

# جنگ، جنگ، ارزشها و رسانه‌ها

## بهر روز نظری

از همان ابتدا و بویژه با اعلام اینکه حمله ۱۱ سپتامبر علیه امریکا حمله‌ای علیه تمدن بود، باقی جهان و شهروندان آن را بی‌تمدن اعلام کرد. اشغال افغانستان و عراق سرآغاز مرحله‌ایست که دارو دسته بوش دوست دارند «قرن جدید آمریکایی» بنامند. نقش رسانه‌ها در این عرصه نیز قابل توجه است. محدودیتها، مشکلات و سترونی رسانه‌ها در ارائه تصویری واقعی و انتقادی از اشغال عراق، اما و پیش از هر زمان دیگر، ماهیت معنی واقعی مفاهیم «جدید» و «دوران کنونی» را آشکار می‌سازد. بحران رسانه‌ها در رابطه با اشغال عراق، بحران ایدئولوژی «تمدن غربی» و «جهانی شدن» نیز هست.

بسیاری از خبرنگاران صمیمانه اعتقاد دارند که حرفه‌ی آنها شرافتمندانه است و کار اصلی آنان گزارش تحولات دنیا با بی‌طرفی کامل و بدون و مستقل از فشارهای سیاسی و اقتصادی است. این ادعای بی‌طرفی همواره و بدرستی توسط نیروهای چپ رد شده است. موضوع اصلی در این میان اما نیت خیر و یا شرافتمندی خبرنگاران - یا دست کم بخش قابل توجهی از آنان - نیست. واقعیت اینست که در جوامع سرمایه‌داری رسانه‌ها نه یک کلیت مستقل و بی‌طرف بلکه جزئی گسست‌ناپذیر از دستگاه اقتصادی و سیاسی این جوامع هستند. خصلت تجارتي رسانه‌ها را ابراحتی می‌توان در کلاسی بودن تولیدات روزمره آنها دید. این کلاها مشابه کلاهای دیگر در بازار ارائه می‌شوند و بفروش می‌رسند. بخش قابل توجهی از درآمد آنها - و در شبکه‌های خصوصی تلویزیونی صد در صد درآمد آنها - از طریق آگهی‌های تجارتي تأمین می‌شود، و برخلاف مطبوعات قرن نوزدهم و نیمه اول قرن بیستم، اکثریت عظیم رسانه‌ها جزئی از شرکت‌های فراملیتی هستند که در عرصه‌های اقتصادی دیگر نیز مشارکت و منافع دارند. محتوا، زبان و جهت‌گیری این رسانه‌ها انعکاس این منافع‌اند.

تا دهه ۷۰ ساختار رسانه‌ها اساساً ساختاری ملی بود و شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و همچنین صنعت مطبوعات در سطح ملی کنترل و اداره می‌شدند. سیاست‌های نئولیبرالی و شل شدن اهرمهای تنظیم بازار راه را برای گسترش جهانی رسانه‌ها و ادغام کمپانی‌های مختلف باز کرد. از دهه ۸۰ به اینطرف رسانه‌های «جهانی» راه خود را به سوی گسترش هر چه بیشتر در عرصه جهانی هموار کرده و بتدریج جای کنترل «ملی» را اشغال کرده‌اند. این پروسه دو جنبه قابل توجه دارد<sup>(۱)</sup>. نخست اینکه کمپانی‌های مسلط با سرعت قابل توجهی در حال گسترش فعالیت و منافع خود در نقاط مختلف جهان‌اند و از آنجا که بازار ایالات متحده به اندازه کافی توسعه یافته و اشباع شده است، رقابت برای سرمایه‌گذاری در بازارهایی که بیشترین بازدهی را دارند حاد شده است. دومین جنبه قابل توجه ادغام‌های سرسام‌آور و تمرکز مالکیت در عرصه‌های مختلف رسانه‌هاست. بازیگران در عرصه‌های مختلف رسانه‌ها غالباً کارگزاران شرکت‌های فراملیتی هستند. در ابتدای سال ۱۹۹۹ حجم معاملات ادغام بین رسانه‌های مختلف ۱۰۰ میلیارد دلار بود، این رقم در کمتر از یکسال به سه برابر افزایش پیدا کرد. در سال ۱۹۸۳ پنجاه شرکت بزرگ رسانه‌های جهانی را کنترل می‌کردند. این رقم چهار سال بعد به ۲۹

دوره کنونی در تاریخ جوامع بشری را، دوره جهانی شدن، دمکراتیزه شدن و انقلاب تکنولوژیکی می‌خوانند. این مفاهیم، در کنار هم و هم‌چنین هر یک به تنهایی، نشانه و مبنای پیشرفت، ترقی و تمدن‌اند. درست بهمان اندازه که در مثبت بودن آنها تردیدی وجود ندارد، در طبیعی بودن و اجتناب‌ناپذیری‌شان نیز ابراز شک نمی‌شود. اینها نمایه‌های جهان امروز و آینده غیرقابل تردید آن شمرده می‌شوند و در شکل دادن به چنین پنداری نقش رسانه‌ها غیر قابل انکار است. جهانی شدن در تمامی عرصه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی، بدون رسانه‌های تجاری جهانی، غیرقابل تصور است. آگاهی نسبت به نقش این رسانه‌ها در گسترش منافع بازار جهانی و نزدیک کردن پرورازی دنیا و پرورش فرهنگ مصرفی لزوماً محتاج یک کالبد شکافی همه جانبه نیست.

نوآوری در ارتباطات الکترونیکی و کامپیوتری نیز تحولاتی ناشناخته نیستند. برخی حتی مدعی‌اند که چنین تحولاتی ناقوس سقوط حکومت‌های خودکامه و دستگاه‌های سانسور آنها را صدا در آورده است. در چهارچوب چنین باوری انقلاب تکنولوژیکی با درهم کوبیدن دیوارهای ملی، شهروندان - و یا دقیق‌تر بگوئیم مصرف‌کنندگان - دنیا را در جریان تازه‌ترین تحولات روز قرار می‌دهد و امکان آشنایی آنان را با دنیایی بهتر و آینده‌ای روشن‌تر فراهم می‌کند. حاصل «طبیعی» این پروسه «طبیعی» و غیرقابل اجتناب «چیزی جز دمکراسی نمی‌تواند باشد».

جهان غرب «زادگاه» طبیعی این مفاهیم و پروسه شناخته می‌شود و جای تعجبی ندارد که این پروسه و مفاهیم «جدید» در جاده یک طرفه غرب به شرق و شمال به جنوب در حرکت است. تفاوت ارزشهای فرهنگی مفهومی است تنیده در این روند «طبیعی». تأکید بر تفاوت‌های غرب و «ذات» متفاوت آن سنتی ریشه‌دار است. این سنت بویژه از سوی ادوارد سعید<sup>(۲)</sup> و تعداد قابل توجهی از نویسندگان دیگر به نقد کشیده شده است. نظریه تفاوت ارزش‌های فرهنگی، از پایان جنگ سرد به اینطرف و بویژه پس از فاجعه ۱۱ سپتامبر به یک موضوع داغ و بشدت جنجالی تبدیل شده است. در این رابطه پدیده «جنگ تمدنها»<sup>(۳)</sup> دیگر نه یک بحث آکادمیک و محدود در سطح دانشگاهها و حلقه‌های سیاست‌گذاری، که یک بحث سیاسی روز است. «آلترناتیو» گفتگوی تمدنها بنوبه خود چیزی جز پذیرش چنین «تفاوت ذاتی» غرب و شرق نبوده و نیست. نسخه غربی این ایدئولوژی دست راستی و ذات‌گرا همواره از بالا و از موضع قدرت بیان و ارائه شده است. در این روایت «ارزشهای غربی» اساساً مثبت تلقی می‌شوند و بشکل آشکار و یا پنهان جهانی شدن این «ارزشها» - حتی با اعمال فشار - در دستور روز قرار گرفته‌اند. روایت شرقی «ارزشهای فرهنگی» نیز در شکل‌های مختلفی بسته‌بندی و عرضه می‌شوند و در موارد بسیاری و تحت عنوان «ارزشهای آسیایی» «آفریقایی» و یا «اسلامی» بعنوان ابزاری برای مشروعیت بخشیدن، رژیم‌های خودکامه و سرکوبگر مورد استفاده قرار گرفته و می‌گیرند. حکومت دست راستی و (هار) ایالات متحده اما هیچگاه در صدد باز کردن میدان بحث میان «تمدنها» نبوده است. به عکس،

و در سال ۹۷ به ده کمپانی تقلیل پیدا کرد.<sup>(۶)</sup> ده کمپانی بزرگ و اصلی دنیا عبارتند از: تایم وارنر رای، اوال، دیسنی، جنرال الکتریک، نیوز کوریوریشن، وایکام، ویوندی، سونی، برتلسمن، آی.تی.تی و لیبرتی. این شرکت‌ها تمامی استودیوهای اصلی فیلم در آمریکا، تمامی شبکه‌های تلویزیونی آمریکا - به جز یکی - ۸۵ درصد بازار موسیقی، بخش قابل توجهی از ماهواره‌ها و همچنین نشر کتاب و مجلات را کنترل می‌کنند. نیوز کوریوریشن که در دهی چهارم قرار دارد چهرهٔ دقیق‌تری از این پروسه به نمایش می‌گذارد. شبکه استار تی وی این شرکت با سی کانال که به هفت زبان پخش می‌شوند بازار آسیا را تسخیر کرده است. سرویس تلویزیونی این شرکت در چین در ۴۵ میلیون خانه قابل دسترسی است و در آمد آن از آگهی‌های تجاری در بازار چین ۸۰ درصد - تنها در سال ۲۰۰۱ - افزایش داشته است. عرصه‌های دیگر فعالیت این شرکت از این قرارند: شبکه تلویزیونی فاکس که بویژه بعد از اشغال عراق به یکی از بازیگران اصلی در آمریکا تبدیل شده، استودیوی سینمایی فاکس قرن بیستم، انتشاراتی هارپر کولینز و بیش از ۱۵۰ روزنامه در سطح جهان، از جمله روزنامهٔ تایمز لندن. تمامی این روزنامه و شبکه‌های تلویزیونی این شرکت طرفدار اشغال عراق بودند. در «عصر اطلاعات» البته خدمات و کالاهای عرضه شده در بازار رسانه‌ها رو به افزایش اند، اما تعداد صاحبان آنها و در نتیجه نظرات و دیدگاه‌های مختلف رو به کاهش. نهاد مسئول تنظیم بازار رسانه‌ها در آمریکا - کمیسیون فدرال رسانه‌ها - که «صدا فاف» ریاست آن بعهده‌ی پسر کولین پاول است، قصد از میان برداشتن موانع باقی مانده برای کنترل رسانه‌های آمریکایی توسط تعداد هر چه کمتری از شرکت‌های فراملیتی را دارد. بدیهی است که دوستان و حامیان «پروژهٔ قرن جدید امریکایی» مشتاقانه منتظر دریافت پاداش بخاطر خدماتشان به ایالات متحده هستند. «رکن چهارم» که موجودیت آن برای شهروندی، دموکراسی و خود حکومتی حیاتی تلقی می‌شود در کنترل کسانی است که دموکراسی و مردم سالاری را خطری جدی و کشنده تلقی می‌کنند. این واقعیت اقتصادی رسانه‌ها را در حوزه‌های دیگر نیز می‌توان مشاهده کرد، اما در مورد رسانه‌ها کنترل و تمرکز مالکیت رسانه‌ها بدان جهت حائز اهمیت بیشتری است که کالاهای فرهنگی برخلاف سایر کالاها - مثلاً کتری یا صندلی - در شکل‌گیری، فرهنگ سیاسی و اطلاعات و آگاهی و نقش مردم در پروسه دموکراتیک نقش فوق‌العاده‌ای دارند. بطور عمومی رسانه‌ها در شرایط عادی منافع سهامداران و صاحبان خود را نمایندگی می‌کنند. در شرایط جنگی، اما، این کار کرد شکل عریان‌تر و پیچیده‌تری بخود می‌گیرد.

نباید فراموش کرد که علیرغم هیاهوی جاری درباره «جهانی شدن» رسانه‌ها هنوز و همچنان خصلتی ملی و محلی دارند. بیان و تصویر روزانه ملت در اخبار از ابتدای شکل‌گیری رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین جنبه‌ها و نقش‌های مطبوعات بوده و هست، نکته‌ای که بندیکت اندرسون<sup>(۷)</sup> در تحلیل و بررسی خود از ناسیونالیسم به گونه‌ای همه جانبه بدان پرداخته است. این ویژگی ملی را از طراحی رسانه‌ها تا زبان و محتوای آنان، به راحتی می‌توان منعکس دید. اخبار روزنامه‌ها و رادیو تلویزیون معمولاً به بخش داخلی و خارجی تقسیم می‌شوند و در هر کشوری تمرکز معمولاً بر روی اخبار «خودی» و داخلی است. این خصلت ملی، بویژه در زمان جنگ، بعضاً شکل ناسیونالیستی بخود می‌گیرد. تفاوت در برخورد رسانه‌های کشورهای مختلف به جنگ به طور کلی و اشغال عراق در شرایط کنونی از همین جا برمی‌خیزد. در شرایطی که رسانه‌ها در آلمان، فرانسه، روسیه و کشورهای متعددی در دنیا اساساً ضد جنگ بودند و از منافع و مواضع دولت ملی خود دفاع می‌کردند، رسانه‌های خبری در انگلیس و بویژه آمریکا، در پی منافع اقتصادی و همچنین زیر فشار دولتهای خود، بطوریک جنبه‌ای از قوای اشغالگر دفاع می‌کردند و یا در بهترین حالت گزارشات ارتش آمریکا و انگلیس را بدون بررسی نقادانه و موشکافانه پخش می‌کردند. تفاوت گزارش تظاهرات عظیم ضد جنگ ۱۵ فوریه در نسخه آلمانی و انگلیسی روزنامهٔ پرنفوذ تایمز مالی نشانگر همین خصلت ملی و منافع اقتصادی رسانه‌هاست. در شرایطی که نسخه انگلیسی این روزنامه به شکل پراکنده و نامشهودی به تظاهرات ضد جنگ اشاره کرده بود، نسخه آلمانی تایمز مالی نه تنها صفحه اول که صفحات دیگری را نیز به تظاهرات ضد جنگ اختصاص داده بود.<sup>(۸)</sup> ناتوانی نیروهای اشغالگر و رسوایی تاکتیکیهای نظامی آنان، به همان اندازه به رسوایی و شرم‌منده‌گی

بنگاههای خبری آمریکایی و انگلیسی انجامید که به انعکاس فعالیت‌های نظامی در منطقه مشغول بودند.

علیرغم اینکه پنتاگون از همان ابتدا اعلام کرد که در جنگ علیه عراق جایی برای سانسور وجود ندارد، کنترل رسانه‌ها از ماهها قبل و از زمانی که تدارک برای جنگ صورت می‌گرفت آغاز شد. تعداد قابل توجهی از افسران آمریکایی از مدت‌ها قبل بعنوان خبرنگار برای شبکه سی - ان - ان مشغول بکار شده بودند و در ابتدای سال میلادی صدها تن از خبرنگاران آمریکایی در برنامه‌ای که پنتاگون سازمان داده بود آموزش نظامی دیدند. برجسته‌ترین نمونهٔ تلاش برای مخدوش کردن مرز رسانه‌ها با تلاش آمریکا یادداشت راجر ایلز رئیس شبکهٔ خبری دست راستی فاکس Fox به جورج بوش بود که طی آن از رئیس جمهور آمریکا خواسته شده بود که در مقابله با فاجعهٔ ۱۱ سپتامبر به شدیدترین شکل ممکن واکنش نشان دهد. آماده‌سازی رسانه‌ها همان نقشی را ایفا کردند که ایالات متحده توقع داشت.

جنگ بدون پروپاگاندا غیرقابل تصور است و شرط آغاز و تداوم آن کنترل اخبار، حذف اخبار ناگوار و پاکیزه جلوه دادن ابزار است که جز ویرانی، بیچاره‌گی و فلاکت و مرگ به ارمغان نمی‌آورد. بر همین اساس جلب حمایت مردم یک کشور از جنگی که دولت آن کشور بدان وارد می‌شود اهمیتی حیاتی دارد. این تدارک در چند مرحله مرتبط صورت می‌گیرد.<sup>(۹)</sup>

نخست، بحران سازی. در این مرحله تمامی تلاش بر اینست که وانمود شود به جز جنگ راهی دیگر باقی نمانده است. متقاعد ساختن افکار عمومی به اینکه راه‌حل‌های دیپلماتیک به بن بست رسیده، طرف متخاصم به همکاری تمایلی ندارد و حل بحران از راه‌های مسالمت‌آمیز ناممکن است. تمامی این تدابیر و ترفندها در تلاش برای تدارک حمله به عراق صورت گرفت. آنچه که اما به این جنگ ویژه‌گی فوق‌العاده‌ای داد شکست همین مرحله بود. ادامهٔ بحران دیپلماتی بین‌المللی و حضور نیرومند جنبش ضد جنگ نگذاشت ایالات متحده و انگلستان، علیرغم حمایت بخش قابل توجهی از رسانه‌ها حتی موفق به قانع کردن افکار عمومی مردم خود بشوند. شکست این مرحله البته بگردن فرانسه افتاد. دوم، شیطانی نشان دادن رهبر دشمن، این یکی از شناخته شده‌ترین و قدیمی‌ترین شگردهای طرفین متخاصم است. حملهٔ روزانه به صدام حسین، مقایسهٔ او با هیتلر و چنگیزخان و غیره ادامه‌ی همان سیاستی بود که در جنگ قبلی خلیج آغاز شده بود. رسانه‌ها بندرت به روابط حسنهٔ صدام حسین با آمریکا، کمک‌های بی‌دریغ ایالات متحده به رژیم عراق و نادیده گرفتن جنایات او اشاره کردند.

سوم، شیطانی نشان دادن دشمن، در این مرحله تمرکز نه فقط بر روی صدام، بلکه دیگر چهره‌های شناخته شده نیروی دشمن است. از پسران صدام گرفته تا علی شیمیایی و اعضای کابینه و سران ارتش عراق و غیره بطور مدام و با کمک «متخصصان» روانشناسان آماده به خدمت مورد بررسی و تحلیل قرار گرفتند. در این میان از هیچ جنبه‌ای چشم‌پوشی نشد؛ از بررسی رفتار جنسی این افراد گرفته تا رابطه با اعضای خانواده، دوستان و اطرافیان و مردم عادی و همچنین سلبهٔ آنان در موسیقی و هنر.

و بالاخره جنایات دشمن. در این ورد نه ایالات متحده و انگلیس و نه رسانه‌ها مشکل چندانی نداشتند. بر ملا کردن جنایات دشمن همواره در دامن زدن به احساسات عمومی نقش ویژه‌ای دارد. در مورد جنگ عراق این موضوع از آن جهت که اهرم دسترسی عراق به سلاحهای کشتار دست جمعی چندان کارساز نبود، اهمیت باز هم بیشتری پیدا کرد. جالب اینکه در این عرصه نیز دستگاه تبلیغاتی جنگ‌طلبان فقدان هر گونه حافظه تاریخی را هر چه بیشتر به نمایش گذاشت. اینکه چه کسانی در این جنایات سهمیم بودند مطرح نشد، و اینکه چرا در این شرایط همه بیاد حلبچه افتاده‌اند موضوعی بود که بندرت مورد بررسی قرار گرفت. رسانه‌هایی که در دههٔ ۸۰ تمایل به پخش اخبار مربوط به استفاده‌ی رژیم عراق از سلاحهای شیمیایی ابتدا علیه ایران (در سال ۸۲) و بعداً علیه مردم حلبچه (۸۸) نشان نداده بودند<sup>(۱۰)</sup>، بشدت مشتاق انتشار گزارشات مربوط به این جنایات‌ها شدند. جیم میور، خبرنگار بی‌بی‌سی، در یادنامه‌ای که برای کاوه گلستان در روزنامه ایندیپندنت نوشته است به خاطر می‌آورد که چگونه بسیاری از مجلات و روزنامه‌های غربی از چاپ عکسهایی که گلستان از حلبچه گرفته بود خودداری می‌کردند.

از آغاز جنگ به اینطرف نیز همین تبلیغات به شکل متمرکزتری ادامه پیدا کرد. تلاش برای حقانیت بخشیدن به اشغال عراق اشکال مختلف به خود گرفت، از جمله نشان دادن چهره‌های مظلوم اقلیت‌های ملی و مذهبی در عراق، ارائه‌ی تصاویری که دسترسی عراق به سلاح‌های کشتار جمعی دلالت داشته باشند (از بشکه‌های خالی گرفته تا کارگاه‌های شیمیایی که اساساً مواد بهداشتی تولید می‌کردند) و در فقدان اسناد و مدارک واقعی پخش فیلم‌هایی از سربازان و خبرنگاران مجهز به ماسک و یافتن ماسک‌های ضد شیمیایی در سنگ‌های عراقی و بالاخره «یافتن» گورهای دسته جمعی. ساختن چهره‌های منفور و منفی از دشمن اما به خودی خود کافی است. جنگ‌ها بطور کلی و بویژه «جنگ تمدنها» به ناگزیر به جنگ میان نیکی و پلیدی، روشنایی و تاریکی و تمدن و بی‌تمدنی تبدیل می‌شوند. اگر عراقی‌ها نماینده‌ی پلیدی و بی‌تمدنی بودند، «رزمندگان فمینیست» آمریکایی که قصد «آزادسازی» زنان و کودکان عراقی را داشتند، نمایندگان روشنایی و تمدن اعلام شدند. پنتاگون در کنار تولید اخبار منفی از عراقی‌ها به تولید اخبار مثبت و «دلچسب» از نیروهای خودی دست زد. در شرایطی که زندگی هزاران هزار عراقی در محلات بغداد به نقطه‌هایی کوچک در عکسهای ماهواره‌ای خلاصه می‌شد و کشتار آنان همان قدر پیش پا افتاده و عادی نمایش داده می‌شد که در بازی‌های کامپیوتری، بسیاری از بینندگان رسانه‌های غربی افتخار آشنایی با سگ‌ها و دولفین‌هایی را پیدا کردند که وظیفه‌ی خطیر پاکسازی مین‌های دریایی و زمینی را برعهده گرفته بودند. برخلاف نیروهای خودی، قربانیان عراقی (بعز علی کودک عراقی که ابتدا توسط بمب‌های آمریکایی زخمی و بعداً به حره‌ی تبلیغاتی پنتاگون تبدیل شد).

هیچکدام از مجروحان و قربانیان عراقی نه نام و نشانی داشتند و نه مادری، شوهری و یا فرزندی. اورینتالیسم برهنه‌ی دستگاه‌های تبلیغاتی در همه‌ی عرصه‌های جنگ آمریکا علیه عراق عمل می‌کرد. از جمله در به نمایش گذاشتن برتری همه‌جانبه‌ی غرب و خصوصاً برتری تکنولوژیکی آن (سلاح‌های مدرن آمریکایی در مقابله با تفنگ‌های عراقی)؛ یا برتری فرهنگی آن (نظافت، نظم و آداب و رسوم و خونسردی و خردگرایی ارتش آمریکا در مقابل تصاویری از سربازان لنگه‌کش بدست عراقی) و نیز برتری مذهبی آن (مراسم راه‌پیمایی شیعیان عراق و خودزنی و قمه‌زنی آنان) رفتار خشن، وحشیانه و تحقیرآمیز سربازان آمریکایی با مردم عراق رفتاری عادی و منطقی و ضروری اعلام می‌شد، در همان حال که مصاحبه‌ی تلویزیونی با اسرای آمریکایی و حتی کشته‌شدن سربازان آمریکایی و انگلیسی در جنگ، مخالف قراردادهای بین‌المللی قلمداد می‌شد. حتی ابائی وجود نداشت که مقاومت‌های پراکنده و عدم استقبال مردم عراق از نیروهای اشغالگر را «غیرمنتظره» و خلاف آداب و رسوم بخوانند. مردم عراق بدون تردید مزه‌ی «انقلاب تکنولوژیکی» و «دمکراتیزه شدن» را چشیده‌اند آنچه که مانده است پیوستن پر شتاب‌تر آنان به پروسه «جهانی شدن» و ادغام سریع‌تر در بازار جهانی است.

سیاست وحشیانه و نژادپرستانه یا با ما یا علیه ما در مورد خبرنگاران نیز صادق بود و هست. مقامات پنتاگون به هنگام اعلام اینکه در جنگ علیه عراق سانسوری وجود نخواهد داشت فراموش کردند اضافه کنند که خبرنگاران حق اعلام نظر دارند اما نیروهای آمریکا هم در صورت مخالفت با نوشته‌هایشان حق تیراندازی بسوی آنان را برای خود برسمیت می‌شناسند. جنگ برای اشغال عراق بدون تردید برای خبرنگاران یکی از خطرناک‌ترین جنگ‌های تاریخ معاصر جهان بوده است. در مدتی کوتاه‌تر از دو هفته ۱۵ کارگر رسانه‌ها کشته شدند و ۲ نفر همچنان مفقوداند. بخشی قابل توجهی از اینها را نیروهای آمریکایی به قتل رساندند. در دوران تدارک جنگ چندین خبرنگار خبرگزاری رسمی از ایالات متحده اخراج شدند. دو مفسر اقتصادی شبکه‌ی تلویزیونی الجزیره از سوی بازار بورس آمریکا و به بهانه اینکه به اندازه کافی خبرنگار در بازار بورس آمریکا حضور دارند و الویت با خبرنگاران رسانه‌های اقتصادی است اخراج شدند. واقعیت اما متفاوت است. کمیته‌ی حمایت از خبرنگاران<sup>(۸)</sup> که در نیویورک مستقر است علت اصلی اخراج این دو خبرنگار را پخش گزارش فیلم اسرای آمریکایی توسط الجزیره اعلام کرد. در واکنش به این اقدامات دولت عراق متقابلاً تعدادی از خبرنگاران غربی و از جمله خبرنگار شبکه فاکس را از بغداد اخراج کرد. سازمان‌های خبرنگاری از جمله کمیته‌ی حمایت از خبرنگاران، خبرنگاران بدون مرز و فدراسیون بین‌المللی خبرنگاران

که بیش از نیم میلیون خبرنگار را نمایندگی می‌کند به این اقدامات اعتراض کردند. نکته قابل توجه اینست که رسانه‌های آمریکایی و انگلیسی حتی پس از کشته شدن تری لوید خبرنگار با تجربه‌ی ای - تی - ان توسط نیروهای آمریکایی از هر گونه اعتراضی خودداری کردند. همین سازمان‌های خبری و کارمندان آنها که در درگیری‌های پیشین به بمباران ایستگاه‌های تلویزیونی در عربستان و افغانستان شدیداً اعتراض کرده بودند، در مقابل بمباران مستمر تلویزیون عراق، ابوظبی و الجزیره تیراندازی بسوی هتل فلسطین - مقر اصلی خبرنگاران در بغداد - سکوت اختیار کردند. فشار مستمر ارتش و دستگاه‌های دولتی، وابستگی شدید رسانه‌ها به منابع دولتی و نظامی برای دریافت اخبار و اطلاعات و رقابت برای جذب بیننده‌های بیشتر و دست‌یابی به آخرین اطلاعات قبل از شبکه‌های رقیب، مانع از آن شد که رسانه‌ها از منافع و حقوق ابتدایی خود، کارکنان و همکارانشان به دفاع برخیزند. جنگ علیه عراق برای خبرنگاری رویتر معادل ۳۰ میلیون دلار<sup>(۹)</sup> سود داشت. نه این خبرگزاری و نه هیچکدام از رسانه‌های تجاری قصد بخطر انداختن این منبع مالی را نداشتند.

در حالی که شهرهای عراق به بهانه‌ی دمکراسی با خاک یکسان می‌شدند، دمکراسی و آزادی‌های ابتدایی در غرب و بویژه ایالات متحده و انگلیس مورد حمله مستمر قرار گرفته و می‌گیرند. بسیاری بخاطر مخالفت‌شان با جنگ بطور مستمر تهدید شده‌اند و بسیاری، از جمله خانواده‌ی یکی از قربانیان فاجعه‌ی ۱۱ سپتامبر به خاطر تظاهرات علیه جنگ دستگیر شدند. در ثروتمندترین کشور دنیا که صاحب بیشترین کانال‌های رادیو و تلویزیون و روزنامه است بسیاری تصور می‌کنند که صدام حسین و بن‌لادن یکی هستند. رادیوهای آمریکایی، که بدون استثنا تحت کنترل راستها هستند، از پخش موسیقی گروه‌هایی که ضد جنگ‌اند خودداری می‌کنند، و هنرمندان و هنرپیشگان ضد جنگ که سیاستمداران در دوران صلح و انتخابات بدنبال جذب و عکس گرفتن با آنها هستند، به خاطر مخالفتشان با جنگ مورد حمله‌ی شدید رسانه‌ها قرار گرفته‌اند. در کشور آگهی‌ها و شرکت‌های تجاری، آگهی ضد جنگی که توسط گروه اقدام صلح تهیه شده بود و قرار بود در سی.ان.ان پخش شود ممنوع اعلام شد. علی‌رغم پرداخت ۵ هزار دلار برای پخش این آگهی سی‌ان‌ان به صاحبان شبکه کابلی کام کاست به اقدام صلح اطلاع دادند که از پخش این آگهی به خاطر اینکه حاوی «ادعای غیر مستند» بوده خودداری کردند.<sup>(۱۰)</sup> این بهانه از دو جهت قابل توجه است: اول اینکه اشغال عراق اساساً خود اقدامی است بر پایه‌ی ادعاهای غیر مستند و برخلاف قوانین بین‌المللی، و دوم اینکه اکثریت عظیم آگهی‌های تجاری که از شبکه‌های ارتباطی پخش می‌شوند چیزی نیستند مگر ادعاهای غیر مستند. بعنوان مثال تا چه اندازه ادعاهای شرکت‌های فراملیتی نظیر مک دونالد و کوکاکولا دال بر اینکه کالاهای آنان به خوشبختی، سلامتی و شادکامی ما منجر میشوند مستند است؟

اگر چه انگلستان با ایالات متحده قابل مقایسه نیست، با این وصف، وضعیت دمکراسی در این کشور نیز چندان تعریفی ندارد. وزیر فرهنگ حکومت این کشور تمام تلاش خود را به خرج داد تا از گرد آمدن بیش از یک میلیون از فعالین ضد جنگ در هاید پارک لندن و تحت این بهانه که حضور چنین جمعیتی این پارک را خراب می‌کند خودداری کند. علی‌رغم مخالفت بخش قابل توجهی از شهروندان انگلیسی اکثریت رسانه‌های این کشور از جنگ طرفداری کردند. جنبش ضد جنگ از طرف بی بی سی تقریباً نادیده گرفته شد و مخالفان جنگ در صفحات روزنامه‌ها و برنامه‌های تلویزیونی در اقلیت محض بودند. انگلیس، بقول یکی از مفسران شبکه خبری ای - تی - ان، کشوری است که در آن نمایندگان مردم از خود مردم بیشتر طرفدار جنگ‌اند. به همان اندازه حکومت این کشور بیش از مجلس طرفدار جنگ است و در خود حکومت تونی بلر، نخست وزیر این کشور، بیش از دیگر اعضای کابینه سنگ جنگ را به سینه می‌زند و دنباله‌رو بنیادگرایان واشنگتن است. با اینهمه همین شخص بیش از هر کس و هر سازمان دیگری صفحات روزنامه‌ها و برنامه‌های تلویزیونی را پر می‌کرد.

از همان ابتدا بلر و دستیارانش بطور سیستماتیک مشغول ارائه اطلاعات و گزارشات دروغ به رسانه‌ها و فشار به آنها برای پخش این دروغها بودند. حتی ادعای بلر دال بر اعدام شدن سربازان انگلیسی (که در حقیقت در جنگ کشته شده بودند) بدون

چندان انتقادی از سوی رسانه‌های این کشور منعکس شد؛ ادعایی که بعداً هم از سوی ارتش انگلیس و هم از سوی خانواده‌های سربازان قربانی بشدت رد شد.

رسانه‌های آمریکایی و انگلیسی حتی تا مدتی پس از اعلام «پایان» جنگ نیز همچنان به بخش‌گزارشات رسمی‌ای اکتفا می‌کردند که مقامات نظامی در اختیارشان می‌نهادند. این امر بیش از همه به اعتبار همین شبکه‌ها لطمه زده است. اینها حتی واژه‌های ساخته ارتش اشغالگر را بدون هیچ انتقادی پذیرفته و با اشتیاق بکار بردند. «جنگ در عراق» (کدام جنگ، بین چه کسانی، به چه شکل!) بجای «اشغال عراق»؛ «نیروهای متفقین» بجای «ارتش آمریکا و انگلیس» و یا تعابیری نظیر «شک و هراس» در توصیف عملیات، این دنباله روی و اتکای ویژه به منابع خبری نظامی از همان ابتدای جنگ باعث رسوایی بسیاری از شبکه‌ها شد. بلاخره ام‌القصر «سقوط» کرد یا نه؟ کی؟ یک شهر چند بار می‌تواند در مدت یک هفته سقوط کند؟ منابع چنین اخباری چه کسانی بودند و چه شواهدی به رسانه‌ها داده بودند؟

بخش قابل توجهی از خبرنگاران از همان ابتدا در مرکز ارتباطات نیروهای آمریکا در قطر مستقر شده بودند. این گروه کیلومترها و ساعتها با جنگ فاصله داشتند و مثل دیگران اخبار را از طریق شبکه‌های تلویزیونی دنبال می‌کردند. وظیفه آنها نه گزارش جنگ که گزارش کنفرانسهای مطبوعاتی سخنگویان ارتش آمریکا و انگلیس بود. این دسته امکان بررسی گزارش سقوط شهرهای عراق و پیشروی نیروهای اشغالگر را نداشتند و نمی‌توانستند داشته باشند. تنها منبع خبری آنها کنفرانس‌های خبری بود که اساساً با ساعات بولتن‌های خبری شبکه‌های تلویزیونی آمریکا تنظیم می‌شدند. در حدود ۶۰۰ خبرنگار نیز در گردانه‌های و دسته‌های مختلف ارتش آمریکا و انگلیس سازمان داده شده بودند. در تمام طول جنگ تنها یکی از این خبرنگاران گزارش‌نقادان‌های از عملکرد ارتش آمریکا نوشت.<sup>(۱۱)</sup> سازمان دادن و ادغام خبرنگاران در دسته‌های نظامی، مجبور کردن آنان به گذراندن تعلیمات نظامی و پوشیدن یونیفرم و در کنار سربازان بودن و با آنان زندگی کردن عملاً مرز میان رسانه‌ها و ارتش را مخدوش می‌کند. حس رفاقت و اتکاء خبرنگاران به ارتش برای کسب خبر و برای برخورداری از حمایت جانی چندان زیاد است که به تدریج خبرنگاران از دسته نظامی که در آن مستقر هستند بعنوان «ما» اسم می‌برند و خواسته یا ناخواسته به گزارش مواضع رسمی نیروهای نظامی می‌پردازند.

از این جهت اشغال عراق و نحوه گزارش رسانه‌ها از آن پدیده تازه‌ای نیست. این از جنگ جهانی اول بدینسو مورد پسند نیروهای نظامی بوده است. آنچه که موضوع را پیچیده کرده تجربه جنگ ویتنام و شکست آمریکا بود. بدنبال شکست ایالات متحده در ویتنام پنتاگون به این نتیجه رسید که رسانه‌ها در این شکست نقش عمده و مخربی باز می‌کردند. بدون تردید عکسهای منتشره از جنگ و واقعیات آن در ویتنام تأثیر عمیقی در افکار عمومی گذاشت و بسیاری از این تصاویر جایگاه حساس و سمبلیک خود را همچنان حفظ کرده‌اند. با این وصف، واقعیت این است که در تمام طول جنگ خبرنگاران آمریکایی از ارتش خودی دفاع می‌کردند، آنچه که شرایط را تغییر داد افزایش قابل توجه تلفات ارتش آمریکا و اوج‌گیری جنبش ضد جنگ بود. رسانه‌ها زمانی به انتقاد از جنگ ویتنام پرداختند که راه دیگری برای آنها باقی نمانده بود.

این تجربه باعث شد تا از حضور رسانه‌ها و خبرنگاران در جبهه‌های جنگ دهه ۷۰ و ۸۰ ممانعت شود. جنگ انگلیس و آرژانتین شاهد بازگشت محدود و کنترل شده خبرنگاران به جبهه‌های جنگ شد. وزارت دفاع انگلیس و پنتاگون طرحتی را ارائه کردند که براساس آن خبرنگارانی که از سوی سازمانهای خبری برای گزارش جنگ معرفی می‌شدند می‌باید ابتدا مورد تأیید نیروهای نظامی واقع می‌شدند و پس از آن می‌باید در گردانه‌های مختلف سازمان یافته و اطلاعات و اخبار خود را از طریق همین کانالها و با اطلاع آنها تهیه و منتشر می‌کردند.

تلاش سازمانهای خبری برای اعزام مستقل خبرنگاران به جبهه‌های جنگ همواره با مخالفت روبرو شده و بسیاری از خبرنگاران سرشناس، از جمله رابرت فیسک، همواره به خاطر تأکیدشان بر مستقل بودن و عدم پذیرش سانسور نظامی مورد حمله قرار گرفته و می‌گیرند. کشته شدن تری لوید و حمله به هتل فلسطین و دفاتر شبکه‌های

تلویزیونی الجزیره و ابوظبی از این جهت قابل اهمیت‌اند که آینده گزارش دهی مستقل از جنگ را زیر سؤال برده‌اند.

هدف حمله حساب شده و آگاهانه نیروهای نظامی به خبرنگاران این بود که سازمانهایی را که همچنان بر ارائه گزارش مستقل تأکید می‌کردند را به راه «راست» هدایت کند. برخی از سازمان‌های خبری این پیام را دریافت کردند. بطور مثال، بدنبال مرگ تری لوید، ای - تی - ان اعلام کرد که از اعزام خبرنگاران مستقل خودداری خواهد کرد و به تمامی گزارشگران مستقل خود دستور داد تا با نیروهای انتظامی ادغام شده و حرکت کنند.

در دهه گذشته، آنجا که روابط دیپلماتیک بین طرفین درگیر وجود نداشت، شبکه‌های خبری تا حدی نقش میانجی‌گر هم ایفا می‌کردند. در این گونه شرایط، پیامها، تهدیدات، قولها و پیشنهادات طرفین درگیر معمولاً از طریق رسانه‌ها در و بدل می‌شدند. ایفای چنین نقشی هر چند به مشهور شدن و افزایش نرخ سهام بسیاری از شبکه‌های تجارتي، از جمله سی - ان - ان در جنگ قبلی خلیج منجر شد، اما، استقلال و آینده خبرنگاران و بر همین اساس نظام دموکراسی لیبرال را مورد تهدید قرار داده است. تلاش برای تبدیل شدن به یک کانال دیپلماتیک به شکل آشکاری طرفین درگیر را وادار کرده تا با خبرنگاران به همان گونه رفتار کنند که با دیپلمات‌ها. اخراج خبرنگاران از کشورهای طرف درگیر و تبدیل کردن مراکز رسانه‌ها به یک هدف نظامی نشانه این روند ناگوار است، همه جنگ‌ها به ناگزیر برندگان و بازندگان بسیاری بر جای می‌گذارند. در جنگ قبلی علیه عراق سی - ان - ان بدون تردید یکی از برندگان بود و در جنگ اخیر فاکس و الجزیره هر کدام بدلیل متفاوت نقشی را ایفا کردند که به افزایش وزنه و نفعشان منجر شد. شبکه کابلی فاکس در ایالات متحده در عرصه اخبار از شبکه‌های با سابقه‌تر و اصلی این کشور پیش گرفته و روی آوری میلیونها نفر به الجزیره باعث افزایش اهمیت آن در دنیا و ویژه کشورهای عربی شده است. در دو هفته اول جنگ ۴ میلیون مشترک جدید در اروپا به الجزیره پیوستند. این کانال همچنین تار نمای انگلیسی خود را راه انداخته و قصد دارد بزودی شبکه خبری انگلیسی زبان خود را راه بیندازد. بازندگان اصلی اما مردم عراق، حقیقت و دموکراسی‌اند. «قرن جدید» نئولیبرالها نیازمند رسانه‌های «جهانی» و نئولیبرال است. روی آوری میلیونها نفر به الجزیره اما نشان می‌دهد که عطش برای دسترسی به اخبار با دید متفاوت همچنان بقوت خود باقی است. ایدئولوژی، جنگ تمدنها و «جهانی شدن» تلاشی برای به زیر پرده کشاندن مرحله جدیدی از مبارزه طبقاتی است. ائتلاف نئولیبرالها در سطح بین‌المللی و منطبق بودن «منافع» و «ارزشهای» خاندان بوش و رامزفلد با رهبران باصلاح کنگره ملی عراق بیانگر اینست که شکاف و اختلاف نه افقی و میان «تمدنهای» منطقه‌ای، بلکه عمودی و میان فقرا و ثروتمندان است. این شکاف یک شکاف بین‌المللی است. برای مبارزه با نئولیبرالیسم و رسانه‌های آن به رسانه‌های رادیکال و سوسیالیست نیاز جدی هست. ضرورت رسانه‌های دمکراتیک مسأله‌ای نیست که به بعد از انقلاب موکول شود.

## منابع:

- 1) Edward Said (1978) Orientalism: Western Conceptions of the Orient. Pantheon.
- 2) Samuel Huntington (1993) Clash of civilization? Foreign Affairs Summer 1993.
- 3) Robert McChesney (1999) Rich Media, Poor Democracy. University of Illinois Press.
- 4) Ben Bagdikian (2000) Media Monopoly. Beacon Press.
- 5) Benedict Anderson (1983) Imagined Communities. Verso.
- 6) Michael Rebehn (2003) FT: forked tongue? or what makes up your mind? www.opendemocracy.net.
- 7) Philip Knightley (2000) First Casualty. Prion Books.
- 8) Adel Darwish (2003) Halabja: whom does the truth hurt? www.opendeocracy.net.
- 9) www.opi.org
- 10) John Pilger (2003) Journalism? www.pilger.carlton.com
- 11) www.electroniciraq.net/news
- 12) Philip Knightley (2003) Turning the tanks on the reporters. British Journalism Review, 14(2).