

- «کارکرد و جایگاه پروژه «اسلام میانه‌رو» در دیپلماسی عمومی آمریکا علیه اسلام و ایران»
- «واتیکان بکتاشیه؛ فاز اجرایی پروژه آمریکایی مسلمانان لیبرال»
- «حکومت موازی» و چالش فعالیت فرقه‌های تشکیلاتی»
- «جمود» در یک «سازمان عقیده‌نما»
- «بهنیت و سیاست» از «جامعه‌سازی» تا «روای حکومت»
- «فراماسونری در ایران؛ تعطیلی یا تداوم؟»
- «بررسی ریشه‌های «نوعثمانی‌گری»»
- «درباره «تی.آر.تی» فارسی»
- «جبهه مقاومت را حق می‌دانیم»
- «دیر «آمنای پرگیج» در «پایتخت تشیع ایران»»



میکرو فیزیک نفوذ فراتر

ماکرون کشتی‌های ایران‌های فکری-فرقه‌ای

با آنگرو کشتی‌های
 رسول داداشی آذر
 عبدالرحیم بیرانوند
 سید محمد حسینی
 شاداب عسکری
 علی محمدی هوشیار
 علی پرهیزگار
 مهدی عسکری
 سعید مستقانی
 اقبال بیضی
 حمیدریکی
 جواد صالحی
 حبیب‌الله حاتم
 آریس داووتیان

گفتگو با ماموستا
 عبداللہ کرمی
 برخورداری‌های اهل سنت،
 استراتژی نظام است



گفتگو با حجت الاسلام
 علی‌رضا زرنجانی
 «قدرت و حاکمیت»، آرزو و
 هدف اساسی بهنیت



گفتگو با دکتر
 محمد آقاسی
 «نوعثمانی‌گری فرهنگی»؛ سیاست
 نفوذ رسانه‌ای ترکیه در منطقه



گفتگو با
 ایران صفایی و آشیانه
 ادیان و تمدن‌هاست



گفتگو با دکتر
 جواد منصوری
 قدرت در
 سایه



گفتگو با موبد
 بهزاد نیک‌دین
 زرتشتی‌ها، تنها به
 ایران زمین، نازش دارند





مصاحبه با دکتر «محمد آقاسی»، جامعه‌شناس و پژوهشگر حوزه رسانه

«نوعثمانی‌گری فرهنگی»؛ سیاست نفوذ رسانه‌ای ترکیه در منطقه



«نفوذ»، یکی از مهم‌ترین مسائل چالش‌آفرین در حوزه امنیت در تمامی ساحات آن است که از گذشته تاکنون، به فراخور تحولات اجتماعی در قالب و ساخت‌های مختلف از سوی قدرت‌طلبان در جوامع هدف دنبال می‌شود. با «رسانه‌ای شدن» جامعه و حاکمیت جریان اطلاعات بر ساحات حیات بشر، «نفوذ فرهنگی» از گستره و عمق استراتژیک بیشتری برخوردار شده و با اتکا به بازوی «رسانه» به یکی از محوری‌ترین اشکال نفوذ در دهه‌های اخیر مبدل گشته؛ این نفوذ، مقوله‌های ناظر بر فرهنگ، همچون هویت، باورها و ارزش‌های جوامع را هدف قرار داده و با استحاله آن‌ها، اذهان و سرمایه‌های اجتماعی را در سمت و سوی مورد نظر خود شکل می‌دهد تا از این رهگذر، جوامع را از درون، از آن خود سازد. با عنایت به اهمیت این امر و بروز نمودهای تازه از آن، از جمله شکل‌گیری شبکه فارسی‌زبان «تی.آر.تی» ترکیه که هویت، باورها و مسئله اقوام را در منطقه، هدف قرار داده‌است، بر آن شدیم تا ابعاد این امر را در گفتگو با پژوهشگر رسانه و جامعه‌شناس، آقای دکتر محمد آقاسی به بررسی نشینیم که مشروح آن در ادامه، تقدیم مخاطبان محترم می‌گردد:

«محمد آقاسی»، جامعه‌شناس و پژوهشگر حوزه رسانه و افکار عمومی است. مطالعه در خصوص مسائل فرهنگی و مذهبی منطقه، به‌ویژه کشورهای عراق و ترکیه، از دیگر حوزه‌های فعالیت وی می‌باشد. آقای آقاسی تاکنون در مناصب مختلفی چون ریاست «مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران» (ایسپا)، «معاونت دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی»، دبیری «ستاد فرهنگ» و مدیر کل «دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی» به خدمت اشتغال داشته‌اند.

مبحث محوری این گفتگو، موضوع تجزیه‌طلبی هویتی در منطقه و نقش ترکیه در آن است؛ برای شروع، لطفاً گریزی بر پیشینه اهداف و سیاست‌گذاری فرهنگی ترکیه داشته باشید؟

ببینید، ترکیه از حدود دو دهه قبل و با قدرت‌گرفتن «اردوغان»، یک نگاه «فراکشوری» برای خود ترسیم کرد و در ابتدا ایران به عنوان یک خطر به آن نگاه نمی‌کرد؛ هم در سطح سیاست‌گذاران، هم روشنفکران و حتی مردم عادی. منتها به مرور زمان، فضای آن برای ایجاد اختلال در کشور ما، پررنگ‌تر شد. به خاطر می‌آید از دو دهه قبل که دانشجوی کارشناسی ارشد بودم، ما این حرف‌ها را می‌زدیم، یعنی چیز جدیدی نیست ولی خب توجه نمی‌شد. اردوغان از همان ابتدای حکومتش، مناسبات خیلی خوبی را با رژیم صهیونیستی ایجاد کرد که تقریباً هیچ‌وقت هم تعطیل نشده‌است. حتی در جنگ اخیر هم این کار را نکرد و در پی آن است که نفوذ جدیدی در منطقه برای خود ایجاد کند. این را هم از رفتار سیاسی و مهم‌تر از آن، رفتارهای فرهنگی‌اش می‌توان فهمید. او دوست دارد یک نگاه قدرت منطقه‌ای به ترکیه در جهان وجود داشته باشد. اقدامات متعددی هم در این زمینه انجام داده، منتها من ترجیح می‌دهم روی اقدامات فرهنگی، یعنی قدرت نرم ترکیه با هم گفتگو کنیم. اقدامات سیاسی‌اش را می‌شود لیست کرد، مثل همین جنگ اخیر و در سال‌های گذشته، حمایت از «باکو»، یا اتفاقاتی که اخیراً در سوریه افتاده، این‌ها

چیزهایی است که در رسانه‌ها هم بحث شده. اما یک مقدار باید عمیق‌تر نگاه کرد و سیاست‌های فرهنگی و عمق استراتژیک قدرت نرم ترکیه را مورد توجه قرار داد.

ببینید، ترکیه دست به اقداماتی زد که شاید نوعی گریته‌برداری از قدرت‌های بزرگ استعماری و پیشینه آن‌ها به‌ویژه در قرن ۱۸ و ۱۹ تلقی می‌شود. نمونه‌ای که خیلی جدی بود و به آن توجه نشد، بورس کردن دانشجویها بود، چه از ایران و چه عراق، که به نظرم عراق هم موضوع مهمی است؛ یعنی ترکیه در عراق هم نفوذ دارد. من



اولین مواجهه رسانه‌ای ترکیه

با مردم ایران، يك مواجهه سخت بود. سخت، نه به معنی تیر و تفنگ، بلکه به معنی شبکه‌های ماهواره‌ای «ج»؛ یعنی رویارویی با نظام فرهنگی ایران. برای همین مردم خاطره خوبی نداشتند. همین امر را در رسانه‌های بزرگ هم داشته‌ایم؛ یعنی ماهواره‌های فارسی‌زبان در اولین گام خود با نظام سیاسی و فرهنگی، به مقابله وارد شدند اما گام بعدی‌شان تأسیس شبکه «من و تو» بود. من و تو تا ۱۵-۱۰ سال لایه‌های نرم داشت، مردم و نظامات فرهنگی مردم ایران را مسخره نمی‌کرد، خیلی نرم وارد شد. لایه دوم ماهواره‌های فارسی‌زبان همین بود. ترکیه هم همین کار را می‌کند



همین چند ماه پیش برای چندمین بار کارگاهی در عراق داشتم و یک کار پیمایشی انجام دادم، استنباطم این بود که در عراق هم میل به مهاجرت بالاست. پرسیدم: آیا دوست دارید مهاجرت کنید؟ تعداد زیادی از دانشجویهایی که شرکت کرده بودند، گفتند: بله. پرسیدم: به کجا دوست دارید مهاجرت کنید؟ استنباط ما این است که خیلی‌ها دوست داشته باشند به ایران بیایند. اما پاسخ خیلی‌ها، ترکیه بود. این موضوع مهمی است؛ یعنی ترکیه، خود را

برای جوانان منطقه به عنوان یک لنگرگاه مطرح کرده‌است. چرا روی تحصیل تأکید می‌کنم؟ چون از پیش‌تر در ذهن جامعه ما جا افتاده که افراد برای خوشگذرانی به ترکیه می‌روند و رویکردی تحقیرآمیز به آن وجود داشته‌است. ممکن است کسی بگوید: آیا آماری برای این مدعا داری؟ اینکه به جای خود، می‌شود مراجعه کرد، اما برای خود من هم این تجربه پیش آمد که برای سخنرانی دعوت شدم - که البته به دلایلی نرفتم - آن‌ها با زیرکی، افرادی را که در زمینه نظرسنجی کار کرده‌اند، پیدا و از آن‌ها دعوت به عمل می‌آورند. این خود موضوع مهمی است، ولو به تعداد محدود. هرچند برخی از دوستان من در آنجا مستقر شده و زندگی می‌کنند؛ این، یک محور قدرت نرم است.

یک اشاره دیگر کنم؛ حضور ایرانی‌ها در دهه گذشته برای خرید ملک و مسکن در ترکیه، بسیار بالا بوده‌است. ممکن است ما یک نگاه اقتصادی به آن بکنیم ولی نکته اصلی در اثرگذاری نظام رسانه‌ای ترکیه است. از همین روست که در یک دهه یا ۱۵ سال گذشته، اگر ایران در رتبه اول نبوده، حداقل رتبه دوم را در این زمینه داشته‌است. البته این امر به سبب اختلال در توازن اقتصادی ترکیه، در یک سال و نیم اخیر به شدت کاهش داشته اما در سال‌های قبل، قابل توجه بوده‌است.

خب ترکیه با این کارهای فرهنگی-رسانه‌ای، می‌کوشد نگاه مردم ایران را نسبت به خود مثبت کند. دولت ترکیه خیلی هوشمندانه عمل کرده‌است. ببینید، ما به تصویر خوب ملی نیاز داریم. هر کشوری برای درون و برون خود، نیاز دارد تصویر خوب ملی تولید کند؛ یعنی من از ایرانی بودن خود یک تصور خوب داشته باشم. ما فقط روی یکسری از تراث و میراث‌های ایرانی تکیه کرده‌ایم. مثلاً، شاهنامه و دیوان حافظ، «هنر نزد ایرانیان است و بس» و...، این‌ها چیزهای خوبی بود، منتها در یک برهه جواب می‌داد، ما دوره‌ای را که رسانه، تصویرهای جدی تولید و برای ما باورپذیر می‌کند، از دست دادیم. دوره جدی شدن شبکه‌های اجتماعی و فعال شدن مردم در اینترنت را هم رها کردیم، ولی ترکیه، هم در رسانه‌های گروهی خیلی خوب وارد شد و عمل کرد و هم در شبکه‌های اجتماعی.

مهم است که افکار عمومی را آرام می‌کند. اقدام دیگر آن، تولید محصول است. عرضه ایجاد می‌کند، تقاضاهای جدید برای آن ایجاد می‌کند، دنبال بازارهای در عراق و ایران می‌رود تا بتواند محصول بفروشد و تیر خلاص را هم با تأسیس «تی‌آرتی» زد؛ یعنی تا قبل از آن به نامحسوس کار می‌کرد اما الآن رسماً می‌کند. من برای فارسی‌زبان‌ها کار می‌کنم. راهم فراموش نکنیم که فقط برای کار نمی‌کند، بلکه برای فارسی‌زبان تو می‌کند؛ یعنی تاجیکستان و افغانستان هم مدنظر دارد. این نکته‌ای است که فراموش کرده‌ایم، باید ببینیم خودمان به تاجیکستان و افغانستان چه کار کرده‌ایم. این‌ها می‌تواند پادفرهنگ تولید کند.

یک اشکال بزرگ نظام فرهنگی ما این است که در پادفرهنگ تولیدکردن دچار مشکل است. وقتی می‌گوییم نظام فرهنگی مقصودم هم نظام رسمی فرهنگی شاه ساختارهای دولتی و حکومتی است، ساختارهای غیررسمی و نیمه‌رسمی متأسفانه در هر دو مورد نمی‌تواند پادفرهنگ تولید کنیم و این خیلی اتفاق تلخی است.

سانسور در ترکیه در حد بالایی وجود دارد ولی این سانسور تا حدی پذیرفته شده است و البته برخی گروه‌ها راجع به آن صحبت می‌کنند. پس یک سانسور با پیوست توجیه افکار عمومی دارد.

مالکیت رسانه‌ها هم در ترکیه، دولتی و خصوصی است. پس بار دولت، سنگین نیست. بخش خصوصی، قابلیت کنترل دارد و دولت از امکان نظارت بر آن‌ها برخوردار است، می‌توانند تولیدات فراوانی داشته باشند و بر افکار عمومی اثر بگذارند.

در یک جمع‌بندی می‌توان گفت، رسانه در ترکیه چندوجهی، ترکیبی و پیچیده است. این امر در منطقه وجود ندارد. مثلاً، رسانه در عراق چندلایه است ولی پیچیدگی ندارد و همین طور در کشورمان. این فضای پیچیده رسانه‌ای به ترکیه کمک می‌کند اقداماتی انجام دهد. این بحث را با این نکته جمع‌بندی کنم که قدرت نرم رسانه‌ای ترکیه باعث شد بتواند تصویر خوبی از خود در منطقه نشان دهد. کمالینکه، پیمایش‌ها نشان می‌دهد علیرغم تأثیر جدی ترکیه در



ترک‌ها وجود دارد. این نشان می‌دهد ترکیه قوی عمل کرده است. ما این کار را انجام نداده و از آن‌ها عقب مانده‌ایم.

اما چطور این کار را انجام داده است؟ از طریق رسانه‌ها. من سال ۱۳۸۷، حدود ۲۵ صفحه در این زمینه نوشتم، آن موقع ما این چیزها را گفته بودیم. پیش‌بینی کردن، یک وظیفه علمی است. ببینید اولاً، رسانه در ترکیه، تنوع عجیبی دارد. ۳۰۰ رسانه دیداری، شنیداری و گروهی در ترکیه وجود دارد و این در منطقه یک عدد قابل ملاحظه است. ۲۵ سال پیش چنین فضایی نبود، به مرور زمان این اتفاق افتاد. در عراق، ایران و روسیه این طور نیست. سال گذشته سفری به روسیه داشتم، در آنجا فرومی بود که همه کشورهای اطراف آمده بودند و تقریباً در آن‌ها چنین فضایی را ندیدم. علیرغم محدود شدن آزادی بیان در ترکیه بعد از کودتای سال‌های گذشته، ولی استنباط افکار عمومی و مردم ترکیه، این است که با این تنوع رسانه‌ای، یک آزادی بیان وجود دارد. هرچند آزادی بیان در ترکیه واقعاً کاهش پیدا کرده و این را مطالعات خودشان هم ثابت می‌کند، ولی این احساس، کمتر در مردم آن‌ها به وجود آمده است. پس این مدل تنوع رسانه‌ای در درون، یک موضوع

می‌خواهم بگویم، ترکیه یک تصویر خوب ملی برای مردم خودش درست کرد، برای همین علیرغم اتفاقات خیلی جدی که در این یکی دو دهه گذشته افتاده، ما واکنش آنچنانی از مردم نمی‌بینیم. به خاطر دارم دقیقاً یک دهه پیش در استانبول سوار ماشین بودم، احساس کردم بوی عجیبی می‌آید و چشمانم دچار ناراحتی است، آن طرف هم مردم در کافه‌ها نشسته و مشغول تفریح بودند. ناگهان در نقطه مقابل کافه‌ها، پلیس ترکیه تیراندازی کرد و گاز اشک‌آور زد. ظاهراً با اعضای «پ.ک.ک» یا جریان‌های تجزیه طلب کردی مقابله می‌کرد ولی مردم نه له و نه علیه دولت اقدامی نکردند، چون تصویرشان یک تصویر مثبت بود. نظام رسانه‌ای اردوغان سعی کرده مردم ایران هم یک تصویر خوب از ترکیه داشته باشند. جالب است در اکثر پیمایش‌هایی که خود ترک‌ها انجام داده‌اند، نگاه ترک‌ها به ایرانی‌ها بسیار منفی است؛ یعنی بالای ۶۰ درصد نگاه منفی به ایرانی‌ها دارند، چون ایرانی‌ها را به طور سنتی رقیب خود می‌دانند. ترک‌ها و ایرانی‌ها از قدیم رقیب هم بوده‌اند ولی نگاه مردم ایران به ترک‌ها نگاه مثبتی است. در پیمایشی که ما در چند سال گذشته انجام داده‌ایم، معمولاً زیر ۲۰ درصد نگاه منفی به

سقوط نظام «بشار اسد»، مردم ایران چنین استنباطی را ندارند. باز تأکید می‌کنم من اینجا از استراتژی رسانه‌ای حرف می‌زنم نه نظامی. ممکن است یک استراتژیست نظامی، این سخنان را بخواند و بگوید ترکیه پنج درصد در این ماجرا نقش داشته، من از این موضوع اطلاعی ندارم، منظور ما این است که ترکیه از نظر رسانه‌ای مؤثر بوده است، ولی در ایران وقتی از مردم در این باره می‌پرسیم، شاید زیر ۲۰ درصد معتقدند که ترکیه در سقوط نظام قبلی سوریه مؤثر بوده. این موضوع مهمی است که به نظرم باید به آن توجه کرد.

■ **خب به تی.آر.تی اشاره کردید؛ نظرتان درباره اظهارات اخیر مدیر این شبکه درباره تأسیس تی.آر.تی فارسی و تأکید مشخص بر «اذیت کردن ایران» چیست؟**

این یک رجزخوانی و آدرس غلط دادن توأمان است و حتماً ما تنش‌های رسانه‌ای را تجربه خواهیم کرد. منتها باید به بطن مسئله هم نگاه کنیم، الان ترکیه داخل کشورش فارس‌زبان دارد. برای اینکه بتواند آن‌ها را هم تحت‌الحمایه معنوی و نرم قرار دهد، ناچار است این رسانه را تأسیس کند. ما عرب‌زبان و افغانستانی داریم، اما آیا این کار را کرده‌ایم؟ او نگاه امنیت ملی دارد، می‌گوید ایرانی‌ها اینجا رفت و آمد دارند، مستقر هستند، من باید بتوانم با آن‌ها ارتباط بگیرم. این بُعد بیرونی آن است، بعد درونی آن را هم می‌گویم. شاید آن‌ها به فرمایش پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله خیلی قشنگ عمل کرده‌اند، ایشان می‌فرماید:

«کلم الناس علی قدر عقولهم».

یک بعد دیگر، نفوذ است. ترکیه حداقل دولایه نفوذ خواهد داشت:

یکی نفوذ رسانه‌های ترکیه در مناطق ترک‌زبان ما (آذربایجان شرقی و غربی، اردبیل، زنجان، بخش‌هایی مثل آستارا و...) است. نیاز نبود شبکه‌ای را برای ترک‌زبان‌ها تأسیس کنند و شاید در آینده هم چنین شبکه‌ای را ببینیم، مثلاً شبکه ترک‌های ایرانی، چنین چیزی بعید نیست. آن‌ها این لایه نفوذ را داشتند، اما نیاز داشتند که با مردم ایران هم صحبت کنند؛ مردمی که در سال‌های گذشته اگر می‌خواستند به مسافرت خارج از کشور خود اشاره کنند،

ترکیه را مثال می‌زدند، از این رو لایه دوم نفوذش برای تمام مردم ایران بود.

چرا این کار را کرد؟ اولین مواجهه رسانه‌ای ترکیه با مردم ایران، یک مواجهه سخت بود. سخت، نه به معنی تیر و تفنگ، بلکه به معنی شبکه‌های ماهواره‌ای «ج»؛ یعنی رویارویی با نظام فرهنگی ایران. برای همین، مردم خاطره خوبی نداشتند. همین امر را در رسانه‌های بزرگ هم داشته‌ایم؛ یعنی ماهواره‌های فارسی‌زبان در اولین گام خود با نظام سیاسی و فرهنگی، به مقابله وارد شدند اما گام بعدی‌شان، تأسیس شبکه «من وتو» بود. من وتو تا ۱۵-۱۰ سال، لایه‌های نرم داشت، مردم و نظامات



نفوذ، خیلی جدی است و اگر کسی بخواهد چشمانش را ببندد، ممکن است ماجرای مسجد «مکی» تکرار شود. حتماً تی.آر.تی و فضای فرهنگی و رسانه‌ای ترکیه در نگاه خوشبینانه، می‌کوشد یک ناامنی روانی برای ما ایجاد کند؛ چراکه به استان‌های ترک‌زبان و فارسی‌زبانان، خوراک می‌دهد. کنش رسانه‌ای ترکیه موجب پیدایش لایه‌ای شده برای اینکه مردم ایران ترکیه را به عنوان یک مقصد فرهنگی برای خود ببینند. به نظر من این موضوع مهمی است که به جهت فرهنگی باید به آن توجه کرد



فرهنگی مردم ایران را مسخره نمی‌کرد، خیلی نرم وارد شد. لایه دوم ماهواره‌های فارسی‌زبان، همین بود. ترکیه هم همین کار را می‌کند؛ یعنی فهمید که با شبکه «ج» و کارهایی که با نظام فرهنگی ایران در تضاد است، نمی‌تواند نفوذش را جدی کند. حال که فضا یک مقدار منعطف‌تر و لطیف‌تر است، می‌خواهد نفوذش را ایجاد کند و جا بیندازد. مشکل اینجاست که ما مثل یک بوکسور هستیم که لباس رزم تنمان است اما گوشه رینگ می‌ایستیم و بوکسورهای

متعددی به ما مشت می‌زنند، در صورتی که ما از قدرت‌ها و توانمندی‌های خود استفاده نکرده‌ایم. این اشکال بزرگ ماست که باید به آن توجه کنیم. هر قدر این توجه دیرتر شود، ممکن است مشکلاتی تازه برای ما به وجود بیاورد.

■ **به نظر شما این مسیر می‌تواند به تهدیدی برای جمهوری اسلامی منتهی شود؟**

بله، این یک چیز خیلی واضح است. مطالعات ما نشان می‌دهد که حداقل به فضای استان‌های ترک‌نشین ما حتماً این نگاه را دارد و اقداماتی را هم اجرایی کرده است. نفوذ، خیلی جدی است و اگر کسی بخواهد چشمانش را ببندد، ممکن است ماجرای مسجد «مکی»، تکرار شود. حتماً تی.آر.تی و فضای فرهنگی و رسانه‌ای ترکیه در نگاه خوشبینانه، می‌کوشد یک ناامنی روانی برای ما ایجاد کند؛ چراکه به استان‌های ترک‌زبان و فارسی‌زبانان، خوراک می‌دهد. کنش رسانه‌ای ترکیه موجب پیدایش لایه‌ای شده برای اینکه مردم ایران، ترکیه را به عنوان یک مقصد فرهنگی برای خود ببینند. به نظر من، این موضوع مهمی است که به جهت فرهنگی باید به آن توجه کرد.

■ **آیا ساخت سریال‌هایی مثل «مولانا» و تلاش برای مصادره دیگر چهره‌ها و مشاهیر ایرانی در تولیدات رسانه‌ای ترکیه هم در همین راستا ارزیابی می‌شود؟ هدف اصلی‌شان از این اقدام چیست؟**

سال‌ها پیش، مردم ما به آرامگاه مولوی می‌رفتند و در موقعیت‌هایی در سال آنجا زندگی می‌کردند و برمی‌گشتند. من تعمداً عبارت کلمه «زندگی کردن» را به کار می‌برم. وجود آرامگاه مولوی در آنجا و مردمی که برای دیدن آن به ترکیه می‌روند، یک زمینه است که می‌توان از آن استفاده کرد. ترکیه می‌گوید مگر آرامگاه مولوی در ترکیه نیست؟ پس خود او هم از آن ماست! ما ایرانی‌ها در جهان به چه چیز مشهور بودیم و در سال‌های گذشته افتخار می‌کردیم؟ می‌گفتیم کتاب مولوی ما در امریکا چندین بار تجدید چاپ شده است. خال، ترکیه سعی دارد این میراث را از آن خود کند. می‌گوید شما ایرانی‌ها هیچ چیز ندارید. با

دنبال این است که برای خود گذشته‌ای درست کند. همان طور که هالیوود برای آمریکا تاریخ ساخت، ترکیه هم برای خود تاریخ می‌سازد. ما تاریخ داریم اما آن را رها کرده‌ایم. خیلی به میراث فرهنگی مان توجه نکرده و آن را در بطن زندگی روزمره مردم و جوانان نیاورده‌ایم.

■ اگر بخواهیم قدری نگاه جامع‌تری داشته باشیم، سیاست‌های فرهنگی دولت اردوغان در منطقه را چگونه تبیین می‌کنید؟

ببینید اردوغان به دنبال یک ری‌پرند جدی از جهت فرهنگی در ترکیه است. باز هم به بحث‌های حکمرانی به معنی عام کلمه کاری ندارم. ری‌پرندینگ ترکیه به این معنی است که ترکیه به دنبال یک «نوع‌ثانی‌گری فرهنگی» و نفوذ فرهنگی منطقه‌ای است. این حرف‌هایی هم که گاهی اوقات در پاسخ به آن می‌گویند، مبنی بر اینکه سلطان فلانی این کار را خواست بکند و شکست خورد، تو هم شکست می‌خوری، درست نیست. به هر حال، ما باید در مقابل این نوع‌ثانی‌گری به طور جدی فکر کنیم. ترکیه تمایل دارد این نفوذ را دست‌کم به جهت رسانه‌ای (روانی)

در همسایه‌های غربی، شرقی، شمالی و جنوبی‌اش ایجاد کند تا خود را یک قدرت برتر نشان دهد. در عراق با تولید محصولات متنوع و متکثر و در سوریه که اصلاً به نظر می‌آید به صورت کامل می‌تواند نقش آفرینی کند. در ایران و جمهوری آذربایجان هم به نحوی دیگر. می‌خواهد این تلقی را جا بیندازد که یک حکومت منطقه‌ای است. خب اگر کسی بخواهد کارش را خوب انجام دهد، حتماً باید صدایش را بالا ببرد و او هم دارد با رسانه این کار را می‌کند. ترکیه با نظامات خصوصی که ایجاد کرده، این کار را متمرکز بر همسایه‌ها و بالایه‌های مختلف انجام می‌دهد.

پس اگر بخواهیم در یک جمله خلاصه کنیم؛ نوع‌ثانی‌گری فرهنگی، خط پررنگ سیاست فرهنگی اردوغان در منطقه است که از طریق نفوذ رسانه‌ای دنبال می‌شود. البته ممکن است گام‌های بعدی را هم بردارد ولی من فعلاً نفوذ رسانه‌ای را می‌بینم. حال، مناسبات دانشگاهی، تبادل‌ات علمی-توریستی و...، گام‌هایی است که پازل رسانه را پررنگ می‌کند.



مقبره مولوی در ترکیه است ولی اگر مرگش آنجا رخ داده، زندگی‌اش در ایران بوده است، جوان ما و کسی که طالب معنویت است، قاعدتاً آنجا نمی‌رفت. باز هم تأکید می‌کنم من قصد تأیید این معنویت را ندارم، بلکه به عنوان یک جامعه‌شناس می‌گویم:

چرا ما کاری کردیم که توریست به آنجا می‌رود؟ در صورتی که سلاطین معنویت در ایران وجود دارند؛ مثل عطار در نیشابور. این‌ها ظرفیت‌های فوق‌العاده‌ای است که می‌تواند صحنه‌های معنوی خلق کند. ما این‌ها را رها کرده‌ایم و طبیعتاً آن‌ها دست می‌گیرند. کما اینکه کشورهای حاشیه دریای خزر هم بعضی مواقع این نمادهای ما را گرفتند. ما در سطح شهر چند مجسمه ابوعلی سینا داریم؟ یا در کدام کتاب درسی به معنی خوب و زیبا مطرح شده است؟ نه فیلمش را داریم، نه سریالش را، خب معلوم است که برای جوان ما ابوعلی سینا اصلاً مهم نباشد.

پس وقتی ما از مواضع فرهنگی مان عقب بنشینیم، دیگری جلو خواهد آمد. این بازی، جوانمردانه نبوده، نیست و نخواهد بود. او

ابزار جدید هم این کار را می‌کند. ببینید، ما در دهه‌های گذشته یک سریال فوق‌العاده درباره جناب «ابن سینا» داشتیم ولی آیا جوانان ما اکنون با این سریال رابطه برقرار می‌کنند؟ نه. حال بماند که اصلاً با تلویزیون ما ارتباط برقرار می‌کنند یا نه، اما ترکیه دارد دست می‌جنباند، به جوان ما می‌گوید مولوی متعلق به من است، نه شما. اما آیا ما در برابر این محصولی تولید کردیم؟ همان موقع ما پیشنهاد دادیم و خواهش کردیم آرامگاه «شمس» - که ظاهراً در «خوی» است - مورد توجه قرار گیرد. نمی‌خواهم به این‌ها اصالت بدهم، اصالت برای ما واقعاً دین است، خود مولوی هم نیست، ولی بالأخره نظام فرهنگی ما نه از نظر هوش مصنوعی و نه هوش انسانی، هوشمند نیست. ما در برابر آن‌ها هیچ اقدامی نکردیم. چرا توریست‌ها به ترکیه می‌روند؟ ما حتی از لحاظ اقتصادی هم ضربه می‌خوریم. اول سوزن را به خودمان بزنیم و بعد برویم جوالدوز را به او بزنیم. ما کار درخوری نکردیم که او دارد این کار را می‌کند. اگر ما اثری تولید می‌کردیم و می‌گفتیم بله درست است که

■ **خب مواجهه ایران با این سیاست‌گذاری به زعم حضرتعالی «نوعثمانی گری فرهنگی» چطور باید باشد؟**

در شرایط فعلی باید تلاش کنیم یک نظام رسانه مبتنی بر شرایط رسانه جدید آرایش کنیم. از این مهم‌تر، توجه به مقوله «پساحقیقت» است؛ ما در دوره جدیدی هستیم که در آن، شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی باعث می‌شود «فرد رسانه‌ها» قدرتمند شوند، نه اینکه به نبود رسانه‌های گروهی برسیم، نه، آن‌ها هستند و کار خودشان را می‌کنند، ولی فرد رسانه‌ها قدرت می‌یابند و به تبع آن، قوم‌ها، قومیت‌ها و زبان‌ها نیز مطرح می‌شوند. الآن هم یک مرحله جلوتر رفته‌ایم و با هوش مصنوعی روبه‌رو هستیم. البته ۶۰-۵۰ سال است که هوش مصنوعی وجود دارد اما حالا دارد نقش‌آفرینی می‌کند و به کمک فرد رسانه‌ها، نگاه‌های قومی و زبان محلی آمده‌است، پس این‌ها ابراز وجود خواهند کرد. ما باید این شرایط جدید را درک و نظام رسانه‌ای خود را برای این شرایط آماده کنیم. در این شرایط به طور طبیعی، نفوذهای منطقه‌ای یا بین‌المللی خواهیم داشت. نفوذ به دو معنی است:

گاهی فرد پول خرج می‌کند و می‌گوید برو این کار را بکن، دستکاری‌هایی که هر دولتی در دنیا انجام می‌دهد. گاهی نفوذ به معنی این است که فرد دل در گرو نظام سلطه دارد و می‌خواهد در کشور ما کاری کند، مثلاً به کشور بزرگی مثل آمریکا دلبستگی دارد و می‌خواهد کارهایی کند. نظام رسانه‌ای ما باید این را درک و در این زمین بازی کند. راهکار مواجهه، ارتقای وضعیت تعلق ملی ماست؛ یعنی به رسمیت شناختن اقوام متنوع ایرانی، به‌طوری‌که آن‌ها در این ساختار جدید دولت-ملت ایران، احساس عضویت کنند. نظام رسانه‌ای باید بتواند این کار را انجام دهد. اقوام باید خود را در عالم رسانه ایرانی ببینند. اگر در آینه بزرگ عالم رسانه‌ای، فقط من و شما دیده شویم، فایده‌ای ندارد. او دنبال یک آینه دیگر می‌رود. ما باید پیش‌دستانه، کاری کنیم که او خود را به معنی واقعی، نه به معنای تزئینی یا زائد ببیند، لذا این حس عضویت اقوام، بیشتر خواهد شد. البته توجه به اقوام، نیازمندی‌های دیگری دارد که بخشی از آن

-اگرچه دیر هنگام- در حال رخ دادن است. به نظر من، دیگر از این راهبردها نتیجه چندان مؤثری نخواهیم گرفت. ما باید سیاست‌ها و راهبردهایمان را قدری ریزتر، جدی‌تر و بر اساس شرایط امروز بچینیم. تأکید می‌کنم، وقتی می‌گوییم شرایط امروز، دیگر عالم رسانه‌ای جدید، عالم رسانه‌ای قبلی نیست؛ یعنی جدید امروز، جدیدتر است. قبلاً می‌گفتیم جدید و قدیم، اما الآن تحولات در عالم رسانه آنقدر سریع است که ما تقابل را بین امر جدیدتر و جدید می‌بینیم. باید این را فهم کنیم که خود



**نگذاریم دیرتر از این شود.
من دلم می‌سوزد، اگر الآن
جوان‌های ما سریال ترکی
مصرف کنند، شاید به دوره‌ای
برسیم که بگوییم ای کاش
فقط همین را مصرف کنند.
ولی سریال کره‌ای نگاه نکنند.
دست کم ترکیه، مسلمان
است، کره که مسلمان هم
نیست. نگذاریم دیر شود.
راه وجود دارد، ما آدم‌های قوی
هستیم، انقلاب اسلامی،
قوت مردم ایران بود، ما این را
به ضعف تبدیل نکنیم. این
نگرانی من است، فرزندانم
را در کلاس‌های درس و خانه
خود می‌بینم که این سریال‌ها
را مصرف می‌کنند. نگذاریم
روزی برسد که بگوییم «ای
کاش!...» این هشدار جدی
است که به نظام فرهنگی
می‌دهم**



می‌تواند، کمک کند.

نکته دیگر آنکه، ما یک غفلت بزرگ کردیم و آن، هدیه دادن نگاه انتقادی به مردم است. این هدیه در ابتدای انقلاب اعطا گردید ولی متأسفانه پس گرفته شد و در کنج قرار گرفت. اگر ما می‌توانستیم نگاه انتقادی را در یک تکرر و تنوع رسانه‌ای به مردم هدیه دهیم، دیگر لازم نبود بد و خوب را تعیین کنیم؛ چون یک نوع واکسیناسیون انجام داده بودیم و ما به این نیاز داریم. وقتی کسی، نگاه انتقادی داشته باشد،

دیگر هر حرفی را قبول نمی‌کند. در دهه ۶۰، تلویزیون برای همه یک مرجع بود. پس نگاه من که تربیت شده تلویزیون هستم، این است که هر چه تلویزیون فارسی بگوید درست است. بنابراین اگر یک تلویزیون فارسی ماهواره‌ای را روشن کنم و بگویم این کرم را مصرف کن، ناخودآگاه جمعی ایرانی به من می‌گوید این درست است. ما این را از دست داده‌ایم ولی اگر نگاه من انتقادی بود، می‌گفتم نه، اگر تلویزیون جمهوری اسلامی این را پخش کرده، من باید ببینم که آیا پزشک تأیید می‌کند؟ آیا به پوست من سازگار است؟ حال این مثال طبی را در اوضاع فرهنگی ببینید. ما الآن هم باید این فضای انتقادی را در جوانان تقویت کنیم که تصاویر ترک یا غیر را انتقادی ببینند. با این نگاه، جوانان واکسیناسیون می‌شوند و دیگر لازم نیست دنبال مخاطب بدویم که فلان چیز، بد یا خوب است. خود او قدرت دارد و ممکن است فرد رسانه باشد و تشخیص می‌دهد. مثلاً، در سال‌های گذشته گاهی شاهد بودیم وجهه بدی از ایران در یک فیلم یا سریال ترسیم شده بود که پیش از سینه ستر کردن نظام دولتی فرهنگ، خود مردم در مقابلش ایستادگی کردند. مانند فیلم «۳۰۰» که حتی تا امروز هم واکنش‌های مربوطه به آن را می‌توان در یوتیوب و... دید. اگر بتوانیم این نگاه را تقویت کنیم، در این جنگ نامنظم و نظام پارتیزانی، احتمالاً خیلی موفق‌تر خواهیم بود.

■ **در پایان، اگر نکته‌ای دارید، بفرمایید؟**

نگذاریم دیرتر از این شود. من دلم می‌سوزد، اگر الآن جوان‌های ما سریال ترکی مصرف کنند، شاید به دوره‌ای برسیم که بگوییم ای کاش فقط همین را مصرف کنند، ولی سریال کره‌ای نگاه نکنند. دست کم ترکیه، مسلمان است، کره که مسلمان هم نیست. نگذاریم دیر شود. راه وجود دارد، ما آدم‌های قوی هستیم، انقلاب اسلامی، قوت مردم ایران بود، ما این را به ضعف تبدیل نکنیم. این نگرانی من است، فرزندانم را در کلاس‌های درس و خانه خود می‌بینم که این سریال‌ها را مصرف می‌کنند. نگذاریم روزی برسد که بگوییم «ای کاش!...» این هشدار جدی است که به نظام فرهنگی می‌دهم.