

نقش پروپاگاندا در کودتای ۲۸ مرداد بر اساس اسناد دیپلماتیک آمریکا

حکیمه سقایی بی‌ریا / استادیار گروه تاریخ، تمدن و انقلاب اسلامی دانشکده معارف و اندیشه اسلامی دانشگاه تهران hakimehbiria@ut.ac.ir
دریافت: ۱۳۹۷/۰۶/۲۵ - پذیرش: ۱۳۹۷/۱۰/۰۲

چکیده

در نوشتار حاضر، نویسنده با استفاده از الگوی «فرایندمحور تحلیل پروپاگاندا»، به بازیابی پیام‌های تبلیغاتی غالب، فنون و شبکه‌های رسانه‌ای آمریکا در کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ می‌پردازد. بررسی مکاتبات رسمی بازیگران اصلی این کودتا در اسناد دیپلماتیک آمریکا نشان می‌دهد دولت‌مردان آمریکایی طبیعتاً ضد امپریالیستی افکار عمومی ایران و به ویژه نگاه استقلال‌طلبانه مبتنی بر اسلام سیاسی به رهبری آیت‌الله کاشانی را مهم‌ترین مانع پیش روی سیاست‌های خود در منطقه می‌دیدند. به عبارت دیگر، بازیگران آمریکایی «ناسیونالیسم افراطی» و «اسلام‌گرایی مبارز» را دو مانع ایدئولوژیک پیش روی منافع غرب و آمریکا در ایران قلمداد می‌کردند. این پژوهش به واکاوی چرایی و چگونگی جنگ روانی آمریکا برای نفوذ در افکار عمومی ایران به عنوان مرحله‌ای حیاتی در جهت دستیابی به کودتا می‌پردازد. ناکامی مصدق در بی‌اعتبارسازی کمپین پروپاگاندا، رخنه موفقیت‌آمیز پروپاگاندا را در پی داشت. از این طریق، نه تنها آمریکا کودتایی علیه مصدق شکل داد، بلکه با تضعیف آیت‌الله کاشانی، در واقع کودتایی علیه تلاش وی برای ارتقای نهضت ملی نفت به نهضت اسلامی استقلال‌طلبانه فراگیرتری انجام داد.

کلیدواژه‌ها: کودتای ۲۸ مرداد، پروپاگاندا، جنگ روانی، افکار عمومی، اسناد روابط خارجی آمریکا.

آمریکا به صورت تاریخی از «پروپاگاندا» به عنوان ابزاری مهم در سیاست خارجی، به ویژه هنگام بحران و جنگ استفاده کرده است (آزگود، ۲۰۰۲). استفاده از «پروپاگاندا» یا تبلیغات سیاسی توده‌وار، بخصوص در دوران جنگ سرد، ظهور و بروز یافت (کال و مزومدار، ۲۰۱۴). بر اساس یافته‌های سیلوان و مجسکی (۲۰۰۸)، ماهیت درازمدت سیاست خارجی آمریکا در - دست کم - صد سال گذشته، ایجاد شبکه‌ای از دولت‌های دست‌نشانده و وابسته بوده است، به گونه‌ای که این شبکه - در واقع - نوعی منحصر به فرد از امپریالیسم (امپراتوری دولت‌های دست‌نشانده)^۱ را متبلور می‌کند. در این میان، «پروپاگاندا» یکی از ابزارهای کلیدی برای ایجاد بستر مناسب برای روی کار آوردن و حمایت از دولت‌های دست‌نشانده هوادار آمریکا در جهان است.

در قرن اخیر، همچنین آمریکا اقدام به براندازی دولت‌های غیرهمسو و یا مخالف خود در سطح جهان از هاوایی تا عراق کرده است. تاریخ اقدامات براندازانه آمریکا به سه برهه تقسیم می‌شود (کینزر، ۲۰۰۶): نخست دوران امپریالیستی (اواخر قرن نوزدهم تا اوایل قرن بیستم) است که آمریکا در آن به صورت آشکار، اقدام به براندازی دولت‌های خواهان استقلال از آمریکا - مانند هاوایی، نیکاراگوئه و هاندوراس - کرد. دوران بعد مربوط به سال‌های جنگ سرد است که آمریکا به براندازی پنهان روی آورد و کودتا به یکی از شگردها به منظور از میان برداشتن دولت‌های مزاحم امپریالیسم آمریکایی تبدیل شد. در این دوره، می‌توان به استفاده از کودتا برای براندازی در ایران، گواتمالا، ویتنام جنوبی و شیلی اشاره کرد. دوران سوم دوران پس از جنگ سرد است که آمریکا بار دیگر به براندازی آشکار روی آورده است. جنگ‌های عراق، افغانستان و لیبی از آن جمله است.

آمریکا طی دو جنگ جهانی، استفاده وسیعی از پروپاگاندا به عمل آورد. با این حال، استفاده از پروپاگاندا طی جنگ سرد، نهادینه شد و به جزئی از سیاست خارجی ارتقا یافت (آزگود، ۲۰۰۲). «*هرومن و آیزنهایور دو رئیس جمهوری بودند که پروپاگاندا را باب و آن را به عنوان یک نهاد دولتی صلح تجهیز کردند*» (پری-گیلز، ۲۰۰۲، XVII). نخستین دهه جنگ سرد، پرتنش‌ترین دوره درگیری ایدئولوژیک بود (کال و مزومدار، ۲۰۱۴). ایران، با توجه به اهمیت راهبردی‌اش و مرزهای طولانی با شوروی (سابق)، اساساً طی جنگ سرد، یک نبردگاه راهبردی ایدئولوژیک بود. به طور کلی، تسلط بر خاورمیانه با منابع فراوان نفت، برگ برنده نبرد میان جهان غرب و شوروی تصور می‌شد (هان، ۲۰۰۵). از سوی دیگر، ظهور اسلام سیاسی و خطر آن برای تسلط غرب بر خاورمیانه، تقابل ایدئولوژیک در این منطقه را بیش از پیش حایز اهمیت می‌کرد (سعید، ۲۰۱۵).

گرچه حوادث کودتای آمریکایی - انگلیسی ۲۸ مرداد موضوع تحقیقات بسیاری بوده، اما پژوهشی در خصوص بُعد پروپاگاندایی کودتا نشده است. این در حالی است که پروپاگاندا نقش مهمی در موفقیت کودتا داشت (ویلبر، ۱۹۵۴). پژوهش حاضر با استفاده از الگوی فرایندمحور تحلیل پروپاگاندای جوت و *آداتل* (۲۰۱۵) بر فعالیت‌های پروپاگاندایی آمریکا در ایران به منظور بسترسازی و به ثمر نشستن کودتا متمرکز شده است. چارچوب جوت و *آداتل* شامل ده مرحله تحلیل پروپاگاندا بوده که دربرگیرنده شناسایی و بررسی مراحل ذیل است:

۱) بستر اجتماعی - سیاسی کمپین پروپاگاندا و روابط قدرت؛ ۲) ایدئولوژی و مقصود؛ ۳) مخاطبان؛ ۴) عوامل پروپاگاندا؛ ۵) ساختار سازمان پروپاگاندا؛ ۶) رسانه‌های عامل؛ ۷) شگردها؛ ۸) حرکت‌ها و فعالیت‌های مخالف با پروپاگاندا؛ ۹) واکنش مخاطبان؛ ۱۰) تأثیرات و ارزیابی تحقق اهداف.

قوت محوری این الگو در آن است که تحلیلی نظام‌مند از فرایند پروپاگاندا می‌منجر به کودتای ۲۸ مرداد در بستر جامعه ایران به دست می‌دهد. بنابراین، سؤال اصلی این پژوهش عبارت است از: فرایند پروپاگاندا در بسترسازی و به ثمر نشستن کودتای ۲۸ مرداد چگونه بود؟ بند ذیل سؤالات فرعی این پژوهش را به اختصار بیان می‌کند:

مأمور اجرای پروپاگاندا، که از طریق یک سازمان عمل می‌کند، با چه اهدافی در شرایط معین زمانی، از طریق رسانه‌ها به مخاطبین دسترسی پیدا می‌کند، در حالی که از نمادهای خاصی برای دریافت واکنش مطلوب خود استفاده می‌نماید؟ از این گذشته، اگر مخالفتی با برنامه تبلیغاتی وجود دارد، این مخالفت به چه شکلی ابراز می‌شود؟ در نهایت اینکه فرایند تبلیغاتی تا چه حد در نیل به اهدافش موفق عمل می‌کند؟ (جوت و ادانل، ۲۰۱۵، ص ۳۱۴).

منابع اصلی پژوهش مشتمل بر اسناد دیپلماتیک آمریکا در قبال نهضت ملی شدن نفت و کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ است. «دفتر تاریخ‌نگاری»^۲ وزارت خارجه آمریکا، تاریخ دیپلماتیک آمریکا را بر اساس اسناد از طبقه‌بندی خارج‌شده این کشور در مجموعه کتاب‌های *روابط خارجی ایالات متحده* ثبت می‌کند. اسناد دیپلماتیک بازه زمانی مقاله حاضر ابتدا در جلد دهم مجموعه کتاب‌های مزبور، مرتبط با سال‌های ۱۹۵۱-۱۹۵۴ (۱۳۲۹ تا ۱۳۳۲) گردآوری و در سال ۱۹۸۹ (۱۳۶۸) منتشر شد. در سال ۲۰۱۷ (۱۳۹۶) مجلد متممی به این اسناد اضافه گشت. در این مقاله، مجموعه اول در ارجاع‌دهی درون متن با عبارت (FRUS، ۱۹۸۹) و مجموعه دوم (FRUS، ۲۰۱۷) مشخص و شماره سند ارائه خواهد شد. اسناد فوق مشتمل بر مکاتبات رسمی میان بازیگران آمریکایی، از جمله رئیس‌جمهور، عوامل سازمان سیا، وزیر امور خارجه، سایر مقامات وزارت خارجه، سفیر آمریکا در ایران و دیگر کارکنان سفارت آمریکاست که در شکل‌دهی و اجرای سیاست آمریکا در ایران، طی مناقشه ملی شدن نفت و کودتا نقش داشته‌اند.

تاریخچه سری *دونالد ویلبر* (۱۹۵۴) درباره کودتا، دیگر منبع اطلاعاتی استفاده شده در این مقاله است. ویلبر، کارشناس معماری خاورمیانه و مأمور مخفی سازمان سیا، نقش برجسته‌ای در طراحی و اجرای کودتای ۱۳۳۲ در ایران داشت و مسئول گروه عملیات روانی کودتا بود. وی در یکی از ضمایم تاریخچه خود (۱۹۵۴، ضمیمه B) طرح عملیاتی کودتا شامل دستورالعمل‌های مفصلی درباره پروپاگاندا گسترده به منظور بی‌ثبات کردن دولت مصدق ارائه کرده است.

در این پژوهش، تعریف فرایندمحور جوت و ادانل (۲۰۱۵، ص ۷) از «پروپاگاندا»، که آن را بخشی از روابط قدرت می‌داند، مطمح نظر است: «پروپاگاندا کوششی حساب‌شده و نظام‌مند برای شکل دادن برداشت‌ها، دست‌کاری شناخت، و هدایت رفتار به منظور نیل به واکنشی است که به پیشبرد نیت مطلوب عاملان پروپاگاندا

کمک می‌کند». هرچند پروپاگاندا توسل به دروغ را ضروری نمی‌داند، اما ضرورتاً آن را هم کنار نمی‌گذارد و تعهدی به حقیقت ندارد. پروپاگاندا «در عوض، با انواع مختلفی از حقیقت (حرف نیمه راست، حقیقت محدود، و حقیقت بیرون از موقعیت) پیش می‌رود» (الول، ۱۹۷۳، ص ۷).

پروپاگاندا ی کارآمد باید تمام‌عیار باشد؛ یعنی باید از همه رسانه‌های در دسترس و همه اشکال پروپاگاندا استفاده کند (الول، ۱۹۷۳). اشکال گوناگون پروپاگاندا شامل پیش‌پروپاگاندا، پروپاگاندا ی سیاه، سفید، خاکستری، انسجام‌بخش، آشوب‌ساز و اقدام است (کانینگهام، ۲۰۰۲). پیش‌پروپاگاندا معمولاً مقدمه پروپاگاندا ی مستقیم است و دارای ویژگی جامعه‌شناختی، تدریجی و کلی است و با هدف فضا سازی برای تغییر نهایی افکار و یا رفتارها اجرا می‌شود (همان). «پروپاگاندا ی سفید» متضمن استفاده خودمحور و گزینشی از اطلاعات دقیق از منبعی قابل شناساست. در مقابل، «پروپاگاندا ی سیاه» بر پیام‌رسانی فریبنده یا اطلاعات نادرست دلالت دارد و معمولاً با پنهان ساختن منبع پیام همراه است. «پروپاگاندا ی خاکستری» حد وسط پروپاگاندا ی سفید و سیاه قرار دارد و در آن درستی اطلاعات می‌تواند محل تردید باشد و منبع ممکن است به درستی شناسایی شود یا خیر (جوت و ادانل، ۲۰۱۵).

فرق اصلی پروپاگاندا ی مدرن و شکل قدیمی آن در هدف غایی آنهاست: هدف پروپاگاندا ی مدرن دیگر، نه تغییر دادن ایده‌ها، بلکه به کنش واداشتن است. هدف دیگر تغییر وفاداری به یک مرام یا عقیده نیست، بلکه واداشتن فرد به چنگ زدن غیرعقلانی به فرایند کنش است (الول، ۱۹۷۳، ص ۲۵). این تمایز مهم است؛ زیرا تعریف فراگیر «پروپاگاندا» به مثابه دست‌کاری نمادها برای تغییر ایده‌ها یا افکار را تحلیل می‌برد. «پروپاگاندا برای آنکه کارآمد باشد، پیوسته باید فکر و تصمیم را دور بزند». از این‌رو، افراد به گونه‌ای هدایت می‌شوند که بدون در نظر گرفتن همه اعتقادات و باورهای خویش، در امور سیاسی و اجتماعی خط مشی خاصی را دنبال کنند (همان، ص ۲۷).

رفتار غایی مورد نظر می‌تواند انسجام‌بخش یا آشوب‌ساز باشد. «پروپاگاندا ی انسجام‌بخش» افراد را به سمت رفتارهایی هدایت می‌کند که موجب وحدت و انسجام جامعه می‌شود و مردم را آماده پذیرش منفعلانه هنجارهای اجتماعی می‌سازد. در مقابل، هدف از «پروپاگاندا ی آشوب‌ساز» واداشتن افراد به تغییر است. این نوع پروپاگاندا به این منظور طراحی شده است که مردم را تهییج نماید، آشوب بپا کند، ترس و نارضایتی برانگیزد، بی‌ثبات گرداند و پشت کردن به ساختارها و شرایط اجتماعی موجود را رواج دهد (کانینگهام ۲۰۰۲، ص ۶۶).

نوع دیگر پروپاگاندا، «پروپاگاندا ی اقدام» است و به اقداماتی گفته می‌شود که تأثیر روانی بر افکار عمومی دارد. بارزترین نمونه آن استفاده از فعالیت‌های تروریستی/خشونت‌آمیز نظیر بمب‌گذاری و قتل و ترور است (نلسون، ۱۹۹۶). سایر فعالیت‌های غیرخشونت‌آمیز، نظیر تبادلات آموزشی و فرهنگی، کمک اقتصادی، امداد رسانی، موافقت‌نامه‌های بین‌المللی، تعیین کمیسیون‌های تحقیق و تفحص، وضع قانون و مانند آن زمانی که اساساً برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی به کار گرفته می‌شوند نیز می‌توانند نمونه‌هایی از «پروپاگاندا ی اقدام» قلمداد شوند (آزگود، ۲۰۰۲).

تطبيق مراحل ده‌گانه پروپاگاندا بر کودتای ۲۸ مرداد

مرحله ۱: بستر کمپین پروپاگاندا

هدف پروپاگاندا کنترل افکار عمومی در جهت رسیدن به منافع عامل پروپاگاندا است. بدین‌روى، افکار عمومى جامعه هدف بستر کمپین پروپاگاندا را تشکیل می‌دهد. بخشى از اسناد موضوع مطالعه در این مقاله، ارزیابى بازیگران آمریکایى از این بستر را به تصویر می‌کشد. در یکى از اسناد شورای امنیت ملى آمریکا، به تاریخ فروردین ۱۳۳۰ (مارس ۱۹۵۱) فضای افکار عمومى ایران این‌گونه توصیف می‌شود: «باور شایع این است که شرکت نفت ایران و انگلیس غیرمنصفانه از منابع کشور بهره‌برداری می‌کند، از پرداخت حق امتیازات معقول و برابر خودداری می‌نماید و همه اقدامات آن به عنوان شرکتى پنهان‌کار، مورد انزجار است؛ زیرا فراتر از تیررس قانون و عرف ایران، ثروت‌های مملکت را استثمار می‌کند» (FRUS، ۲۰۱۷، سند ۶). بر اساس این سند، این وضعیت به «خصوصیت شدید علیه انگلیس و در بین افشارى که سواد کمتری داشتند، علیه همه خارجی‌ها منجر شد.» بسیاری از ایرانیان بر این باور بودند که «قدرت‌های غربی به هیچ وجه، علاقه‌مند به رفاه و استقلال کشور نیستند، بلکه صرفاً در پی استثمار منابع کشور به نفع خودشان هستند.» این سند با توجه به این نگرش شایع در بین مردم، توفیق سیاست آمریکا را مستلزم «یک برنامه گسترده روابط اطلاعاتی و فرهنگی در ایران» می‌داند.

مقامات آمریکایی به حمایت گسترده نخبگان و عموم مردم ایران از ملى شدن صنعت نفت و پایان دادن به دخالت سیاسى انگلیس اذعان داشتند؛ مثلاً، *اورل هریمن*^۳، مشاور ویژه رئیس‌جمهور وقت آمریکا ترومن، در گزارش خود از سفرش به ایران، اشاره می‌کند:

مقامات آمریکایی صاحب صلاحیت کاملاً متفق القولند که مصدق از حمایت و پشتیبانی قاطبه مردم ایران برخوردار است و هیچ برنامه‌ای تا به حال این‌گونه برای ریشه‌کنی نفوذ بریتانیا در ایران و ملى کردن صنعت نفت مورد حمایت قرار نگرفته است» (FRUS، ۱۹۸۹، سند ۴۴).

او واشنگتن را ترغیب می‌کند تا شور و حمایت شدید مردم از ملى شدن صنعت نفت را مد نظر قرار دهد و خاطرنشان می‌کند: «از نظر همه آمریکایی‌هایی که اینجا هستند و نیز ایرانیانی که با آنها صحبت کرده‌ام، هیچ دولتی در ایران، چه دولت مصدق باشد چه هر دولت دیگری، نمی‌تواند برخلاف این شور و هیجانات عمل کند.»

از نظر آمریکا، نگرش ایرانیان مبنی بر یکسان‌نگاری سیاست‌های استثماری شوروی (سابق) و قدرت‌های غربی برای آرمان ضد کمونیسم مخرب و برخلاف روندی بود که غرب طی آن می‌خواست از ایران به عنوان منطقه‌ای حایل علیه نفوذ و گسترش کمونیسم بهره بگیرد. دستورالعمل شورای امنیت ملى^۴ به منظور کم‌رنگ کردن این ذهنیت - به اصطلاح - مخرب لازم دید آمریکا توان و اشتیاق مردم ایران را برای مقاومت علیه کمونیسم تقویت کند (FRUS، ۲۰۱۷، سند ۳۵). این اقدام به عنوان پیش‌شرط ضروری شکل‌گیری «یک دولت طرفدار جهان آزاد در ایران» تشخیص داده شد. بر اساس این دستورالعمل، آمریکا می‌بایست حمایت سیاسى اساسی خود از

شاه را به عنوان تنها منبع تداوم رهبری در این زمینه بیشتر کند. با در نظر گرفتن این خطامشی، برانگیختن احساسات ضد کمونیستی در بین مردم ایران به طور کلی، و حامیان مذهبی ملی شدن نفت به طور خاص، هدف اصلی پروپاگانداى آمریکا در دورهٔ مصادف با نهضت ملی شدن صنعت نفت قرار گرفت.

در تمام دورهٔ بحران ملی کردن صنعت نفت، ارتباطات دیپلماتیک آمریکا فاقد همدردی با مردم ایران بود. در نگاه جورج مک‌گی، معاون امور خاور نزدیک، آسیای جنوبی و آفریقای وزارت امور خارجهٔ آمریکا، حمایت راسخ ایرانیان از ملی کردن صنعت نفت «به شدت غیرمنطقی و احساسی است... حتی با اینکه هزینه‌های اقتصادی مترتب بر آن بالاست» (FRUS، ۱۹۸۹، سند ۴۰).

هنری گریبی،^۵ سفیر آمریکا در ایران بین سال‌های ۱۳۳۹ تا ۱۳۳۰ (۱۹۵۰-۱۹۵۱)، نیز ملی‌گرایی ایرانیان را این‌گونه توصیف می‌کند: «افراط‌گرایی انعکاسی از عقدهٔ استقلال‌طلبی است که من در تعدادی از کشورها شاهد آن بوده‌ام». وی ادامه می‌دهد که «این امر به هیچ وجه، ناپسند نیست؛ چون نگرش آنان در خصوص روسیه را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد» (FRUS، ۱۹۸۹، سند ۱۸).

بر اساس تحلیل‌های منعکس شده در اسناد آمریکایی، در آغاز، نظر ایرانیان دربارهٔ آمریکا به طور کلی مثبت بود (FRUS، ۱۹۸۹، سند ۱۸)، اما زمانی که حمایت آمریکا از سیاست‌های انگلیس نمود بیشتری پیدا کرد، این نگرش مثبت به تدریج کم‌رنگ شد. در زمان کودتا، افکار عمومی ایران شکل ضد آمریکایی به خود گرفته بود. به تعبیر وزیر امور خارجه وقت آمریکا، جان فاستر دالس،^۶ «محبوبیت نداشتن ما در ایران عمدتاً حاصل محبوبیت نداشتن بریتانیا و ارتباط پیشین ما - از دید ایرانیان - با سیاست‌های بی‌وجههٔ بریتانیاست» (FRUS، ۱۹۸۹، سند ۳۱۲).

با توجه به نقش کلیدی و محوری *آیه‌الله کاشانی* در ایجاد وحدت ملی برای قطع دست انگلیس، نگاه آمریکا به ایشان نیز حایز اهمیت است. آنچه کمتر دربارهٔ آن سخن گفته شده نگرانی آمریکا از قدرت‌یافتن اسلام سیاسی مبارز و تأثیر آن بر افکار عمومی، نه تنها در ایران، بلکه در سراسر جهان است. بنابراین، هراس اصلی آمریکا مربوط به ظهور جریان استقلال طلب اسلامی در بستر نهضت ملی شدن نفت ایران به رهبری *آیه‌الله کاشانی* است و نه صرفاً ملی‌گرایی محض. این نگرانی‌ها در ۸ سند از مجموعه اسناد منتشرشده در سال ۲۰۱۷ (FRUS، ۲۰۱۷، اسناد ۴۳، ۵۵، ۶۱، ۶۵، ۱۲۴، ۱۴۰، ۱۴۲ و ۱۸۱) به وضوح قابل مشاهده است.

پنج موضوع کلی عامل نگرانی منعکس شده در این اسناد عبارتند از:

- دیدگاه ضد آمریکایی *آیه‌الله کاشانی*، به این علت که وی آمریکا را هم‌پیمان امپریالیسم و استعمار اروپایی در جهان اسلام می‌داند،
- تلاش *آیه‌الله کاشانی* برای ایجاد ائتلافی از کشورهای مسلمان و دیگر کشورهای مستقل شرقی علیه هرگونه هم‌پیمانی با کشورهای استعماری؛
- تلاش *آیه‌الله کاشانی* برای راه‌اندازی همایش مسلمانان به عنوان یکی از راه‌کارها برای تجمیع آراء رهبران مذهبی - سیاسی متنفذ جهان اسلام در این باره؛

- نزدیکی *آیه‌الله کاشانی* به رهبران ضد استعماری، از جمله *جوهر لعل نهروری هند* و *لیاقت علی‌خان* پاکستان؛
- ایده *آیه‌الله کاشانی* برای ایجاد بسیج نظامی مردمی (ارتش یک میلیونی) مستقل از نیروهای نظامی در ایران و دیگر کشورهای اسلامی.

دفتر اطلاعات و پژوهش وزارت خارجه آمریکا نظرات خود درباره تشکیل دولتی احتمالی به رهبری *آیه‌الله کاشانی* را این گونه بیان می‌کند: «جای‌گزینی نخست‌وزیر ایران محمد مصدق به وسیله نزدیک‌ترین رقیبش *ملاابوالقاسم کاشانی*، به ضرر منافع غرب خواهد بود... *کاشانی* و مصدق هر دو فرصت طلب سیاسی هستند، اما در حالی که مصدق به رغم ملی‌گرایی پرشور خود، احترام اساسی به جنبه‌های خاص لیبرالیسم غربی می‌گذارد، *کاشانی* مشکلات جاری را از دید محدود اسلامی می‌نگرد که به شدت با سال‌ها جنگ تلخ با اقتدار بریتانیا در آمیخته است» (FRUS، ۲۰۱۷، سند ۱۸۱).

بنابراین، بر اساس اسناد در دست مطالعه، «ناسیونالیسم افراطی» و «اسلام‌گرایی مبارز» دو مانع ایدئولوژیک پیش روی منافع غرب و آمریکا در ایران قلمداد می‌شدند. در هر دو مانع و به ویژه درباره مانع دوم، طبیعت افکار عمومی ایران، که آشکال امپریالیستی کمونیستی و غربی را یکی می‌دانست، و به علت حمایت‌های آمریکا از مواضع انگلیس به تدریج ضد آمریکایی نیز شده بود، برای منافع غرب بسیار مخرب ارزیابی می‌شد. آمریکا به منظور تعدیل این ذهنیت، برنامه‌های تبلیغاتی وسیعی برای تقویت احساسات ضد کمونیستی در ایران تدوین کرد. از این رو، طی سه سال قبل از کودتا، پیام‌های تبلیغاتی آمریکا بر گسترش ایدئولوژی ضد کمونیستی و همسویی با آمریکا متمرکز شد (سقای بی‌ریا، ۲۰۰۹).

در ۹ تیر ۱۳۳۰ (۱ جولای ۱۹۵۱)، سفیر وقت آمریکا در تهران، *گریدی*، به وزارت امور خارجه نوشت: «به نظر می‌رسد بریتانیا با رهنمود آقای *موریسون* [وزیر خارجه وقت انگلیس] مصمم به استفاده از شیوه‌های قدیمی براندازی دولتی است که با آن مشکل دارد... مصدق از حمایت ۹۵ تا ۹۸ درصد مردم این کشور برخوردار است. سرنگونی وی حماقت محض است» (FRUS، ۱۹۸۹، سند ۳۵). وزیر امور خارجه آمریکا، *آچسون*، نظر *گریدی* را نپذیرفت و اظهار داشت: «اگر ملی‌گرایی افراطی ایران امنیت این کشور را به مخاطره بیندازد، وزارت امور خارجه اتخاذ تدابیر سیاسی فوق‌العاده را برای ممانعت از خروج ایران از دست دنیای آزاد ضروری می‌داند» (FRUS، ۱۹۸۹، سند ۲۰). چند ماه بعد، به دنبال گفت‌وگویی با شاه، نماینده ویژه *ترومن*، *آوریل هریمن*، خاطرنشان کرد که شاه گفته است: «جایگزین کردن دولت مصدق دشوار، یا حتی ناممکن است، مگر آنکه نگرش مردم نسبت به وی و برنامه‌اش کاملاً تغییر کند» (FRUS، ۱۹۸۹، سند ۴۲).

گریدی به *آچسون* وزیر امور خارجه توصیه کرد که متوجه هدف اصلی در ایران باشد؛ یعنی تلاش در جهت نگه داشتن ایران در اردوگاه غرب، نه پیشبرد سیاست انگلیس. او گفت: «دست کم یکی از کشورهای دموکراتیک غربی باید موضع دوستی خود را با ایران حفظ کند. در غیر این صورت، ایران جایی جز روسیه نمی‌تواند پیدا کند که برای

دوستی و مساعدت به آن چشم بدوزد» (FRUS، ۱۹۸۹، سند ۷۷). گریدی از مقام خود استعفا و در ۱۹ سپتامبر ۱۹۵۱ ایران را ترک کرد. لویی هندرسون،^۷ که پیش از آن سفیر آمریکا در هند بود، جانشین گریدی شد.

مراحل ۲ و ۳: ایدئولوژی و هدف کمپین پروپاگاندا و شناسایی مخاطبان

طی ماه‌های آخر دولت ترومن، رهبران آمریکا و انگلیس به این نتیجه رسیدند که مصدق مهم‌ترین مانع برای حل و فصل بحران نفتی است. بنابراین فرض، تعیین جای‌گزین برای مصدق پیش از فروپاشی دولت وی به خاطر ناکامی اقتصادی، امری ضروری بود؛ زیرا سقوط دولت مصدق یک محیط سیاسی بسیار ناپایدار ایجاد می‌کرد که ایران را در مقابل شوروی آسیب‌پذیر می‌ساخت (ویلیبر، ۱۹۵۴، ضمیمه B). از سوی دیگر، همان‌گونه که پیش‌تر اشاره شد (FRUS، ۲۰۱۷، اسناد ۱۸۱ و ۱۴۰)، برخی اسناد نشان از نگرانی آمریکا از سقوط دولت مصدق بر اثر تحولات سیاسی طبیعی ایران داشت؛ از جمله: استعفا یا مرگ طبیعی مصدق و روی کار آمدن آیت‌الله کاشانی و یا شخصی کاملاً همسوا با وی به عنوان نخست‌وزیر. به عبارت دیگر، برکناری مصدق از راه‌هایی غیر از «تغییر اجباری دولت» توسط آمریکا (FRUS، ۲۰۱۷، سند ۱۹۲)، کنترل اوضاع پس از تغییر نخست‌وزیر را برای آمریکا و انگلیس ناممکن می‌ساخت، به ویژه اگر رهبری آیت‌الله کاشانی تداوم می‌یافت.

آمریکا و انگلیس فضل‌الله زاهدی را به عنوان جانشین مصدق انتخاب کردند؛ زیرا طبق ارزیابی سازمان سیا، «از میان مخالفان آشکار مصدق، او تنها چهره‌ای بود که برای جلوگیری از رخنه کمونیسم شوروی و سرکوب آن، می‌شد به وی اتکا کرد» (ویلیبر، ۱۹۵۴، ضمیمه B، ۱؛ FRUS، ۲۰۱۷، سند ۱۹۲). همچنین تأکید شده بود تأثیرگذاری آیت‌الله کاشانی در دولت زاهدی باید خنثی و یا محدود شود (FRUS، ۲۰۱۷، سند ۱۹۲). کودتا در نوع خودش، استثنا بود؛ زیرا نخستین کودتا علیه یک دولت مردمی بود (ویلیبر، ۱۹۵۴، ضمیمه B) در نتیجه، برای نیل به موفقیت، پیش از اجرای کودتا تبلیغات منفی شدیدی با نیت «ایجاد، گسترش و افزایش خصومت و بی‌اعتمادی عمومی نسبت به مصدق و دولت وی و نیز ترس از وی و دولتش» به راه انداخته شد (همان، ۱۵).

بنابراین، هدف کمپین پروپاگاندا ایجاد هراس و نارضایتی در بین مردم به طور عام، و در بین حامیان مذهبی ملی شدن نفت به طور خاص بود تا از این طریق، علیه دولت مصدق برآشوبند یا دست‌کم دست از حمایت وی بردارند. کمپین پروپاگاندا در پی القای این باور بود که مصدق طرفدار کمونیسم است و قصد براندازی سلطنت را به نفع دولتی کمونیستی دارد. اعتقاد بر این بود که کمپین پروپاگاندا «برای منافع متقابل ایالات متحده و بریتانیا از ارزش واقعی برخوردار است»؛ زیرا اگرچه ممکن بود در نهایت کودتای نظامی ناکام ماند، دست‌کم «جایگاه مصدق را به تدریج، آسیب‌پذیر و بی‌ثبات می‌ساخت» (همان). از این‌رو، هرچند هدف حداکثری پروپاگاندا برکناری مصدق بود، هدف حداقلی آن تضعیف دولت مصدق بود تا از این طریق اقدامات بعدی، سیاست‌های وی را تعدیل و در نهایت، موجب سرنگونی دولت وی شود.

چندین موضوع در کمپین پروپاگاندا در مقالات، خبرنگارهای دیواری و کتابچه‌هایی که کارکنان آمریکایی تدوین و به فارسی ترجمه کرده بودند، استفاده می‌شد: نخست اینکه مردم و نخبگان باید به این باور برسند که «مصطفی به حزب توده و شوروی گرایش دارد». بر اساس طرح عملیاتی کودتا، این ادعا می‌بایست از طریق «اسناد سیاه»، یعنی جعلی نشان داده می‌شد (همان، ص ۱۶). دوم اینکه مصطفی نه تنها به حزب توده گرایش دارد، بلکه «دشمن علنی اسلام» است؛ زیرا از اهداف کمونیستی حمایت می‌کند (همان). طرح بعدی پروپاگاندا متهم کردن مصطفی به «از بین بردن روحیه ارتش و سپس ناتوانی آن در حفظ نظم» بود (همان). موضوعات دیگر شامل نکات ذیل بود: «مصطفی فعالانه با شوروی‌ها تباری کرده است تا کنترل نواحی روستایی ایران را، که با شوروی هم‌جوار بودند، از دست ارتش خارج کند. وی در پی آن است تا به شوروی کمک کند تا استان‌های شمالی ایران را به اشغال خود درآورد» موضوع نهایی آن بود که «مصطفی به عمد کشور را به سمت فروپاشی اقتصادی پیش می‌برد» (همان، ص ۱۷).

با توجه به محبوبیت مصطفی، طرح عملیاتی کودتا بر این نکته تأکید داشت که مطبوعات، مصطفی را به عنوان سیاست‌مدار فاسدی که تشنه قدرت است، نشان دهند: «قدرت آنچنان مصطفی را فاسد کرده است که هیچ نشانه‌ای از چهره فاخر سال‌های پیشین وی بر جای نمانده و هم‌اکنون تمام خصوصیات یک دیکتاتور سرکوبگر را یکجا در خود جمع کرده است». برای افزایش تأثیرگذاری این موضوعات، نیروهای آمریکایی دستور یافتند تا اوج پروپاگاندا علیه مصطفی را این‌گونه نشان دهند که وی «قربانی ندانسته مشاوران نادرست جاه‌طلب خویش شده است» (همان). آمریکا و انگلیس، با استفاده از پروپاگاندا فشرده، امیدوار بودند محبوبیت مصطفی فروکش کند تا شرایط برای کودتای نظامی نهایی مهیا شود.

هرچند شاه می‌بایست به عنوان کانون محوری مخالفان علیه مصطفی عمل کند، اما سیا می‌دانست که «شاه تنها با اکراه زیاد دست به عمل می‌زند، اما می‌توان او را به این کار مجبور کرد» (همان، ص ۸). برای نیل به این امر، یک کمپین تبلیغاتی جداگانه برای ترغیب شاه به ایفای نقش خود تدوین شد. شاه می‌بایست از ماهیت مشترک کودتای آمریکا و انگلیس آگاه شود، از حمایت کامل هر دو کشور از خود در مقابل مصدق اطمینان حاصل کند و به او تفهیم شود که تا وقتی مصطفی در قدرت است هیچ کمک مالی از سوی آمریکا به ایران اعطا نخواهد شد. در نهایت، شاه اسناد آماده شده توسط سیا را تحت «فشارهای بی‌امان» سیا «در تلاش‌های نامیدکننده برای غلبه بر موضع تثبیت‌شده بی‌تصمیمی و تردید» امضا کرد (همان، ص ۳۰). آمریکا و انگلیس به شاه هشدار دادند که در صورت عدم تمکین، آنان اجازه نخواهند داد ایران آماج دخالت‌های کمونیسم شود و کودتا را بدون وی پیش خواهند برد. وی باید درک می‌کرد که مسئول پیامدهای بی‌عملی خود است و در آن صورت، سلسله پهلوی به زودی به آخر خط خواهد رسید.

مراحل ۴ و ۵: شناسایی عوامل و ساختار سازمان پروپاگاندا

آمریکا و انگلیس با هم، هزینه مالی طرح کودتا را تأمین و طرح عملیاتی کودتا را تدوین کردند و ابزارهای جاسوسی خود در ایران را در خدمت طرح کودتا گذاشتند. با این همه، آمریکا تنها عامل اجرایی کودتا بود؛ زیرا ایران همه روابط خود با انگلیس را قبلاً قطع کرده بود. همچنین همه اقدامات هماهنگ شد تا سیاست ظاهری آمریکا با اهداف کمپین پروپاگاندا همسو باشد (همان). در این رابطه، ویلبر اظهار داشت: «آمریکایی‌ها اجازه یافته‌اند تا امور را آن گونه که خود ترجیح می‌دهند اداره کنند» و جاسوس‌های انگلیسی دستور یافته‌اند که از دستورات سازمان سیا تبعیت کنند (همان، ص ۱۴). افزون بر این، همه مواد پروپاگاندا برای کودتا توسط مجموعه سیا تدارک دیده و اجرای نهایی کمپین پروپاگاندا تحت نظارت و مدیریت جاسوسان آمریکایی اجرا شد.

ویلبر ریاست تیم عملیات روانی کودتا را به عهده گرفت. بنابراین، دولت آمریکا مبلغ اصلی کودتا بود. عوامل و جاسوسان ایرانی سازمان سیا و سرویس اطلاعات مخفی انگلیس، شاه، برخی ژنرال‌های ایرانی، اعضای خریداری‌شده مجلس ایران، روزنامه‌های ایرانی که به آنها پول داده شده بود (از جمله روزنامه *شاهد*، *داد*، *ستاره اسلام*، *جوانان آسیا*، *آرام*، *مرد آسیا*، *ملت ما* و *ژورنال دو تهران*) و مطبوعات مطرح آمریکا به دولت ایالات متحده به عنوان مبلغ اصلی کودتا کمک کردند (تاریخچه ویلبر در این زمینه از *نیویورک تایمز* و *آسوشیيتد پرس* نام می‌برد). هرچند این عوامل به اهداف پروپاگانداي آمریکا یاری رساندند و در بسیاری از موارد، هزینه‌های عملیات عوامل موضوع بحث با استفاده از منابع مالی فراهم‌شده توسط دولت‌های آمریکا و انگلیس پرداخت می‌شد، اما تنها تعداد اندکی از عملیات سیا مطلع بودند (همان).

طبق گفته ویلبر، در کمپین چهره به چهره برای ترغیب شاه به همکاری، *اسدالله رشیدیان* به عنوان نماینده ویژه انگلیس و *ژنرال نورمن سوارترکرف*^۸ (رئیس سابق هیأت نظامی آمریکا در ژاندارمری ایران) به عنوان نماینده ویژه آمریکا به خدمت گرفته شدند. *سوارترکرف* برای این کار انتخاب شد؛ زیرا از قبل «هم شاه او را شناخت و هم وی را تحسین کرد» (همان، ص ۵). خواهر زورگو و موذی شاه، *اشرف*، هم انتخاب شد تا شاه را برای پذیرش نمایندگان انگلیس و آمریکا و نیز واداشتن وی به امضای فرامین سلطنتی، که باعث خلع مصدق و انتصاب *زاهدی* می‌شد، آماده سازد (همان، ص ۸). البته برخی از آن‌رو که *اسدالله رشیدیان* و برادر وی (*سیف‌الله*) از جاسوسان معروف انگلیس بودند، انتخاب آنها به عنوان نمایندگان اصلی انگلیس در عملیات سرّی علیه مصدق را بعید می‌دانند (شهبازی، ۱۳۸). شهبازی بر این باور است که اصطلاح «برادران رشیدیان» صرفاً اسم رمزی برای عوامل سرویس اطلاعاتی بریتانیا بود و نماینده واقعی انگلیس پیش شاه کسی نبود جز *سیر شاپور ریپورتر* از دوستان نزدیک شاه که قبلاً به عنوان معلم زبان انگلیسی ملکه *ثریا* خدمت کرده بود.

در ابتدای فروردین ۱۳۳۲ (آوریل ۱۹۵۳)، سفیر آمریکا در ایران هندرسون و رئیس پایگاه سیا در سفارت آمریکا در تهران، *راجر گویران*^۹ اجازه یافتند تا یک میلیون دلار را بدون نیاز به هماهنگی، در صورتی که تشخیص دهند

که ضرورتاً به براندازی مصدق کمک می‌کند، خرج کنند. در مراحل مقدماتی حمایت از کودتا، ژنرال زاهدی ۵۰ هزار دلار دریافت کرد تا حمایت دوستان و افراد منتقد بیشتری را برای گسترش دایره حامیان سیاسی و نظامی خود به دست آورد. این کمک‌ها به نام شاه و با هدف ایجاد شکل‌دهی برداشت حمایت شاه از زاهدی در بین اطرافیان وی خرج می‌شد. تیم‌های سازمان سیا و سرویس اطلاعاتی بریتانیا طی یک سلسله ملاقات‌ها در نیکوزیا، بیروت و لندن، طرح‌های عملیاتی کودتا را طراحی کردند (همان، ص ۵۶).

طرح عملیاتی نهایی کودتا زاهدی را مسئول انتخاب مدیر رسانه‌ای و تبلیغاتی خود می‌کرد. او همچنین به عنوان معاون نخست‌وزیر برای تداوم تبلیغات به نفع دولت جدید ایفای نقش می‌کرد. به زاهدی گفته شده بود: این شخص «می‌بایست مقبول ایالات متحده و بریتانیا باشد» (همان، ص ۱۷). اسفندیار بزرگمهر برای این سمت انتخاب شد. بزرگمهر گزارشگر روزنامه بود و در زمان دولت مصدق روابط نزدیکی با ناشران بسیاری از روزنامه‌های تهران داشت (شهبازی، ۱۳۸۱). از این‌رو، خدمات وی برای کمپین پروپاگاندا بسیار مهم بود. طرح عملیاتی کودتا نشان می‌دهد که سازمان سیا و سرویس اطلاعاتی بریتانیا فهرستی برای کابینه پیشنهادی زاهدی تهیه کرده بودند (همان، ص ۲۹). با این حال، این فهرست در تاریخچه ویلبر ارائه نشده است. طرح عملیاتی کودتا در تاریخ ۱۰ تیر ۱۳۳۲ (۱ جولای ۱۹۵۳) توسط چرچیل، نخست‌وزیر انگلستان، و در روز ۲۰ تیر ۱۳۳۲ (۱۱ جولای ۱۹۵۳) توسط پرزیدنت آیزنهاور امضا شد (همان، ص ۲۹).

به علت آنکه تیم آمریکایی دیدی شرق‌شناسانه به ایرانیان داشت، مراحل اجرای کودتا را به عوامل ایرانی دیکته می‌کردند. ویلبر در تاریخچه خود می‌نویسد، «اعتقاد بر این بود که تمام تلاشمان را به خرج دهیم تا ایرانیان زیاده‌گو و غالباً غیرمنطقی را در وضعیتی قرار دهیم که هر کس دقیقاً بداند چه کنش خاصی از وی مورد انتظار است» (همان، ص ۱۶). کودتا تحت مسئولیت و نظارت کرمیت روزولت،^۱ نوه رئیس‌جمهور پیشین آمریکا تئودور روزولت، هدایت و مدیریت شد. کرمیت روزولت در ۴ مرداد ۱۳۳۲ (۲۶ جولای ۱۳۵۳) به تهران آمد.

مرحله ۶: رسانه‌های عامل

تحت نظارت ویلبر، تیم سیا شمار قابل ملاحظه‌ای از مقالات، خبرنامه‌های دیواری، کاریکاتور و کتابچه، که موضوعاتشان حمایت از شاه و ضدیت با مصدق بود، آماده کرد. پیکو ویژه این مطالب را در ۲۸ تیر ۱۳۳۲ به پایگاه تهران انتقال داد. در ۳۱ تیر، پایگاه مذکور به تدریج، این مطالب را در بین عوامل سازمان سیا توزیع کرد. سیا عمدتاً از خوش‌خدمتی‌های روزنامه‌های جیره‌بگیر برای انتشار مطالبی استفاده می‌کرد که قبلاً ساخته و پرداخته شده بود (همان، ص ۲۰). بنا به نوشته ویلبر - مثلاً - صاحب یک روزنامه مبلغی قریب ۴۵۰۰۰ دلار همراه با امضای مدارک ذی‌ربط دریافت می‌کرد تا وی روزنامه را در اختیار اهداف سیا قرار دهد (همان، ص ۲۶). کمپین پروپاگانداي جداگانه‌ای دست به توزیع مطالبی در طرف‌داری از شاه در استان آذربایجان غربی، پایگاه حزب توده، زد.

علاوه بر موضوعات پروپاگاندایی پیش‌طراحی‌شده، تیم سیا با وقوع رخدادها، مطالب جدیدی نیز برای مطبوعات آماده می‌کرد. در ۲۳ تیر، هنگامی که اپوزیسیون در مجلس در نتیجه کمک‌های مالی سیا قدرتمندتر شد، نمایندگان حامی مصدق با نظر وی استعفا کردند. بنابراین، مصدق می‌توانست مجلس را منحل کند. قریب ۲۸ نماینده استعفا دادند. مصدق به منظور دور زدن محدودیت‌های قانون اساسی، انتخاباتی برای انحلال مجلس ترتیب داد و اظهار داشت که اراده و خواست مردم بر اراده و خواست شاه برتری دارد. این اتفاق دستاویز تبلیغاتی دیگری در اختیار مطبوعاتی که از سیا پول دریافت کرده بودند، گذاشت. طبق اظهارات ویلبر، قریب ۲۰ روزنامه، که در این زمان مخالفت شدیدی با مصدق داشتند، بحث انتخابات را دست‌مایه تبلیغات خود قرار دادند و اظهار داشتند که انتخابات غیرقانونی است. روزنامه‌ها با استفاده از فرصت جدیدی که برای حمله به مصدق پیش آمده بود، از قریب ۱۵ کاریکاتور ضد مصدق، که توسط سازمان سیا آماده شده بود، بهره بردند. تیم سازمان سیا از وزارت خارجه درخواست کرد تا اطمینان حاصل کند که مطبوعات آمریکایی کمپین مطبوعات سیا علیه مصدق را منعکس نکنند. وزارت خارجه می‌بایست «مقالات حاکی از اخبار پشت پرده» را در مطبوعات ایالات متحده بگنجانند (همان، ص ۲۹).

مرحله ۷: شگردهای ویژه برای نیل به موفقیت

بخشی از کمپین پروپاگاندا را می‌توان «پروپاگاندا اقدام» تلقی کرد که آمریکا طی آن موضوعات مهم ضد مصدق را از طریق خط مشی آشکار سیاسی خود در قبال ایران پی‌گیری می‌کرد. مقامات بلندپایه آمریکا ارتباطات خود را با مقامات دولت مصدق کاهش دادند؛ مثلاً، وزیر امور خارجه آمریکا، جان فاستر دالس، به نشانه نفی حمایت آمریکا از دولت مصدق، در سفر ۲۰ روزه خود در اردیبهشت و خرداد ۱۳۳۲ (۹-۲۹ می ۱۹۵۳) از ایران دیدار نکرد. به همین نحو، سفیر آمریکا هندرسون ایران را به مقصد واشنگتن ترک کرد، سپس در ۱۱ خرداد ۱۳۳۲ به بیروت رفت و طی مدت کمپین پروپاگاندا در ایران حضور نداشت. نفس غیبت وی عامل مهمی در جنگی روانی بود که می‌بایست علیه دولت مصدق صورت می‌گرفت (همان، ص ۱۸). هندرسون در ۲۶ مرداد، پس از ناکامی اولیه کودتا، به تهران بازگشت.

در نمونه‌ای دیگر، رئیس هیأت نظامی آمریکا، ژنرال فرانک مک‌کلور،^{۱۱} دستور یافت تا چنین وانمود کند که گویی با افسران طرفدار مصدق خیلی صمیمی نیست (همان، ص ۲۸). افزون بر این، کمپین پروپاگاندا استفاده مؤثری از اظهارات چند تن از مقامات ارشد آمریکا به عمل آورد. مضمون تبلیغات این بود که مصدق با حزب توده ارتباط دارد و هیچ کمک مالی از سوی آمریکا در راه نیست. بنابر پیشنهاد سازمان سیا، وزیر امور خارجه، جان فاستر دالس، در مصاحبه مطبوعاتی در ۱۰ تیر، بیانات ذیل را اظهار داشت: «فعالیت‌های فزاینده حزب غیرقانونی کمونیست در ایران و تسامح دولت ایران در برابر آن موجب نگرانی دولت ما شده است. این تحولات اعطای کمک‌های ما به ایران را دشوارتر کرده است» (همان، ص ۲۹). همچنین در ۱۳ مرداد، پرزیدنت آیزنهاور خاطر نشان کرد که آمریکا یک ایران کمونیست را بر نمی‌تابد.

رشوه، پروپاگاندا سیاه و تروریسم برخی دیگر از شگردهای ویژه‌ای بودند که برای افزایش کارآمدی کمپین پروپاگاندا استفاده می‌شدند. رشوه برای جلب حمایت بازیگران مهم استفاده می‌شد. تیم سازمان سیا در ۳۰ اردیبهشت ۱۳۳۲ مأموریت یافت تا هفته‌ای یک میلیون ریال (قریب ۱۱،۱۱۰ دلار) برای به‌دست آوردن همکاری اعضای مجلس ایران هزینه کند (همان، ص ۱۶). این مبلغ علاوه بر مبلغ یک میلیون دلاری بود که پایگاه سیا در ماه آوریل دریافت کرده بود.

با استفاده از پروپاگاندا سیاه و حملات تروریستی، تیم سازمان سیا کوشید تا رهبران مذهبی را علیه مصدق بشوراند. عوامل سیا بیانیه‌هایی جعلی به نام حزب توده توزیع کردند. در این بیانیه‌ها، رهبران مذهبی مورد نظر «به مجازات وحشیانه در صورت مخالفت با مصدق» تهدید شده بودند (همان، ص ۲۹). عوامل سیا همچنین برخی از این رهبران مذهبی را با تماس‌های تلفنی، تهدید و اقدام به انفجار نارنجک در خانه آیت‌الله کاشانی کردند. همان‌گونه که طرح کودتا نشان می‌دهد، سیا ظاهراً در پی آن بود تا حملات تروریستی را در مقیاس وسیع‌تری اجرا کند. بر اساس طرح عملیاتی کودتا، قرار بود «در روز تعیین‌شده، حملات صحنه‌سازی شده علیه رهبران مذهبی صاحب‌نام تهران اجرا شود» تا سایر رهبران مذهبی را وادارد که مصدق را به خاطر این حملات ملامت کنند (همان، ص ۲۳). قرار بود این حملات با یک کمپین پروپاگانمایی همراه شود. این کمپین «اسناد جعلی پایگاه ایالات متحده مبنی بر توافق سری بین مصدق و حزب توده را که در آن حزب توده وعده داده بود از همه‌توان خویش در حمایت از مصدق و مقابله با رهبران مذهبی، ارتش و پلیس استفاده کند» تبلیغ می‌کرد (همان، ص ۲۴).

«بست‌نشینی» شگرد دیگری بود که طراحان کودتا از آن برای تشدید باورپذیری مخالفت گسترده با مصدق و به منظور ایجاد این باور که اپوزیسیون به خاطر مخالفتش با مصدق به شدت از اقدامات تلافی‌جویانه مصدق هراسناک است، استفاده کردند. آن دسته از اعضای مجلس که مخالف مصدق بودند، به تحسن در مجلس سوق داده شدند (همان).

در واقع، کمپین پروپاگانمایی سیا از هر وسیله ممکن برای تاختن به مصدق بهره جست. کمپین پروپاگانمایی گسترده با استفاده از هراس‌افکنی، کوشید عوام را وادارد که دست از حمایت خود از مصدق بکشند. تأثیرگذاری بر رهبران ذی‌نفوذ در افکار عمومی نیز مورد توجه ویژه قرار گرفت. علی‌رغم همه این اقدامات، کودتای نظامی در ابتدا ناکام ماند. در ۲۴ مرداد، ساعتی قبل از مرحله نظامی کودتا، ژنرال ریاحی، رئیس ستاد ارتش منصوب مصدق، اطلاعاتی را درباره کودتا دریافت کرد. کودتا نافرجام ماند و شاه کشور را ترک کرد.

به محض شکست کودتا، تیم سیا دست به کمپین پروپاگانمایی دومی زد تا مردم ایران را متقاعد کند که «زهدی رئیس قانونی دولت است و مصدق غاصبی است که کودتایی تدارک دیده است (همان، ص ۴۵). سیا در دور دوم پروپاگاندا، از رسانه‌های آمریکایی به عنوان منبع مشروعیت‌بخش استفاده کرد. بدین منظور، پیامی از

سفارت تهران به *آسوشیتد پرسی* فرستاده شد مبنی بر اینکه «گزارش‌های غیررسمی حکایت از آن دارد که رهبران توطئه (کودتا) مجهز به فرامینی از طرف شاه هستند: یکی براندازی مصدق و دیگری انتصاب ژنرال زاهدی به جای وی» (همان، ص ۴۵).

عوامل سیاسی مقدمات ملاقات دو تن از گزارشگران *نیویورک تایمز* با پسر زاهدی یعنی اردشیر را تدارک دیدند. اردشیر به عنوان حلقه ارتباطی بین پدرش و سیا ایفای نقش می‌کرد و بعدها داماد شاه شد. وی فرمان اصلی [شاه] که زاهدی را به عنوان نخست‌وزیر معرفی کرده بود، به گزارشگران نشان داد و کپی آن را در اختیار آنها قرار داد. سپس پایگاه، بیانیه‌ای عمومی برای ژنرال زاهدی، که وی نیز آن را امضا کرده بود، آماده کرد و نسخه‌هایی از آن را به همراه نسخه‌هایی از فرمان شاه در بین خبرنگاران خارجی، گزارشگران روزنامه‌های داخلی و افسران ارتش توزیع کرد. بخشی از بیانیه از این قرار بود: «آماده باشید تا در راه حفظ استقلال و سلطنت ایران و مذهب مقدس اسلام، که هم‌اکنون از سوی کمونیست‌های بی‌خدا تهدید می‌شود، ایثار و جان‌فشانی کنید» (همان، ص ۶۰). این بیانیه توسط یکی از گزارشگران *آسوشیتد پرسی* خوانده شد.

پایگاه تهران دستورالعمل‌هایی برای پایگاه‌های آمریکا در کراچی، دهلی نو، قاهره، دمشق، استانبول و بیروت ارسال کرد مبنی بر اینکه «دولت زاهدی تنها دولت قانونی ایران است» (همان، ص ۵۸). در عین حال، این شایعه نیز پخش شد که کودتا از سوی دولت مصدق صورت گرفته است تا بهانه‌ای برای اقدام علیه شاه و برچیدن سلطنت به وی دهد. عوامل سیا با چاپ خبرنامه دیواری ویژه‌ای این شایعه را «مستندسازی» کردند.

تعدادی از روزنامه‌ها، که به آنها پول داده شده بود، از جمله *داد و شاهد*، در خدمت خط جدید پروپاگاندا (یعنی: کودتا توطئه مصدق برای براندازی شاه بود) قرار گرفتند. صفحه اول نسخه ۲۶ مرداد روزنامه *شاهد*، روزنامه رسمی حزب زحمتکشان، به این قرار بود: «کودتای مصدق هنوز ادامه خواهد داشت»: «کودتای ساختگی دولت برای تغییر رژیم»، «شیخ مخوف قلدری و کمونیسم ایران را فراگرفت»، «برای تکمیل کودتای مصدق این کودتای قلابی را به وجود آوردند. حزب ما با هرگونه کودتا علیه رژیم مشروطیت پارلمانی مخالف است»، «خیمه شب بازی: چگونه توطئه کودتا فاش شد؟» و «مردم، فریب نخورید! کودتا پرده دوم کمدی رفراندم است!».

مرحله ۸: حرکت‌ها و فعالیت‌های مخالف پروپاگاندا

در حالی که کتمان مسئولیت آمریکا در کودتا علیه مصدق همواره مد نظر بود، روزنامه‌های حزب توده، مثل *شجاعت*، گزارش دادند که کودتا را آمریکا پشتیبانی می‌کند و طرح کودتا پس از دیدار ژنرال شورترکف با شاه به اجرا درآمده است. کمیته مرکزی حزب توده بیانیه‌ای صادر کرد که در آن «توطئه انگلیسی - آمریکایی» را محکوم کرد (همان، ص ۶۰). *نیروی سوم*، که روزنامه رسمی یک گروه مارکسیستی غیرتوده‌ای و طرفدار مصدق بود نیز با عبارات مشابهی کودتا را گزارش کرد. اعضای سابق مجلس حامی مصدق، از جمله موسوی، دکتر سیدعلی شایگان، مهندس زیرک‌زاده، مهندس رضوی و وزیر امور خارجه حسین فاطمی، سخنرانی‌هایی در میدان بهارستان و پس از

پایین آوردن مجسمه رضاخان ایراد کردند. این سخنرانی‌ها جمعیتی را به خود جذب کرد و در رادیو تهران پخش شد. «سخنرانان به شاه تاختند و خواهان کناره‌گیری وی شدند» (همان، ص ۵۱). دکتر فاطمی همچنین دو یادداشت ضد شاه در روزنامه *باختر امروز* نوشت. گروه‌های پراکنده توده و طرفدار مصدق در خیابان‌ها راه‌پیمایی کردند. در تصویری از معترضان، اعلامیه‌ای با این مضمون مشاهده می‌شود: «شاه مدیر اصلی توطئه است و خانه وی مرکز توطئه است» (زریری، ۱۳۸۴، ص ۱۵۳).

سیا از وجود حرکت‌ها و فعالیت‌های مخالف فوق برای پیشبرد اهداف خود استفاده کرد. به گفته گازبوریوسکی (۲۰۰۴)، سیا در فعالیت‌های علنی توده در روز پس از کودتا، مستقیماً دست داشت. در عصر روز پس از کودتا، عوامل سیا، جلیلی و کیوانی، ۵۰ هزار دلار دریافت کردند تا کمپین پروپاگاندایی ضد مصدق را تأمین مالی کنند. در صبح روز ۲۸ مرداد، عوامل سیا پروپاگاندای مضاعفی را ترتیب دادند. هزاران نسخه از فرامین شاه در خیابان‌های تهران پخش شد؛ همچنان که روزنامه‌های بیشتری نیز این فرامین را چاپ می‌کردند. ویلبر در این زمینه از روزنامه‌های ذیل نام می‌برد: *شاهد، داد، ستاره اسلام، جوانان آسیا، آرام، مرد آسیا، ملت ما و ژورنال دو تهران* (همان، ص ۶۵). چهار روزنامه نخست همچنین مصاحبه‌ای ساخته و پرداخته سیا با زاهدی ترتیب دادند، به این مضمون که «دولت وی تنها دولت قانونی موجود است».

عوامل سیا همچنین یک شورش ساختگی توده‌ای‌ها در مرکز تهران را سازمان‌دهی کردند. اعضای حزب توده به راهپیمایی‌های ساختگی حزب توده ملحق شدند. در نتیجه، تهران گرفتار آشوب و درگیری شد (گازبوریوسکی، ۲۰۰۴). عوامل سیا، جلیلی و کیوانی معترضان توده‌ای را واداشتند تا دفاتر حزب «پان ایرانیست» در تهران را غارت کنند (همان، ص ۵۹). آنها همچنین «دسته‌هایی از اوباش، که خود را در خیابان‌ها جای حزب توده جا زده بودند، رهبری کردند تا مغازه‌های خیابان‌های لاله‌زار و امیریه را بکلی غارت و ویران سازند و طوری وانمود کنند که گویی کار، کار حزب توده بوده است». همه این کارها به این قصد صورت می‌گرفت تا هراس و تنفر از «تروریسم [حزب] توده» در بین مردم پراکنده شود. ویلبر خاطر نشان می‌کند که این وضعیت آشفته و بی‌نظم و بیانیه‌های آشکار ضد شاه دولت مصدق در تداوم خط پروپاگاندای سیا بسیار مؤثر بود.

مراحل ۹ و ۱۰: واکنش مخاطبان؛ تأثیرات و ارزیابی تحقق اهداف

عوامل سیا گروهی از جمعیت طرفدار شاه را، که در بازار تجمع کرده بودند، تحریک و آنها را واداشتند تا دفاتر روزنامه‌های طرفدار مصدق و حزب توده را به آتش بکشند و همچنین مراکز «حزب ایران» را چپاول کنند. به رهبری عوامل سیا، کامیون‌هایی از کارکنان نظامی طرفدار شاه (عمدتاً از گارد شاهنشاهی) در نواحی مهم تهران پخش شدند. از کامیون‌ها و اتوبوس‌ها برای انتقال اراذل و اوباش به نقاط مهم شهر استفاده شد و اداره تلگراف، وزارت «مطبوعات و تبلیغات» و رادیو تهران به تسخیر درآمد (همان، ص ۵۹). دویست تن در محل سکونت

نخست‌وزیر در درگیری شدید میان نیروهای طرفدار مصدق و ضد مصدق کشته شدند. اراذل و اوباش خانه مصدق را غارت کردند و اموال او را در خیابان‌های اطراف فروختند. صد تن هم در نقاط دیگر تهران کشته شدند (گازبورووسکی، ۲۰۰۴، ص ۲۵۶). مصدق روز بعد در ۲۹ مرداد تسلیم نیروهای زاهدی شد.

بدین‌سان، اهداف پروپاگاندای آمریکا به ظاهر محقق شد. انسجام حامیان ملی شدن نفت به شدت دچار آسیب شد، به گونه‌ای که هراس از قدرت یافتن کمونیسم تحت دیکتاتوری نخست‌وزیری ضد اسلامی، هرگونه اقدام در حمایت از مصدق را ناممکن ساخت. افزون بر این، صدها تن، از جمله بسیاری از رهبران حزب توده و اعضای عالی‌رتبه جبهه ملی در دولت زاهدی تحت تعقیب قرار گرفتند. حسین فاطمی، وزیر خارجه دولت مصدق، از جمله کسانی بود که اعدام شد. مصدق در ۱۷ آبان در یک دادگاه نظامی به خیانت متهم و به سه سال زندان انفرادی و سپس حبس خانگی در روستای خود، احمدآباد، محاکمه شد. *آیت‌الله کاشانی* منزوی گردید. «شرکت نفت ایران و انگلیس» با مدیریت انحصاری و حق برخورداری کامل از تولید نفت ایران تا سال ۱۳۳۳، به عنوان کنسرسیوم شرکت‌های غربی، فعالیت‌های خود را از سر گرفت. شرکت‌های آمریکایی ۴۰ درصد سهم دریافت کردند و شرکت نفت انگلیس (BP) ۴۰ درصد دیگر را با ۵۱۰ میلیون دلار غرامت دریافت کرد. از ۲۰ درصد باقی‌مانده، ۱۴ درصد به جیب «رویال شل» رفت و ۶ درصد به جیب شرکت دولتی فرانسه. ایران با از دست دادن کنترل خود بر صنعت نفت، به تقسیم سهم سود ۵۰-۵۰ تن داد (طلوعی، ۱۳۸۴).

در عین حال، مشکلات جدیدی پیش روی سازمان پروپاگاندای آمریکا قرار گرفت. دو هفته پس از کودتا، تلگرامی از وزارت خارجه آمریکا به سفارتش در ایران (۱۹۵۳) تأکید کرد که آمریکا اکنون با سه مشکل پروپاگاندایی مواجه است:

۱. این اتهام که ایالات متحده در سقوط مصدق دست داشته است.
۲. این اتهام که زاهدی مهره آمریکاست.
۳. گسترش این افسانه که مصدق، بزرگ‌مرد ایران است.

وزارت خارجه آمریکا در مواجهه با این مسائل، اعلام کرد که «طرح‌های سازمان سیا در بندهای ۱ و ۲ که در بالا گفته شد، تکرار می‌کند که سیاست ایالات متحده مداخله نکردن در امور داخلی سایر کشورهاست». رونوشتی از این دستورالعمل به سفارت‌خانه‌های آمریکا در عمان، آنکارا، بیروت، بغداد، قاهره، دمشق، جده، کراچی، کابل، تل‌آویو و لندن فرستاده شد. دستورالعمل شورای امنیت ملی شماره ۵۴۲۸ (۱۹۵۴) خواستار این شد که برنامه‌های عملیات روانی آمریکا در خاورمیانه، مؤلفه‌های ذیل را دربر داشته باشد:

رهبران و مردم محلی را متقاعد کند که دوران امپریالیسم غربی به سر آمده است، و مواضع غرب آگاهانه و روشن‌فکرانه و مبتنی بر احترام کامل به استقلال ملی و برابری حق حاکمیت دولت‌های خاور نزدیک با سرعتی که منافع امنیتی اجازه دهد، در حال تعدیل است.

در واقع، کودتای سال ۱۳۳۲ سیا در ایران نشان‌دهنده شروع دوره‌ای جدید از امپریالیسم پنهان و مزورانه غرب است.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

هرگونه تحلیل دربارهٔ کودتای ۲۸ مرداد بدون در نظر گرفتن واقعیت‌های داخلی، که به محقق شدن کودتا کمک کرد، ناقص خواهد بود. موضوع ملّی کردن صنعت نفت ایران نشان می‌دهد که عوامل فرهنگی بومی، به‌ویژه مذهب، اهمیت بسزایی در شکل‌دهی به انسجام مردمی برای حصول اهداف استقلال‌طلبانه داشت. رهبری آیه‌الله کاشانی نشانگر نقش علما در بسیج توده‌ها به منظور حمایت از ملّی کردن صنعت نفت و شخص مصدّق است.

بی‌توجهی مصدّق به ارزش بسیج‌کنندهٔ مذهب، اشکال مهمی بود که موجب پراکنده شدن پایگاه حامی وی شد. پس از بازگشت دوبارهٔ مصدّق به قدرت در ۳۰ تیر ۱۳۳۰، که عمدتاً به خاطر حمایت آیه‌الله کاشانی روی داد، مصدّق با هدف استفاده از کارت کمونیسم برای متقاعد کردن آمریکا در حمایت از ایران، آزادی‌هایی را از جمله در رابطه با مطبوعات به حزب توده داد. هدف این بود که آمریکا به خاطر ترس از روی کار آمدن «حزب توده» در صورت سقوط مصدّق، از دولت وی حمایت کند. این سیاست پیامدی ناخواسته به همراه داشت: او حامیان مذهبی‌اش را از خود دور کرد. مرحوم حجة‌الاسلام محمدتقی فلسفی، از چهره‌های برجستهٔ روحانیت در زمان مصدّق، در خاطرات خود می‌نویسد: «وضعیت پس از ۳۰ تیر، خصوصاً در ماه‌های آخر، به گونه‌ای شد که افراد مذهبی به این گمان رسیدند که گویی مصدّق راه را برای به قدرت رسیدن حزب توده هموار می‌کند» (رجبی دوانی، ۱۳۸۲، ص ۱۴۱). مصدّق در مقابل فشار جناح‌های مذهبی جامعه برای محدود ساختن فعالیت‌های «حزب توده»، مقاومت و در نتیجه، حمایت آنها را از دست داد.

سیا از این فرصت بلافاصله برای افزایش شکاف بین مصدّق، متحدان وی و مردم استفاده کرد. موضوعات پروپاگاندای سیاه سازمان سیا بر اهمیت حذف حامیان مذهبی تأکید می‌کرد. این حقیقت، که سیا می‌بایست برای نیل به این هدف به پروپاگاندای سیاه متوسّل شود و اسنادی مبنی بر ارتباط مصدّق با حزب توده جعل کند تا از وی یک چهرهٔ ضد مذهبی به تصویر کشد، نشان می‌دهد که چنین ارتباطی تا حد زیادی یک تصویر برساخته بود تا یک حقیقت. علاوه بر این، گسترش پروپاگاندای سیاه سازمان سیا طبیعتاً جایگاه آیه‌الله کاشانی را نیز مخدوش کرد. با وجود این، ناکامی مصدّق در بی‌اعتبار ساختن این ادعاها از جمله عواملی بود که رخنهٔ موفقیت‌آمیز پروپاگاندای آمریکا را در پی داشت. از این طریق، نه تنها آمریکا کودتایی علیه مصدّق شکل داد، بلکه با تضعیف آیه‌الله کاشانی - در واقع - کودتایی علیه طرح‌های ایشان برای ارتقای نهضت ملی شدن نفت به نهضت اسلامی فراگیرتری با اهداف استقلال‌طلبانه و امت‌محور انجام داد؛ امری که در انقلاب اسلامی ایران تجلّی یافت.

این پژوهش محوری بودن پروپاگاندا در سیاست خارجی آمریکا را نمایان ساخت. در حال حاضر، پروپاگاندا همچنان به صورت ساختارمند از ابزارهای مهم سیاست خارجی آمریکاست، گرچه این اقدامات اکنون عمدتاً تحت عناوین دیگری، از جمله «دیپلماسی عمومی» و «ترویج دموکراسی» صورت می‌پذیرد. علاوه بر عملیات روانی پنهان سیا، آمریکا پروپاگاندای خود را از طریق شبکه‌های ماهواره‌ای برون‌مرزی؛ موقوفهٔ ملّی برای دموکراسی و

مؤسسات مرتبط با آن؛ دفتر دموکراسی، حقوق بشر و امور کارگری وزارت خارجه؛ دفتر امور آموزشی و فرهنگی وزارت خارجه؛ بخش‌های مرتبط با عملیات روانی وزارت دفاع؛ و نهادهای غیرانتفاعی که کمک دولتی از طریق USAID دریافت می‌کنند، مانند «خانه آزادی» اعمال می‌کند. آمریکا سعی کرده است با نوسازی مجدد سیاست‌ها و فعالیت‌های پروپاگاندايي خود، تحت عنوان «دیپلماسی عمومی» و «ترویج دموکراسی» مداخله سیاسی خود در امور دیگر کشورها را در قالبی نوین بازسازی کند. با توجه به اینکه پروپاگاندا همچنان یکی از ابزارهای محوری سیاست خارجی آمریکا برای بی‌ثبات‌سازی جمهوری اسلامی ایران با هدف نهایی براندازی است، توجه به کارکرد پروپاگاندا در سیاست خارجی آمریکا از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

- رجیبی دوانی، محمد، ۱۳۸۲، *خاطرات و مبارزات حجة الاسلام فلسفی*، تهران، انتشارات مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- زریری، رضا، ۱۳۸۴، *کودتای بیست‌وهشت مرداد در آئینه تصویر*، تهران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- شهبازی، عبدالله، ۱۳۸۱، «سیر شاپور ریپورتر و کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲»، *تاریخ معاصر ایران*، ش ۲۳، ص ۱۰۳-۲۰۴.
- طلوعی، محمود، ۱۳۸۴، *حدیث نیک و بد: تاریخ پرماجرایی روابط ایران و آمریکا*، تهران، علم.
- "Department of State Cable from Theodore C. Streibert to the United States Embassy, Iran." (September 11, 1953), Washington, DC, National Security Archive. <http://www.gwu.edu/~nsarchiv/NSAEBB/NSABB78/propaganda%20107.pdf>.
- Cull, Nicholas J. and B. Theo Mazumdar, 2014, "Propaganda and the Cold War," in *The Routledge Handbook of the Cold War*, pp. 347-363, New York, Routledge.
- Cunningham, Stanley B., 2002, *The Idea of Propaganda: A Reconstruction*, Greenwood Publishing Group.
- Ellul, Jacques, 1973, *Propaganda: the Formation of Men's Attitudes*, New York, Vintage Books.
- Foreign Relations of the United States, 1952-1954, Iran, 1951-1954, Volume X, (1989), eds. Carl N. Raether and Charles S. Sampson, Washington, D.C., Government Printing Office, <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1952-54v10>.
- Foreign Relations of the United States, 1952-1954, Iran, 1951-1954, (2017), eds. James C. Van Hook, Washington, D.C., Government Printing Office, <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1951-54Iran>.
- Gasiorowski, Mark J., 2004, "The 1953 Coup D'etat against Mosaddeq," in Mark J. Gasiorowski and Malcolm Byrne (ed.) *Mohammad Mosaddeq and the 1953 Coup in Iran*, 27-60, Syracuse, NY, Syracuse University Press.
- Hahn, Peter L., 2005, *Crisis and Crossfire: The United States and the Middle East since 1945*, Washington, DC, Potomac Books, Inc.
- Jowett, Garth S., 1997, "Toward a Propaganda Analysis of the Gulf War," in B. Greenberg and W. Gantz (eds), *Desert Storm and the mass media*, 74-85, Cresskill, NJ, Hampton Press.
- Jowett, Garth S., and Victoria O'donnell, 2015, *Propaganda & Persuasion*, 6th ed., Thousand Oaks, CA, Sage.
- Kinzer, Stephen, 2006, *Overthrow: America's Century of Regime Change from Hawaii to Iraq*, New York, Times Books.
- Nelson, Richard A., 1996, *A Chronology and Glossary of Propaganda in the United States*, Greenwood Publishing Group.
- NSC-5428. "National Security Council Report: United States Objectives and Policies with Respect to the Near East," (July 23, 1954), Washington, DC, National Security Archive, <http://www.gwu.edu/~nsarchiv/NSAEBB/NSAEBB78/propaganda%20127.pdf>
- Osgood, Kenneth A., 2002, "Propaganda," in Alexander DeConde, Richard Dean Burns, Fredrik Logevall and Louise B. Ketz (eds), *Encyclopedia of American Foreign Policy*, 239-54, New York, Charles Scribner's Sons.

Parry-Giles, Shawn J., 2002, *The Rhetorical Presidency, Propaganda, and the Cold War, 1945-1955*, Westport, CT, Greenwood Publishing Group.

Saghaye-Biria, Hakimeh, 2009, *United States Propaganda in Iran: 1951-1953*, Unpublished Masters Thesis, Louisiana State University.

Sayyid, Salman, 2015, *A fundamental Fear: Eurocentrism and the Emergence of Islamism*, 3rd ed., London, UK, Zed Books Ltd.

Sylvan, David, and Stephen Majeski, 2009, *US Foreign Policy in Perspective: Clients, Enemies and Empire*, New York, Routledge.

Wilber, Donald, 1954, *Overthrow of Premier Mossadeq of Iran, November 1952-August 1953*, Washington, DC, Central Intelligence Agency, <http://www.gwu.edu/~nsarchiv/NSAEBB/NSAEBB28/#documents>



پی نوشتها

1. An empire of clients.
2. Office of the Historican.
3. Averell Harriman.
4. NSC 107/2.
5. Henry Grady.
6. John Foster Dulles.
7. Loy W. Henderson.
8. Norman Schwarzkopf.
9. Roger Goiran.
10. Kermit Roosevelt.
11. Frank McClure.