

بررسی چگونگی ترور شخصیت‌ها در فضای رسانه

(نامانی سایبری پسا ۱۱ سپتامبر بر مبنای رهیافت انفجار درونی)

نگارنده گان: سلیمان ارجمند رشیدی و رضا رفیعی نژاد

چکیده

با فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی در اواخر قرن بیستم و به تبع آن گسترش ارتباطات و کم‌رنگ شدن ابعاد مکانی، جهانی پدید آمده است که دارای مشخصات، ملاک‌ها و معیارهای متفاوتی نسبت به دوران گذشته است. به طور مشخص در دوران پسا ۱۱ سپتامبر، فضای رسانه‌یی جدید در هماهنگی با پیشرفت‌های به دست آمده در زمینه فناوری اطلاعات، به ابزار مهمی برای بازی گران سیاسی تبدیل شده است که به موازات کنترل امور جهان و جهت‌دهی به افکار عمومی، شبه بحران‌هایی ارائه کنند تا بتوانند در بین موضوعات مختلف روز - با درجه اهمیت نابرابر - اولویت قابل شوند. در چنین شرایطی است که ترور شخصیت در عرصه رسانه مصداق می‌یابد؛ بر این اساس، پرسش اصلی پژوهش این طور مطرح شده است که کنش گران سیاسی چگونه با استفاده از رسانه، سیاست و روابط بین‌الملل به ترور شخصیت‌های رقیب می‌پردازند؟ این موضوع بر اساس رهیافت «انفجار درونی» و روش تفسیری بررسی شده است؛ نتیجه این که پیوند کنش‌هایی همچون «اسم‌گذاری»، «اتهام زنی»، «انتقال»، «گواهی»، «مغالطه»، «تکرار» و «توسل به طنز» با فضای رسانه‌یی جدید می‌تواند مرز بین خیال و واقعیت را از بین ببرد و با قدرت جانب‌دارانه مخاطب را در دنیایی از «حاد واقعیات» و «وانمودها» ارجاع دهد که دیگر قادر به تشخیص امر واقع از بازنمایی نخواهد بود.

واژه‌های کلیدی: تروریزم سایبری، حادّ واقعیت و وانموده.

مقدمه

با پیشرفت فناوری ارتباطات و از بین رفتن فاصله مکانی جهانی پدید آمده است که دارای مشخصات، ملاک‌ها و معیارهای متفاوتی نسبت به دوران گذشته است. در جهان کنونی دیگر روابط بین کشورها همچون گذشته نیست که تنها دولت‌ها و حاکمیت‌ها از یک‌دیگر تأثیر پذیرند؛ بلکه در عصر جدید، علاوه بر دولت‌ها، اشخاص، جوامع یا به تعبیر بهتر افکار عمومی جهانی نیز به‌عنوان یک عامل تأثیرگذار شناخته شده و در برنامه‌ریزی‌های استراتژیک منظور می‌شود.

در این شرایط «بوداریا» توضیح می‌دهد که رسانه با ایجاد فضای حاد واقعیت و عدم امکان دسترسی به آنچه به وقوع پیوسته است، توده را درگیر جهانی از نشانه‌ها، تصاویر و وانمودها کرده، امکان دسترسی افراد به واقعیت در هر حوزه را منحل می‌کند و با تشدید انبوه‌پروری به هدف خود نایل می‌گردد؛ بر این اساس رسانه با ربودن معنا، سیاست‌زدایی از سیاست و فرهنگ‌زدایی از فرهنگ - در حوزه‌ی فراتر از تفسیر مجدد و صرفاً غرض‌ورزانه - محتوا ارائه می‌دهد. به این ترتیب در دنیای امروزی، پیشرفت‌های به‌دست آمده در زمینه فناوری اطلاعات به ابزار مهمی برای کشورها تبدیل شده است تا به کنترل امور جهان پردازند. البته مسأله مهم‌تر، پیوند تنگاتنگ میان فناوری اطلاعات و سیستم رسانه‌های جهانی است که در شکل دادن به افکار عمومی نقش اساسی ایفا می‌کند؛ به‌طوری که رسانه‌ها شبه بحران‌هایی ارائه می‌کنند تا بتوانند در بین موضوعات مختلف روز که اهمیت نابرابر دارند اولویت قایل شوند. در چنین شرایطی است که ترور شخصیت در عرصه رسانه عینیت می‌یابد؛ زیرا رسانه‌ها با پیروی از چنین کارکردی جهت واقعی جلوه‌دادن نشانه‌ها مخاطب را در دنیایی از حاد واقعیات و وانمودها ارجاع می‌دهند که دیگر قادر به تشخیص امر واقع از بازنمایی نخواهد بود. بر این اساس پرسش اصلی پژوهش این است که کنش گران سیاسی چگونه با استفاده از رسانه در عرصه سیاست و روابط بین‌الملل به ترور شخصیت‌های رقیب می‌پردازند؟ این پرسش بر اساس رهیافت «انفجار درونی» و روش تفسیری مورد کنکاش قرار خواهد گرفت و با توجه به این که روش موردنظر اثباتی نیست. لذا از طرح فرضیه و درست آزمایی آن خودداری شده است.

۱. چارچوب نظری

امر حاد واقعی امری فراسوی بازنمایی است؛ تنها از آن‌رو که در چارچوب وانمایی قرار گرفته، در عرصه‌یی که در آن حاملان بازنمایی دیوانه‌وار به سیلان میفتند، جنون فروپاشی‌یی که به جای آن که برون‌مرکزی باشد، نگاه خود را به مرکز، به تکرار ورطه‌وار خود می‌دوزد. حاد واقع‌گرایی، همچون فاصله‌گیری درونی از رویایی که به ما مجال می‌دهد تا بگوییم که در حال رویا دیدنیم، تنها بازی سانسور و استمرار رویا بوده، به جزء مکمل واقعیت رمزگانی شده‌یی بدل می‌شود که به آن استمرار بخشیده و دست‌نخورده‌اش می‌گذارد (بودریار، ۱۳۸۷: ۲۶).

جان بودریار (Jean Baudrillard) با طرح مفاهیمی چون «وانموده» و «حاد واقعیت»، نشانه را حامل هیچ‌گونه رابطه‌یی با واقعیت ندانسته و آن را وانمودهٔ ناب می‌داند. او معتقد است وانموده هرگز آن چیزی نیست که حقیقت را پنهان می‌کند؛ بلکه وانموده را حقیقتی می‌داند که عدم وجود حقیقت را پنهان می‌دارد و در نتیجه وانموده حقیقی است (حامدی و رضوی، ۱۳۹۴: ۸۲-۷۲). بودریار در بخشی از نوشتهٔ خود تحت عنوان «بی‌ارجاعی ربانی»، تصاویر تفاوت میان تظاهر، تدلیس و وانمود کردن را مورد بحث قرار داده و بیان می‌کند که در مورد نخست حدی برای حضور و غیاب و یا نسبتی در جهت شأن حقیقی امور باقی می‌ماند؛ اما تظاهر را فرمی از تدلیس یا پوشاندن احساسات واقعی شخص می‌داند و معتقد است تظاهر، یعنی همان وانمود کردن به داشتن آنچه نداریم (جی. لین، ۱۳۸۹: ۱۱۶)؛ از این‌رو این دیدگاه ما را به ورطهٔ ژرف و رعب‌آور فرومی‌برد؛ جایی که این امر جامعه‌ظواهر، اجراگری و فروپاشی عقلانیت را ایجاد می‌کند. چنین جهانی را بسیاری از منتقدان، پست‌مدرن نامیده‌اند (جی. لین، ۱۳۸۹: ۱۲۰).



بر این اساس حاد واقعیت، یعنی «جهانی فاقد منشای حقیقی؛ بدین قرار دیگر حتی امر واقعی را به عنوان یک‌طرف معادله نداریم؛ زیرا حاد واقعیت است که به سبک غالب تجربه و درک جهان بدل خواهد شد» (جی. لین، ۱۳۸۹: ۱۱۴)؛ این

بدان معنا است که پیام واقعی رسانه‌ها پیامی که به شکل ناآگاهانه و عمیق رمزشکنی و مصرف می‌شود، محتوای ظاهری صداها و تصاویر نیست؛ بلکه طرحی الزام‌آور است که به جوهره فن این رسانه‌ها وابسته است و هدف از آن تجزیه و تقطیع واقعی به نشانه‌های متوالی و معادل است. در نتیجه این حقیقت بیشتر جلوه‌گر می‌شود که هر پیامی در ابتدا دارای این کارکرد است که به پیامی دیگر ارجاع می‌دهد - به طور مثال جنگ ویتنام به آگاهی، آگاهی به اخبار و غیره - که کنار یک-دیگر قرار گرفتن نظام‌مند آن‌ها شیوه گفتمانی رسانه، پیام و معنا را بر ما تحمیل می‌کند (بودریار، ۱۳۸۹: ۱۸۷).

به اعتقاد بودریار وانمود سه سطح دارد؛ سطح اول، نسخه بدلی از واقعیت است که به روشنی قابل تشخیص است؛ سطح دوم، نسخه بدلی - آن چنان طبیعی - که مرزهای میان واقعیت و بازنموده را محو می‌کند؛ و سطح سوم، نسخه بدلی است که واقعیتی از آن خود را تولید می‌کند بدون این که ذره‌یی بر واقعیات جهان تکیه داشته باشد. بودریار سطح سوم وانموده‌ها را آنجا که الگویی از جهان پیش می‌گیرد، حاد واقعی می‌نامد (جی. لین، ۱۳۸۹: ۴۵). به زعم بودریار در حاد واقعیت کمر به محاکمه و قتل اُبژه بسته می‌شود و میل مفرط به حذف معنا در آن موج می‌زند که ماحصل آن ایده دنیای معاصر به مثابه انتزاعی تمام‌عیار است؛ جایی که واقعیت خود غایب است و همه چیز وانموده می‌شود. بودریار ادعا می‌کند که واقعیت ساخته رسانه، دیگر به مدلول بیرونی ارجاع ندارد؛ بلکه حقیقتی می‌سازد که مرجعش خود آن است (حامدی و رضوی، ۱۳۹۴: ۷۷-۷۴)؛ از این رو رسانه به عنوان آفریننده بت‌هایی ذهنی عمل می‌کند که به صورت کاملاً یک‌سویه درصدد ایجاد و تولید آگاهی‌یی تثبیت‌شده و تا حدی غیرقابل تغییر در افراد است.

در این نظام، هر فردی از جامعه تبدیل به نشانه و حتی یک برده و خدمت‌کار شده و مهره و شرطی برای رسیدن نظام حاکم به مطلوب خود محسوب می‌گردد. بودریار توضیح می‌دهد که رسانه با ایجاد فضای حاد واقعیت و عدم امکان دسترسی به واقعیت واقعی، توده را درگیر جهانی از نشانه‌ها، تصاویر و وانمایی‌ها می‌کند و با تشدید انبوه پروری به هدف خود نایل می‌گردد؛ یعنی ایجاد هماهنگی بین نظرات و اعتقادات توده‌ها و کپی کردن تجربیات آن‌ها که در این رویکرد وجوه متمایز هویتی افراد مختومی می‌شود و توده تمام محتویات رسانه را جذب می‌کند. این امر

شامل همه مفاهیم می‌شود؛ مفاهیمی که به شیوه نرم و در قالب سرگرمی در ناخودآگاه خصوصی ترین بخش‌های زندگی نفوذ می‌کند و فضایی را شکل می‌دهد که در آن فرد جز گیرنده و مصرف‌کننده بودن، نقشی ندارد (منصوریان، ۱۳۹۲: ۶۱-۶۰).

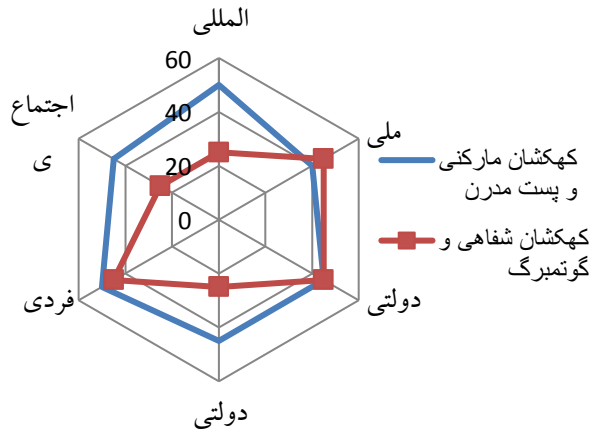
بر اساس آنچه گفته شد، ربودن معنا از واقعیت، سیاست‌زدایی از سیاست، فرهنگ‌زدایی از فرهنگ و جنس‌زدایی از بدن در مصرف رسانه‌های گروهی - در حوزه‌ی فراتر از تفسیر مجدد و صرفاً غرض‌ورزانه - محتوا صورت می‌گیرد. در این حالت است که همه‌چیز تغییر یافته و واقعیتی جدید همه‌جا را فرا می‌گیرد؛ واقعیت جدید که کاملاً از ترکیب عناصری تشکیل شده است که سپس واقعه، ساختار یا موقعیت بر روی آن عناصر اجرا می‌شود و این فرآیند نتایجی تاکتیکی برای تأثیرگذاری بر واقعیت اتخاذ می‌کند؛ اما عدم اطمینان، چنان شبیح در همه جای حوزه ارزش حضور می‌یابد و به صورتی مستمر ظاهر می‌شود و سر برمی‌آورد (فرهادپور، ۱۳۸۰: ۴۸). این الگو سازی می‌تواند در یک شیوه علمی کنترل‌شده به منزله وسیله تحلیل مورد استفاده قرار گیرد و در رسانه‌های گروهی، قدرت واقعیت را به دست آورد که در نهایت واقعیت برانداخته و نابود شده تا نوواقعیت الگو که خود رسانه به آن قدرت مادی بخشیده جای آن را بگیرد (بودریار، ۱۳۸۰: ۱۱۸)؛ بنابراین در چنین شرایطی است که ترور شخصیت در عرصه رسانه مصداق می‌یابد؛ زیرا رسانه‌ها در تمامی اشکال و ابعاد خود با پیروی از چنین کارکردی جهت واقعی جلوه‌دادن نشانه‌ها به مخاطب یا ابژه او را در دنیایی از حاد واقعیات و وانمایی‌ها ارجاع می‌دهند که دیگر قادر به تشخیص امر واقع از بازنمایی نخواهد بود.

۲. بحران آفرینی رسانه در افکار عمومی

همان‌طور که اشاره شد، جنگ سرد جهان را به‌طور جدی وارد مرحله جدیدی کرد که این مرحله قطعاً با مرحله پیش از آن متفاوت است. تفاوت اساسی ایجاد شده در این مرحله که عمده‌تاً پس از جنگ جهانی دوم آغاز گردید، تغییر ایجاد شده در سطح روابط بین‌الملل به نفع ارتباطات بین‌الملل است؛ به عبارت دیگر، قدرت از نیروی عینی ظاهری همانند قدرت نظامی و نیروهای سخت‌افزاری به نیرو و قدرت‌های ذهنی و درونی همچون افکار عمومی، اعتقادات و فرهنگ که در مفهوم «ارتباطات» نهفته است منتقل گردید؛ بنابراین دوره پس از جنگ سرد و به‌ویژه وضعیت پسا

۱۱ سپتامبر - که فناوری مربوط به رسانه‌های جمعی مدرن تحول اساسی و گسترده‌یی پیدا کرده است، مرحله دگردیسی قدرت است (آستین و سینا، ۲۰۰۲: ۱۲۱).

در این عصر رسانه‌های نوین وضعیت بحران‌های بین‌المللی را وارد مرحله جدید کردند. انتقال از «کهکشان شفاهی» به «کهکشان گوتمبرگ» و سپس به «کهکشان مارکنی» و سرانجام عصر مجازی و دیجیتال پیامدهای خود را داشته است. در مرحله شفاهی و گوتمبرگ، انتشار پیام که نقش اساسی در شکل‌گیری بحران و پخش آن دارد عمدتاً بر پایه فردی تا اجتماعی، دولتی تا مردمی و ملی یا حداکثر منطقه‌یی تا بین‌المللی بوده است. در مراحل بعدی به‌ویژه در عصر دیجیتال و جهانی‌شدن وضعیت و گستره انتشار پیام کاملاً ترکیبی از فرد و جامعه، دولت و مردم، ملی و جهانی است. در این وضعیت پیام نه تنها ناقل معنا است؛ بلکه تولیدکننده معنا نیز است. در این حالت است که بحران می‌تواند پیچیده‌تر، عمیق‌تر، گسترده‌تر و جدی‌تر باشد (بشیر، ۱۳۸۶: ۱۲۱).



نمودار شماره ۱: تفاوت گستره بحران در کهکشان‌های مختلف ارتباطی

«مک لوهان» (Marshall McLuhan) در کتاب خود با عنوان «برای درک رسانه» معتقد است: «پیام» رسانه است؛ یا به عبارت دیگر، تأثیر یک رسانه بر افراد یا جامعه به میزان شدت تغییرات در مقیاس‌ها و معیارهایی بستگی دارد که هر فناوری جدید در زندگی روزمره پدید می‌آورد. بسیاری معتقد هستند که آنچه نقش عمده ایفا می‌کند خود ماشین یا دستگاه نیست؛ بلکه

استفاده‌ی بی‌است که از آن به عنوان «پیام» به عمل می‌آید. یک رسانه می‌تواند سبک روابط انسانی را شکل دهد و معیارهای عملکردهای موجود در این رابطه را مشخص کند (مختاری، ۱۳۸۸: ۷۰)؛ از این رو، رسانه‌ها با خلق پیام‌های غیر واقعی یا به عبارتی دیگر تولید «شایعات» و «سیاه نمایی» می‌توانند بحرانی ایجاد و با تبیین و تفسیر و با پخش مداوم، بحرانی را کنترل کنند. اصولاً رسانه‌ها به دلیل قدرت بسیار زیاد آن‌ها بر جذب مخاطبان انبوه و توانایی در شکل دادن به افکار و آرای عمومی، نقش اساسی در بحران‌ها و برخوردهای سیاسی، اجتماعی و نظامی ایفا می‌کنند (بشیر، ۱۳۸۶: ۱۲۱).

اینجاست که رسانه با ارائه نقش‌های مختلف، توانایی زیادی در آغاز، مدیریت و فرجام بحران‌ها را در دست می‌گیرد و عمدتاً از طریق شیوه‌های تأثیرگذاری که مبتنی بر نظریه «انگاره‌سازی» (Cultivation Theory) است، اسطوره‌سازی و بزرگ‌نمایی یک اتفاق ساده و تبع آن خلق یک واقعیت - به ظاهر معنی‌دار - به انجام می‌رسد.

۳. ترور شخصیت در فضای رسانه

عصر جهانی شدن globalization عصر جنگ‌های صامت است که در آن ایجاد، گسترش و تعمیق بحران‌ها به شیوه‌ی فراگیر تبدیل شده است. در این عصر توالی بحران‌ها و پیوند آن با یک‌دیگر به مثابه یک پدیده فراملی مطرح است (بشیر، ۱۳۸۶: ۱۱۳). از جمله این بحران‌ها می‌توان به «ترور شخصیت» در عرصه رسانه اشاره نمود که محور اصلی پژوهش حاضر را شکل داده است.

۳-۱. تروریزم سایبری

دائرة المعارف مشهور فرانسوی «لاروس» واژه «ترور» (Terror) را برگرفته از ریشه لاتین (Terreur) به معنای نظام یا رژیم وحشت دانسته است. ترور در معنای اصطلاحی، ایجاد هراس در بین توده مردم یا گروهی از مردم به منظور در هم شکستن مقاومت، برقراری نظام یا فرایند سیاسی بر پایه ترس - با به کارگیری اقدامات حاد و خشونت‌بار - است (شاه علی و موحیدیان، ۱۳۹۱: ۲۷). به موازات این، «ترور شخصیت» را می‌توان اتهام بستن و شایع کردن جرمی در حق کسی بدون آن که جرم اثبات شود یا حتی واقع شده باشد، دانست؛ چنانچه این عمل به منزله نابودکننده و قاتل شخصیت او محسوب می‌شود (حقیقی، ۱۳۸۰: ۲۰۰).

تروریزم مدرن که نوع جدیدی از کشمکش است از قرن ۱۹ به بعد در صحنه‌های خشونت‌بار اجتماعی مطرح شده است. این شکل از تروریزم در مقابل شکل سنتی سعی بر آن دارد که رسانه را به عنوان یکی از متحدین خود جذب نماید. این نوع تروریزم ارتباطات و رسانه را سلاح بالقوه می‌داند و تمایل دارد اقدامات و باورهای خویش را به وسیله آن برجسته نماید. بر این اساس می‌توان این گونه استنتاج کرد که هدف تروریست‌ها، ایجاد فضای وحشت و ترس در سراسر یا بخش قابل توجهی از جامعه - در حیطه‌های واقعی و مجازی - برای رسیدن به اهداف خویش است (رهنورد، ۱۳۸۵، ۹۰۵).

«کالین باری» (Colin Barry) اولین فردی بود که در دهه ۱۹۸۰ میلادی اصطلاح «تروریزم مجازی» (virtual Terrorism) را به کاربرد و تعریفی برای آن ارائه کرد. بر اساس تعریف وی، تروریزم مجازی به حمله یا حملاتی اطلاق می‌شود که با برنامه‌ریزی قبلی و با اغراض سیاسی توسط گروه‌های ضد دولتی خارجی یا مأموران مخفی خارجی یا اشخاص حقیقی علیه سامانه‌های اطلاعاتی و ارتباطی، سامانه‌های اینترنتی، برنامه‌ها و داده‌ها انجام می‌شود که نتیجه عملی آن وقوع اقدامات خشونت‌آمیز و هدف‌نهایی و از پیش تعیین شده آن ایجاد ترس و ناامنی در میان مردم عادی است (شاه علی و موحدیان، ۱۳۹۱: ۳۰). چنانچه امروزه برخی از دولت‌ها نیز با حمایت مستقیم و غیرمستقیم از تروریست‌های مجازی علیه اشخاص، احزاب، گروه‌ها و نیز دولت‌های رقیب یا متخاصم وارد عمل شده و تلاش می‌کنند اهداف از قبل تعریف شده خود را عملی کنند (شاه علی و موحدیان، ۱۳۹۱: ۳۴-۳۰).

فضای مجازی به مجموعه‌یی از ارتباطات درونی انسان‌ها از طریق کامپیوتر و وسایل مخابراتی - بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی - اشاره دارد؛ اما کاربرد اصطلاح «مجازی» در مورد فضای شبکه‌یی با توجه به تحولات سریع دهه اخیر در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، نارسا و تا حدودی ناقص می‌نماید و در جامعه اطلاعاتی در حال منسوخ شدن است. به همین لحاظ واژه‌یی که جامعه‌شناسان غربی به جای این اصطلاح به کار می‌برند و معتقدند مفهوم رساتری برای جامعه مجازی به همراه دارد، واژه «سایبر» (Cyber) است که معنی واقعیت غیر فیزیکی را احتوا می‌کند (جعفری‌نژاد و همکاران، ۱۹۱: ۳۹-۳۸).

بدون شک، امروزه رسانه‌ها بیش از هر عاملی بر فرهنگ عمومی تأثیر دارد. در گذشته فرهنگ عمومی و اشاعه آن بیشتر در دست خانواده، طایفه و قبیله بود؛ چنانچه اعضای خانواده این فرهنگ‌ها را به نسل بعدی انتقال می‌دادند و به خاطر عمومی بودن این فرهنگ‌ها، دخل و تصرف کمتری در آن انجام می‌شد؛ اما امروزه رسانه‌های جمعی همچون ماهواره، کامپیوتر، تلفن همراه و اینترنت که نوعی ابزار فرهنگ‌سازی تلقی می‌شوند جای این نهادها را گرفته و تا دورتر از مرزها آن را گسترش می‌دهند. بررسی کوتاه درباره تأثیر رسانه‌های ارتباط جمعی بر افکار عمومی مؤید این مطلب است که تأثیر آن بسیار پیچیده، چندبعدی و گسترده است و قدرت دگرگونی حیرت‌آوری به همراه دارد؛ به عبارتی، اگر زمانی بازور اسلحه و سرنیزه مردم را وادار به تبعیت از خود می‌کردند، اکنون پایدارترین، مؤثرترین و کم‌هزینه‌ترین راه اعمال نفوذ، تغییر ارزش‌ها و نگرش‌های مردم از دریچه فرهنگ و استفاده از رسانه است (جعفری و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۴-۴۰).

با توجه به آنچه گفته شد، فعالیت‌های کنونی در خصوص تسخیر فضای سایبری و استفاده از آن برای رسیدن به اهداف -توسط افراد و دولت‌ها- امری است که نمی‌توان از آن چشم‌پوشی کرد. جنگ اطلاعاتی یک فعالیت مجزا نیست؛ این جنگ نیز در حیطه فعالیت دولت‌ها و برخوردهای انسانی توأمان وجود دارد؛ چنانچه این فعالیت‌ها را می‌توان در قل مروهای امنیت ملی و بین‌المللی، جرایم، حقوق فردی و دستیابی غیرمجاز بازشناسی کرد.

۳-۲ چگونگی ترور شخصیت: وانموده منفی در حاد واقعیت سایبری

فناوری‌های جهانی اطلاعات و ارتباطات و نیز جهانی‌سازی، غالباً در بازنمایی‌های‌شان برای نهادها و فرایندهای سیاسی در سطح جهان بحران‌هایی ایجاد کرده‌اند (آستین و سینا، ۲۰۰۲: ۱۲۲)؛ زیرا با متعدد شدن موارد استفاده از اینترنت بدیهی است که این شبکه سازمان و ساختمان اولیه خود را از دست داده است. در این میان از جمله مواردی که تحت تأثیر این روند قرار گرفته، قانون است؛ به‌طوری‌که بسیاری از انجمن‌ها، مجامع، سازمان‌های غیردولتی و دولت‌ها این امر را مورد تأیید قرار داده و بحران عدم پاسخ‌گویی قوانین موجود -نسبت به فضای سایبری- را جدی می‌پندارند. در این حوزه مسأله اصلی، عدم امنیت زندگی خصوصی شخصیت‌ها است؛ به‌طور مثال پزشک معالج «فرانسوا میتران»، اسراری از بیماری و زندگی شخصی فردی را در کتابی فاش کرد که به

درخواست خانواده رئیس جمهور سابق و هم چنین نظام پزشکی، فروش آن از طرف دولت متبوعه ممنوع اعلام شد؛ اما چند ساعت بعد تعدادی مهندس کامپیوتر در گرونیبل تمام کتاب را روی شبکه اینترنت وارد کرده و در دسترس عموم قرار دادند (غفاری، ۱۳۸۵: ۲۱)؛ بنابراین کنترل ناپذیری و لجام گسیختگی یکی از ویژگی های چشمگیر فناوری های اطلاعات و ارتباطات است. گسترش فناوری های اطلاعات و ارتباطات به گونه ایی است که در بسیاری از موارد حتی عاملان گسترش و زمینه سازان آن نیز نمی توانند آن را در کنترل خود در آورند. قاعده گریزی در این پدیده، سایر ویژگی های فناوری های اطلاعات و ارتباطات را تحت الشعاع قرار داده است. این ویژگی به علت ماهیت شبکه ایی فناوری اطلاعات و ارتباطات است که نوعی وضعیت غیر سلسله مراتبی و شبکه ایی را پدید آورده است و محیط سنتی و پویای امنیتی را که نظام مند بود، نه تنها تحت تأثیر قرار می دهد؛ بلکه هنجارهای امنیتی را نقض کرده و چالش امنیتی شبکه ایی را به وجود می آورد؛ به طوری که با محیط قاعده مند، سازگاری ندارد و کنش گران موجود نیز نمی توانند به نحو مناسب با آن ها مقابله کنند. در این وضعیت است که کنش گران جدید در کنار کنش گران موجود، ظهور می کنند (سلطانی نژاد و همکاران، ۱۳۸۵: ۷۸).

این پدیده باعث ایجاد برخی اقدامات مانند عملیات روانی شده است. عملیات روانی از جمله واژه هایی است که تاکنون تعریف های گوناگون و متنوعی - بر اساس شرایط استفاده - از آن ارائه شده است. به اعتقاد ویلیام داواتی (William Davathy) عملیات روانی عبارت است از مجموع اقداماتی که از طرف یک کشور به منظور اثر گذاری و نفوذ بر عقاید و رفتار دولت ها و ملت های دیگر در جهت مغلوب کردن - با ابزارهایی غیر از ابزار نظامی، سیاسی و اقتصادی - انجام می شود. طرفداران این نگرش اغلب بر این باورند که تبلیغات، جزء اساسی و اصلی جنگ روانی است، نه همه آن.

نگرش دیگری وجود دارد که معتقد است عملیات روانی طیف وسیعی از فعالیت ها نظیر ترور و خشونت رمزی را در بر می گیرد که به منظور ارعاب یا ترغیب مخالفان طراحی می شوند (سیلان اردستانی، ۱۳۹۰: ۵۵). این امر در مطالعات رسانه ایی از طریق تصویر صورت می گیرد؛ به طوری که از طریق درونی کردن یک واقعه و درک آن، چنین فرایندی بدون احتساب بینش های بنیادین فرد

امکان‌پذیر می‌شود و شماهای ذهنی‌بی را شکل می‌دهد که بعضی از نیروهای اجتماعی را دشمن یا «دگر» فرض کرده و بخش دیگر را خودی به شمار می‌آورد (میرفخرایی، ۱۳۷۷: ۵).

مسئله دیگری که در این حوزه مورد توجه قرار می‌گیرد، تهدید نرم است. تهدید نرم را می‌توان عاملی دانست که موجب دگرگونی در هویت فرهنگی، مدل و الگوهای رفتاری مورد قبول یک نظام سیاسی می‌شود؛ به عبارت دیگر تهدید نرم، اندیشه و مدل را در حوزه‌های مختلف سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و دفاعی - امنیتی آماج قرار می‌دهد که نتیجه و پیامد آن در یک نظام سیاسی، استحاله و جای‌گزینی هویت‌های جدید است (مردای، ۱۳۸۹: ۹۴)؛ به‌طور کلی تهدید نرم نوعی سلطه کامل در ابعاد سه‌گانه حکومت، اقتصاد و فرهنگ است که از طریق استحاله الگوهای رفتار ملی و الگوهای مهاجم محقق می‌شود. با این نگرش، تمامی اقداماتی که موجب به خطر افتادن ارزش‌های حیاتی یک نظام سیاسی (زیرساخت‌های فکری، باورها و الگوهای رفتاری در حوزه اقتصاد، فرهنگ و سیاست) و یا ایجاد دگرگونی اساسی در عوامل تعیین‌کننده هویت ملی یک کشور شود، تهدید نرم به شمار می‌آید (مردای، ۱۳۸۹: ۹۴).

فن‌های رسانه‌یی از جمله مهم‌ترین روش‌های مورد استفاده عاملان تهدیدات نرم است. امروزه ردپای رسانه‌ها اعم از رسانه‌های دیداری (تلویزیون، قلم، انیمیشن و ...) شنیداری (رادیو، لوح‌های فشرده، صوتی، نوار کاست و ...)، نوشتاری (روزنامه، مجله، اعلامیه، بیانیه، بروشور)، چندگانه (انترنت و ...) را می‌توان در زندگی تمامی مردم نشان کرد؛ به همین دلیل عمال و متولیان اشاعه فرهنگی، عملیات روانی و قدرت و تهدیدات نرم از رسانه به‌منزله ابزارهایی استفاده می‌کنند که با بهره‌گیری از آن‌ها می‌توان: ۱- اذهان مخاطبان را دست‌کاری کرد؛ ۲- نگرش‌های نوینی در اذهان آنان شکل داد؛ ۳- نظرات و نگرش‌های پیشین آن‌ها را تغییر داد؛ ۴- ارزش‌های نوینی در اذهان آنان کاشت و ۵- به رفتارها و کنش‌های فردی و اجتماعی آنان جهت داد (مردای، ۱۳۸۹: ۵۷-۵۵). عاملان ترور شخصیت - اعم از حقیقی و حقوقی - از فن‌های رسانه‌یی زیر جهت تهدید، استفاده سیاسی، ارضای خصومت شخصی و یا ارائه تصویری قابل قبول از خود در برابر دیگری استفاده می‌کنند:

- ۱- اسم گذاری: منظور از اسم گذاری برچسب بد یا خوب زدن به یک فکر، پدیده یا شخص (حقیقی یا حقوقی)؛
- ۲- اتهام زنی: منظور از این فن آن است که جرایم بزرگی به یک شخص، گروه و یا کشوری انتساب داده شود؛
- ۳- انتقال: یعنی این که اقتدار، حرمت و منزلت امری مورد احترام به چیزی دیگر - برای قابل قبول کردن آن - منتقل شود؛ اما این انتقال تنها در موارد مثبت از فرد یا پدیده دیگر استفاده نمی شود؛ بلکه از آن برای انتساب صفات منفی نیز استفاده می شود؛
- ۴- گواهی: منظور از گواهی استفاده از افراد بانفوذ و مورد قبول (نظیر کارشناسان و متخصصان) برای تبلیغ له یا علیه یک شخص، گروه یا پدیده است. مقبولیت آن فرد موجب می شود تا مخاطبان نظر او را سهل تر بپذیرند؛
- ۵- مغالطه: مغالطه شامل گزینش و استفاده از اظهارات درست و نادرست، مشروع یا مغشوش و منطقی یا غیرمنطقی است. هدف عاملان تهدید نرم در استفاده از این فن آن است تا فرد، گروه یا پدیده یی را در نزد افکار عموم تخریب کنند.
- ۶- توسل به طنز: توسل به طنز و شوخی از جمله روش های رایج برای مجاب کردن مخاطبان است؛
- ۷- تکرار: عمل تهدید نرم برای محاسبه سازی مخاطبان پیام های تبلیغی خود را بارها تکرار می کنند. این اقدام موجب می شود تا نخست همه مخاطبان در معرض پیام قرار بگیرند و اغلب مخاطبان پیام را واقعی تلقی کنند و در برابر آن تسلیم شوند (مرادی، ۱۳۸۹: ۵۷-۵۵).

به هر حال، در عصر توالی و پیوند بحران ها، ترور شخصیت ها در عرصه رسانه هویدا می گردد؛ این مهم که با فعالیت های کنونی در خصوص تسخیر فضای سایبرنیک و استفاده از این فضا برای رسیدن به اهداف مشخص - توسط افراد، اشخاص و دولت ها - صورت می گیرد، امری است که نمی توان از آن چشم پوشی کرد؛ بنابراین فناوری جهانی اطلاعات و ارتباطات و نیز جهانی سازی، غالباً در بازنمایی هایش بحران هایی ایجاد می کند که یکی از این موارد، بی قانونی و

چالش فضای کلاسیک سلسله مراتبی است. در نتیجه این عامل باعث ایجاد برخی اقدامات مانند عملیات روانی و تهدید نرم به طور عام و ترور شخصیت‌های بانفوذ و تأثیرگذار به طور خاص می‌شود.

نتیجه‌گیری

با توجه به گسترش ارتباطات سایبری و تحول عظیم قدرت رسانه در پسا ۱۱ سپتامبر، دولت‌ها، نهادهای شهروندان و به طور کلی کنش‌گران مختلف جهان - با در دست داشتن دستگاه‌ها و سیستم رسانه‌یی نوین - توانایی بزرگی در امر اثرگذاری روی مخاطبان خود به دست آورده‌اند؛ در چنین شرایطی است که ترور شخصیت بیشتر از پیش مطرح شده است. بر همین اساس، پرسش اصلی این پژوهش بدین گونه مطرح شد که کنش‌گران سیاسی چگونه با استفاده از رسانه در عرصه سیاست و روابط بین‌الملل به ترور شخصیت‌های رقیب می‌پردازند؟ این پرسش از دریچه رهیافت انفجار درونی و با روش تفسیری بررسی شد.

رهیافت «انفجار درونی» که متعلق به نظریه پرداز پست‌مدرن، جان بودریار «است، با ارائه دو مفهوم کلی «حاد واقعیت» و «وانمود»، توانسته است؛ به عنوان چارچوب تحلیلی مناسبی در این باب مورد استفاده قرار گیرد. لذا این دو مفهوم را به عنوان افزایش دهنده قدرت حاشیه‌سازی و تخریب شخصیت افراد و نهادهای مختلف در کنش‌های انتقام‌جویانه همچون «اسم‌گذاری»، «اتهام زنی»، «انتقال»، «گواهی»، «مغالطه»، «تکرار» و «توسل به طنز» مورد توجه قرارداد.

فضای رسانه‌یی محیط مناسب کنش‌های مزبور است و به کمک فناوری اطلاعات و ارتباطات نوین، فضای سایبرنیتیکی را شکل داده که مشخصه اصلی آن ساختار افقی اطلاع‌رسانی است؛ این مهم موجب شده است تا پیگردهای جرم‌انگاران قانون سلسله مراتبی (عمودی) با مشکل رو به رو شود و جهانی خلق کند که در آن مرز بین خیال و واقعیت از بین رفته است. در این میان مخاطبان در دنیایی از واقعیات غیرواقعی و با درجه اضطراب شدید ارجاع داده می‌شوند که دیگر قادر به تشخیص آنچه واقعاً در عمل اتفاق افتاده از آنچه وانمود می‌شود که اتفاق افتاده است، نیستند.

سرچشمه‌ها

- ۱- آستین، لورا و سینا، نیکیل. (۲۰۰۲). «**رسانه‌های نوین جهانی و سیاست‌گذاری ارتباطات: نقش دولت در قرن بیست و یکم**». ترجمه لیدا کاووسی، شماره دوم، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، صص ۱۶۸-۱۲۱.
- ۲- بشیر، حسن. (۱۳۸۶). «**رسانه‌ها و معناشناسی بحران**»، فصلنامه نامه صادق، شماره ۳۱، صص ۱۱۲-۱۳۱.
- ۳- بودریار، ژان. (۱۳۸۰). **در باب تحقق میل در ارزش مبادله**، ترجمه مراد فرهادپور. تهران: نشر ارغنون.
- ۴- بودریار، ژان. (۱۳۸۰). **فرهنگ رسانه‌های گروهی**. ترجمه شیده احمدزاده. تهران: نشر ارغنون.
- ۵- بودریار، ژان. (۱۳۸۹). **جامعه مصرفی: اسطوره و ساختارها**. ترجمه پرویز ایزدی. چاپ دوم. تهران: نشر ثالث.
- ۶- جعفری نیا، مسعود و دیگران. (۱۳۹۱). «**نقش فضای مجازی در قدرت نرم**». مجله دانش سیاسی و بین‌الملل، سال اول، شماره چهارم، صص ۴۸-۳۲.
- ۷- جواهری، فاطمه و بالا خانی. (۱۳۸۵). «**رسانه‌های جمعی و اعتماد: بررسی رسانه‌های جمعی بر اعتماد اجتماعی**». مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، سال سوم، شماره اول، صص ۲۹-۲.
- ۸- جی، لین. (۱۳۸۹). بودریار. ترجمه کهرداد پارسا. تهران: نشر رخداد نو.
- ۹- حامدی، مهدی و رضوی، فاطمه. (۱۳۹۴). «**نظام نشانه‌ای حاد واقعیت در اندیشه بودریار و تطبیق آثار پیترو هالی با آن**»، فصلنامه فلسفی شناخت، پژوهش‌نامه علوم انسانی، شماره ۷۳/۱، صص ۸۴-۷۲.
- ۱۰- حقیقی، علی‌اکبر. (۱۳۸۰). «**نظری به قوانین جزایی اسلام؛ ترور شخص یا ترور شخصیت**؟» مجله مکتب اسلام، صص ۶۰-۵۶.

- ۱۱- روحانی، حسن. (۱۳۸۴). **رسانه‌های گروهی و امنیت ملی**. تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام ایران. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، صص ۳۴-۷.
- ۱۲- رهنورد، حمید. (۱۳۸۵). «**تروریزم، رسانه و افکار عمومی در آمریکا**»، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال نهم، شماره چهارم، صص ۹۳۳-۹۰۲.
- ۱۳- سیلان اردستانی، حسن. (۱۳۹۰). «**عملیات روانی و دیپلماسی رسانه‌ای**»، ماهنامه علمی تخصصی صدای جمهوری اسلامی ایران، سال هشتم، شماره ۵۰، صص ۶۱-۵۴.
- ۱۴- سلطانی نژاد، احمد و دیگران. (۱۳۹۵). «**فناوری اطلاعات و ارتباطات پیشرفته و تحول مفهوم حاکمیت در روابط بین‌الملل**»، سال هفتم، شماره اول، جستارهای سیاسی معاصر، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، صص ۹۹-۶۹.
- ۱۵- شاه علی، احمد رضا و موحدیان، احسان. (۱۳۹۱). «**تروریزم دولتی در فضای مجازی و راه کارهای مقابله با آن**»، فصلنامه رسانه، سال بیست و سوم، شماره ۲، صص ۴۶-۲۵.
- ۱۶- غفاری، ستاره. (۱۳۸۵). «**رسانه‌های نوین در خدمت تساوی جهانی یا تشدیدکننده نابرابری‌ها**»، فصلنامه رسانه، سال هفتم، شماره اول، صص ۲۱-۱۷.
- ۱۷- کلنر، داگلاس. (۱۹۹۴). **جامعه نمایش**. ترجمه اسماعیل یزدان پور. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ۱۸- لازار، ژودیت. (۱۳۹۵). **افکار عمومی**، ج. ترجمه مرتضی کتبی. تهران: نشر نی.
- ۱۹- محمدی، علی و احسن، محمد. (۱۳۸۱). **جنگ سرد دیگر: فناوری اطلاعات و رسان‌های جهانی**. ترجمه انسیه مراعی، سال چهارم، شماره اول، صص ۱۲۵-۱۱۷.
- ۲۰- مختاری، محمدعلی. (۱۳۸۸). **رسانه و جهت‌گیری افکار عمومی در تصمیم‌گیری عمومی**. تهران: نشر کتاب ماه، شماره ۲۴، صص ۷۷-۷۰.
- ۲۱- مرادی، حجت‌الله. (۱۳۸۹). **قدرت و جنگ نرم از نظریه تا عمل**. تهران: نشر ساقی.

۲۲- منصوریان، سهیلا. (۱۳۹۲). «هنر و حقیقت رسانه در روزگار پست مدرن؛ بررسی

رسانه به مثابه تولیدکننده وانمایی از منظر ژان بودریار»، فصلنامه کیمیای هنر، سال

دوم، شماره ۸، صص ۶۰-۷۲.

۲۳- میرفخرایی، تژا. (۱۳۷۷). «تحلیل گفتمان رسانه‌های غربی در پی حادثه ۱۱

سپتامبر: یک تحلیل رسانه‌ای؛ گفتمان نفرت»، فصلنامه رسانه، سال دوازدهم، شماره

سوم، صص ۹-۲.