

تروریسم، رسانه و افکار عمومی در آمریکا

حمید رهنورد

کارشناس ارشد روابط بین‌الملل

تاریخ ارائه: ۱۳۸۵/۳/۴

تاریخ تأیید: ۱۳۸۵/۴/۱۵

چکیده

امروزه یکی از مهیج‌ترین اخبار و تحلیل‌های رسانه‌ها و مطبوعات، مربوط به اقدامات گروه‌های تروریستی است و این موارد، سطح قابل توجهی از پوشش‌های خبری را به خود اختصاص داده‌اند. در واقع، تروریسم و رسانه رابطه‌ای متقابل دارند. هدف تروریسم گسترش فضای وحشت و ترس و بی‌اعتمادی به نهادهای دولتی در جامعه است و نیل به این هدف، بدون پوشش رسانه‌ای و تأثیر گسترده آن بر افکار عمومی ممکن نیست. بر این اساس، مقاله حاضر سعی دارد با کاربست روش تجربی به بررسی آمارهای ارائه‌شده توسط مؤسسات افکارسنجی عمومی و همچنین تحلیل تأثیر اقدامات تروریستی بر جامعه آمریکا از دو بعد رسانه و افکار عمومی بپردازد. در واقع رسانه‌ها در ایجاد نظم گفتمانی به ویژه در دوره‌های بحران، نقشی فزاینده دارند. بنابراین دولت ایالات متحده نیز پس از ۱۱ سپتامبر با تأکید بر رهیافت هژمونیک در مدیریت اطلاعات، از دسترسی آزاد شهروندان به جریان اطلاعات جلوگیری کرده و سعی در سانسور یا ایجاد پوشش‌های خبری برای جلب رضایت عمومی از تصمیمات حومتی دارد.

کلیدواژه‌ها: تروریسم، رسانه، ۱۱ سپتامبر، افکار عمومی، خودسانسوری، شکاف اطلاعاتی

مقدمه

زمانی که تروریسم را در دیگر کشورها، با تروریسم در آمریکا مقایسه می‌کنیم، آن را پدیده‌ای منحصر بفرد نخواهیم یافت، زیرا تروریسم داخلی در این کشور قدمتی بیش از تأسیس آن دارد. برای مثال می‌توان به تروریسم ناسیونالیست در این سرزمین طی جنگ‌های قرن ۱۷ که حتی تا امروز نیز ادامه دارد، اشاره نمائیم. در نتیجه، تروریسم پدیده جدیدی نیست که بتوان ظهور آن را به حملات ۱۱ سپتامبر و یا چند دهه قبل از آن تحویل نمود، بلکه حضوری چندقرنی در آمریکا دارد. امروزه حملات تروریستی ۱۱ سپتامبر باعث تمرکز نگاه مؤسسات تحقیقاتی، رسانه‌ها و افکار عمومی نسبت به این پدیده تهدیدکننده قرن ۲۱ گردیده است. ماهیت وحشتی که ریشه در عملکرد گروه‌های بی‌شماری در بطن تاریخ دارد.

این پژوهش سعی دارد با کاربست روش تجربی، به بررسی آمارهای موجود ارائه شده توسط مؤسسات آمارسنجی افکار عمومی و همچنین با توجه به مقالات و کتاب‌های مربوطه، به بررسی و تحلیل تأثیر عملکرد تروریسم بر جامعه آمریکا از دو بعد رسانه و افکار عمومی و همچنین تأثیر رسانه بر افکار عمومی بعد از حملات ۱۱ سپتامبر بپردازد.

این مقاله، به این سؤال اصلی می‌پردازد که حملات تروریستی ۱۱ سپتامبر چه تأثیری بر کارکرد رسانه و افکار عمومی آمریکا داشته است؟

در ذیل این پرسش اصلی، چند سؤال فرعی هستند که عبارتند از:

- رسانه به عنوان یکی از مکانیزم‌های جامعه‌پذیری، چه نقشی در جهت‌دهی افکار عمومی آمریکا بعد از ۱۱ سپتامبر داشته است؟

- آیا ۱۱ سپتامبر به عنوان متغیری اصلی، باعث جلب حمایت شهروندان آمریکایی از سیاست خارجی کشور خویش به ویژه سیاست‌های ضدتروریسم کاخ سفید گشته است؟
در پاسخ به این پرسشها، موارد ذیل را مفروض گرفته‌ایم:

یک. وقوع ترور در جزیره ثبات «آمریکا» ایجادکننده امواج گوناگونی در بیشتر ابعاد زندگی شهروندان این کشور گشته است. با توجه به این مهم، شاهد توجه فزاینده تصمیم‌گیرندگان کاخ سفید به بهره‌گیری بهینه از رسانه‌ها و مطبوعات برای الگوسازی سیاست‌های خویش در بین افکار عمومی در جنگ علیه تروریسم هستیم.

دو. به دلیل غیرواقعی بودن بخش قابل توجهی از ادعاهای کاخ سفید در جنگ علیه تروریسم، با گذشت زمان از حملات ۱۱ سپتامبر، شاهد کاهش حمایت شهروندان آمریکائی از سیاست‌های دولت بوش هستیم. در این مقاله، طی سه بخش سعی خواهیم کرد با تأملی نظری، به شرح و بسط فرضیه‌های ذکر شده بپردازیم.

الف. تروریسم و رسانه

تروریسم مدرن، نوع جدیدی از کشمکش است که از قرن ۱۹ به این طرف در صحنه‌های خشونت اجتماعی تولد یافته است. این شکل از تروریسم، در مقابل شکل سنتی، با عنایت به نکات ضعف ذاتی خویش، سعی بر این دارد که رسانه را به عنوان یکی از متحدین خود جذب نماید. تروریست‌ها، دیدگاهشان نسبت به ارتباطات و رسانه به عنوان سلاح بالقوه است و تمایل دارند اقدامات و باورهای خویش را به وسیله آن برجسته نمایند. (۱) در طول این بخش، سعی در پاسخ‌گویی به این دو سؤال مطرح‌شده داریم. در واقع پرسش این است که آیا رابطه‌ای میان تروریسم و رسانه وجود دارد؟ و در صورت وجود این رابطه، کدامیک از دیگری منفعت بیشتری را کسب می‌کنند؟

امروزه یکی از مهیج‌ترین تحلیل‌های خبری رسانه‌ها و مطبوعات، مربوط به اقدامات گروه‌های تروریستی است که سطح قابل توجهی از پوشش‌های خبری را به خود اختصاص داده‌اند. آقای آناماریه اولیوریو^۱ در تحقیقات خویش در سال ۱۹۹۸، به این مهم پرداخت که چگونه اقدامات تروریستی به وسیله رسانه‌ها به تصویر کشیده می‌شود. او جواب را تفاوت در تجسم‌کردن‌ها و به وجود آوردن فضاهای مجازی در دنیای واقعی جامعه دانست. او در یک پژوهش مقایسه‌ای میان پوشش‌های خبری رسانه‌های آمریکا و ایتالیا در سه رویداد هواپیماربائی ۱۹۸۵ در خط هوائی Luxury، هواپیماربائی پرواز TWA ۸۴۷ در سال ۱۹۸۵ که در هر یک منجر به مرگ یک آمریکایی گردید و همچنین، بمب‌گذاری اوکلاهاما در سال ۱۹۹۵ پرداخت. وی در تحقیقات خود به این مهم رسید که تروریسم پدیده‌ای قابل تعریف است. در

1 . Annamarie Oliverio

نتیجه، کنشی که تروریسم را ایجاد می‌کند، قدرتی است که آن را تعریف می‌نماید. بر این اساس، اقدامات تعریف‌شده به عنوان تروریسم، در هر دو کشور متکی بر منافع ژئوپولیتیک حکومتی بوده و در جامعه آمریکا، مفهوم تروریسم بیشتر مورد سوءاستفاده حکومت برای دسترسی به اهداف سیاستمداران، مدیریت‌های بحران و شورش‌های جامعه گردیده و از این طریق، عواید و منافع سیاسی را برای حکومت به وجود آورده است. (۲)

بر این اساس می‌توان این گونه استنتاج کرد که اگر هدف تروریست‌ها ایجاد فضای وحشت و ترس در سراسر یا بخش قابل توجهی از جامعه برای رسیدن به اهداف خویش است، پوشش‌های خبری رسانه‌ها از این وقایع، خود تولید ترس و خشونت بیشتر در سطح جامعه می‌کند. کارشناسان تروریسم و رسانه به این مسأله، به دو شکل کاملاً متفاوت پاسخ داده‌اند که در ذیل به آن اشاره خواهد شد.

آقای آلن مازور در تحقیقات خود در سال ۱۹۸۲، به این نتیجه رسید که پوشش خبری رسانه‌ها از وقایع تروریستی، خود محرکی برای تولید رفتار خشونت‌آمیز است. او برای اثبات فرضیه خود، به بررسی دو تحلیل موردی از پوشش‌های خبری رسانه‌ها پرداخت. او پی برد که خبر اعلام وجود خودکشی، خود باعث افزایش آمار خودکشی گردیده است. وی همچنین در مورد مطالعاتی دیگر، به بررسی تهدیدات ارائه‌شده توسط افراد و گروه‌ها در مورد حمله به نیروگاه‌های هسته‌ای از سال ۱۹۸۰ - ۱۹۶۹ در پوشش‌های خبری رسانه‌ها و مطبوعات آمریکا پرداخت. وی متوجه گردید که تعداد تهدیدات متناوب، و سازگار با تعداد و استان‌های خبری بوده است. زمانی که پوشش‌های خبری افزایش می‌یافت، تهدید به بمب‌گذاری در نیروگاه‌های هسته‌ای نیز افزایش می‌یافت و همچنین این رابطه بالعکس بود. او نتیجه‌گیری کرد که رسانه‌ها می‌توانند با تأثیر بر رفتار عمومی، از طریق اجبار ناخودآگاه بر مخاطبین خود، آنها را به فکر کردن هدایت‌شده در مورد حوادث سوق دهند. در این فرایند، نحوه جذابیت ارائه مطالب و روش دعوت به فکرکردن بینندگان، اهمیت بسزائی دارد. به عنوان مثال، زمانی که پوشش‌های خبری رسانه‌ها باعث تحریک افکار عمومی گردد، عده کثیری از مردم، بیانات خود را به شکل خشونت‌آمیزی انتخاب می‌کنند. اگرچه وی مطمئن نیست که آیا رسانه به تنهایی علت این واکنش بوده یا ترکیبی با متغیرهای دیگر، ولی ارتباط معناداری را در این رابطه پیدا می‌نماید. (۳)

در همین راستا، آقای چرنیا.م. باسیدن نیز معتقد است که پوشش‌های خبری رسانه‌ها نقش نفوذناپذیری در اشاعه اهداف تروریستی دارند. او دلایل خود را بدین گونه بیان می‌دارد:

۱. پوشش‌های خبری رسانه‌ها در بزرگ‌کردن و اهمیت‌دادن به تهدیدات تروریست‌ها در ذهن افکار عمومی نقش بسزائی دارد. ۲. رسانه ترس را پراکنده می‌سازد. ۳. رسانه تروریست‌ها را در انتخاب اهداف و به حداکثر رساندن تبلیغات مورد نظرشان یاری می‌دهد. (۴)

در طرف مقابل، تئوریسین‌های گروه دوم همچون گراف که امروزه دیدگاهشان نسبت به گروه نخستین، غالب می‌باشد، معتقدند که در نظریات گروه اول، همچون آقایان مازور و باسیدن شاهد نوعی پارادوکس به لحاظ انسجام منطقی هستیم. از نظر آنها، از طرفی تروریست‌ها اهداف خویش را از طریق ترور و خشونت پیش می‌برند و سعی در ارائه اقدامات و باورهای خویش از طریق رسانه دارند و در طرف مقابل، رسانه‌ها نیز نیازمند ایجاد اخبار مهیج برای تبلیغات می‌باشند و دقیقاً نکته تناقض‌آمیز از همین زمان شروع می‌گردد که تروریست‌ها در محاسبات عقلانی خود این مهم را مدنظر قرار نمی‌دهند که تصاویر و تفاسیر ارائه‌شده از صحنه‌ای تروریستی، تولیدکننده ترس و اضطراب در میان افکار عمومی می‌گردد که در نتیجه، اثر منفی در ادراک مخاطبین خود نسبت به این گروه‌ها و اقدامات آنها می‌گذارند. (۵) در نتیجه، می‌توان گفت که رسانه‌ها در برابر اقدامات تروریستی مطابق تئوری سرایت^۲ عمل می‌کنند. بدین معنا که اقدامات تروریستی که از طریق پوشش‌های خبری رسانه‌ها پخش می‌شود، سبب دو نوع تحریک‌پذیری سلسله‌مراتبی در ادراک افکار عمومی می‌گردد. ابتدا تولید ترس و اضطراب را در فضای ذهنی افکار عمومی به وجود می‌آورد و سپس بدیل خود را از محرک نخستین استخراج می‌کند. بدین معنا که افکار عمومی رفتاری «منقبضانه و هجومی» نسبت به اقدامات تروریستی پیدا می‌کنند و در نتیجه احساس تنفر در میان مخاطبین رسانه‌ها به وجود می‌آید؛ زیرا رسانه‌ها هرگز به ارائه چهره‌مثبتی از باورها و اقدامات تروریست‌ها نمی‌پردازند. البته آقای فیلیپ شلسینگر^۳ معتقد است که شکل حاد تئوری سرایت، ابزاری برای توجیه کسانی است که حامی استفاده از سانسور در رسانه‌اند و سعی دارند با زور و اجبار، عقایدشان را برای کنترل رسانه تحمیل نمایند. (۶)

2 . Theory Cantagion

3 . Philip Schlesinger

حال که متوجه وجود همزیستی متقابل میان رسانه و تروریسم گردیدیم، به پاسخ‌گویی به سوال دوم برمی‌آئیم. امروزه نقش رسانه در آگاه کردن افکار عمومی و کنترل جریان اطلاعات برای همگان امری ملموس می‌باشد. در عین حال، در اقدامات تروریستی همیشه این سؤال برای محققین مطرح بوده که کدامیک در این ارتباط سود بیشتری از دیگری به دست می‌آورد؟ پاسخ به این سؤال را با استناد به دو الگو، ذیل نگاهی به آمار پوشش‌های خبری رسانه‌های آمریکا به تروریسم داخلی این کشور و سپس رابطه میان رسانه و نیروها در اقدامات تروریستی، بررسی و تحلیل می‌کنیم.

مجموعه مقالاتی که در ارتباط با اقدامات گروه‌های تروریستی داخلی آمریکا تا قبل از ۱۱ سپتامبر انتشار یافته، ۶۹۹ مورد بوده است؛ که تقریباً با میزان تلفات انسانی این حملات که ۶۶۱ نفر می‌باشد، برابری می‌کند. اگرچه میزان کمی مقالات با تعداد مرگ و میر ناشی از این حوادث تروریستی تا حدود زیادی برابر بوده است، ولی نکته مهم این است که پوشش‌های خبری رسانه‌ها و مطبوعات آمریکا نسبت به عملکرد گروه‌های تروریست داخلی از الگوی مشترک پیروی نکرده‌اند. بعضی از اشکال گروه‌های تروریستی، جذابیت بیشتری برای رسانه‌ها داشته‌اند. در این میان، بیشترین پوشش‌های خبری رسانه‌ها مرتبط با بمب‌گذاری مرکز تجارت جهانی در ۱۹۹۳ و بمب‌گذاری اوکلاه‌مایستی در ۱۹۹۶ بوده است و سپس حوادث تروریستی گروه‌های چپ و شبه نظامیان سیاه‌پوست قرار داشتند. در عین حال، زمانی که میزان مقالات و تلفاتی که به واسطه اقدامات هر یک از گروه‌های تروریستی داخلی را بررسی می‌نمائیم، به جز یک مورد، در دیگر موردها هیچ‌گونه سنخیتی دیده نمی‌شود.

بیشترین مقالات مربوط به بمب‌گذاری اوکلاه‌مایستی بوده، که ۱۶۹ مقاله در برابر ۱۶۸ کشته این حادثه نوشته شده است. در نقطه مقابل، بیشترین اختلاف در پوشش‌های خبری در مورد اقدامات گروه‌های چپ، پورتوریکو و کلن‌ها وجود داشته است که میزان مقالات هیچ‌گونه سنخیتی با تعداد تلفات ناشی از حملات تروریستی این گروه‌ها نداشته است. (۷) در همین راستا، لازم به توضیح است که پوشش خبری رسانه‌ها نسبت به گروه‌های تروریستی اسلام‌گرای داخلی آمریکا نیز دارای این عدم تناسب بوده است. در بیشتر پوشش‌های خبری رسانه‌ها از اقدامات گروه‌های اسلام‌گرا هم قبل و بعد از ۱۱ سپتامبر، اساساً انگیزه‌های اقدامات

آنها را نادیده گرفته شده‌اند. اگر اشاره‌ای هم شده باشد، با حالت اغماض بوده است. برای مثال در طول محاکمه بمب‌گذاری ۱۹۹۳ در مرکز تجارت جهانی، نویسنده مقاله نیوزویک تحت عنوان «Aterrorist lot without a story»، نوشت که به دلیل فقدان دلایل کافی در این محکمه، موضوع به یک معما تبدیل شده و بهترین دلیل اصلی در این معما را شاید بتوان حمایت آمریکا از اسرائیل دانست. (۸) در واقع نویسنده سعی دارد که به صورت تلویحی گروه‌های اسلام‌گرا را متهم درجه اول معرفی نماید.

با استناد به جمله آقای اولیورید، مصداق‌های بالا نشان می‌دهند که رسانه‌ها و مطبوعات، کنش یکسانی نسبت به حوادث تروریستی نداشته و بنا به منافع حکومتی و شخص خود به این رویدادها می‌نگرند؛ بدون اینکه کمترین سودی را نصیب گروه‌های تروریستی نمایند.

در رابطه میان رسانه و نیروهای امنیتی در اقدامات تروریستی، نیروهای امنیتی و پلیس، رسانه‌ها را به دلیل نوع پوشش خبری‌شان مورد استناد قرار می‌دهند و اصولاً پلیس و فرماندهان ارتش به آمار رسانه احترام نمی‌گذارند. پلیس معتقد است که نیروهای امنیتی، نماینده نظم و ثبات اجتماعی‌اند که تصمیمات‌اش برای عمومی مردم مفید می‌باشد و در طرف مقابل، رسانه کارویژه خود را تهیه گزارش از رویدادها و اتفاقات اجتماعی دانسته و شور و هیجان را در آغوش می‌پذیرد و از طرف دیگر، تروریست‌ها برای ارتباط با افکار عمومی و تغییر شرایط ایستای جامعه به نفع خویش، نیازمند ارتباطات هستند. نزاع میان رسانه و نیروهای امنیتی از زمانی شروع می‌گردد که در حادثه تروریستی این دو نهاد همیشه همزمان و در دقایق اولیه حادثه حضور به هم می‌رسانند و این شروع کشمکش میان آنهاست. (۹) به نظر می‌رسد برای حل این معادله سه مجهولی، بایستی ابتدا به بررسی نقش رسانه به عنوان متغیر میانه در نزاع همیشگی نیروهای امنیتی و گروه‌های تروریستی پردازیم.

بنابراین، رسانه‌ها دو کارویژه در معادله بالا دارند که عبارتند از: رقابت و مجادله. رسانه‌ها جریان اطلاعات را کنترل، وقایع را شناسایی و در سلسله‌مرابتی کردن وقایع نقش مهمی را ایفاء می‌کنند و همچنین برای تسریع در به دست‌آوری اطلاعات نسبت به رقبای خویش شکل مهیج به ماهیت اخبار می‌دهند. در طرف مقابل، نیروهای امنیتی در کمین گروه‌های تروریستی می‌باشند و سعی بر این مهم دارند که هیجان‌های کاذب تولیدشده توسط تروریست‌ها را

کاهش و یا کنترل نمایند و این زمانی است که رسانه‌ها به تولید اخبار مهیج از اقدامات تروریست‌ها می‌پردازند. در نتیجه، زمانی که تروریست‌ها بعنوان متغیری مستقل، نیروهای امنیتی را مورد هدف قرار می‌دهد، خود تغذیه‌رسان رسانه‌ها می‌گردد. در واقع طبق نظریه آقای مازور، پوشش‌های خبری رسانه‌ها در این زمان، خود محرکی برای افراد و گروه‌های تروریستی بالقوه، برای اقدامات تروریستی جدید می‌گردد. به ویژه زمانی که حادثه تروریستی طولانی‌تر می‌گردد، این فعل و انفعالات نیز فزاینده‌تر می‌گردد. مصداق این جمله را می‌توان در گروه‌های تروریستی شاخه القاعده آمریکا، اروپا و بمب‌گذاری‌های مترو اسپانیا و لندن و شدت یافتن حملات القاعده و دیگران در عراق علیه نیروهای ائتلاف دانست که سرچشمه آن به حملات ۱۱ سپتامبر باز می‌گردد. در واقع، این جمله را می‌توان به صورت فرضیه دنبال نمود که در صورت شدت یافتن جنگ علیه تروریسم جهانی، احتمال تقویت گروه‌های تروریستی و حملات آنها افزایش می‌یابد. همچنان که ارتباط میان اعضای داخل حکومت و نیروهای با رسانه و مطبوعات افزایش می‌یابد؛ زیرا مقامات حکومتی به ندرت از اینکه تصمیم‌هایشان در رسانه‌ها و مطبوعات مورد نقد و تحلیل قرار گیرد، لذت می‌برند.

اگرچه خصومت ذاتی میان کارویژه رسانه و نیروهای امنیتی تا زمانی که آخرین جنگ وجود داشته باشد، وجود دارد و گروه‌های تروریستی از آن سود می‌برند؛ اما هنوز دولت‌ها قابلیت کنترل رسانه‌ها و مطبوعات را به اشکال گوناگون دارند و می‌توانند از اشاعه هر مطلب و تفسیری در رسانه‌ها به نفع گروه‌های تروریستی جلوگیری نمایند. از سوی دیگر، رسانه‌ها و مطبوعات می‌توانند با ارائه تعریف دوژور و در عین حال منعطف از واژه تروریسم، بر چسب‌زنی‌های مورد خواست حکومت را به اقدامات گروه‌های خاص تروریستی بزنند، در حالی که ادراک افکار عمومی را همیشه مبنای فکری قرار دهند.

۱. مقامات آمریکایی معتقدند که گروه القاعده دارای بیش از ۱۰۰ هزار نفر نیروی آموزش دیده در بیش از ۶۰ کشور دنیا می‌باشد.

ب. شکاف‌های اطلاعاتی و هژمونی ایدئولوژیک

هرسیستم سیاسی جدا از دمکراتیک یا غیردموکراتیک بودن آن، سعی در تحمیل قواعد بازی بر کنش‌گران خویش دارد. در واقع، سیستم‌های سیاسی نه تنها این دغدغه را دارند که شهروندانشان چه اقداماتی را انجام می‌دهند، بلکه سعی دارند که فضای ذهنی و فکری آنها را در قالب و جهت خاص طراحی نمایند. (۱۰)

در همین راستا، قبل از پیدایش تکنولوژی ارتباط جمعی، این سؤال مطرح بود که مردم هر کشور یا امپراتوری، چگونه از رویدادهای داخلی - خارجی آگاه می‌شدند و آیا اصلاً نیازی به آگاه شدن آنها بوده است؟ در نتیجه، کارکرد و قدرت رسانه و افکار عمومی تا قبل از جنگ جهانی اول، هیچ‌گونه معنا و مفهومی نداشت؛ ولی از این زمان به بعد بود که پتانسیل‌های بالقوه رسانه در جهت پیشبرد اهداف سیاسی و کنترل افکار عمومی، شناسایی و مورد استفاده قرار گرفت. با ملاحظه موارد فوق، این فصل به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤال است که منظور از شکاف اطلاعاتی در جامعه آمریکا چیست و چگونه حکومت این کشور می‌تواند با وجود جریان‌های چندصدائی، افکار عمومی را مطابق با سیاست‌های خویش همسو نماید؟ امروزه این مهم با توجه به اصل «همزیستی رسانه و تروریسم»، از ابعاد فزاینده‌ای برای دولت بوش در جهت پیشبرد سیاست‌های خویش و بالطبع هدایت افکار عمومی، دارای اهمیت است.

امروزه مردم بیشتر دنیا به ویژه مردم آمریکا، از منابع خبری متعددی برای دریافت مطالب روزانه خویش استفاده می‌نمایند و این باعث شده تا حساسیت آنها نسبت به جریان‌های اصلی در مقایسه با کسانی که تنها از یک منبع خبری استفاده می‌نمایند، کم گردد. بر اساس دفتر آمار اسناد سرشماری آمریکا در سال ۲۰۰۰، ۹۸٪ خانه‌های آمریکا تلویزیون دارند و هر فردی به طور متوسط، ۳۱ ساعت در طول هفته، تلویزیون نگاه می‌کند. (۱۱) عواملی که می‌تواند باعث ایجاد جریان سینوسی و شکاف اطلاعاتی در شبکه اطلاع‌رسانی جامعه متکثری چون آمریکا گردد؛ به قرار زیر هستند:

۱. شهروندان بنا به موقعیت‌های گوناگون و طبقه اجتماعی که در آن قرار دارند، علایق گوناگونی نسبت به موضوعات سیاسی - اجتماعی دارند و این علایق، میزان سطح آگاهی آنها را نسبت به یکدیگر متفاوت می‌کند. ۲. مطالعات اولیه مبارزات انتخاباتی دهه ۱۹۵۰ - ۱۹۶۰ به

این نتیجه رسید که مردم در انتخاب اطلاعات سیاسی خویش هوشیار می‌باشند و بیشترین جذابیت برای توده‌های مردم این است که هر گروه سیاسی که بیشترین اطلاعات را به مردم ارائه کند، احتمال پیروزی آن بیشتر می‌گردد. این تحقیقات، باعث به وجود آمدن «فرضیه نفوذ» گردید. بدین معنا که اطلاعات جاری‌شده در سیستم اجتماعی، برای شهروندان طبقه بالای جامعه، تحصیل‌کردگان و افراد ذی‌نفوذ، زودتر از افراد طبقه پایین جامعه قابل حصول می‌باشد. این فرایند در میان‌مدت باعث عریض‌شدن شکاف اطلاعاتی درون جامعه خواهد شد و در بلندمدت می‌تواند جریان‌های فکری گوناگونی در میان افکار عمومی ایجاد کند. (۱۲)

۳. اشکال گوناگون رسانه همچون تلویزیون، مطبوعات و مجلات، تأثیرات گوناگونی بر روی مخاطبان خود می‌گذارند. به نظرسنجی‌هایی که در سه برهه زمانی مجزا بعد از ۱۱ سپتامبر در تاریخ‌های ۱۷ - ۱۳ سپتامبر ۲۰۰۱، ۱۹-۱۳ نوامبر ۲۰۰۱ و ۱۳-۹ ژانویه ۲۰۰۲ صورت گرفت، توجه نمائید. در این نظرسنجی‌ها، از پاسخ‌دهندگان خواسته شد که با توجه به سه منبع تلویزیون، مطبوعات و مجلات، پاسخ دهند که اطلاعاتشان را در مورد ۱۱ سپتامبر و جنگ علیه تروریسم، از کدام منبع خبری کسب می‌نمایند؟ در نظرسنجی اول، ۸۸٪ پاسخ‌دهندگان گفتند که از طریق تلویزیون اخبار مورد نظر خود را کسب می‌کنند و تنها ۲٪ به مطبوعات اشاره نمودند. در نظرسنجی دوم، ۷۶٪ به تلویزیون و ۱۱٪ به مطبوعات اشاره نمودند و در آخرین نظرسنجی ۶۶٪ به تلویزیون و ۱۵٪ به مطبوعات تمایل داشتند. اهمیت موضوع در این نکته نهفته است که تأثیرگیرندگان تلویزیون و مطبوعات هر کدام رفتارها و انگیزه‌های متفاوتی را از خود بروز می‌دهند که خود یکی از متغیرهای اصلی در شکاف اطلاعاتی در جامعه آمریکاست؛ زیرا اخبار تلویزیون تأکید بیشتری بر ضمنی بودن مفاهیم واقعه داشته و از پرداختن به تفاسیر و پیچیدگی‌های علت و معلول رویدادها و وقایع سیاسی که می‌تواند در میان مخاطبان تولید ابهام کند، پرهیز می‌نماید. در عین حال، مطبوعات به صورت ریشه‌ای به بحث و بررسی میان رویدادها پرداخته و مخاطب را به تعمق و تفکر بیشتر نسبت به رویدادها به صورت ناخودآگاه دعوت می‌کند و در نتیجه، تأثیر ماندگاری آن در ذهن مخاطبان خود نسبت به مخاطبان تلویزیون بیشتر می‌باشد. (۱۳) درباره اهمیت نقش تفسیر رسانه و مطبوعات بر روی مخاطبان، آقای نیکار در پژوهش خود، پاسخ‌دهندگان در طرح پژوهش را به دو قسمت تقسیم نمود:

کسانی که مشکلات واقعه را با شرح مختصر مشاهده نموده بودند و در طرف مقابل، کسانی که آن را با تفسیر کامل مشاهده نموده بودند. وی از آنها خواست که شکلی از قضاوت سیاسی درباره علت این مشکلات را ارائه نمایند. در بیشتر موارد، نه به صورت کلی کسانی که تفسیرهای مختصر را مشاهده نموده بودند. مسؤولیت را بیشتر به افرادی که درگیر آن قضیه بودند، نسبت می‌دادند و گروه دوم در شکلی کلان‌تر به جامعه و علت‌های سیاسی دیگر مرتبط می‌نمودند. (۱۴)

اخبار شبکه‌های تلویزیونی، به شکل گسترده‌ای نسبت به طرز عقاید شنوندگان خویش بی‌ملاحظه هستند؛ ولی به دلیل بهره‌گیری از ارائه خبر به شکل تصویری، توانایی تأثیر برنامه‌های غیرواقعی اعم از داستان‌ها و رویدادهای جعلی را بر ادراک ذهن مخاطبان خود دارند. برای مثال، کسانی که به برنامه‌های تلویزیونی بیشتر نگاه می‌کردند، تمایل بیشتری به جنایت داشتند تا آنچه در دنیای واقعی در حال وقوع بود. خوانندگان مطبوعات اصولاً نسبت به مواضع فکری - سیاسی خویش استوار و راسخ‌تر نسبت به بینندگان تلویزیون می‌باشند و همچنین، بینندگان تلویزیون بیشتر از روزنامه، با کنترل حکومت بر پوشش‌های خبری رسانه‌ها بعد از ۱۱ سپتامبر موافق بودند و معتقد بودند که رسانه‌ها بایستی از دولت حمایت کنند. (۱۵)

دلیل این مدعا را می‌توان در فرایند نظرسنجی بیان‌شده نگریست و همچنین برخلاف تلویزیون که جریان‌های فکری و ایدئولوژیک خود را به صورت بردار تک‌خطی در شبکه‌های خبری دنبال می‌کند، مطبوعات بیشتر به فراهم نمودن توازن تغذیه اطلاعاتی اقدام می‌ورزد. با توجه به مطالب ارائه‌شده، در تفاوت تأثیرگذاری روزنامه و تلویزیون، اکنون می‌توانیم به یک تحلیل آماری نسبت به سه نظرسنجی ارائه‌شده در راستای شکاف اطلاعاتی در جامعه آمریکا بعد از ۱۱ سپتامبر بپردازیم. از نظر تحلیل آماری، با توجه به تفاوت میان مخاطبان تلویزیون و مطبوعات، این رابطه معنادار بوده و در نتیجه قابل تحلیل می‌باشد. عمق فجایع حملات ۱۱ سپتامبر و پخش مستقیم آن به همراه پخش اخبار مهیج از طریق تلویزیون، شرایط را برای دولت بوش مهیا نمود تا «فضای اولیه ادراک خبری» (در قسمت بعد نسبت به این واژه توضیحات کافی ارائه خواهد شد) را به وجود آورد. در عین حال، با گذشت زمان و حذف شرایط بحران، شاهد افول احساسات زودگذر در میان افکار عمومی و چرخش آنها از

تلویزیون به روزنامه هستیم. علت این امر را می‌توان کاهش سطح اعتماد مردم آمریکا به بعضی شبکه‌های تلویزیونی وابسته به جریان فکری کاخ سفید دانست. امروزه این شکاف اطلاعاتی در جامعه متکثر آمریکا، مشکل بسیاری را برای دولت بوش در خصوص نحوه مبارزه با تروریسم و حضور نظامیان این کشور در عراق و افغانستان به همراه آورده و باعث شده تا رضایتمندی شهروندان آمریکایی از سیاست‌های دولت بوش به ۲۹٪ کاهش یابد که در مقایسه با ۹۳٪ سال ۲۰۰۱، افت شدیدی را نشان می‌دهد. (۱۶) امروزه بیشتر آمریکایی‌ها معتقدند که بوش رئیس جمهور موفق نبوده است. این امر نشان‌دهنده شکست در سیاست‌های اعلانی وی می‌باشد که جامعه را به دو گروه طرفدار و مخالف سیاست‌های کاخ سفید تقسیم کرده است.

با وجود متکثربودن جامعه اطلاع‌رسانی در آمریکا، شاهد نوعی نظم گفتمانی در این کشور هستیم که توسط کاخ سفید با توجه به متغیر زمان طراحی شده و می‌توان آن را هژمون ایدئولوژیک نامید. در یک نظرسنجی توسط واشنگتن پست در ژوئن ۲۰۰۳، از هر چهار نفر آمریکایی، یک نفر معتقد بود که عراق از سلاح‌های کشتار دسته‌جمعی بر علیه نیروهای نظامی آمریکا در طول جنگ اخیر استفاده نموده است. (۱۷) در نظرسنجی دیگری، ۳۴٪ شرکت‌کنندگان معتقد بودند که قبل از شروع جنگ، در عراق سلاح‌های کشتار جمعی یافت شده است. (۱۸) همچنین ۶۹٪ معتقد بودند که صدام حسین در حملات ۱۱ سپتامبر نقش داشته است. (۱۹) در واقع، هر حکومتی سعی در ترویج باورهای خویش و کنترل جریان‌های فکری برای کنترل اکثریت جامعه دارد و اگر بتواند این مکانیسم را با کمترین خشونت انجام دهد، حفظ جریان‌های فکری که از طریق کانال حکومتی به سطح جامعه انتقال می‌یابد، پایدارتر خواهد بود.

به راستی جریان فکری در جامعه متکثری چون آمریکا چگونه می‌باشد؟ آیا شبکه‌های

خبری مستقل از حکومت به فرایند خبرسازی می‌پردازند؟

امروزه رسانه در آمریکا نقش مهمی را در کنار سه قوه مجریه، قضائیه و مقننه ایفاء می‌کند که می‌توان از آن به عنوان «قدرت چهارم» یاد کرد و البته مخاطبان تلویزیون نسبت به دیگر وسایل ارتباط جمعی بیشتر می‌باشد. (۲۰) محققین، کارکرد رسانه را به دو دسته عمده تقسیم می‌کنند: ۱. رسانه‌هایی که خط‌مشی خود را منطبق با اهداف حکومتی تعریف می‌نمایند و به

«سانسور» در خبر می‌پردازند. سانسور یکی از متداول‌ترین اشکال کنترل دولت بر رسانه به ویژه در زمان بحران می‌باشد که حکومت‌ها به دو شکل متفاوت از آن بهره‌برداری می‌کنند. شکل متعارف آن سانسور حکومتی است که دولت به صورت مستقیم بر تولیدات خبری نظارت می‌کند. در شکل دوم، حکومت‌ها به تهیه قوانین از پیش تعیین شده از قبیل نهی از عدم ضرر به وحدت ملی و یا گسترش شایعه اقدام می‌ورزند و رسانه‌ها مجبور به اجرای آن قوانین می‌گردند که به آن «خودسانسوری» گفته می‌شود. این شیوه، در کشورهای دموکراتیک متداول است و باعث می‌گردد که رسانه‌ها دور از هیاهو و جنجال‌های جامعه در راستای خواست حکومت به فعالیت خویش بپردازند. (۲۱) می‌توان این مدل را سیستم «مدیریت اطلاعات» از راه دور دانست که مسیر اطلاعات و اخبار را حول یک دایره ارزشی حرکت می‌دهد. البته راه سومی نیز وجود دارد که در آن، اطلاعات تا حد امکان در دسترس رسانه قرار می‌گیرد و هزینه‌های اصلی و فرعی در بخش سانسور حذف می‌گردد؛ زیرا سانسور به خودی خود برای حکومت هزینه دارد. همانند رسوایی جنگ فاکلند در سال ۱۹۸۲ که وزیر دفاع سعی در ایجاد خبر مجازی (دروغین) نموده بود و باعث رسوایی پنتاگون گردید. پیرو این اتفاق، آقای هاوارد تامبر بیان داشت که «وزیر دفاع بر این تفکر است که اگر به رسانه و مطبوعات مطلبی گفته نشود، هیچ مطلبی نوشته نمی‌شود.» (۲۲) در واقع، این اصل تئوری شایعه است که اگر جریان آزاد اطلاعات در قضایایی که منافع شهروندان کاملاً در آن دخیل است مسدود شود، رسانه و افکار عمومی خود شروع به تولید خبر می‌نماید که صحت و سقم آن می‌تواند با واقعیت اتفاق افتاده فاصله زیادی داشته باشد و در نتیجه، علاوه بر هزینه سانسور، هزینه شایعه نیز اضافه گردد.

در طبقه‌بندی ارائه شده از کارکرد رسانه، رسانه‌های خبری آمریکا را در طیف خودسانسوری قرار می‌دهیم. به مصداق‌های تاریخی که در ادامه اشاره شده دقت نمایید. ۶۳٪ منابع خبری شبکه abc، شبکه عصرانه cbs و nbc، به طرفداری از حمله نظامی به عراق پرداختند؛ در حالی که خبرهای ضدجنگ تنها ۱۰٪ کلیه این منابع را تشکیل می‌داد و همچنین منتقدین سیاست‌های جنگ علیه تروریسم که به طور کلی اشخاص خارج از حکومت فعلی می‌باشند، تنها ۳٪ مهمانان این برنامه‌های خبری را شامل می‌شدند. (۲۳) در این راستا، زمانی که

دولت بوش در زمینه پیدا کردن سلاح‌های کشتار جمعی در عراق با شکست روبرو گردید، رئیس‌جمهور آن را به راحتی توجیه کرد. همانند زمانی که کلیتون با ادعای نسل‌کشی در یوگسلاوی، فرمان حمله نظامی به کوزوو را صادر نمود، ولی تحقیقات ناتو بعداً نشان داد که کمتر از ۳/۰۰۰ نفر نظامی و غیرنظامی از هر دو طرف کشته شده‌اند. همان‌طور که دلایل کمی در اثبات سلاح‌های کشتار جمعی در عراق یافت شد، دلایل کمی نیز در خصوص وجود نسل‌کشی در یوگسلاوی به دست آمد. نکته مهم این است که در عراق و یوگسلاوی، مخالفین حکومت و رسانه‌های مخالف، هرگز نکات مبهم این سیاست‌ها را نزد افکار عمومی به چالش نکشیدند و انتقادهای بسیار ناچیز بود. (۲۴) شاید دولت بوش نسبت به این نظریه به خوبی آگاه است که تفاسیر منفی در زمان بحران تأثیر مخرب فزاینده‌تری نسبت به تفسیرهای مثبت دارد. با توجه به این بینش، طبق تحلیل آماری صورت‌گرفته در اکتبر ۲۰۰۳، ۶۶٪ منابع خبری شبکه‌های ABC، CBS و NBC، به طرفداری از جنگ علیه تروریسم پرداخته‌اند و همچنین اکثر مهمانان این برنامه‌های خبری از مقامات نظامی و سیاستمداران دولت بوش و یا دولت پیشین بوده‌اند. همچنین در تابستان ۲۰۰۳، بوش در سخنرانی «وضعیت کشور»،^۵ شانزده بار بیان داشت که عراق در جستجوی خرید اورانیوم از یک کشور آفریقایی است؛ اما بعدها روشن گردید که این اسناد جعلی بوده و توسط سازمان انرژی اتمی برای این ادعا طراحی شده است. رسانه‌های آمریکا به این دروغ نپرداختند، مگر زمانی که دمکرات‌ها از آن به عنوان حربه‌ای علیه دولت بوش در سال ۲۰۰۴ استفاده کردند. (۲۵)

رسانه و مطبوعات دارای قدرت ویژه‌ای است که در بعضی برهه‌های زمانی، این قدرت فزاینده‌تر نیز می‌گردد. اگر حاکمیت را به معنای تفوق و برتری و اعمال انحصاری قدرت که در اختیار دولت است بدانیم، رسانه به عنوان ستون چهارم ارکان حکومت از این قاعده مستثنی نیست. در عین حال، این مهم که دولت چه میزان رسانه را از امور حرفه‌ای خویش دور نماید و آن را به ابزار تفسیرگرای خویش درآورد، به ویژه در کشور آمریکا که آزادی بیان و خبر در قانون اساسی آن آمده است، نیاز به بررسی و تحقیق دارد. مصداق‌های تاریخی بالا در راستای کنترل جریان اطلاعات و هژمونی خبری در آمریکا، محدود به جنگ در عراق و جنگ علیه

تروریسم نمی‌گردد، بلکه نمونه کلاسیک آن را می‌توان در قضایای تیمور شرقی نیز مشاهده کرد و حتی می‌توان آن دو را در مقایسه با قضیه کوزوو تحلیل نمود. در کامبوج، خرمو روگه^۶ در جنگ شهری بر علیه حکومت طرفدار آمریکا پیروز گردید. وی فردی دیکتاتور بود که تعداد وسیعی از کامبوجی‌ها را بعد از به قدرت رسیدن به قتل رسانید. در سال ۱۹۷۹، حکومت وی مورد حمله دولت سوسیالیست ویتنام قرار گرفت و از قدرت خلع گردید. این رویداد تقریباً با قضایای تیمور شرقی در دسامبر ۱۹۷۵ مقارن بود. دولت وقت اندونزی در این سال‌ها نسل‌کشی عظیمی را در تیمور شرقی شروع نمود که منجر به قتل ۱/۴ تا ۱/۳ جمعیت این منطقه گردید. آمریکا از این اقدامات حمایت نمود و حتی تسلیحات گوناگونی را به دولت اندونزی که از طریق کودتای ۱۹۶۵ به روی کار آمده بود، می‌فروخت. نتیجه این اقدامات، قتل عام نزدیک به ۵۰۰/۰۰۰ نفر از شهروندان اندونزی بود. همان طور که اشاره گردید، این دو رویداد در فاصله زمانی اندک و با شباهت‌های یکسان اتفاق افتاد ولی پوشش خبری رسانه‌های آمریکا نسبت به آنها متفاوت بود. دولت خومر روگه در دوره حکومتش بر کامبوج، دشمن رسمی دولت آمریکا بود. از این رو در پوشش خبری رسانه‌های آمریکا، از اقدامات وی به عنوان نسل‌کشی یاد می‌شد؛ ولی پوشش‌های خبری در مورد اقدامات دولت اندونزی در تیمور شرقی بسیار اندک و از سطوح مکاتبات وزرات خارجه دو کشور فراتر نرفت. در بین سال‌های ۱۹۷۹ - ۱۹۷۵، روزنامه نیویورک تایمز^۷، هفتاد ستون را به تیمور شرقی و ۱/۱۷۵ ستون را به بخش کامبوج اختصاص داده بود. (۲۶)

در این راستا می‌توان به مثال‌های گوناگون دیگری نیز اشاره نمود. از جمله پاکسازی قومی (قتل عام گسترده) ترکیه در مناطق جنوب و جنوب شرقی این کشور در طول دهه ۱۹۹۰، یعنی زمانی که حزب کارگر کردستان خواهان استقلال از دولت مرکزی بود. در نتیجه این پاکسازی، نزدیک به سی هزار نفر کشته و حدود ۳/۰۰۰ روستا تخریب گردید. این در حالی بود که پوشش خبری کمی در ارتباط با این کشتار گسترده در آمریکا ارائه گردید. در مقابل، یکی از تبلیغات اعمال شده برای محکوم کردن رژیم صدام حسین در حمله سال ۲۰۰۳، استفاده نظامیان این کشور از گازهای سمی بر علیه شهروندان عراقی به ویژه کردهای حلبچه بود. این در حالی

6 . Khmer Rouge
7 . New York Times

است که آمریکا و سازمان ملل نسب به این واقعه دو تفسیر کاملاً متمایز ارائه دادند. قطعنامه صادره در سال ۱۹۸۸ از سوی شورای امنیت سازمان ملل، صرفاً آن را محکوم کرد و هیچ‌گونه مجازاتی را بر اساس اصل ۷ منشور سازمان ملل صادر ننمود؛ در حالی که آمریکا پانزده سال بعد آن را دستاویز حمله خود قرار داد. بین سال‌های ۱۹۹۹ - ۱۹۹۰، در روزنامه‌های نیویورک تایمز، لس‌آنجلس تایمز،^۸ واشنگتن پست،^۹ نیوزویک^{۱۰} و تایمز^{۱۱}، ۱۳۲ بار اقدام صدام حسین علیه کردها را نسل‌کشی نامیدند؛ در حالی که اقدامات ترکیه بر علیه کردها توسط همین مطبوعات فقط چهارده بار با واژه نسل‌کشی همراه شد. درست بعد از پایان پاکسازی قومی در ترکیه، آمریکا به بهانه نسل‌کشی در یوگسلاوی که تلفات آن کمتر از ۳/۰۰۰ نفر بود، فرمان بمباران این کشور را صادر نمود و رسانه‌های آمریکا در طرفداری از سیاست خارجی این کشور بر علیه دولت میلوشویچ، ۲۲۰ بار از واژه نسل‌کشی استفاده نمودند.^(۲۷)

امروزه دولتمردان دولت بوش به خوبی واقف هستند که محیط سیاسی و افکار عمومی را بایستی همانند هفته‌های نخستین بعد از ۱۱ سپتامبر، به صورت مساعد و همسو حفظ نمایند تا بتوانند به تعقیب سیاست‌های خویش بپردازند. در واقع برای آنها بسیار مهم است که رسانه‌ها تولید کننده و استمراردهنده احساسات با توجیه هزینه و فایده به نفع کشور آمریکا باشند. رهیافت ارتباطات سیاسی را می‌توان به دو قسمت عمده با عناوین رهیافت هژمونیک و رهیافت آماری تقسیم نمود.

رهیافت هژمونیک معتقد است که مقامات حکومتی از دسترسی شهروندان به جریان اطلاعات آزاد جلوگیری کرده و داده‌های مورد نظر خود را در مرزهای ایدئولوژیک خویش محدود می‌کنند و سعی در ایجاد پوشش‌های خبری برای جلب رضایت عمومی از تصمیم‌های حکومتی دارند. این رهیافت در طول جنگ سرد و توسط حکومت آمریکا پیگیری می‌شد. در نقطه مقابل، رهیافت آماری معتقد است که غالباً نخبگان در نقطه مقابل حکومت قرار داشته و رسانه شاخص و یا انعکاس‌دهنده بحث نخبگان می‌باشد و بایستی نظرات انتقادی آنها را در رسانه مطرح نماید.^(۲۸) در برهه‌های گوناگون زمانی، یکی از این رهیافت‌ها بر فضای

8 . Los Angeles Times

9 . Washington Post

10 . News Week

11 . Times

اطلاعاتی جامعه آمریکا حاکم بوده است. در عین حال، دو نکته در این مورد قابل تأمل است. نخست اینکه مطبوعات به تحلیل‌های انتقادی از تصمیمات و سیاست‌های کاخ سفید نمی‌پردازند؛ مگر اینکه بازیگران درون‌حکومتی به ویژه اعضای کنگره آن را شروع کرده باشند و همچنین اگر سیاست‌ها و تصمیمات حکومتی را به دو قسمت کلی سیاست‌های جاری (عمومی) و سیاست‌های کلان استراتژیک تقسیم نماییم، بحث و گفتگو و حتی انتقاد در مورد سیاست‌های قسم اول، امری متداول بوده و بیشتر در آن رهیافت آماری غالب می‌باشد ولی زمانی که صحبت از سیاست‌های قسم دوم می‌شود، نگاه و تحلیل به سمت رهیافت هژمونیک متمرکز می‌گردد. در نتیجه، همان طور که در مصداق‌های تاریخی پوشش‌های خبری رسانه‌ها و مطبوعات آمریکا اشاره گردید، رهیافت غالب پوشش خبری رسانه‌های این کشور در نحوه تحلیل و خبررسانی از سیاست‌های مبارزه با تروریسم دولت بوش، رهیافت هژمونیک می‌باشد. در عین حال، تفاوت فکری در میان نخبگان نه استثناء، بلکه قاعده است. اگر در بعضی برهه‌های زمانی، تصمیمات استراتژیک دولت‌های آمریکا از رسانه‌ها به چالش کشیده می‌شود، بدون تردید نیازمند محرک اولیه توسط نخبگان درون‌حکومتی به ویژه دو حزب جمهوری‌خواه و دمکرات است. همانند کشف زندان‌های مخفی سیا در کشورهای اروپایی که به واسطه مجادله خبری میان جمهوری‌خواهان و دمکرات‌ها در کنگره به رسانه‌ها انتقال یافت. امروزه اگرچه در جامعه بزرگ اطلاعاتی آمریکا، رسانه‌های خبری دارای منافع خاصی در پخش برنامه‌های خویش می‌باشند، ولی نگاه تحلیلی به اخبار شبکه‌های NBC، CBS، ABC، دو مجله خبری تایمز و نیوزویک و دو روزنامه پیشرو نیویورک تایمز و واشنگتن پست با توجه به سراسری بودن پوشش خبری آنها و همچنین محبوبیت این رسانه‌ها در میان مردم آمریکا، حاکی از این مطلب است که دولت بوش، جریان کنترل اطلاعات را اگر نه به شکل مطلق ولی نزدیک به آن مدیریت می‌کند و اجازه تولید اخبار دوجبهی نسبت به جنگ را به رسانه‌ها و مطبوعات نمی‌دهد. (۲۹)

امروزه در راستای کنترل اطلاعات و هژمونی ایدئولوژیک در جنگ علیه تروریسم، پنتاگون به دلیل حضور مستقیم در میدان جنگ، نقش فزاینده و پیچیده‌ای را در مسیر این معمای اطلاعاتی ایفاء می‌کند. بر اساس تجربه یک رئیس دفتر پنتاگون، رسانه و پنتاگون هر دو نهاد

بزرگی هستند، ولی کاویژه‌های متفاوتی دارند. اولی به حفظ امنیت داخلی - خارجی پرداخته و اصولاً دوست ندارد که رسانه‌ها به تحلیل و بررسی فعالیتش بپردازند و در طرف مقابل، رسانه که خود را مسئول پوشش خبری از حوادث جاری می‌داند، نیازمند دسترسی به مواد خام است. در نتیجه، تا زمانی که آخرین جنگ وجود دارد، این پارادوکس نیز موجود می‌باشد. پنتاگون با آگاهی از این مهم، برای کاهش تناقض رسانه و خود در جنگ علیه تروریسم، از رؤسای دفاتر رسانه‌ها و مطبوعات واشنگتن خواست برای آگاه‌شدن از نیازهای یکدیگر و طراحی نحوه پوشش خبری در جنگ علیه تروریسم در افغانستان، هر دو هفته یکبار جلسه‌ای را تحت رهبری معاون وزیر دفاع تشکیل دهند. پنتاگون بعد از پایان جنگ ویتنام در ۱۹۷۵ به خوبی آگاه شده که تکنولوژی ارتباطاتی، کارکرد پوشش خبری رسانه‌ها را عوض نموده است؛ بدین معنا که دیگر از زمانی که گزارش تهیه شده و به روی آنتن می‌رود، یک ساعت بیشتر طول نمی‌کشد و در نتیجه گزارش از رویدادها و حوادث جنگ در عصر اطلاعات به سرعت انتقال می‌یابد. در جنگ اول خلیج فارس، در سال ۱۹۹۱، پروژه خبرنگاران همراه توسط پنتاگون که اولین پوشش خبری مستقیم از یک جنگ واقعی بود، به هزاران کیلومتر دورتر گزارش داده شد. همچنین در طول جنگ دوم خلیج فارس در سال ۲۰۰۳، پنتاگون از بیش از ۶۰۰ روزنامه‌نگار همراه از سرتاسر دنیا دعوت نمود که در پوشش خبری مستقیم از جنگ توسط نیروهای ائتلاف بر علیه عراق شرکت نمایند. استفاده از خبرنگاران همراه دقیقاً استراتژی از قبل تعیین شده پنتاگون در بهره‌گیری از اصل «دیپلماسی اعلامی» در راستای سیستم اطلاع‌رسانی خود بود. (۳۱) پنتاگون از جامعه مطبوعاتی دنیا برای دسترسی به اطلاعات آزاد و آگاه‌سازی افکار عمومی دعوت نمود، ولی واضح است که در پشت این استراتژی، به دنبال نظم‌گفتمانی و به اصطلاح این مقاله هژمونی ایدئولوژیک نه تنها بر رسانه‌ها و مطبوعات آمریکا بلکه دنیا بود. در واقع دیپلماسی اعلامی پنتاگون را می‌توانیم به دستورالعمل سیزده صفحه‌ای پنتاگون به خبرنگاران همراه که در پوشش خبری جنگ شرکت داشتند، نسبت دهیم که در زیر به چند مورد از آن اشاره می‌گردد. (۳۲)

۱. انتظار می‌رود که جنگ آینده عراق همانند جنگ توفان کویر گزارش شود. باید عکس سربازان آمریکایی را از نژادهای مختلف نشان داد. همچنین مصاحبه‌ها باید انعکاس‌دهنده

طراوت، جوانی و ایده‌آل بوده و انتقادیانه نباشد. ۲. نباید به طور کلی نامی از عملیات فلسطینی‌ها در زمان جنگ عراق برده شود. ۳. علت حضور طولانی‌مدت نیروهای آمریکایی در کشور عراق، وجود هرج و مرج در این کشور قلمداد شود. همچنین در این جنگ، برخلاف جنگ‌های دیگر که خبرنگاران بدون محدودیت به مناطق مختلف جنگی رفت و آمد و به تهیه فیلم و گزارش می‌پرداختند، پنتاگون مناطق نفوذ و غیرنفوذ را برای خبرنگاران همراه مشخص کرده بود. همچنین پنتاگون بعد از حمله به افغانستان در ۷ اکتبر ۲۰۰۱، در برنامه‌ای تلویزیونی به نام *The Rummy Show* که دو تا سه بار در هفته و در بهترین زمان بعد از اخبار شبانه‌گاهی پخش می‌شد، به اطلاع‌رسانی به افکار عمومی مردم آمریکا می‌پرداخت. در این راستا، عده زیادی از شهروندان آمریکایی هر روزه با پنتاگون تماس می‌گرفتند و سؤال می‌نمودند که رامسفلد که دولت وی را *Rummy* می‌نامید، در چه تاریخی در این برنامه حاضر می‌گردد. بر اساس آمار تحقیقاتی مؤسسه *Nielsen Media*، نزدیک به ۸۰۰/۰۰۰ نفر این برنامه را به صورت زنده می‌دیدند. (۳۳) همچنین ابزار دیگری که به پنتاگون اجازه می‌داد تا جریان کنترل اطلاعات را مدیریت کند، استفاده از رابطه میان تکنولوژی، جنگ و رسانه بوده است. اگرچه این ابزار موضوع تازه‌ای نیست و سابقه آن به جنگ آمریکا با مکزیک در سال ۱۸۴۶ بازمی‌گردد؛ یعنی زمانی که با اختراع تلگراف، رقابت میان رسانه‌ها و مطبوعات برای پخش سریع اخبار شدت گرفت. امروزه تکنولوژی‌های پیچیده تسلیحاتی، جنگ‌های الکترونیکی و تحلیل‌های کارشناسی باعث گریه که رسانه‌ها از کارشناسان و نظامیان در حال خدمت و یا بازنشسته که در راستای سیستم فکری پنتاگون قرار دارند، استفاده نمایند.

ج. ۱۱ سپتامبر، رسانه و افکار عمومی

۱۱ سپتامبر منشاء تحولات عظیمی در عرصه داخلی و خارجی ایالات متحده آمریکا و همچنین نظام بین‌الملل گردیده است. از صبح روز بعد از ۱۱ سپتامبر، فضای غالب سخنرانی‌های رسمی و غیررسمی مسئولان بلندرتبه آمریکا در رسانه‌های این کشور نسبت به مواضع داخلی - خارجی، تغییرات اساسی یافت. بوش در اولین سخنرانی خود پس از این حملات، اشاره کرد که این حملات بیش از آنکه اقدام تروریستی باشند، به منزله شروع جنگ

با آمریکا هستند و این نیازمند آن است که ملت آمریکا کلیه امکانات مادی و معنوی خود را به سرعت برای حل این مشکل بسیج نماید. در این سخنرانی و دیگر سخنرانی‌ها، بوش و دولتمردان وی مکرراً سخن از دو نیروی «خیر و شر» نموده و مدعی بودند که پیروزی به طور مطلق از آن نیروهای خیر به رهبری آمریکا خواهد شد. همچنین استفاده از اصطلاحات تهییج‌کننده در بین افکار عمومی و مفاهیم تقلیل‌یافته برای قابل درک بودن سیاست‌های دولت بوش در بین کلیه اقشار جامعه آمریکا توسط رسانه‌ها و مطبوعات پیگیری گردید. در همین راستا، بوش در طول سخنرانی خود به نام «وضعیت کشور» در سال ۲۰۰۲، پنج مرتبه از واژه شرارت^{۱۲} و دوازده مرتبه از واژه جنگ استفاده نمود. این در حالی بود که او در سخنرانی ملی خود بعد از ۱۱ سپتامبر، ۲۲ بار از واژه ترور استفاده نمود بدون آنکه تعریفی از آن ارائه نماید. (۳۴)

تکرار این‌گونه اصطلاحات مهیج برای تحریک افکار عمومی آمریکا، با توجه به عمق حملات ۱۱ سپتامبر، موفقیت‌آمیز بود و بوش توانست سیاست «جنگ علیه تروریسم» را با حمایت قاطع افکار عمومی به تصویب کنگره و سنا برساند. در این قسمت، سعی در پاسخ‌گویی به این سؤال داریم که با توجه به سیاست‌های اتخاذ شده کاخ سفید در خصوص پوشش‌های خبری رسانه‌ها و مطبوعات در راستای جنگ علیه تروریسم، آیا این پوشش‌های خبری توانسته افکار عمومی آمریکا را همانند هفته‌های نخستین بعد از ۱۱ سپتامبر همسو با سیاست‌های دولت بوش نماید؟ در پاسخ، ابتدا به بررسی سیاست‌ها و اقدامات کاخ سفید و رسانه‌های آمریکا پرداخته و سپس تأثیر این سیاست‌ها را بر افکار عمومی این کشور تحلیل می‌نماییم.

نکته قابل توجه برای تحلیل‌گران سیاسی این بود که بوش زمانی که کشور وارد جنگ می‌شد، همانند رؤسای جمهور پیشین آمریکا نبود. دولت بوش هرگز از شهروندان غیرنظامی برای فداکاری کردن، پیشنهاد افزایش مالیات برای پوشش دادن به هزینه‌های جدید جنگی، تحمیل هزینه‌های غیرعمومی و یا از کهنه‌سربازان در کابینه و یا مشاوره از آنها استفاده ننمود. برعکس بوش بر این سیاست‌گذاری اصرار می‌ورزید که مردم آمریکا بایستی بیشتر مصرف

کنند و از تعقیب سیاست‌های صرفه‌جویانه پرهیز نمایند که البته در صورت موفقیت، این سیاست می‌توانست اعتبار جهانی را برای استراتژی دولت بوش در طول جنگ به همراه آورد.^{۱۳} بدون هیچ‌گونه تردیدی، بوش موفقیت خود را در شروع و پیشبرد جنگ تا حد بسیار فزاینده‌ای از طریق پوشش‌های خبری رسانه‌ها و مطبوعات به دست آورده است که به عنوان اولین وسیله ارتباط جمعی، مورد استفاده مردم آمریکا در کسب اخبار روزانه‌شان می‌باشد و نقش خیره‌کننده‌ای را در این مهم ایفا می‌کند. بوش از طریق بهره‌جویی از شبکه‌های اصلی تلویزیونی و مطبوعاتی که تحت مالکیت شرکت‌های بزرگ می‌باشند، توانست به تعقیب سیاست‌های خویش بپردازد. کانال خبری فاکس نیوز^{۱۴} تحت مالکیت رابرت مورداخ^{۱۵} یک استرالیایی دسته راستی است که اکنون صاحب امتیاز تعداد زیادی از رسانه‌های گروهی جهان می‌باشد. این شبکه، ارتباط نزدیکی با حزب جمهوری‌خواه دارد و آقای نیوت گینگریچ^{۱۶} از اعضای حزب جمهوری‌خواه کنگره، دیدگاه‌های این شبکه را متعادل و منصفانه می‌داند. شبکه ABC که تحت مالکیت شرکت والت دیسنی می‌باشد، از طرفداران حزب جمهوری‌خواه است که تولیدکننده اسباب‌بازی می‌باشد. شبکه NBC نیز تحت مالکیت جنرال الکتریک می‌باشد که یکی از بزرگترین شرکت‌های الکترونیکی در سطح جهانی و با تاریخ طولانی از فعالیت‌های ضد اتحادیه‌ای است. این شرکت، یکی از کمک‌کنندگان اصلی حزب جمهوری‌خواه می‌باشد که دارای منافع عمده‌ای در صنایع تسلیحاتی، مالی، نیروگاه‌های هسته‌ای و همچنین در بسیاری دیگر از بخش‌های صنعتی است. در نهایت، شبکه CBS تحت مالکیت آقای ویاکوم^{۱۷} می‌باشد که ایشان علاوه بر این شبکه، شبکه‌های عمده رسانه‌ای دیگر همچون CMT، Niceldeom، Time، VHI، TNN، Mtv، ۳۹ ایستگاه بخش تلویزیونی، ۱۸۴ ایستگاه رادیویی و همچنین رسانه تصویری - تجمسی^{۱۷} را نیز در اختیار دارد.^{۱۷} (۳۶)

بوش توانست از طریق این شبکه‌های خبری همفکر با حزب جمهوری‌خواه و همچنین تحمیل قوانین مورد نیاز خود به رسانه‌ها، سیاست‌های جنگ علیه تروریسم را به شهروندان

13 . Fox News

14 . Rubert Murdoch

15 . Newt Gingrich

16 . Viacom

17 . Paramount Picture

آمریکایی بقبولاند. در نظرسنجی ۱۵ اکتبر ۲۰۰۱ که توسط شبکه ABC انجام پذیرفت، زمانی که از پاسخ‌دهندگان خواسته شد که موافقت یا عدم موافقت خود را نسبت به مدیریت دولت بوش در مبارزه با تروریسم بیان دارند، ۹۲٪ موافق، ۵٪ مخالف و ۳٪ نامطمئن نسبت به مدیریت وی بودند و بوش با این حمایت قوی، حمله نظامی خود به افغانستان را در ۷ اکتبر ۲۰۰۱ شروع نمود.

اگرچه حملات ۱۱ سپتامبر، تغییرات بنیادینی را در سطوح سیاست، اقتصاد و ارتش برای دولت آمریکا به همراه داشت، ولی در عرض چند هفته بعد از حملات ۱۱ سپتامبر، هیچ‌گونه مخالفتی با دولت حتی در میان مطبوعاتی که در انتقاد از سیاست خارجی دولت‌های آمریکا سابقه طولانی داشتند، همچون نیویورک تایمز دیده نشد و کلیه رسانه‌ها و مطبوعات کشور در سیستم مدیریت اطلاعاتی که آن را می‌توان خودسانسوری نامید، قرار گرفتند. جالب اینکه هنوز جنگ بر علیه طالبان در افغانستان به پایان نرسیده بود که رسانه‌ها به تلاش رئیس‌جمهور برای انتقال تمرکز قدرت نظامی آمریکا از افغانستان به عراق اشاره می‌کردند. در این برهه زمانی، این سؤال مطرح شد که آیا جنگ علیه تروریسم همانند دوره جنگ سرد، توانایی ایجاد اتحادی معتدل را دارد؟ به ویژه از اوایل سال ۲۰۰۴، این نگرانی وجود داشت که آیا رسانه‌ها می‌توانند با حرارت و حتی مشتاق‌تر از دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۴۰ که به تهیه پوشش‌های خبری علیه ارتش سرخ می‌پرداختند، به تولید خبرهای مهیج برای تحریک افکار عمومی بپردازند؟ (۳۷)

در این راستا می‌توان عملکرد مطبوعات بعد از ۱۱ سپتامبر در آمریکا را به دو نوع پوشش خبری مکمل در راستای حمایت از سیاست‌های دولت بوش و تحریک افکار عمومی تقسیم نمود: ۱. تولید اشتیاق عمومی برای دفاع از آزادی و امنیت داخلی کشور با استفاده از عناوینی همچون دسیسه‌ها و توطئه‌های گروه‌های تروریستی. گروه‌هایی که اقدامات آنها بر منافع داخلی - خارجی آمریکا سایه افکنده و از هر خطر ایجاد شده در طول تاریخ آمریکا حتی از کمونیسم بین‌الملل در طول جنگ سرد نیز خطرناک‌تر می‌باشد. ۲. استفاده از اصل «مکانیسم تکرار» در به یادآوری عمق فاجعه حملات ۱۱ سپتامبر، از طریق حافظه تاریخی افکار عمومی که به واسطه آن، هیجان‌های تولیدشده از این حملات استمرار یافته و در نتیجه حمایت عمومی از جنگ علیه تروریسم کاهش نیابد. در این خصوص، می‌توان به سخنرانی‌های مکرر

دستگاه‌های امنیتی آمریکا به ویژه اف.بی.آی اشاره داشت که مکرراً بیان داشتند که شبکه القاعده در تلاش برای مأموریت تروریستی جدیدی در خاک آمریکا می‌باشد. در واقع مکانیسم تکرار که نقش محوری را در مدل آبشار دارد، حکایت از این مهم می‌کند که محرک اولیه ناشی از وقایع جدید، عموماً ابتدایی و دور از پیچیدگی‌های خبری می‌باشد؛ ولی زمانی که محرک اولیه شروع به فعالیت و گسترش می‌کند، به خارج از ایده اولیه تبدیل می‌شود و شکل مکانیسم تکرار حتی می‌تواند به صورت «تابو» مورد بهره‌برداری قرار گیرد. در واقع، به همین دلیل است که اخبار اولیه در وقایع مهم، از اهمیت فزاینده‌تری نسبت به خبرهای بعدی برخوردار می‌باشد؛ زیرا فضای ذهنی افکار عمومی در همین دقایق اولیه شکل می‌پذیرد.

این فرایند دقیقاً از همان صبح روز ۱۱ سپتامبر با پخش تلویزیونی تصاویر برخورد دو هواپیمای مسافربری به دو برج تجارت جهانی آغاز گشت و بوش توانست چارچوب فکری مورد نظر خود را از دقایق آغازین این حملات القا نماید. در واقع، همان طور که اشاره گردید چارچوب اولیه مسلط خبری به ویژه در وقایع مهیج، می‌تواند بستر لازمه را مهیا و احساسات را در شبکه افکار عمومی فعال نماید. برای مثال می‌توان به پاسخ بوش به معترضین جنگ اشاره نمود. وی بیان داشت که اگر او زمان بازگشت نیروهای نظامی آمریکا از عراق را مشخص نماید، گروه‌های تروریستی داخل خاک عراق به سوی این کشور متمایل شده و جنگ علیه تروریسم را بایستی در خیابان‌های آمریکا تعقیب نمایم. همچنین رامسفلد وزیر دفاع نیز در پاسخ به کسانی که خواهان پایان جنگ به علت افزایش کشته‌شدگان سربازان آمریکایی بودند، بیان داشت که اگر در زمان جنگ جهانی دوم با وجود تلفات ۲۶۰ هزار نفری سربازان آمریکایی در برابر رژیم فاشیستی هیتلر نمی‌ایستادیم، امروزه هیتلر بر ما حکومت می‌کرد. این تلفی حاکی از اهمیت تأثیر مکانیسم تکرار در کلیه پوشش‌های خبری از وقایع مهم، بر ادراک افکار عمومی شهروندان آمریکایی می‌باشد.

استراتژیست‌های آمریکایی بعد از جنگ ویتنام به این طرف، به خوبی آگاه هستند که اگر نتوانند طرح‌های استراتژیک خود را بر پوشش‌های خبری رسانه‌ها حاکم کنند، رئیس جمهور کنترل خود را بر جریان اصلی سیاست خارجی از دست می‌دهد. اگرچه شهروندان آمریکایی از جمله بی‌اطلاحترین مردم دنیا نسبت به اتفاقات و خبرهای بین‌المللی می‌باشند، (۳۸) ولی همان

طور که اشاره گردید، با توجه به اصل تأثیرگذاری بیشتر اخبار منفی نسبت به اخبار مثبت، در جامعه سرمایه‌داری آمریکا که سیاست‌های خارجی با توجه به اصل رفتار عقلانی و در راستای منافع ملی کشور تفسیر می‌گردد، در صورت آگاهی مالیات‌دهندگان نسبت به هزینه‌های بیشتر در برابر سود کمتر در یک طرح سیاست خارجی، طولانی‌شدن این فرایندها شکست جبران‌ناپذیری را برای سیاستمداران کاخ سفید به همراه خواهد داشت که مصداق آن را می‌توانیم در جنگ ویتنام (۱۹۷۵ - ۱۹۶۷) و همچنین در صورت طولانی‌شدن جنگ علیه تروریسم (؟ - ۲۰۰۱) به عنوان یکی از سناریوهای این جنگ مدنظر قرار دهیم.

امروزه این اصل در جامعه آمریکا نهادینه شده است که هر زمان تمرکز و کنترل رئیس جمهور بر موضوعات خاص سیاست خارجی افزایش می‌یابد، نخبه‌های خارج از دولت تمایل به سکوت دارند و همچنین زمانی که یک تهدید خارجی همانند حملات ۱۱ سپتامبر صورت می‌پذیرد، سیاستمداران، نخبگان و افکار عمومی در یک خط بردار مفهومی قرار می‌گیرند و در نتیجه، دولت کنترل کامل بر پوشش خبری رسانه‌ها و سپس بر افکار عمومی پیدا می‌کند. امروزه، دولتمردان دولت بوش با آگاهی از این اصل، سعی در بهره‌گیری بهینه از مطبوعات داخلی و حتی خارجی دارند که البته این سیاست تازه‌ای در این خصوص نیست و آغاز این جریان را می‌توان در نحوه ورود این کشور به جنگ جهانی اول جستجو کرد. در آن زمان، رئیس‌جمهور ویلسون کمیسیون تبلیغاتی با نام Cree Commission را تأسیس نمود که توانست در طول شش ماه مردم آمریکا را به جنگی احساسی سوق دهد. شهروندان آمریکایی خواهان جنگ و نابودی کامل متجاوز بودند. آنها اشک می‌ریختند و بیان می‌داشتند که به جنگ می‌رویم و جهان را نجات می‌دهیم. (۳۹)

با ملاحظه موارد فوق، اینک به بررسی و تحلیل این مسأله می‌پردازیم که سیاست‌ها و اقدامات اتخاذشده توسط دولتمردان کاخ سفید بعد از ۱۱ سپتامبر در میان افکار عمومی آمریکا چه بازخوردی داشته است؟

لحظه نگران‌کننده برای هر حکومتی در زمان‌های بحران به ویژه در زمان جنگ می‌باشد که تبلیغات و پوشش خبری رسانه‌ها و مطبوعات در راستای منافع حکومت صورت می‌گیرد. در این زمان، بعضی از رسانه‌ها بنا به اصول حرفه‌ای خویش، به تولید پوشش خبری منفی از

سیاست‌های مطرح‌شده حکومت می‌پردازند و این نقطه آغازین در زوال رهیافت هژمونیک اطلاعاتی است. نخبگان به ویژه اعضای کنگره که اغلب دارای انگیزه قوی برای پیشبرد سیاست‌های خویش می‌باشند، در زمان‌های حمایت اکثریت مردم از رئیس‌جمهور، تمایل به سکوت بیشتری در برابر کاخ سفید دارند؛ اما زمانی که در میان افکار عمومی شکاف نسبت به تصمیمات رئیس‌جمهور مشاهده گردد، فرصت مناسبی برای نخبگان و شهروندان مخالف سیاست‌های کلان است که بتوانند اهداف خود را به عنوان قدرت ثانوی در کنار جریان اصلی کاخ سفید به نمایش بگذارند و در نتیجه قدرت و مانور رئیس‌جمهور نسبت به افکار عمومی شروع به زوال می‌نماید.

اگر مردم چیزی که می‌بینند، می‌شنوند و می‌خوانند را باور نکنند، به دشواری می‌توان گفت که چگونه پوشش خبری رسانه‌ها به باورهای افکار عمومی جهت و نقش می‌دهند. بنابراین هر رسانه‌ای قبل از تولید خبر، نیازمند داشتن «اعتبار» در نزد افکار عمومی می‌باشد که البته این میزان اعتبار در سطح کلان نسبی بوده و از کشوری به کشور دیگر متفاوت می‌باشد. برای مثال میزان اعتبار رسانه‌ها در نزد افکار عمومی مردم فرانسه بسیار پایین است ولی در آلمان دارای اعتبار زیادی می‌باشد و در مورد آمریکا، این میزان اعتبار با توجه به متغیر زمان تغییر می‌کند. (۴۰) در حالی که به طور کامل مشخص نیست که افکار عمومی فاکتوری تعیین‌کننده در تصمیمات مربوط به شروع عملیات نظامی می‌باشد یا خیر، شواهد بسیاری وجود دارد که فضای افکار عمومی شیوه عملیات‌های نظامی را شکل داده و حتی در بعضی موارد این شیوه‌ها را هدایت می‌کند. همچنان که در جنگ ویتنام، لبنان و سومالی، رؤسای جمهور آمریکا به دلیل نامساعدبودن خواست افکار عمومی، مجبور گشتند طیف سیاست‌های خود را به واسطه مقبولیت سیاسی و همچنین موفقیت عملیات نظامی تغییر دهند. (۴۱)

ابتدا با توجه به تحلیل نمونه‌های آماری زیرین به بررسی آخرین نظرسنجی مرکز The Pew research center در ۱۳ اکتبر ۲۰۰۵، در مورد وضعیت افکار عمومی نسبت به عملکرد دولت بوش می‌پردازیم.

بعد از شروع جنگ موگاتیشو در ۱۹۹۳، شبکه خبری ABC، در ۴ - ۳ اکتبر همان سال بلافاصله از پاسخ‌دهندگان در مورد خروج نیروهای آمریکایی از سومالی، نظرسنجی کرد که

آنها با نسبت ۲ به ۱ خواهان خروج این نیروها بودند. یک بررسی از کل دامنه‌های در دسترس از افکار عمومی درباره کاهش و افزایش احساسات درباره این جنگ، این نتیجه را به اثبات می‌رساند که ترجیح قاطعانه آمریکایی‌ها در ادامه جنگ و عقب‌نشینی منظم از سومالی، متمرثر بوده است. در این راستا، مدل‌های آماری دقیقاً سقوط و صعود جزئی را به پیش از ۶۰٪ پاسخ‌دهندگان پیش‌بینی نمودند؛ زیرا اعتقاد گسترده‌ای وجود داشت که آمریکا منافع ضروری در این جنگ ندارد. در هائیتی، بوسنی و کوزوو، از هر ۱۰ نفر، ۴ نفر از حضور نظامیان آمریکایی در این کشورها حمایت می‌کردند که البته این میزان حمایت در قضیه هائیتی و بوسنی کمتر بود.

دیدگاه اصلی در بین افکار عمومی بعد از ۱۱ سپتامبر، بر این اساس شکل گرفت که آمریکا در جنگ علیه تروریسم دارای منافع حیاتی می‌باشد؛ به طوری که میانگین سطح حمایت عمومی از حملات نظامی در افغانستان، ۸ نفر از ۱۰ نفر بود که تداعی‌کننده حمایت مردم از حضور آمریکا در جنگ جهانی دوم است. در یک نظرسنجی صورت‌گرفته بعد از ۱۱ سپتامبر از پاسخ‌دهندگان خواسته شد، پاسخ دهند که کدامیک از این حوادث به لحاظ تاریخی از اهمیت بیشتری برخوردار می‌باشد: حملات ۱۱ سپتامبر و جنگ علیه تروریسم یا حمله پرل هاربر و جنگ جهانی دوم؛ که با مقایسه ۳ به ۱، آنها ۱۱ سپتامبر را انتخاب کردند. (۴۲)

این در حالی بود که جنگ عراق در اوایل نوامبر سال ۲۰۰۳، برخلاف جنگ اول خلیج فارس، قبل از آنکه آغاز گردد، به لحاظ سیاسی و حقوقی زیر علامت سؤال قرار گرفته و به واسطه نقض قوانین حقوق بین‌الملل و نامشروع بودن به لحاظ اخلاقی و سیاسی، حتی در میان متحدین آمریکا که همیشه در کنار این کشور قرار داشتند، با مخالفت روبرو شده بود. مطبوعات آمریکا سه سال بعد از این حملات، مشکل بودن حمایت‌شان را از سیاست بوش در جنگ علیه تروریسم بیان کردند. بین اواخر می و اواسط جولای ۲۰۰۴، بعضی روزنامه‌های اصلی آمریکا، آشکارا اعتراف کردند که گزارش ایشان از اتهامات دولت بوش بر علیه عراق، قبل از دخالت نظامی در مارس ۲۰۰۳، به دلیل اجبار کاخ سفید برای همکاری و عدم انتقاد از جنگ بوده است. در ۲۶ می ۲۰۰۴، سردبیران خارجی روزنامه نیویورک تایمز مقاله‌ای را به چاپ رساندند و در آن اشاره کردند که بعد از آنکه آنها بر اشتباه گزارش‌های سرویس‌های

اطلاعاتی در مورد موضوع تسلیحات کشتار جمعی در عراق و امکان ارتباط عراق با تروریست‌های بین‌المللی تأکید کردند، هیچ‌گونه اعتنایی به این مطالب از سوی دولتمردان فعلی آمریکا صورت نگرفت. چهار روز بعد از این مقاله، روزنامه NYT بیان داشت که این یک مسأله بنیادین و نهادی است و نه موضوع فردی و یا مقاله از سوی سردبیران مطبوعات. آقای هاوارد کورتر نویسنده این مقاله در ادامه بیان داشت که ما کارمان را انجام می‌دهیم، اما نه به اندازه کافی و من متهم می‌کنم خودم را که احتمالاً مقاومت زیادی نکردم. ما بایستی به خوانندگان هشدار می‌دادیم که اطلاعاتی که اساس این مقاله‌ها بر اساس آن استوار می‌باشد، سست‌تر از آن است که ما به شکل گسترده بر آن تأکید داشتیم. (۴۳)

امروزه دیگر کارکرد رسانه‌ها، سخنرانی‌های دولتمردان دولت بوش و شخص رئیس جمهور برای شهروندان آمریکایی، همانند هفته‌ها و ماه‌های اولین ۱۱ سپتامبر دارای جذابیت و اعتماد نیست. الگوهای طراحی شده توسط کاخ سفید در ایجاد سیستم مدیریت اطلاعاتی یا به عبارت بهتر «نظم گفتمانی»، همانند چهار سال گذشته عمل نمی‌کند و در نتیجه به واسطه فاصله زمانی از رویداد ۱۱ سپتامبر، شاهد نزول حمایت افکار عمومی از جنگ علیه تروریسم می‌باشیم. از احساسات غلیظ شهروندان آمریکایی نسبت به این موضوع کاسته شده و آنها خواستار ارائه واقعیت‌های زندگی خودشان در رسانه‌ها و مطبوعات می‌باشند. در آخرین نظرسنجی توسط مرکز Pew در ۱۳ اکتبر ۲۰۰۵، از شهروندان آمریکایی خواسته شد نظر خود را در مورد عملکرد دولت بوش بیان دارند که ۲۹٪ موافق سیاست‌های دولت وی بودند. این رقم در ماه جولای ۳۵٪ بود و در طرف مقابل، میزان نارضایتی از دولت وی به ۶۵٪ در برابر ۵۸٪ ماه جولای رسید. در واقع، رضایت عمومی شهروندان آمریکایی از بوش از وضعیت بد به بدتر انتقال یافته است. در طرف مقابل، ۲۶٪ از پاسخ‌دهندگان موافق بودند که سیاست‌های بوش در بلندمدت موقعیت‌آمیز خواهد بود و ۴۱٪ معتقدند که وی ناموفق خواهد بود. در حالی که این میزان عدم موفقیت در ژانویه ۲۰۰۵، ۲۷٪ بیشتر نبوده که رشد ۱۴٪ را نشان می‌دهد. (۴۴)

در نظرسنجی دیگری، پاسخ‌دهندگان به سه گروه جمهوری خواهان، دموکرات‌ها و مستقل‌ها تقسیم شدند و از آنها خواسته شد که نظرات خویش را در مورد سیاست دولت‌های اول و دوم بوش ارائه نمایند.

در مورد بهبود وضعیت اخلاق در جامعه آمریکا، ۵۳٪ جمهوری خواهان، ۱۰٪ دمکرات‌ها و ۲۲٪ مستقل‌ها، با میانگین ۲۵٪، بهبود رابطه آمریکا با متحدین خویش، ۴۶٪ جمهوری خواهان، ۹٪ دمکرات‌ها و ۱۶٪ مستقل‌ها با میانگین ۲۲٪، بهبود فاصله غنی و فقیر در جامعه آمریکا، ۱۹٪ جمهوری خواهان، ۳٪ دمکرات‌ها و ۵٪ مستقل‌ها با میانگین ۸٪، معتقدند که سیاست‌های دولت بوش باعث بهبود در این متغیرهای داخلی و خارجی گردیده است. در این راستا، تنها سیاستی که هر سه گروه به حداقل میزان توافق در آن دست یافته‌اند، در مورد مسأله امنیت ملی آمریکا بوده است که جمهوری خواهان ۸۳٪، دمکرات‌ها ۲۴٪ و ۴۴٪ مستقل‌ها با میانگین ۴۷٪ را نشان می‌دهد. (۴۵)

آمار مطرح شده از جامعه آمریکا، دقیقاً نشان‌دهنده وجود شکاف اطلاعاتی و تکرر انتظارات از دولت بوش است. همان طور که اشاره گردید، گسترش این شکاف، آینده خوبی برای دولت بوش و چشم‌انداز گسترده‌تری برای حزب جمهوری خواه در انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۰۸ به همراه نخواهد داشت. اکثریت مردم آمریکا (۶۹٪) معتقدند که رئیس‌جمهور آینده بایستی سیاست‌هایی متفاوت از آنچه دولت بوش در حال انجام دادن آن می‌باشد را تعقیب نماید. این در حالی است که تنها ۲۵٪ موافق ادامه این سیاست‌ها توسط رئیس‌جمهور آینده می‌باشند. بوش دور دوم ریاست‌جمهوری خویش را فقط با ۵۰٪ آرا آغاز نمود. این در حالی است که احزاب سیاسی اصلی آمریکا، نظرات متفاوتی در مورد موافقت با عملکرد بوش دارند. جمهوری خواهان ۸۱٪ معتقد به حمایت از عملکرد بوش می‌باشند که البته بعد از ژانویه ۲۰۰۶، ۸٪ کاهش داشته است. مستقل‌ها ۳۴٪ موافق بودند که کاهش محسوس را می‌توان احساس نمود. این میزان موافقت در حزب دمکرات به ۹٪ رسیده که از ژانویه ۸٪ کاهش داشته است. در رابطه با جنگ ۲۰۰۳ آمریکا در عراق که تا امروز نیز ادامه دارد، برای اولین بار در نظرسنجی‌های Pew، ۵۳٪ مردم آمریکا معتقدند که تلاش دولت بوش در عراق موفقیت‌آمیز نبوده است که این رقم نسبت به ژانویه ۹٪ افزایش داشته است. این آمار در مارس ۲۰۰۲، ۳٪ بوده است. در نقطه مقابل، از ۹۳٪ پاسخ‌دهندگان که معتقد به موفقیت در جنگ علیه عراق بودند، امروز به ۴۴٪ رسیده است. همچنین موضوع عراق در چندماه گذشته باعث افزایش شکاف در حزب جمهوری خواه گردیده است. در این راستا، حمایت جمهوری خواهان لیبرال و

میان‌رو در مورد اینکه آیا جنگ علیه عراق تصمیمی درست بوده ۶۱٪ بوده است، در حالی که جناح محافظه‌کار کاملاً مدافع درست‌بودن این تصمیم بوده است. در طرف مقابل، ۸۹٪ از دمکرات‌ها امروزه معتقدند که شروع جنگ علیه عراق تصمیمی اشتباه بوده است. (۴۶)

همان‌طور که قابل مشاهده است، با وجود تمام اقدامات و سیاست‌های وضع‌شده توسط کاخ سفید، امروزه مسیر جنگ علیه تروریسم جهانی، مورد پذیرش اکثریت مردم آمریکا قرار ندارد و در صورت ادامه این سیاست‌ها و عدم توجه به نارضایتی شهروندان آمریکایی نسبت به سیاست‌های دولت بوش، جمهوری‌خواهان بایستی هزینه‌های زیادی را در انتخابات ریاست‌جمهوری آینده آمریکا بپردازند. تئوری آشنا در میان کارشناسان سیستم‌های هژمونیک اطلاعاتی معتقد به این اصل است که اگر قصد دارید پوشش‌های خبری را به مخاطبان خود القاء کنید، به شکل کامل و دوجبهی بیان نکنید، چرا که اخبار کامل مخاطبان را به تأمل و تحقیق و به احتمال قوی استهزاء سوق می‌دهد. امروز به دلیل حضور در عصر اطلاعات و وجود شبکه‌های خبری متعدد به ویژه اینترنت که نقش بزرگی را در جنگ علیه تروریسم در شکل جمع‌آوری اطلاعات در افکار عمومی آمریکا ایفاء می‌نماید، پیگیری این تئوری برای مدت زمانی طولانی، برای هیچ حکومتی سودمند نخواهد بود؛ زیرا افکار عمومی چندین دهه است که به عنوان جبهه دوم جنگ‌ها مطرح شده و به قول ویلسون، برنده اصلی در کلیه جنگ‌ها سرانجام افکار عمومی خواهند بود؛ زیرا کلیه تصمیمات و استراتژی‌های کلان کشور در انتها محدود به رسانه‌ها و مطبوعات خواهد شد و در چشم‌اندازی بزرگتر، به قضاوت افکار عمومی گذاشته می‌شود.

نتیجه‌گیری

امروزه واژه تروریسم مفهومی گسترده در میان ادبیات مردم سراسر دنیا دارد. این کلمه همانند مفهوم اینترنت و موبایل وارد واژگان گفتاری روزانه مردم گردیده و لذا بیشتر افراد در پساخانه ذهن خود، قبل از آنکه با تعریفی آکادمیک و استاندارد آشنا شوند، مفهومی از آن را در ذهن خود خلق نموده و تجربه مفهومی از آن ساخته‌اند. این اولین گام در مشکل‌بودن تعریف تروریسم است؛ زیرا واژه‌ای که قابلیت انعطاف و همه‌گیرشدن در میان کثیری از مردم

دارد را به راحتی نمی‌توان تعریف کرد، بلکه تعریف یک واژه نیازمند جامع و مانع بودن است. در نتیجه به تساهل می‌توان گفت که به ازاء هر کشور و هر اجتماع، تعریفی از تروریسم وجود دارد. واژه‌ای که در ذات خویش دارای ابهامات و پیچیدگی‌های فراوانی است. امروزه تروریسم کلیدواژه ایجاد رژیم امنیتی جدیدی در دست هژمون گردیده است. در واقع جنگی که امروزه با نام خیر و شر شروع گشته، تولید تندیس درستکاری و حق در عرصه نظام بین‌المللی است که نوعی اخلاقیات رونمایی را برای رسیدن به اهداف دولتمردان تداعی می‌کند.

در این پژوهش، سعی شد تا طی سه بخش به بررسی و تحلیل تأثیر عملکرد تروریسم در جامعه آمریکا از دیدگاه رسانه و افکار عمومی و همچنین تأثیر رسانه بر افکار عمومی بعد از حملات ۱۱ سپتامبر پرداخته شود.

همان‌طور که اشاره گردید، امروزه یکی از مهیج‌ترین تحلیل‌های خبری، مربوط به اقدامات گروه‌های تروریستی است که باعث جلب توجه بسیاری از شهروندان کشورهای غربی به ویژه آمریکا گردیده است. تروریست‌ها از طرفی تولید وحشت در سطح جامعه می‌کنند و بی‌اختیار تغذیه‌رسان خبری رسانه‌ها و مطبوعات می‌گردند و در طرف مقابل، خواهان انتقال مفاهیم و باورهای خویش به سطح افکار عمومی می‌باشند. در عین حال، آنها در تحلیل‌های عقلانی خویش در نظر نمی‌گیرند که رسانه‌ها هرگز چهره مثبتی از اقدامات خشونت‌آمیز آنها ارائه نمی‌کنند. در واقع، رسانه ستون چهارم هر حکومت است و در نتیجه، اگرچه نمی‌توان رسانه را ابزاری مطلق در قالب همسویی با اهداف دولت‌ها فرض نمود؛ ولی آنها در ایجاد نظم گفتمانی در بین افکار عمومی به ویژه در دوره‌های بحران نقشی فزاینده دارند. در همین راستا، آمریکا از طریق اصل هژمونی ایدئولوژیک و با دستاویز قراردادن دو متغیر دمکراسی و لیبرالیسم و ابزار خودسانسوری، سعی در همسوکردن مسیر رسانه‌ها با کاخ سفید دارد؛ زیرا موفقیت در جنگ علیه تروریسم را در همراهی جبهه دوم می‌داند. در عین حال، هرگز از یاد نمی‌بریم که تفاوت فکری در میان نخبگان نه استثناء؛ بلکه قاعده است. در نتیجه شاهد هستیم که با دورشدن از حملات تروریستی ۱۱ سپتامبر و شروع جنگ علیه تروریسم از ۷ اکتبر ۲۰۰۱، با حمله به افغانستان، میزان مخالفت نخبگان نسبت به این سیاست‌ها در حال فزونی است، به طوری که

بعضی از مطبوعات سراسری آمریکا با وجود آگاه‌بودن از هزینه‌های مجازاتی از طرف حکومت، به انتقاد علنی از این سیاست‌ها می‌پردازند.

به نظر می‌رسد لحظه نگران‌کننده برای دولت بوش با وجود سعی تمام در حاکم‌کردن هژمونی خبری خویش بر افکار عمومی آمریکا فرارسیده است. موج نارضایتی‌ها از عملکرد بوش و بالطبع حمایت از جنگ علیه تروریسم، رو به کاهش می‌باشد و در نتیجه می‌توان این‌گونه فرض نمود که در صورت عدم به وجود آمدن وضعیت فورس‌ماژور همچون حمله تروریستی دیگر به خاک آمریکا، چشم‌انداز روشنی برای پیروزی در انتخابات ریاست‌جمهوری برای حزب جمهوری‌خواه متصور نیست.

یادداشت‌ها

1. Alexander Yonah, "Terrorism, the Media and the Politics", in Henry Han, *Terrorism Political Violence and World Order*, Landham, ml: University of America Press, 1983, pp:135-137.
2. Lavid Laletz I and Jill Richershauser, "Media and Terrorism in North America", *Journal of Political Science*, Auue University USA, 2002, pp:119-22.
3. Jonathan white R., *Terrorism an Introduction*, (Third Edition), Grand Valley State University, Wadsworth, USA, 2002, p:259.
4. Ibid, I; 26.
5. Schmid Alex I. and Jenny f.A.de Graaf, *Violence as Communication*, newhury park.
6. Jonathan White R., Ibid, p. 26.
7. Christolher Hewitt, *Understanding Terrorism in America, From the klan to Al Qaeda*, Routledge, New York, 2003, ll: 110-113.
8. Morgenthau, "Aterrorist Lot Without a Story", *Nwes Weels, February*, 1994, pp:28-29.
9. Jonalthan Whote R, Ibid, P:257.
10. [http:// question – everything. Mahost.org](http://question-everything.Mahost.org), "Ideological Hegemony: thought control in American Society", Socio – Politics / thought control.html. 12.302005.
11. Staci Rhinel Stelhen Bennett E, Richard Flicningers, *After 1977: Television Viewers, Newslaler Readers and public olinion about terrorism consequences*, Annual metting of the American political Science Association Boston, Massachusetts, August 29- Seltember 2002.
12. Philip Tichenor j., Georgo Lonohue A. and Clavice Nolien, "Mass Media and the differential Growth in knowledge", *Public oPinion Qualtery 54*, 1970: 158.
13. Staci Rhinel, Ibid, pp: 4-8
14. Staci Rhinel, Ibid, I: 10
15. The Pew Research Center, octoher 13, 2005.
16. [http://www. Washington post. Com / ac2 / wl- dyn / A23g 74-2003 jun 23](http://www.Washington.post.Com/ac2/wl-dyn/A23g74-2003jun23)
17. [http://www.pipa. org / whatnew new – 6 – 04 – 03 – html](http://www.pipa.org/whatnewnew-6-04-03.html)
18. [http://www.USATODOAY.com / news / Washington / 2003 – 09 – 06 – Poll – iray – xhtm](http://www.USATODOAY.com/news/Washington/2003-09-06-Poll-iray-xhtm)
19. Herbert Levine M., "Point – Conterpoint Reading in American Government" (7th Edition), Wadsworth, usa, 2004, I:199
20. Jonathan White R., Ibid, ll: 262-265.
21. For More Information see the; Wendy Ewbank and John Hamer, Teaching Media Literacy through the topic of terrorism", *World Affairs Coouncil and Washington News Council*.
22. Ideological Hegemony Thought Control in American Society, Ibid I:6
23. [http://emlerors – clothes.com / milo / freezer1. htm](http://emlerors-clothes.com/milo/freezer1.htm). Code it questioneverything mahost.org
24. [http://question - everything. Mahost. Ibid](http://question-everything.Mahost.Ibid)
25. Ibid

26. Ibid
27. Robert Entman m., *Framing News Public Opinion and U.S Foreign Policy*, the University of Chicago, 2004, P:4
28. Ibid, p: 11
29. Michael Getler, "Challenges: the Press and the Pentagon", *CJR*, Norember – Iecember 2001, Il:26-29.
30. Howard Kurtz, "The News Veteran", *Washington Post* , March 28 2003
۳۱. ضیائی‌پور، حمید، *جنگ نرم ۲، ویژه جنگ رسانه‌های*، مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌الملل ابرار معاصر تهران، ۱۳۸۳، صص ۲۳۰ - ۲۹۹.
32. Lavid Montgomery, "The Best Defense Ronald Rumsfelds orerwhelming show of force on the lablic Relations front", *Washington Post*, December 12, 2007.
33. Steven Best and Anthony NocellaJ., "Defining terrorism", *Aniual Liberation Philosophy Journal*, Voume 2, No 1, 2004, I:1.
34. referto; Herbert levine M., Polint- ConterPoint Reading in American Government (7thElition), Wadsworth, U.S.A, 2004, "Does the president Hare Legal Authority to Engage in Military Action Against the Nation's Enemies Without the Sleicific Authorization of Congrss? pp:223-242.
35. Berine Sanders, "Corlorations Have Choxehold on U.S. Media", Il:202,203, "Point – Conterpoint Reading in American Government (7th edition), Ibid.
36. Robert Entman, Ibid, Il: 12-14
37. Jhn Mueller, "American Public Opinon and Military Ventures Abroad: Attention, Evaluation, Involvement, Politics and the Wars of the Bushes" Department of political Science, Ohio State University, August 73, 2003, I:1.
38. Chomsky, Media Control, <http://www.Zmag.org / chomskytalks/9103-Media - controlhtml>.
39. John Street, *Mass Media, Politics and Democracy*, Palgrave, England, 2001, pp: 83, 85.
40. Eric Parson V.and Bogdan Savych, "American Public Sullort for U.S. Military Operations from Mogadishu to Baghdad", Rand Arroyo Center, 2003, xvii.
41. Ibid, xx, xxiii
42. Stig Nohrstedt A., "Media Refleivity in the War on Terror: Swedish media and the Irag war 2003, pp:1-3. Paper Till Konferensen "Mediernas Tackning av Irakkigen", Kolenhamn 17.18 Norember 2004.
43. the Pew Research Center, "Iurarility now sees Bush presidency as unsuccessful", october 13, 2005, I:1
44. Ibid, Il: 3,4.
45. Ibid, pp: 5,8.