

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَصَلَّى اللَّهُ عَلَى مُحَمَّدٍ وَآلِهِ الطَّاهِرِينَ

تقدیم به روح مطہر سردار بزرگ و پرافتخار اسلام

شہید حاج قاسم سلیمانی

بازاریابی سیاسی نفوذ ایالات متحده آمریکا
در جمهوری اسلامی ایران

با مقدمه

دکتر ابوذری گوهری مقدم

دانشیار علوم سیاسی دانشگاه امام صادق (علیه السلام)

تألیف

حامد کیانی مجاهد



انتشارات
دانشگاه امام صادق علیه السلام

عنوان: بازاریابی سیاسی نفوذ ایالات متحده آمریکا در جمهوری اسلامی ایران

مؤلف: حامد کیانی مجاهد

مقدمه‌نویس: دکتر ابودر گوهری مقدم

ناشر: دانشگاه امام صادق علیه‌السلام

صفحه‌آرا و ویراستار ادبی: رضا عبدالمهی

طراح جلد: سیدمصطفی شفیعی

نمایه‌ساز و ناظر نسخه‌پردازی و چاپ: رضا دیبا

چاپ و صحافی: چاپ سپیدان

چاپ اول: ۱۳۹۸

قیمت: ۴۰۰/۰۰۰ ریال

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۱۴-۷۹۵-۰

«این کتاب با کاغذ حمایتی منتشر شده است»

فروشگاه مرکزی: تهران: خیابان انقلاب، بین خیابان فخررازی و خیابان دانشگاه، مجتمع پارسا، همکف، واحد ۳ و ۲
تلفن: ۶۶۹۷۳۲۱۲

فروشگاه کتاب صادق: تهران: بزرگراه شهید چمران، بل مدیریت، ضلع شمالی دانشگاه

صندوق پستی ۱۵۹-۱۴۶۵۵ • کد پستی: ۱۴۶۵۹۴۳۶۸۱ • تلفکس: ۸۸۳۷۰۱۴۲

فروشگاه اینترنتی: www.ketabesadiq.ir • [E-mail: pub@isu.ac.ir](mailto:pub@isu.ac.ir)

سرشناسه: کیانی مجاهد، حامد، ۱۳۷۲-

عنوان و نام پدیدآور: بازاریابی سیاسی نفوذ ایالات متحده آمریکا در جمهوری اسلامی ایران/با مقدمه ابودر گوهری مقدم؛ تألیف حامد کیانی مجاهد.

مشخصات نشر: تهران: دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری: ۲۳۱ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۱۴-۷۹۵-۰

موضوع: مبارزه سیاسی -- ایالات متحده -- مدیریت

موضوع: اعمال نفوذ سیاسی -- ایالات متحده

موضوع: بازاریابی -- ایالات متحده -- جنبه‌های سیاسی

شناسه افزوده: گوهری مقدم، ابودر، ۱۳۵۹- مقدمه‌نویس

شناسه افزوده: دانشگاه امام صادق (ع)

رده‌بندی کنگره: JK ۲۲۸۱

رده‌بندی دیویی: ۳۲۴/۷۰۹۷۳

شماره کتابشناسی ملی: ۶۰۲۷۷۸۰

تمام حقوق محفوظ است، هیچ بخشی از این کتاب بدون اجازه مکتوب ناشر قابل تکثیر یا تولید مجدد به هیچ شکلی از جمله چاپ، فتوکپی، انتشار الکترونیکی، فیلم و صدا و انتقال در فضای مجازی نمی‌باشد.
این اثر تحت پوشش قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان ایران قرار دارد.

فهرست مطالب

سخن ناشر	۱۳
مقدمه	۱۵
پیشگفتار	۲۳
۱. بازاریابی سیاسی نفوذ؛ به مثابه نقبی برای سلطه‌ای فرانوی	۲۳
۲. جلب منافع، رقابت قدرت و دشمنی؛ مفاهیمی غیرقابل تفکیک	۲۶
۳. محدوده امر واقع سیاسی؛ تعیین‌کننده مرز واقعیت و توهم توطئه در مسئله نفوذ	۲۸
۴. انقلاب اسلامی؛ گفتمانی برجسته‌ساز و حاشیه‌ران	۳۰
۵. رابطه ایران و آمریکا؛ شناوری در دریای بی‌اعتمادی	۳۲
۶. طراحی ضد استراتژی در برابر استراتژی نفوذ غرب؛ ضامن پیشبرد اهداف	۳۴
فصل اول: بازاریابی سیاسی نفوذ؛ ارائه چارچوبی تحلیلی	۳۹
مقدمه	۳۹
۱. تعریف مفاهیم	۴۰
۱-۱. نفوذ	۴۰
۱-۱-۱. شاخص‌های تقسیم‌بندی نفوذ	۴۲
۱-۱-۲. رابطه نفوذ و سیاست	۴۳

- ۱-۲. بازاریابی سیاسی بین‌الملل؛ مفهومی از جنس بازاریابی ۴۷
- ۱-۲-۱. مفهوم بازاریابی ۴۷
- ۱-۲-۲. مفهوم بازاریابی سیاسی ۵۳
- ۱-۲-۳. مفهوم بازاریابی سیاسی بین‌الملل ۵۵
۲. گونه‌شناسی نفوذ ۵۶
- ۱-۲. نفوذ اجبارآمیز و قهری ۵۷
- ۲-۲. نفوذ نهادی ۵۸
- ۲-۳. نفوذ ساختاری ۵۹
- ۲-۴. نفوذ گفتمانی ۶۰
۳. مخاطبین نفوذ ۶۱
۴. عوامل داخلی دست‌اندرکار در پیاده‌سازی نفوذ ۶۲
۵. مجموعه سیستم در سیستم نفوذ؛ چستی و عملکرد ۶۳
۶. ابزارشناسی ساختارمند مجموعه سیستماتیک نفوذ ۶۴
۷. سیستم ابزارهای دیپلماتیک غیرسستی نفوذ (زیرسیستم فرعی) ۶۵
- ۱-۷. دیپلماسی عمومی ۶۷
- ۲-۷. دیپلماسی رسانه‌ای ۶۹
- ۳-۷. دیپلماسی فرهنگی ۷۰
- ۴-۷. دیپلماسی شهری ۷۲
- ۵-۷. دیپلماسی علم و فناوری ۷۲
- ۶-۷. دیپلماسی ورزشی ۷۴
- ۷-۷. دیپلماسی اقتصادی ۷۶
- ۸-۷. دیپلماسی انرژی ۷۷
۸. تأثیرسنجی چرخه سیستم در سیستم نفوذ بر سطوح نفوذ ۷۸
- ۱-۸. تأثیر بر سطح فردی ۷۸
- ۲-۸. تأثیر بر سطح اجتماعی ۷۹
- ۳-۸. تأثیر بر سطح سیاسی ۸۲
- ۱-۳-۸. روش تعاملی ساختار - کارگزار ۸۲

فهرست مطالب □ ۷

۸-۳-۲. تبدیل کارگزار به نفوذگذار؛ فرصتی فراروی پروژه نفوذ.....	۸۵
۹. بازاریابی سیاسی نفوذ؛ ارائه مدلی تحلیلی.....	۸۹
جمع‌بندی.....	۹۴
فصل دوم: بازاریابی سیاسی نفوذ ایالات متحده؛ مطالعه اسناد راهبردی.....	۹۷
مقدمه.....	۹۷
۱. برنامه نفوذ ایالات متحده؛ چستی و ابعاد.....	۹۸
۱-۱. چستی نفوذ.....	۹۸
۱-۲. ابزارهای نفوذ.....	۹۹
۱-۳. جامعه هدف نفوذ ایالات متحده آمریکا.....	۱۰۱
۱-۳-۱. نخبگان.....	۱۰۲
۱-۳-۲. مقامات حکومتی.....	۱۰۲
۱-۳-۳. عامه مردم.....	۱۰۳
۱-۴. حوزه‌های سیاست‌های هدف‌گذاری شده نفوذ.....	۱۰۳
۱-۴-۱. امنیت.....	۱۰۳
۱-۴-۲. فرهنگ.....	۱۰۴
۱-۴-۳. اقتصاد.....	۱۰۴
۱-۴-۴. سیاست.....	۱۰۴
۱-۴-۵. محیط زیست.....	۱۰۵
۲. نهادشناسی دیپلماسی عمومی ایالات متحده آمریکا.....	۱۰۵
۲-۱. کمیسیون مشورتی دیپلماسی عمومی ایالات متحده آمریکا (ACPD).....	۱۰۵
۲-۲. آژانس توسعه بین‌الملل ایالات متحده آمریکا (USAID).....	۱۰۶
۲-۳. دفتر سیاست، برنامه‌ریزی و منابع وزارت امور خارجه آمریکا (R/PPP).....	۱۰۷
۲-۳-۱. دفتر امور عمومی (PA).....	۱۰۷
۲-۳-۲. دفتر برنامه‌های اطلاعاتی بین‌المللی (IIP).....	۱۰۸
۲-۳-۳. دفتر امور آموزشی و فرهنگی (ECA).....	۱۰۸
۲-۳-۴. هیئت‌مدیره بنگاه سخن‌پراکنی (BBG).....	۱۰۹

- ۱۰۹..... ۲-۳-۵. دفتر امور سازمان‌های بین‌المللی (IO)
- ۱۱۰..... ۳. برنامه‌های کلان دیپلماسی عمومی ایالات متحده آمریکا
- ۱۱۰..... ۳-۱. برنامه‌های تبادلات فرهنگی و آموزشی
- ۱۱۲..... ۳-۲. برنامه‌ها و فعالیت‌های اطلاع‌رسانی
- ۱۱۲..... ۳-۳. برنامه‌های پخش رادیو و تلویزیونی بین‌المللی و اینترنتی
- ۱۱۲..... ۴. برنامه‌های ناظر به گونه‌های نفوذ در دیپلماسی عمومی آمریکا
- ۱۱۲..... ۴-۱. برنامه‌های ناظر به نفوذ ساختاری در دیپلماسی عمومی آمریکا
- ۱۱۳..... ۴-۱-۱. برنامه همیاری آموزش زبان خارجی
- ۱۱۳..... ۴-۱-۲. برنامه دانشجویان خارجی
- ۱۱۳..... ۴-۱-۳. برنامه پژوهشگران مهمان
- ۱۱۳..... ۴-۱-۴. برنامه راه‌حل‌های اجتماعی
- ۱۱۴..... ۴-۱-۵. برنامه رهبران جوان
- ۱۱۵..... ۴-۲. برنامه‌های ناظر به نفوذ گفتمانی در دیپلماسی عمومی آمریکا
- ۱۱۵..... ۴-۲-۱. برنامه آموزش زبان انگلیسی
- ۱۱۶..... ۴-۲-۲. انتشار ترجمه
- ۱۱۶..... ۴-۲-۳. نمایش فیلم‌های آمریکایی
- ۱۱۷..... ۴-۲-۴. برنامه رشد هنری
- ۱۱۷..... ۴-۲-۵. برنامه موسیقی آمریکا در خارج از کشور
- ۱۱۸..... ۴-۲-۶. برنامه مطالعات آمریکاشناسی
- ۱۱۸..... ۴-۲-۷. برنامه‌های ناظر به دیپلماسی ورزشی
- ۱۱۹..... ۴-۲-۸. برنامه‌های ناظر به جوانان دبیرستانی
- ۱۱۹..... ۵. بررسی جایگاه نفوذ در اسناد بالادستی دوران بوش پسر، اوباما و ترامپ
- ۱۲۰..... ۵-۱. دوران جورج بوش
- ۱۲۱..... ۵-۲. دوران اوباما
- ۱۲۴..... ۵-۳. دوران ترامپ
- ۱۲۴..... ۵-۳-۱. منافع ملی ایالات متحده در حوزه نفوذ
- ۱۲۴..... ۵-۳-۲. هدف‌گذاری‌های راهبردی جهت تأمین منافع ملی آمریکا در حوزه

نفوذ.....	۱۲۵
جمع‌بندی.....	۱۲۹
فصل سوم: واکاوی نفوذ ایالات متحده در جمهوری اسلامی از منظر بازاریابی	
سیاسی نفوذ.....	۱۳۳
مقدمه.....	۱۳۳
۱. مختصات بازاریابی سیاسی نفوذ ایالات متحده در جمهوری اسلامی ایران.....	۱۳۴
۲. منافع و اهداف ایالات متحده از نفوذ در ایران اسلامی.....	۱۳۷
۳. جایگاه «نفوذ» در راهبردهای دولت‌های ایالات متحده در قبال ایران.....	۱۳۸
۳-۱. جایگاه نفوذ در راهبردهای ایالات متحده در قبال جمهوری اسلامی در دوران جورج بوش.....	۱۳۸
۳-۲. جایگاه نفوذ در راهبردهای ایالات متحده در قبال جمهوری اسلامی در دوران اوباما.....	۱۴۰
۳-۳. جایگاه نفوذ در راهبردهای ایالات متحده در قبال جمهوری اسلامی در دوران ترامپ.....	۱۴۲
۳-۳-۱. جایگاه قدرت نرم از منظر دولت ترامپ.....	۱۴۳
۳-۳-۲. جایگاه راهبردهای مبتنی بر قدرت نرم از سوی آمریکا در قبال ایران.....	۱۴۴
۴. بررسی برخی اندیشکده‌ها در حوزه نفوذگذاری آمریکا در جمهوری اسلامی.....	۱۴۹
۴-۱. بنیاد ملی دموکراسی (NED).....	۱۴۹
۴-۲. بنیاد دفاع از دموکراسی (FDD).....	۱۵۳
۴-۳. دفتر امور ایرانیان (OIA).....	۱۵۶
۴-۴. خانه آزادی.....	۱۵۸
۵. ابزارشناسی نفوذ ایالات متحده در جمهوری اسلامی ایران.....	۱۶۰
۵-۱. برنامه‌های پخش رادیو و تلویزیونی بین‌المللی و اینترنتی.....	۱۶۱
۵-۲. بهره‌گیری از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی.....	۱۶۲
۵-۲-۱. سفارت مجازی آمریکا در ایران.....	۱۶۳

- ۱۶۹..... ۲-۲-۵. شبکه اجتماعی توئیتر
- ۱۶۹..... ۳-۵. استارت آپ‌ها
- ۱۷۲..... ۴-۵. بهره‌گیری از صنعت فیلم‌سازی هالیوود
- ۱۷۲..... ۱-۴-۵. فیلم ۳۰۰ (۲۰۰۶)
- ۱۷۳..... ۲-۴-۵. فیلم‌های بدون دخترم هرگز (۱۹۹۱)، سنگسار ثریا (۲۰۰۸) و زنان بدون مردان (۲۰۰۹)
- ۱۷۳..... ۳-۴-۵. سیرینا (۲۰۰۵)
- ۱۷۳..... ۴-۴-۵. فیلم آرگو (۲۰۱۲)
- ۱۷۴..... ۵-۵. بهره‌گیری از آموزش زبان انگلیسی
- ۱۷۵..... ۶-۵. سازمان‌های مردم‌نهاد (NGO) و بنیادهای خیریه
- ۱۷۷..... ۷-۵. نفوذ از طریق شبکه‌سازی و بهره‌گیری از ظرفیت تشکل‌ها و اصناف در دانشگاه‌ها
- ۱۷۷..... ۸-۵. اعطای بورس تحصیلی و جذب نخبگان
- ۱۷۸..... ۹-۵. نفوذ از طریق معاهدات و اسناد بین‌المللی و الزام به تبعیت از آنها
- ۱۷۸..... ۱-۹-۵. مذاکراتی (با حضور آمریکا) که منتهی به عقد تفاهم می‌شوند و ایران در مراحل انعقاد آنها حضور دارد
- ۱۷۹..... ۲-۹-۵. معاهدات و اسناد بین‌المللی که کشورها می‌توانند خود را ملزم به اجرای آنها کنند
- ۱۸۱..... ۶. سیاست‌های اتخاذی ایالات متحده برای نفوذ در ایران اسلامی
- ۱۸۱..... ۱-۶. بزرگ‌نمایی مشکلات و کوچک‌نمایی توانمندی‌ها و پیشرفت‌های کشور
- ۱۸۱..... ۲-۶. تلقین وجود اختلاف بین مسئولان ارشد نظام در سطح افکار عمومی داخلی
- ۱۸۲..... ۳-۶. نفوذ در نیروهای مجاهد و متزلزل کردن پایه‌های جهاد
- ۱۸۲..... ۴-۶. تخطئه کسانی که بر اصالت‌ها و ارزش‌ها پای می‌فشارند
- ۱۸۲..... ۵-۶. تهمت، اهانت، نارواگویی و شایعه‌پراکنی نسبت به انقلاب اسلامی
- ۱۸۳..... ۶-۶. ایجاد اختلاف و عصبیت، کینه و نفرت در میان آحاد ملت
- ۱۸۳..... ۷-۶. منحرف کردن شعارهای مردم

فهرست مطالب □ ۱۱

۸-۶. تبدیل نارضایتی‌های اجتماعی به اغتشاش و آشوب، حمایت و تطهیر آشوبگران.....	۱۸۴
۹-۶. فسادانگیزی در نسل جوان کشور.....	۱۸۴
۱۰-۶. ایجاد دوگانه‌های کاذب در افکار عمومی.....	۱۸۵
۱۱-۶. تقدس‌زدایی از مراجع و علما با هدف تقدس‌زدایی از بنیان‌های فکری نظام.....	۱۸۵
۱۲-۶. تقویت ایرانیت در برابر اسلامیت در افکار عمومی.....	۱۸۵
۱۳-۶. دعوت به مذاکره در رابطه با مسائل مورد مناقشه و اهتمام به آن.....	۱۸۶
۱۴-۶. ترویج و تبلیغ ظواهر زندگی مادی به عنوان سبک زندگی.....	۱۸۶
۱۵-۶. توهم خواندن وجود توطئه علیه کشور و دوست جلوه‌دادن دشمن.....	۱۸۷
۱۶-۶. تضعیف نهادهای مجری قانون ضمن تمرکز ویژه بر تخریب نهادهای انقلابی.....	۱۸۸
۱۷-۶. اعتمادزدایی از قوه قضائیه و رسانه ملی در افکار عمومی.....	۱۸۹
جمع‌بندی.....	۱۸۹
نتیجه‌گیری.....	۱۹۳
منابع و مأخذ.....	۲۰۳
نمایه.....	۲۱۹

فهرست جدول‌ها

جدول ۱. جمع‌بندی مقایسه‌ای میان قدرت سخت و نرم و ویژگی‌های آنها...۴۶	۴۶
جدول ۲. تعاریف بازاریابی سیاسی.....	۵۴
جدول ۳. مخاطبین نفوذ و اهداف روانی و عملیاتی این پروژه.....	۶۱
جدول ۴. گونه‌شناسی عدم تقلید.....	۸۷

فهرست شکل‌ها

- شکل ۱. منظومه ارتباطی میان سیاست و نفوذ ۴۷
- شکل ۲. مراحل فرایند مصرف ۴۹
- شکل ۳. ارکان شبکه نوین بازاریابی ۵۲
- شکل ۴. سیستم بازاریابی سیاسی بین‌الملل ۵۶
- شکل ۵. ارتباط گونه‌های نفوذ با انواع قدرت ۶۱
- شکل ۶. مجموعه سیستم در سیستم نفوذ (سیستم اصلی) ۶۴
- شکل ۷. سیستم ابزارهای نفوذ (سیستم فرعی) ۶۵
- شکل ۸. مجموعه سیستماتیک ابزارهای دیپلماتیک غیرسستی نفوذ ۶۷
- (زیر سیستم فرعی) ۶۷
- شکل ۹. ارتباط دولت‌ها و ملت‌ها در دیپلماسی عمومی ۶۸
- شکل ۱۰. رابطه میان دیپلماسی‌های عمومی و رسانه‌ای ۷۰
- شکل ۱۱. رابطه میان دیپلماسی‌های عمومی، فرهنگی و رسانه‌ای ۷۱
- شکل ۱۲. رابطه میان دیپلماسی‌های عمومی و علم و فناوری ۷۴
- شکل ۱۳. رابطه میان دیپلماسی‌های عمومی، فرهنگی، رسانه‌ای و ورزشی ۷۵
- شکل ۱۴. سطوح دیپلماسی اقتصادی ۷۶
- شکل ۱۵. نفوذ بر فرایند اجتماعی شدن سیاسی ۸۱
- شکل ۱۶. نفوذ بر دوگانه تعاملی ساختار - کارگزار ۸۴
- شکل ۱۷. تأثیر فرایند نفوذ بر کارگزار نفوذزده ۸۹
- شکل ۱۸. مدل بازاریابی سیاسی نفوذ ۹۴
- شکل ۱۹. مدل کلان بازاریابی سیاسی نفوذ ۹۶
- شکل ۲۰. بازاریابی سیاسی نفوذ ایالات متحده در جوامع و سازمان‌های هدف
در آیین اسناد آمریکا ۱۳۱
- شکل ۲۱. مدل جهت‌گیری و اهداف نفوذ ایالات متحده آمریکا در ایران
اسلامی ۱۹۱

«بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ»
وَلَقَدْ آتَيْنَا دَاوُودَ وَ سُلَيْمَانَ عِلْمًا وَقَالَا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
فَضَّلَنَا عَلَى كَثِيرٍ مِّنْ عِبَادِهِ الْمُؤْمِنِينَ
(قرآن کریم، سوره مبارکه النمل/ آیه شریفه ۱۵)

سخن ناشر

فلسفه وجودی دانشگاه امام صادق (علیه السلام) که از سوی ریاست فقید دانشگاه به کرات مورد توجه قرار گرفته، تربیت نیروی انسانی متعهد، باتقوا و کارآمد در عرصه عمل و نظر است تا از این طریق دانشگاه بتواند نقش اساسی خود را در سطح راهبردی به انجام رساند.

از این حیث «تربیت» را می‌توان مقوله‌ای محوری یاد نمود که وظایف و کارویژه‌های دانشگاه، در چارچوب آن معنا می‌یابد؛ زیرا که «علم» بدون «تزکیه» بیش از آنکه ابزاری در مسیر تعالی و اصلاح امور جامعه باشد، عاملی مشکل‌ساز خواهد بود که سازمان و هویت جامعه را متأثر و دگرگون می‌سازد.

از سوی دیگر «سیاست‌ها» تابع اصول و مبادی علمی هستند و نمی‌توان منکر این تجربه تاریخی شد که استواری و کارآمدی سیاست‌ها در گرو انجام پژوهش‌های علمی و بهرمندی از نتایج آنهاست. از این منظر پیشگامان عرصه علم و پژوهش، راهبران اصلی جریان‌های فکری و اجرایی به حساب می‌آیند و نمی‌توان آینده درخشانی را بدون توانایی‌های علمی - پژوهشی رقم زد، و سخن از «مرجعیت علمی» در واقع پاسخ‌گویی به این نیاز بنیادین است.

دانشگاه امام صادق (علیه السلام) در واقع یک الگوی عملی برای تحقق ایده دانشگاه اسلامی در شرایط جهان معاصر است. الگویی که هم‌اکنون ثمرات

نیکوی آن در فضای ملی و بین‌المللی قابل مشاهده است. طبعاً آنچه حاصل آمده، محصول نیت خالصانه و جهاد علمی مستمر مجموعه بنیان‌گذاران و دانش‌آموختگان این نهاد است که امید می‌رود با اتکا به تأییدات الهی و تلاش همه‌جانبه اساتید، دانشجویان و مدیران دانشگاه، بتواند به مرجعی تمام‌عیار در گستره جهانی تبدیل گردد.

معاونت پژوهشی دانشگاه امام صادق (علیه السلام) با توجه به شرایط، امکانات و نیازمندی جامعه در مقطع کنونی با طرحی جامع نسبت به معرفی دستاوردهای پژوهشی دانشگاه، ارزیابی سازمانی - کارکردی آنها و بالاخره تحلیل شرایط آتی اقدام نموده که نتایج این پژوهش‌ها در قالب کتاب، گزارش، نشریات علمی و... تقدیم علاقه‌مندان می‌گردد. هدف از این اقدام - ضمن قدردانی از تلاش خالصانه تمام کسانی که با آرمان و اندیشه‌ای بزرگ و ادعایی اندک در این راه گام نهادند - درک کاستی‌ها و اصلاح آنها است تا از این طریق، زمینه پرورش نسل جوان و علاقه‌مند به طی این طریق نیز فراهم گردد؛ هدفی بزرگ که در نهایت مرجعیت مکتب علمی امام صادق (علیه السلام) را در گستره بین‌المللی به همراه خواهد داشت (ان شاء الله).

ولله الحمد

معاونت پژوهشی دانشگاه

مقدمه

در نگاهی کلان روابط کشورها را می‌توان در قالب سه مفهوم کلان طبقه‌بندی کرد: هنگامی که دو یا چند کشور دارای درک و عمل واحدی از منافع و تهدیدات هستند، میان آنها «مفاهمه» برقرار است؛ در صورتی که کشورها بتوانند از طریق ابزارهای مختلف دیپلماتیک و غیر آن، منافع خود را به هم نزدیک کنند، میان آنها «معامله» برقرار است و در صورتی که نتوانند به درک واحد و تقریب منافع نائل شوند و منافع آنها متداخل و متعارض باشد، میان آنها «مقابله» و مواجهه برقرار است. روابط ایران و آمریکا نیز در این چارچوب قابل مفهوم‌سازی است. مناسبات ایران و آمریکا پس از پیروزی انقلاب اسلامی، فراز و نشیب‌های مختلفی در ابعاد گوناگون داشته، اما چهره غالب این مناسبات، مبتنی بر «مواجهه و مقابله» بوده است. در ریشه‌یابی این مواجهه می‌توان بر اساس رویکردی کلان به دو مسئله توجه کرد: اول؛ بر اساس تحولات و رویدادهای رخ داده میان این دو کشور و مناطق حضور آنها، و دوم؛ نگاهی بنیادین به عمق ماجرای مناسبات در ورای تحولات جاری. طبعاً، هر کدام از این دو رویکرد، آثار و تبعات خود را داشته و توجه به آنها ضروری است، اما توجه صرف به هر یک بدون توجه به دیگری، می‌تواند در مواردی منجر به خطای تحلیلی و محاسباتی و در ساحت عملی، خطاهای راهبردی شود؛ خصوصاً توجه صرف به ظواهر

تعاملات، بدون لحاظ مبانی، بیشتر آسیب‌زا خواهد بود؛ هر چند اگر در ظاهر تحولات هم دقت شود، تجربه چهل سال گذشته مناسبات، در نگاهی منصفانه ما را به درک صحیحی از ماهیت روابط - که همان مواجهه و تقابل دو کشور است - می‌رساند.

با بررسی تحولات چهار دهه گذشته مناسبات ایران و آمریکا، مجموعه راهبردها و سیاست‌های دولت‌های مختلف این کشور، مواضع و اظهارات مقامات، نخبگان حکومتی و غیرحکومتی ایالات متحده و تحلیل رخدادهای مختلف، و صرف نظر از نوع رفتار دولت‌های مختلف جمهوری اسلامی در قبال آمریکا، می‌توان نتیجه گرفت، نزاع این دو کشور نزاعی هویتی و ماهیتی است که ریشه در هویت اسلامی و انقلابی جمهوری اسلامی ایران از یکسو، و مواجهه آن با هویت مبتنی بر لیبرال دموکراسی مورد ادعای نظام سلطه دارد. آمریکا به وضوح، انقلاب اسلامی ایران و سیاست‌های آن را دشمن خود تعریف کرده و در طول چهل سال گذشته تمامی هدف‌گذاری‌ها و سیاست‌های خود را در تضعیف انقلاب اسلامی و درگیرسازی ظرفیت‌های آن به شیوه‌های مختلف قرار داده و همچنان نیز با تاکتیک‌های گوناگون و در قالب ابزارهای متفاوت - شامل طیف ابزاری جنگ سخت تا جنگ نرم و هوشمند - در حال انجام است. محور تقابل ایران و آمریکا، مجموعه گفتمانی انقلاب اسلامی است، که باعث شده منافع این کشور در منطقه و جهان با خطر مواجه شود؛ به عبارتی بهتر، آمریکا با کشوری به نام ایران مشکلی نداشته و ندارد، اما زمانی که روحی که در کالبد این کشور جاری است ملهم از اندیشه‌های ناب انقلابی است، ایران را تبدیل به مهم‌ترین رقیب اندیشه‌ای خود می‌کند.

در نگاهی نظری، هویت برساخته‌ای از ارزش‌ها و هنجارهای مختلف تشکیل‌دهنده جامعه ایرانی از ارزش‌های دینی، سستی، آئینی، فرهنگی و... است که بر مبنای این ارزش‌ها و هویت، منافع تعریف می‌گردد و از قیل این منافع، نقش‌های ملی و فراملی معین می‌گردد و سیاست‌ها و راهبردها تعیین

می‌شوند. با این وصف، اگر قرار است سیاست‌های جمهوری اسلامی دچار تحول شود، باید ریشه‌ها و مبانی آن - که همان هنجارها و ارزش‌هاست - تغییر کند. آنچه ایالات متحده در طول سال‌های پس از انقلاب اسلامی به عنوان اقدام مبنایی انجام داده، تلاش برای تغییر این ارزش‌هاست تا از این طریق، منافع و سیاست‌های جمهوری اسلامی را دست‌خوش تغییر نماید.

از آنجا که آمریکا به‌خوبی می‌داند تضعیف و تحریم فیزیکی و سخت نمی‌تواند اندیشه انقلاب اسلامی را در ایران دچار تغییر نماید، هم‌زمان و در رویکردی مبنایی در سال‌های گذشته و امروز به شیوه‌های جدید بر مسئله تضعیف هویت انقلاب اسلامی، برنامه‌ریزی کلان کرده است. ابزار تأثیرگذاری بر این حوزه، در دهه پنجم انقلاب، نفوذ در مبانی و تغییر ماهوی این هویت انقلابی است. ابزار نفوذ با تمام مختصات آن - هر چند جدید نیست - اما دقیقاً این ارزش‌ها و مبانی را هدف قرار داده است. هدف تغییر مبنایی خواست‌ها، آمال و ارزش‌های مردم، تغییر انتخاب‌ها و گزینه‌های آنها و در نهایت تغییر ماهیت نظام - حتی بدون تغییر شکل آن - است؛ به عبارت روشن‌تر، طمع آمریکا در دهه پنجم انقلاب، تحول در محیط و جامعه داخلی ایران است. در این راستا، با تمرکز فزاینده بر روندهای داخلی ایران تلاش می‌کند که با جریان‌سازی و تأثیرگذاری بر ادراک مسئولان و مردم، ابتکار عمل را در اختیار گرفته و با منزوی کردن گفتمان انقلابی نسبت به مسئله آمریکا در داخل ایران، منافع بلندمدت خود را دنبال نماید.

در این راستا آمریکا استفاده از همه شیوه‌های نفوذ را در دستور کار خود دارد و با ابزارهای مادی نظیر تحریم و فشار اقتصادی سعی دارد در نهادها و ساختارهای مختلف حکومتی و غیرحکومتی، اثرگذاری نموده و در نهایت از طریق نفوذ گفتمانی به عنوان ابزاری درازمدت و عمیق، بر نحوه تفکر و عناصر هویت‌ساز نظام از مردم و مسئولان تأثیر بگذارد. در نفوذ گفتمانی توجه به معانی و شبکه نیروهای اجتماعی و تأثیر و تأثرات متقابل آنها مورد توجه قرار می‌گیرد و نوعی نگاه فراساختاری غلبه دارد. در این نوع نفوذ،

هویت اجتماعی در میان مدت و درازمدت شکل گرفته و معنا می‌یابد و به ذهنیت‌ها و توان اقدام عملی آنها توجه می‌شود. و در صورت موفقیت، اثرات مانا و درازمدتی در جامعه هدف دارد. آمریکا در سطح کلان به دنبال این نوع تغییر مبنایی در جامعه ایرانی به منظور قلب مفاهیم اساسی گفتمان انقلابی و اسلامی ملت ایران در سال‌های پیش‌رو است.

ایالات متحده آمریکا جهت مهار و تغییر ماهیت نظام جمهوری اسلامی در چهل سال اخیر، از ابزارهای مختلفی علیه ایران استفاده کرده است. این سیاست‌ها که طیف گسترده‌ای از اقدامات گوناگون را در بر گرفته است، از اقدام مستقیم علیه کشور تا شیوه‌های غیرمستقیم و استفاده از قدرت نرم و نفوذ را شامل شده است. دولتمردان آمریکا به این نتیجه رسیده‌اند، رفتارهای سخت‌افزاری در جهت مقابله با نظام اسلامی دارای تبعات و هزینه‌های گزافی برای آمریکاست؛ از این‌رو راه‌های مؤثرتر و کم‌هزینه‌تر را در دستور کار قرار داده‌اند. این رفتارها با هدف مشروعیت‌زدایی از نظام و کاهش کارآمدی آن و در راستای از بین بردن حمایت مردمی و همراه‌سازی آنان با رفتارها و سیاست‌های دول غربی در حال گسترش است.

چنان که ذکر شد، سیاست خارجی آمریکا در قبال جمهوری اسلامی ایران صرفاً مبتنی بر تغییر رفتار نبوده، بلکه فراتر از آن، تغییر ماهیت نظام ایران است. این سیاست‌ها شامل طیف مختلفی از اقدامات بوده و به مقتضای تحولات منطقه‌ای و بین‌المللی و نیز حزب حاکم بر دولت آمریکا، تاکتیک‌های مختلفی اتخاذ شده است. اما در طول یک دهه گذشته، راهبرد دولت آمریکا برای تحقق این مهم، افزایش فشار و تهدید اقتصادی است. برای آمریکا علی‌رغم برخی لفاظی‌ها، ایرانی خوب و بد وجود ندارد و کل بدنه حاکمیت از یک جنس و غیر قابل اعتماد است. در این رویکرد، آمریکا تمامی آنچه را که تهدیدات ایران می‌داند، در قالب یک مجموعه دیده و سیاست‌های مختلف ایران در حوزه‌های مختلف تفکیک نمی‌شود. مقابله همه‌جانبه با اقدامات جمهوری اسلامی هدف آمریکاست. هدف اعمال فشار، منزوی‌سازی و درون‌گرا کردن ایران به منظور

ممانعت از نفوذ منطقه‌ای تهران است.

آمریکا در سال‌های اخیر سه سیاست مشخص جهت مقابله با ایران را در نظر گرفته است و همچنان بر این سیاست تأکید خواهد داشت، که از سه راهبرد ارائه شده برای مقابله با ایران، دو مورد محیط داخلی و مستقیماً جامعه ایرانی را هدف قرار داده است.

راهبرد اول: افزایش فشار با هدف وادارسازی حاکمیت به مذاکره و امتیازدهی است. در همین راستا و با افزایش فشارها، آمریکا در دولت اوباما به توافق برجام رسید که نهایتاً ترامپ به دلیل غیرجامع‌بودن، از آن خارج شد و اکنون با توسل به همان سیاست اوباما، یعنی تحریم و فشار به دنبال کشاندن ایران پای میز مذاکره و رسیدن به «برجامی جامع» است که هدف آن نیز در نهایت تغییر ماهیت جمهوری اسلامی است؛ امری که مقامات آمریکایی با ادبیات مختلف بر آن تأکید دارند. به عبارت دیگر، آمریکا امکان رسیدن به توافق جدید را نیز در چارچوب اهداف مشخص تعقیب می‌کند، اما این بار در قالبی گسترده و حداکثری؛ حصول به برجامی جدید حاوی تمامی نگرانی‌های آمریکا از رفتار ایران در همه ابعاد مد نظر این کشور است.

راهبرد دوم: تمرکز بر اقدامات داخلی جمهوری اسلامی و ناکارآمد جلوه‌دادن مدل حکومتی آن است. در این راستا، طیف گسترده‌ای از سیاست‌های نظام در حال نقد و هجمه است. مواردی از قبیل نحوه مدیریت مسائل زیست‌محیطی و منابع گرفته تا مسئله حقوق بشری و آزادی‌های اجتماعی و نقض مقررات بین‌المللی. هدف این اقدام آمریکا نیز بیان ناکارآمدی و مشروعیت‌زدایی از نظام است. این مواجهه با جمهوری اسلامی در دو سطح عملیات روانی و اقدامات دیپلماتیک - و البته عملیاتی - در مقابله با ایران تعقیب می‌شود. آمریکا در دهه پنجم انقلاب، برنامه ویژه‌ای برای محیط داخلی کشور داشته و فراتر از برنامه‌ریزی صرفاً روی کاغذ، به انجام عملیات در این حوزه می‌اندیشد. تلاش برای جداسازی

ملت و مسئولان و استفاده از اختلافات داخلی نخبگان داخلی، بیشترین نکته اتکای راهبرد آمریکاست.

در همین راستا، سیاست‌های جدید آمریکا جهت مقابله با جمهوری اسلامی ایران بر سه اصل دموکراسی‌سازی (دموکراسی متناسب با اهداف و منافع آمریکا)، مشغول‌سازی نظامی در داخل با ایجاد ناامنی، و تشدید اختلافات داخلی استوار گردیده است. این مسائل در قالب برنامه‌های زیر مطرح شده است:

- هدف قرار دادن مشروعیت نظام؛
- تقویت ارتباط با سازمان‌های غیردولتی و مردم‌نهاد؛
- برقراری ارتباط با جنبش‌های اجتماعی مانند جنبش زنان، دانشجویان، کارگری، صنفی و...؛
- جداسازی مقامات سیاسی، نخبگان سیاسی، اجتماعی و علمی، روحانیون و مردم از بدنه نظام؛
- برقراری ارتباط با مخالفان داخلی و خارجی و کمک به اپوزیسیون خارج از حاکمیت و سازمان‌دهی اقدامات آنان علیه نظام؛
- گسترش جنگ سایبری و تمرکز بر استفاده از رسانه‌ها و مطبوعات برای ارتباط با جامعه ایرانی و تأثیرگذاری بر افکار عمومی آن؛
- تشدید پتانسیل‌های واگرایی موجود در جامعه و همکاری با گروه‌های مخالف قومی و تجزیه‌طلب.

در یک نمای کلی می‌توان اهداف رویکرد تغییر از درون را در ایجاد بسترهای لازم برای اجرای طرح براندازی خاموش بر ضد جمهوری اسلامی، خلاصه کرد. این هدف کلی در قالب‌های تغییر ذهنیت مردم ایران در چارچوب پروژه نفوذ، در ارتباط با سیاست‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و هنری دولت جمهوری اسلامی و همچنین سازمان‌دادن به هجوم رسانه‌های ضدانقلاب و مؤثرکردن این هجوم دنبال می‌شود تا از این طریق، با مشروعیت‌زدایی از نظام جمهوری اسلامی و مبانی هویت‌ساز انقلاب

اسلامی، زمینه سیاسی تغییر از درون نظام محقق گردد. در نهایت راهبرد سوم آمریکا در دهه پنجم، مهار منطقه‌ای جمهوری اسلامی است. بیداری اسلامی در واقع ثمره چهار دهه تعامل انقلاب اسلامی با مردم منطقه است که در کشورهای مختلف منطقه ثمر داده به نحوی که مبارزه با مستکبران داخلی و خارجی و اسلام‌خواهی در سراسر منطقه به گوش می‌رسد و منافع استکباری صاحبان قدرت را به خطر انداخته است. بازتولید اندیشه‌های ناب اسلامی متأثر از انقلاب اسلامی در جوانان و گروه‌های مختلف مردم در کشورهای منطقه، باعث شده است غرب و در رأس آن آمریکا به زعم خود به دنبال مهار ایران در منطقه غرب آسیا باشد. جهت مقابله با این روند، آمریکا به دنبال ایجاد جبهه واحد جهانی و منطقه‌ای ضد ایران است. از مهم‌ترین الزامات این جبهه ضد ایرانی، حل مشکلات اعضای آن است. در این راستا سیاست‌هایی نظیر حل مشکلات رژیم صهیونیستی با کشورهای عربی، حل مشکلات عراق با کشورهای شورای همکاری خلیج فارس، تقویت ارتباطات این شورا با اردن و مصر، تفرقه‌افکنی میان ایران و همسایگان همسو نظیر عراق و حتی سوریه، همه با هدف ائتلاف‌سازی علیه ایران در حال انجام است. همچنین تقویت و حمایت از اپوزیسیون نظام و متمرکز و متشکل کردن آنها در یک جبهه واحد و خط‌دهی آنها در حال انجام است. در کنار همه این اقدامات آمریکا، چون گذشته هر از گاهی با هدف افزایش فشار و تغییر نظام محاسباتی مسئولان و جنگ روانی و از طریق عملیات نفوذ، به دنبال معتبرسازی تهدید نظامی خواهد بود که طرح این مسئله مسیری انحرافی در جهت وادارسازی به دادن امتیاز و فشار بر افکار عمومی جهت پیشبرد اهداف فوق‌الذکر است. نکته بسیار حساس و حیاتی آن است که این اقدامات، در بستر نفوذ در ابعاد مختلف آن معنای مضاعف خواهد یافت؛ لذا ایالات متحده هیچ‌گاه از نفوذ به مثابه ابزار تأثیرگذاری دست برنداشته، بلکه آن را به شکل گسترده تقویت کرده است. در نهایت، از آنجا که مقابله ایران و آمریکا منازعه هویتی است و نه

صرفاً تاکتیکی، طبعاً نوع نگاه به مناسبات و سیاست‌ها نیز متفاوت خواهد بود و آنگاه به عمق کلام رهبر حکیم انقلاب در بیانیه راهبردی گام دوم انقلاب در آغاز دهه پنجم انقلاب پی می‌بریم که فرمودند: «در مورد آمریکا حل هیچ مشکلی متصور نیست و مذاکره با آن جز زیان مادی و معنوی، محصولی نخواهد داشت». اطلاق این کلام که ناشی از تجربه بیش از چهار دهه مناسبات جمهوری اسلامی با آمریکا در مقاطع مختلف است، یادآور این جمله بنیان‌گذار جمهوری اسلامی امام راحل (علیه السلام) است که فرمودند: «تا آمریکا آدم نشود ما با آمریکا رابطه برقرار نمی‌کنیم». به عبارت روشن‌تر، این دو جمله در امتداد یکدیگر و بر یک مبنا از رهبران انقلاب صادر شده و ناشی از خصومت راهبردی و تضاد ماهیتی مبتنی بر تضاد ارزشی دو نظام فکری اسلامی و استکباری است. از آنجایی که ماهیت نظام سلطه و رویکرد آن تغییر نکرده و به تعبیر حضرت امام (علیه السلام) آمریکا «آدم نشده است»؛ لذا هر نوع تعامل و مذاکره به تعبیر مقام معظم رهبری خسارت محض، و منتج به زیان مادی و معنوی است. طبعاً مقابله این دو گفتمان متخاصم که بخشی از مقابله حق و باطل است، دارای الزاماتی است که تقویت ساخت قدرت داخلی، تحکیم مؤلفه‌های قدرت ملی، شناخت آسیب‌ها و آسیب‌پذیری‌ها، نقاط قوت و ضعف جبهه خودی و جبهه مقابل و در نهایت پایبندی به اصول انقلابی مورد هجمه دشمن از مهم‌ترین این الزامات است.

کتاب حاضر طرحی محققانه است که تلاش می‌کند با کاربست مفهوم بازاریابی سیاسی، به مطالعه سیاست نفوذ ایالات متحده با تأکید بر نفوذ گفتمانی، به چستی، ابزارها، شیوه‌ها، جامعه هدف، نهادهای مؤثر آمریکا در این رابطه و برنامه‌های این نهادها در قبال جمهوری اسلامی ایران بپردازد.

ابوذرگوهری مقدم

هیئت علمی دانشکده معارف اسلامی و علوم سیاسی

دانشگاه امام صادق (علیه السلام)

پیشگفتار

«پس آنگاه انقلاب ملت ایران، جهان دوقطبی آن روز را به جهان سه‌قطبی تبدیل کرد و سپس با سقوط و حذف شوروی و اقمارش و پدید آمدن قطب‌های جدید قدرت، تقابل دوگانه جدید «اسلام و استکبار» پدیده برجسته جهان معاصر و کانون توجه جهانیان شد. از سویی نگاه امیدوارانه ملت‌های زیر ستم و جریان‌های آزادی‌خواه جهان و برخی دولت‌های مایل به استقلال و از سویی نگاه کینه‌ورزانه و بدخواهانه رژیم‌های زورگو و قلدرهای باج‌طلب عالم، بدان دوخته شد. بدین‌گونه مسیر جهان تغییر یافت و زلزله انقلاب، فرعون‌های در بسترِ راحت آرمیده را بیدار کرد؛ دشمنی‌ها با همه شدت آغاز شد...» (مقام معظم رهبری، بیانیه گام دوم انقلاب).

۱. بازاریابی سیاسی نفوذ؛ به مثابه نقبی برای سلطه‌ای فرانو

بازاریابی سیاسی نفوذ، چارچوب فهم علمی نقبی است که برای نفوذ و استیلای خارجی در داخل حوزه اقتدار یک بازیگر حفر می‌شود. پرسشی که شاید پس از خواندن جمله بالا به ذهن خطور کند این است که چرا از «نفوذ» به «نقب» تعبیر شده است؟ «راهی که پنهان از چشم مردم و محافظان

در زیر زمین تعبیه کنند تا از آن راه به جای مورد نظر داخل شوند» (دهخدا، ۱۳۸۵). این تعریف، آن چیز است که ساکنان قدیم ایران از معنای «نقب» در ذهنشان داشته‌اند.

در گذشته که حکومت‌های قدرتمند دارای برج و باروهای مستحکم و نفوذناپذیر بودند، به نحوی که داخل شدن در آنها از طرق معمول میسر نبود، دشمنان بعضاً از شیوه‌ای استفاده می‌کردند که به خاطر نامحسوس بودنش برای برج‌نشینان، غیرمنتظره و غیرقابل ارزیابی رخ می‌نمود و آن عبارت بود از حفر گودالی در زیر زمین، که از بیرون دیواره‌های برج آغاز و به نقطه کوری در گوشه برج ختم می‌شد. دشمنی که در لباس خودی وارد برج شده و شاید به ضرب زر و تزویر چند نفر از نگهبانان برج را هم خریده بود، اکنون برای پیاده‌سازی مأموریت خود بدون کمترین مقاومتی در دل جامعه هدف خود قرار داشت و می‌توانست بیشترین ضربه را با کمترین هزینه بر طبق برنامه به دشمن وارد آورد... و این «نقب» در قدیم، نقبی بود برای نفوذ...

این نقب حفر شده برای نفوذ، همیشه هم در زیر زمین تعبیه نمی‌شد. گاهی این راه مخفی، آنقدر عیان بود که همگان «نمود» آن را می‌دیدند اما، به خاطر پیچیدگی مسئله و کم‌دقتی مخاطبان، کمتر کسی به عمق «بود» آن پی می‌برد. گاهی یک خارجی درست در زمانی که خودی‌ها مشغول رقابت با حکومت متبوع آن غریبه بودند، در لباس دوست وارد می‌شد و سنگین‌ترین ضربه‌ها را به کشور وارد می‌آورد. اگر به تاریخ رجوع کنیم، نمونه‌های فراوانی در این مسئله پیش روی ما گشوده می‌شود. نمونه‌هایی که صفحات تاریخ، گواه تأثیرات مخرب اقدامات آنها و طومارهای درهم پیچیده شده حکومت‌هایی است که به خاطر دسیسه‌های آنان به زانو درآمده‌اند. یکی از بهترین این نمونه‌ها، «داستان ملکه موزا» است که بازخوانی آن در مطلع بحث شاید خالی از لطف نباشد.

«موزا» یا «ترموزا» یکی از قدرتمندترین زنان دوران اشکانی است که

نقش تعیین‌کننده‌ای در وقایع سیاسی آن دوران داشت و در ساحتی، یکی از اصلی‌ترین عوامل افول و سقوط سلسله اشکانیان بود. در عصر «فرهاد چهارم»، پادشاه به نسبت مقتدر اشکانی، و در زمانی که رقابت‌های ایران و روم در اوج خود قرار داشت، «اوگوست» امپراتور روم در حدود سال ۲۰ ق.م. برای تقویت روابط خود با «فرهاد چهارم» کنیزکی صاحب جمال به نام «موزا» را به عنوان هدیه به دربار او فرستاد. «موزا» آنچنان دل پادشاه سالخورده اشکانی را از آن خود کرد که شاه، او را پس از به دنیا آوردن پسری به نام «فرهادک»، به مقام ملکه ایران برگزید. این‌گونه بود که کنیز رومی به نفوذ زیادی در دربار دست یافت. این نفوذ بدان حد بود که «موزا» در سال ۱۰ ق.م، «فرهاد چهارم» را وادار کرد تا چهار پسر بالغ خود را به عنوان گروگان به روم بفرستد (دیاکونف، ۱۳۵۱: ۲۸۳). هدف «موزا» دورکردن رقبای پسرش از ایران بود تا بتواند او را شاه بعدی ایران کند. این مسئله پیروزی بزرگی برای رومیان به شمار می‌رفت و در این راه «موزا» - که به اذعان مدارک تاریخی، جاسوس امپراتور روم بود و می‌خواست مسیر تجزیه پارت را هموار کند - توانست با مسموم کردن «فرهاد چهارم»، عملاً تاج و تخت ایران را تصاحب نماید؛ تا آنجا که برای اولین بار نقش او به عنوان ملکه بر روی سکه‌ها ضرب گردید (خان مرادی، ۱۳۹۶: ۵۴). «فرهاد پنجم»، شاه جدید ایران، تماماً زیر سایه قدرت مادر بود و هیچ تصمیمی را بدون اجازه مادر نمی‌گرفت. او نخستین پادشاه فاسد آن بازه از تاریخ بود که تحت تأثیر مادرش، هیبت دولت اشکانی را شکست و بنا به خواست مادرش و توصیه امپراتور روم، از ارمنستان دست کشید و این منطقه را ذیل معاهده‌ای به امپراتوری روم واگذار کرد (زرین‌کوب، ۱۳۷۷) و بدین ترتیب، نقاری بزرگ در خاندان اشکانیان ایجاد گردید. نقاری که زاینده اقدامات «موزا» بود. «موزا» بی که خود نقبی بود برای نفوذ....

تاریخ چند هزار ساله ایران، مشحون از «موزا»ها و افرادی نظیر «موزا» است که در سطوح مختلف، نقبی بوده‌اند برای نفوذ. این نفوذ قدمتی به عمر

جوامع بشری دارد؛ چرا که خاستگاه نفوذ به سرشت فرد و اجتماع باز می‌گردد، که آن هم پیوسته ثابت و «غیرقابل تبدیل و تحویل» بوده است. جلب منافع، رقابت قدرت و دوستی و خصومت متناسب با موقعیت و مصلحت، متأثر از مؤلفه‌های وجودی انسان‌هاست که در سرنوشت آنها نیز اثرگذار است و تمام نفوذگذاری‌ها بر پایه این مؤلفه‌های اساسی دخیل در سرنوشت انسان‌ها و اجتماعات، طراحی و پیاده‌سازی می‌شوند.

۲. جلب منافع، رقابت قدرت و دشمنی؛ مفاهیمی غیرقابل تفکیک

از زمانی که انسان خاکی خود را در بستر اجتماع شناخته، همواره به دنبال این بوده که برتری خود را بر دیگران نشان دهد و تیر به دست‌آوری امکانات و منابع قدرت را آنچنان از چله کمان قدرت‌طلبی برهاند، تا پرنده آرزوهای دور و دراز خود را در دام سلطه خویش ببیند؛ این آرزوها که ریشه در خاک دارد و از طبیعت مادی او برمی‌خیزد، سرچشمه تمام درگیری‌ها و فزونی‌خواهی‌های آدمی در راه کسب دنیا برای دنیا است و معمولاً توسط افرادی با جدیت دنبال می‌شود که جهت‌نمای وجودی خود را بر «اصالت گِل» تنظیم کرده‌اند تا «اصالت دل». انسان طبیعت‌محور، «مستخدم بالطبع است و می‌خواهد دیگران را به خدمت خود بگیرد. او مستعمر و مستثمر بالطبع است و این استعمار و استثمار زیر پوشش استخدام است، اما چون می‌بیند دیگران نیز با همین سلاح به میدان آمده‌اند، به ناچار تسلیم حکومت و قانون می‌شود و به تعادل متقابل رضایت می‌دهد» (جوادی آملی، ۱۳۸۸: ۴۵). اما آنجا که قدرتش توان برتری بر دیگران را به او ببخشد، مرزهای قانون را در خواهد نوردید و به آن پشت خواهد کرد. به‌ویژه آنکه این فرد و افراد بهره‌مند از قدرت اعطایی حکومت‌ها و جوامع نیز باشند، که در این صورت، مستبد بالذات بودنشان آتش درگیری‌های نرم و سخت وسیعی را شعله‌ور خواهد کرد و دشمنی‌ها را تشدید خواهد نمود.

در مقابل گروه فوق، در طول تاریخ، جریانی افلاکی قرار داشته، که هر

چند پیوسته در اقلیت بوده‌اند، اما با اتخاذ نگاه فطرت‌محور به جای طبیعت‌گرا در چارچوب مصلحت‌سنجی آرمان‌گرایانه، هدف خود را پاکسازی مسیر دسترسی مردم به دریای سعادت دنیوی و اخروی قرار داده و در این راه به بیشینه‌سازی قدرت مادی و معنوی خود پرداخته است؛ چرا که معتقد بوده که ظلمت هزیمت نمی‌شود مگر با شمشیری قدرتمند از جنس روشنایی. در این کارزار تمدنی که همواره میان «حق» و «باطل» در جریان است، رقابت بر سر گرفتن گوی قدرت از حریف است و این رقابت قدرت است که دشمنی‌ها را می‌آفریند و منافع را تأمین می‌کند.

افزون بر رقابت‌های ایدئولوژیک، مسابقه همه‌جانبه قدرت در دنیای مدرن و پسامدرن در قالب «دولت - ملت»‌ها نیز نمود دیگری از منظومه تعاملی - تقابلی میان قدرت‌ها و حکومت‌ها مبتنی بر جلب «منافع ملی» را بالعرض شکل داده و دوستی‌ها، دشمنی‌ها، ائتلاف‌ها و تخاصمات را رقم زده است. در این میان، کنشگران ملی، فراملی و فروملی، چه به دنبال تأمین «منافع ملی» خود باشند، چه در پی جلب حداکثری «منافع استراتژیک» خویش و چه هر دو، لاجرم با مجموعه‌ای از دشمنی‌ها روبه‌رو می‌شوند که منافع آنها را تهدید می‌کند. در عالم سیاست این یک اصل است که بازی قدرت، به همان میزان که فرصت‌آفرین است، تهدیدزا نیز هست؛ چرا که بازیگران معارض را وادار به واکنشی برای حفاظت از منافعشان می‌کند. به عبارت دیگر، جلب «منافع ملی و / یا ایدئولوژیک» هر چند مولد رقابت‌های سازنده است اما در همان حال انگیزاننده دشمنی‌هاست؛ یعنی نمی‌شود بازیگری به دنبال کسب قدرت برود و بخواهد منافعش را تأمین کند، مگر اینکه بازیگران دیگری که منافعشان در تضاد با منافع کنشگر اعمال‌کننده قدرت است، بخواهند در این راه با خصومت‌های اعمالی‌شان موانعی ایجاد کنند تا پیروز میدان رقابت قدرت باشند. رقابتی که خاستگاه شکل‌گیری پروژه‌های نفوذگذاری است. پس این تصور که در آوردگاه کسب قدرت، دشمنی و توطئه بی‌معناست، خیال‌خامی بیش نیست که به ذهن کسانی

خطور می‌کند که یا با مقدمات سیاست ناآشنایند و یا اغراضی در ورای خاطر دارند. از آن طرف هم، اینکه تمام رخدادها و وقایع رخ داده در یک جامعه را معلول خصومت‌ها و توطئه‌های بیرونی بدانیم، اندیشه سست و کم‌مایه‌ای بیش نیست. اتخاذ رویکردی علمی به مسئله نفوذ، راه‌حل و حلقه واسط این دو نوع نگرش است که به پژوهشگر کمک می‌کند تا با بهره‌گیری از تجارب تاریخی، گزاره‌های منطقی و مدل‌های علمی، ضمن مواجهه خردمندانه با برخی مؤلفه‌های دیرینه موجود در فرهنگ سیاسی ایرانیان نظیر بیگانه‌هراسی، به مرزهای واقعیت تجربه‌آزمای سیاسی (تجربه نه در معنای پوزیتیویستی آن) در مسئله نفوذ توجه کند و بدین طریق تردیدهای عالمانه را موشکافی نماید و به آنها پاسخ بگوید.

۳. محدوده امر واقع سیاسی؛ تعیین کننده مرز واقعیت و توهم توطئه در مسئله نفوذ

پوشیده نیست که تشخیص توطئه‌های پوشیده و مخفی از توهم توطئه، منوط به تشخیص واقعیت سیاسی از توهمات برخی اصحاب سیاست است. در واقع، مسئله این است که چه موقع یک فردی صرفاً در خیالات خود تصور می‌کند که یک رویداد توطئه دشمن است و پشت یک قضیه فلان کشور خارجی است و چه مواقعی دست‌اندرکاران و تحلیلگران، توطئه پوشیده و موجود در ورای یک واقعه را در نیافته‌اند. لازمه این مسئله این است که نخست به این پرسش مهم پاسخ داد که واقعیت سیاسی چیست؟ بحث از چیستی واقع یا واقعیت سیاسی خود زمینه‌ساز ورود به مباحث معرفت‌شناسی در عرصه سیاست است. این تصور که واقعیت سیاسی آن چیزی است که در عالم خارج عینیت دارد و توهم، حاصل درک ناصحیح از این واقعیت‌هاست (اینکه تصور کنیم که درک معنای واقعیت و توهم بسیط است و پیچیدگی در کار نیست)، اگر در عرصه‌های دیگر فلسفه کاربردی داشته باشد - که آن نیز در جای خود مورد بحث و مناقشه قرار گرفته است

– در این عرصه جای طرح ندارد؛ زیرا مشخص است که در عرصه سیاست در بسیاری از موارد تلقی‌های موجود و رایج از یک امر، نقشی جدی‌تر از خود آن امر دارد؛ حتی اگر آن تلقی و تصویر ایجاد شده، حاصل یک تصور اشتباه از واقعیت باشد. این تصویرسازی‌ها به شدت حائز اهمیت بوده و بدین‌خاطر است که تبیین مرزهای امر واقع سیاسی با هدف دوری از توهمات سیاسی در مسئله نفوذ، به عنوان مسئله‌ای مهم به نظر می‌رسد؛ چرا که تردیدهای غیرعالمانه در این موضوع، می‌تواند مشکلات سیاسی – اجتماعی عدیده‌ای را ایجاد کند. به عنوان مثال درک و تلقی مخالفان یک حکومت از میزان حمایت مردمی یا میزان قدرت نظامی یک حکومت، اثری در واقع سیاسی دارد که گاه «نفس» حمایت مردمی یا «واقعیت» قدرت نظامی آن حکومت چنین تاثیری ندارد (مشخص است که کلمات «نفس» و «واقعیت» در این جمله به صورت جدی مناقشه‌برانگیز بوده است و از این‌رو در گیومه واقع شده است).

بر اساس آنچه ذکر شد، متهم کردن تحلیل‌های مختلف به ابتناء بر توهم توطئه، بدون توجه به چیستی واقع سیاسی و واقعیت امر سیاسی ضمن بهره‌جویی از تجربیات تاریخی، می‌تواند ما را از یک بررسی عالمانه، به یک اتهام زنی متقابل وارد کند؛ یعنی هر فرد، صاحبان آن تحلیلی را که وقوع آن را محتمل نمی‌داند، متهم به ارائه تحلیل مبتنی بر توهم توطئه نماید و در مقابل، آن فرد دیگر نیز در مواجهه با افراد قائل به توهم توطئه، آنها را داخل در دایره بی‌توجهی به توطئه‌های سیاسی برشمارد.

در توضیح بیشتر این امر – هر چند که در این پیشگفتار، مجال تشریح تفصیلی این مبحث غامض نیست و هدف، صرفاً طرح مسئله جهت آشنایی با جایگاه مسائل معرفت‌شناسانه در فهم چالش‌های پایه‌ای مسئله نفوذ است – باید افزود که نمی‌توان در مورد واقع سیاسی همانند واقع فیزیکی رفتار کرد. چنان که می‌زی که در جلوی روی ما قرار دارد را واقعیت خارجی می‌دانیم، از واقعیت سیاسی نیز به همین سادگی و ساده‌دلی صحبت کنیم.

ناگفته نماند که بحث‌های نظری در باب واقعیت فیزیکی نیز چنان که در بادی امر سهل می‌نماید ساده نیست، که آن نیز مجال واسع دیگری را برای توضیح می‌طلبد. توجه به این نکته نیز ضروری است که در سیاست و تشخیص امر سیاسی به واسطه اجتماعی بودن موضوع، زمینه برای ورود بسیاری از مباحث جامعه‌شناسی معرفت و نیز معرفت‌شناسی اجتماعی مفتوح می‌گردد. به عنوان مثال، ثبات یک نظام سیاسی، موفق بودن یک تصمیم یا یک معاهده، کارآ بودن یک راه‌کار، دور از خطر بودن یک اقدام، مناقشه‌برانگیزتر از وجود یا عدم وجود یک میز در یک اتاق است. علت این مناقشه نیز در بخش‌های مهمی به اثرگذاری جامعه و تلقی عمومی از ثبات، موفق بودن، کارآیی، ریسک و... بازمی‌گردد. اجتماعی بودن این مفاهیم، در عین بحث از چگونگی ابتناء آنها بر رابطه‌یشان با عالم خارج از ذهن انسان، شکل‌دهنده به مباحثی است که زیربنای تشخیص ما از توهم توطئه و توطئه‌های در پرده را ایجاد می‌کند.

۴. انقلاب اسلامی؛ گفتمانی برجسته‌ساز و حاشیه‌ران

انقلاب اسلامی، به مثابه گفتمانی سترگ، از آن منظر که عملیاتی و قابل پیاده‌سازی است، به دور آن منظومه‌ای از دوستی‌ها و دشمنی‌ها شکل گرفته و می‌گیرد و به خاطر آنکه یک گفتمان است، بر آن اقتضائات و قواعد کلی مفهوم گفتمان، بار می‌شود. گفتمان‌ها به صورت کلی به گونه‌ای عمل می‌کنند که ذهنیت سوژه‌ها را در راستای دو قطب «ما» و «آنها» سامان دهند. بر اساس همین ذهنیت دوگانه، کلیه رفتار و کردار سوژه به گونه‌ای شکل می‌گیرد که او تمامی پدیده‌ها را در قالب دوگانه «ما» و «آنها» می‌ریزد و این دوگانگی به صورت برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی در کردار و رفتار سوژه نمایان می‌شود. بنابراین، هویت‌یابی به واسطه غیریت‌سازی و غیریت‌ها به کمک برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی شکل می‌گیرند. برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی، بسته به شرایط و امکاناتی که گفتمان‌ها در اختیار دارند، دارای

دو چهره نرم‌افزاری و سخت‌افزاری است که بیانگر نرم‌افزارها و سخت‌افزارهای قدرت‌اند که رقابت‌های قدرت را به پیش می‌برند. این دو نوع برجسته‌سازی با هم رابطه‌ای تنگاتنگ دارند و تقویت‌کننده هم می‌باشند. حذف در حاشیه‌رانی سخت‌افزاری در قالب جنگ، تحریم و... به وجود می‌آید و در حاشیه‌رانی نرم‌افزاری، از طریق تحریف، سیاه‌نمایی و... (آجیلی، ۱۳۹۰: ۸۲)؛ دو نوع حاشیه‌رانی سخت و نرمی که در قالب «پروژه نفوذ» تعریف می‌شوند.

در این میان، آنچه معلوم است این است که انقلاب اسلامی به عنوان یک گفتمان در مقابل گفتمان غالب، همواره یک تهدید و برهم‌زننده سهم صاحبان قدرت به حساب آمده و می‌آید و تا آن زمان که خود را در محدوده گفتمان سلطه، به عنوان یک تابع و منقاد تعریف نکند و نپذیرد، مورد هجمه با همه ابزارهای سخت و نرم قرار می‌گیرد. از دید غربی‌ها، راه‌حل نهایی و نسخه تجویز شده برای انقلاب اسلامی در مقابل گفتمان غرب سرمایه‌سالار، تسلیم یا استحاله است که دو روی یک سکه می‌باشند؛ تجویزی که عمل به آن موجبات برجسته‌سازی تفکر غربی و به حاشیه رانده شدن سبک زندگی ایرانی - اسلامی را فراهم می‌آورد. برای این منظور و در راستای تحقق مفاد این تجویز، نفوذ در همه مراتب و سطوح، یک راهکار مجرب برای غرب محسوب می‌گردد. مقصود از غرب، لزوماً کشورهای نیمکره غربی زمین نیستند، بلکه مراد، کشورهایی می‌باشند که خوی و منش استکباری و سلطه‌گری دارند؛ در عصر حاضر، ایالات متحده آمریکا، نمونه بارز این گونه دولت‌هاست و به خاطر این چنین منش‌هایی است که سال‌هاست میان ایالات متحده و نظام جمهوری اسلامی ایران، دیوار بلند بی‌اعتمادی کشیده شده؛ هر چند که این دیوار، در برهه‌هایی به خاطر اقدامات برخی دولت‌های ایران، شکاف برداشته، اما با بصیرت و نکته‌سنجی‌های رهبران نظام، نیروهای انقلابی و مردم رأساً و یا در واکنش به اقدامات خصمانه ایالات متحده، مجدداً ترمیم شده است.

۵. رابطه ایران و آمریکا؛ شناوری در دریای بی‌اعتمادی

از نخستین تماس آمریکایی‌ها با ایرانیان در سال ۱۲۰۹ش که از طریق ارسال کشیش‌هایی جهت تبلیغ آیین مسیحیت در مناطق شمال غربی ایران بود و سپس بعد از سال‌ها در سال ۱۲۶۲ش به برقراری نخستین ارتباط رسمی دو دولت در زمان ناصرالدین‌شاه قاجار انجامید، تاریخ ایران روزهایی را به خود می‌دید که قرار است از رهگذر این ارتباط، آبستن فراز و نشیب‌های فراوانی شود. این ارتباط از سال ۱۲۶۲ تا ۱۳۳۲ به خاطر سلطه شدید روسیه و انگلستان بر ایران در محاق قرار داشت و در این دوران، ایالات متحده به دنبال ایجاد اعتماد و اثبات حسن نیت خود به ملت و دولت ایران بود، تا اینکه در سال ۱۳۲۲ «روزولت» رئیس‌جمهور وقت آمریکا، سیاست گسترش نفوذ در ایران را در پیش گرفت و در کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ش، این سیاست را با پشت پا زدن به خواست ملت ایران در روی کار آوردن دولت ملی مصدق، بیشتر از پیش پیاده‌سازی کرد و حکومتی استبدادی و وابسته به خودش را در ایران دوباره بر مسند حکمرانی نشانید و دو مؤلفه «بیگانه‌هراسی» و «غرب‌ستیزی» را در فرهنگ سیاسی ایرانیان تعمیق کرد. پس از این کودتا، در زمان دولت‌های «جان. اف. کندی» و «لیندون جانسون» روزه‌روز بر میزان سیطره همه‌جانبه ایالات متحده بر ایران افزوده شد تا در سال ۱۳۵۱ و ذیل «دکترین دو ستونی نیکسون»، ایالات متحده قول فروش هر گونه تجهیزات نظامی و غیرنظامی را که ایران مایل باشد به محمدرضا پهلوی داد و وابستگی حکومت به آمریکا به بیشترین میزان ممکن رسید و ضریب اطمینان ایالات متحده نسبت به تأمین منافع خود توسط حکومت پهلوی بیشینه شد (موجانی، ۱۳۸۴).

حمایت‌های گسترده آمریکا از شاه که مشتمل بر مدیریت سیاست‌های سرکوب‌گرانه پهلوی نسبت به قیام‌های مردمی نیز می‌شد، تا دی‌ماه ۱۳۵۷ ادامه داشت و چون تمام تلاش‌های آمریکا برای نگه‌داشتن رژیم دست‌نشانده خود در منطقه با شکست روبه‌رو شد، دولت کارتر پس از

پیروزی انقلاب و قضیه تسخیر سفارت آمریکا در تهران و درک تعارض پایه‌ای و ایدئولوژیک انقلاب ایران با منافع آمریکا، راهبردهای مواجهه‌محور مبتنی بر فشار و قدرت سخت را در قبال انقلاب اسلامی در پیش گرفت که نقطه آغازین آن در حمله صحرا طیس با شکست روبه‌رو و پس از آن اقدامات تجزیه‌طلبانه، کودتای نوژه و جنگ عراق با ایران نیز به همان سرنوشت دچار شد. ایالات متحده که پس از شاه، مهم‌ترین پایگاه تأمین منافع خود را از دست داده بود، پس از این شکست‌ها، ناکارآمدی راهبردهای سخت خود در قبال عزم و اراده ملت ایران را دریافت؛ به همین خاطر، مبانی تحلیلی نظریه‌پردازان نظام سلطه دستخوش دگرگونی‌های اساسی گردید و راهبردهای فشار و سیاست‌های قدرت نرم‌محور، رفته‌رفته بر کاربست قدرت سخت اولویت داده شد. تحریم‌های دولت‌های «کارترا»، «ریگان» و «بیل کلینتون» نسبت به ملت ایران ذیل این راهبرد جدید تعریف می‌شد؛ تحریم‌هایی که تا حدودی جنبه فرامرزی نداشت و مخاطبش شرکت‌ها و مجموعه‌های آمریکایی بودند؛ اما با امضاء قانون «داماتو» در مرداد ماه ۱۳۷۵ تحریم‌های آمریکا نسبت به ایران فرامرزی گردید و جنبه بین‌المللی به خود گرفت. تحریم‌هایی که در دوران «بوش پدر و پسر»، جدی‌تر و در دوران «اوباما» تشدید شد و در مذاکرات برجام، به محل چانه‌زنی طرفینی بدل گشت. برجامی که با خروج آمریکای ترامپ از آن، عملاً چیزی از آن باقی نماند (سخایی، ۱۳۸۹).

از مدت‌ها پیش از برجام، افزون بر وضع گسترده تحریم‌ها که هر چه گذشت بر دایره شمول آن نیز افزوده گردید، ایالات متحده راهبردهایی را برای تضعیف موقعیت ژئوپلیتیک و ژئواستراتژیک و نفوذ نرم بر ایران ذیل طرح «فروپاشی ایران به سبک شوروی» در پیش گرفت، که این طرح نیز فرجامی جز شکست به همراه نداشت. از این زمان به بعد، برنامه نفوذ آمریکا در ایران به عنوان مؤثرترین راه فراروی آمریکا برای استحاله درونی نظام اسلامی در دستور کار سیاست‌ورزان آمریکایی قرار گرفت و تحریم‌ها

به عنوان تسهیل‌کننده آن در نظر گرفته شد. برنامه‌ای که امروزه و با گذشت چهار دهه از انقلاب اسلامی، می‌توان از آن به عنوان مهم‌ترین کارزار ایالات متحده در قبال ایران اسلامی یاد کرد.

۶. طراحی ضد استراتژی در برابر استراتژی نفوذ غرب؛ ضامن پیشبرد اهداف

طرح‌ریزی برای مقابله و مواجهه هدفمند در برابر نفوذ خارجی، بی‌تردید ضامن پیشرفت همه‌جانبه ملی و مصون ماندن کشور در قبال آسیب‌های فراوانی است که از رهگذر نتایج برنامه نفوذ متوجه ایران اسلامی است. نخستین گام در این مواجهه ساختارمند، شناخت ماهیت، ابزارها و سیاست‌های مورد استفاده دشمنان در پروژه نفوذ است، که وظیفه پژوهشگران و دغدغه‌مندان حوزه علمی کشور و انقلاب اسلامی است. رهبر معظم انقلاب ضمن تأکید بر لزوم شناخت برنامه‌های نفوذ دشمن، شناخت دشمنی و روش دشمنی کردن دشمن را مهم‌تر از شناختن دشمن می‌داند (بیانات، ۸۱/۹/۱ در خطبه‌های نماز جمعه) و می‌فرماید: «اینکه ما بتوانیم طرح کلی دشمن را در مورد خودمان بدانیم، بخشی از توان دفاعی ماست؛ به این مسئله توجه داشته باشید. ندانستن اینکه دشمن چه در سر دارد و چه می‌خواهد بکند، غفلتی است که ممکن است ما را از امکان برخورد و دفاع محروم کند؛ ما باید این را کاملاً بدانیم» (بیانات، ۸۲/۲/۲۲ در دیدار دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی). از منظر معظم‌له، گام دوم پس از شناخت روش‌های دشمنی و تهدید دشمن، شناخت وسیله خنثی کردن تهدید اوست، که برداشتن این گام وابسته به گام نخست است و لزوم طراحی ضد استراتژی در برابر استراتژی نفوذ غرب را به دست می‌دهد: «وقتی تهدید را شناختید، وسیله خنثی کردن تهدید را هم خواهید شناخت و دنبالش خواهد رفت؛ اگر دارید، حفظش می‌کنید و اگر ندارید، آن را تهیه می‌کنید» (بیانات، ۹۴/۶/۲۵ در دیدار فرماندهان سپاه پاسداران).

با عنایت به این مهم و در راستای واکاوی جوانب مختلف برنامه نفوذ درخور ظرفیت نگاشته، پژوهش حاضر به دنبال شناخت جایگاه و روش‌های نفوذ و در ساحتی کلان‌تر، بررسی بازاریابی سیاسی نفوذ خارجی از طریق مطالعه موردی نفوذ ایالات متحده در جمهوری اسلامی ایران به عنوان یکی از مهم‌ترین چالش‌های فراروی ایران اسلامی است. آنچه در این نوشتار بیان می‌شود، نتایج تلاشی برای تبیین مدل بدیع و میان‌رشته‌ای بازاریابی سیاسی نفوذ و تبیین علمی نفوذ آمریکا در ایران اسلامی بر مبنای مؤلفه‌های دخیل در این مدل است. حال اینکه بازاریابی سیاسی نفوذ چیست، چه جایگاهی دارد و واجد چه مؤلفه‌هایی می‌باشد، پرسشی است که در فصل نخست کتاب حاضر در خور استعداد پژوهش، به آن پاسخ داده خواهد شد.

پژوهش حاضر در سه فصل به رشته تحریر درآمده است. فصل اول، به بیان بستر و چارچوب مفهومی پژوهش حاضر که مدل بازاریابی سیاسی نفوذ است، پرداخته و برای تبیین این مدل، نخست مفاهیم نفوذ، بازاریابی، بازاریابی سیاسی و بازاریابی سیاسی بین‌الملل به همراه جوانب آنها تعریف و تشریح گردیده و سپس فرایند نفوذ از طریق تبیین چرخه عملیاتی نفوذ که از آن به «چرخه سیستم در سیستم نفوذ» تعبیر می‌کنیم، تبیین شده و ضمن معرفی ابزارهای مورد استفاده در این چرخه که عبارتند از: ابزارهای دیپلماتیک و ابزارهای غیردیپلماتیک مبتنی بر تهدید، تطمیع و ترغیب، بر دیپلماسی عمومی به عنوان یکی از اساسی‌ترین این ابزارها تمرکز گردیده است. در ادامه، تأثیر این چرخه بر سطوح فردی، سیاسی و اجتماعی و نقش آن در فرایند تبدیل کارگزار به نفوذگذار و تبدیل برخی مخاطبین نفوذ به عوامل و تسهیل‌کنندگان نفوذ، بررسی شده است. در انتهای این فصل نیز، مفهوم بازاریابی سیاسی نفوذ با استفاده از «چرخه سیستم در سیستم نفوذ» به عنوان عنصر کلیدی در مجرای نفوذ منفعت‌محور کنشگر نفوذگذار بر کنشگر نفوذپذیر به همراه مؤلفه‌های دخیل در آن تشریح گردیده است.

در فصل دوم با استناد به اسناد و گزارش‌های رسمی مرتبطی که غالباً از