

الحملة الإعلامية الأمريكية ضد الجمهورية الإسلامية الإيرانية

(٢٠١٧م - ٢٠٢١م)

الباحث: د. ساعدو جمال ساعدو*

الملخص:

أنطلق هذا البحث المعنون بـ الحملة الإعلامية الأمريكية ضد الجمهورية الإسلامية الإيرانية

(٢٠١٧م - ٢٠٢١م) من فرضية مفادها أنّ وسائل الإعلام الإيرانية قامت بوظائف متعدّدة أثناء التعرّض للضغوطات والهجمات الإعلامية الأمريكية؛ أسهمت بشكلٍ كبير في التصديّ لها، وتفرّغها من مضمونها التحريضي الذي استهدف أمن واستقرار و سيادة إيران؛ كجواب تخميني على السؤال الرئيسي الدائر فيما إذا نجحت وسائل الإعلام الإيرانية في التصديّ للحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران الدولة والشعب، ولقد هدف البحث إلى تحقيق جملةٍ من الأهداف أبرزها معرفة سبب الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران ، والكشف عن أبرز المواضيع التي دارت الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران، ومعرفة أدوات الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران، والعمل على كشف مواصفات الحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران، وتوضيح كيفية توظيف الحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران، وصولاً إلى توضيح ما أمكن من طرق تعامل وسائل الإعلام الإيرانية مع الحملات الإعلامية الأمريكية، وتقييم نجاحها من عدمه، ومما درسه الباحث في خطة البحث للتأكد من صحة فرضيته مواضيع الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران، وأدوات الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران، ومواصفات الحملة

* دكتوراه في قسم الدراسات السياسية - كلية العلوم السياسية - جامعة دمشق.

الإعلامية الأمريكية ضد إيران، وكيفية توظيف الحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران، وطرق تعامل وسائل الإعلام الإيرانية مع الحملات الإعلامية الأمريكية وتقييم نجاحها من عدمه، وتوصل الباحث في نهاية هذا البحث إلى عددٍ من النتائج الهامة أبرزها أنّ الحملة الإعلامية أحد أبرز وسائل الحرب النفسية ضد الشعب الإيراني والتي قامت بها لأسباب سياسية بحته تتعلق بصعود إيران كقوة إقليمية؛ الأمر الذي شكّل مصدر قلق عند الولايات المتحدة الأمريكية، لذا عملت على كبح التطور الإيراني عبر الحروب بأشكالها المتطورة لا سيما الجيل الرابع منها أي الحرب النفسية التي كان عمادها الوسائل الإعلامية، إضافة إلى توصيات أخرى لا تقل أهمية عن سابقتها.

الكلمات المفتاحية: الحملة الإعلامية الأمريكية، الأمن والاستقرار، السيادة، الحرب النفسية.

The American media campaign against the Islamic Republic of Iran (2021 – 2017) **Saoud Jamal Saoud***

Summary :

This research, entitled the American media campaign against the Islamic Republic of Iran, was launched (2017 - 2021) from the hypothesis that the Iranian media performed multiple functions while subjected to US media pressures and attacks; I contributed greatly to confronting it, and emptying it of its inflammatory content that targeted the security, stability and sovereignty of Iran, as a speculative answer to the main question about whether the Iranian media succeeded in

* PhD in the Department of Political Studies - Faculty of Political Science - University of Damascus.

confronting the American media campaign against Iran, the state and the people, and the research aimed to achieve a number of goals, including Knowing the reason for the American media campaigns against Iran, revealing the most prominent topics that revolved around the American media campaigns against Iran, knowing the tools of the American media campaigns against Iran, and working to reveal the specifications of the campaign The American media against Iran, and clarifying how to employ the American media campaign against Iran, in order to clarify the possible ways of the Iranian media's dealings with the American media campaigns, and assess their success or not, and from what the researcher studied in the research, the topics of the American media campaigns against Iran, and the tools of the media campaigns American illiteracy against Iran, specifications of the American media campaign against Iran, how to employ the American media campaign against Iran, and ways for Iranian media to deal with American media campaigns and assess their success or not, and at the end of this research it reached a number of important results, most notably that the media campaign is one of the most prominent The means of psychological warfare against the Iranian people, which it carried out for purely political reasons related to the rise of Iran as a regional power, which constituted a source of concern for the United States of America, so it worked to curb Iranian development through wars in its advanced forms, especially the fourth generation of them, i.e. psychological warfare whose mainstay was the media. In addition to other recommendations no less important than the previous one.

Keywords : American media campaign, security, stability and sovereignty, psychological warfare.

أولاً: المقدمة:

شهدت فترة ما بعد الثورة الإسلامية الإيرانية تغييراً في الدور الوظيفي لإيران، فتحوّلت من دولة تابعة للولايات المتحدة الأمريكية في عهد الشاه محمد رضا إلى دولة ترفع شعارات "الموت لأمريكا الموت لإسرائيل" بعد قيام الثورة الإسلامية الإيرانية عام ١٩٧٩م، كتعبير عن رفض تسلّطها على دول العالم انطلاقاً من الحالة الإيرانية في عهد الشاه رضا البهلوي الذي أطلق يد الأمريكيين في إيران. لم تكن إيران ملفاً ثانوياً عند الإدارات الأمريكية المتعاقبة، بل كانت ملفاً مهماً سيما بعد تمكنها من الانتقال من الثورة إلى إيران الدولة ذات المؤسسات، والنقل الإقليمي ذو الأدوار السياسية الهامة، وبالتحديد الدقيق كانت أحداث الحادي عشر من أيلول عام ٢٠٠١م علامةً فارقةً في تاريخ العلاقات الإيرانية - الأمريكية، حيث اتخذت الولايات المتحدة الأمريكية من هذه الأحداث التي تسببت بانهيار برجي التجارة العالميين؛ منطلقاً لإطلاق الاتهامات لبعض دول العالم بوصفها دولاً إرهابية مطلقاً عليها تسمية "محور الشر" وعلى رأس هذا الدول إيران، حيث كان وما زال الأمريكي يتربص صعودها نظراً لما تمتلكه من مقومات وقدرات تؤهلها للعب دور إقليمي فاعل على الساحة السياسية الدولية، والنهوض باتجاه منافسة الدول الكبرى، إضافة إلى العامل الأهم ألا وهو وجود الكثير من الملفات العالقة بين الطرفين الإيراني والأمريكي، والتي تحول دون إقامة علاقات مستقرة بينهما، بل تعتبر سبباً رئيسياً في التوترات السائدة بينهما من العقوبات الاقتصادية، والخلافات الإقليمية نتيجة تواجد القوات الأمريكية في الخليج، والموقف من "إسرائيل" وحركات المقاومة في العالم العربي، نتج عنها سعي الولايات المتحدة الأمريكية لتضييق الخناق على إيران من منطلق تفوقها عالمياً، فكانت حصيلة هذه الخلافات أن طبعت العلاقات بين الطرفين بشيء من العدائية، ترافق مع العمل على تضييق الخناق عليها سواء سياسياً أو عسكرياً أو اقتصادياً ونفسياً ممثلاً بالحروب النفسية التي كان وما زال عمادها الحملات الإعلامية بمحتواها السياسي ضد إيران الشعب

والدولة، حيث لم تتوانى الإدارات الأمريكية إدارةً بعد إدارة عن ممارسة سياسات الضغط السياسية والإعلامية والاقتصادية على إيران من عهد جورج بوش الابن الذي صنف إيران من دول محور الشر وصولاً إلى عهد دولاند ترامب (2017م- 2021م)، حيث بلغت الضغوط على إيران أشدها حدّةً وتعقيداً ، إذ تواكب الضغط الاقتصادي ممثلاً بسياسات الحصار مع حملات سياسية وإعلامية مخصصة لاستهداف مكانة إيران ككل على الساحة الدولية، وتهديد أمنها واستقرارها، ف جاء هذا البحث كمحاولة لدراسة هذه الحملة الإعلامية لمعرفة أسبابها وأهدافها وتقييم مدى نجاحها في تحقيق أهدافها، والبحث بماهية التعامل الإيراني مع الحملات الإعلامية الأمريكية.

ثانياً: مشكلة البحث وأهميته:

منذ انهيار حكم الشاه محمد رضا البهلوي إثر قيام الثورة الإسلامية في إيران 1979م، الذي كان حليفاً طائعاً للولايات المتحدة الأمريكية، طغى على العلاقات الإيرانية - الأمريكية الطابع غير الودي، نظراً للسياسات الأمريكية التي تتبعها في منطقة الشرق الأوسط، والتي كان رفض إيران لها سبباً رئيسياً في النهج العدائي للولايات المتحدة ضد إيران، الذي وإن لم يرقى لدرجة الحرب العسكرية إلا أنه تم ترجمته بحروب سياسية ونفسية وسيلتها المحورية الإعلام عبر الحملات التي دارت مواضيعها الرئيسية حول مواطن الخلاف السياسية والعسكرية والثقافية والاقتصادية التي تثير بمجملها القلق الأمريكي من إيران مستخدمة بهذه الحملة العديد من الوسائل الإعلامية، الأمر الذي دفع وسائل الإعلام الإيراني للتصدّي لهذه الحملة، ومن هذا المنطلق جاء هذا البحث لدراسة الحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران من حيث السياق الذي وردت به أدواتها وسائلها ومواضيعها ومواقفها وطرق تعامل الإعلام الإيراني معها، فكان من الطبيعي أن يدور السؤال الرئيسي للبحث بعد دراسة هذه المحاور حول ما يلي:

السؤال الرئيسي: هل نجحت وسائل الإعلام الإيرانية في التصدي للحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران شعباً ودولة؟

ثانياً: أهمية البحث:

الأهمية العلمية:

إنّ الهدف من البحث جعله لدرجة معينة مقبولاً نوعاً من الناحية العلمية، إذ تتبع أهميته عن دراسة أحد الظواهر التي تشهدها الساحة الدولية، المتمثلة بالاستثمار السياسي والأيدولوجي لوسائل الإعلام في إطار عمليات منظمة متناسقة متكاملة هي ذاتها الحملات الإعلامية التي تدرجها الدول ضمن حروبها النفسية ضد بعضها كأداة لضرب الأمن والاستقرار بالداخل، ولتأليب الرأي العام من الخارج ضد الدولة المستهدفة، وهذا ما يحدث بالنسبة للحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران، حيث تناول الباحث هذه الظاهرة بالدراسة والتحليل محاولاً شرحها بما يحقق للقارئ لهذا البحث فهماً شاملاً له.

الأهمية العملية:

يمكن للباحثين الاطلاع من خلال هذه البحث لدرجة ما على خطورة الوضع الذي تشهده إيران في ظل الحملة الإعلامية الأمريكية التي تستهدفها، حيث يقوم الباحث بشرح وتوضيح السياق الذي وردت خلاله هذه الحملات وأدواتها ومواضيعها والأساليب التي استخدمتها ومواصفاتها وماهية الأساليب التي استخدمتها إيران في الرد على الحملة الإعلامية الأمريكية، وصولاً إلى تقييم نجاحها في تحقيق أهدافها، وبهذا يتمكن الباحثين والقراء من الاطلاع بشكل تفصيلي على محاور الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران.

ثالثاً: أهداف البحث وأسئلته:

أهداف البحث: يهدف هذا البحث إلى ما يلي:

1. معرفة سبب الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران من خلال دراسة طبيعة العلاقات الإيرانية - الأمريكية.
2. دراسة السياق العام للحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران.
3. الكشف عن أبرز المواضيع التي دارت الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران.
4. معرفة أدوات الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران.
5. العمل على كشف مواصفات الحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران.
6. توضيح كيفية توظيف الحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران.
7. توضيح ما أمكن من طرق تعامل وسائل الإعلام الإيرانية مع الحملات الإعلامية الأمريكية وتقييم نجاحها من عدمه.

تساؤلات البحث:

يطرح البحث مجموعة من التساؤلات نذكر منها:

1. ما هي طبيعة العلاقات الإيرانية - الأمريكية؟
2. ما هو السياق العام للحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران؟
3. ما أبرز المواضيع التي دارت حولها الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران؟
4. ما هي أدوات الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران؟
5. ما هي مواصفات الحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران؟
6. كيف تم توظيف الحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران؟
7. ما أبرز طرق تعامل وسائل الإعلام الإيرانية مع الحملات الإعلامية الأمريكية، وهل نجحت في ذلك أم لا؟

رابعاً: فرضيات البحث وحدوده:

تنص الفرضية الرئيسية للبحث على ما يلي: إنّ وسائل الإعلام الإيرانية قامت بوظائف متعدّدة أثناء التعرّض للضغوطات والهجمات الإعلامية الأمريكية؛ أسهمت بشكل كبير في التصدي لها، وتفرّغها من مضمونها التحريضي الذي استهدف أمن واستقرار و سيادة إيران.

وينطلق البحث من عدّة فرضيات جزئية:

أولاً: إنّ صعود إيران كقوة إقليمية قد شكّل مصدر قلق عند الولايات المتحدة الأمريكية، لذا عملت على كبح التطور الإيراني بأشكال متعدّدة منها الحرب النفسية التي كان عمادها الوسائل الإعلامية.

ثانياً: إنّ تنوّع القوى الإعلامية الإيرانية، وتعدّد الأدوار التي مارستها، والطرق التي استخدمتها ساهم بإفشال مضمون الحملة الإعلامية ضد إيران.

ثالثاً: على الرغم من ضخامة الحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران إلا أنّها لم تتجح كلياً في تحقيق أهدافها بل نسبياً.

حدود البحث:

١ - الحدود الزمانية: يُعنى هذا البحث بالتركيز على الحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران في الفترة الزمنية التي تراكبت مع قدوم الرئيس دونالد ترامب (٢٠١٧م - ٢٠٢١م)، والتي ترادفت بحملات إعلامية معاضدة من قبل حلفائها، كانت بأغلبها ذات أهدافٍ سياسية عبر الوسائل الإعلامية، فجاء هذا البحث للكشف عن مواضيع الحملات الإعلامية وأدواتها، وبعض الشواهد عليها، وصولاً لمحاولات تحديد مواصفاتها، وكيفية مواجهتها إيرانياً، وتقييم فاعلية هذه الحملة من عدمها.

٢ - الحدود المكانية: الجمهورية الإسلامية الإيرانية.

خامساً: مصطلحات البحث وتعريفاته الإجرائية:

الدولة القاجارية: أسسها القاجاريون عاصمتها طهران شملت معظم الأراضي الإيرانية الحالية إضافة إلى أرمينيا وأذربيجان، ولقد دامت الدولة من

عام 1794 حتى 1925 حينما أطاح رضا بهلوي بآخر الحكام القاجاريين عام 1925م مؤسساً لنفسه الدولة البهلوية.

الدولة البهلوية: تأسست عام 1925م إثر الانقلاب الذي قام به رضا بهلوي ضد الشاه أحمد مرزا القاجاري آخر شاهات الدولة القاجارية، حكمت هذه المملكة منذ تأسيسها حتى سقوط سلالة بهلوي إثر الثورة الإيرانية في عام 1979.

الحملة الإعلامية: يتفق الباحث في تعريفه للحملة الإعلامية مع ما ورد في كتاب معجم مصطلحات الإعلام، الطبعة الأولى 1984م، للباحث أحمد زكي بدوي في الصفحة الثالثة والخمسون، بكون الحملة الإعلامية عملية منظّمة وهادفة في حد ذاتها، وسيلة اتصالية ضرورية للوصول إلى الجمهور المستهدف من خلال عملية مركّزة بقصد التأثير عليه في الأفكار أو الاتجاهات لتكوينها أو تعديلها أو تغييرها، وهذا جوهر الحملة الإعلامية الأمريكية على إيران برأي الباحث.

الإعلام المقاوم: ليس المقصود به كما هو معروف على الساحتين السياسية والإعلامية بأنه مجموع الدراسات والممارسات الإعلامية الهادفة لنشر ثقافة المقاومة على المستويين الفردي والجمعي، لا بل على العكس إنّه الإعلام الذي يقوم بمجابهة وسائل الإعلام التي تتبنّى إزاءه نهجاً معادياً بهدف إفشال محاولاتها لطمس الحقائق وكشف التزوير والتضليل الإعلامي الذي تمارسه الجهات صاحبة البدء بالحرب الإعلامية.

الأمن والاستقرار: هما حالتين من الحالات التي تفترض انعدام أي مظهر من مظاهر التهديد كوجود نزاع مسلّح أو انتهاك للقانون العام أو الإضرار بالمصلحة العامة أو تهديد حياة المدنيين، فانتفاء الفوضى بأشكالها كافة يعني شيوع حالة الأمن والاستقرار والعكس صحيح.

الحرب النفسية: " استخدام الأساليب النفسية من قبل جهة ما للتأثير على أفكار وأراء ومعتقدات واتجاهات ومن ثم سلوكيات تخدم تلك الجماعة أو المؤسسة وتحقق لها أهدافها ومصالحها".

سادساً: الإطار النظري والدراسات السابقة:

أولاً: بحث كتب من قبل شيماء الهواري، وسائل الإعلام وصنع السياسة الأمريكية ، المركز الديمقراطي العربي، تاريخ النشر . 19 أكتوبر ٢٠١٧م، متاح على الرابط الالكتروني: <https://democraticac.de/?p=50171>

تحدّثت الباحثة عن امتلاك الولايات المتحدة الأمريكية للإعلام العالمي من خلال مؤسسات إعلامية واسعة الانتشار، وخدمة هذه الوسائل لمصالح السياسة الخارجية الأمريكية لا سيما عندما تحاول تمرير أي قرار دولي ضمن منظومة الأمم المتحدة، إذ تقوم هذه المؤسسات بدعمه عن طريق استمالة الرأي العام الدولي وعبر خدمة المصالح السيادية خاصّة في توجيه الرأي العام الداخلي الأمريكي، ولها دور قوي في تعبئة الرأي العام إبان الحروب، إذ إنّ للإعلام دور كبير في دعم السياسات وإفشالها.

تحدّثت في البداية عمّا تسميه صناعة الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية الصانعة الأولى للإعلام في العالم، حيث تتوفر فيها أضخم المؤسسات والشركات الإعلامية على المستوى الدولي، وتتحكم في أغلبية الأخبار عبر العالم من خلال أقمارها الصناعية وشبكاتها الإخبارية، كما أن صناعة الإعلام تعد رافداً اقتصادياً مهماً وأداة سياسية قوية تعتمد عليها بشكل ذكي للسيطرة على مسار الأحداث عبر العالم وخلقها إن استدعت مصلحتها ذلك.

والأهم تكلمت الباحثة عن الاستثمار الإعلامي في القضايا السياسية، وبرأيها يتمثل المظهر الأوضح لاستثمار صناع القرار للمعلومات بعملية حشد الإمكانيات والموارد الإعلامية التي تتوفر عليها المؤسسة السياسية لتركيز اهتمام الرأي العام أو الجزء المعني منه بالقرار على الأقل حول القضايا التي يرغب صاحب القرار في إثارتها، نظراً لما يراه فيها من أهمية في تشكيل الآراء أو بإقناعها أو تهدئة المخالفين أو دفع الحماس والتعبئة في حالات معينة .

ثانياً: كتاب أحمد فهمي المعنون بـ هندسة الجمهور، الرياض: مركز البيان للدراسات والبحوث، الطبعة الأولى: 1436هـ.

تحدّث المؤلّف في هذا الكتاب عن مكونات عملية الاتصال الجماهيري وكيفية تعديل الخريطة الإدراكية للمتلقّي (الجمهور) وكيفية تنظيمها، ومن ثم تطرّق إلى الحديث عن أسباب عدم توقّف الإعلام عن بث الأكاذيب، حيث يكمن السبب الرئيسي برأيه بالجمهور الذي يفتقد قدراته على التقييم والنقد وكثيراً ما يميل إلى تصديق ما يملأ عليه من وسائل الإعلام. والمهم في الكتاب بحثه في كيفية توظيف تأثير الأعلام عبر استغلال العواطف لتحقيق أهدافه، وبيّحت في كيفية تنفيذ الأجنّادات، وهنا يلتقي موضوع أحمد فهمي مع موضوع الباحث على اعتبار أن الحملات الإعلامية تعمل على تنفيذ أجنّدة معينة لصالح الجهات المستفيدة كما في الحالة الأمريكية ضد إيران.

ثالثاً: رسالة استبرق وهيب، بعنوان المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق، رسالة ماجستير في الإعلام جامعة الشرق الأوسط للدراسات الإعلامية العليا، العام الدراسي أكتوبر/ تشرين الثاني عام 2009م.

تحتوي هذه الرسالة على خمسة فصول محورية الأهمية، تضمنت أهم الملامح العامّة والمحدّدت للمعالجة الإعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية لأيّ قضية سياسية رغم تخصص وتركيز الباحث على أبعاد المعالجة الإعلامية الأمريكية أثناء حربها على العراق عام 2003 ميلادي.

ومن باب وجوب تقييم الدراسة السابقة وفق ما تقتضيه منهجية البحث العلمي، فيمكن القول بأنّ استبرق قد حرص على درس العلاقة الجدلية بين الإعلام والواقع السياسي وكانت بدايته برأى الباحث موفقه ثم شرع في دراسة علاقة الإعلام الأمريكي بالسياسة الخارجية الأمريكية، هذا الأمر الذي يدخل في صلب موضوع الحملات الإعلامية الأمريكية ضد الدول التي تعدّها عدواً لها، ولكن استبرق كان بحاجة المزيد لإعطاء الموضوع أبعاده الحقيقية عندما اقتصر على أمورٍ نظرية

من قبل فلسفة الإعلام الأمريكي والبعد الثقافي في تغطية الإعلام الأمريكي، وهذه أمور لا تكشف حقيقة الحملات الإعلامية الأمريكية التي غالباً ما تكون جزءاً من الحرب النفسية، كما تكون هادفةً لتحقيق أهدافٍ سياسية رغم أنه أكد في الفصل الخامس على أدوات وزارة الدفاع الأمريكية في مقدمتها الأداة الإعلامية، لكنه بين أنها لم تكن أداة هجومية كما في حالة الحملة الإعلامية التي تكون فيها الحرب الإعلامية رديفاً للحرب العسكرية، وهذا ما يختلف به موضوع الباحث عن موضوع استبرق وهيب.

سابعاً: منهجية البحث وإجراءاته:

١- المنهج التاريخي:

يشير المنهج التاريخي إلى دراسة المعلومات والحقائق التي تضمنتها السجلات والوثائق كما يهتم بدراسة الأحداث والظواهر الحاضرة والرجوع إلى ماضيها، ولقد استخدم المنهج التاريخي للرجوع إلى المحطات التاريخية التي مرت بها العلاقات الأمريكية - الإيرانية، للوقوف على أهم سماتها، كما أنّ هذا البحث يُعنى بدراسة الفترة الزمنية الخاصة بحكم ترامب الممتدة من (٢٠١٧م - ٢٠٢١م) الأمر الذي استدعى استخدام المنهج التاريخي في هذا البحث.

٢- المنهج الوصفي التحليلي:

يختص هذا المنهج بدراسة المشاكل التي تقع ضمن مجال العلوم الإنسانية، وهو في حقيقة الأمر طريقة من طرق التحليل والتفسير بأسلوب علمي من أجل الوصول إلى تفاسير معينة لمشكلة اجتماعية ما، ولقد تم استخدام هذا المنهج لوصف الحملات الإعلامية الأمريكية من حيث أدواتها ومواضيعها وسماتها، ومحاولة تحليل السياق العام الذي وردت في سياقه، وكيفية تعامل الإيراني مع

الحملات الأمريكية الإعلامية، ومن ثم محاولة استخلاص أهداف هذه الحملات، وتقييم فعاليتها، ومدى تحقيقها لأهدافها ضد إيران.

ثامناً: خطة البحث:

أولاً: مسار العلاقات الإيرانية - الأمريكية تاريخياً.

ثانياً: السياق العام للحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران.

ثالثاً: مواضيع الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران.

رابعاً: أدوات الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران.

خامساً: مواصفات الحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران.

سادساً: كيفية توظيف الحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران.

سابعاً: تقييم طرق تعامل وسائل الإعلام الإيرانية مع الحملات الإعلامية الأمريكية.

أولاً: مسار العلاقات الإيرانية - الأمريكية تاريخياً:

إنّ البحث في طبيعة العلاقة بين الدولتين الإيرانية والأمريكية يقتضي تحديد أهم الميزات التي اتصفت بها هذه العلاقات عبر تاريخها الطويل ، الأمر الذي لا يستقيم بدون العودة لتاريخ العلاقة بينهما لاستعراض المحطات التي مرت بها وتركت طابعها المميز عليها من جهة ولمعرفة الأسباب التي جعلت العلاقة بين الطرفين عدائية كما هي معروفة اليوم من جهة أخرى، هذه المحطات التي قد يكون بالإمكان إيجازها بما يلي:

أولاً: العهد القاجاري:

بدأت العلاقات بين فارس والولايات المتحدة عندما بعث شاه فارس ناصر الدين شاه القاجاري أول سفير لهم الميرزا أبو الحسن شيرازي إلى واشنطن في عام 1856، وفي عام 1883 م كان صمويل بنجامين أول مبعوث دبلوماسي رسمي للولايات المتحدة في إيران ، وتم الإعلان عن العلاقات الدبلوماسية بين البلدين رسمياً في عام 1944م.

ثانياً: فترة العهد البهلوي:

اتسمت العلاقات السياسية بين الولايات المتحدة الأمريكية وإيران بالكثير من الود في عهد محمد رضا البهلوي عكس ما كانت عليه في عهد والده مؤسس الدولة البهلوية رضا البهلوي، الذي شكّل مصدر قلق لواشنطن ودول الحلفاء في الحرب العالمية الثانية بتعاونه مع ألمانيا النازية بقيادة أدولف هتلر وتزويدها بالنفط الإيراني.

ثالثاً: فترة ما بعد الثورة الإسلامية:

ويعد انتصار الثورة الإسلامية في 11/شباط/ فبراير/ 1979م رُفع الإيرانيين شعار "الموت لأمريكا"، وأغلقت السفارتين الإسرائيلية والأمريكية في طهران في فبراير 1979م، الأمر الذي رسم الخطوط العريضة للعلاقات بين الدولتين، فبعد استقبال الأمريكيين للشاه بغرض العلاج في دولتهم، قطعت الولايات المتحدة

الأمريكية علاقاتها الدبلوماسية مع إيران في 7/أبريل / نيسان 1980م، بمبادرة من الرئيس الأمريكي الأسبق جيمي كارتر، وظلت العلاقات الإيرانية الأمريكية متوترة حتى الثالث من يوليو/تموز/1988م، حيث أسقطت الفرقاطة الأمريكية (فينسين) طائرة تابعةً للخطوط الجوية الإيرانية من طراز (إيرباص)، وقتل إثر ذلك (290) من ركابها الإيرانيين، وذلك في عهد بوش الأب الذي كان مرشحاً للرئاسة عام 1988م، فازداد الأمر سوءاً، وانعكس على علاقات الطرفين.

رابعاً: فترة الثمانينات:

دعمت الولايات المتحدة الأمريكية العراق عندما اندلعت الحرب العراقية-الإيرانية، ثم قامت بالتدخل في 1988م، وضرب عدداً من المنشآت البترولية الإيرانية، فكان ذلك سبباً وجيهاً في تأزم العلاقات بين الطرفين الإيراني والأمريكي.

خامساً: فترة التسعينيات:

لم تستقم العلاقات الأمريكية-الإيرانية في فترة التسعينيات ففي حين دعا الرئيس الأسبق محمد خاتمي في فترة رئاسته (1997م-2005م) إلى "حوار مع الأمريكيين"، قابلته مادلين أولبرايت بتصريح لها يحمل شبه اعتراف بالدور الأمريكي ضد حكومة مصدق، وتم إرداف ذلك بضغوط قوية مُورست من قبل اللوبي الصهيوني في واشنطن على إدارة كلينتون (1993-2001م)، والكونغرس لوقف أية محاولة لتحسين العلاقات مع إيران، هذه الإدارة التي أصدرت قانون (داماتو) عام 1996م(*)، وتم بموجبه فرض عقوبات اقتصادية على إيران، فتدهورت العلاقات الإيرانية الأمريكية على إثر ذلك، فكانت مرحلة التسعينيات إمتداداً لما درجت عليه العلاقات في تسعينيات القرن العشرين.

سادساً: فترة ما بعد عام 2000م:

في عام 2001م وقع الغزو الأمريكي لأفغانستان، وأعلنت إيران استيائها ورفضها لهذا الغزو، على لسان المرشد الأعلى السيد علي خامنئي: "أنا نشجب الإرهاب بكل أشكاله ونعارض الحملة الأمريكية على أفغانستان ونرفض الدخول

في أي تحالف تقوده أمريكا" منتقداً أولئك الذين يدعون إلى محادثات معها واصفاً إياهم بالغافلون بقوله: "وإن كانوا غير سيئي النية فإنهم غافلون عن أن هذه المحادثات تفي القبول بتحقيق المصالح الأمريكية"(1).

تبعه في نهاية عام ٢٠٠٢م بروز خلاف بشأن البرنامج النووي الإيراني بعد التقارير التي قدّمتها الوكالة الدولية للطاقة الذرية التي أشارت بأن إيران على مدى عقدين لم تعلن عن حقيقة نشاطاتها النووية، وهي بذلك خالفت الضمانات الشاملة مع الوكالة، والتي نصّت عليها معاهدة عدم انتشار الأسلحة النووية المبرمة عام ١٩٦٨م(٢).

وفي عهد جورج الأب عام ٢٠٠٢م، عقب الغزو الأمريكي لأفغانستان قامت الإدارة الأمريكية بإدراج إيران ضمن ما أسمته "محور الشر" مع العراق وكوريا الشمالية وتسبب الخطاب في إثارة غضب إيران، وتبع ذلك الدخول في خلافات سياسية بين الولايات المتحدة وإيران بشأن ملف إيران النووي في عام ٢٠٠٨م، لتتسم المرحلة الممتدة ما بين (٢٠٠٠م - ٢٠٠٩م)، بالتوتر وتدهور العلاقات بين الطرفين الإيراني والأمريكي(٣).

سابعاً: فترة ما بعد عام ٢٠١٠م:

قامت في إيران بعض الحركات السياسية بتاريخ ١٥/فبراير/شباط/٢٠١١م بهدف العبث بالأوضاع الداخلية عبر التذرع بالمطالبة بإصلاحات داخلية، حيث برز فيها التدخل الأمريكي في الشأن الإيراني واضحاً عندما صرّحت وزير الخارجية الأمريكية هيلاري كلينتون: "بأنّ الولايات المتحدة تؤيد مطالب "المتظاهرين" الإيرانيين الذين قاموا "بمسيرة" "مناهضة" للحكومة في طهران"، داعيةً في الوقت نفسه "النظام" الإيراني لتبني نظام سياسي منفتح"(٤). ولعل مجرد تحليل للمصطلحات التي استخدمتها هيلاري كلنتون في تصريحها يُظهر محاولتهم لتأجيج الأوضاع الداخلية في إيران، هذه المصطلحات ("المتظاهرين"، "مسيرة" "مناهضة"، "النظام")، من الناحية النفسية والسياسية لها دلالات سلبية وسيئة تحمل

شحنات الحقد والنبيذ والاستيلاء، وفي طياتها محاولات للتحريض ضد الدولة الإيرانية.

رفعت الولايات المتحدة العقوبات التي فرضتها على إيران بسبب برنامجها النووي بعد عقد الاتفاق النووي بين إيران و(١+٥) في يناير/كانون الثاني ٢٠١٦م عقب تأكيد الوكالة الدولية للطاقة الذرية تنفيذ إيران التزاماتها الواردة في الاتفاق المعروف باسم الاتفاق النووي الإيراني، الذي تم التوصل إليه عام ٢٠١٥م بعد جولات مضيئة من المفاوضات في إطار مجموعة الخمسة زائد واحد (الولايات المتحدة والصين وروسيا وفرنسا وبريطانيا والمانيا)، لكن ما حصل أنّ دولاند تزامب في مايو/أيار ٢٠١٨م قد أعلن عن انسحاب بلاده من الاتفاق النووي كما تعهد بذلك خلال حملته الانتخابية(٥). كما أعادت الولايات المتحدة فرض سلسلة عقوبات أشد صرامة من العقوبات السابقة، شملت شخصيات هامة منها المرشد الأعلى علي خامنئي بغية حرمان إيران من عائدات النفط، حيث أعلنت واشنطن أنّها ستعاقب أيّ جهة تقوم بشراء النفط الإيراني بحيث تراجع مبيعات النفط إلى حد كبير، فكان من الطبيعي أن تتسم علاقات الطرفين الإيراني والأمريكي بالسلبية.

وفي شهر يونيو/حزيران ٢٠١٩م ، تعرضت ناقلتان أيضاً لهجومين مجهولين ولكن واشنطن حملت إيران المسؤولية عن الهجمات، وترافق ذلك مع حشد الولايات المتحدة المزيد من الجنود والقوات في منطقة الخليج الفارسي(٦)، والحدث الأهم كنقطة فارقة في علاقات الطرفين، كانت استشهاد قائد لواء القدس في الحرس الثوري الإيراني الجنرال قاسم سليمان في ٣ يناير/كانون الثاني ٢٠٢٠م في غارة جوية أمريكية على أسوار مطار العاصمة العراقية بغداد(٧). الحدث الذي قابلته إيران بقصف قاعدة عين أسد الأمريكية، فأثر ذلك على مسار العلاقات بين الطرفين.

وبالنتيجة إنّ الحرب النفسية الأمريكية ضد إيران بوسائلها المتعدّدة بما فيها الحملات الإعلامية المركّزة، جاءت مكملّة للشق العسكري، وتصب في مصلحة الجهود الأمريكية لضرب أمن واستقرار إيران، فقد جاءت استناداً إلى طبيعة العلاقة الأمريكية- الإيرانية التي اتسمت بأغلبها بالعدائية والتوتر والاستياء والممارسات الاستفزازية بسبب العديد من القضايا والملفات الشائكة من قبيل استمرار الحظر الاقتصادي الأمريكي الشامل، والخلافات الإقليمية نتيجة تواجد القوات الأمريكية في الخليج، فهناك شبكة واسعة من القواعد العسكرية متمركزة في المنطقة منذ حرب الخليج الأولى عام ١٩٩١م، من ضمنها قاعدة للأسطول الأمريكي الخامس في البحرين، ومقر الجيش الأمريكي الثالث في الكويت التي يوجد فيها ١٦ ألف جندي أمريكي، وقوات أخرى في قاعدة الظفرة في الإمارات فيها حوالي ٥ آلاف جندي، إلى جانب قواتها الخاصة في اليمن، هذا بالإضافة إلى أن لديها اتفاقية لاستخدام موانئ ومرافق ومطارات عُمانية. وإضافة لما سبق عداء إيران "لإسرائيل" ودعمها حركات المقاومة اللبنانية ضد "إسرائيل" في مقابل الانحياز الأمريكي "لإسرائيل" من جهة.

ثانياً: السياق العام للحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران:

تندرج الحملات الإعلامية الأمريكية ضمن سياق الوسائل التي تُستخدم في الحرب النفسية التي تشنها الولايات المتحدة الأمريكية ضد إيران نظراً لما تملك إيران من ثقلٍ استراتيجي، ولطبيعة دورها في مواجهة المشاريع الصهيونية الأمريكية في منطقة الشرق الأوسط عامّة، ولكونها دولةً إقليميةً متقدّمة، يرى الأمريكي بها وحلفائه بها خطراً على مصالحهم لا بل على وجودهم ككل.

ينبثق عن هذه المقدمة ضرورة قيام الباحث بتوضيح المراد بالحرب النفسية بدقة، وبعض أساليب هذه الحرب، حيث تعدّدت الجهود الفكرية للباحثين لوضع تعريف دقيق للحرب النفسية، والتي تغيّرت بالتعبير ولكنها اتفقت بالجوهر، ومنها ما قدّمته وزارة الدفاع الأمريكية الحرب بأنّها: "الاستخدام المخطط من جانب الدولة

أو مجموعة من الدول للدعاية وغيرها من الإجراءات الإعلامية الموجهة إلى جماعة عدائية أو محايدة أو صديقة للتأثير على آرائها وعواطفها ومواقفها وسلوكها بطريقة تعين عليها تحقيق أهداف وسياسة الدولة المستخدمة أو الدول المستخدمة" (٨)، فهذا بالنسبة للتعريف، وأما فيما يتعلق بالأساليب المستخدمة بالحرب النفسية والتي قدمنا الحملة الإعلامية كأحد أبرزها، فتأتي في مقدمتها افتعال الأزمات، وحبك المؤامرات، وإثارة الرعب والفوضى، والأهم استخدام الدعاية التي تعرّف بمعناها الاصطلاحي بأنها التأثير على سلوك الآخرين ومعتقداتهم بواسطة الاستخدام الانتقائي المدروس للرموز ونشرها سواء أكانت الرموز لفظية أو سمعية، أو بصرية أو إدراكية والتركيز على الكلمة المنحوتة أو المقروءة المسموعة أو مصورة أو مرئية (٩). وبالإضافة إلى الدعاية يوجد الإشاعة التي هي من أهم وسائل الحرب النفسية عامة والأمريكية منها خاصة، والتي هي تعريفاً كلامٌ مخلوقٌ مبالغٌ فيها ويحمل نسبة من الصحة، ويتميز بالأهمية والغموض، وينتقل بين الناس عن طريق المشافهة أو الكتابة أو عن طريق إحدى وسائل الإعلام والاتصال بهدف مضرة الطرف الآخر المستهدف عبر توفير الأسباب لترديدها وتصديقها من قبل الجمهور" (١٠)، ومن باب التوصيف والتحليل، فإنه يمكن القول سواء كان أسلوب الحرب النفسية دعاية أو نشر إشاعة فإنهما تصنفان كمقومات ودعائم للحملة الإعلامية التي تكون وسيلتها الأساسية القنوات الإعلامية، عبر المواد الإعلامية التي تستخدمها ضد من يعتبرهم القائمين عليها خصومها بمضامينها المتعددة سياسياً واقتصادياً وأمنياً وعسكرياً، بهدف التشويه والتحريض والتحريف وقلب الحقائق، وتأليب الرأي العام العالمي واستمالته لجانبهم.

الجدير بالذكر فيما يخص أسباب إدراج الحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران ضمن سياق الحرب النفسية، فذلك يرجع لعدة أسباب أبرزها أنّ الحملة الإعلامية أحد النشاطات الاتصالية الهامة التي تعمل على نشر أفكار أو معلومات أو تعديل سلوكيات أو تعميمها على شريحة معينة، ولأنّها بالدرجة الثانية تستند إلى سلوك

مؤسسي أو جمعي يكون متوافقاً مع المعايير والقيم السائدة بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهدافٍ مقبولة اجتماعياً وسياسياً وأمنياً، كذلك لاعتمادها على التضليل والخداع لتحقيق أهداف مغرصة، إضافة إلى أنّ من يقوم بها هم مجموعة من المؤسسات والمجموعات والأشخاص في سعيهم لتحقيق مصالحهم الخاصة.

بالنسبة الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران في عهد الرئيس الأمريكي دونالد ترامب، فمنذ وصول الرئيس الأمريكي دونالد ترامب إلى الحكم في الولايات المتحدة الأمريكية في ٢٠ /يناير/ ٢٠١٧م، تصاعدت حدة الهجمات الأمريكية ضد إيران، وكان من أبرز أشكال هذه الهجمات قيامها بحملاتٍ إعلامية منظمة ضد إيران عبر مختلف وسائل الإعلام الأمريكي باستثناء قلةٍ منها سواءً المسموعة أو المرئية أو المكتوبة، يساعدها في ذلك مجموعةٌ من الشبكات الإعلامية الدولية والإقليمية، حيث حرصت هذه الوسائل مجتمعةً على العمل بشكلٍ متناغم ومتناسق عبر تناول المواد الإعلامية ذاتها، وتأكيد المضمون بما ينطوي عليه من توجهات سياسية والسعي لتحقيق الهدف ذاته المراد من المضمون كما حدث في عام ٢٠١٧م حين شهدت إيران تحركات اجتماعية في مشهد وقم المقدّسة بالنزول إلى الشوارع الإيرانية للمطالبة بإصلاحات اقتصادية، سرعان ما أيدها المرشد الأعلى علي خامنئي وطالب رئيس الجمهورية حسن روحاني بإصلاحات اقتصادية سريعة، فما كان من الإعلام الأمريكي والبريطاني والخليجي إلا أن قام باستغلال هذه الأحداث وقام بمحاولة لتوظيفها سياسياً بما يخدم توجهاتهم المعادية بطبيعتها لإيران قيادةً وسياسةً، فعمدوا إلى تصوير هذه التحركات على أنّها مظاهرات ضد القيادة السياسية الإيرانية، وذلك بهدف منها زعزعة الأمن والاستقرار الداخلي في إيران.

ولقد قامت الحملات الإعلامية على إيران باستخدام الوسائل الإعلامية، وتنظيم أنشطتها وموادها الإعلامية بشكلٍ موجّه وهادفٍ عبر الترويج للأكاذيب والمزاعم

المفبركة ضد إيران بقصد إشاعة أجواء التوتر داخلها، وتحريض الرأي العام العالمي ضدها لفرض حصارٍ دولي وإقليمي يقيد حركتها على المناورة لتحقيق أمنها واستقرارها الداخلي.

ومن نافلة القول أنّ الحملات الإعلامية الأمريكية قد جاءت ضمن جملةٍ من الإجراءات التي اتخذها الرئيس الأمريكي ترامب ضد إيران متمثلة فيما سمّاه بالاستراتيجية الأمريكية للتعامل مع إيران والتي أصدرها بعد مشاورات مع فريقه الحكومي في عام 2017م، واصفاً إياها بأنها ثمرةٌ تسعة أشهر من المشاورات مع الكونغرس والحلفاء من أجل حماية الأمن القومي الأمريكي، حيث تضمنت إستراتيجية ترامب تجاه إيران النقاط الآتية (١١):

١. سعي الولايات المتحدة لبذل ما في وسعها لحرمان إيران من الحصول على السلاح النووي، ومنح الوكالة الدولية للطاقة الذرية القدرة على استعمال صلاحية تفتيش المنشآت النووية الإيرانية.
٢. العمل من خلال حلفاء واشنطن لمواجهة الوجود الإيراني في منطقة الشرق الأوسط، والتي وصفوها "بالمزعزعة للاستقرار"، حسب تعبيرهم.
٣. حث الكونغرس على تشديد القوانين الأميركية التي تستهدف طهران، ومنح وزارة الخزانة صلاحيات واسعة لفرض عقوبات محدّدة تستهدف الحرس الثوري الإيراني.
٤. الطلب من أجهزة الاستخبارات الأميركية التحقيق في إذا كانت إيران تتعاون مع كوريا الشمالية بخصوص برامجها للأسلحة النووية، وإطلاع إدارة ترمب على نتيجة هذا الموضوع.
٥. التحريض الإعلامي ضد إيران والقيام بهجمات مدروسة تجاهها بالتعاون مع الوسائل الإعلامية الحليفة لها، بقصد تجييش الرأي العام ضد إيران سواء على الصعيد المحلي أو الإقليمي أو الدولي.

وعلى الرغم أنّ ما سلف يعكس جملة الإجراءات التي اعتقدت الولايات المتحدة الأمريكية في عهد دولاند ترامب أنّها ستكفل لها تحقيق أمنها القومي إلا أنّها تبقى إجراءات برزت بوصفها إجراءات استباقية، وبالمحصلة النهائية وبغض النظر عن هويتها أمنية كانت أو عسكرية أو سياسية، فإن منطق الترابط الجدلي بين الإعلام والسياسية والأمن في الظاهرة الأمريكية - الإيرانية ، يوجب على الباحث وإن لم يكن لزاماً أن يورد الأسباب السياسية التي قادت للإجراء الإعلامي المتمثّل بالحملة الإعلامية أمريكياً، حيث يمكن الركون إلى أنّ أغلب الأسباب التي دفعت الرئيس الأمريكي وإدارته إلى خوض الحملات الإعلامية ضد إيران (١٢) بتذرّع الولايات المتحدة الأمريكية بأنّ الملف النووي الإيراني ليس مصمماً لأغراض سلمية، كذلك التذرّع بالتخوّف من تطوّر الصناعات العسكرية الإيرانية لا سيّما صناعات الصواريخ الباليستية، وصولاً إلى الاستياء من دخول إيران في شبكة من التحالفات الإقليمية والدولية كتحالفتها مع الدولة السورية، وتحالفتها مع روسيا والصين دولياً (١٣)، وهذا ما يثير المخاوف الأمريكية من إيران لأنّ شبكة التحالفات الناشئة عالمياً حديثاً من المرجّح أن تحوّل النظام الدولي إلى متعدد أقطاب، وهنا الخطورة بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية التي تحاول الحفاظ على تفوّقها الدولي.

ثالثاً: مواضيع الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران:

دارت الحملات الإعلامية الأمريكية والحليفة لها حول عدّة مواضيع، واتخذت أشكالاً متعدّدة فمن حيث المواضيع التي دارت حولها فقد كان أبرزها إثارة الملف النووي الإيراني، ومهاجمة محور المقاومة، أمن الخليج، وأمن المضائق الدولية ، أمن "إسرائيل"، والعقوبات الاقتصادية على إيران، وتأليب الداخل الإيراني على حكومته، وعلاقة إيران بالعراق وحزب الله، والوجود الإيراني في سورية رغم شرعيته، وغير ذلك من المواضيع التي عمل الإعلام الأمريكي وحلفائه على

تناولها إعلامياً على غير حقيقتها لتحقيق غايات سياسية وعسكرية واقتصادية واجتماعية من قبيل تحريفها بقصد تشويه السمعة السياسية لإيران أمام المجتمع الدولي، والمبالغة أثناء عرضها، وتضخيمها لإحداث نوع من التخويف والزرع من إيران، إضافة إلى توجيه سلسلة من الاتهامات لبعض المؤسسات الإيرانية لا سيما العسكرية، ونشر الشائعات حول السياسات الإيرانية بقصد التشكيك في ممارساتها أينما وجدت، والشواهد على تمركز الحملات الإعلامية حول المواضيع سالفة الذكر كثيرة منها على سبيل المثال ما يخص موضوع تشجيع فرض عقوبات اقتصادية على إيران، حيث ذكر الإعلام الأمريكي المطبوع والمقروء ممثلاً بصحيفة "يو إس إيه توداي" أن "الولايات المتحدة الأمريكية شجعت العقوبات الاقتصادية على إيران بعد انسحاب ترامب من الاتفاق النووي" مبررة ذلك بأن الولايات المتحدة الأمريكية تريد من إيران وقف برنامج الصواريخ الباليستية ودعمها لحركات المقاومة (١٥)، وهنا يتضح استخدام الإعلام كقناة لإيصال رسائل سياسية مفادها أن الاتفاق النووي ورقة ضغط بيد الأمريكي لتحقيق مكاسب سياسية، ومن المواضيع أيضاً ما يتعلّق بموضوع تأليب الداخل الإيراني على حكومته ومثال هذا إذاعة "صوت أمريكا" الناطقة بالفارسية؛ التي يتم استغلالها في الحرب الإعلامية ضد إيران، بدليل ما حدث بعد لقاء لها مع بنيامين نتنياهو، دعا فيه الإيرانيين إلى النزول للشوارع الإيرانية "للاحتجاج" بحجة أنّ العائدات الإيرانية الاقتصادية لا تُوظف لصالح الشعب الإيراني بل لصالح جهات خارجية وفق زعمه (١٦)، وفي هذا تحريض واضح للشعب الإيراني، ولقد كان لمثل هذا التحريض دور محوري في أحداث عام ٢٠١٧م؛ التي قامت في إيران كما أسلف الباحث، فعمدت وسائل الإعلام الأمريكي المطبوعة والمقروءة والمسموعة بتصويرها على أنّها "احتجاجات مناهضة"، كما فعلت صحيفة "ديلي ستار" البريطانية الحليفة لأمريكا وأنها ستكون كافية لإنهاء إيران من الداخل بعد أن وصلت البلاد إلى حالة مزرية من الفقر والفسق، وحسب ما أشار الدكتور سيد أحمد الخبير في الشؤون

الأمريكية بمركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية: "أن الهدف هو محاولة أن يثور الشعب الإيراني ضد الحكومة وهذا ما تريده أمريكا فهي تمنع الأغذية والدواء عن الإيرانيين ولكن الشعب الإيراني لا يتأثر بمثل هذا السلوك الأمريكي" (١٧)، وكذلك موضوع الأقليات ومحاولة إثارته سياسياً وإعلامياً بدليل القرار الذي أصدرته لجنة حقوق الإنسان التابعة لمنظمة الأمم المتحدة عبرت فيه زوراً وبهتاناً برأي الباحث عن القلق بشأن التعامل مع الأقليات الدينية الموجودة بإيران مثل "البهائية" أو مع بعض القوميات مثل العرب في خوزستان والأحواز (١٨)، في محاولة منها لإثارة القلاقل الاجتماعية في الداخل الإيراني، وللتنويه إن الشواهد على المواضيع المذكورة كثيرة جداً، وقد أقتصر الباحث على بعضها علماً أنّ هناك مواضيع أخرى لم تذكر، وحقيقة هذه المواضيع التي شكّلت مرتكزاً للحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران هي جملة الملفات العالقة بين الطرفين الإيراني والأمريكي، وتصب أجمعها في بوتقة الأمن القومي للطرفين، وهي موضع خلافٍ شديدٍ بينهما من الطبيعي أن تكون مواضيعاً لأي حملة سواء سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو إعلامية.

رابعاً: أدوات الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران:

تمت الهجمات الإعلامية الأمريكية خاصّة عن طريق وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة الأمريكية يعاضدها في كثير من الأحيان وسائل إعلام حليفة بريطانية وفرنسية وخليجية ، ولكن رغم ذلك فإنّ الحيز الأعظم من الهجمة الأمريكية ضد إيران ، تقوم بها شبكات التلفزيون الأمريكية، وفي مقدمتها قناة (MSNBC)، وهي محطة تلفزيونية إخبارية أمريكية تبث على مدار الساعة في الولايات المتحدة أخبار إيران، بالإضافة إلى قنوات أخرى كقناة إن بي سي يونيفرسال، بوبليك برودكاست، ستغسيفيس، ذا سي دبليو، قناة ديزني، شوتايم، وهي بأجمعها قنوات تلفزيونية إخبارية تبث على مدار (٢٤) ساعة في الولايات المتحدة، بما يخدم الأجندة والسياسات الأمريكية، علاوة على العديد من أدوات

الاتصال من قبيل مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والتويتتر، والإذاعات، والصحف، والقنوات التلفزيونية، ووكالات الأنباء، ولقد تمتلّت الأهداف من تنويع أدوات الحملة الأمريكية، العمل على تحقيق العديد من الأهداف أبرزها دفع إيران إلى إعادة النظر في علاقاتها وتحالفاتها الإقليمية والدولية، وتشويه صورة إيران أمام الرأي العام الغربي ودوائر الحكم فيه بحيث تكون الحملات الإعلامية عامل تخويف وردع من وضد إيران بالوقت ذاته، وتحريض الأطراف الداخلية والإقليمية والدولية ضدها كما يحصل من استغلال الولايات المتحدة الأمريكية لمنظمة مجاهدي خلق المصنّفة كمنظمة إرهابية في إيران، وزعزعة الاستقرار والأمن في داخل إيران، وتهيئة الأجواء تمهيداً لتوجيه حملاتٍ من أشكالٍ أخرى ضد إيران.

وبالمجمل يستطيع المراقب لمسار الحملات الأمريكية ضد إيران أن يلاحظ التغيّرات التي طرأت على أشكالها ومرآحها، فقد بدأت هذه الحملات السياسية ممثلة بالانسحاب الأمريكي من الاتفاق النووي في 8/مايو/إيار/2018م، ثم تطوّرت إلى حملات اقتصادية ممثلة بالعقوبات الاقتصادية ضد إيران، الأمر الذي تزامن مع الحملات الإعلامية بشكلٍ غير مسبوق من حيث شدّة الوتيرة، وعلى الصعيد العملي إن سلسلة التهديدات بشن عمليات عسكرية، توجي بالتمهيد للقيام بمثل هذا النوع من الحملات.

خامساً: كيفية توظيف الحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران:

عمدت الولايات المتحدة الأمريكية إلى توظيف وسائل الإعلام لتحقيق أهداف سياسية ضمن إطار حربها النفسية ضد إيران، نظراً للميزات التي تتمتع بها هذه الوسائل من حيث قدرتها على التأثير الفعّال وجاذبية الجمهور لها وسهولة وصولها إليه، ولقدرتها على التلاعب بالحقائق بالشاكلة التي تخدم مصالحها، ولقد أخذت الحملة الإعلامية الأمريكية مسارين رئيسين أحدهما تجاه الدولة الإيرانية بمؤسساتها وشخصياتها السياسية لا سيما القادة البارزين من جهة، والآخر تجاه

الشعب الإيراني بأطيافه الثقافية والسياسية والدينية والعرقية والقومية من جهة أخرى.

لقد كانت تتجه ضد الدولة الإيرانية بمعزل عن شعبها، وأحياناً تتجه نحو الشعب بمعزل عن استهداف الدولة الإيرانية، وأحياناً أخرى تستهدف طرفي المعادلة الإيرانية (الدولة والشعب) سوية، وفق ما سيوضحه الباحث:

أولاً: ضد الشعب الإيراني:

هي جملة الممارسات الإعلامية المنظمة والموجّهة التي تستهدف مشاعر وقناعات الشعب الإيراني بفئاته الثقافية والسياسية والدينية والعرقية والقومية كافة عن طريق ما تتناوله من مواضيع هامة ذات مضامين وأبعاد متعدّدة؛ ترتبط بوجوده ارتباطاً مصيرياً بقصد تحقيق ما يريده القائمون عليها أشخاصاً أو جهات من أهداف مختلفة.

وتقوم واشنطن بشن حملة دبلوماسية لمخاطبة الداخل الإيراني تحرّض فيها الشعب الإيراني على من تسميهم "متشددين" بحجّة أنّ سياساتهم أضرت بالمصالح القومية والاقتصادية للإيرانيين، وتحت دعاوي حقوق الإنسان وحرياته (١٨)، وتدعوهم لوقف الخطوات التي أقدمت عليها الدولة الإيرانية في مجال التسليح والملف النووي، وجميع هذه الممارسات تتم على أمل أو قناعة تصل لدرجة أن تقوم الجماهير الإيرانية بإجبار حكومتها على تغيير مواقفها وسياسيتها (١٩).

في هذا الصدد لا بد من التركيز على حقيقة مفادها أنّ الحملة الإعلامية الأمريكية تستند في تعبئة الرأي العام الإيراني على خطابها القائم على استغلال شرائح الطلاب والشباب والقوى المعارضة عبر العمل على تحريضهم وحشدهم ضد الدولة الإيرانية، ولقد مهّدت لذلك بمشاريع سياسية على أرض الواقع والدليل قيام الكونجرس بتخصيص ٧٥ مليون دولار "للدعم الديمقراطية" في إيران، وتم إنشاء مكتب داخل القنصلية الأمريكية في دبي يضم عشرة دبلوماسيين أمريكيين لإجراء حوارات مع معارضين إيرانيين (٢٠)، وذلك لاستخدامهم كورقة ضغط ضد

دولتهم، وليكونوا هم بدورهم موضع جذب لغيرهم، مما يحقق ويخلق للأمريكي شبكات موالية لهم في الداخل الإيراني يتم تسييرها وفق توجيهاتهم وبما يتناسب مع أهدافهم السياسية.

ثانياً: ضد الدولة الإيرانية:

هي جملة الممارسات الإعلامية ذات الطابع الهجومي والعدائي؛ التي اتخذت شكل خطط منظمة ومنسقة وهادفة ضد الدولة الإيرانية بمؤسساتها كافة لا سيما المؤسساتين السياسية والعسكرية، وضد شخصياتها السياسية لا سيما القادة البارزين في المجالات كافة، ولقد قامت بهذه الحملة جملة الوسائل الإعلامية الأمريكية بالتوافق مع معاضدة الإعلام الحليف لهم متناولين الملفات التي تجمعهم كقاسم مشترك بينهم ضد إيران.

إن التوصيف السابق يشمل العديد من المواضيع والملفات العالقة بين الطرفين؛ التي تستخدم للضغط على الدولة الإيرانية عبر تناولها إعلامياً بطرق تثير المخاوف والشكوك بالدولة الإيرانية بهدف قلب الرأي العام الداخلي والعالمي ضدها مستخدمة آليات وفنون الحرب النفسية بأصنافها المختلفة كبت الإشاعات الكاذبة والتحريض والتهويل وتحريف الوقائع والحقائق، والأمثلة كثيرة منها طرح وسائل الإعلام الأمريكي وحلفائه لعدة سيناريوهات تتحدث عن احتمالية شن عملية عسكرية ضد إيران تستهدف تدمير برنامجها النووي أو على الأقل تعطيله عدة سنوات، بل وحدد بعضها توقيت هذه العملية، ليقابل بذلك قيام وسائل الإعلام الإيراني بمناقشة جدية هذا الأمر من عدمه عبر تداول ونشر تصريحات المسؤولين الإيرانيين بهذا الخصوص بدليل نقل التصريح المضاد لروحاني في ٦ مارس/أذار/ ٢٠٠٥م: "إنه يعتقد أن التهديد الأمريكي بالهجوم على إيران غير جاد لأن الأمريكيين يعرفون مدى قدرة إيران على صد مثل هذا الهجوم وهم لن يخاطروا بالقيام بهذا العمل." كما تم نقل ومناقشة تصريح علي لاريجاني: "أن

الولايات المتحدة ليست قادرة على شن حرب ضد إيران وأن الضغوط التي تمارسها ضدنا من قبيل الحرب النفسية، وأن الحرب ستكون قاسية ومكلفة لهم" (٢١). والجدير بالذكر في هذا الصدد أن الولايات المتحدة الأمريكية قد أنشأت قنوات تلفزيونية بهدف مهاجمة إيران ضمن سياق حربها النفسية والإعلامية ضدها بدليل موافقة الكونجرس على مشروع "دعم حرية إيران"، والذي خصص (٥٠) مليون دولار لإنشاء قناة تلفزيونية (آزاد - حرة) موجّهة إلى إيران باللغة الفارسية تحت إشراف (لبز تشيني) مساعدة وزيرة الخارجية الأمريكية (٢٢)، والمكلفة بملف نشر الديمقراطية في بلدان الشرق الأوسط، هذا التصرف الذي فسّره ورد عليه الدكتور محمد صدقيان مدير المركز العربي للدراسات الإيرانية لبرنامج في العمق عبر راديو "سبوتنيك" كنوع من التصدي المضاد للإعلام الأمريكي قائلاً: "إنّ الهدف هو محاولة إثارة الشعب الإيراني ضد الحكومة"، وهذا ما يتفق مع وجهة نظر الباحث قولاً ومضموناً، ليثبت أنه بالفعل تمت الهجمة الإعلامية الأمريكية ضد إيران بطرق تثير المخاوف والشكوك بالدولة الإيرانية بهدف قلب الرأي العام الداخلي والعالمي ضدها مستخدمة آليات وفنون الحرب النفسية التي سبق الإشارة إليها.

سادساً: مواصفات الحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران:

تدور أغلب أهداف الحملات الإعلامية ضد الدول إلى تحقيق مكاسب سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية علاوة على الجانب الأهم المتمثل بالتأثير المعنوي السلبي، والمسألة هنا لا تتوقف على تشابه الأهداف بل إن هنالك جملة من القواسم المشتركة بين هذه الحملات أيًا كان الطرف المستهدف، تشكلها بأغلبها ما يسمّى بالخصائص أي خصائص هذه الحملات الإعلامية، وعلى سبيل المثال تشابهت الحملات الإعلامية الأمريكية والأوروبية ضد سورية وإيران وكوريا الشمالية لحد بعيد، ومن هذه القواسم المشتركة حسب رأي الباحث يمكن ذكر ما يلي:

1. **ممولة مادياً:** تستهدف تشويه سمعة هذه الدول في وجدان الشعوب وتحجيم دورها الإقليمي والعالمي وضرب الاقتصاد ووقف عجلة التقدم فيها.
2. **ممنهجه:** تناولت تاريخ هذه الدول بالطعن والتشويه لفك ارتباط الشعوب العربية والإسلامية ببعضها البعض من جهة ومع الأجنبية من جهة أخرى بهذا التاريخ.
3. **غائية:** تعمل هذه الحملات الإعلامية على زرع الشك والارتياب بمواقف إيران من القضايا العربية والإسلامية.
4. **التسييس:** من دون شك أنه لكل حملة إعلامية أهداف سياسية سيما إذا كانت الدولة المستهدفة بالحملة بموضع عدا من قبل دول أخرى، فمحاولة قلب الرأي العام العالمي والإقليمي والمحلي على الدولة والقيادات الإيرانية، وتصويرهم بالمزعزعين للأمن والاستقرار العالمي، ويكونهم ذوي أهداف توسعية، وتوصيف سياساتهم بكونها عدائية، كل هذا يندرج ضمن إطار الحملة الإعلامية.
5. **اللامصادقية:** يفتقد الاستهداف الإعلامي الأمريكي لإيران لأي حقائق فعلية قادرة على إقناع المتلقي، حيث يسود التضليل والكذب والافتراء، وأحياناً اختلاق أخبار لا أصل لها، والأمثلة كثيرة منها افتعال التقارير الكاذبة حول النووي الإيراني، والبرامج الإعلامية حول الصواريخ الباليستية الإيرانية بقصد خلق الذعر لدى المحيط بإيران، وبالتالي جرهم لاتخاذ السياسات المناسبة لتخوفاتهم من إيران كما هي الحال بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية ودول الخليج، غالباً ما ترسخ دول الخليج لإملاءات التوجيهات الإعلامية الأمريكية المتضمنة في حملاتها الإعلامية ضد إيران، التي تستهدف بنهاية المطاف سن سياسيات مناهضة لها.

وعلى العموم بالعودة إلى تعريف الحملة الإعلامية بكونها الاستخدام المخطّط والمنظّم لمجموعة متنوعة من الوسائل الاتصالية لحث المجتمع الدولي والإقليمي والمحلي عامّة لقبول فكرة أو أفكار تتبناها وتدعمها أحد الأطراف ضد أطراف أخرى، وذلك لتحقيق مكاسب ما قد تكون سياسية أو اقتصادية أو عسكرية .. الخ، وذلك عن طريق جهود متواصلة في إطار زمني ممتد ومحدّد، ولعل هذا التعريف بما تضمّنه من أفكار ينطبق على الحالة بالنسبة للحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران، وللبهرنة على هذا يمكن الاستناد إلى جملة المتغيرات التي رافقت قدوم الرئيس الأمريكي دونالد ترامب إلى الحكم بالولايات المتحدة الأمريكية لغاية خروجه، والذي شهد عهده حملة غير مسبوقة من حيث قوتها ومدى شمولها ضد إيران كتطبيق عملي لإستراتيجيته الخاصة ضدها.

سابعاً: تقييم طرق تعامل وسائل الإعلام الإيرانية مع الحملات الإعلامية الأمريكية:

تعدّدت أساليب الإعلام الإيراني في التصديّ للحملات الإعلامية الخارجية عامة والأمريكية خاصّة، والتي وصلت خطورتها لدرجة تهديد أمن واستقرار إيران؛ الدولة والمجتمع، فكان لا بدّ من إتباع إستراتيجية إعلامية إيرانية لمواجهة الحملات الأمريكية الإعلامية والرد عليها وتفريغها من مضمونها النفسي والإعلامي والسياسي عبر اعتماد إستراتيجية إعلامية تكفل لهم ذلك، فجاءت الاستراتيجية الإعلامية الإيرانية مرتكزةً على الأسس الآتية:

1. متابعة أخبار الأحداث والتعريف بنتائج مواجهتها، ومحاولات التصديّ لها وتحجيمها عن طريق نقل المعلومات إلى جمهور إيران بأمانة وسرعة ومصداقية، وإحاطتهم بما حدث فعلاً على أرض الواقع (*).
2. استخدام الإعلام في إحداث المعرفة المخططة جيداً، والتأثير الإيجابي على تشكيل ثقافة الفرد والمجتمع والمؤسسات والدول، وإحداث الوعي المطلوب، وتنمية إدراك الجمهور بخطورة وأبعاد الأزمة، فيثير اهتمامهم،

فتتكون لديهم قناعة معينة تدفعهم إلى القيام بسلوك معين وفقاً لنطاق الأزيمة وتزودهم بكل صراحة ووضوح بالأخبار والحقائق والمعلومات والبيانات التي يتم إعدادها بشكل معين، بمحتوى ومضمون معين، لتقدم في وقت معين وفي إطار تحليلات وآراء وأفكار وتنبؤات معينة ومن جانب رجالات فكر وإعلام لهم وزن وتأثير إعلامي معين.

3. عمل الإعلام الإيراني على مستوى الجمهور الخارجي بإذكاء المناقشة لتحديد المسؤولية، ومعرفة الأسباب الحقيقية الظاهرة والخفية وراء مشاكل إيران الداخلية والخارجية، وتزويد الجمهور بمعلومات واقعية حتى لا يكون هناك مجالاً للشائعات المغرضة .

4. وضع حدود فاصلة بين القوى السياسية الإيرانية، التي تنتم تحالفاتها وائتلافاتها بنوع من المرونة والديناميكية، لدرجة يصعب معها وضعها في إطار استقطاب سياسي جامد ما بين قوى إصلاحية وأخرى محافظة، وبالتالي تصبح وسائل الإعلام التي تعبّر عن هذه القوى وتنقل رؤاها وطروحاتها للشارع هي المعيار الأساسي لتصنيف هذه القوى وتقييم توجهاتها وموقعها داخل النظام السياسي الإيراني.

5. تقديم مؤشرات ورسم ملامح لمواقفها وسياساتها إزاء قضايا الداخل والخارج وتبدو صحيفة "كيهان" (الدنيا) وقناة العالم الفضائية أبرز النماذج في هذا السياق، حيث تعتبر "كيهان" متحدثة بلسان المرشد الأعلى للجمهورية علي خامنئي، الذي يمتلك دستورياً سلطة تعيين ممثل له في الصحيفة .

على العموم قام الإعلام الإيراني بوظائف متعدّدة أثناء التعرّض للضغوطات والهجمات الإعلامية الخارجية أسهم بشكلٍ كبير في التصدي لها وتفريغها من مضمونها التحريضي الذي استهدف أمن واستقرارا إيران، ولم تكن هذه الآلية هي السبب الوحيد في فعالية التصدي الإيراني ، بل استمدت الإستراتيجية الإيرانية

قوتها من ثنائية الأدوار والآليات، حيث استخدم الإعلام آليات إعلامية متعدّدة منها تحديد المستهدف في كل مرحلة من مراحل الأحداث الحرجة التي واجهت إيران، والاستعانة بالخبراء والمتخصصين والأكاديميين وأصحاب الرأي في تصميم وتنفيذ ومتابعة الخطط الإعلامية للأزمات (٢٣)، وتضمن الخطة الإعلامية أساليب متابعة تطوّرات الأحداث التي قد ترقى إلى مستوى الأزمة، ورصد مساراتها الواقعية للتعامل معها بحكمة، ومتابعة الخطة الإعلامية لما ينشر في وسائل الإعلام الصديقة والمحايدة والمعادية لتحديد أساليب الرد والتعقيب عليها وتحصين الرأي العام من أهدافها إذا كانت خبيثة.

وبالنسبة لمسألة تقييم فاعلية وسائل الإعلام الإيراني، فإنّه لا بدّ بدايةً من توضيح مفرزات الحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران والتي تبين تأثر الشعب الإيراني بهذه الحملة ومضامينها السلبية أم لا ومدى التأثير، باعتبار هذا يمثل استجابةً للمؤثرات السلبية وفشل للإعلام الإيراني بالتصدّي للحملة عبر تفرغها من مضمونها التحريضي وتوضيح الأهداف الحقيقية لما تروّجه وتتناوله من مواضيع والعكس صحيح.

في سبيل توضيح النقطة سالفة الذكر لا بدّ من التذكير بالمطالب الشعبية الاجتماعية التي اندلعت في يوم ٢٨ /ديسمبر/ كانون الأول/ ٢٠١٧م في مدينة مشهد الواقعة شمال شرقي البلاد وامتدت لاحقاً إلى العاصمة طهران ومحافظات أخرى، تجاوزت الحكومة الإيرانية مع مطالبها، ولبت الكثير منها وفق ما سمحت به ظروف البلاد التي كانت وما زالت تعاني من العقوبات الاقتصادية الأمريكية، ولكن وسائل الإعلام الأمريكي سارعت لتسييسها وتصويرها بأنّها "احتجاجات شعبية" وذات طابع "سياسي" وضد الحكومة و"تستهدف تغييرها" وربط الموضوع بالسياسية الخارجية لإيران عبر الإصرار بأن ما تمر به إيران من صعوبات اقتصادية سببها الدعم الخارجي لبعض الدول والأحزاب، مع إغفال دور العقوبات الأمريكية، ومثال هذا (CNN) الأمريكية التي صوّرت ما حصل على

أنه "ثورة" سياسية واجتماعية ضد الحكومة الإيرانية (28)، وكثيرة هي الحوادث الاجتماعية والاقتصادية التي تم استغلالها سياسياً عبر تضخيمها وتحريفها عن مسارها إعلامياً، في محاولة لاستخدامها كسلاح في الحرب الأمريكية لنفسية ضد إيران. والمهم بالموضوع أن شرائح من الشعب الإيراني قد رضخت لما روجه الإعلام الأمريكي، ووقعت في الخديعة الإعلامية الأمريكية، ولكن الحكومة الإيرانية تعاملت بجدية مع الموضوع إعلامياً سياسياً واقتصادياً، وتولت وسائل الإعلام الإيراني تفرغ الهجمات الإعلامية الأمريكية من مضمونها عبر توضيح أسباب الأزمات الاقتصادية التي واجهتها إيران، والتي من أبرزها سياسيات التكيف الاقتصادي لصندوق النقد المدار أمريكياً والعقوبات الاقتصادية الأمريكية، وليس ما تصوّره وسائل الإعلام الأمريكي مع الإشارة أن الإعلام كان أحد جوانب هذه الأحداث فهناك جوانب سياسية واقتصادية وثقافية وأخرى، وبالنتيجة سرعانما عاد الاستقرار إلى الداخل الإيراني، دون أن تتوقف وسائل الإعلام الأمريكية عن محاولة قلب الأوضاع في الداخل الإيراني عبر الحملات الإعلامية التي تشنها.

وأما بخصوص تحقيق أهداف الحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران من عدمه، فلا بدّ في البداية من ذكر أهداف الحملات الإعلامية الاجتماعية المراد تحقيقها والتي يتم تلخيصها بما يلي:

1. التأثير على مواقف و اتجاهات الجماهير الإيرانية نحو قضايا محدّدة أو عامّة بما يخدم السياسات العامة الأمريكية بأجهزتها المختلفة.
2. إقناع الجماهير الإيرانية المستهدفة بإحداث تغييرات تدريجية في مواقفهم تجاه بعض القضايا السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية (24).
3. التنبّه إلى مخاطر الآفات الاجتماعية وإبراز مضارها فهي بمثابة الدعامات القوية و الركيزة الهامة للبحث عن أرضية مشتركة لتبادل المفاهيم، كما أنّها تعمل على إيقاظ الضمائر، فالأمراض الخطيرة و تعاطي الكحول و التدخين و حوادث الطرقات تكلف الدولة عديد المليارات من العملة،

إضافةً إلى ذلك أنها تعني عن التدخلات الترتيبية من قوانين و أوامر أي
عن حل المشاكل بالقوة (٢٥).

لقد ساعدت هذه الإستراتيجية القائمين على الأعلام الإيراني لإحباط الأهداف
التي سعت إليها الحملات الأمريكية لدرجة كبيرة، وأن يكشفوا ما روّجته الحملات
الإعلامية من تحريف وتحريض، الأمر الذي ساهم بدور كبير في تعزيز الأمن
والسلم المجتمعي في الداخل الإيراني؛ ومن دلائل نجاح التصديّ للحملات
الإعلامية الأمريكية المؤشّرات الآتية:

المؤشّر الأول: لم تتجح الحملات الإعلامية بزعزعة الأمن والاستقرار الداخلي
الإيراني رغم ما حدث من تحركات شعبية للمطالبة بإصلاحات اقتصادية، إضافةً
أنّ الشعب الإيراني بقي مصطفاً خلف قيادة المرشد الأعلى علي خامنئي والرئيس
حسن روحاني أنذاك رغم عمليات التحريض الإعلامية لإثارة الشعب الإيراني ضد
قياداته تحت وطأة الضغوطات السياسية والعقوبات الاقتصادية على الدولة والشعب
الإيرانيين.

المؤشّر الثاني: لم تغيّر إيران من شبكة علاقاتها وتحالفاتها الإقليمية والدولية رغم
ما مورس عليها من ضغوطات دولية متعددة الأشكال، كان الإعلام من أدواتها
الرئيسية.

المؤشّر الثالث: لم يطرأ أي تغيير على السياسات الإيرانية على الساحتين الإقليمية
أو الدولية، فما زالت علاقاتها مع دول مثل سورية والعراق مستمرة، وما زال دعمها
لحركات المقاومة أمراً معلناً ورسمياً ومستمراً.

ومن جهة أخرى يرى الباحث أن الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران،
ليست من نوع الحملات الإعلامية العادية التي عادة ما تقوم بها الدول
والمؤسسات عبر القنوات المخصصة لتحقيق أهداف استهلاكية بعيدة عن المجالين
السياسي والعسكري، رغم الحرص على التأثير على النفوس لجذب المستهدف، إذ
أنّ هذا النوع يبقى بعيداً عن التأثير المدمر أو المؤذي بل ينتمي لطائفة التأثير

العادي، وبالتأسيس على هذا المنطلق، فإن الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران تندرج كما أسلفنا في سياق الحرب النفسية، بالنظر إلى الأهداف التي عملت وما تزال تعمل على تحقيقها، حيث تهدف إلى تحقيق أهداف متعدّدة هي ذاتها أهداف الحرب النفسية إضافة إلى ما سلف ذكره من أهداف، والتي ندرجها وفق ما يلي:

1. تحطيم الروح المعنوية لدى أفراد المجتمع الإيراني سواء من المدنيين أو العسكريين بهدف زرع الإحباط واليأس لديهم وإيصالهم إلى حالة من القنوط والخضوع وفقدان الثقة يسهل معها التأثير عليهم وإجبارهم على الاستسلام.
2. زعزعة الإيمان بالهدف المنشود سواء كان الوصول بالدولة إلى مستوى معين من التطور السياسي الذي يتمثل بمشروع ما تحاول الدولة أيّاً كانت الوصول إليه (٢٦).
3. التشكيك في القيادات المسؤولة عن قيادة الدولة والمجتمع الإيراني لا سيما في أوقات الأزمات وتحميلها المسؤولية فيما تواجهه الدول من تحديات على المستويات كافة من قبيل اتهامهم بالتقصير عن أداء الواجبات ومحاسبة الفاسدين وسرقة أموال الشعب والأمثلة كثيرة بهذا المجال والتي تكون بأغلبها مفتعلة تستثمر سياسياً وإعلامياً كورقة ضغط.
4. بثّ الفرقة بين صفوف المجتمع عبر دراستهم لما يعاني منه المجتمع من نقاط ضعف، وحاجات ماسة، وعبر تضخيم التناقضات الموجودة داخل المجتمع واستغلال الخلافات والأمثلة كثيرة مثل استغلال التقارب الديني والثقافي بين أحد شرائح المجتمع في الداخل مع جهة خارجية دولية وتصوير الأمر على أنه استقطاب داخل المجتمع وهذه الظاهرة التي لها الكثير من المفزات السلبية على أمن واستقرار الدولة الإيرانية.

٥. تطعيم مادة الحرب النفسية عبر الوسائل المستخدمة سواء إعلامية أو طابور خامس أو غيره بالموروث الثقافي والعقيدة المعتقد لأبناء المجتمع، كاستخدام تعاليم الدين لشد أزر الجماعات الدينية (٢٧) ولشذ همهم وتوحيد صفوفهم عبر تصوير أنفسهم أنهم على حق وغيرهم على باطل.

٦. خداع العدو عبر اللجوء إلى التهويل والمبالغة في تصوير الذات سواء تعلق الأمر بالقدرات والإمكانات أو بالتحركات التي يمكن أن تصدر عنها، أو تضخيم حجم المخاطر التي سيتعرض لها الطرف الآخر بقصد التخويف والخداع لا أكثر ولا أقل.

بالنتيجة يؤكد الباحث أن الإعلام الإيراني قد تمكّن من تأدية دور الإعلام المضاد عبر القيام برد الهجمات الخارجية عليها ممثلة بالحملات الإعلامية من خلال ما يملكه وسائل وقوى بشرية مدربة وإمكانات حديثة. بالمجمل من أبرز دلائل قوة الإعلام الإيراني إغلاق الولايات المتحدة الأمريكية في ٢٢/٦/٢٠٢١م، عدّة مواقع إلكترونية تابعة لعدد من وسائل الإعلام الإيرانية مثل قناة العالم الإيرانية، وقناة برس تي في، وقناة المسيرة، الأمر الذي نمّ عن استياء أمريكي للدور الذي تقوم به هذه القنوات، التي تتولى بدورها التصدي لما تروجه الولايات المتحدة الأمريكية أو بشكل آخر تتولى دور "الإعلام المضاد" ، مما يستدعي للبحث في أسباب قوة الإعلام الإيراني.

ومن باب تحليل ما سلف لقد نجح وسائل الإعلام الإيراني نسبياً في التصدي للحملة الإعلامية الأمريكية وتفريغها من مضمونها كنتيجة لقوة الإعلام الإيراني التي تعود لعدّة أسباب يعزوها الباحث إلى ما يلي:

أولاً: هيكلية الإعلام الإيراني المتعدّدة والمتشعبة والمتكاملة الأدوار، حيث تشمل وسائل الإعلام الإيرانية وكالات أنباء، صحف ، المدونات ، المجالات باللغة الفارسية، المحطات التلفزيونية باللغة الفارسية (ليست كلها إيرانية).

ثانياً: لأنّ المؤسسة الإعلامية تبرز باعتبارها المعبر الأساسي عن التوجّهات السياسية الرسمية للدولة الإيرانية، والدليل المادة الدستورية رقم (175) التي تجسّد ربط الإعلام بوسائله كافة بالدولة الإيرانية، لذا فالإعلام عبارة عن سلاح بيد الدولة الإيرانية تخوض به هجماتها وتتصدّى لها بالمقابل أيضاً، ومن الطبيعي أن يلقى دعماً لا محدوداً تزيد من قوته من منطلق أهمية هذه المؤسسة في بناء الرأي العام الداخلي والخارجي.

ثالثاً: إن حجم الموارد المالية المخصصة لوسائل الإعلام الإيرانية (الإذاعة والتلفزيون عام 2009م خصص له 1080مليار تومان إيراني)، والدور السياسي في ترسيخ معالم الاستراتيجية الإيرانية داخلياً وخارجياً، وحجم القضايا والمساحات التي تغطيها، من الأسباب الرئيسية لقوة الإعلام الإيراني.

رابعاً: من أبرز أسباب قوة الإعلام الإيراني في المجالين السياسي والإعلامي هي معايير العمل الإعلامي منها المعيار الإيديولوجي، حيث يتم اتخاذ التوجّه السياسي للدولة الإيراني، ومبادئ الثورة الإسلامية كمنطلقات للعمل الإعلامي يتم على أساسها، فعدو الدولة عدو الإعلام وصديق الدولة صديق الإعلام الإيراني. خامساً: اكتساب الإعلام الإيراني ثقة الشعب ففي الآونة الأخيرة ظهرت وسائل إعلامية تتبع للتيارات السياسية المتنافسة في إيران، والتي تجمعها قواسم مشتركة منها التصدي لمهددات الأمن القومي الإيراني سواء في الداخل والخارج، فكان هذا بمثابة عامل ثقة بهذه الأجهزة الإعلامية.

الخاتمة:

بعد القيام بهذه الدراسة فقد ثبت أنّ الإعلام الإيراني يتمتع بدرجة عالية من الكفاءة والتماسك والمتانة مكنته من لعب دور الإعلام المضاد الذي يستهدف الرد على ما يوجّه ضده من خطط متعدّدة المضامين والمستويات بدليل الأدوار التي قامت بها وسائل الإعلام الإيرانية في ظل الأوقات الحرجة التي واجهت إيران

بفعل الضغوطات المفروضة عليها بزعامة الولايات المتحدة الأمريكية تساندها الدول التي تتبني نهجاً معادياً لإيران.

كما أثبتت الدراسة أنّ القوى الإعلامية من مصادر القوة في إيران، وهي ذاتها العوامل التي يستمد منها الإعلام قوته ومنها قدمها وتناغمها مع النهج السياسي الثوري الإيرانية، وتشعبها وانتشارها في المجتمع الإيراني، بالإضافة للضوابط المنظمة لعمل أجهزة الإعلام، وللوظائف التي تؤديها بالتناغم مع السياسات الحكومية التي تساهم في تعزيز أمن واستقرار الدولة الإيرانية، بحيث أصبحت القوى الإعلامية تمثل أسس قوة وأدوات قوة في الوقت نفسه، وبالمجمل تعمل وسائل الإعلام الإيرانية وفق نسق واحد، وفي إطار رسالة واحدة وسياسة واحدة، وهذا ناجم عن وعي اجتماعي وسياسي، ومن منطلق الحرص أيضاً على وحدة وأمن المجتمع الإيراني، وهذا عامل قوة.

تاسعاً: النتائج والتوصيات:

توصل الباحث في نهاية هذا البحث إلى جملة من النتائج استناداً إلى المعطيات التي تناولها بالدراسة في خضم خطته البحثية التي أعتمد عليها للتأكد من صحة فرضية البحث من عدمها، مسترشداً من الناحية المنهجية بما يمليه عليه المنهجين التاريخي والتحليلي المناسبين لطبيعة البحث، بالاستناد إلى جملة من المراجع والمصادر ذات الصلة المباشرة وغير مباشرة بالموضوع، والتي تُطرح بوصفها مصدر ثقة عند الباحثين العرب والأجانب، والتي لا يمكن محاسبة الباحث خارج نطاقها في حال عدم صدق المعلومات الواردة فيها بما أن هذا أمر وارد إلا إذا تعلق الأمر بمستوى ثقافته وعمق تحليله وعدم منطقيته في الطرح، ومن هذا المنظور، وعلى أساس هذا المنطق يمكن إيراد نتائج البحث وفق النقاط الآتية:

١. نجحت وسائل الإعلام الإيراني نسبياً في التصدي للحملة الإعلامية الأمريكية وتفريغها من مضمونها كنتيجة لقوة الإعلام الإيراني.

٢. يعتبر جواب السؤال الرئيسي الذي شكّل منطلق البحث من النتائج المحورية التي تمخضت عن البحث، حيث تساءل الباحث في بداية البحث فيما إذا نجحت وسائل الإعلام الإيرانية في التصديّ للحملة الإعلامية الأمريكية ضد الدولة والشعب الإيرانيين أم لا، ليثبت بعد دراسة خطته البحثية صحّة ما أفترضه، فتمثّل الجواب بنجاح وسائل الإعلام الإيرانية بالتصدي للحملات الإعلامية الأمريكية رغم الفروق بين وسائل إعلام الطرفين، فوسائل الإعلام الأمريكي متقدمة، حيث قامت بوظائف متعدّدة أثناء التعرّض للضغوطات والهجمات الإعلامية الأمريكية؛ أسهمت بشكلٍ كبير في التصديّ لها، وتفريغها من مضمونها التحريضي الذي استهدف أمن واستقرار وسيادة إيران. بالفعل تعتبر الحملة الإعلامية أحد أبرز وسائل الحرب النفسية ضد الشعب الإيراني والتي قامت بها لأسباب سياسية بحته تتعلق بصعود إيران كقوة إقليمية الأمر الذي شكّل مصدر قلق عند الولايات المتحدة الأمريكية، لذا عملت على كبح التطوّر الإيراني عبر الحروب بأشكالها المتطورة لا سيما الجيل الرابع منها أي الحرب النفسية التي كان عمادها الوسائل الإعلامية.
٣. لقد ثبت للباحث بأن تنوّع القوى الإعلامية الإيرانية، وتعدّد الأدوار التي مارستها، والطرق التي استخدمتها ساهم بإفشال مضمون الحملة الإعلامية ضد إيران.
٤. يتلخص سبب الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران في جزء كبير منها إلى طبيعة العلاقات الإيرانية - الأمريكية غير الودية منذ قيام الثورة الإسلامية عام ١٩٧٩م لغاية الآن، ولكثرة الملفات السياسية والأمنية والعسكرية والاقتصادية والثقافية العالقة بينهما.

٥. تمثل الحرب النفسية الأمريكية ضد إيران السياق العام للحملة الإعلامية الأمريكية ضدها لكونها جسدت أهم وسائله في ممارسة التأثير على إيران الدولة والشعب لا سيما الجانب المعنوي لهما.
٦. لقد كان الملف النووي الإيراني، ومهاجمة محور المقاومة، أمن الخليج، ومضيق هرمز، أمن "إسرائيل"، والعقوبات الاقتصادية على إيران، وتأليب الداخل الإيراني على حكومته، وعلاقة إيران بالعراق وحزب الله، والوجود الإيراني في سورية رغم شرعيته من أبرز المواضيع التي دارت الحملات الإعلامية الأمريكية ضد إيران حولها.
٧. لقد كانت وسائل الإعلام الأمريكي المرئية والمسموعة والمقروءة (وكالات، تلفزيون، إذاعات، صحف) من أبرز الأدوات التي استخدمتها الولايات المتحدة الأمريكية في حملتها الإعلامية ضد إيران، فقد جاءت الحملة الإعلامية الأمريكية نتاج جهد متكامل ومتناسق ومنظم بين الأجهزة الإعلامية كافة.
٨. من أهم مواصفات الحملة الإعلامية الأمريكية ضد إيران أنها ممولة مادياً، وممنهجة، والتشكيك والارتياب، التسييس، واللامصداقية، والغائية.
٩. تعددت طرق تعامل وتصدي وسائل الإعلام الإيرانية مع الحملات الإعلامية الأمريكية، حيث عملت وسائل الإعلام الإيراني على توضيح أسباب الهجمة الأمريكية على إيران وأشكالها وأبعادها وتداعياتها وأساليب مواجهة الشعب والدولة الإيرانية لها.
١٠. لقد فشلت الحملة الأمريكية في تحقيق أهدافها السياسية في إيران، فالشعب الإيراني رغم الأوضاع الاقتصادية ما يزال يدعم قيادته الحالية في وجه التحديات الأمريكية، والنظام السياسي الإيراني بمؤسساته كافة؛ ما

زال قائماً وبكامل حيويته ونشاطه السياسي، ومكانة إيران الإقليمية في تقدّم، وإدارة الملفات العالقة تتم وفق الرؤية الإيرانية، والتحالفات الدولية لإيران في تقدّم كان آخرها الانضمام لشنغهاي، والأهم إدراك الشارع الأمريكي ونخبة المثقفين والسياسيين والعسكريين لمخاطر الحرب العسكرية والنفسية ضد إيران.

عاشراً: قائمة التوصيات:

أولاً: إيجاد حلول للملفات العالقة بين إيران والولايات المتحدة الأمريكية لا سيما الملف النووي الإيراني والوجود الأجنبي الأمريكي في منطقة الخليج العربي وكذلك مسألة امن "إسرائيل" حليفة أمريكا الأولى في منطقه الشرق الأوسط، وبالواقع إن الوساطة الدولية والمنظمات الدولية و قنوات الحوار المباشرة والغير مباشره لم تنجح في حل الملفات العالقة لأنها مساعلة وجود تتعلّق بالأمن القومي لكلا الطرفين، إضافة إنّه لا يمكن حل المشاكل بالطريقة التي يريدها كلاهما فالولايات المتحدة الأمريكية لن تسحب قواعدها من الخليج، و لن تتخلى عن "إسرائيل" بالمقابل إيران بوجودها خارج حدودها تحمي أمنها القومي ولن تتخلى عن برنامجها النووي، وهذا ما أثبتته فشل الضغوطات الأمريكية والعقوبات الاقتصادية، لذلك الحل يتمثل من وجهه نظر الباحث بإعادة فتح جسور العلاقات بين الطرفين استناداً إلى الروابط السياسية والقانونية والأمنية متفق عليها بين الطرفين تقرر عدم التهديد لمصالح وأمن كلا منهما للأخر.

ثانياً: يجب على وسائل الإعلام الإيرانية تعزيز عملية التصدي للحرب النفسية الأمريكية عبر وضع خطة ثلاثية الأبعاد تسيّر وفق ما يلي:

1. المسار العسكري الأمني: يتمثل إنشاء غرف عمليات إيرانية ضمن إطار وحدات أمنيه وعسكريه ترصد عن كثب محاولات الطرف الأمريكي عبر استخدام القوة الناعمة للتأثير على المعنويات وإرادة الشعب الإيراني و كل ما يمس بأمن واستقرار إيران و الرد عليه وتقنيده وتوضيح أهدافه.

٢. **المسار الإعلامي:** يتمثل قيام وسائل الإعلام الإيرانية بمختلف أنواعها بالتصدّي لوسائل الإعلام الأمريكية بخصوص ما تبثه عن إيران دولةً وشعباً من مؤثرات تمس أمنها واستقرارها.

٣. **المسار السياسي والدبلوماسي:** يتمثل بإنشاء ودعم قسم مخصص في وزارة الخارجية الإيرانية مهمته مراقبة التصاريح الرسمية المعادية والرد عليها في تصريحات رسميه مماثله.

ثالثاً: العمل على تفويت فرصه استغلال التناقضات الداخلية والمشاكل والأزمات التي يعاني منها المجتمع الإيراني سواء عرقه أو دينيه أو اجتماعيه أو سياسيه أو اقتصاديه لأنها تشكّل مادةً خصبه للحرب النفسية الأمريكية، ويأتي تفويتها عبر التعجيل في إيجاد الحلول لها ضمن الإمكانيات المتاحة والظروف الراهنة.

رابعاً: يجب على وسائل الإعلام الإيرانية مقابلة وسائل الإعلام الأمريكي بما يماثلها المسموع بالمسموع والمقروء بالمقروء، وصولاً إلى استحداث وسائل جديدة للإعلام الردعي تتولّى مهمة مخاطبة الرأي العام الأمريكي العالمي.

خامساً: استقدام كوكبه من المختصين من علماء النفس والسياسة والتاريخ وتوظيفهم كمجموعات متخصصة للتصدّي والقيام بالحرب النفسية ضد أعداء إيران على أن يحرصوا في التركيز على نقاط ضعف الولايات المتحدة الأمريكية وخروقاتها الأمنية والسياسية والعسكرية للتشهير بها وكشف حقيقة مزاعمهم وأهدافهم وصحة ادعاءاتهم وتفنيد حججهم ، والتركيز على حقيقة مفادها أن منظور الولايات المتحدة الأمريكية في التعامل مع أي ملف يستند إلى مقتضيات الأمن القومي الأمريكي وسبل تحقيقه وضمانه.

سادساً: يجب على وسائل الإعلام الإيراني التركيز بشكل رئيسي على كيفية توجيه مسارات الحملات الإعلامية المضادة، على أن تكون موجّهة وفق الشاكلة الآتية:

الشاكلة الأولى: نحو الرأي العام الإيراني لكي لا يقع فريسة لمضمون أي حرب نفسية.

الشاكلة الثانية: نحو الرأي العام الأمريكي لكشف سياسات حكومته أمامه.

الشاكلة الثالثة: نحو الدول الحليفة لتعزيز الثقة والتعاون معهم من منطلق وحدة الحال والهدف.

الشاكلة الرابعة: نحو الدول المعادية لإيران بهدف المواجهة وتفرغ مضمون حملاتهم الإعلامية.

سابعاً: إخراج وسائل الإعلام المخصّصة للحرب النفسية عن أدوارها المعروفة عبر توكيل مهام استخباراتية وبحثية وعسكرية لها.

ثامناً: وضع هدف محوري لوسائل الإعلام المعنية في التصدي للإعلام المعادي يتمثل بالواجهة وتقرير مضمون حملاتهم وعدم التشتت بكثرة الأهداف .

تاسعاً: تطوير طرق الإعلام المضاد الإيراني بالتصدي للحملات الإعلامية الأمريكية في مستجدات الفترة الراهنة لا سيما على الصعيد التكنولوجي وفق ما يلي:

ا- إنشاء جهات إعلامية جديدة.

ب - استماله جهاد إعلامية لصالح إيران داخل الدول المعادية لها.

ت - إنشاء تحالف إعلامي موحد من الدول المتضررة من السياسات الأمريكية يكون هدفها الدفاع والهجوم الإعلاميين على الحملات الأمريكية وحلفائها.

ث- استحداث أساليب جديدة للحرب النفسية وترك التقليدي منها.

ج - دعم الحملات المضادة في مراكز بحثية أكاديمية تضم مختصين من المجالات كافة توظف خبرتهم في مجال الرد على العدو، والتزام مراكز صنع القرار بعدم اتخاذ أي قرار فعلي بناء على مضامين إعلامية معادية، والأقرب إلى الصواب هنا ، التأسيس على ما تقدمه القنوات الاستخباراتية لامتلاكها المعلومة الصحيحة بنسبة أكبر من غيرها من قنوات مصادر المعلومات.

عاشراً: إنشاء اتحادات إيرانية بمختلف الوسائل الإعلامية التابعة لإيران ليس فقط المسموعة والمرئية بل المقروءة والمعنية أيضاً بمواقع التواصل الاجتماعي لأنها ستصبح بالمستقبل الأداة الإعلامية الأولى نظراً لجملة من العوامل الذاتية والموضوعية المتصلة بها كأداة إعلامية، أي يجب على الدولة الإيرانية نسخ تجربة الاتحاد إلى المجالات الإعلامية المتبقية، والباحث يعول على "اتحاد الإذاعات والتلفزيونات الإسلامية" من حيث فاعليته وتأدية مهامه بصفته أحد أذرع الإعلام المضاد الإيراني، والذي تتبع قوته من كونه يملك أكثر من (٢١٠) شركات حليفة في (٣٥) دولة، معظمها في الشرق الأوسط، وتشمل هذه الشركات القنوات الفضائية ومحطات الراديو والمواقع الإخبارية ووكالات الأنباء ومراكز التدريب وشركات الإنتاج الإعلامي ومراكز البحوث.

قائمة المصادر والمراجع:

(*) تم تقديم مشروع القانون ، المعروف أيضاً باسم دامتو ، إلى مجلس الشيوخ الأمريكي في ذلك العام من قبل ألفونسو مارسيلو إل ديوماتو ، عضو مجلس الشيوخ الإيطالي من نيويورك ، وعضو جمهوري ، ومجلس شيوخ آخر (كينيدي). تم تمرير القانون تحت غطاء مكافحة الإرهاب ضد إيران وليبيا بسبب تحطم طائرة أمريكية انفجرت فوق مدينة لوكربي الليبية في ديسمبر 1988م، وفضه الرئيس الأمريكي آنذاك بيل كلينتون. في عام 2006م، مع تغيير ليبيا لسياستها النووية ، ابتعدت البلاد عن العقوبات ومنذ ذلك الحين تم تغيير اسمها إلى قانون عقوبات إيران. وفقاً لقانون العقوبات الإيراني ، يُحظر أي استثمار بأكثر من 40 مليون دولار سنوياً في تطوير قطاع النفط والغاز الإيراني من قبل أي شركة في العالم. عقوبات الشركات التي تتجاهل هذا القانون:

- 1- حظر أي مساعدة مالية للصادرات والواردات والبنوك.
- 2- حظر إصدار أي رخصة تصدير تقنية لصالح المحكوم عليه.
3. حظر إقراض أكثر من 10 ملايين دولار من قبل مؤسسة مصرفية أمريكية لشخص مدان.
4. حظر مشاركة الشركات المالية الخاضعة للغرامة في النظام المصرفي الأمريكي أو استخدام الموارد الحكومية.
5. حظر شراء أي سلع أو خدمات من قبل شخص تعاقبه الحكومة الاتحادية.
- 6- حظر كامل على استيراد منتجات المحكوم عليه.

1- قطامش، حسن، الموقف الإيراني من حرب أمريكا لأفغانستان، مجلة البيان، تاريخ النشر 26/6/2013م، متاح على الرابط الإلكتروني:

<https://www.albayan.co.uk/article2.aspx?ID=2962>

2- شابل، كانون، 2008م - الحد من الأسلحة النووية وعدم انتشارها في نزع السلاح والأمن السلام الدولي. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية ، ص 485.

- ٣- إسماعيل، عبد الكريم، ٢٠١٧م- العلاقات الأمريكية - الإيرانية (٢٠٠٩ - ٢٠١٧م)، رؤية إستراتيجية. الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، ص ٦١٣.
- ٤- نقلاً عن العربية Bbc، مقال بعنوان: الرئيس الإيراني: الأعداء الذين يقفون وراء المظاهرات سيفشلون، تاريخ النشر ١٥ فبراير/ شباط، ٢٠١١ م، متاح على الرابط الإلكتروني: https://www.bbc.com/arabic/worldnews/2011mpusavi_karroubi
- ٥- الزويري، محجوب ، ٢٠١٧م - محددات السياسة الخارجية الأمريكية تجاه إيران في ظل عهد ترامب: بين الثابت والمتغير.مجلة دراسات، مج ٤، ١٤، ٢٠١٧، ص ص ٦٩.
- ٦- نقلاً عن سبوتنيك، مقال بعنوان: استهداف ناقلتي نפט في خليج عمان، تاريخ النشر ٢٠١٩/٦/١٣م، متاح على الرابط الإلكتروني: https://arabic.sputniknews.com/arab_world/2019
- ٧- نقلاً عن موقع عرب ٤٨، مقال بعنوان: من هو قاسم سليمانبي؟، تاريخ النشر ٢٠٢٠/١/٣م، متاح على الرابط الإلكتروني: <https://www.arab48.com/%D9%85%D8%AC%D9%>
- ٨- صلاح، نصر، ١٩٨٨م - الحرب النفسية، معركة الكلمة والمعتقد.ج ١، الوطن العربي، ١٩٨٨، ص ٧١.
- ٩- الشعراوي ، عايدة ، ٢٠٠٦م - الإعلان والعلاقات العامة دراسة مقارنة بيروت ، الدار الجامعية ، الطبعة الأولى، ٢٠٠٦م، ص ٦٥.
- ١٠- كحيل، عبد الوهاب، ١٩٨٦م - الحرب النفسية ضد الإسلام في عهد الرسول (ص). عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى، ١٩٨٦م، ص ١٥.
- ١١- الزويري، محجوب ، ٢٠١٧م - محددات السياسة الخارجية الأمريكية تجاه إيران في ظل عهد ترامب: بين الثابت والمتغير.مجلة دراسات، مج ٤، ١٤، ٢٠١٧، ص ص ٧٢.
- ١٢- المصدر السابق نفسه، ص ٧٣.
- ١٣- أبو النور، محمد ، ١٠ أسباب ترجح انسحاب ترامب من الاتفاق النووي مع إيران اليوم، موقع اليوم السابع الكتروني، تاريخ النشر ٠٨ مايو ٢٠١٨م، متاح على الرابط الإلكتروني: <https://www.google.com/url?sa=t&>
- ١٤- هاشم، أحمد ، صحيفة أمريكية: عقوبات إدارة ترامب الجديدة تخنق اقتصاد إيران، موقع العين الإخباري الكتروني، تاريخ النشر

- ٢٠١٩/١١/٤م، متاح على الرابط:
<https://www.google.com/url?sa=t&rct>
- ١٥- المصدر: صوت أمريكا، نتناهو بحث الإيرانيين على "المقاومة"، تاريخ النشر: ٢٠١٩/٢/١٧م، متاح على الرابط:
<https://arabic.rt.com/world/1001728-%D9%86%>
- ١٦- نقلًا عن: موقع (Rt) باللغة العربية، أمريكا تعلن الحرب الإعلامية على إيران ، تاريخ النشر ٢٤/٧/٢٠١٨م، متاح على الرابط الإلكتروني:
https://arabic.sputniknews.com/radio_in_depth/20180724103407026
- ١٧- إسماعيل، محمد، إيران وحقوق الإنسان، مختارات إيرانية، القاهرة، مؤسسة الأهرام، العدد ٨٤، يوليو ٢٠٠٧، ص ٣٩.
- 18- James Phillips, John C. Helsing, s Nuclear Challenge Countering, the Heritage Foundation, Policy Research and Analysis, December 14, 2005.p44.
- ١٩- سويلم، حسام، انعكاسات تجربة كوريا الشمالية النووية على إيران، مختارات إيرانية، السنة السادسة، العدد ٧٦، نوفمبر ٢٠٠٦، ص ٩٨ - ١٠٦.
- ٢٠- سويلم، حسام، تصاعد الحرب غير المعلنة بين الولايات المتحدة وإيران، مختارات إيرانية، السنة السادسة، العدد ٨٠، مارس ٢٠٠٧، ص ٨٢-٩٧.
- ٢١- سويلم، حسام، حرب الخليج الرابعة : المعوقات الرئيسية لاستخدام القوة المسلحة ضد إيران، ملف الأهرام الاستراتيجي، السنة الثانية عشرة، العدد ١٣٥، مارس ٢٠٠٦، ص ٢٥ .
- ٢٢- المرجع السابق نفسه، ص ٢٦.
- (*) - كما فعلت صحيفة كيهان الرسمية عندما نقلت ما أورده صحيفة "وول ستريت جورنال" الأميركية التي قالت: "بان من جملة ما تبحثه إدارة ترامب في إطار استراتيجيتها الجديدة في المنطقة استخدام القوات الأميركية الموجودة في سورية لمواجهة إيران" ، مستخدمة ذلك للتويه للمخططات الأمريكية ضد إيران.
- ٢٣- سليمان، محمود، ١٩٩٢م - التخطيط الإعلامي. القاهرة : دار الوفاء، ص ٢٢.
- ٢٤- عبيدات، محمد ، ٢٠٠٤م - التسويق الاجتماعي الأخضر و البيئي. دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، ، ص ١٧.

- ٢٥- لونات، ميشال ، ١٩٩٣ - الإعلام الإجتماعي. ترجمة: صالح بن حليلة، المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم، تونس ، ص ٣٩.
- ٢٦- قاسم ، شفيق ، الحرب النفسية الإسرائيلية على الذات الفلسطينية ، رسالة ماجستير ، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في الدراسات العربية المعاصرة من كلية الدابف بجامعة بيرزيت، فلسطين، العام الدراسي ٢٠١٧م، ص ٣٣.
- ٢٧- المرجع السابق، ص ٣٥.
- ٢٨- نقلاً: عن سي إن إن العربية، إطلاق نار في مدينة دورود ، تاريخ النشر في 30 ديسمبر / كانون الأول ٢٠١٧ م، متاح على الرابط الالكتروني:
<https://www.google.com/url?sa=t&rct1eAZPiXxqUjpl>