما هم از نظر علمی و آکادمیک باید به این مسئله توجه کنیم و هم در مقوله‌های کاربردی باید به سمتی برویم که مخاطب خودمان را بیشتر بشناسیم. معمولاً اولین و مهم‌ترین بحثی که در علم ارتباطات مطرح می‌شود، مسئله «مخاطب‌شناسی» است. نکته دومی که باید بدان توجه شود این است که «مقبولیت» خودمان را هم باید در نظر بگیریم؛ یعنی دوگانگی در سیاست‌هایمان نباشد. موضوعی را تبلیغ نکنیم که خودمان اجرا نمی‌کنیم. باید مخاطبان ما چه در داخل و چه خارج از کشور به این نتیجه برسند که ما واقعاً به آن شعارهایی که می‌دهیم، معتقد هستیم. اگر حرف‌های ما متفاوت از عمل ما باشد، هیچ‌گاه تبلیغات ما مفید نخواهد بود. اگر به مخاطب‌شناسی و Credibility به معنای وجهه درست، توجه کنیم، فکر می‌کنم تأثیر فعالیت‌های فرهنگی بالاتر می‌رود.

گفت‌وگو برگرفته از منبع زیر است:

خردنامه همشهری (ویژه‌نامه پایداری)، شماره ۶۲، آبان ۱۳۸۹: ۲۶-۲۴.