



## تصویر جنگ بر صفحه تلویزیون

دکتر محمد سلطانی فر

اشاره:

استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی که هم ماهیتی جهانی دارند و هم ابزاری بسیار مهم و حیاتی برای کشورهای قدرتمند به عنوان کامل‌کننده نبردهای سنتی نظامی به حساب می‌آیند، در سال‌های گذشته و به‌ویژه در جنگ آمریکا علیه عراق امری عادی شده است. در جنگ اخیر آمریکا علیه عراق از تلویزیون‌های ماهواره و شبکه‌های اطلاع‌رسانی به‌ویژه اینترنت استفاده گسترده و زیرکانه‌ای شد تا قدرت‌های مزبور با دست یازیدن به روش‌ها و الگوهای اطلاع‌رسانی و خبررسانی به بیان نقطه‌نظرها، تمایلات و سیاست‌های خود بپردازند.

۳۶ رسانه

سال چهاردهم، شماره اول

تحولاتی که در عملکرد رسانه‌ها در طی جنگ اخیر رخ داد به گونه‌ای بود که می‌توان در بسیاری از زمینه‌ها آنها را تحولات جدید نامید. در برخی موارد نیز این تحولات تکرار همان روش‌های سنتی بود که در گذشته شاهد آن بوده‌ایم. در یک دسته‌بندی کلی می‌توان این تحولات را به دو بخش تقسیم کرد: ۱. تحولات شکلی؛ ۲. تحولات محتوایی.

### تحولاتی شکلی

#### بهره‌گیری از تاکتیک تنهاسازی دشمن

اگر نگاهی به عملکرد رسانه‌ها بیندازیم، می‌توانیم به استفاده از سیاست تنهاسازی دشمن توسط رسانه‌ها، آن هم قبل از شروع جنگ اشاره کنیم. نیروهای ائتلاف پیش از جنگ مسیری را طراحی کردند که دولت صدام حسین هیچ پشتیبانی در دنیا نداشته

باشد. به عبارتی دیگر هیچ‌کس برای حمایت از صدام و حکومت او را نداشته باشد. تا جایی که حتی هنگام طرح نقشه رفتن صدام و انتقال او به یکی از کشورها، هیچ‌یک از کشورها جرأت نمی‌کرد برای پذیرفتن صدام پیشقدم شود. سرانجام برخی از کشورهای اروپایی نظیر سوئیس اعلام کردند که برای جلوگیری از کشتارهای احتمالی، می‌توانند صدام را بپذیرند.

این تاکتیک ویژه زمانی است که رسانه‌ها تصمیم می‌گیرند علیه یک فرد مسیری را طراحی کنند. رسانه‌ها با استفاده از جنایاتی که رژیم بعثی در طی ۳۰ سال گذشته چه در کشور خودش مانند حلبچه و چه در کشورهای دیگر نظیر کویت و ایران انجام داده بود، به گونه‌ای صدام را خونخوار و جانی قلمداد کردند که اگر کشوری در راه جلوگیری از جنگ علیه او و عراق قدمی برمی‌داشت، خودش را تنها احساس می‌کرد و به نوعی مسیر آینده خود را به مسیر نابودی و سقوط صدام حسین گره می‌زد.

#### بهره‌گیری از تاکتیک «آتش تهیه» تبلیغاتی قبل از شروع جنگ نظامی

تاکتیک دیگری که برای این جنگ طراحی شده بود، ایجاد جنگ روانی سنگینی بود که پیش از شروع جنگ نظامی نیروهای ائتلاف علیه عراق، توسط نیروهای ائتلاف و رسانه‌های وابسته به آنها چه در داخل عراق و چه در کشورهای دیگر اجرا شد. در داخل عراق نیز با به رخ کشیدن ادوات جنگی پیشرفته و

### ■ به‌طور کلی در جنگ اخیر

#### امریکا علیه عراق

#### حضور خبرنگاران و

#### تصویربرداران در صفوف اول

#### جبهه در کنار سربازان

#### خط شکن، برای به

#### تصویر کشاندن

#### لحظه به لحظه عملیات

#### جنگی این‌بار مسیری

#### متفاوت با جنگ‌های

#### گذشته داشت.

تاکتیک‌های تازه جنگی، زمینه را برای «آتش تهیه» تبلیغاتی فراهم کردند و بدین وسیله به تضعیف نیروهای مردمی عراق و حتی نیروهای گارد ریاست جمهوری پرداختند. از سوی دیگر با القای این پیام که جنگ چند روز بیشتر طول نمی‌کشد، امکان مقاومت در برابر جنگ را از بین بردند. به این ترتیب، زمانی که نیروهای گارد ریاست جمهوری قدرت خود را در بغداد متمرکز کردند، چند ساعتی بیشتر نتوانستند مقاومت کنند و فدائیان و حامیان صدام که حاضر بودند جان خود را در راه حمایت از او از دست بدهند، تعدادشان حتی به ۱۰ هزار نفر هم نرسید.

این در حالی بود که در گذشته همواره از این نکته یاد می‌شد که صدام تعداد صدهزار فدایی از جان گذشته دارد که هر لحظه که او بخواهد، حاضرند خود را در راه او قربانی

کنند. اما مسیر تبلیغات به گونه‌ای بود که روحیه از جان گذشتگی آنها به شدت تضعیف شد.

در خارج از عراق هم «آتش تهیه» تبلیغاتی سنگینی که رسانه‌ها به راه انداختند (قبل از هر جنگی عمدتاً این آتش تهیه تبلیغاتی توسط سیستم‌های رسانه‌ای اعمال می‌شود) هیچ‌گونه فرصتی برای حمایت از صدام و یا مقابله با جنگ باقی نگذاشت.

در گذشته این‌طور مطرح می‌شد که اگر جنگی بخواهد صورت گیرد لازمه آن یک آتش تهیه سنگین از سوی طرف خواهان جنگ است، اما این بار شاهد بودیم که این آتش تهیه‌های سنگین توسط رسانه‌ها فراهم می‌شد.

این مسیر تبلیغاتی حتی در طول جنگ نیز ادامه داشت، به عنوان مثال بخش میلیون‌ها اعلامیه توسط هواپیماها با شروع هر حمله‌ای به شهرها، یکی از روش‌هایی بود که عمدتاً برای تضعیف روحیه طرفداران صدام و به بی‌تفاوتی کشاندن مردم نسبت به جنگ از آن استفاده می‌شد. مسیر تبلیغاتی در این اعلامیه‌ها با اعلام این موضوع که اگر سربازها از مکان‌های خاص بیرون نیابند، جانشان در امان خواهد ماند، مردم اگر از منازلشان بیرون نیابند جانشان حفظ می‌شود و امثال آن، دنبال می‌شد.

#### تصویربرداران و خبرنگاران در صفوف اول جبهه

در بقیه موارد شاهد تحولات جدیدی در خبررسانی رسانه‌ها بودیم. به‌طور کلی حضور خبرنگاران و تصویربرداران در

صفوف اول جبهه در کنار سربازان خط شکن، برای به تصویر کشاندن لحظه به لحظه عملیات جنگی، این بار مسیری متفاوت با جنگ‌های گذشته داشت.

به طور نمونه در سال ۱۹۹۱ که جنگ آمریکا علیه صدام برای آزادسازی کویت شکل گرفت، شاهد بودیم که CNN تنها رسانه‌ای بود که می‌توانست اخبار جنگ را و نیز مسیر جنگ را طراحی کند. طبیعی هم بود که پیش از آن نیز تاکتیک‌های جنگی و حرکت سربازان در خطوط جنگی و همچنین اعلام زمان‌های حمله، جزء نکات بسیار محرمانه جنگی محسوب می‌شد. پیش از این هر دو طرف درگیر جنگ از تاکتیک اختفاء استفاده می‌کردند. اما این بار حتی این شیوه حرکت و حضور خبرنگاران و تصویربرداران در صفوف اول جبهه، این

تاکتیک نظامی را هم به چالش کشاند و مسیر آن را کاملاً تغییر داد. شاید دیگر برای فرماندهان نظامی آمریکا، استفاده از سیاست اختفاء برای عملیات جنگ، سیاست تازه‌ای نبود. آنها نمی‌توانستند هیچ مسیری را از دید تصویربرداران پنهان کنند و چون تصویربرداران و خبرنگاران قدم به قدم با سربازان خط شکن جلو می‌رفتند و لحظه به لحظه و با سرعت، تصاویر و اخبار را توسط ماهواره‌های جدید انتقال می‌دادند، دیگر تاکتیک‌های قدیمی نظامی کاربردی نداشتند. انتقال در لحظه، اطلاعات مربوط به زمان حمله، مکان حمله، روز حمله، مسیر حمله و جهت حمله از جمله اعمال رسانه‌ها در این جنگ بود. همین اطلاع‌رسانی در لحظه، برتری نظامی نیروهای ائتلاف را به عراق و دیگر کشورها نشان می‌داد.

با توجه به مسیر این نوع اطلاع‌رسانی و تأثیر بسیار آن، به جرأت می‌توان گفت که جنگ روی تصاویر تلویزیونی یا همان War on Screen شکل گرفت و با بودن خبرنگاران و به ویژه تصویربرداران و اطلاع‌رسانی در لحظه آنها، مردم هیچ‌گاه خود را جدا از جبهه احساس نکردند. کسانی که پای تصاویر تلویزیونی کانال‌های ماهواره‌ای می‌نشستند، لحظه به لحظه خود را در خطوط اولیه جبهه احساس می‌کردند و به نوعی دوربین‌ها به جای تانک‌ها می‌جنگیدند. شما امروز تصاویری را دارید که تانک کنار یک خبرنگار یا تصویربردار آتش می‌گرفت و سربازان امریکایی از آن بیرون می‌پریدند. تصاویری را دارید که خبرنگار در هنگام دویدن، توسط موشک‌ها مورد هجوم قرار می‌گرفت و

## ■ در جریان وقایع جنگ اخیر آمریکا علیه عراق، کسانی که پای تصاویر تلویزیونی کانال‌های ماهواره‌ای می‌نشستند لحظه به لحظه خود را در خطوط اولیه جبهه احساس می‌کردند و به نوعی دوربین‌ها به جای تانک‌ها می‌جنگیدند.

خون او روی دوربینش ریخته می‌شد. لحظات این چنینی را که شاید به تعبیری، زنده‌تر از حضور یک سرباز در جبهه جنگ بود، می‌دیدیم. در واقع جنگ از خطوط اول جبهه به صفحه‌های تلویزیون‌ها کشیده شد و هیچ‌گاه هیچ‌کس از این که در خطوط اول جبهه حضور ندارد، غبطه نمی‌خورد و اخبار لحظه به لحظه از همه جوانب، مخاطب را راضی می‌کرد.

برتری یافتن تصویربرداران نسبت به خبرنگاران رسانه‌های نوشتاری و گفتاری نکته دیگری که در طول جریان اطلاع‌رسانی این جنگ به وقوع پیوست، برتری تصویربرداران بر خبرنگاران نوشتاری و خبرگزاری‌ها بود، به گونه‌ای که دوربین‌ها روی تانک‌ها حرکت می‌کردند.

این حرکت به شکلی بود که همه جا شکل TV را با عنوان خبرنگار ترجمه می‌کردند. در شمال عراق و کردستان هر کجا مردم می‌خواستند از خبرنگاری یاد کنند، از کلمه TV استفاده می‌کردند. TV جای خود را به رپورتر (گزارشگر) داده بود و توانسته بود برتری تصویربرداران را بر خبرنگاران آشکارا نشان دهد. این برتری به گونه‌ای بود که به برتری کانال‌های تلویزیونی بر خبرگزاری‌ها در طی جنگ انجامید. خبرگزاری‌ها اخباری را منعکس می‌کردند که صرفاً تکمیل‌کننده اخبار و تصاویر تلویزیون‌ها و ماهواره‌ها بود. خبرگزاری‌ها تنها با زیرنویس‌های خود می‌توانستند خبرهای تصویری را تکمیل کنند.

این خود به نوعی همان زنگ خطر نابودی رسانه‌های مکتوب و جایگزینی رسانه‌های مکتوب با رسانه‌های تصویری است. و این زنگ خطر، زنگ خطری است برای خبرگزاری‌های داخلی و خارجی که چنانچه نتوانند از امکانات امروزی حرفه‌ای خبرگزاری در جهت ارائه اخبار به وسیله تصاویر بهره‌ای بگیرند، جایگاه خود را از دست می‌دهند.

به طور طبیعی اگر خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران از شیوه خبررسانی جنگ اخیر به شکل ارائه تصاویر جنگ، درس نگیرد و برای ارائه اخبار فقط به زیرنویس تلویزیونی اکتفا کند، در معرض خطر نابودی قرار خواهد گرفت. این مسأله زمانی جدی به نظر می‌رسد که توجه داشته باشیم، خبرگزاری نتواند جای خالی مطبوعات را جبران کند. در واقع اگر این خبرگزاری از حمایت‌های دولتی بهره‌مند نمی‌شد، بازی را به رسانه

صداوسیما می‌باخت، البته خود صدا و سیما نیز در طی این جنگ با موضع جانبدارانه خود، آنقدر که باید و شاید نتوانست اخبار واقعی جنگ را به تصویر بکشد. اما در همین برخورد محدودی که هر دو رسانه داشتند، رسانه خبرگزاری عقب ماند و رسانه تصویری مانند صداوسیما توانست در این مسابقه پیروز شود.

خبرگزاری ما باید هر چه سریع‌تر مسیر حرکت خود را به سمت تبدیل شدن به یک



گذشته رسانه مورد توجهی نبود، با تعداد زیاد خبرنگاران، پوشش وسیع خبری و سرعت عمل بالا در جنگ اخیر، نمونه‌ای از این نوع بهره‌گیری از این نوع سیاست است.

در همه مواردی که از آنها یاد شد و گویای تحولات جدید در شکل خبررسانی رسانه‌ها بود، توجه به مخاطب و نیاز او به شکلی وسیع‌تر از پیش، از سوی رسانه‌ها مدنظر قرار گرفت. این موضوع می‌تواند برای ما الگویی مهم باشد.

### تحولات محتوایی

ساخت یک HardNews با استفاده از HardNews ها به جای SoftNews

خبرنگاران حرفه‌ای وظیفه دارند از خبر، یک واقعیت بسازند. این کار در گذشته با استفاده از Soft News صورت می‌گرفت. بدین‌گونه که خبرخام یا همان اخبار بدون دخل و تصرف (Hard News) به یک رسانه می‌رسید و حرفه‌ای‌ها از طریق تحلیل، پیش‌بینی، اظهارنظر و یا تاکتیک‌های پوشش خبری، می‌کوشیدند جریان را به سویی که می‌خواستند هدایت کنند. با این روش استفاده از (نرم‌خبر) Soft News برای تغییر Hard News با سخت‌خبر اطلاق می‌شد.

اما در جنگ اخیر با حضور بیش از پنج هزار خبرنگار و تصویربردار در عراق و کشورهای همسایه و کسب میلیون‌ها ساعت فیلم از وقایع اصلی جنگ و حواشی آن، دیگر نیازی نبود که News Soft به کمک بیابند و Hard News را تغییر دهند بلکه همین تصاویر متعدد از خود سخت‌خبرها برای استفاده از جریان‌سازی و جهت‌دهی خبر بهره‌گرفتند. به‌طور نمونه اگر مخالفان جنگ می‌خواستند جنایات نیروهای ائتلاف را نشان دهند، می‌توانستند از تصاویر متعدد و بسیاری که از صحنه‌های جنگ داشتند، همچون تخریب منازل مردم، از بین رفتن امکان عمومی شهرها، کشتار وسیع مردمی، وضع رقت‌بار کودکان و زخمی‌های جنگ و... بهره‌گیرند و به جای این که در تحلیل‌های خود بگویند که مثلاً قطع آب، قطع برق و یا کمبود دارو وجود

رسانه تصویری یا ماهواره‌ای تغییر دهد و اگر این کار را نکند با حذف حمایت‌های دولتی، در مقابل این جنگ رسانه‌ای، محکوم به نابودی است.

### رسانه‌های متکثر به جای رسانه‌های انحصاری (مونوپول) (Monopol)

پدیده دیگری که می‌توان در این مسیر از آن یاد کرد، تاکتیک نوین آمریکایی‌ها بود. آنها نمی‌خواستند تجربه افغانستان تکرار شود. در جنگ ۱۹۹۱ آمریکا علیه عراق در راه آزادسازی کویت، سی‌ان‌ان یک شبکه تلویزیونی انحصاری برای حکومت آمریکا بود که تمام اخبار جنگ را به شکلی کاملاً اختصاصی در اختیار خود داشت. در جنگ سال ۲۰۰۲ در افغانستان شاهد به ظهور رسیدن رسانه دومی مانند الجزیره قطر بودیم که انحصار سی‌ان‌ان را شکست. آمریکایی‌ها شکست سختی را از رسانه الجزیره خوردند و فهمیدند که این بستر، بستری نیست که در آن بتوان صرفاً با مونوپولیزه کردن اخبار توسط رسانه‌ها با آن مبارزه کرد. آنها دریافتند که ویژگی ذاتی خبر فرار بودن خبر است و به همین دلیل نمی‌توان پیشروی رسانه‌ها را متوقف کرد و مانع تصویربرداری و تهیه خبر از سوی خبرنگاران شد. آمریکایی‌ها این بار رسانه‌های گسترده خود را به صحنه‌های مبارزه کشاندند و این بار نیز علیه سیاست مونوپولیزه شدن، سیاست تکثر را در پیش گرفتند. آنها با به صحنه کشاندن رسانه‌های دیگر خود، سیاست تکثر را نیز به نفع خود به اجرا در آوردند. ظهور Fax News که در

دارد، می‌توانستند با ارائه تصاویر، اخبار این موارد را به مردم نشان دهند، یعنی از Hard News در جهت تغییر واقعیت‌ها بهره گیرند.

در جبهه مخالف نیز اگر طرفداران جنگ می‌خواستند نشان دهند که مردم از سرنگونی رژیم عراق خوشنودند، آرامش و برخورد خوب نیروهای ائتلاف با مردم، دادن آذوقه و دارو از سوی نیروهای ائتلاف به مردم، خوشحالی مردم از سرنگونی رژیم عراق را که در همه جای این کشور دیده می‌شد، به تصویر می‌کشاندند.

تعدد تصاویر در طول این جنگ تا حدی بود که هر دو جناح می‌توانستند از Hard Newsها برای اثبات خود و برای اثبات خبر به عنوان واقعیت بهره بگیرند. در این جنگ شاهد بودیم که حتی شبکه‌های خبری هم بیکار نماندند و با ارسال عکس‌های اخبار هر دو جناح درگیر در جنگ، دوباره همان مسیر قدیمی رعایت منافع ملی کشورها را دنبال کردند. در واقع هر یک از این رسانه‌ها با توجه و وابستگی خودشان به کشور متبوعشان سعی در طی کردن این مسیر می‌نمودند.

### منطقه‌ای شدن رسانه‌ها

تحول دیگری که در شکل محتوایی اخبار صورت گرفت، این بود که باز دیگر منطقه‌ای شدن رسانه‌ها مطرح شد. به عنوان مثال، رسانه‌های کشورهای عرب‌زبان در یک دسته‌بندی کلی به تبعیت از مسیر کانال الجزیره قطر، سعی کردند در جریان‌سازی اخبار عمومی از رسانه‌های دیگر عقب نمانند. در حقیقت آنها منافع انترناسیونالیستی عرب را دنبال کردند و بدون در نظر گرفتن جنایاتی که صدام حسین در گذشته حتی علیه خود آنها صورت داده بود، به حمایت مستقیم و علنی از آن برخاستند. سردمداران این مسیر خود کانال الجزیره قطر بود، اما از سوی بقیه رسانه‌ها مانند ANN نیز به آن دامن زده شد. این منطقه‌ای شدن را در رسانه‌های اروپایی نیز شاهد بودیم. رسانه‌های کشورهای مخالف و موافق اروپا نیز منطقه‌ای شده بودند. به طور نمونه کشورهای آلمان و فرانسه که جزء کشورهای مخالف جنگ بودند در اخباری که ارائه می‌کردند می‌کوشیدند زبان‌های این جنگ را نشان دهند و از این نظر در یک دسته‌بندی منطقه‌ای ظاهر شدند و مخالفت‌های

■ **با شروع اولین حمله به بغداد، عرب‌ها از طریق پیام‌رسانی ضدجنگ برای کمپانی‌های امریکایی و انگلیسی با آنها برخورد کردند و به این ترتیب در کنار جنگ نظامی، جنگ هرکها نیز به وجود آمد.**

■ **گفته شده است که آمریکایی‌ها ۲۰ میلیون دلار تا به حال برای جنگ «نبرد برای کنترل» هزینه کرده‌اند و تا چهار الی پنج ماه آینده نیز باید ماهانه دو میلیون دلار هزینه کنند که این رقم مجموعاً به ۳۰ میلیون دلار می‌رسد.**

خود را بدین ترتیب اعلام کردند. در دسته‌بندی دیگر رسانه‌های کشورهای موافق جنگ از جمله انگلیس و اسپانیا، به اعلام بی‌طرفی پرداختند. این سیاست خاص انگلیسی‌هاست که تظاهر به بی‌طرفی کنند. بی‌بی‌سی در این راستا توانست تظاهر به بی‌طرفی خود را خوب به رخ بکشد. اما این رسانه، به هر حال موضع‌گیری‌های خاص نیروهای ائتلاف را در کلان قضیه، برای خود در نظر گرفته بود.

### ظهور رسانه‌های مخاطب محور

تحول دیگر، ظهور کانال ماهواره‌ای Fax News بود که حتی از سی.ان.ان نیز پیشی گرفت. تنها به این علت که این رسانه به خواست مردم آمریکا، که به کابوی‌گرایی تمایل دارند، کوشیده بود حرکت جدیدی را با وسعت زیاد آغاز کند. به این ترتیب این شبکه خبری با لحن گفتار، ادبیات گفتار و همچنین نوع تصاویری که پخش می‌کرد می‌خواست نیروهای امریکایی را آن‌گونه که مردم امریکا دوست داشتند، رئوف، جنگنده، قوی، پرزور و چیزی شبیه به قهرمانان فیلم‌های هالیوودی به مردم نشان دهد.

### رسانه‌ها، مدافع منافع ملی کشورهایشان

اتفاق دیگری که شاهد آن بودیم این بود که رسانه‌های هر کشور دقیقاً همان سیاستی را پیش گرفتند که دولت‌های کشورهایشان در سیاست‌های کلان خود نسبت به این جنگ اتخاذ کرده بودند. چه در اروپا که ادعای مهددموکراسی بودن را دارد و چه در امریکایی که داعیه گسترش دموکراسی را در کشورهای دنیا دارد، از زاویه‌ای دیگر به دموکراسی و مسئولیت اجتماعی نگریسته شد. و برخلاف تظاهر به بی‌طرفی، رسانه‌ها همگی فعالیت‌های خبری خود را با مسیر سیاست‌های دولت یا حکومت خود هماهنگ کردند.

### E-War و شبکه‌های اینترنتی

رسانه‌ها به نوعی به War on Network (جنگ بر روی شبکه‌ها) نیز دست می‌زدند. شبکه‌های اینترنتی نیز غافل نماندند و با لحظه به لحظه تغییر تصاویر خود، متن‌های خبری خود و با آن‌لین کردن آنها از صحنه‌های جنگی به نوعی به نیاز مخاطبان

خود پاسخ می‌دادند. نسخه انگلیسی و عربی سایت اینترنتی الجزیره، طی روزهای جنگ یکی از محبوب‌ترین منابع برای کاربران اینترنتی بود که موضوع جنگ عراق را دنبال می‌کردند. بنابر اعلام موتور جست‌وجوی آلتاویستا شبکه اینترنتی الجزیره، مکان هشتم رده‌بندی بیشترین مراجعه‌کنندگان به سایت‌هایی را داشته است که در زمینه جنگ علیه عراق مطلب منتشر کرده‌اند. آمارها همچنین از بازدید قابل توجه و روبه افزایش کاربران اینترنتی از سایت‌های اینترنتی خبری مانند SKY, BBC, CNN حکایت می‌کنند.

شبکه الجزیره همچنین یک سرویس برای انتشار آخرین اخبار جنگ روی تلفن‌های همراه راه‌اندازی کرد. این سرویس که در ۱۳۰ کشور جهان قابل دسترسی است، اخبار را به صورت متن ساده Text در اختیار کاربران تلفن همراه قرار می‌دهد. در کنار سایت‌های معروف خبری، سایت‌های شخصی خاصی نیز با استقبال کاربران پیگیر اخبار جنگ عراق روبه‌رو شدند. یادداشت‌های یک مرد عراقی ساکن بغداد که در اینترنت منتشر می‌شد، استقبال‌کنندگان زیادی را به سمت خود کشاند. او در یادداشت‌های اینترنتی‌اش، تجربه زندگی در بغداد در طول جنگ «نبرد برای کنترل» آن هم زیر بمباران‌ها، تأثیر بمباران بر زندگی روزمره و دیدگاه مردم کورچه و بازار را تشریح می‌کرد. نکته مهم و جدید دیگری که در جنگ اخیر رخ داد، این بود که در کنار جنگ نظامی، جنگ‌ها هم به وجود آمد و بحث‌هاک کردن سایت‌ها توسط مخالفان و موافقان جنگ، شیوع پیدا کرد. با شروع اولین حمله به بغداد، عرب‌ها از طریق پیام‌رسانی ضدجنگ برای کمپانی‌های آمریکایی و انگلیسی با آنها برخورد کردند و به این ترتیب در کنار جنگ نظامی، جنگ‌ها نیز به وجود آمد نمونه‌ای از این حملات، حمله به سایت اینترنتی شبکه خبری الجزیره از سوی هکرهای آمریکایی به نام گروه «میلیشیای آزادی بخش ارتش سایبر» بود. این سایت در پی نشان دادن آمریکاییان در بند و کشته شدن نظامیان نیروهای ائتلاف، مورد حمله قرار گرفت و در حقیقت قربانی حمله‌ای با نام Denial of Service شد و هکرها از طریق آن با مجموعه بی‌شماری از ایمیل‌های ناخواسته، سایت را هدف قرار دادند. بازدیدکنندگان از این سایت یا به سایت‌هایی هدایت می‌شدند که پیغام‌هایی در طرفداری از آمریکا در آنها قرار داشت، یا سایت‌هایی را مشاهده می‌کردند که در آنها تصویر و پرچم آمریکا با نوشته‌ای با این مضمون «اجازه بدهید آزادی‌نشینان انداز شود» وجود داشت و یا به سمت سایت‌هایی با محتوای پورنوگرافی منحرف می‌شدند.

## کلام آخر

با نگاهی به روند جنگ آمریکا در ویتنام. کشوری که در حد

یک روستا مطرح بود. که مدت هشت سال به طول انجامید و ۵۲ هزار کشته آمریکایی داشت و نهایتاً نیز پیروزی قطعی را برای آمریکایی‌ها به دنبال نداشت؛ همچنین با توجه به جنگ ۱۹۹۱ آمریکا که جنگ جدی با یک ارتش سازمان یافته بود که ۱۰۵ روز طول کشید و ۳۵ روز بمباران وسیع داشت ولی نهایتاً پیروزی صدرصدنهایی که نابودی صدام باشد را نیز به دنبال نداشت. حالا یا به دلیل آن که آمریکایی‌ها نخواستند صدام را از بین ببرند و یا نتوانستند به این پیروزی برسند. در آن جنگ، دیدیم که نیروهای ائتلاف توانستند با حدود ۱۲۰۰ الی ۱۸۰۰ نفر تلفات این جنگ را به پایان برسانند. البته جنگ افغانستان را در نظر نمی‌گیریم، چرا که جنگ افغانستان جنگ با یک ارتش سازمان یافته نبود و به تعبیری جنگ تلقی نمی‌شد و از نیروهای آمریکایی در این جنگ کمتر استفاده شده بود. در مسیر جنگ‌های ویتنام، آزادی کویت و جنگ «نبرد برای کنترل»، می‌بینیم که جنگ در عراق تنها ۲۱ روز طول می‌کشید و تلفات نیروهای آمریکایی و انگلیسی کمتر از ۲۰۰ نفر است. در این جنگ تلفات نیروهای مقابل اعم از نظامی و غیرنظامی کمتر از ۲۰۰۰ نفر است و با یک حرکت، به تعبیری با E-War (جنگ الکترونیک) آمریکایی‌ها توانستند: ۱. زمان جنگ را به شدت کاهش دهند؛ ۲. تلفات خودی‌ها را به شدت کاهش دهند؛ ۳. تلفات جبهه‌های غیرنظامی مخالف را هم شدیداً کاهش دهند (با زدن موشک‌های کروز و نقطه‌زدن‌های دقیق به این هدف دست یافتند).

آمریکایی‌ها در این راه هزینه‌های مالی بسیاری را متحمل شدند. گفته شده است که آمریکایی‌ها ۲۰ میلیون دلار تا به حال برای جنگ «نبرد برای کنترل» هزینه کرده‌اند و تا چهار الی پنج ماه آینده نیز باید ماهانه دو میلیون دلار هزینه کنند که این رقم مجموعاً به ۳۰ میلیون دلار می‌رسد. اما با توجه به این که روی منابع غنی نفتی عراق و منطقه حاکم خواهند شد، تأمین این هزینه‌های نفتی در کمتر از یک سال برای آنان امکان‌پذیر خواهد بود.

به این ترتیب مسیر حرکت جنگ E-War (یعنی جنگی که با بهره‌گیری از تکنولوژی‌های جدید ماهواره‌ای و رسانه‌ای و جنگ روانی به جنگ‌های پرهزینه به لحاظ مالی و کم‌هزینه به لحاظ تلفات جسانی و صرف زمان تبدیل می‌شود) بسا همکارای رسانه‌ها، آن هم به شکل تنگاتنگ و بسا بهره‌گیری از تاکتیک‌های شکلی و محتوایی رسانه‌ها که از آنها نام برده شد، تعیین و طی می‌شود. بسا این روند در آینده بسا گسترش E-war شاهد جنگ‌هایی کوتاه‌تر از نظر زمانی، کم‌تلفات‌تر برای نیروهای حمله‌کننده، نیسروهای غیرنظامی و نیروهای نظامی مخالف خواهیم بود. □