

طرح بن سلمان برای کشیدن جنگ به داخل ایران چه بود؟

روزنامه لبنانی الاخبار با انتشار اسنادی از نقشه مخفیانه سعودی و امارات برای تضعیف ایران و کشیدن جنگ به داخل کشور پرده برداشت.

به گزارش سایت خبری پرسون، زمانی که محمد بن سلمان در پاسخ به سوال «داود الشریان» درباره ایران گفت: «ما منتظر نمی‌مانیم که عربستان میدان جنگ شود، بلکه تلاش می‌کنیم نبرد را به درون ایران بکشانیم» مسئله‌ای را مطرح کرد که در سیاست خارجی عربستان معمول نبود.

در آن زمان، بسیاری در تفسیر گفته‌های بن سلمان استدلال می‌کردند که ریاض طبق عادت در صدد به کارگیری و اعزام گروه‌های تروریستی مشابه داعش به ایران و انجام عملیات‌های خرابکارانه است، موضوعی که مدت‌ها توسط جریان‌های تجزیه‌طلب و تکفیری سیستان و بلوچستان، در قلب ایران انجام می‌شد.

بر اساس گزارش العالم، اما در اسنادی که الاخبار به دست آورده، مشخص شد که منظور بن سلمان، هدف قرار دادن داخل ایران، با طرح نفوذ بر جوانان ایرانی است.

بر اساس این اسناد، چهار روز پس از انتشار خبر اعدام شیخ نمر باقر النمر و جمعی از جوانان قطیف؛ شورای ملی اطلاع رسانی امارات طرحی پیشنهادی را به نمایندگان عربستان و بحرین ارائه کرد که آن را «استراتژی رسانه‌ای برای برخورد با موضوع ایران» نامید که در سال‌های بعد با هماهنگی آمریکایی‌ها شکل گرفت و به «طرحی برای تضعیف ایران از درون» تبدیل شد.

این استراتژی رسانه‌ای توسط «سلطان الجابر»، وزیر دولت و رئیس شورای ملی رسانه در امارات ارائه شد و تمرکز آن تاثیر بر افکار عمومی داخلی برای مخالفت با سیاست‌های ایران بوده است.

در پیشنهاد اولیه، همانطور که سند شماره ۱ نشان می‌دهد، افراد هدف؛ افکار عمومی منطقه، افکار عمومی خلیج فارس، افکار عمومی داخل ایران (مردم ایران و اقلیت‌های ایرانی غیرفارسی به ویژه) و مخالفان ایرانی داخل و خارج از کشور است.

اماراتی‌ها در بند شرکای اجرایی طرح پیشنهادی خود «سازمان همکاری اسلامی» را در کنار نهادهای رسمی خلیج فارس، اتحادیه کشورهای عرب و مخالفان ایرانی آورده است، این در حالی است که جمهوری اسلامی ایران یکی از اعضای اصلی این سازمان است که عربستان سعودی از بدو تأسیس بر تصمیمات آن تاثیر گذاشته و در راستای منافع خود از آن بهره برداری می‌کند.

این استراتژی رسانه حاوی جزئیات «مکانیسم‌های اجرایی» است؛ در این زمینه، «توسعه برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی، ایجاد وبسایت‌هایی به زبان‌های عربی، انگلیسی و فارسی، ساخت پلتفرم‌های اجتماعی، و استفاده از بازوهای رسانه‌ای سفارت‌ها» پیشنهاد شده است.

براساس اسناد منتشر شده دو ابزار برجسته‌ای که در این استراتژی مطرح شده است، «ایجاد مرکز مطالعات و تحقیقات مسائل ایران» و «تأسیس شبکه خبری فارسی زبان ۲۴ ساعته» است که اخباری برای هدف قرار دادن جوانان ایرانی پخش کند.

با تطبیق آنچه در متن این استراتژی آمده و آنچه در عالم واقع رخ داده است، مشخص می‌شود که مرکز مطالعات در مارس ۲۰۱۶ تأسیس شده و نام «مرکز ایران‌شناسی خلیج فارس» برای آن انتخاب شده است اما اسم این مرکز بعداً به «مرکز بین‌المللی ایران‌شناسی» و «رسانه» تغییر یافت و از زمان تأسیس، توسط «محمد السملی سعودی» اداره می‌شود.

اما در متن این استراتژی آمده است که بودجه شبکه خبری ایران اینترنشنال که اواسط سال ۲۰۱۷ در لندن تأسیس شد و همچنان به دنبال جذب روزنامه نگاران و فعالان رسانه‌ای معارض ایرانی است، سالانه بین ۲۰ تا ۶۰ میلیون دلار است.

البته گزارش‌ها حاکی از آن است که بودجه سالانه این شبکه در حال حاضر افزایش یافته است. این شبکه دارای ۱۰۰ نیرو است و هدف آن، تهیه برنامه‌های اجتماعی شامل مسائل روزمره برای جوانان ایرانی است.

در دیگر سندی که توسط الاخبار منتشر شد آمده است که شورای ملی رسانه امارات، تیمی ده نفره را از کارشناسان و متخصصان مسائل ایران تشکیل داده تا اجرای این استراتژی را پی‌گیری کنند و گفته می‌شود که سیف الزعابی، سفیر امارات در تهران نیز در نشست‌های این کمیته حضور پیدا می‌کند.

سندهای شماره ۳ و ۴، عبارت از دوپیام از سوی سلطان الجابر، رئیس شورای عالی رسانه‌ای امارات به «عبدالله بن زاید آل نهیان»، وزیر امور خارجه امارات است که پیام اول، درباره این استراتژی و بخش‌های مختلف و اهداف آن را به وی اطلاع رسانی می‌کند و پیام دوم، آخرین تحولات مربوط به

اجرای این طرح از سوی امارات را به اطلاع وی می‌رساند.

اما گفته شده که این شورا با هر دوطرف برای اجرای این طرح در تماس بوده است.

الجابر با اشاره به ارتباط با "سعد محسنی" که وی را قطب رسانه‌ای توصیف می‌کند و مالک شبکه‌های تلویزیونی بسیاری از جمله "فارسی ۱" است، می‌گوید که «هدف از این ارتباط، این است که وی تصویری کامل از نحوه همکاری برای استفاده از تریبون‌ها و شبکه‌های تحت تملک خود برای رساندن پیام‌های اصلی ما در اختیار ما قرار دهد».

بنابراین، امارات به طور رسمی اشاره می‌کند آنها از ایرانی‌های معارض که از خارج از ایران برنامه پخش می‌کنند، کمک گرفته‌اند تا با کمک آن‌ها پیام‌های مورد نظر خود را به داخل ایران برسانند.

نویسندگان سند شماره ۵ که مهم‌ترین سند است، با اشاره به ارائه این استراتژی به طرف امریکایی، گفتند که کمیته سه جانبه آمریکایی، سعودی و اماراتی، این استراتژی را پذیرفته و در چارچوب آنچه "نتایج گفتگوی راهبردی آمریکا و خلیج" نامیده شده، تلاش می‌کند.

پر واضح است که تاریخ ارائه این طرح به آمریکایی‌ها بعد از خروج ترامپ از توافق هسته‌ای با ایران در ماه مه ۲۰۱۸ بوده است، به شکلی که گفته می‌شود که طرف سعودی و &ndash که واضح است که بازیگر اصلی این طرح به شمار می‌رود - در دیدار با هیأت آمریکایی در حاشیه نشست‌های گروه بیست و &ndash که ۳۰ نوامبر ۲۰۱۸ در آرژانتین برگزار شد - یک سری گام‌های عملی بیشتر را برای پیشبرد این استراتژی رسانه‌ای مطرح کرد که نام آن به طرح موسوم به "تابود کردن ایران از داخل" تغییر یافته است.

این سند می‌گوید که ریاض به آمریکایی‌ها وعده داده است که مقدار نفتی از ایران را که در معرض تحریم‌های آمریکا قرار گرفته، برای آنان تامین کند.

عربستان سعودی هم تاکید کرده که به ارتباط با مزدوران ایران در آسیا و اروپا ادامه می‌دهد تا سوخت‌های جایگزین نفت را پیدا کند تا روند ضربه زدن به اقتصاد ایران تسهیل پیدا کند.

بر اساس متن این سند، تلاش‌های عربستان به کاهش قیمت نفت در داخل آمریکا منجر شده است و سعودی‌ها این مساله را موفقیتی بزرگ برای "جناب رئیس جمهور ترامپ" خوانده‌اند.

بر اساس اسناد درز یافته از امارات، این طرح تفصیلی، نشان دهنده مجموعه‌ای از طرح‌ها با هدف نفوذ و ایجاد شکاف‌هایی در داخل جامعه ایران به ویژه در میان جوانان از طریق ابزارهایی برای استفاده از برنامه‌های اجتماعی و فرهنگی و نیز شبکه‌های ارتباط اجتماعی است.

از جمله این طرح‌ها، می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

طرح اول: ایجاد پایگاه اینترنتی و شبکه‌های آنلاین آموزشی، تفریحی و ... (Iranian Hub web portal)

- از آنجایی که آموزش از ارزش بالایی در جامعه ایران برخوردار است و جوانان ایرانی شدیداً جویای علم هستند و به تکنولوژی توجه زیادی دارند و خواهان برخورداری از جدیدترین ابزارهای تکنولوژی هستند. از طریق شبکه‌های "آن لاین"، جوانان ایرانی به کالاهای و خدماتی که مورد نیازشان هست، دسترسی پیدا می‌کنند.

باید یک پلتفرم الکترونیکی فارسی زبان ایجاد کرد که از طریق آن، کاربر ایرانی، به دنبال موضوعات مورد توجه خود باشد یا کلیپ‌ها یا محتوای مربوط به فن آوری و هنر و موسیقی و علوم و مد و خانواده را در آن پیدا کند و این فرصتی برای نفوذ به فرهنگ ایران و گردآوری اطلاعات درباره مردم ایران است.

می‌توان این پلتفرم را به شبکه‌های ارتباط اجتماعی مانند فیسبوک، توئیتر، اینستاگرام، یوتیوب و آپارات و فیس‌نما و نیز تبلیغ‌های موتورهای جستجو ارتباط داد و این مساله موجب توجه به آن و افزایش گسترش آن میان ایرانی‌ها می‌شود.

طرح دوم: "کمپین" تصور کن اگر ایران بود"

از طریق این طرح، فعالان و هنرمندان به مشارکت از طریق عکس یا ویدئو یا متن نظرات خود را بیان می‌کنند و میزان هوشیاری آنها نسبت به شیوه زندگی بهتر در ایران در آینده افزایش پیدا می‌کند و میزان آمادگی برای تغییر جامعه بیشتر می‌شود.

هدف ایجاد کمپینی است که توسط هنرمندان نوپا و عکاسان ایرانی هدایت می‌شود که در مورد موضوعات مرتبط با ابراز وجود و هویت است، و اینکه آن‌ها می‌خواهند که ایران چگونه باشد و رویاهای آنها در مورد گسترش صلح در جهان چگونه تحقق پیدا کند.

هدف دیگر، ایجاد کمپینی برای مبتکران و هنرمندان از طریق همکاری با سازمان‌های جامعه مدنی قابل اعتماد در ایران مانند سازمان ملل است و نتیجه مورد انتظار، یک نمایشگاه الکترونیک برای نقاشی و عکس و کلیپ است که موضوعات یاد شده را بررسی می‌کند.

توسعه جامعه الکترونیکی برای افزایش تعامل با ایرانی‌ها در خصوص موضوعاتی که در کمپین‌ها مطرح می‌شود تا زمینه برای گسترش قصه‌ها و نقطه

نظرات، وتمرکز بر مشکلات داخل جامعه ایران فراهم شود و با استفاده از روحیه طنز و تمسخر از طریق فیسبوک و اینستاگرام و یوتیوب به این مشکلات پرداخته شود.

طرح سوم : نقطه نظرات

نزدیک شدن به شیوه تفکر جوانان ایرانی و از بین بردن اعتقادات موجود درباره درگیری های جدید و وقایع تاریخی.

مواجه کردن ایرانی ها با نظرات دیگران از نقطه نظری متفاوت و به شیوه ای ساده و جذاب ...

تلاش برای تهیه کلیپ های اینترنتی به شیوه اینفوگرافیک به روشی ساده و از نگاهی متفاوت که جوانان ایرانی در آن به بررسی مسائل مختلف درخصوص درگیری های جدید و عقاید سیاسی و غیر سیاسی و اینکه چگونه این درگیری ها شکل گرفت، بپردازند.

طرح چهارم: "بیاندیش، بپذیر و تغییر بده"

این طرح، خواهان به چالش کشیدن افکار رایج در ایران که آنرا کلیشه ای خوانده شده و جوانان را به "فکر کردن، پذیرش تفاوت ها و تغییر باورهای پوچ" تشویق می کند و خواهان آن است تا ایرانیان به مطالبه حقوق خود بپردازند و تفاوت ها را بپذیرند و دلایل موجه برای مبارزه برای حقوق خود یا ترک ایران ارائه کنند.

این طرح ، بر سهولت زندگی افراد تاثیرگذار ایرانی مقیم خارج از کشور تمرکز می کند و برای پخش ویدئوهایی الهام بخش از آنان در شبکه های اجتماعی تلاش می کند.

تهیه کنندگان این طرح با علم به اینکه ایرانی ها دارای فرهنگی ریشه دار هستند و با عقاید و افکار از نظر آن ها "کلیشه ای" بزرگ شده اند ، مدعی هستند که به آسانی می توان در افکار مردم ایران نفوذ کرد یا این افکار را از بین برد.

بخش دیگری از این طرح ، شامل تشویق افراد تاثیرگذار در شبکه های اجتماعی به منظور ایجاد اعتماد با یک دوست یا خانواده در این کمپین است و تلاش دارد به کمپینی که به زعم آنان ، "افکار کلیشه ای" رایج در ایران را به چالش می کشد ، اعتبار ببخشد و جوانان را به تفکر، پذیرش تفاوت ها و تغییر تشویق می کند.

بر اساس این طرح ، می توان این کار را از افسانه های فرهنگی و تاریخی ایران شروع کرد. پس از شروع به جلب محبوبیت و تعامل، می توان به عرصه سیاسی وارد شد و برحقوق زنان و فساد تمرکز کرد.

طرح پنجم: اینفوگرافیک ها و کارتون های سرگرم کننده

این طرح ، تلاش می کند تا از طریق اینفوگرافیک ها و کاریکاتورهای سرگرم کننده و نیز کانال های رسانه های اجتماعی، با جوانان ارتباط برقرار کند و این ارتباط از طریق تمرکز بر اطلاعات واقعی درباره ایران است ؛ اطلاعاتی که مشابه آنچه دولت ایران ارائه می کند، نباشد. همچنین مطرح کردن مسائل فرهنگی، درگیری های سیاسی و سلطه دولت نیز بخشی از این طرح است.

طرح ششم: معرفی انیمیشن

ایجاد انیمیشنی از یک شخصیت از داخل جامعه ایران برای تمرکز کردن بر روی موضوعات رایج در جامعه این کشور به صورت طنز و کار بر روی تعداد بازدید از سایت، و میزان حضور در هر پلتفرم اجتماعی، درصد تعامل در شبکه های ارتباطی و در هر کمپین، و تعداد توییت ها و هشتگ ها در توییتر و تعداد طرفداران و فالوورهای شبکه های اجتماعی.