

## نقش رسانه‌ها در جنگ‌های بین‌المللی از منظر ژان بودریار (مطالعه موردی: حمله آمریکا به عراق در ۲۰۰۳)

احمدرضا حسن کاویار<sup>۱</sup>، حسن آبنیکی<sup>۲</sup>

### چکیده

نقش رسانه‌ها در نحوه بازنمایی جنگ حائز اهمیت است. این اهمیت در تلاقی نقش رسانه‌های بین‌المللی در جنگ‌های بین‌المللی و در چارچوب پست‌مدرنیسم مضاعف می‌شود. زیرا رسانه‌ها حائل بین مخاطب و میدان وقایع می‌شوند. ژان بودریار، نظریه‌پرداز شاخص در این زمینه است و از آن با عنوان حاد واقعیت یاد می‌کند. بر این اساس، این مقاله به دنبال پاسخگویی به این پرسش اصلی است: چگونه می‌توان عملکرد رسانه‌ها در آستانه حمله نظامی ایالات متحده آمریکا به عراق را با توجه به رویکرد پسامدرن بودریار توضیح داد؟ در پاسخ به این پرسش از روش توصیفی-تحلیلی استفاده شده است. طبق نتایج پژوهش، در رویکرد پست‌مدرنیستی، واقعیت‌های سیاسی از قبیل جنگ همچون امری برساخته قلمداد می‌شوند، به گونه‌ای که این واقعیت، به اقتضای شرایط مختلف تکوین پیدا می‌کند و رسانه به‌عنوان عرصه‌ای برای بازنمایی واقعیت سیاسی اهمیت فراوانی پیدا می‌کند. بر این اساس، اقدامات آمریکا در دو مقطع قبل و بعد از جنگ ارزیابی شده است. اقدامات روانی آمریکا پیش از شروع جنگ عبارت‌اند از: تصویرسازی و بزرگ‌نمایی تهدید عراق، بسیج نفرت علیه دشمن (عراق)، هدایت تبلیغاتی-روانی جنگ علیه عراق و همراه ساختن افکار عمومی با اقدامات نمادین. عملیات روانی و تبلیغاتی آمریکا طی جنگ عبارت‌اند از: کمیت و کیفیت نیروها و جنگ‌افزارهای دو طرف، اهداف رهبری نظامی دو طرف و غافل‌گیری.

واژه‌های کلیدی: رسانه، جنگ‌های بین‌المللی، حاد واقعیت، عملیات روانی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۲۹

<sup>۱</sup>. دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

ahmad1360k@yahoo.com

<sup>۲</sup>. استادیار علوم سیاسی، گروه علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه آزاد واحد تهران جنوب.  
habniki@yahoo.com



## ۱. مقدمه

جنگ و تضادهای بین‌المللی همواره به سبب ارزش خبری «برخورد» مورد توجه رسانه‌ها قرار می‌گیرند. امروزه نقش رسانه‌ها، نقشی فراتر از اطلاع‌رسانی صرف است و ابعاد امنیتی جدیدی در سطح ملی و بین‌المللی ایجاد کرده‌اند به طوری که می‌تواند کاربردهای متعدد و حتی متعارضی داشته باشد. رسانه هم می‌تواند به مثابه یک سلاح در خدمت منازعه و جنگ عمل کند و هم می‌تواند به ابزاری برای کمک به حل منازعه، استقرار و تحکیم صلح تبدیل شود. در واقع نقش و اهمیت رسانه‌های بین‌المللی در جنگ‌های منطقه‌ای و فرا منطقه‌ای در ایجاد، تضعیف و به پایان رساندن جنگ‌ها انکارناپذیر است.

در رویکرد پسامدرن به امر سیاسی، واقعیت‌های سیاسی از قبیل جنگ همچون امری برساخته قلمداد می‌شود، به گونه‌ای که این واقعیت، به اقتضای شرایط اجتماعی، سیاسی و تاریخی تکوین پیدا می‌کند. از این رو رسانه، در این رویکرد، به عنوان عرصه‌ای برای بازنمایی واقعیت سیاسی اهمیت فراوانی پیدا خواهد کرد. حاد واقعیت و وانمایی دو مفهومی است که رویکرد بودریار به رسانه و ارتباط آن با امر سیاسی را آشکار می‌کند.

دولت ایالات متحده آمریکا در ۲۱ مارس ۲۰۰۳ میلادی در چارچوب عملکرد رسانه‌ها در خصوص بازنمایی ادعاهای سیاسی همچون وجود سلاح‌های کشتار جمعی، مبارزه با تروریسم، برقراری صلح جهانی، اعطای دموکراسی و آزادی، توانست افکار عمومی را در لشکرکشی به عراق و اشغال آن اقناع کند. البته آمریکا تقریباً سه سال پیش از اشغال عراق، از طریق حملات تبلیغاتی و روانی علیه رهبری عراق و نظام سیاسی حاکم بر این کشور توانسته بود حمایت شورای امنیت سازمان ملل کشورهای هم‌پیمان آمریکا در اروپا و خارج از اروپا را با خود همراه کند. مهم‌ترین دستاویز آمریکا در این حمله، ادعای رئیس‌جمهور این کشور، مبنی بر وجود سلاح‌های کشتار جمعی در عراق بود. مقامات کاخ سفید و انگلیس، برای کسب اجازه جنگ از سازمان ملل و قانونی جلوه دادن این عمل، خطر سلاح‌های کشتار جمعی صدام را مطرح کردند و در رسانه‌ها گفته می‌شد که جهان در معرض خطر یک حمله قریب‌الوقوع، توسط سلاح‌های انهدام جمعی است و مسئله خطر «ابرقارچ مانند» اتمی را توسط عراق، مطرح کردند (مانتلی ریویو، ۲۰۰۲).

با توجه به این موضوع این مسئله مطرح می‌شود که چگونه جامعه آمریکا و جامعه جهانی درباره بازنمایی رسانه‌ای در خصوص خطرهای دولت عراق و هدف‌های دولت بوش از گسیل



نیروهای نظامی اقناع شدند. پژوهش حاضر قصد دارد تا با رویکردی پسامدرن به نقش‌آفرینی سیاسی رسانه‌ای و تأثیر بر سازنده آن‌ها از رهگذر بازنمایی‌ها در مورد جنگ عراق بپردازد. از این‌رو مسئله کانونی در این بررسی نگاه کلام‌محور پست‌مدرنیسم به واقعیت‌های سیاسی و جایگاه رسانه‌ها در آن است. در واقع، دغدغه پژوهشگر واکاوی حمله آمریکا به عراق در سال ۲۰۰۳ از منظر آراء بودیاری است. ضرورت انجام این پژوهش از آنجاست که در وضعیت کنونی، رسانه‌ها نقش زیادی در زندگی سیاسی ما پیدا کرده‌اند و پژوهش در خصوص موارد مختلف نقش‌آفرینی رسانه‌های بین‌المللی و برون‌مرزی کشورها می‌تواند تصویر روشنی از پیوند این دو مقوله ارائه دهد. همچنین نقش آمریکا در منطقه و توجه به ابزارها و پیامدهای دخالت نظامی آمریکا در منطقه نیز از جمله مواردی است که ضرورت انجام این پژوهش را پدید می‌آورد. به علاوه جنگ عراق از جمله جنگ‌هایی بوده است که بازتاب رسانه‌ای آن پرسش‌های زیادی را برای اندیشمندان سیاسی به‌ویژه اندیشمندی پسامدرن به نام بودریار برانگیخته است و از این‌رو انتخاب آن به‌عنوان موردی برای پژوهش می‌تواند به روشن‌تر شدن برداشت پسامدرن از مقوله جنگ کمک کند.

بنابراین، تحقیق حاضر در پی پاسخ به این پرسش‌های اصلی است که در چارچوب نگاه پسامدرنیسم، رسانه‌ها چه نقشی در برساختن واقعیت سیاسی ایفا می‌کنند؟ چگونه می‌توان عملکرد رسانه‌ها در آستانه حمله نظامی ایالات‌متحده آمریکا به عراق را با توجه به رویکرد پسامدرن بودریار توضیح داد؟ تأثیر اغوا و وانمایی رسانه‌ها در بروز جنگ آمریکا علیه عراق و ادامه اشغال عراق را چگونه می‌توان تبیین کرد؟

روش تحقیق در این پژوهش روش توصیفی - تحلیلی است. در تحقیقات توصیفی - تحلیلی محقق علاوه بر تصویرسازی آنچه هست به تشریح و تبیین دلایل چگونه بودن و چرایی وضعیت مسئله و ابعاد آن می‌پردازد. محقق برای تبیین و توجیه دلایل، نیاز به تکیه‌گاه استدلالی محکمی دارد. این تکیه‌گاه از طریق جستجو در ادبیات و مباحث نظری تحقیق و تدوین گزاره‌ها و قضایای کلی موجود درباره آن فراهم می‌شود. محقق از نظر منطقی جزئیات مربوط به مسئله تحقیق خود را با گزاره‌های کلی مربوطه ارتباط می‌دهد و به نتیجه‌گیری می‌پردازد. از ویژگی‌های تحقیق توصیفی این است که محقق دخالتی در موقعیت، وضعیت و نقش متغیرها ندارد و آن‌ها را دست‌کاری یا کنترل نمی‌کند و صرفاً آنچه را وجود دارد مطالعه کرده، به توصیف و تشریح آن می‌پردازد.



## ۲. پیشینه پژوهش

تاکنون پژوهش‌های بسیاری در رابطه با پسامدرنیسم و بودریار به زبان‌های فارسی و دیگر زبان‌ها انجام شده است. ولی شمار اندکی از آن‌ها به پیوند میان رسانه، امر سیاسی و نقش رسانه‌ها در جنگ‌های بین‌المللی پرداخته‌اند. شماری از پژوهش‌های انجام شده در خصوص پیوند رسانه و امر سیاسی در نگاه اندیشمندان پسامدرن از قبیل بودریار به شرح زیر است:

### ۲-۱. تحقیقات و مطالعات داخلی

پاینده (۱۳۹۲) در پژوهشی توصیفی-تحلیلی چارچوب فکری بودریار (پساساختارگرایی) را تبیین کرده است و تحلیل بودریار از نحوه انعکاس اخبار مربوط به جنگ آمریکا و عراق را که منجر به سقوط صدام حسین شد، بررسی کرده است. وی سپس کارکرد گزارش‌های تلویزیونی از جنگ آمریکا و ویتنام را ارزیابی کرده است. وجه تمایز این مطالعه با مقاله حاضر تحلیل شیوه‌های اقتناع و عملیات روانی آمریکا قبل و بعد از جنگ عراق در چارچوب نظریه بودریار است. سؤال اصلی پژوهش روشن‌چشم (۱۳۹۲) این است که چگونه رویکرد پست‌مدرن در حل معضلات امنیتی می‌تواند مفید باشد؟ وی با روش ترکیبی مبتنی بر تحلیل زبان‌شناختی سوسور و تبارشناسی فوکو و بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای و مصاحبه با متخصصان به این نتیجه رسیده است که تحول در هویت در عرصه پست‌مدرن منجر به مفصل‌بندی جدید از گفتمان امنیت می‌شود که این شکل از گفتمان امنیت نه در منازعه میان هویت‌ها بلکه امنیت‌زدایی از هویت را منجر خواهد شد.

خدابنده‌کوهی (۱۳۸۶) تهدیدات تروریستی امنیتی بین‌الملل را که در چارچوب نظریه‌های امنیتی پست‌مدرن مورد شناسایی قرار گرفته‌اند، بررسی کرده است. بر این اساس، تلاش محقق در جهت شناخت و توصیف مراحل مختلف تروریسم، شناخت و بررسی عوامل تأثیرگذار در تحول تروریسم در عصر جهانی‌شدن و نیز تعیین و تبیین اهداف تروریستی در عصر جهانی‌شدن بوده است؛ و با بهره‌گیری از روش توصیفی-تحلیلی و تکیه بر داده‌های عینی-تاریخی و استفاده از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی نشان داده است که تروریسم در عصر جهانی‌شدن از ماهیت تا ساختار و هدف و انگیزه و دامنه فعالیت متحول شده است. این تحول در جهت افزایش قدرت و اثرگذاری آن بوده است و از مسائل زیست‌محیطی و فروپاشی نظام دوقطبی به همراه نامتقارن شدن عرصه نبرد و برخی اقدامات و مداخلات ایالات متحده آمریکا از فردای پایان جنگ جهانی دوم در سراسر جهان، می‌توان به‌عنوان ریشه‌های اصلی تحول تروریسم نام برد. پرهیزگار



(۱۳۸۹)، ضمن نگاهی توصیفی به سیر تحول اندیشه بودریار، به مفهوم کلیدی اندیشه او یعنی حاد- واقعیت پرداخته، سپس به تصویری که وی از رسانه و فروپاشی معنی و زایل شدن امر اجتماعی و نهایتاً شکل‌گیری توده بر اساس مفهوم حاد - واقعیت ارائه می‌دهد، پرداخته است. عباسی (۱۳۷۲) با روش توصیفی تحلیلی نقش وسایل ارتباط جمعی را قبل از شروع جنگ برای آماده نمودن افکار عمومی بین‌المللی، ویژگی‌های تبلیغاتی آمریکا و کشورهای حوزه خلیج فارس و برخی کشورهای اروپایی را تحلیل و بررسی کرده و اهمیت اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی مراکز خبررسانی جهانی و خبرگزاری‌ها در جنگ خلیج فارس را توضیح داده است. همچنین نقش غیرقابل انکار وسایل ارتباط جمعی را که در حقیقت در این جنگ نقش مهمی داشتند، بررسی کرده است.

## ۲-۲. تحقیقات و مطالعات خارجی

مولانا و همکاران (۱۹۹۲) با استفاده از نظریه «انگاره‌سازی» به بررسی شیوه‌های فنی خبررسانی رسانه‌های تصویری آمریکا در جنگ دوم خلیج فارس می‌پردازند و نتیجه‌گیری می‌کنند که این شیوه‌ها در جهت نظریه‌های «انگاره‌سازی» مخاطبان را سرگرم می‌سازند به گونه‌ای که جنگ به صورت یک بازی سرگرم‌کننده رایانه‌ای درمی‌آید تا واقعیت‌ها را به همان گونه‌ای که غربی‌ها می‌خواهند در ذهن مردم جهان تصویر شود. جوتویک<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی از طریق تجزیه و تحلیل کیفی محتوای اخبار و عناوین رسانه‌های بین‌المللی از تجاوزات ناتو به یوگسلاوی به نقش تبلیغات رسانه‌های جهانی در جنگ‌های هیبریدی (ترکیبی) می‌پردازد. نتایج نشان می‌دهد رسانه‌ها با روش‌ها و فنون نظامی، امنیتی، اقتصادی، دیپلماتیک و آموزنده، پایگاه استراتژیکی را برای جنگ‌های نسل پنجم ایجاد کرده‌اند که در آن دست‌کاری‌هایی در سطح جهانی، به بخش قانونی از جنگ‌های متعارف تبدیل شده است تا با جایگزینی واقعیت با تصاویر تحریف‌شده، احتمال مقاومت مردم را کاهش دهد و با تأثیر بر احساسات، بی‌ثباتی بین‌المللی را تحریک کنند. جادملکی<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی به وابستگی رسانه‌ای، مواجهه انتخابی و اعتماد در هنگام جنگ، منابع رسانه‌ای و نیازهای اطلاعاتی آوارگان و غیرآوارگان سوری پرداخته و بر اساس جنگ سوریه به عنوان یک مطالعه موردی، چارچوب‌های نظری وابستگی رسانه‌ای و

<sup>۱</sup>. Zoran Jevtovic

<sup>۲</sup>. Jad Melki



مواجهه انتخابی در طول این جنگ را بررسی کرده است. هدف از این مطالعه درک چگونگی اعتماد این چهار گروه و اعتماد به منابع مختلف رسانه‌ای برای تأمین نیازهای اطلاعاتی آنها بوده است. استالارزا<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) در پژوهش خود به این نکته اشاره می‌کند که رسانه‌ها ابزاری در جهت گسترش سرمایه‌داری جهانی برای خلق فرهنگ عمومی هستند و می‌توانند «جادوی» تبلیغات جهانی سرمایه‌داری باشند. جهانی‌شدن و مدرن‌سازی ایجاد «بازار واحد» رویای سرمایه‌داری جهانی است که به آرامی به هر جنبه از جهان نفوذ می‌کند. هیر<sup>۲</sup> (۲۰۱۱) پژوهشی را در خصوص فراواقعیت و نهادهای بین‌المللی انجام داده است که در آن تحلیل فراساختاری از عدم‌تمایل دولت‌های بین‌المللی برای واگذار کردن کنترل به نهادهای محلی و به‌ویژه با توجه به نظریه بودریار ارائه می‌دهد و به ویژگی‌های بسیاری از نهادهای بین‌المللی معاصر در مناطق جنگی، اشاره می‌کند و اینکه برخی نهادها از جمله رسانه‌های بین‌المللی به‌منظور حفظ قابلیت‌های کلیدی خود تمایلی به لغو رقابت‌های رسانه‌ای ندارند و برای حفظ منافع خود بر عرضه فراواقعیت تأکید دارند.

با توجه پیشینه پژوهش‌های مذکور، نوآوری پژوهش حاضر مطالعه حمله آمریکا به عراق در ۲۰۰۳ از منظر آراء بودریار، برساخت رسانه‌های آمریکا از این جنگ و ارائه پیشنهادی رسانه‌ای برای شبکه‌های برون‌مرزی صداوسیما است.

### ۳. چارچوب مفهومی و ادبیات نظری

با توجه به جایگاه مهم آراء بودریار، در پیوند میان رسانه و امر سیاسی، چارچوب مفهومی این پژوهش رویکرد بودریار انتخاب شده است. ضرورت این انتخاب این است که مفهوم‌هایی چون وانمایی، حاد واقعیت و اقناع، دستگاهی مفهومی می‌تواند در اختیار ما قرار بدهد تا در چارچوب آن جنبه‌های رسانه‌ای (غیرمادی و گفتمانی) جنگ آمریکا-عراق را در سال ۲۰۰۳ بررسی شود.

#### ۳-۱. چیستی جنگ

هدلی بال<sup>۳</sup> جنگ را خشونت سازمان‌یافته می‌داند که دو یا چند کشور علیه همدیگر انجام می‌دهند. این تعریف، جنگ‌های داخلی را دربر نمی‌گیرد. کلاوزویتس<sup>۴</sup> معتقد است جنگ،

1. Stellarosa

2. Hehir

3. Hedley Bull

4. Carl von Clausewitz



به‌کارگیری حد‌اعلای خشونت در راه خدمت به دولت یا کشور است. البته همه جنگ‌ها در راه خدمت به دولت و کشور انجام نمی‌گیرد (مک‌کالو و جانسون، ۱۳۹۵). در تفسیر جنگ پست‌مدرن دو نوع مناقشه متفاوت وجود دارد. اندیشمندانی که از ژان بودریار الهام می‌گیرند، معتقدند که جنگ خلیج‌فارس مرجع اصلی است. جنگ خلیج فارس، پیروزی تصویر بر واقعیت و منطق را به نمایش گذاشت. فناوری‌های نوین ارتباطی این امکان را فراهم آورد که واژه و تصویر در زمان مناسب برای صدها میلیون نفر در سرتاسر جهان مخابره شود. تصویر آنچنان بیننده را مسحور خود می‌کند که می‌پندارد خود نیز شاهد عینی نبرد است. با وجود این، آن طور که مطالعات بیشتر کشورها نشان می‌دهد، آنچه بینندگان شاهد آن بودند، جنگ نبود بلکه انگاره‌هایی برنامه‌ریزی شده بود که قصد داشت با القای حس پیروزی به نتیجه‌ای دست یابد که واقعیت و منطق هیچ‌گاه نمی‌توانست به آن برسد (Mowlana and Others, 1992). بر اساس این نظریه، کشورهای پیشرفته‌ی غربی، به‌ویژه ایالات‌متحده آمریکا، با استفاده از تسلیحات پیشرفته «هوشمند»، «جنگ‌های پست‌مدرن» به راه می‌اندازند. ولی اندیشمندان دیگر این واژه را کم‌بیش مترادف با جنگ‌های داخلی می‌دانند که برای مثال، پس از سال ۱۹۹۱ در یوگسلاوی سابق رخ دادند. به نظر این نویسندگان، جنگ‌های نسبتاً کوچکی که در اروپای شرقی یا کشورهای جهان سوم رخ می‌دهد، نقش کلیدی بازی می‌کنند. در خصوص نوشته‌های بودریار درباره جنگ خلیج‌فارس باید گفت که درگیری فوق می‌تواند به‌عنوان نمونه‌ای از «جنگ پست‌مدرن» تلقی شود. این بدین دلیل نیست که این جنگ برای ایجاد یک نمایش رسانه‌ای به راه انداخته شده، بلکه به این دلیل است که واکنشی بوده به بحران معنایی که نخبگان غربی در دوره پس از جنگ سرد به آن دچار شده‌اند؛ و در مورد جنگ‌های نوع دوم که شاخص آن‌ها فروپاشی کشورهای ضعیف است. باید گفت که در میان نظریه‌های موجود نظریه‌ی ماری کالدور<sup>۱</sup> (۱۹۹۹) موسوم به «جنگ‌های نوین» تأثیرگذارترین تحلیل به حساب می‌آید (هاموند، ۱۳۹۰: ۳۹).

### ۳-۲. بودریار و وانمایی

بودریار معتقد است جهان پسامدرن جهان وانموده‌هاست و به‌همین دلیل دیزنی‌لند<sup>۲</sup> و تلویزیون، واقعیت‌های آمریکا را تشکیل می‌دهند. از نظر بودریار ما وارد جهان فراواقعی شده‌ایم.

1. Mary Kaldor

2. Disneyland Park



به عبارت دیگر، واقعیت تولید می‌شود، ولی از قدرت ما خارج است. بودریار مقاله‌ای راجع به جنگ خلیج فارس در اوایل دهه ۱۹۹۰ نوشت و اشاره کرد که این جنگ، کاملاً ساخته و پرداخته رسانه‌ها بود و آن‌ها چنین جنگی را برای ما تصویر کردند. آنچه ما از واقعیت و جهان واقعی می‌بینیم در واقع تصویری است که به ما نشان داده می‌شود. رسانه به صورت دریچه نگاه ما به جهان عمل می‌کند. حتی وقتی که درصدد مخالفت با این نظام سرمایه‌داری پیشرفته باشیم، بلافاصله به بخشی از آن تبدیل می‌شویم (جهانگلو، ۱۳۸۴: ۷۸).

### ۳-۳. بودریار و حاد واقعیت<sup>۱</sup>

بودریار حاد واقعی را امری به‌غایت شبیه امر واقعی، بلکه عین امر واقعی و تسخیرکننده جایگاه آن می‌داند. به طوری که حاد واقعی غیاب و نبود امر واقعی را پنهان می‌سازد. به بیان دیگر، چنان ماهرانه جای آن را اشغال می‌کند که واقعی‌تر از خود آن جلوه‌گری می‌نماید. البته حاد واقعی، نه تنها جای امر واقعی را می‌گیرد، بلکه هیچ ربطی هم بدان ندارد؛ یعنی رونوشتی از امر واقعی نیست. بدل ظریف و واقع‌نمای آن نمی‌باشد. حاد واقعی به چیزی ورای خود ارجاع نمی‌یابد و امری خودبنیان است (Baudrillard, 1995، گیلایان، ۱۳۸۹: ۸۶). برآیند کلی این رویکرد نسبت به نقش رسانه نشان می‌دهد که رسانه با منطق خاص خود که ورای حقیقت و خطا است و هر دو مربوط به امر واقع است، محصولات خاص خود را تولید و زندگی خارجی را بر اساس آن شکل و نظم می‌دهد و با سلطه هر چه بیشتر رسانه، دیگر جایی برای امر واقعی نخواهد ماند. رسانه همه امور را می‌سازد؛ اموری که ماهیتاً حاد واقعی‌اند و نه واقعی.

### ۴-۳. تقابل «واقعیت» و «فراواقعیت» در رسانه‌های جمعی

«فراواقعیت» نامی است که «بودریار» بر وضعیتی می‌نهد که در آن «نشانه‌های واقعیت»، «خود واقعیت» را مغلوب کرده‌اند و جایگزینش شده‌اند (حقیقی، ۱۳۹۳: ۱۰۰). از نظر بودریار بازی «نشانه‌های واقعیت» تا آنجا ادامه می‌یابد که دیگر چیزی وجود نخواهد داشت و تنها نشانه‌ها هستند که باقی می‌مانند و از این‌رو فضایی نوین ایجاد می‌شود که وی آن را «حاد فضا»<sup>۲</sup> می‌خواند. «حاد فضا»، فضایی است که در آن، هر «نشانه واقعیت» خلاف نظام کلاسیک که به

<sup>۱</sup> Hyper- reality

<sup>۲</sup> Hyper- space





واقعیتی مشخص ارجاع می‌داد، در بهترین حالت به نشانه واقعیت دیگری اشاره می‌کند. (مانند تبلیغات تلویزیونی که بودریار در کتاب جامعه مصرفی بدان پرداخته است) وگرنه ویژگی عمده نشانه‌های واقعیت در حاد فضا بی‌اشارتی آن‌ها است.

«وانمودن» از نظر بودریار مکانیسمی است که از طریق آن واقعیت تبدیل به فراواقعیت می‌شود و از این‌رو با تظاهر کردن متفاوت است: «کسی که تظاهر به بیمار بودن می‌کند در بسترش می‌خوابد و تمارض می‌کند. کسی که وانمود به بیمار بودن می‌کند بعضی از علائم بیماری را در خود تولید می‌کند» (همان: ۸۷).

بدین ترتیب مرز میان واقعیت و فراواقعیت چنان درهم‌تنیده می‌شود که دیگر نمی‌توان به راحتی امر واقعی را از امر وانموده تشخیص داد. از نظر بودریار ساختار بازنمایی به‌وسیله وانمودن به کلی دگرگون می‌شود و درنهایت هر تصویری تبدیل به وانموده‌ای ناب از خود می‌گردد و دیگر با واقعیت ارتباطی ندارد. وی زنجیره مراحل پی‌درپی تصویر را برای خلق وانموده چنین برمی‌شمرد: «تصویر بازتابی از واقعیتی ابتدایی است/ تصویر واقعیتی ابتدایی را می‌پوشاند و تحریف می‌کند/ تصویر غیاب واقعیتی ابتدایی را می‌پوشاند/ تصویر هیچ‌گونه مناسبتی با هیچ واقعیتی ندارد: تصویر وانموده‌ای ناب از خودش است» (حقیقی، ۱۳۹۳: ۹۰).

#### ۴. بودریار، جنگ و رسانه‌های جمعی

در خصوص رسانه‌ها، بودریار تحلیل خود را عمدتاً بر تلویزیون متمرکز ساخته است؛ چراکه تلویزیون رسانه‌ای است که از دو جهت حائز اهمیت است: نخست این که تلویزیون، به‌عنوان یک محصول جامعه مصرفی و به‌عنوان یک شیء «یک مؤلفه رمزگانی شده پایگاه اجتماعی» است. محتوای فرهنگی تلویزیون در قبال کارکرد این شیء در راستای ایجاد تفاوت‌های فرهنگی بین دسته‌بندی‌های طبقاتی متفاوت، از اهمیت کمتری برخوردار است. دوم این که بودریار، به پیروی از مک‌لوهان، این رسانه ارتباطی را وجه اصلی فرهنگ رسانه‌ای می‌داند (استیونس، ۱۳۸۳: ۲۱۵). بودریار برای آنان که اصرار دارند مخاطبان اغلب در فرایند تولید و مصرف مشارکت می‌کنند، می‌گوید که رسانه‌ها را نمی‌توان دموکراتیک ساخت، زیرا ظرفیت فنی سیستم ارتباطی همچنان در حالت یک‌سویه تعریف می‌شود. در واقع، بودریار ادعای مک‌لوهان را مبنی بر این که فناوری‌های رسانه‌ای جدید امکان اشکال گسترده‌تر مشارکت و وحدت را ایجاد می‌کنند، رد می‌کند. «به‌زعم وی، روند تکثیر اطلاعات و مسکوت سازی توده‌ها، به ناپدید شدن «معنا»



به‌طور کلی منجر شده است... علم نشانه‌شناسی جای خود را به علم «ذوب» امر اجتماعی داده است» (همان: ۲۱۷).

بودریار انتقادات تندی بر رسانه‌ها وارد می‌کند. وی معتقد است این رسانه‌ها هستند که نقش اصلی را در مخدوش کردن واقعیات بازی می‌کنند. وی در بحثی تحت عنوان مرگ رسانه‌ها می‌گوید عدم رسانندگی رسانه‌ها و فاصله گرفتن از واقعیت عامل اصلی مرگ رسانه‌هاست. بنا به استدلال بودریار، در روزگاری که رسانه‌های گروهی همه‌جا حضور دارند، واقعیت تازه‌ای فراواقعیت - آفریده می‌شود که متشکل از آمیزه‌ای از رفتارهای مردم و تصاویر رسانه‌هاست، دنیای فراواقعیت با شبیه‌واره‌ها بنا می‌شود تصویرهایی که معنای خود را از تصویرهای دیگر اخذ می‌کنند و به همین دلیل پایه و اساسی در «واقعیت بیرونی» ندارند (به نقل از گیدنز، ۱۳۸۹: ۶۷۰-۶۶۹).

بودریار در ژانویه سال ۱۹۹۱، یعنی پیش از نخستین جنگ آمریکا با عراق، مقاله‌ای در نشریه‌ی فرانسوی لیبراسیون نوشت با عنوان «جنگ خلیج فارس رخ نخواهد داد». وقتی جنگ آغاز شد، او در بحبوحه جنگ مقاله‌ای نوشت با عنوان «آیا واقعاً جنگ خلیج فارس در حال رخ دادن است؟» و سرانجام در ماه مارس همان سال، پس از شکست عراق و پایان جنگ بود که او تک‌نگاری معروف با عنوان جنگ خلیج فارس رخ نداد را منتشر کرد. این سیر به‌روشنی نشان می‌دهد که بودریار، در مقام منتقد فرهنگی، به‌دقت تحولات سیاسی و اجتماعی مربوط به این جنگ را رصد و تحلیل کرد (خدابنده‌کوهی، ۱۳۸۵).

بودریار در تک‌نگاری «جنگ خلیج فارس رخ نداد» به نمونه مضحکی از «انحلال» متقابل تلویزیون و زندگی واقعی اشاره می‌کند. در جریان جنگ اول آمریکا با عراق (برای بیرون راندن ارتش عراق از کویت)، مجری برنامه اخبار در شبکه‌ی تلویزیونی سی. این. این. اعلام می‌کند که اکنون گزارش زنده‌ی خبرنگاران مستقر در خلیج فارس درباره‌ی آخرین تحولات جنگ پخش خواهد شد، اما وقتی این خبرنگاران شروع به صحبت می‌کنند معلوم می‌شود که آنان خود مشغول تماشای شبکه‌ی یادشده هستند تا از آخرین وضعیت جنگ باخبر شوند (Baudrillard, 1995b).

و یا در مورد آنچه رسانه‌ها، از اهداف آمریکا برای ورود به افغانستان وانمود کردند، مبارزه با «تروریسم» دفاع از «حقوق بشر» و «مبارزه با مواد مخدر» بود؛ بدون تأمل و دقت در این شعارها، می‌توان دریافت که همه این شعارها دروغین و فریبی برای ملت افغانستان بود و نه تنها با حضور آمریکا در افغانستان، تروریسم ریشه‌کن نشد بلکه اوضاع بدتر شد. اولین بار عملیات



انتحاری همان زمانی راه‌اندازی شد که از حملات آمریکا در رسانه‌ها سخن گفته می‌شد؛ از آن زمان به بعد حتی پایتخت، هر از گاهی مورد حملات انتحاری و انفجاری قرار می‌گیرد. کشت و قچاق مواد مخدر ده‌ها برابر افزایش یافته است و از حقوق بشر نیز خبری نیست. این رویداد مصداقی از حد واقعیت در سومین ساحت آن است. زیرا گزارش خبرنگاران سی. این. به‌جای این‌که از واقعیت جنگ تهیه شود، از گزارش‌های شبکه یادشده تهیه شده بود. بینندگان تلویزیون قاعداً با تماشای گزارش‌های سی. این. این. نمی‌توانند از واقعیت جنگ آمریکا و عراق باخبر شوند. آنان صرفاً از گزارش‌های رسانه‌ها (در این مورد شبکه‌ی تلویزیونی سی. این. این.) این جنگ باخبر می‌شوند و نه بیشتر از آن. ولی نکته مهم‌تر این است که حتی گزارشگران رسانه‌ها نیز بر اساس ایماژهای خود این رسانه‌ها واقعیت جنگ را گزارش می‌کنند (دیدگاهی پسا ساختارگرایانه که مطابق با آن، دال نه به مدلولی در واقعیت بیرونی، بلکه صرفاً به دالی دیگر ارجاع می‌کند). با این حساب و برخلاف انتظار ما، واقعیت موجد اخبار نمی‌شود؛ برعکس، اخبار موجد واقعیت می‌شود.

همچنان که اغوای افکار عمومی و وانمودگی سیاست خارجی آمریکایی‌ها از طریق رسانه‌ها محرز است، آنان همیشه در تلاش هستند که یک چهره دلسوز از خودشان بسازند؛ به قول پروفیسور حمید مولانا خودکامگی آمریکا در طول تاریخ، همیشه بایدها و نبایدها را در سیاست خارجی آمریکا متداول کرده و این حکم، سبب شده است که آمریکایی‌ها در سیاست جهانی به اشتباه‌های خود اعتراف نکرده، همیشه حقیقت و خوبی را در طرف خود و دفاع از مواضع خود را با دفاع از دموکراسی آمریکا درآمیزند. در بمباران اتمی ژاپن در جنگ جهانی دوم، جنگ کره، جنگ ویتنام، مقابله با جمهوری اسلامی ایران، جنگ‌های خلیج فارس و عراق و افغانستان، آمریکا همیشه خود را فرشته پنداشته و طرف مقابل را به دیکتاتوری، عقب‌ماندگی و شرارت متهم کرده است (مولانا، ۱۳۹۰: ۴۲).

## ۵. تجزیه و تحلیل جنگ آمریکا علیه عراق (۲۰۰۳) بر اساس آراء بودریار

### ۵-۱. مرور اجمالی بر جنگ عراق

جنگ عراق (که بانام‌های اشغال عراق و عملیات آزادسازی عراق نیز شناخته می‌شود) یک عملیات نظامی است که در ۲۹ اسفند ۱۳۸۱ (۲۰ مارس ۲۰۰۳) با حمله یک ائتلاف بین‌المللی به رهبری ایالات متحده و بریتانیا به عراق آغاز شد. نیروهای اصلی حمله‌کننده به عراق شامل



ارتش‌های ایالات متحده آمریکا، پادشاهی متحد بریتانیا و لهستان بودند ولی ۲۹ کشور دیگر از جمله ژاپن، کره جنوبی، ایتالیا، اسپانیا و... با فرستادن بخشی از نیروهای نظامی و لجستیکی خود به همراهی با نیروهای ائتلاف، در اشغال عراق نقش داشتند. این جنگ با خروج آخرین تیپ رزمی آمریکایی در ۲۸ مرداد ۱۳۸۹ (۱۹ آگوست ۲۰۱۰) به‌طور رسمی خاتمه یافت. هرچند بعدازآن هم حدود ۵۰ هزار نیروی آمریکایی عمدتاً برای آموزش سربازان عراقی در این کشور باقی ماندند. در آن هنگام زمان خروج این نیروها با توافق دو کشور تا پایان سال ۲۰۱۱ اعلام شده بود. خروج آخرین سربازان آمریکایی از این کشور در دسامبر ۲۰۱۱ اتفاق افتاد.

دو توجیه عمده برای آغاز این جنگ توسط جرج بوش رئیس‌جمهور وقت آمریکا مطرح شد که یکی از آن‌ها رابطه صدام حسین با القاعده و دیگری نابود کردن سلاح‌های کشتار جمعی عراق بنا بر توافق‌نامه ۱۹۹۱ بود. در سال ۱۳۸۲ (۲۰۰۳ میلادی) صدام از دیدگاه آمریکایی‌ها همچنان به‌عنوان تهدیدی برای هم‌پیمانان غربی مانند کشور نفت‌خیز عربستان سعودی و رژیم صهیونیستی، خطری برای محموله‌های نفتی خلیج فارس و ثبات غرب آسیا به‌شمار می‌رفت. بیل کلینتون رئیس‌جمهور آمریکا (۱۳۸۰-۱۳۷۲ شمسی، ۱۹۹۳-۲۰۰۱ میلادی) که جانشین بوش شده بود، تحریم‌های اقتصادی تازه‌ای در کنار تحریم‌های نظامی برای عراق وضع و منطقه پرواز ممنوع را نیز اعمال کرد.

برخی از تحلیلگران آمریکایی بر این باور بودند که فشار خارجی برای ایجاد یک شورش به‌منظور عزل صدام کافی به نظر می‌رسد. این دو نظر باعث بروز شکاف در تصمیم‌گیری‌های ضد صدام بین دولتمردان واشنگتن شد؛ اما پس از حملات ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ (۲۰ شهریور ۱۳۸۰) توازن سیاسی داخلی آمریکا تغییر کرده و باعث شد تا نواحی محافظه‌کاران بتوانند در مدیریت کشور آمریکا در واشنگتن تأثیر به‌سزایی داشته باشند.

## ۵-۲. اقدامات روانی آمریکا پیش از شروع جنگ

مردی که به نقل از هوزمر (۱۹۹۶) جنگ علیه عراق تقریباً سه سال پیش از اشغال این کشور توسط ارتش آمریکا و با کمک حملات تبلیغاتی و روانی آن علیه رهبری عراق و نظام سیاسی حاکم بر این کشور و با تأیید و حمایت شورای امنیت سازمان ملل کشورهای هم‌پیمان آمریکا در اروپا و خارج از اروپا همراه بود، زیرا مذاکرات زودهنگام شرکت‌های نفتی آمریکایی و وعده‌های احمد چلبی نماینده کنگره ملی عراق مستقر در لندن به مدیران سه شرکت چندملیتی آمریکایی در



خصوص نفت عراق (مرادی و علی‌نژاد، ۱۳۹۳: ۷) همگی بیانگر این نکته است که شروع جنگ بسیار زودتر از اظهارهای نمادین بوش بوده است. در واقع بوش و کابینه او حتی پیش از به قدرت رسیدن او در ژانویه ۲۰۰۱ تجاوز به عراق را طرح‌ریزی کرده بودند (امین، ۱۳۸۶: ۹۱).

### ۵-۲-۱. تصویرسازی و بزرگ‌نمایی تهدید عراق

آمریکا با بهره‌گیری از دستگاه تبلیغاتی خود، چنان تهدید عراق را بزرگ‌نمایی کرد و وجود سلاح‌های غیرمتعارف در عراق را جلوه داد که بیش از ۷۶ درصد افکار عمومی کشور حمله به عراق را مشروع می‌دانست! (افتخاری، ۱۳۸۳: ۷۵) درحالی که پس از اشغال عراق نیز هیچ اثری از تسلیحات غیرمتعارف در عراق یافت نشد. تسلیحاتی که خود غربی‌ها سال‌ها پیش در جنگ تحمیلی علیه ایران، به عراق داده بودند، اما عراقی‌ها همه آن‌ها را پیش از ورود بازرسان نابود کرده بودند. در این عملیات، آمریکا به شیوه‌ای نوین از عملیات روانی دست زد. برخلاف روش‌های متعارف در عملیات روانی که طی آن‌ها قدرت کشور مقابل اندک و قدرت خودی بیشتر نشان داده می‌شود، آمریکا در این عملیات تا حد ممکن قدرت نداشته عراق را بزرگ‌نمایی کرد تا بتواند مشروعیت حمله به عراق را به دست آورد (مرادیان، ۱۳۸۵: ۷۸).

### ۵-۲-۲. بسیج نفرت علیه دشمن (عراق)

دولت آمریکا پس از حملات یازده سپتامبر به‌طور مستقیم بر بازی‌های تبلیغاتی و روانی و ساخت تصاویر، داستان‌ها و دروغ‌ها برای تولید پرندهی برای سیاست آمریکا تمرکز کرد تا بدین‌وسیله رسالتش را به گوش تمام جهانیان برساند و در این راه بر کتاب‌ها، فیلم‌ها، پرچسب‌ها، مجلات، مطبوعات و برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و غیره توجه خاص کرد.

در راستای عملیات روانی آمریکا بر روی جوامع عرب، در هالیوود صحنه‌های فیلمی تولید شد که نقش مهمی را در آماده‌سازی برای جنگ علیه عراق ایفا نمود، به‌گونه‌ای که فیلم و ویژگی‌های انسانی را از اعراب و مسلمانان سلب و آن‌ها را صاحب رفتار غیرانسانی تصویر کرد که امکان گفت‌وگو و مذاکره با آن‌ها وجود ندارد. سرانجام دولت آمریکا تمام تلاش خود را بر القای این ایده که اعراب و مسلمانان، همه، دشمن ارزش‌های غربی هستند، متمرکز کرد. ذکر این نکته لازم است که این حمله و تبلیغات روانی در سینما پیش از یازده سپتامبر نیز به ملاحظه می‌شود، پیش از این حوادث هم بیش از هزار فیلم از این نوع فیلم‌ها و با چنین پیام‌های تبلیغاتی نشان می‌داد که اعراب بیش از هر گروه و مجموعه انسانی در تاریخ بشری خبیث و شرور هستند. در



همین راستا و برای توجیه و هدایت سیاست ایدئولوژیک آمریکا و خط‌مشی متکی بر آن، همچنین زیبا جلوه دادن تصویر آمریکا برای جهان غرب و عرب، ۱۳۵ میلیون دلار به تهیه و پخش برنامه‌های تلویزیونی در غرب آسیا اختصاص یافت (همان).

### ۵-۲-۳. هدایت تبلیغاتی - روانی جنگ علیه عراق و همراه ساختن افکار عمومی با اقدامات نمادین

در راستای اهداف سیاست خارجی آمریکا از جمله برای تغییر رژیم عراق و به‌عنوان نخستین گام به‌منظور استیلا بر عراق، دولت آمریکا بیانیه‌ای منتشر کرد که در آن از عبارات مبهم بسیاری چون نشر و گسترش دموکراسی در عراق و تأسیس دولتی در این کشور که به حقوق بشر احترام بگذارد استفاده شده بود. اصطلاح پیش‌دستانه به‌عنوان مفهومی برای آغاز جنگ علیه عراق به کار گرفته شد و چون این نوع جنگ نمونه‌ای بی‌سابقه در روابط بین‌الملل به شمار می‌آمد، رهبران و فرماندهان مراکز نظامی آمریکا برنامه‌های تبلیغاتی - اطلاعاتی برای توجیه جنگ، آن‌هم با توجیهات نه‌چندان مستحکم، آغاز کردند.

دولت بوش یازده سپتامبر ۲۰۰۲ میلادی. را انتخاب کرد تا فشار عمده‌ای را بر کنگره اعمال و بدین‌وسیله جنگ علیه عراق را توجیه کند. مشاوران بوش تلاش کردند بهترین مکان را برای اعلام گشودن پرونده عراق بیابند و هیچ‌جا را بهتر از جزیره آلیس که مجسمه آزادی پشت سر بوش قرار می‌گرفت نیافتند (انصاری‌فر، ۱۳۹۲: ۴۴). از میان مهم‌ترین مسائلی که دولت آمریکا بر آن تأکید فراوان می‌کرد، ایجاد ارتباط بین رژیم صدام حسین و گروه‌های تروریستی بود، در این زمینه تا حدود زیادی موفق بود. زیرا افکار عمومی جهانی ارتباط دولت عراق و گروه‌های تروریستی را پذیرفته بودند و زمینه حمله به عراق فراهم شده بود. تمام این دروغ‌ها توسط دستگاه‌های ارتباط‌جمعی غرب که تبدیل به وسایل و ابزار تبلیغاتی شده بودند، بی‌آنکه مردم از واقعیت و حقیقت و درستی این سخنان مطلع شوند، منتشر شدند.

### ۵-۳. عملیات روانی و تبلیغاتی آمریکا طی جنگ

می‌توان گفت که عملیات آغازین جنگ، به‌وضوح، عملیاتی نظامی بودند، اما چهار زمینه عمده، پیامدهای روانی مهمی را برای نیروهای دو طرف (نیروهای ائتلاف و عراقی) در پی داشتند که عبارت بودند از:



### ۵-۳-۱. کمیت و کیفیت نیروهای دو طرف

برتری چشمگیر نیروهای عراقی بر نیروهای ائتلاف (۴۵۰۰۰۰ نفر عراقی در مقابل ۳۰۰۰۰۰ نفر نیروهای ائتلاف)، افزایش روحیه سربازان عراقی و افت روحیه سربازان آمریکایی و انگلیسی مستقر در منطقه را سبب می‌شد؛ اما این موضوع به نحو حساب‌شده و زیرکانه‌ای مطرح شده بود تا ضربه هولناکی را بر روحیه نیروهای عراقی وارد آورد؛ نیروهایی که با وجود برتری عددی، آشنایی با زمین، آشنایی با کل منطقه خلیج فارس و داشتن تجربه هشت سال جنگ باید در معرض شکست خوردن و سرافکندگی قرار گیرند، زیرا افزون بر نیروهای مسلح ائتلاف که از آغاز جنگ بر ضد عراقی‌ها فعالیت خود را آغاز کردند، نیروهای ویژه آمریکایی هم بودند که حتی پیش از شروع جنگ، مراکز عمده امنیتی، نظامی، اجتماعی و فرهنگی را جست‌وجو می‌کردند و به فرماندهی نیروهای آمریکایی گزارش می‌دادند. نقش این نیروها بسیار مهم و حیاتی بود، زیرا این نیروها به اینترنت، ماشین‌های فاکس و تلفن همراه مجهز بودند (icasualties, 2021).

### ۵-۳-۲. کمیت و کیفیت جنگ‌افزارهای دو طرف

کمیت و کیفیت تجهیزات و جنگ‌افزارهای عراقی در مقایسه با نیروهای ائتلاف بسیار ناچیز و ناکارآمد بود. سیستم‌های جنگی روسی فرسوده و قدیمی به‌هیچ‌وجه قابل مقایسه با جنگنده‌های پیشرفته آمریکایی و انگلیسی نبود؛ بنابراین، تبلیغ تولید انبوه تجهیزات-به‌ویژه موشک- و انتقال آن‌ها به مناطق جنگی، حمله روانی اثرگذاری بود.

### ۵-۳-۳. اهداف رهبری نظامی دو طرف

هدف جنگ سوم خلیج فارس، به‌وضوح، سرنگون کردن رژیم صدام حسین و حزب بعث عراق بود. هیچ سازش و توافقی در این مورد نمی‌توانست در کار باشد. فرماندهان عراقی می‌دانستند که هدف نیروهای ائتلاف قلع‌و‌قمع آنان است.

### ۵-۳-۴. غافل‌گیری

مرادی به نقل از مورکان و انوی (۲۰۰۲) یکی از تفاوت‌های جنگ نیروهای ائتلاف بر ضد عراق با جنگ دوم خلیج فارس و حتی جنگ‌های دیگر این است که در جنگ اخیر، نیروهای ائتلاف پیوسته بر طبل جنگ می‌کوبیدند و صحبت از جنگ می‌کردند، اما در عمل جنگ را شروع نمی‌کردند تا اینکه در میان ناباوری محافل مختلف و از جمله عراقی‌ها حمله را آغاز نمودند. همچنین نیروهای



مهاجم، در جنگ گذشته (دوم) خلیج فارس و حتی جنگ‌های دیگر، وانمود می‌کردند که قصد حمله ندارند اما سرانجام، دست به حمله غافلگیرانه (مرادی و علی‌نژاد، ۱۳۹۳: ۸).

این نکته حائز اهمیت است که هم در نخستین جنگ آمریکا با عراق (که نیروهای عراقی از کویت بیرون رانده شدند و اشغال این کشور پایان یافت) و هم در جنگ دوم این دو کشور (جنگی که منجر به سقوط صدام حسین شد)، اطلاعات و اخبار جبهه کالاهایی بودند که مصرف می‌شدند و تماشای گزارش‌های خبری مربوط به جنگ آمریکا با عراق حسی هیجان‌آمیز شبیه به احساس ناشی از تماشای اخبار رقابت‌های ورزشی در المپیک یا تماشای سریال‌های پر حادثه عامه‌پسند در بیننده به وجود می‌آورد. به قول کوین هارت، تماشای تصاویر شبکه‌های خبری از بمباران‌های هوایی و انفجار ساختمان‌ها در این جنگ، بسیار مجذوب‌کننده‌تر از تماشای فیلم‌هایی مانند جنگ ستارگان بود (Hart, 2008: 75).

همچنین پیتز چایلدز در نوشته‌ای با عنوان «مقالات روزنامه‌ها: جنگ خلیج فارس در زمان واقعی و مکان مجازی»، در خصوص شباهت گزارش‌های خبری این جنگ با فیلم‌های سینمایی می‌نویسد:

«نمایش جنگ خلیج فارس مانند فیلم‌های هالیوود تنظیم شده بود، یعنی تصاویر اندکی از رنج و محنت انسان‌ها را شامل می‌شد، ولی در عوض انبوهی از تصاویر انواع سلاح، ساختمان‌های ویران شده و اهداف نظامی را نشان می‌داد» (Childs, 2006: 12).

آمریکا با استفاده از رسانه‌های مختلف با استفاده از احساسات مذهبی، انواع گروه‌های تندرو را مجهز کرده و جنگ و خشونت را مدیریت می‌کند. از آن طرف، این کشور به بهانه مبارزه با افراط‌گرایی، در کشورهای درگیر جنگ وارد می‌شوند. در واقع درگیری‌های ویران‌گری که در عراق، سوریه، افغانستان و... راه‌اندازی شد، محصول سیاست خارجی آمریکا با استفاده از ابزار رسانه‌ها است.

یک جنبه دیگر جنگ که بسیار مهم است اما معمولاً از دایره ملاحظات تحلیل‌گران سیاسی بیرون می‌ماند، موضوع تجارت و یافتن بازارهای جدید برای کالا است. از آنجاکه در لابه‌لای گزارش‌های زنده شبکه‌های تلویزیونی از رویدادهای این لشکرکشی بزرگ و چندملیتی هرچند دقیقه‌آگهی‌های تجاری نیز پخش می‌شدند، این جنگ معرکه‌ای شد برای این که نه فقط قدرت و برتری نظامی غرب بلکه همچنین کالاها و تولیدات غربی و برتری فناوری آن در معرض نمایش قرار بگیرند. بدین ترتیب، پخش شدن این اخبار و گزارش‌ها صرفاً انتشار خبر نبود، بلکه بازاریابی





تجاری و فرهنگی هم بود. به بیان دیگر، جنگ عراق و آمریکا باعث شد تا خودِ جنگ به نوعی کالا تبدیل شود (Hart, 2008: 75).

بودریار در «جنگ خلیج فارس رخ نداد»، اشاره می‌کند که پس از دو «جنگ گرم» (جنگ‌های جهانی اول و دوم) و «جنگ سرد» (تنش در روابط بین دو ابرقدرت شرق و غرب، شوروی و آمریکا)، منطق فناوری پسامدرن حکم می‌کرد که جنگ آمریکا با عراق نه از نوع «گرم» یا «سرد»، بلکه از نوع «جنگ مجازی» باشد (بودریار، ۱۹۹۵: ۵۰). این جنگ بیشتر روی صفحه نمایشگر رایانه انجام شد و نه همچون جنگ‌های پیش از آن، روی زمین و در جبهه. ادعای گزافه‌نمای بودریار آن‌گونه که در عنوان تک‌نگاری او منعکس شده (این که جنگ خلیج فارس «رخ نداد»)، اشاره‌ای است به این که جنگ مذکور هیچ شباهتی به واقعیت جنگ‌هایی که تا آن زمان رخ داده بودند نداشت، زیرا «واقعیت» این جنگ با «حاد واقعیت» منتشر شده توسط رسانه‌های خبری گره خورده است.

## ۶. نتیجه‌گیری

در این مقاله تلاش بر این بود تا با رویکرد بودریار (به‌عنوان اندیشمندی پسامدرن) نسبت میان دو مقوله رسانه و جنگ و نقش‌آفرینی رسانه‌ها در جنگ‌های بین‌المللی، تحلیل شود. رسانه‌ها با توجه به خط و مشی و اهداف صاحبان خود و با توجه به خواست‌ها و هراس‌های جامعه دست به بساخت رسانه‌ای می‌زنند. در این میان، آن‌ها نخست با ابزارهای رسانه‌ای شروع به برجسته کردن برخی از ویژگی‌های فرد موردنظر و به پس‌زمینه راندن برخی ویژگی‌های دیگر او می‌کنند، به‌گونه‌ای که درنهایت تصویری از او به جامعه ارائه کنند که سازگار یا نزدیک به تصویر کسی است که می‌تواند خواسته‌های آن‌ها را برآورده کند، یا هراس‌های آن‌ها را رفع کند.

آنچه بودریار بر آن تأکید دارد نقش رسانه‌ها در ساختن حاد- واقعیت‌ها است، حاد واقعیت‌هایی که به کلی تصویر دیگری از یک پدیده به مردم می‌دهند؛ و مفهوم واقعی جنگ، که یک مصیبت بزرگ و تراژیک انسانی است، از خلال رسانه‌ها تبدیل به یک فرا واقعیت شد؛ و به مجموعه‌ای از تصاویر مستقیم و گزینش‌شده، رفتارهای الکترونیکی، بمباران اهدافی که جز بر صفحه رایانه‌ها دیده نمی‌شود و جذابیت یافتن این تراژدی در قالب یک نمایش یا شو تلویزیونی، که افراد همچون یک سریال تلویزیونی در انتظار دیدنش لحظه‌شماری می‌کنند، تبدیل شد و تمام فهم و اطلاعات ما از یک جنگ در هر نقطه از



دنیا تنها توسط پوشش‌های خبری تلویزیونی به دست می‌آید. البته حاد واقعی، نه تنها جای امر واقعی را می‌گیرد، بلکه هیچ ربطی هم بدان ندارد؛ یعنی رونوشتی از امر واقعی نیست. بودریار، منشأ اصلی خلق حاد واقعیت را رسانه و سلطه رمزها می‌داند. رسانه‌های جمعی با عرضه بی‌پایان تصاویر، مرز واقعیت و تصویر را مخدوش و تصویر را جایگزین واقعیت می‌سازند و از این طریق به اقناع مخاطبان جهانی خود می‌پردازند. همچنان که امریکا برای گسترش کشورهای تحت‌الحمایه‌ی خویش، به انواع ترفندها و حيله‌ها و شیطنتهای رسانه‌ای دست‌زده و به کشورهای مختلف حمله کرده و برنامه‌های آن‌ها همچنان ادامه دارد. از یک طرف با تبلیغات یک‌سویه، می‌خواهند که امریکا را مدافع حقوق بشر معرفی نمایند و این‌که آمریکایی با استفاده از اصول دموکراسی فعالیت می‌کنند از طرف دیگر با اهداف و اغراض خاص سیاسی و اقتصادی به‌پیش می‌روند. از نظر بودریار، ساختار بازنمایی به‌وسیله‌ی وانمودن، به‌کلی دگرگون می‌شود و درنهایت هر تصویری تبدیل به وانموده‌ای ناب از خود می‌گردد و دیگر با واقعیت ارتباطی ندارد. حاد واقعی، واقعی‌تر از امر واقعی می‌شود. به‌بیان‌دیگر، چنان ماهرانه جایش را اشغال می‌کند که واقعی‌تر از خود آن جلوه‌گری می‌نماید.

بودریار راجع به جنگ خلیج‌فارس در اوایل دهه ۱۹۹۰ معتقد است که این جنگ، کاملاً ساخته‌وپرداخته رسانه‌ها بود و آن‌ها چنین جنگی را برای ما تصویر کردند. آنچه ما از واقعیت و جهان واقعی می‌بینیم در واقع تصویری است که به ما نشان داده می‌شود. رسانه‌ها به‌صورت دریاچه نگاه ما به جهان عمل می‌کنند. حتی وقتی که درصدد مخالفت با این نظام سرمایه‌داری پیشرفته باشیم بلافاصله به بخشی از آن تبدیل می‌شویم. این رویداد، مصداق از حاد واقعیت در سومین ساحت آن است، زیرا گزارش خبرنگاران سی. این. این. به‌جای این‌که از واقعیت جنگ تهیه شود، از گزارش‌های شبکه‌ی یادشده تهیه شده بود. بینندگان تلویزیون قاعداً با تماشای گزارش‌های سی. این. این. نمی‌توانند از واقعیت جنگ آمریکا و عراق باخبر شوند. آنان صرفاً از گزارش‌های رسانه‌ها (در این مورد شبکه‌ی تلویزیونی سی. این. این.) درباره این جنگ باخبر می‌شوند و نه بیشتر از آن. ولی نکته مهم‌تر این است که حتی گزارشگران رسانه‌ها نیز بر اساس ایماژهای خود این رسانه‌ها واقعیت جنگ را گزارش می‌کنند. دیدگاهی پسا‌ساختارگرایانه که مطابق با آن، دال نه به مدلولی در واقعیت بیرونی، بلکه صرفاً به دالی دیگر ارجاع می‌کند. با این حساب و برخلاف انتظار ما، واقعیت موجد اخبار نمی‌شود؛ برعکس، اخبار موجد واقعیت می‌شود. وی منکر وقوع جنگ خلیج‌فارس شد و آن را صرفاً نمایشی رسانه‌ای دانست. ازجمله



استدلال‌های بودریار برای این ادعا آن بود که اطلاعات ما از وقوع این جنگ از طریق شبکه سی ان ان بود که ۲۴ ساعته به پخش اخبار جنگ مبادرت می‌ورزید و استناد اخبار و گزارش‌هایش به خبرنگاران و گزارشگران خود و خبر و گزارش‌های پیشینش بود؛ یعنی ما صرفاً با مجموعه‌ای از دل‌ها مواجه بودیم.

در مواردی نیز که کشوری سیاستی مبتنی بر جنگ و ستیز با کشور دیگری را در پیش می‌گیرد، همین اتفاق روی می‌دهد؛ بدین معنی که رسانه‌های کشور یا جناح خواهان جنگ رفته‌رفته با ابزارهای مختلف واقعیت را دست‌کاری می‌کنند، یا واقعیت‌های ناموجود را در ذهن مخاطبان خود می‌آفرینند تا جنگ و حمله نظامی به کشور دیگر امری مشروع و در جهت منافع ملی کشور توجیه شود؛ و مخاطبان آن‌ها در جهت پذیرفتن لزوم جنگ و حمله نظامی اقناع شوند. در این مسیر، رسانه‌ها، به آرمان‌ها، ارزش‌های ملی، باورهای دینی و مذهبی، رسالت تاریخی کشور و بیم‌های روانی و اخلاقی مردمان آن متوسل می‌شوند تا وجود جنگ را توجیه کنند. اغوای افکار عمومی و وانمودگی آمریکایی‌ها از طریق رسانه‌ها قابل بررسی است که در این مقاله، حمله آمریکا به عراق در ۲۰۰۳ مورد مطالعه قرار گرفت.

## ۷. پیشنهادهای رسانه‌ای

یکی از اهداف مهم شبکه‌های برون‌مرزی اقناع مردم دیگر کشورها در مورد اقدامات، واکنش‌ها و برنامه‌های راهبردی ایران است که در سطح بین‌المللی به‌ویژه منطقه‌ای انجام می‌شود. با توجه به اینکه جهان به‌صورت مداوم با اخبار و رویدادهای جدید مواجه است و بسیاری از مردم دنیا به تحلیل و تفسیرهایی که شبکه‌های خبری غربی در اختیارشان می‌گذارند، اعتماد کافی به آن‌ها ندارند، شبکه‌های برون‌مرزی باید بتوانند این خلاء را پر کنند و نیازهای خبری مخاطبان به تحلیل‌ها و تفسیرهای متفاوت از سایر شبکه‌ها را پاسخ دهند. در واقع روایت‌گر اکثریت خاموش در جهان باشند. بر این اساس سه توصیه رسانه‌ای زیر ارائه می‌شود:

- پیشنهاد می‌شود بر اساس یافته‌های این مقاله، مستندی گزارشی از زمینه‌ها، روند و پیامدهای حمله آمریکا به عراق در سال ۲۰۰۳ و تفاوت‌های نحوه بازنمایی این جنگ در شبکه‌های سی ان ان و العالم از منظر نظریه بودریار تهیه شود و در شبکه‌های مختلف برون‌مرزی صداوسیما، زبان‌گردانی شود. بر این اساس اقدامات آمریکا در دو مقطع قبل و بعد از جنگ و نقش رسانه‌ها در این خصوص ارزیابی شود. اقدامات روانی آمریکا پیش از



شروع جنگ عبارت‌اند از: تصویرسازی و بزرگ‌نمایی تهدید عراق، بسیج نفرت علیه دشمن (عراق)، هدایت تبلیغاتی - روانی جنگ علیه عراق و همراه ساختن افکار عمومی با اقدامات نمادین. عملیات روانی و تبلیغاتی آمریکا طی جنگ عبارت‌اند از: کمیت و کیفیت نیروهای دو طرف، کمیت و کیفیت جنگ‌افزارهای دو طرف، اهداف رهبری نظامی دو طرف و غافل‌گیری.

- پیشنهاد می‌شود شبکه‌های برون‌مرزی صداوسیما به‌ویژه شبکه‌های فعال در حوزه غرب آسیا (العالم، الکوثر، سحر و شبکه عربی- آفریقایی) در مجموعه برنامه‌ای، محورهای عملیات روانی آمریکا برای مداخله در امور کشورهای غرب آسیا از جمله عراق و افغانستان و تکرار این تکنیک‌ها توسط رسانه‌های غربی در سایر تحولات جدید منطقه از جمله جنگ یمن را از زبان کارشناسان خبره برای مخاطبان تشریح نماید.
- پیشنهاد می‌شود در مجموعه برنامه‌ای سازوکار بازنمایی جنگ آمریکا علیه عراق در سال ۲۰۰۳ در رسانه‌های آمریکایی به‌ویژه در فیلم‌ها و سریال‌های هالیوودی بررسی علمی شود.



## منابع

استیونسن، نیک (۱۳۸۳). «پسامدرنیته، ارتباطات و مبارزه نمادین»، ترجمه پیام یزدانجو، **فصلنامه رسانه**، بهار، صص ۱۹۷-۲۴۴.

امین، محمدرضا (۱۳۸۶). **انگفته‌های جنگ عراق**، تهران: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره).

انصاری‌فر، جعفر (۱۳۹۲). **عملیات روانی آمریکا در جنگ سوم خلیج فارس**، تهران: نشر راه کمال.

بودریار، ژان (۱۳۹۰). **جامعه مصرفی**، ترجمه پیروز ایزدی، تهران: نشر ثالث.

بودریار، ژان (۱۳۸۱). **در سایه اکثریت‌های خاموش**، ترجمه پیام یزدانجو، تهران: نشر مرکز.

پاینده، حسین (۱۳۹۲). **انعکاس جنگ در رسانه‌ها، رویکرد پسامدرن بودریار به تحلیل رسانه‌ها**، نشریه مطالعات فرهنگی و ارتباطات شماره ۳۳.

پرهیزگار، غلامرضا (۱۳۸۹). **واقعیت، رسانه و توده در حاد واقعیت بودریار**. معرفت فرهنگی اجتماعی شماره ۴.

حقیقی، مانی (۱۳۹۳). **سرگشتگی نشانه‌ها**، تهران: نشر مرکز.

جهانبگلو، رامین (۱۳۸۴). **موج چهارم**، ترجمه منصور گودرزی، تهران: نشر نی.

خدابنده‌کوهی، محمد (۱۳۸۶). «**تحول تروریسم در عصر جهانی شدن در چهارچوب امنیت پست‌مدرن**»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.

روشن‌چشم، حامد (۱۳۹۲). «**رویکرد پست‌مدرن به معضل امنیتی منطقه خاورمیانه**»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.

عباسی، علی (۱۳۷۲). «**نقش رسانه‌ها در جنگ خلیج فارس**»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۹). **جامعه‌شناسی**، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.

گیلاسیان، روزبه (۱۳۸۹). **فلسفه در خیابان (عبور از فوکو و بودریار)**، نشر روزبهان.

مانتلی، ریویو (۲۰۰۲). «**پسامپریالیسم، اهداف استراتژیک آمریکا و مسئله عراق**» ترجمه مرتضی محیط، قابل دسترسی در:

<http://mmohit.org/m27/p001.html>

مرادی، حجت‌الله. مهدی‌علی‌نژاد (۱۳۹۳). «**تحلیلی بر نقش عملیات روانی آمریکا در جنگ خلیج فارس**»، **فصلنامه مطالعات عملیات روانی**، سال دهم شماره ۴۰.





- مک‌کالو، تیموتی، ریچارد، جانسون (۱۳۹۵)، **جنگ ترکیبی**، ترجمه احمد الهیاری. انتشارات دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا
- مرادیان، محسن (۱۳۸۵)، **ابعاد و مظاهر تهدیدات**، نشر مرکز آموزش شهید سپهبد صیاد شیرازی.
- مولانا، حمید (۱۳۹۰)، **علم زور: ارتباط‌پژوهی و جنگ روانی ۱۹۴۵ تا ۱۹۶۰**، تهران: نشر آرما.
- هاموند، فیلیپ (۱۳۹۰)، **رسانه، جنگ، پست‌مدرنیته**، ترجمه علیرضا آرزو، تهران: نشر ساقی.
- Baudrillard, Jean (1995a), **The Mirror of Production**, trans, Mark Poster, St Louis: Telos.
- Baudrillard, Jean (1995b), **The Gulf War Did Not Take Place**, Bloomington: Indiana University Press.
- Childs, Peter (2006), **Texts: Contemporary Cultural Texts and Critical Approaches**, Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Hart, Kevin (2008), **Postmodernism**, Oxford: Oneworld Publications.
- Hehir, A (2011), "Hyper-reality and statebuilding: Baudrillard and the unwillingness of international administrations to cede control", **Third World Quarterly**, vol. 32, (6), pp. 1073-1087.
- Icasualties (2021), "Iraq Fatalities", Available at: <http://icasualties.org/Iraq/USCasualtiesByState.aspx>.
- Jevtovic, Zoran (2019), **Propaganda Matrix of Global Media In Hybrid Wars**.
- Melki, Jad, Kozman, Claudia (2019), "Media dependency, selective exposure and trust during war: Media sources and information needs of displaced and non-displaced Syrians", **Media, War & Conflict**, Vol. 14, issue:1, pages: 93-113.
- Mowlana Hamid, George Gerbner, Herbert Schille (1992), **Triumph of The Image. The Media's War in The Persian Gulf, A Global Perspective**, Routledge.
- Yolanda, Stellarosa and Andre, Ikhsano (2015), "Media and The Shaping of Consumer Society in Jakarta", **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, Volume 211, Pages 407-410.