

راهکارهای مواجهه رسانه‌های جمهوری اسلامی ایران با سلطه رسانه‌های آمریکا در آمریکای جنوبی

کمال اکبری*

یعقوب حاجی پور**

چکیده

ایالات متحده در راستای اهداف استثماری خود در آمریکای جنوبی به دنبال سلطه رسانه‌ای، فرهنگی و سیاسی است. جمهوری اسلامی نیز بر اساس اهداف متعالی و هماهنگ با ملت‌ها و دولت‌های منطقه در پی مقابله با نفوذ رسانه‌ای و تربیت نیروهایی با تفکر انقلابی است. سؤال اصلی پژوهش این است که برای صدور انقلاب اسلامی و مقابله با آمریکا در آمریکای جنوبی، نظام جمهوری اسلامی چه راهبردها و راهکارهای رسانه‌ای بکار گرفته است؟ محققان از طریق روش مصاحبه با کارشناسان رسانه‌ای، سیاسی و دیپلمات در منطقه آمریکای جنوبی این مسیر را پیموده‌اند و دریافته‌اند که توجه به دوری جغرافیایی و حس ناسیونالیستی فعال در این منطقه، صدور یا تقویت گفتمان با مدیریت از دور، گزینه مناسبی است. برای این راهبرد تقویت گروه‌های سیاسی ضدآمریکایی به وسیله رسانه، بیان اهداف استعماری ایالات متحده در قالب تولیدات رسانه‌ای، تولید محتوا از سرگذشت و تاریخ چپاول ایالات متحده در این منطقه، تولید محتوا برای بازگرداندن اعتماد به نفس ملی، برندسازی افراد مخالف با سیاست‌های ایالات متحده و شبکه‌سازی گروه‌های مخالف جهت انتشار تولیدات رسانه‌ای، پیشنهاد کارشناسان می‌باشد.

واژگان کلیدی

راهبرد، نفوذ، آمریکای جنوبی، صدور انقلاب، رسانه.

۱. طرح مسئله

با گسترش وسایل ارتباطی و فراگیر شدن ابزارهای رسانه‌ای، نفوذ استراتژی حکومت‌های قدرتمند در کشورهای ضعیف‌تر و استفاده از ظرفیت‌های رسانه برای پیش بردن اهداف نظامی و سیاسی بیشتر و بیشتر شد. موفقیت برخی کشورها بر رقبایشان با بهره‌گیری از ابزار رسانه‌ای مانند پیروزی آمریکا بر شوروی در جنگ سرد که منجر به تجزیه شوروی و به تفسیر غربی‌ها باعث شکل‌گیری جهان تک‌قطبی شد، همگان را به قدرت نفوذ رسانه‌ای واقف ساخت.

بعد از انقلاب اسلامی ایران، امام خمینی با ایدئولوژی صدور انقلاب به تمام دنیا، نقشه‌ای جدید را برای حرکت ترسیم نمود. مخالفت با قدرت شرق و غرب، قطب جدیدی را متولد کرد که هدفش تزریق و تقویت تفکر ایستادگی و مقاومت در برابر قدرت‌های ظالم بود. بدون شک این شعار، توجه مردمانی که با مفهوم ایستادگی میدان تجربه مشترکی داشتند را بیش از پیش می‌توانست جلب کند. سابقه مبارزه ضد امپریالیسمی در ایران و آمریکای جنوبی می‌توانست، یک حامی تمام‌قد برای جمهوری اسلامی ایران، آن‌هم در نزدیکی ایالات متحده بسازد، به‌عنوان مثال قیام‌های ضداستعماری میرزا کوچک خان در ایران با قیام‌های ژنرال ماسائو در کوبا و قیام زاپاتا در مکزیک تقریباً هم‌زمان بوده است. این نکته نشان‌دهنده این است که ایران و آمریکای لاتین پیشینه‌ای طولانی در امر مبارزه با استعمار دارند. (توکلی، ۱۳۸۸: ۴۳)

یک مزاحم قوی در این منطقه برای جمهوری اسلامی وجود دارد و آن رسانه‌های آمریکایی است که چه از نظر تعداد شبکه‌ها و چه از نظر ظرفیت تولید، با رسانه‌های ایرانی قابل مقایسه نیستند، اما دخالت و غرض‌ورزی‌های ایالات متحده در این منطقه و لمس استعمارگری از جانب عامه مردم، سخنان و اخبار ارسالی از طرف ایران را باورپذیرتر کرده است. براساس این حضور رسانه‌ای نیازمند داشتن راهبرد و راهکار لازم برای خنثی کردن اقدامات ایالات متحده و ایجاد جبهه فعال در مقابل هستیم که این مقاله این موضوع را پی خواهد گرفت.

۲. تعریف مفاهیم

۱-۲. نفوذ

نفوذ در لغت به معنای درگذشتن است (دهخدا، ۱۳۴۵: مدخل نفوذ) و در اصطلاح رویکرد و مجموعه اقداماتی است که به‌منظور تأمین کامل اهداف کشور مبدأ به روشی آسان‌تر از جنگ و یا حداقل زمینه‌سازی تهدید، تسهیل و تسریع پیروزی بر کشورهای هدف صورت می‌گیرد.

۲-۲. رسانه

تمامی وسایل ارتباطی هستند که در سطحی وسیع، به انتشار اخبار، اطلاعات، آراء و نظرات، آموزش، تبلیغات عملیات روانی و ... می‌پردازند و به وسیله آن‌ها انتقال پیام به توده‌ها ممکن می‌شود. (ریاحی، ۱۳۹۰: ۸۲)

۳-۲. نفوذ رسانه‌ای

گرچه واژه نفوذ در رسانه به مفهوم تأثیر است و معنای منفی ندارد اما در کاربرد مصطلح به صورت منفی و از دیرباز در مفهوم منفی به کاررفته است. استفاده از رسانه در راه تضعیف کشور هدف و بهره‌گیری از وسایل ارتباط جمعی و ظرفیت آن برای ایجاد خلل در باور مردم کشور هدف را نفوذ رسانه‌ای می‌گویند. نفوذ رسانه‌ای که همان جنگ نرم است از طرف نظریه‌پردازان به عنوان انقلابی که می‌تواند مبانی قدرت را جابجا کند معرفی می‌شود. (رضاییان، ۱۳۸۹: ۲۸)

۴-۲. آمریکای جنوبی

آمریکای جنوبی در نیم‌کره غربی زمین است و اکثر مساحت آن در نیم‌کره جنوبی واقع شده است، از سمت غرب به اقیانوس آرام، از سمت شمال و شرق به اقیانوس اطلس محدود می‌شود. گستره آمریکای جنوبی از شمال کلمبیا تا جنوب شیلی می‌باشد.

۵-۲. راهبرد

کلمه استراتژی مترادف راهبرد است. تعریف ساده راهبرد مجموعه راه‌های رسیدن به هدف است راهبرد در سطح برنامه‌ریزی و مدیریت کلان است. (انوری، ۱۳۹۳: ۱۱)

۶-۲. راهکار

کلمه‌ای است که از دو واژه راه به اضافه کار تشکیل شده است. این کلمه به معنای پاسخ، جواب و راه‌حل است. راهکار در سطح فرد و شیوه اجرایی می‌باشد؛ و یک سطح پایین‌تر از راهبرد قرار می‌گیرد. (انوری، ۱۳۹۳: ۳۶۷)

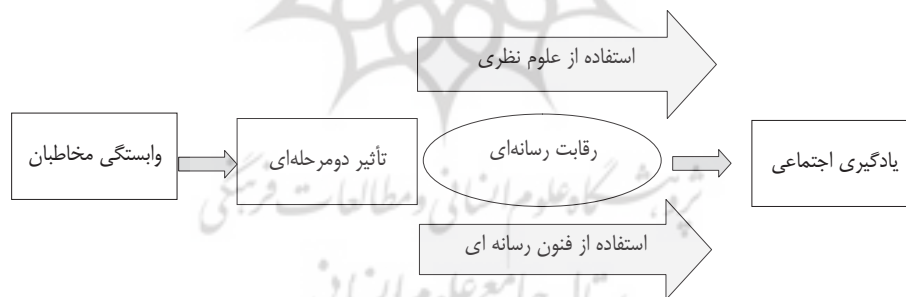
۳. چارچوب مفهومی و روش تحقیق

در این پژوهش به کمک نظریه تأثیر دومرحله‌ای، یک چارچوب مفهومی خلق شده است که چگونگی

نفوذ و تأثیر، با آن مدل بررسی می‌شود. هرچند که در این پژوهش نظریه دومرحله‌ای پایه و اساس است اما از نظریه‌های دیگر مانند نفوذ و اقناع و یادگیری اجتماعی نیز استفاده می‌شود و مانند چارچوب نظری، این تحقیق محصور در یک نظریه نیست.

باتوجه به این‌که یادگیری و مشاهده، لزوماً به تغییر رفتار منجر نمی‌شود و ممکن است در مرحله شناخت باقی بماند. در مرحله انتهایی این یادگیری، این آموزه‌ها در حوزه رفتار مورد استفاده قرار می‌گیرند تا الگوی مشاهده شده تا مرحله عمل نیز کشیده شده باشد. (باندورا،^۱ ۱۳۷۴: ۸۹ - ۳۳)

مخاطبان با توجه به نیاز اجتماعی، برای کسب اطلاعات به رسانه‌ها روی می‌آورند. رسانه‌ها پیام‌های خود را از طریق رهبران فکری همسو منتشر می‌کنند. به این معنا که محتوای تولیدی رسانه‌ها توسط رهبران افکار تأیید می‌گردد. در این مرحله توجه به نیاز مخاطب که دلیل اولیه گرایش افراد به رسانه است از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. به این معنا که اگر مخاطب پاسخ نیاز خود را از تولیدات این رسانه دریافت نکرد این رسانه رقابت رسانه‌ای را از رقبای خود باخته است و به سرعت رسانه‌های رقیب جایگزین رسانه ناموفق می‌شود. رسانه‌ها با بهره‌گیری از فنون رسانه‌ای و شناخت جامعه هدف، روانشناسی مخاطبان و ارتقاء کیفیت تولید در رقابت رسانه‌ای خود را نشان می‌دهند و با بهره‌گیری از فنون اقناع و نفوذ در نقش معلم مخاطبان، باعث یادگیری اجتماعی مخاطبان می‌گردند. مدل ترسیمی آن به شکل زیر است.



این پژوهش با تلفیق روش تحقیق اسنادی و مصاحبه صورت گرفت و سپس با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون اطلاعات، دسته‌بندی گردید. در انتخاب کارشناسان چندین ویژگی به شرح ذیل لحاظ شد:

۱. آشنایی با منطقه آمریکای لاتین؛
۲. مسلط به رسانه و کار رسانه‌ای؛
۳. آشنایی و فهم ایدئولوژی جمهوری اسلامی.

راهکارهای مواجهه رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران با سلطه رسانه‌ای آمریکا در آمریکای جنوبی □ ۲۰۱

ابتدا یافته‌های منابع اسنادی و سپس نتایج حاصل از مصاحبه نیمه ساخت‌یافته با کارشناسان مربوطه بررسی شده است.

۴. شرایط و ظرفیت آمریکای جنوبی

برای بررسی راه‌های ارسال پیام و مقابله با پارازیت پیام‌های مخالف، لازم است ابتدا شناخت مختصری از این جغرافیا داشته باشیم.

۱-۴. نژاد

بومیان اصلی منطقه آمریکای جنوبی سرخ‌پوست هستند که به قبیله‌های گوناگون با فرهنگ‌های متفاوت تقسیم می‌شوند. نیاز به نیروی کار در این منطقه و سرازیر شدن سیاهان آفریقایی به این جغرافیا که بردگان اروپاییان بودند، باعث تغییر نژاد در این خطه و پیدایش نژادهای متنوع دیگر شد. طبق این بیان، در حال حاضر سه نژاد اصلی سرخ‌پوست بومی، سفیدپوست اروپایی و سیاه‌پوست آفریقایی و برخی نژادهای مهاجر مثل عرب‌های لبنان در این منطقه وجود دارد و چند نژاد فرعی دیگر که حاصل ترکیب این سه نژاد باهم هستند نیز شکل گرفته‌اند. (گراسی،^۱ ۱۳۵۷: ۶۱-۲۳)

۲-۴. منابع طبیعی

کشورهای آمریکای جنوبی دارای منابع و معادن طبیعی متنوعی هستند؛ آرژانتین و مکزیک منابعی مانند نفت و گاز، برزیل معادن و کشورهای مثل پرو و بولیوی از آمریکای جنوبی طلا، شیلی معادن مس، کلمبیا طلا و زمرد و قهوه و ونزوئلا دارای منابع طبیعی مثل نفت، طلا و گاز است. (ساعی، ۱۳۹۴: ۱۸۶)

۳-۴. نظام سیاسی و نگاه دیپلماسی

با توجه به زبان رسمی کشورهای آمریکای لاتین به راحتی می‌توان درک کرد که کشورهای این قاره توسط پرتغال، انگلیس، اسپانیا و فرانسه مستعمره شده‌اند و نفوذ استعمار تا حدی بوده که در هفده کشور، زبان اسپانیایی و در دوازده کشور، زبان انگلیسی رسمی است. زبان پرتغالی در کشور برزیل، زبان رسمی است، اما این نکته قابل توجه است که وسیع‌ترین، پرجمعیت‌ترین و غنی‌ترین کشور این قاره می‌باشد. (حمیدی‌نیا، ۱۳۹۳: ۱۳۹-۱۳۸)

هرچند توجه خاص ایالات متحده در نیم‌قرن گذشته به خلیج فارس باعث توجه کمتر به همسایگان

1. Grasi.

خود شده و وجود روحیه ضد امپریالیستی و گرایش به تفکر کمونیستی در بین مردمان این قاره، باعث شده هرازگاهی برخی کشورها در برهه‌ای از تاریخ از دست آمریکا بلغزند، اما این قاره کماکان محل امنی برای پیاده کردن تفکرات امپریالیستی می‌باشد. به‌نحوی که ایالات‌متحده کشور آرژانتین را جغرافیای دوم اسرائیل می‌داند و از کلمبیا می‌توان به‌عنوان رژیم صهیونیستی ایالات‌متحده در آمریکای لاتین نام برد.

۴-۴. فضای رسانه‌ای

ایالات‌متحده با شعار دموکراسی ادعا می‌کند که به حقوق بشر احترام می‌گذارد و حتی به خودش اجازه می‌دهد، از طرف مردم صحبت کند و خود را نماینده مردم می‌داند؛ اما باید بدانیم که ایالات‌متحده فقط به کمک بی‌حدو حصر رسانه‌های در خدمت سرمایه‌داران است که این توهم را به باور افکار عمومی تبدیل می‌کند.

به‌هرحال، رسانه‌های آمریکایی فقط یک هدف را دنبال می‌کنند و آن هم ایجاد تصویری دروغین از وضعیت ناپایدار برای زندگی مردم و یک بحران بشردوستانه در کشورهای مخالف ایالات‌متحده برای توجیه کودتا و مداخله ایالات‌متحده در این مناطق است، که این نوع تصویرپردازی، کوبا، ونزوئلا و بولیوی را به خطرناک‌ترین منطقه در جهان در افکار عمومی تبدیل کرده است.

حذف، سانسور، تخریب و تضعیف آن‌ها با قدرت همه‌جانبه رسانه‌ها، برای تک‌صدا ماندن در منطقه در دستور کار آن‌ها است. چون از نظر آن‌ها هر صدایی که علیه آن‌ها بلند شود محکوم به خفگی است، چه این صدا از حنجره رئیس‌جمهور یک کشور باشد که محکوم به عزل است، چه از گلوئی یک سرمایه‌دار باشد که محکوم به ورشکستگی است و چه تولیدات یک رسانه باشد که محکوم به حذف می‌باشد. (اتو،^۱ ۲۰۱۸: ۵۱ - ۴۴)

نکته مهم در این فعالیت‌ها هماهنگی کامل رسانه‌های متعلق به ایالات‌متحده در جغرافیای آمریکای لاتین است.

۵. راهبردها و راهکار ایران برای حضور در آمریکای جنوبی

۱-۵. دکترین تعامل سازنده

طبق سند چشم‌انداز توسعه، ایران کشوری است با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه با هویت اسلامی و انقلابی، الهام‌بخش در جهان اسلام با تعامل سازنده در روابط بین‌الملل (سند

1. Otto.

راهکارهای مواجهه رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران با سلطه رسانه‌ای آمریکا در آمریکای جنوبی □ ۲۰۳

چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴) طبق این سند، راهبرد کلان سیاست خارجی ایران در تعامل با نظام بین‌الملل، در راستای دستیابی به اهداف ترسیمی است که علاوه بر دارا بودن شاخصه کلی تعامل، برای منافع ایران نیز مفید باشد. اما پس از روی کار آمدن دولت اصول‌گرا در سال ۲۰۰۵، قرائت جدیدی از این سند ارائه شد؛ از جمله افزایش روابط با کشورهای جهان سوم و آمریکای لاتین بود. در تشریح این رویکرد بیان شده است: خروج جمهوری اسلامی طبق این بند از جایگاه متهم و قرار گرفتن در جایگاه مدعی، با ورود به عرصه سیاست جهانی به‌عنوان بازیگری قدرتمند با عبور از مرحله تنش‌زدایی در دستور کار قرار گرفته است.

۲-۵. صدور ارزش‌های انقلاب اسلامی

جمهوری اسلامی ایران در انقلابی مردمی و دینی و برای کسب آزادی علیه استعمار، قیام کرد. امام خمینی ره به‌عنوان معمار این انقلاب در روزهایی که این انقلاب نهالی نوپا بود، ایدئولوژی صدور انقلاب را مطرح فرمود. صدور انقلاب نه به معنای سرنگونی حکومت‌ها و تبدیل آن به حکومت‌های وابسته به جمهوری اسلامی، بلکه به معنای صادر کردن تفکر آزادی و خروج از یوغ استعمار و حفظ سنت‌های بومی در جهت مقابله با مستکبرین است. در این بین، کشورهای آمریکای جنوبی که گذشته درخشانی در امر ایستادگی در مقابل ظلم داشته‌اند یکی از اهداف ایران برای صدور مبانی انقلاب و فرهنگ مقاومت و ارزش‌های انقلابی بوده است. هرچند که این راهبرد با تغییر رؤسای جمهور به شدت و ضعف کشیده می‌شده است اما این استراتژی به‌عنوان یک اصل همیشه در صدر اهداف جمهوری اسلامی ایران و مسئولان آن بوده است. صدور انقلاب یک راهبرد اساسی است و دیگر راهبردها در کنار این معنا پیدا می‌کند.

۳-۵. دفاع از مظلوم

طبق اصل ۱۵۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، دفاع از مظلوم در مقابل مستکبرین جزء راهبردهای اساسی نظام است. این استراتژی که به‌نوعی ریشه و اساس انقلاب بوده، در طول حیات جمهوری اسلامی در مصادیق متعددی خود را نشان داده است، از فلسطین و کمک ایران به این کشور و حمایت از دولت مالزی برای بقا و جلوگیری از سقوط، تا کمک به ونزوئلا و بولیوی در آن سوی جهان، از نمونه‌هایی است که طبق این اصل، جزء خطوط حرکتی جمهوری اسلامی ایران بوده است. این راهبرد یکی از ابزارهای جمهوری اسلامی برای حضور مؤثر در سیاست‌های جهانی نیز هست. یارگیری‌های عددی در صحنه‌های بین‌المللی که به جهت محافظت از حقوق خود بسیار ضروری است تا حدود زیادی با این استراتژی برای ایران انجام می‌شود.

۴-۵. استقلال همه‌جانبه

از آنجاکه جهان از دیرباز، با سرکوب و فشار و ترس پیش رفته است و مستکبرین همیشه این روش را برای رسیدن به اهدافشان اتخاذ کرده‌اند، طبق اصل ۱۵۲ قانون اساسی، استقلال همه‌جانبه و مصداق آن، افزایش توان داخلی، یکی از شعارهای غیرقابل تغییر جمهوری اسلامی ایران بوده است. کسب استقلال در همه جوانب و بی‌نیاز شدن از شرق و غرب، همواره در تفکر و نطق‌های مقامات ایرانی دیده می‌شود. این درحالی‌که در بسیاری از انقلاب‌ها، پس از کسب آزادی سیاسی، وابستگی‌های دیگر باعث سقوط و اضمحلال یا وامداری کشورهای تازه آزادشده به کشورهای مستکبر می‌شود. (اسلامی و دنیاچو، ۱۳۹۵: ۶۷ - ۴۰)

تزریق این تفکر به کشورهای نیمه‌مستقل و تازه استقلال‌یافته و بیان موفقیت‌های ایران مستقل، یکی از راهبردهای نفوذ می‌باشد.

۶. تکنیک‌های مقابله جمهوری اسلامی برای نفوذ رسانه‌ای در آمریکای جنوبی

علاوه بر سطح راهبرد که کلان‌تر است سطح تکنیک مقابله عملیاتی‌تر و جزئی‌تر است که به تعدادی از آن اشاره می‌شود:

۱-۶. وحدت سیاسی جهان سوم

در دو دهه گذشته ایران تلاش کرده کشورهای ناراضی جهان سوم به‌ویژه در آفریقا و آمریکای لاتین علیه ایالات متحده متحد شوند. این اتحاد از طرفی باعث تضعیف چهره آمریکا در سطح بین‌الملل و از سویی باعث کم اثر کردن تهدیدات ایالات متحده نسبت به این کشورها می‌شود.

۲-۶. جهان سوم گرایی

یکی از تکنیک‌های صدور انقلاب، توجه خاص به گسترش روابط با کشورهای جهان سوم است، که در این تکنیک، آمریکای لاتین به دلیل نزدیکی خود به ایالات متحده از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و موجب همگرایی در برخی اقدامات و تصمیمات بین‌المللی مثل جنبش عدم تعهد شده است.

۳-۶. تربیت مبلغان

جذب دانشجو و طلبه از کشورهای مختلف و آموزش آن‌ها در جهت تقویت روحیه انقلابی و باز پس فرستادن آن‌ها به کشورهايشان، جهت نشر عقاید ضداستکباری یکی از تکنیک‌های مهم جمهوری اسلامی ایران است. چنانچه نمونه موفق زکراکی در نیجریه، عیسی قاسم در بحرین، سید عبدالملک

راهکارهای مواجهه رسانه‌های جمهوری اسلامی ایران با سلطه رسانه‌های امریکا در امریکای جنوبی □ ۲۰۵

بدرالدین در یمن که چهره‌های موفق این تکنیک هستند، ثمرات همین روش است. امروزه بالغ‌بر ۴۰ هزار دانشجو و طلبه از بیش از ۹۰ کشور در ایران در حال تحصیل‌اند.

۴-۶. اعزام مبلغ

اعزام نیرو از جمهوری اسلامی ایران به کشورهای هدف، جهت نشر عقاید انقلابی و ضد امپریالیستی از جمله روش‌های نفوذ جمهوری اسلامی ایران در سطح بین‌الملل بوده است، این کار توسط نهادهای مرتبط با حاکمیت انجام می‌گیرد. در طول یک سال حدود ۱۰۰۰ مبلغ به نقاط مختلف دنیا اعزام می‌گردند.

۵-۶. افزایش شبکه

تأسیس و افزایش شبکه‌های ماهواره‌ای، جهت بیان ایدئولوژی انقلاب اسلامی و تنویر افکار عمومی ملت‌ها، یکی از تکنیک‌های جمهوری اسلامی ایران برای نفوذ در آمریکای جنوبی بوده است. در آمریکای لاتین، تأسیس شبکه هیسپان تی‌وی و استفاده از کارشناس بومی تحصیل کرده در ایران، با استقبال قابل قبولی همراه شده است. افزایش محتوای تولیدی در کنار افزایش عددی این شبکه‌ها می‌تواند در کنار لمس مزاحمت‌های استعمارگران، مردم کشورهای آمریکای لاتین را بیش‌ازپیش نسبت به مسائل آگاه کند. اهمیت پیگیری منافع فرهنگی ایران در آمریکای جنوبی با تأسیس چند شبکه رادیویی ایمان و کمک در تأسیس کانال‌های عمومی و نشر مجله‌های کوثر و ثقلین و ترجمه سایت‌هایی مثل ایکنا و خامنه‌ای دات آی آر و اداره سایت‌ها پیگیری می‌شود؛ اما با توجه به حجم فعالیت رسانه‌های آمریکایی و پتانسیل مردمان این منطقه نیاز به یک حرکت قوی‌تر و وسیع‌تر محسوس است.

۷. مدل نفوذ و رقابت رسانه‌ای

هر یک از رسانه‌های موافق و مخالف، در سه لایه به اثرگذاری و نفوذ مشغول‌اند: سیاست‌گذاران، نخبگان و مردم. رابطه بین رسانه‌ها و این سه، یک رابطه رفت و برگشتی و دوطرفه است. یعنی رسانه با توجه به ویژگی‌های هر کدام از این سه لایه فعالیت دارد و از آن‌ها تأثیر می‌پذیرد و از طرفی بر هر کدام از این سه لایه اثرگذار است. پس رسانه‌های رقیب در این محدوده و با این شکل مشغول به اثرگذاری است و رسانه‌های همسو نیز از همین زاویه و با همین نگاه فعالیت دارند.

رسانه‌های جمهوری اسلامی برای نفوذ رسانه‌ای در آمریکای جنوبی رقابتی دارند که شکل رقابت را در این مدل مشاهده می‌نمایید. واضح است که رسانه‌ای مؤثر است که در این جنگ پیروز گردد.

برای شناختن هر چه بهتر راه‌های نفوذ در آمریکای جنوبی ضمن ملاحظه حضور ایالات متحده در این جغرافیا ابتدا اطلاعات زمینه‌ای و سپس راهبردها و راهکارهایی ارائه می‌گردد و از طرفی برای شناسایی راهبردها و راهکارهای نفوذ رسانه‌ای و نفوذ فرهنگی رسانه‌ای و مقابله با قدرت موجود آنجا یعنی ایالات متحده به سراغ ۱۲ کارشناس در حوزه آمریکای جنوبی ولاتین و متخصص در حوزه رسانه رفته و ضمن کسب اطلاعات زمینه‌ای، به راهبردها و راهکارها پرداخته شده است که در چند موضوع تقدیم می‌شود.



۱-۷. اهمیت آمریکای جنوبی و لاتین

اهمیت آمریکای لاتین برای ایالات متحده، وابسته بودن آینده جهان به آمریکای لاتین است. ایالات متحده با استفاده از آمریکای لاتین می‌تواند اروپا را کنترل کند؛ زیرا با هر منطقه از آمریکای لاتین می‌تواند یکی از کشورهای اسپانیا، پرتغال، فرانسه، هلند، ایتالیا، انگلیس و غیره را با خود همسو نماید. چون این کشورها هر کدام خود را پدر معنوی برخی از کشورهای آمریکای جنوبی و لاتین می‌دانند. کنترل کلیسای رم از طریق این منطقه با توجه به جمعیت زیاد مسیحی در این خطه از وجوه اهمیت آمریکای جنوبی برای ایالات متحده است. نکته بعد اهمیت ژئوپلیتیک است چون نزدیکی جغرافیایی این خطه به اندازه‌ای است که با یک موشک کوتاه‌برد می‌توان مثلاً از کوبا به ایالات متحده شلیک کرد. اهمیت بعدی ژئواستراتژیک است، زیرا این منطقه حدود چهل رأی در سازمان ملل و دو عضو در شورای امنیت دارند که ایالات متحده به هیچ‌وجه دوست ندارد این حمایت‌ها را در صحنه‌های بین‌المللی از دست بدهد.

راهکارهای مواجهه رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران با سلطه رسانه‌ای امریکا در امریکای جنوبی □ ۲۰۷

از سوی دیگر ایالات متحده با کنترل این منطقه می‌تواند فرهنگ خود را از اثرپذیری مصون نگه دارد و لذا اهمیت ژئوکالچری دارد. از آنجاکه ایالات متحده جمعیت ۵۰ میلیونی از مردم هیسپانیک دارد، با تغییر فرهنگ مردم آمریکای لاتین، خطر تأثیر فرهنگ جمعیت مهاجر بر کشور خود را تا حدود زیادی کاهش می‌دهد. اهمیت ژئوکونومیک این منطقه که شامل منابع معدنی مثل طلا و نقره و کانی و... است. این منابع به حدی زیاد است که نوشته شده، انگلستان به قدری از بولیوی نقره استخراج کرد که می‌تواند با آن نقره‌ها، از بولیوی تا هند را پل بزند. منابع زیرزمینی مثل نفت و گاز، منابع پروتئینی و غیره است نیز اهمیت بالایی دارد. به نحوی که هر چیزی که در دنیا نیاز دارید، یک نمونه آن در آمریکای لاتین وجود دارد. همچنین بازار نیروی انسانی و بازار مصرفی نیز از جمله اهمیت آمریکای لاتین برای ایالات متحده است.

از طرفی، تسلط بر این منطقه باعث می‌شود ایالات متحده بهتر بتواند روابط خارجی این کشورها را با کشورهای دیگر کنترل کند و مشخص کند که چه کشورهایی از چه طریقی و در چه موضوعاتی می‌توانند با کشورهای منطقه و جهان ارتباط برقرار کنند. در واقع ایالات متحده می‌خواهد روابط خارجی کشورهای این منطقه، از طریق خودش فیلتر شود، این مسئله به قدری مشهود است که ایالات متحده چهل کشور این منطقه را ایالات درجه دوم خود می‌داند. ایالات متحده از طریق تسلط بر آمریکای لاتین قیمت مواد مخدر را کنترل می‌کند و تنظیم بازار جهانی مواد مخدر از تسلط بر این منطقه به دست می‌آید. چون مرفین، هروئین و کوکائین جهان از این منطقه تأمین می‌شود.

۲-۷. رسانه‌های مورد استفاده در آمریکای جنوبی و مراکز تولید محتوا

از نظر استفاده از رسانه باید بدانیم که رسانه به سه جهت مورد تحلیل قرار می‌گیرد. ۱. بستر رسانه؛ ۲. خود رسانه؛ ۳. پیام رسانه‌ای.

در مورد بستر رسانه باید بدانیم، رسانه باز در آمریکای جنوبی معنا ندارد و زیرساخت‌های رسانه‌ای مبتنی بر کابل است. شرکت‌ها با توجه به پولی که می‌گیرند به شما امکان دسترسی به رسانه می‌دهند. چیزی بنام دیش در این منطقه ممنوع است. این کابل‌ها تحویل شرکت‌های آمریکایی و اسرائیلی است. بنابراین امکان ورود یک شبکه غیر همسو با ایالات متحده به این کابل‌ها اصلاً راحت نیست.

از نظر رسانه، رسانه‌ای اجازه بزرگ شدن و دیده شدن پیدا می‌کند که هم‌جهت با نظم جهانی حرکت کند، به حدی که مردم آمریکای لاتین از علت اعتراضات سال ۲۰۲۰ شهروندان در ایالات متحده خبری ندارند. چون رسانه‌های فعال آنجا همسو با ایالات متحده هستند و در تحلیل اعتراضات، این اتفاق را بازی سیاسیون برای شناخت گروه‌های فشار، عنوان کرده‌اند.

نکته سوم اینکه، پیام‌های تولیدی در آن منطقه هدفمند است و باید همسو با ایالات متحده باشد به نحوی که لاتینی‌ها، تمام دنیا و اتفاقات آن را از دریچه و تحلیل ایالات متحده می‌بینند.

با توجه به این که ایالات متحده جمعیت همسپان زیادی دارد، به حدی که در برخی از مناطق ایالات متحده، زبان اسپانیایی، زبان اول است و در بسیاری از ایالت‌ها زبان انگلیسی به‌عنوان زبان دوم مورد استفاده قرار می‌گیرد. فلذا در تولیدات رسانه‌ای، ایالات متحده در برخی برنامه‌ها به موازات تولیدات رسانه‌ای به زبان انگلیسی همان برنامه را به زبان اسپانیایی تولید می‌کند و رسانه‌های اسپانیایی زبان حرفه‌ای وجود دارد. همین روند در روزنامه‌ها و نشر کتاب و ... نیز تکرار می‌گردد.

شبکه‌های اجتماعی با توجه به حضور آزاد جوانان و آزاداندیشان و قدرت تأثیر و دوطرفه بودن ارتباط تا حدودی از اختیار ایالات متحده خارج شده است و به جای اینکه در راستای هدف ایالات متحده باشد، توسط کاربران غیرمستقل بومی به سمت ارزش‌های استقلالی هدایت می‌شود.

رسانه‌های آمریکایی در این منطقه فعالیت گسترده و همه‌جانبه دارند، اما مهم‌ترین رسانه کنونی ایالات متحده که ابزار نفوذ آن‌هاست، شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای است که به‌صورت دولتی و غیردولتی در حال فعالیت هستند. هدف آن‌ها تأثیر بر فرهنگ مردم آمریکای لاتین و از بین بردن سبک زندگی بومی و جایگزینی فرهنگ آمریکایی، برای قبول محصولات مصرفی و ایدئولوژی‌های سیاسی از طرف مردم آمریکای لاتین بدون نیاز به حضور نظامی می‌باشد.

استفاده از هالیوود توسط ایالات متحده در دنیا به‌گونه‌ای است که خود را در آن منطقه منجی دنیا، مدرن‌ترین کشور، مهد دموکراسی، امنیتی‌ترین کشور و قدرت نظامی برتر جهان معرفی می‌کند.

مردم آمریکای لاتین در کشورهای مختلف میزان اثرپذیری مختلفی دارند به این معنا که هرچه قدر در آن کشور اصل خود رسانه بیشتر جاافتاده باشد رسانه‌های آمریکایی تأثیر بالاتری دارند یا مثلاً در فضای سیاسی کشورهایی که ضد دولت ایالات متحده هستند، اگر روابط بین مردم و دولت منفی باشد رسانه‌های ایالات متحده از تأثیر بیشتری برخوردارند.

در حالت کلی، هرچند که رسانه غیرآمریکایی نیز آنجا فعال‌اند اما بیشتر رسانه‌ها در خدمت تفکرات آمریکایی است. هرچند که سوشال مدیا یا همان شبکه‌های اجتماعی امروزه با حضور جوانان لاتینی ضدآمریکایی علیه ایالات متحده شده اما جو غالب همان پذیرش تفکرات رسانه‌های ایالات متحده است.

رسانه‌های ایالات متحده بر ناخودآگاه مردم این منطقه اثر گذاشته‌اند به نحوی که نفوذ رسانه‌های آمریکا و تأثیر بر مردم به حدی است که حتی اگر در ظاهر هم شعار ضدآمریکایی بدهند اما به‌صورت غیراختیاری، اکثر مردم منطقه آمریکای لاتین تحت تأثیر رسانه‌های آن‌ها، رویای زندگی آمریکایی دارند و

راهکارهای مواجهه رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران با سلطه رسانه‌ای امریکا در امریکای جنوبی □ ۲۰۹

سبک زندگی هالیوودی را زندگی متعالی می‌دانند پس این رسانه‌ها به همین دلیل نفوذ عمیقی دارند، به حدی که حتی برخی از ضد استعماری‌ها بدون آنکه متوجه شوند زبان انتقادشان از عملکرد دولت‌های چپ، زبان انتقاد آمریکایی است.

برای فهم تأثیر این رسانه‌ها باید بدانیم، به‌دست آوردن رؤسای جمهور و دولت‌ها در اکثر این کشورها به‌استثنای کوبا، نیکاراگوئه، مکزیک و ونزوئلا با کمک جدی رسانه‌ها به‌دست آمده است.

۳-۷. موانع ارسال پیام ایران به آمریکای جنوبی

برای هر چه بهتر شدن فعالیت رسانه‌ای ایران باید موانع ارسال و تأثیر پیام‌های رسانه ایران در آن منطقه را شناخت.

کارشناسان موانع زیر را بیان کرده‌اند:

- بستن کانال‌های رسمی ایران حتی در صورتی که خودشان آن را تأیید کرده‌اند به خاطر تسلط کامل رسانه صهیونیست بر رسانه‌های منطقه.
- تسلط ایالات متحده بر رسانه‌ها و شبکه‌ها اجتماعی.
- عدم اختصاص منابع مالی به اندازه لازم.
- عدم وجود نیروهای متخصص به میزان کافی.
- عدم شناخت دقیق جامعه هدف.
- راه ندادن ایران در شبکه‌های کابلی.
- سرعت کم.
- عدم شناخت مزیت‌ها.
- این منطقه به‌هم‌پیوسته تصور می‌شود در حالی که روحیه مختلفی دارند اما پیام‌های ما یکسان صادر می‌شود.
- چون پیام‌ها با لهجه اسپانیایی ارسال می‌شوند واکنش منفی دارند زیرا تداعی‌کننده دوران استعمار است.
- آرشو خوب نداریم و مطالب مثلاً هیسپان تی‌وی فقط تا دو سال بر روی سایت باقی می‌ماند.
- وابستگی در توزیع پیام.
- عدم تجهیزات مدرن و کافی.
- عدم استفاده کافی از نیروی بومی.
- عدم پیوستگی تولیدات.
- تعیین خط‌مشی از طرف ما که باعث می‌شود آن‌ها آن را پس بزنند.
- برچسب‌زنی به ایالات متحده و هم‌پیمانانش.

- عدم توجه مسئولان به منافع ما در آمریکای لاتین.
- عدم توجه حوزه علمیه به عنوان متولی فرهنگی به آمریکای لاتین.
- از موانع ارسال پیام ما به آن‌ها مانع ایدئولوژیک است. پس مذهب نباید قرابت ضدآمریکایی بودن ما را زیر سؤال ببرد که در این راه تلاش‌های زیادی شده و موفقیت‌های نسبی نیز به دست آمده است.
- تفاوت سبک زندگی ما با آن‌ها.
- دور بودن جغرافیایی و فاصله مکانی ما با آن‌ها.

۴-۷. ارائه راهبرد جهت انجام عملیات نفوذ و مقابله با نفوذ رسانه‌ای ایالات متحده

۱. راهبرد معرفی جمهوری اسلامی با راهکارهایی مانند تربیت نیروهایی با فکر.
 ۲. راهبرد ایجاد شکاف رسانه‌ای با راهکارهایی مانند تربیت نیروی حرفه‌ای به همراه ایجاد ساختار و کادر حرفه‌ای رسانه‌ای - تأسیس بستر مستقل و انجام پروژه‌های علمی برای شناخت فرهنگ و ادبیات کشورهای هدف قابل حصول است. بنابراین پروژه اصلی خنثی‌سازی است که همان شکاف رسانه‌ای نام دارد. یعنی یک دیوار رسانه‌ای بزرگ ایجاد شده است، وقتی نمی‌توان دیوار را فرو ریخت، ایجاد یک حفره و روایت دنیا از یک نگاه دیگر بسیار باارزش است. رسانه ملی که در حال ایجاد شکاف و مرحله فضا سازی است و هنوز قدرت ورود در فرصت‌سازی و تصمیم‌سازی را ندارد. وقتی این شکاف بزرگ و بزرگ‌تر شد، زمان ورود به مراحل بعد است.
 ۳. راهبرد حرکت زنجیره‌ای رسانه‌ای که با همکاری با رسانه‌های فعال ضدآمریکایی در منطقه - بکارگیری نیروهای خبره بومی در شبکه‌های ایرانی و استفاده از مشاهیر و سلبریتی‌های همسو در برنامه‌ها قابل دستیابی است.
- اولین نکته و لازمه‌ی ارائه راهبرد و ترسیم نقشه حرکتی، تأمین منابع مالی است. رسانه ملی برای مقابله با ایالات متحده و نفوذ باید حداقل هزینه را تأمین کند. بعد از تأمین منابع، وارد مرحله ترسیم نقشه می‌شویم. راهبرد رسانه ما بیان زیبایی‌های نقطه‌ای است که رسانه‌های آمریکایی آن را سیاه نشان می‌دهند. چون مردم آمریکای جنوبی چیزی جز آنچه رسانه‌های ایالات متحده برای آن‌ها ترسیم شد را ندیده‌اند. در این بمباران اطلاعاتی باید به آرامی و بدون نشان دادن منشأ پیام، این سیاه‌نمایی‌ها را کم‌رنگ کرد و زیبایی‌ها را به او نشان داد. وقتی چهره اسلام و ایران، برای مردمان منطقه زشت نشان داده شده، باید نقطه مقابل آن یعنی زیبایی‌های ایران اسلامی به گوش آن‌ها رسانده شود. این حرکت باید به صورت لایه‌لایه باشد یعنی حرکت خزنده، نرم اما بدون تقطیع.
- ارسال این پیام‌ها نباید به گونه‌ای باشد که جامعه هدف، متوجه شود که هدف این پیام‌ها رسیدن ایران

به ایدئولوژی‌هایش است چون به دلیل حس ناسیونالیستی که دارند احتمال دارد پیام‌های ما را پس بزنند. ایالات متحده برای نفوذ خود یک مدل آمریکایی ارائه کرده است و آن را رسانه‌ای نموده است و از طریق سیاست و اقتصاد آن را پیگیری می‌کند. درحالی که ما نیازمندیم که همه با هم بر یک مدل اتفاق کنیم و بعد از اتفاق بر آن مدل، آن را تبلیغ کنیم. همین‌طور که تبلیغ تجاری فرع وجود کالا است، تبلیغ فرهنگی و سبک زندگی هم نیازمند یک مدل مورد اتفاق است.

برای ساخت رسانه باید این مراحل را طی کنیم:

۱. تشکیل رسانه؛

۲. تعدیل چهره از یک چهره جنگی تروریستی (که القای رسانه‌های آمریکایی است) به صلح‌طلب؛

۳. نشان دادن تمدن فرهنگی خود؛

۴. در مرحله آخر شکل دادن گفتگو و تعامل؛

۵. ارائه راهبرد و راهکار فرهنگی رسانه‌ای جهت انجام عملیات نفوذ و مقابله با نفوذ فرهنگی

ایالات متحده؛

۱. راهبرد احیاء فرهنگ بومی با راهکارهایی مانند تولید محتوای تاریخی با سبک زندگی بومی - تقویت خرده‌فرهنگ‌های موجود - بازگرداندن غرور ملی به کودکان و نوجوانان و جوانان - تولید محتوا از جایگاه و ارزش زن در منشور آمریکای لاتین - مقایسه برخورد اسلام و فرهنگ آمریکایی از برخورد با سیاهان و مقابله با موسیقی‌های هجو با پرداخت به موسیقی و نت‌های بومی، قابل اجراست.

۲. راهبرد خلق مزیت‌های فرهنگی با استفاده از راهکارهایی مانند برجسته‌سازی عناصر اشتراکات انسانی - آرایش رسانه‌ای مطابق با زبان فرهنگ و سبک زندگی آن منطقه - یافتن مصادیق سوژه جهت بازگرداندن فرهنگ محلی - ساخت نماد برای اهداف فرهنگی - نشان دادن مزیت‌های هویت‌های آمریکای لاتین و شناخت هنر آمریکای لاتین و تفکیک آن از قرائت هنر ایالات متحده، قابل حصول است.

ایالات متحده برای تسلط سیاسی و اقتصادی کامل بر منطقه باید فرهنگ بومی را از بین ببرد و فرهنگ آمریکایی را جایگزین آن نماید. تا مردم این منطقه سیاست لیبرالیسم را بپذیرند و در مقابل آن اقدام به مخالفت و اعتراض نکنند، کالاهای مصرفی آمریکایی را بپذیرند و تبدیل به شهروندانی باسلیقه‌ی مصرفی شهروندان آمریکایی شوند. رسانه می‌تواند کاری کند که مردم کشورها با رغبت خود دچار این استحاله فرهنگی شوند.

از جمله راهبردها احیاء فرهنگ بومی است، به این معنا که ایالات متحده دنبال هژمونی فرهنگی به نحوی کار می‌کند که مردم آن منطقه با میل و رغبت خود فرهنگ بومی را رها کنند و سبک زندگی

آمریکایی را انتخاب کنند. بنابراین مقایسه واقعیت ایالات متحده با تولیدات رسانه‌ای آن‌ها باید مرتب انجام شود و دروغ بودن فرهنگ نمایشی ایالات متحده به مردم نشان داده شود. زیرا با این مقایسه زیربنای حرکت ایالات متحده تخریب می‌گردد.

در مورد نفوذ فرهنگی ایالات متحده در آمریکای جنوبی باید بدانیم که ایالات متحده با گذشت زمان، فرهنگ خود را از طریق اقدام‌های سیاسی، محصولات و رسانه‌های قدرتمند بر کشورهای آمریکای جنوبی مسلط کرده است. فلذا اکثریت جوانان در آمریکای جنوبی آرزوی زندگی در ایالات متحده دارند و تمام مشخصات زندگی متعالی را برای زندگی در ایالات متحده قائلند. ایالات متحده از طریق رسانه و خصوصاً هالیوود، آمریکایی شدن و الگوپذیری از آن‌ها را تنها راه نجات و رسیدن به زندگی موفق می‌دانند. این در حالی است که نسخه زندگی موفق برای هر قوم و جغرافیا با توجه به تاریخ و ارزش‌هایش متفاوت است.

در زمینه شرایط فرهنگی ایران در آمریکای جنوبی باید گفت: ایران در حال حاضر بسیار عقب است. در وهله اول باید دانست که ایالات متحده دارای حوزه گسترده‌ای از ارتباطات، سینماگرافی، مطبوعات و تلویزیون و خبرگزاری‌های بین‌المللی است. هرچند که شبکه هیسپان تی وی از ایران بسیار خوب نفوذ می‌کند، اما با وجود این واقعیت که هر روز بیننده‌های تلویزیونی بیشتری دارد، فعالیت رسانه ایران را بی‌نیاز نمی‌کند.

ایالات متحده و فرهنگ مسیحی غربی، که قرائت آمریکایی از مسیحیت است یک مزیت غول‌پیکر است که ایالات متحده بر آن تسلط کاملی دارد و از آن سو دیدگاه اسلامی رواج کمتری دارد. نفوذ دادن فرهنگ آمریکایی به نام دین با بستر رسانه، یکی از قوی‌ترین برنامه‌های ایالات متحده در آمریکای لاتین است.

۶. ارائه راهبرد و راهکار سیاسی رسانه‌ای جهت انجام عملیات نفوذ و مقابله با نفوذ سیاسی رسانه‌ای ایالات متحده؛

۱. راهبرد تأسیس و تقویت صدای مخالف که با راهکارهایی مانند تقویت جریان‌های رسانه‌ای ضدآمریکایی - شناسایی و ارتباط با نیروهای محبوب سیاسی هر منطقه - استفاده از مجری و تحلیلگران بومی - سلبریتی پروری همسو با سیاست‌های ضد استعماری و برجسته‌سازی و تبلیغ از احزاب ضد امپریالیسمی منطقه، قابل اجراست.

۲. راهبرد مقابله به مثل سیاسی که با راهکارهایی مانند معرفی و مطرح کردن چهره‌های نیمه مشهور همسو با نظام جمهوری اسلامی - زاویه دینی ندادن به پیام‌های رسانه‌ای - تولید محتوا برای تقویت باور

راهکارهای مواجهه رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران با سلطه رسانه‌ای امریکا در امریکای جنوبی □ ۲۱۳

استقلال سیاسی - نمادسازی سیاسی، معرفی کردن شهید سلیمانی به عنوان نماد مقابله با ظلم - استفاده از حس ناسیونالیستی مردم منطقه علیه استعمار ایالات متحده و بهره‌گیری رسانه از حس تنفر ناشی از استعمار ایالات متحده در این منطقه قابل دستیابی است.

۳. راهبرد صدور یا تقویت گفتمان انقلاب با راهکارهایی مانند ارائه نمونه‌هایی موفق از انقلاب‌های مستقل در جهان - بیان قدرت بومی در اداره کشور، بدون نیاز به اجنبی‌ها - انتشار اخبار از دخالت‌های ظالمانه ایالات متحده در جهان - تولید و فیلم و سریال از گذشته استعماری در این منطقه و تبلیغ و برجسته‌سازی تفکر و زندگی مبارزان ملی قابل حصول می‌باشد.
لذا پیشنهاد می‌شود:

رسانه‌های ما باید در جامعه هدف یک تشکیلات داشته باشند. ساختاری که نیاز اولیه آن امکانات است تا از حیث سخت‌افزار قوی باشد. بنابراین لازمه مقابله سیاسی داشتن، نزدیک بودن تجهیزات و سخت‌افزار است. مقابله سخت‌افزار با سخت‌افزار و مقابله نرم‌افزار با نرم‌افزار ممکن است.

واقعیت فضای آمریکای لاتین با تصورات و حتی برخی گزارش‌ها متفاوت است. این خطه تحت پوشش همه‌جانبه ایالات متحده است به قدری که صدای مخالفی شنیده نمی‌شود. خیلی از مردم حتی فکر نمی‌کنند که شاید یک مدل دیگری از حکومت‌داری وجود داشته باشد. تصور این را هم ندارند که کسی بتواند جلوی ایالات متحده بایستد مگر اینکه نابود شود. تمام این تفکرات به دلیل هجوم رسانه‌ای و تبلیغات بیش از حد واقع شده است. به حدی که آمریکای جنوبی تمام حوادث جهان را از دریچه‌ای می‌بیند که ایالات متحده برای آن‌ها باز کرده است. حال در این تریبون‌های یک‌طرفه، اگر صدایی علیه فضای موجود بلند شود قطعاً در وهله اول توجه‌ها را جلب می‌کند و در گام دوم خیلی از بن‌بست‌های موهوم ساخته شده در افکار عمومی مردم آمریکای لاتین را باز خواهد کرد.

در شرح راهبرد تأسیس و تقویت صدای مخالف، تأسیس هیسپان تی‌وی بهترین و بزرگ‌ترین شیوه برای نفوذ می‌باشد. چون مصداق همان رساندن صدای مخالف است که متأسفانه در طول زمان بهبود نداشته است.

یکی از فعالیت‌های بسیار حرفه‌ای و مؤثر راه‌اندازی سایت گام دوم (سگوندو پاسو) به زبان اسپانیایی است. این سایت هر چند محلی است اما فعالیت خلاقانه و پر اثری دارد. جالب اینجاست که تمام محتوای این سایت از ویدئوها تا عکس‌ها و نوشته‌ها تولیدی است. در این سایت از سیاسیون منطقه برای تحلیل وقایع استفاده می‌شود. یا به عنوان مثال شبکه محلی نور تی وی در آرژانتین که در فیس‌بوک حدود ۷۰۰ هزار دنبال کننده دارد. حمایت و پشتیبانی از این خرده فعالیت‌ها، بسیار ضروری است. زیرا سیاست

جدید رسانه تأثیر بر جغرافیای محدود اما به شکل عمیق است که قطعاً متولی حمایت از این مدل حرکت‌ها جمهوری اسلامی است.

برای مقابله کردن در هر زمینه‌ای باید مزیت‌های رقابتی آن فضا شناخته شود. بدون شناختن اهداف سیاسی ایالات متحده در آمریکای لاتین و بدون فهم نقشه عملیاتی رسانه آن‌ها، قطعاً رقابت بی‌معنا خواهد بود چراکه بدون شک آن‌ها در فضایی مشغول‌اند که اثرگذارند. پس برای رقابت باید شناخت جامعی از فعالیت‌های ایالات متحده حاصل شود و بعد با کمک گرفتن ظرفیت‌های جامعه هدف و ضمن در نظر گرفتن استعدادها و پتانسیل درونی، اقدام کرد.

در راهبرد مقابله به مثل سیاسی، راهبرد رسانه برای مقابله با نفوذ سیاسی ایالات متحده باید شفاف‌سازی استعماری ایالات متحده در آن منطقه باشد. زیرا از زمان جنگ سرد ایالات متحده با شوروی تا کنون، ایالات متحده با دروغ‌پردازی و فریب افکار عمومی، برای جهانیان یک دشمن خودساخته معرفی کرده است و به بهانه مبارزه با آن دشمن، مخالفان خود را از بین می‌برد و کشورها را زیر سلطه خود می‌گیرد. رسانه‌های آمریکایی به حدی کار را برای سیاست خارجی ایالات متحده سهل می‌کنند که عراق را با رسانه و قبل از حضور نظامیان در خاک آن فتح کردند. یا مورالس را به راحتی وادار به خطای استراتژی و پذیرش حکمیت کردند. بنابراین اگر قرار است ذهنیت‌ها آماده مقابله گردد باید همه ابزارها به خدمت گرفته شود تا شفاف شود که ایالات متحده چه خیانت‌هایی در آمریکای جنوبی داشته است. وقتی این مبحث شفاف شد مردم در مقابل نفوذ سیاسی ایالات متحده قیام خواهند کرد؛ که نمونه‌های زیادی در تاریخ این منطقه اتفاق افتاده است.

راهبرد زاویه دینی ندادن به پیام‌های رسانه‌ای به این معناست که پیام‌های سیاسی ایران باید بر اشتراکات خود و جامعه هدف متمرکز شود و از اختلافات مشترکی که ایران و کشورهای چپ‌گرا با ایالات متحده دارند به درستی استفاده کند. خطای واضح در این زمینه این است که رسانه ملی با جهت‌دهی دینی در این پیام‌ها باعث امکان مانور ایالات متحده برای ایجاد تفرقه بین جمهوری اسلامی و کشورهای همسوی شود.

راهبرد صدور یا تقویت گفتمان انقلاب یعنی پیام ایران به اقوام آمریکای لاتین باید پیام دائمی ضد امپریالیسم باشد. زیرا مردمان آمریکای لاتین ایالات متحده را منبع شرارت‌ها و بدبختی‌ها، گرسنگی و عدم فرصت به دلیل بهره‌برداری اقتصادی می‌دانند. به این ترتیب، ملت‌ها همدردی خود را با ایران افزایش می‌دهند و احساس خواهند کرد که ایالات متحده دشمن یکسان است. از طرفی با توجه به اینکه نگاه آمریکای لاتین به ایران یک نگاه کشور مستقل سیاسی موفق است، الگوسازی ایران و تکرار اقدامات ایران علیه استعمار در این منطقه روز به روز افزایش می‌یابد.

راهبرد شبکه‌سازی گروه‌های همسو به این معناست که در آمریکای جنوبی گروه‌های ضد استعماری زیادی به انگیزه‌های مختلف، مثل اصالت فلسطینی و روحیه ضد صهیونیسمی، حس ناسیونالیستی و انزجار از بندگی ایالات متحده، مذهب شیعی و احساس نزدیکی به ایران و درگیری مستقیم با ایالات متحده و... فعال‌اند. جمهوری اسلامی می‌تواند به‌جای تأسیس گروه جدید از طریق رسانه این گروه‌ها را مطرح کند و با شبکه‌سازی آن‌ها، بیشترین استفاده ممکن را از آن‌ها ببرد.

۸. نتیجه

با توجه به وضعیت موجود در آمریکای جنوبی و سلطه رسانه‌ای، فرهنگی و سیاسی ایالات متحده بر این منطقه، دیوار رسانه‌ای بزرگ و عریضی در این کشورها ایجاد شده است. دیواری که تمام وقایع جهان از دریچه‌های ساخته شده تئوریسین‌های ایالات متحده به مردم آن منطقه نشان می‌دهد. از طرفی جمهوری اسلامی ایران امکان بنای دیوار رسانه‌ای موازی در آن منطقه را ندارد، بنابراین استراتژی برتر و کارآمد، ایجاد یک شکاف و حفره در دل این دیوار بزرگ است. شکافی که روایت جدیدی از وقایع جهان را در اختیار مردم آمریکای جنوبی قرار می‌دهد. از آنجایی که صدای مخالف زود شنیده می‌شود و سریعاً توجهات را به خود جلب می‌نماید، حداقل فایده ایجاد شکاف رسانه‌ای این است که به مردم آمریکای لاتین گفته می‌شود که به‌جز تحلیل و صحبت‌هایی که به شما منتقل می‌شود، نگاه‌های جدید و متفاوتی نیز در سطح جهان وجود دارد.

در نتیجه برای ایجاد این شکاف ساختار رسانه حرفه‌ای و تربیت نیروهایی با تفکر رسانه‌ای در کنار مدیریت رسانه‌ای لازم است.

در وهله دوم اهمیت شناخت جامعه هدف است که برای رسیدن به آن، پژوهشگاه‌های استاندارد موردنیاز مورد تأکید کارشناسان می‌باشد. بعد از آن، بهره‌گیری از نیروهای بومی، تقویت رسانه‌های خرد محلی، حمایت از شبکه‌های نیمه‌مستقل و ایجاد شبکه انتشار در رسانه‌های اجتماعی مورد تأکید اکثر کارشناسان بوده است.

حضور رسانه ملی در تمام موضوعات اجتماعی و خروج از تمرکز سیاسی باعث پویایی و جذب حداکثری مخاطب می‌گردد. در آخر، بازخوردگیری حرفه‌ای برای سنجش تأثیر رسانه ملی در جامعه هدف مورد تأکید قرار گرفته است. برای بازخوردگیری باید از کارشناسان رسانه‌ای بومی، همفکر و دلسوز بهره برد؛ زیرا رتبه‌بندی‌هایی که با سلیقه‌های غیرعلمی صورت می‌گیرد هیچ‌گاه نمی‌تواند واقعیت تأثیر را برای ما مشخص سازد.

در موضوع نفوذ فرهنگی، باید دانسته شود که این نفوذ پایه و اساس پذیرش جریان‌های سیاسی و محصولات اقتصادی است. هرچند پس از ایجاد نفوذ، حرکت این سه محور به صورت رفت و برگشتی و دوطرفه خواهد بود.

بنابراین ایالات متحده هرچقدر فرهنگ خود را در این جغرافیا وسیع‌تر و عمیق‌تر کند، موفقیت بیشتری را در حوزه سیاست و اقتصاد به دست خواهد آورد. برای رسیدن به این هدف، فرهنگ‌های سنتی و بومی و خرده‌فرهنگ‌های جوامع از مهم‌ترین موانع هستند. بنابراین ایالات متحده برای صادر کردن فرهنگ خود باید با این موانع وارد یک جنگ فرهنگی شود و سنت‌های بومی را حذف و فرهنگ آمریکایی را وارد نماید.

ایران برای محدود کردن حرکت ایالات متحده در منطقه و مقابله با نفوذ فرهنگی و اعمال نفوذ فرهنگی از طریق رسانه، باید سنت‌های موجود را تقویت و بازتولید نماید.

برای این راهبرد تولید محتوای رسانه‌ای با پرداخت به سبک زندگی بومی منطقه، بازشماری مزیت‌های سبک زندگی سنتی، احصاء نکات منفی زندگی آمریکایی، سلبریتی پروری در مسیر توجه به آداب ملی، تولید محتوا از جایگاه واقعی زن در فرهنگ آمریکای لاتین و معرفی و برجسته‌سازی مشاهیر فرهنگی کشور و توجه به هنر بومی از قبیل شعر، موسیقی، تئاتر و رمان با محتوای ارزش ملی و ضد استعماری باید در دستور کار رسانه ملی قرار بگیرد.

در زمینه نفوذ سیاسی ایالات متحده در کشورهای آمریکای جنوبی جالب است بدانیم این نفوذ به قدری است که ایالات متحده این کشورها را ایالات درجه دوم خود می‌داند. این نفوذ سیاسی ریشه در تاریخ روابط ایالات متحده با این کشورها دارد اما این سرزمین همیشه اعتراضات و قیام‌های ضد استعماری را با خود به همراه داشته است. جالب این است با این‌که سبک زندگی‌ها و نظام اقتصادی کشورها آمریکایی است، اما مردم یک نگاه منفی نسبت به ایالات متحده دارند. به حدی که در انتخابات کشورها، غالباً نماینده حزب چپ است که پیروز انتخابات می‌شود. حتی در برخی کشورها نماینده راست‌گرا در قالب حزب چپ اعلام حضور می‌کند تا آراء مردمی را کسب نماید.

بنابراین تفکر مقاومت در برابر امپریالیسم در این منطقه مورد استقبال است و لذا راهبرد صدور یا تقویت گفتمان مقاومت مورد تأکید بیشتر کارشناسان بوده است. با توجه به دوری جغرافیایی و حس ناسیونالیستی فعال در این منطقه، صدور یا تقویت گفتمان با مدیریت از دور گزینه بهتری عنوان شده است.

برای این راهبرد تقویت گروه‌های سیاسی ضد آمریکایی به وسیله رسانه، بیان اهداف استعماری ایالات متحده در قالب تولیدات رسانه‌ای، تولید محتوا از سرگذشت و تاریخ چپ‌اول ایالات متحده در این

راهکارهای مواجهه رسانه‌های جمهوری اسلامی ایران با سلطه رسانه‌های امریکا در امریکای جنوبی □ ۲۱۷

منطقه، تولید محتوا برای بازگرداندن اعتماد به نفس ملی، برندسازی افراد مخالف با سیاست‌های ایالات متحده و شبکه‌سازی گروه‌های مخالف جهت انتشار تولیدات رسانه‌ای، پیشنهاد کارشناسان می‌باشد. از جمله تأکیدات کارشناسان ورود ایران به شبکه‌های بومی فعال ضد امریکایی در امریکای جنوبی است.

۹. منابع و مأخذ

۱. اسلامی، مسعود و بهنام دنیاچو، ۱۳۹۵، «راهبرد و دیپلماسی رقابتی قدرت‌های بزرگ در امریکای لاتین»، *فصلنامه راهبرد*، ش ۲۵.
۲. انوری، حسن، ۱۳۹۳، *فرهنگ فشرده سخن*، تهران، سخن.
۳. باندورا، آلبرت، ۱۳۷۲، *نظریه یادگیری اجتماعی*، ترجمه فرهاد ماهر. تهران، راهگشا.
۴. توکلی، یعقوب، ۱۳۸۸، «ایران و امریکای لاتین همانندهای تاریخی»، *دو هفته‌نامه نگاه حوزه*، ش ۲۷۴.
۵. حمیدی‌نیا، حسین، ۱۳۹۳، *استعمار و نام‌گذاری جغرافیایی*، تهران، انتشارات اندیشه اسلامی.
۶. دهخدا، علی‌اکبر، ۱۳۷۲، *نعت‌نامه هخدا*، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۷. رضائیان، مهدی، ۱۳۸۷، *راهبردها و اهداف جنگ رسانه‌ای غرب علیه ایران*، تهران، انتشارات مرکز حراست صدا و سیما.
۸. ریاحی، محمدرضا، ۱۳۹۰، *ایران و آمریکا توسعه و تضاد در بستر قدرت نرم رسانه*، تهران، انتشارات پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
۹. ساروخانی، باقر، ۱۳۸۰، «روش تحقیق در علوم اجتماعی»، *نامه علوم اجتماعی*، ش ۲۰.
۱۰. گراسی، جان، ۱۳۷۵، *وحشت در امریکای لاتین*، ترجمه محمد آقایی‌پور و محمدعلی صفریان، تهران، خوارزمی.
۱۱. ساعی، احمد، ۱۳۹۴، *مسائل سیاسی اقتصادی جهان سوم*، تهران، سمت.
۱۲. لوکاس، هنری، ۱۳۷۵، *تاریخ تمدن*، ترجمه حسین آذرنگ، تهران، کیهان.
۱۳. لیتل جان، استیفن، ۱۳۸۴، *نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه سید مرتضی نوربخش، تهران، جنگل.

14. Otto, C, 2018, *La esterategia de Guerra mediatica*, sitio web de tehesu.

15. Montaya, R. 2006, *La Guerramediativa*, revista *crecimiento*, No. 4.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی