

فصلنامه سیاست دفاعی، سال یازدهم

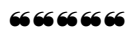
شماره ۴۴، پاییز ۱۳۸۲

اینترنت و عملیات روانی: نمونه جنگ عراق

تاریخ دریافت مقاله :	۸۲/۱۰/۱	حسین حسینی
تاریخ تأیید مقاله :	۸۲/۱۰/۳۰	دکترای علوم سیاسی و
صفحات مقاله :	۹ - ۳۱	استادیار دانشگاه امام حسین(ع)

چکیده

اینترنت اغلب عرصه‌های حیات بشری را تحت تأثیر قرار داده است. از جمله اینها، عرصه تبلیغات، ارتباط افق‌های و عملیات روانی است. در این عرصه، دو تأثیر تحول‌ساز اینترنت عبارت است از تبدیل تبلیغات و عملیات روانی مقیاس انبوه، به عملیات روانی هدایت‌شونده دقیق، و عملیات روانی سلسله‌مراتبی و ساختارمند، به عملیات روانی پلورال و ساختار شکن. مقاله حاضر در پی آن است تا با بهره‌گیری از این گز ابره‌های نظری، عملیات روانی انجام شده در جنگ عراق را تجزیه و تحلیل کرده و میزان انطباق، و صحت و سقم آنها را در پرتو شواهد و داده‌های این جنگ به محک تجربه بیازماید.



کلیدواژگان

عملیات روانی، اینترنت، تبلیغات هدایت‌شونده دقیق، تبلیغات مقیاس انبوه، ساختار ارتباطی، جنگ عراق

مقاله حاضر، حاصل بخشی از یافته‌های طرح پژوهشی "جنگ سلطه و پیامدهای امنیتی آن برای ایران" است.

E-mail : Hoseini2 @ Yahoo.com.

مقدمه

از هنگامی که چریکهای زاپاتیست توانستند با استفاده از اینترنت، از دره‌های چیاپاس، همدردی افکار جهانی را به نفع خود بسیج کنند و با برانگیختن فشارهای خارجی علیه دولت مکزیک، لبه تیغ نیروهای ضدشورش را کند نمایند، مجموعه‌ای از آرا و نظریه‌ها در مورد قدرت اقناعی این رسانه نوظهور در صحنه‌های سیاسی و نظامی عرضه گردید. تأثیر ناگهانی تبلیغات متکی بر اینترنت زاپاتیستها آنچنان گیرا بود که اغلب صاحب‌نظران از آن به عنوان ابزاری انقلابی در عرصه تبلیغات و عملیات روانی یاد کردند. براین اساس، طبیعی است که انتظار محققان و ناظران سیاسی و دفاعی آن باشد که در صحنه‌های مبارزات سیاسی و نظامی بعدی (و از جمله، جنگ عراق) این رسانه بتواند با رشد روزافزونی، جلوه‌هایی هرچه شگفت‌آورتر از تأثیرگذاری روانی بروز دهد.

با توجه به انتظار طبیعی یاد شده، هدف مقاله حاضر بررسی صحت و سقم نظریه "تأثیر انقلابی عملیات روانی اینترنتی" در پرتو تحولات و شواهد مربوط به جنگ عراق است. بنابراین، با این سؤال محوری آغاز خواهیم کرد که: نقش اینترنت در تقابل روانی - تبلیغاتی بین نیروهای درگیر در جنگ عراق چه بود؟ پاسخ موقت (فرضیه) ما به سؤال محوری این است: اینترنت نقشی انقلابی در عملیات روانی اجرا شده در جنگ عراق داشت. برای واری این فرضیه در ضمن مباحث آینده و از طریق مقایسه داده‌های مؤید آن با داده‌های ابطال‌گر، فرضیه پوچی را نیز می‌توان در نظر گرفت و آن اینکه: در تقابل روانی - تبلیغاتی بین نیروهای درگیر در جنگ عراق، اینترنت نقش انقلابی نداشته است. البته اگر بخواهیم گامی پیشتر بگذاریم و دقت تحقیق را افزایش دهیم، می‌توانیم فرضیه‌ای ابطال‌گر نیز تنظیم کنیم. در این صورت، فرضیه ابطال‌گر ما عبارت خواهد بود از اینکه «در تقابل روانی - تبلیغاتی در جنگ عراق، نقش اینترنت در حد تقویت و تداوم فرایندهای عملیات روانی پیشین بوده است».

اگر بخواهیم بر سبیل تحقیقات منضبط علمی، مقاله را براساس متغیرهای عینی بنا کنیم، ناگزیر از تعریف عملیاتی مفاهیم کلیدی مندرج در فرضیه هستیم. در این صورت، تعاریف عملیاتی ما به شرح ذیل خواهد بود:

۱- عملیات روانی: عبارت است از استفاده دقیق و حساب شده از تبلیغات و سایر امکانات به منظور تأثیرگذاری بر افکار، احساسات و رفتار گروههای دوست، دشمن و بی‌طرف، برای دستیابی به اهداف عمومی؛

۲- اینترنت: عبارت است از شبکه ارتباط جهانی مرکب از خدمات دهندگان، منابع ارتباطی و کاربران، که تجهیزات اصلی آن را کامپیوترهای شخصی و خطوط تلفنی تشکیل می‌دهد.

۳- تأثیر انقلابی: عبارت است از تغییر اساسی در فرایندها و قواعد ارتباط اقماعی موجود.

روش کلی مورد استفاده مقاله، روش تئوری آزمایشی است؛ به بیان دیگر، مقاله در پی آن است تا مدعیات نظری ارائه شده توسط محققان درباره تأثیر انقلابی اینترنت بر عملیات روانی را به محک تجربیات حاصل از جنگ عراق بزند و میزان صحت آن را بیازماید. روش گردآوری اطلاعات، روش کتابخانه‌ای و اسنادی است. برای تدوین چارچوب نظری، از کتب و مقالات چاپی و اینترنتی استفاده می‌شود و برای تأمین اطلاعات و داده‌های مورد استفاده در متن مقاله، از داده‌های دست‌دوم^(۱)، که توسط محققان و مراکز نظرسنجی گردآوری شده، استفاده خواهد شد. مهمترین این مراکز، شاید "سازمان پیو" باشد که تمرکز فعالیتهای آن بر گردآوری داده‌های مربوط به استفاده از اینترنت و سازماندهی این داده‌ها به منظور بهره‌برداری محققان است. دو فایل داده‌ای اصلی این سازمان که مورد استفاده مقاله حاضر بوده است، زمینه‌پژوهی در مورد استفاده از اینترنت در جنگ عراق، و زمینه‌پژوهی در مورد استفاده از اینترنت در حادثه یازدهم سپتامبر است.

مقاله به‌گونه‌ای سازماندهی شده است که بتواند ما را به هدف موردنظر، یعنی واکاوی مدعیات تأثیر انقلابی اینترنت در پرتو جنگ عراق برساند. برای این کار، ابتدا به چارچوب نظری می‌پردازیم و با بهره‌گیری از آرای صاحب‌نظران این حوزه، سازه‌ای تئوریک ارائه می‌کنیم که مبنایی برای سازماندهی داده‌ها و هدایت تجزیه و تحلیل‌ها باشد. سپس به موردپژوهی می‌پردازیم و مجموعه شواهد و داده‌ها را در دو بخش سازمان می‌دهیم: بخش مربوط به داده‌ها و شواهد مؤید سازه نظری و فرضیه برآمده از آن، و بخش مربوط به داده‌ها و شواهد ناقص آنها. در پایان، ضمن تجزیه و تحلیل و نتیجه‌گیری، پیامدهای جنگ عراق برای نظریه تأثیر انقلابی اینترنت بر عملیات روانی را مشخص خواهیم ساخت.

1- Second Hand Data

چارچوب نظری

تأثیرگذاری بر افکار و احساسات، و یا آنگونه که امروزه نامیده می‌شود، "مدیریت برداشت"^(۱)، همواره بخش جدایی‌ناپذیری از تاریخ جنگها و مخاصمه‌های نظامی را تشکیل می‌داده‌است. مدیریت برداشت، در شکل اولیه خود، هدف تأثیرگذاری بر فرماندهان و سربازان حریف، و قانع ساختن آنها به تسلیم یا فرار، بدون نیاز به کشتن و خونریزی را دنبال می‌کرده‌است. به تدریج و با شکل‌گیری پدیده‌هایی همچون دولت ملی، اهمیت‌یابی نقش شهروندان در سیاست، پیدایش افکار عمومی و توسعه تکنولوژی رسانه‌های همگانی، جنگها وارد دوره نوینی از تکامل تاریخی خود شدند که از منظر عملیات روانی می‌توان آن را دوره عملیات روانی انبوه (بر سیاق تولید انبوه، و شبیه چیزی که آلون تافلر، آن را موج دوم تاریخ تحول زندگی بشری، یا همان دوره صنعتی شدن و تولید انبوه نامیده‌است) نامید. اساساً آنچه که با عناوینی همچون عملیات روانی، جنگ روانی، جنگ سیاسی و تبلیغات استراتژیک خوانده می‌شود و انبوه متون علمی و ژورنالیستی که بویژه از شروع جنگ جهانی دوم، در این باره نشر یافته است، با محوریت همین رهیافت از ارتباط اقناعی شکل گرفته‌اند. صاحب‌نظران ارتباط اقناعی معتقدند که با ورود اینترنت به صحنه تبلیغات و عملیات روانی، این رهیافت در حال تغییر است. در این بخش از مقاله، ضمن برشمردن ویژگیهای رهیافت جاری، تأثیرات تحول‌ساز اینترنت در آن حوزه را تشریح کرده و بدین وسیله، پایه‌های نظری مباحث بعدی مقاله را پی‌می‌گذاریم. البته لازم به یادآوری است که ما تنها به دو ویژگی اساسی تبلیغات عصر انبوهی که برای موضوع موردنظر ما (تأثیر تحولی اینترنت) مناسب است بیشتری دارند، می‌پردازیم: این دو عبارت‌اند از توده‌ای بودن و سلسله‌مراتبی بودن.

(۱) اولین مشخصه عملیات روانی عصر صنعتی، توده‌ای بودن آن است؛ به عبارت دیگر، مخاطبان آن را معمولاً جماعتی از انسانها تشکیل می‌دهد. به دلیل توده‌ای بودن، فرض اصلی طراحان و مجریان عملیات روانی را یکسان بودن مخاطبان، و یا حداکثر، تقسیم آنها به چند دسته مخاطب جمعی تشکیل می‌دهد و براساس این فرض، یک یا چند نوع کلی پیام تبلیغاتی برای آن مخاطبان یک شکل و همگن تنظیم و پخش می‌شود. به همین دلیل است که چنین عملیات روانی، بر سیاق تولید و مصرف انبوه، عملیات

روانی انبوه خوانده می‌شود. رسانه‌هایی که در این عملیات استفاده می‌شوند نیز معمولاً رسانه‌های جمعی یا رسانه‌های همگانی^(۱) هستند. البته این سؤال که آیا سنت تبلیغات جمعی باعث شکل‌گیری و توسعه رسانه‌های جمعی شده است و یا برعکس، توسعه رسانه‌های جمعی باعث ترویج و توسعه تبلیغات و عملیات روانی جمعی گردیده است، شاید به سادگی، جواب قاطعی نیابد، با این حال، این نکته قطعی است که این دو پدیده، ملازم و همراه یکدیگر بوده‌اند.

اینترنت، با ایجاد شبکه‌ای مرکب از کامپیوترهای شخصی، این امکان را فراهم آورده است که برای هر مخاطب، پیام خاص او ارسال شود (برخلاف تلویزیون و رادیو، که معمولاً مخاطبان مجبور هستند پیامهای سری‌سازی شده‌ای را به یکسان دریافت کنند). این قابلیت اینترنت، به نوبه خود، طلیعه‌های تبدیل عملیات روانی مقیاس انبوه به عملیات روانی اختصاصی یا خاص‌گرا را به همراه آورده است. کریستوفر سنتنر^(۲)، تحلیلگر آژانس اطلاعات دفاعی آمریکا^(۳)، از اولین کسانی است که با شناسایی این پدیده، اصطلاح "تبلیغات هدایت‌شونده دقیق"^(۴) را معادل سلاحهای هدایت‌شونده دقیق^(۵)، برای توصیف آن به کار برده است. همچنانکه می‌دانیم، سلاحها یا مهمات هدایت‌شونده دقیق، نسلی از تسلیحات است که به جای تأکید بر قدرت آتش یا برد، بر دقت اصابت به هدف، و بنابراین، کاهش مهمات لازم برای انهدام هدف تأکید دارد. سنتنر معتقد است که عصر اطلاعات مدرن، ابزارهایی را فراهم کرده است که به وسیله آنها می‌توان به طور مستقیم مخاطب را تحت نفوذ قرار داد، بدون اینکه بخواهیم از وسایل سنتی تبلیغاتی و دیپلماتیک استفاده کنیم. از نظر او، عصر دیپلماسی دولت به دولت در حال زوال است و دیپلماسی دولت به فرد در حال طلوع است. رسانه‌های اطلاع‌رسانی جدید (اینترنت و سیستمهای پیوسته به آن، یعنی ایمیل، ارتباطات ماهواره‌ای، کامپیوتر شخصی، سی‌دی‌رام و غیره) به دولتها فرصت بیشتری برای مورد خطاب قرار دادن افراد خارجی براساس نفر به نفر، دستکاری داده‌ها و غیره فراهم کرده است (Centner, 1997).

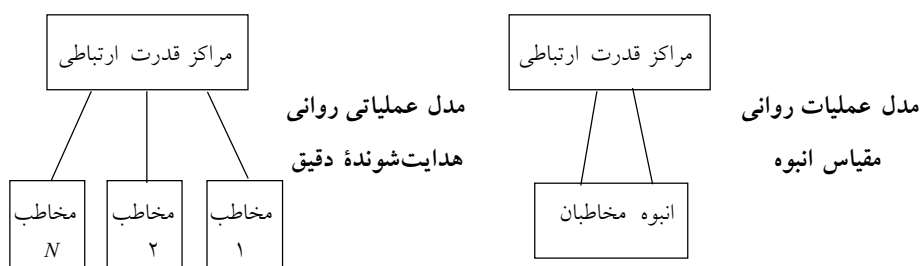
1- Mass Media

2- Christopher Centner

3- DIA

4- Precision Guided Propaganda

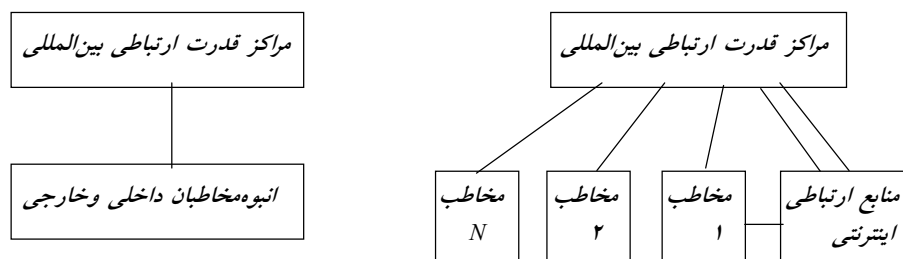
5- Precision Guided Weapons



۲) ویژگی دوم عملیات روانی عصر صنعتی، وجود نوعی رابطه طبقاتی و سلسله‌مراتبی بین پیام‌فرست و پیام‌گیر است. تأسیس و اداره ایستگاه‌های رادیویی و تلویزیونی، و گردهم آوردن انبوهی از متخصصان و کارمندان، و از همه مهمتر، تولید و انتشار برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و یا حتی روزنامه‌ای در ابعاد جهانی، نیازمند بودجه‌های گزافی است که تنها افراد و مراکز قدرت معدودی از عهده آنها برمی‌آیند. این امر باعث شده تا رابطه بین مخاطب و تبلیغاتچی (و به عبارت دیگر، رابطه بین تولیدکننده و مصرف‌کننده پیام)، رابطه‌ای کاملاً تبعیض‌آمیز باشد و تنها بازیگران انگشت‌شماری امکان رساندن پیام خود به گوش دیگران را داشته باشند. اگر این مفهوم را به صحنه روابط بین‌الملل تعمیم دهیم، آنگاه سلسله‌مراتبی از ارتباطات سیاسی بین‌المللی را خواهیم داشت که در بالاترین سطح، ابرقدرتها و قدرتهای بزرگ قرار دارند و در پایین‌ترین سطح، کشورهای فقیر و جهان سومی، همراه با شهروندان بی‌پناه آنها در برابر تهاجم امواج روانی - تبلیغاتی قدرتهای مسلط بر ساختار ارتباطات بین‌المللی. از این منظور باید گفت که جریان عملیات روانی عصر صنعتی، عمدتاً به نفع قدرتمندان بوده و جریان قدرت‌ساز، تقویت‌گر و تحکیم‌کننده سلسله‌مراتب اقتداری حاکم (چه در سطح داخلی و چه در سطح بین‌المللی) است.

اینترنت این امکان را فراهم آورده است که بازیگری با مهارت متوسط و با حداقل هزینه، بتواند به وسیله ارسال نامه‌های الکترونیک، ایجاد صفحه وب^(۱)، وبلاگ^(۲) و سایت، وارد عرصه ارتباطات سیاسی شده و ساختار سلسله‌مراتبی ارتباطات بین‌المللی را بشکند. در وضعیتهای بحرانی بین‌المللی، بویژه آنگاه که قدرتهای مسلط ارتباطی، همچون آمریکا، هدف بسیج افکار عمومی داخلی و خارجی را به نفع سیاستهای توسعه‌طلبانه خود دنبال می‌کنند، مطرح شدن هر صدای ناهماهنگ با فرایند

بسیج ارتباطی موردنظر آنها می‌تواند موجبات اختلال را فراهم آورده و رهبران این قدرتها را برآشفته سازد. شدت مخالفت مقامات آمریکایی با الجزیره، بویژه در جریان حمله به افغانستان، مؤید تأثیر اختلالی یاد شده است. حال اگر وضعیتی را تصور کنیم که در آن، هزاران صدای مخالف سیاست آمریکا در قالب سایتهای اینترنتی برخیزد، آنگاه ابعاد سیاسی این پدیده (و قابلیت ساختار شکنی آن) بیشتر آشکار می‌شود. تصاویر ذیل، تأثیر تحولی اینترنت بر ساختار ارتباطات و عملیات روانی مسلط بین‌المللی را نشان می‌دهد.



مدل عملیات روانی عصر صنعتی

مدل عملیات روانی عصر اینترنت

اینترنت و عملیات روانی در جنگ عراق

هنگامی که ارتشهای آمریکا و انگلیس مرزهای عراق را در دومین حمله به این کشور (۱۹ مارس ۲۰۰۳) درمی‌نوردیدند، فضای ارتباطات مجازی بین‌المللی، صدها میلیون کاربر را دربرمی‌گرفت. با این حجم از کاربران، و با توجه به کارکردهای ارتباطی اینترنت، انتظار وجود تعامل میان دو پدیده یاد شده (تهاجم آمریکا و انگلیس از یک سو، و ارتباطات اینترنتی از سوی دیگر) توسط محققان ارتباط اقناعی و عملیات روانی، طبیعی به نظر می‌رسید. برخی داده‌های کلی نیز چنین انتظاری را تأیید کرده‌اند، از جمله اینکه مطابق گزارش شرکت "ای. او. ال"^(۱) (بزرگترین شرکت خدمات‌دهنده اینترنتی در آمریکا)، در ساعات اولیه شروع جنگ، سرورهای این شرکت با ترافیک عجیبی برای ارسال پیامهای الکترونیکی روبه‌رو شدند و نزدیک به ۱۱۶ میلیون نامه الکترونیکی، در مدت زمانی کمتر از یک ساعت، توسط "ای. او. ال" دریافت و ارسال شده است. در طول جنگ

1- AOL

نیز حدود ۵۵ درصد کاربران بالای هجده سال آمریکایی سعی کردند با استفاده از پست الکترونیک، خبرها را برای دوستان و گروههای خبری مختلف ارسال کنند؛ در مقابل، اروپاییها تصمیم گرفتند به جای فرستادن حجم زیادی نامه‌های الکترونیکی، بیشتر وب سایتهای خبری را مرور کنند (همشهری، ۸۲/۲/۹).

علاوه بر مؤیدات ارتباطی یاد شده، شواهد دیگری نیز همبستگی بین جنگ و اینترنت را تأیید کرده‌اند. این شواهد به افزایش بی‌سابقه حملات اینترنتی مربوط می‌شود. در نوامبر سال ۲۰۰۲ (آبان ۱۳۸۱)، مل هکر^(۱) (نام مستعار ویروس‌نویس مالزیایی که پیشتر، ویروس ندال^(۲) را در حمایت از بن‌لادن و ویروس بلبلا^(۳) را انتشار داده بود) در مصاحبه‌ای اینترنتی با مجله "دنیای کامپیوتر" آمریکا، اعلام کرد که ویروس جدیدی به نام "چزدا"^(۴) نوشته است و تهدید کرد که اگر آمریکا به عراق حمله کند، آن را انتشار خواهد داد (*Iraq War and Information Security*). آغاز تهاجم آمریکا و انگلیس به عراق، با سلسله‌ای روزافزون از حملات اینترنتی همراه شد. در ۲۰ مارس ۲۰۰۳، چهل و هشت ساعت پس از شروع حمله آمریکا، چند صد سایت مورد حمله قرار گرفت. در ۲۱ مارس ۲۰۰۳، در فاصله بین نیمه‌شب تا ساعت ۱۵ فردا، هزار سایت مورد حمله قرار گرفت و این تعداد، غیر از سایتهایی است که حمله به خود را گزارش نکرده بودند. در ۲۳ مارس، منابع نزدیک به جامعه هکرها گزارش کردند که روزانه به حدود ۲۵۰۰ سایت حمله می‌شود؛ این منابع اعلام کردند که هدف حمله‌ها را تنها سایتهای آمریکایی یا عراقی تشکیل نمی‌دهد، بلکه هکرها به هر سایتی در هر کشوری که دسترسی پیدا کنند، حمله‌ور می‌شوند تا اعتراض آنها نسبت به جنگ، بیشترین عمومیت را پیدا کند. در ۲۳ مارس، گروهی از هکرها اعلام کردند که حدود ۳۰۰۰ سایت را علاوه بر سایتهایی که به‌طور رسمی اعلام شده است هک کرده‌اند؛ اغلب این هکرها ضد آمریکا یا ضد جنگ بودند. در همین روز، گروهی از هکرها اعلام کردند که سایت کاخ سفید را هک کرده‌اند؛ ظاهراً این سایت به سرعت ترمیم شده و سرانجام اینکه در ۲۴ مارس ۲۰۰۳، گزارش شد که در یک هفته گذشته حدود ده‌هزار سایت، غیر از سایتهای اعلام نشده، مورد حمله قرار گرفته‌اند (*Iraq War and Information Security*).

سؤال این است که آیا می‌توان تنها بر مبنای اطلاعات فوق، اعلام کرد که کارکرد

1- Melhacker

2- Nedal

3- Blebla

4- Scezda

اینترنت در جنگ عراق، تأییدگر ادعاهای مطرح شده در چارچوب نظری است؟ بدیهی است که با این اطلاعات نمی‌توان آن مدعیات را اثبات کرد. بنابراین، برای واکاوی دقیق‌تر نقش انقلابی اینترنت در عملیات روانی، در پرتو تحولات جنگ عراق، ابتدا داده‌ها و شواهد تأییدگر این نقش را بررسی می‌کنیم، آنگاه به داده‌ها و شواهد ابطال‌کننده آن مدعیات می‌پردازیم و در پایان، تلاش می‌کنیم با آستی برقرار کردن بین آن دو دسته داده، تصویری از نقش اینترنت در عملیات روانی ارائه کنیم که تا حد امکان، به واقعیت نزدیکتر باشد.

الف) داده‌ها و شواهد تأییدگر

تحولات مختلفی در جنگ عراق رخ داده‌است که فرضیه تأثیر انقلابی اینترنت در عملیات روانی را تأیید می‌کند. به منظور انطباق مطالب این بخش با مباحث ارائه شده در چارچوب نظری، آنها را در دو محور، متناسب با ویژگیهای تأثیر انقلابی پیشنهادی تنظیم می‌کنیم.

۱) اینترنت و عملیات روانی گزینشی: بارزترین نمونه این کارکرد اینترنت در عملیات روانی، ارسال پیامهای عملیات روانی ارتش آمریکا برای فرماندهان ارتش عراق به وسیله پست الکترونیک بود. در دی ماه سال ۱۳۸۱، یک مقام آمریکایی به خبرگزاری آسوشیتدپرس اظهار داشت که وزارت دفاع این کشور از نامه‌های الکترونیک برای تشویق فرماندهان عراقی به تمرد و ترک پست، و نیز هشدار به آنها نسبت به اجرای دستورهای صدام مبنی بر استفاده از سلاحهای شیمیایی و میکروبی برضد نیروهای آمریکایی بهره جسته است. وی اظهار داشت که این نخستین بار است که از چنین تکنیکی استفاده می‌شود؛ استفاده از این شیوه، بخشی از مبارزه گسترده پنتاگون و سایر سازمانهای اطلاعاتی آمریکا به شمار می‌آید و هدف از آن، تضعیف وفاداری ارتش عراق به صدام حسین و خنثی کردن امکان استفاده آنها از سلاحهای شیمیایی و میکروبی است. مقام آمریکایی تأکید کرد که این روش با سایر پیامهایی که تلاش کرده‌ایم برای صدام حسین بفرستیم هماهنگی دارد و این تنها یک ابزار دیگر در این زمینه محسوب می‌شود. در اوایل اجرای این برنامه، مبدأ نامه‌های الکترونیکی پنهان نگه‌داشته شده بود تا دخالت پنتاگون در این جریان آشکار نشود (همشهری، ۸۱/۱۰/۲۴).

اما نمونه یاد شده، جنبه تخریبی عملیات روانی گزینشی (تبلیغات هدایت‌شونده

دقیق، به بیان سنتنر) بود. این عملیات روانی، در بعد ایجابی و تقویتی نیز نقش آفرینی کرد. بارزترین نمونه آن را می‌توان استفاده ارتش آمریکا از اینترنت برای تقویت روحیه نظامیان آمریکایی و خانواده‌هایشان ذکر کرد. در جنگ عراق، ناوهای آمریکایی به کافی‌نت‌هایی مجهز شده‌بوند که به وسیله آنها، نظامیان مستقر در ناوها می‌توانستند در هر ساعت از شبانه‌روز، با ارسال عکسهای اینترنتی به روز، خاطرات روزمره و آخرین جوکهای رایج در واحد نظامی خود، خانواده‌ها را از آخرین وضعیت خود مطلع سازند. ارتش استفاده از اینترنت را برای گذران اوقات فراغت سربازان تشویق می‌کرد و برای آنها سهمیه کارت اعتباری مجانی برای بهره‌برداری از سایتهای انتفاعی مقرر کرده‌بود. برخی واحدهای ارتش نیز صفحات وب خاص خود را راه‌اندازی کرده‌بودند و برای خانواده‌ها این امکان را فراهم آورده‌بودند که از طریق اینترنت، از آخرین وضعیت واحد نظامی محل خدمت پدر یا فرزند خانواده آگاهی یابند. در مجموع، این امکانات اینترنتی باعث شده‌بود تا نظامیان آمریکایی، بنابر اظهارات خودشان، «احساس کنند که خانواده‌هایشان چهره‌های آنها را می‌بینند و مشاهده می‌کنند که اینها چه کار می‌کنند و این امر به کاهش قابل توجه نگرانیهای خانواده‌ها، و در نتیجه، کاهش دل‌نگرانی نظامیان/ کمک می‌کرد».

۲) اینترنت و ساختار شکنی اطلاعاتی: کارکرد دوم اینترنت در عملیات روانی، نقش مهمتری، بویژه از نظر سیاسی دارد. در زمان بحران و جنگ، اطلاعات و اخبار، کالایی پرمشتری است، و به همان اندازه که تقاضا برای دریافت اطلاعات زیاد است، عرضه اخبار و اطلاعات صحیح نیز کاهش (به دلایل امنیتی) می‌یابد. اگر این واقعیت را با نکته‌ای که در بخش چارچوب نظری در مورد ساخت سلسله مراتبی عملیات روانی و ارتباط سیاسی بین‌المللی توضیح دادیم، ترکیب کنیم، آنگاه متوجه عمق مشکل خواهیم شد: در وضعیتی شبیه وضعیت شروع جنگ سلطه، عمدتاً اخبار و اطلاعاتی به افکار عمومی می‌رسد که تا حد امکان، از فیلترهای ملاحظات امنیتی و نظامی قدرت ارتباطی برتر (آمریکا) عبور کرده‌باشد؛ بدیهی است که این فیلترها نیز تا آنجا که بتوانند، به اخبار و اطلاعاتی اجازه انتشار خواهند داد که فرایند توجیه سیاستهای جنگی برای مردم و نخبگان خودی، دوست، دشمن و بیطرف را مختل نکند و امکان بسیج افکار عمومی داخلی و هم‌دلی افکار جهانی را تضعیف نسازد.

آیا آن‌گونه که در بخش چارچوب نظری ادعا شد، اینترنت توانسته است در جنگ

عراق کارکرد ساختار شکنی اطلاعاتی و ارتباطی را ایفا کند و جریان مسلط عملیات روانی را از جهت‌گیری به سود ابرقدرت‌های ارتباطی، به جهت‌گیری به نفع بازیگران ضعیف‌تر تغییر دهد؟ آیا اینترنت توانسته است فرصت لازم را برای آنکه این بازیگران صدای خود را به گوش افکار جهانی و افکار عمومی داخلی قدرت برتر ارتباطی برسانند؟ در یک برآورد کلی، ظهور هزاران سایت ضد جنگ در جریان جنگ عراق نوید بخش اوج‌گیری این نیروی ارتباطی جدید بود. آنها انواع اخبار، اطلاعات و تحلیل‌های مخالف سیاست‌های جنگی آمریکا را منتشر کردند و با روبه‌رو ساختن افکار عمومی جهانی، با سبلی از نظرات متفاوت، امکان رهایی از مصرف ناگزیر تبلیغات انحصاری قدرتهای ارتباطی رسمی را برایشان فراهم ساختند. بررسی اجمالی فعالیتهای اطلاع‌رسانی دو نمونه از این سایتها می‌تواند کارکرد یاد شده را روشن سازد.

احتمالاً مشهورترین سایت فعال در جریان جنگ عراق، وبلاگ "رائد عزیز"^(۱) بود. صاحب این وبلاگ، به‌ظاهر یک معمار عراقی ۲۹ ساله ساکن بغداد بود که مطالب مندرج در سایت خود را به‌طور منظم به‌روز می‌کرد. وی خود را مخالف نفوذ بنیادگرایان اسلامی در عراق نشان می‌داد و تظاهر می‌کرد که از ورود آمریکا به جنگ، با اکراه پشتیبانی می‌کند (Zenilman, 2003). هرچند که بسیاری از تحلیلگران به وابستگی او به دولت عراق یا آمریکا ظنین بودند (حتی یکی از مقاله‌نویسان سایت "ام. اس. ان. بی. سی."، به نام آوی زینلمان، اعلام کرد که ضمن ارسال نامه الکترونیکی، از وی پرسیده‌است که اگر واقعاً راست می‌گوید که مستقل است، توضیح دهد که چگونه از سانسورها و کنترل‌های امنیتی رژیم صدام می‌گریزد، اما تاکنون جوابی دریافت نکرده‌است.)، با این حال، او بشدت، هرگونه وابستگی را رد می‌کرد. با وجود همه این اتهامات، سایت "رائد عزیز" مورد استقبال گسترده‌ای قرار گرفت و این استقبال تا بدانجا پیش رفت که بی.بی.سی گزارشی اختصاصی در مورد این سایت تهیه و پخش کرد. توصیف این سایت از اوضاع بغداد به‌هنگام بمباران‌ها، قطع برق و سایر تحولات ناشی از جنگ، سبلی از بازدیدکنندگان را به خود جذب کرد؛ اما در اوج موفقیت، در تاریخ ۲۵ آوریل ۲۰۰۳، فعالیت آن متوقف شد و از آن پس، دیگر اطلاعات ارائه شده در سایت را به‌روز نکرد. همین امر شایعاتی را مبنی بر احتمال کشته شدن وی به وسیله بمباران هواپیماهای آمریکایی و انگلیسی دامن زد و همچنان، هویت او را در هاله‌ای از ابهام نگه داشت.

سایت دیگری که به عنوان مکمل سایت یاد شده ارزش بحث دارد، متعلق به "پروژه تیم صلح عراق"^(۱) بود. بنیانگذار این سایت جف گونتزل است که در طول جنگ، روزانه یادداشت‌هایی را به وسیله چند نفر از همکارانش منتشر می‌کرد. هدف اصلی این افراد به تصویر کشاندن اوضاع یک کشور مورد حمله آمریکا و انگلیس، از داخل بود و این همان اطلاعاتی بود که در رسانه‌های خبررسانی امپریالیستی کمتر مشاهده می‌شد. آنها برای ارائه تصویر زنده اوضاع، تلاش می‌کردند تا اخبار اجتماعی را با کوچکترین جزئیات آن منتشر کنند؛ برای این کار، با خانمهای بارداری مصاحبه می‌کردند که با بیم ناشی از جنگی که به زودی همه عراق را در بر می‌گرفت، دل‌نگران این نکته بودند که چگونه باید زیربمباران، نوزاد خود را با عمل سزارین به دنیا آورند؛ در جایی دیگر، یکی از اعضای تیم، صحنه بازدید از یک بیمارستان عراقی را ترسیم می‌کرد و بیماران قلبی سالخورده یا کودکی را نشان می‌داد که به دلیل آماده باش بیمارستان برای پذیرش مصدومان بمباران، باید زودتر از موعد آنجا را ترک می‌کردند (Bob Sullivan, 2003 a).

به رغم شواهد یاد شده، ممکن است این اشکال مطرح شود که تنها وجود انبوهی از سایتها (کثرت منابع پیام) همراه با برنامه‌ها و اطلاعات گوناگون (پیام) به معنای وجود عملیات روانی مؤثری که تأییدکننده اهمیت اینترنت باشد، نیست. در جواب به این اشکال، می‌توان شواهد و داده‌هایی را ارائه کرد که حاکی از حضور کاربرانی است (عنصر مخاطب) که فرایند عملیات روانی اینترنتی را تکمیل کرده‌اند. در یک تحقیق مقدماتی که توسط "انجمن زمینه‌پژوهی دانشگاه پرینستون" در طول جنگ عراق، و به سفارش "پروژه سازمان پیو در مورد اینترنت و زندگی آمریکایی" انجام شد، مشخص گردید که در مجموع، حدود ۵۶ درصد از کاربران اینترنتی آمریکایی، برای دستیابی به نوعی اخبار و اطلاعات درباره جنگ به اینترنت مراجعه کرده‌اند؛ حدود ۴۵ درصد از کاربران نیز در روزهای اولیه منازعه، اخباری را درباره جنگ از اینترنت به دست آورده‌اند؛ حدود ۱۴ درصد از کاربران پاسخ داده‌اند که از پست الکترونیک برای بحث و گفتگو درباره جنگ با اعضای خانواده خود استفاده کرده‌اند؛ حدود ۱۸ درصد از کاربران پاسخ داده‌اند که از پست الکترونیک برای بحث درباره جنگ با دوستان خود استفاده کرده‌اند؛ حدود ۱۷ درصد از کاربران، هشدارهای خبری از سازمانهای خبری یا دیگر سایتهای اینترنتی دریافت کرده‌اند؛ حدود ۱۵ درصد از کاربران، اطلاعاتی را درباره

کشور و مردم عراق کسب کرده‌اند؛ حدود ۲۳ درصد از کاربران، اطلاعاتی را دربارهٔ واکنش بازارهای مالی کسب کرده‌اند؛ و حدود ۱۰ درصد از کاربران، به سازمانهای خبری سایر کشورها مراجعه کرده‌اند. علاوه بر این، از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد معین کنند که مراجعه به اینترنت برای کسب اخبار و اطلاعات دربارهٔ جنگ عراق، چقدر برایشان اهمیت دارد. این تعیین اهمیت در پنج زمینه (و در قالب پنج سؤال) مطرح شد:

۱- اهمیت از نظر دستیابی به اخبار و اطلاعات بهنگام؛

۲- اهمیت از نظر کسب اخبار و اطلاعات از منابع گوناگون؛

۳- اهمیت از نظر کسب نقطه نظرات منابع خبری متفاوت از منابع سنتی؛

۴- اهمیت از نظر کسب نقطه نظرانی متفاوت از نظرات منابع رسمی دولتی؛

۵- اهمیت از نظر مبادلهٔ نامهٔ الکترونیک و پیام با دیگران دربارهٔ جنگ.

در پاسخ به سؤال اول، ۳۷ درصد از مصاحبه‌شوندگان، میزان اهمیت را زیاد، و ۲۶ درصد از مصاحبه‌شوندگان تا حدودی مهم ارزیابی کردند؛ محور دوم را نیز ۳۷ درصد از مصاحبه‌شوندگان، بسیار مهم، و ۲۹ درصد از آنها تا حدودی مهم ارزیابی کردند؛ در پاسخ به سؤال سوم، ۲۲ درصد از مصاحبه‌شوندگان، میزان اهمیت را زیاد، و ۳۰ درصد از مصاحبه‌شوندگان تا حدودی مهم ارزیابی کردند؛ محور چهارم را ۲۴ درصد از مصاحبه‌شوندگان بسیار مهم و ۲۸ درصد از آنها تا حدودی مهم تلقی کردند؛ و محور پنجم را نیز ۱۳ درصد بسیار مهم، و ۱۸ درصد تا حدودی مهم ارزیابی کردند (March 2003 Tracking Survey).

افزون بر داده‌های یاد شده، برخی شواهد سیاسی دال بر اهمیت نقش آفرینی اینترنتی را می‌توان ارائه کرد. شاهد اول، راه پیمایی ضدجنگ ۲۸ دی ماه سال ۱۳۸۱ در سی کشور است که به وسیلهٔ ائتلافی از گروه‌های ضدجنگ ارتباطات اینترنتی هماهنگ شد و سایت اینترنتی انسر، آن را بازرترین شاهد تأثیر تحول‌ساز و انقلابی اینترنت ارزیابی کرد (International answer.org). در واقع، این اولین حرکت اعتراض‌آمیز مردمی در سطح جهان بود که به وسیلهٔ اینترنت برانگیخته و هماهنگ می‌شد، و این خود، می‌تواند شاهدی برای اهمیت‌یابی عملیات روانی اینترنتی به شمار آید. شاهد دوم، تلاش نسبتاً هماهنگ نیروهای اینترنتی طرفدار جنگ علیه سایت اینترنتی شبکهٔ الجزیره (از مشهورترین نیروهای ساختارشکن ارتباطی) بود. در طول جنگ، مشهورترین موتورهای جستجو (از جمله گوگل و آلتاویستا) اعلام کرده بودند که "الجزیره" از بیشترین کلید

واژه‌هایی است که توسط کاربران مورد جستجو قرار گرفته است (MSNBC, 3/11/2003). به دلیل انتشار اطلاعات مخالف جنگ (مانند نمایش تصاویری از اسرای آمریکایی و انگلیسی و همچنین اجساد سربازان آنها)، مقامات آمریکایی و انگلیسی، بارها این شبکه را مورد انتقاد قرار داده بودند. سرانجام طی دو حمله اینترنتی (به وسیله گروهی موسوم به نیروی آزادی بخش اینترنتی^(۱))، سایت اینترنتی الجزیره از کار افتاد و به رغم همه تلاش‌ها، بخش انگلیسی زبان آن مدتها از ارائه اخبار و اطلاعات بازماند. نکته حائز اهمیت در این زمینه آنکه سایت الجزیره برای مقابله با حملات پیاپی هکرها و همچنین کنترل ترافیک روز افزون دیدارکنندگان از سایت، از شرکت آمریکایی "آکامی"^(۲) دعوت به همکاری کرد، اما این شرکت به رغم سابقه طولانی همکاری با الجزیره، از همکاری مجدد خودداری کرد؛ مسئولان شبکه الجزیره اعلام کردند که این قطع همکاری به دلایل سیاسی بوده است (همشهری انفورماتیک، ۸۲/۱/۱۹). اگر بپذیریم که میزان و شدت مخالفت نیروهای مسلط بر ساختار ارتباطات سیاسی بین‌المللی مسلط می‌تواند از جمله شاخصهای اثرگذاری نیروهای چالشگر این ساختار باشد، آنگاه می‌توان کنش و واکنشهای یاد شده را شاهد نیرومندی بر اثربخشی عملیات روانی اینترنتی تلقی کرد.

ب) شواهد و داده‌های ابطال‌کننده

آیا می‌توان تنها با تکیه بر شواهد و داده‌های مثبت پیش‌گفته، نتیجه گرفت که ادعای تأثیر انقلابی اینترنت بر تبلیغات و عملیات روانی، در جنگ عراق به اثبات رسیده‌است؟ وجود مجموعه‌ای از شواهد و داده‌های منفی ما را از انجام نتیجه‌گیری خوش‌بینانه بازمی‌دارد. برخی از این داده‌ها را سازمان پپو به شرح ذیل فهرست کرده‌است: از میان مصاحبه‌شوندگان کاربر اینترنت، ۳۲ درصد به سایتهای شبکه‌های تلویزیونی آمریکایی، ۲۹ درصد به سایتهای روزنامه‌های آمریکایی، و ۱۵ درصد به سایتهای دولتی آمریکا مراجعه کرده‌بودند و این درحالی بود که تنها ۱۰ درصد از آنها به سازمانهای خبری خارج از آمریکا، ۸ درصد به سایتهای خبری جایگزین، و ۶ درصد به سایتهای گروههای مخالف جنگ مراجعه کرده‌بودند؛ این داده‌ها بدان معنی است که انبوه سایتهای ساختارشکن، مخاطبان اندکی یافته بودند و در مقابل، خیل عظیمی از مخاطبان این رسانه، همچنان مشتریهای پروپاقرص همان رسانه‌های امپریالیستی بوده‌اند. نکته جالب توجه در این

1- Freedom Cyber Force Militia.

2- Akamai

آمارها آن است که تنها ۴ درصد کاربران به وبلاگها مراجعه کرده بودند. اگر به این واقعیت پیش گفته توجه کنیم که بسیاری از سایتهای ضدجنگ (مانند رائد عزیز) را وبلاگها تشکیل می دادند، آنگاه نقش کم رنگ اینترنت در عرصه عملیات روانی بیشتر آشکار می شود. می توان گامی دیگر پیش گذاشت و حتی مدعی شد که اینترنت ممکن است در روندی معکوس، به جای تأثیرگذاری انقلابی و ساختارشکن، بیشتر به عنوان تقویت کننده روند پیشین عمل کرده است. آمارها نشان می دهند که حدود ۸۹ درصد آمریکاییها برای کسب اخبار جنگ عراق به تلویزیون مراجعه کرده بودند؛ از این شگفت آورتر اینکه این درصد در مورد آنهایی که کاربر اینترنت بودند نیز حداقل به حدود ۸۷ درصد می رسید. در مورد مراجعه به روزنامه ها، این درصد در مورد کلیه شهروندان به حدود ۲۴ درصد و در مورد کاربران اینترنت به ۲۱ درصد می رسید. در مورد رادیو، درصد مراجعه کنندگان غیرکاربر به ۱۹ درصد و مراجعه کنندگان کاربر اینترنت، به حدود ۲۲ درصد می رسید. و شگفت آنکه تنها ۱۷ درصد از کاربران اینترنت برای کسب اخبار جنگ به اینترنت مراجعه کرده بودند.

«چگونه بیشتر اخبار مربوط به جنگ را کسب کرده اید»

کاربران اینترنت	همه مردم	
٪۸۷	٪۸۹	تلویزیون
٪۲۱	٪۲۴	روزنامه
٪۲۲	٪۱۹	رادیو
٪۱۷	نامعلوم	اینترنت

منبع: *Pew Internet & American Life Project, Iraq War Survey, March 20-25, 2003*

افزون بر این، بررسی گرایشهای عمومی کاربران اینترنت نشان می دهد که نسبت حامیان به مخالفان جنگ در میان آنها، سه به یک است؛ به عبارت دیگر، در روزهای آغازین جنگ، حدود ۷۴ درصد از کاربران اینترنت، از اقدامات جنگی دولت آمریکا پشتیبانی می کردند و حدود ۲۲ درصد از آنها با این اقدامات مخالف بودند. کاربران اینترنت با احتمالی بیشتر از غیرکاربران، از جنگ و روش هدایت آن به وسیله بوش

پشتیبانی می‌کردند. همچنین احتمال اینکه کاربران اینترنت تصور کنند که به‌راه‌اندازی جنگ، تصمیم درستی بوده و جنگ بخوبی پیش می‌رود، بیشتر از غیرکاربران بود. از این گذشته، شهروندان کاربر اینترنت، با احتمال بیشتری معتقد بودند که مطبوعات کار خود را در پوشش خبری جنگ، خوب انجام می‌دهد و اینکه ارتش آمریکا تصویر دقیقی از نحوه پیشرفت جنگ ارائه می‌کند. در همین حال، کاربران اینترنت، در مقایسه با غیرکاربران، تصور محدودتری نسبت به پیامدهای مختلف جنگ، از جمله احتمال استفاده عراق از سلاحهای کشتار جمعی علیه سربازان آمریکایی (که می‌توانست به تلفات زیادی منجر شود)، و همچنین اوضاع کلی خاورمیانه (که می‌توانست به گسترش همه‌جانبه جنگ در منطقه منجر شود) داشتند (Rainie & et.al., 2003). این شاهد آخری بدان معنی است که اینترنت نه فقط قادر به شکستن سلطه خبری - اطلاعاتی قدرتهای بزرگ نیست، بلکه هماهنگ و در جهت تقویت آن حرکت می‌کند.

و سرانجام اینکه پاسخ مصاحبه‌شوندگان برنامه زمینه‌پژوهی پرینستون، به دو سؤال دیگر، به‌ظاهر تیر خلاص به ادعای تأثیر انقلابی اینترنت زده‌است. سؤال اول عبارت است از اینکه: فرض کنید که هر آنچه در اینترنت دیده‌اید و هر ارتباط آن‌لاینی که برقرار کرده‌اید، با جنگ در عراق مربوط باشد؛ در این صورت، آیا چیزی فرآورفته‌اید که نظرتان را نسبت به جنگ تغییر داده باشد؟ ۹۳ درصد از کاربران، پاسخ منفی به این پرسش دادند و تنها ۶ درصد موافق بودند که نظرشان تغییر کرده‌است. از این مهمتر، داده‌های مربوط به سؤال دوم است. از مصاحبه‌شوندگان پرسیده شد که آیا چیزهایی را که از اینترنت فرآورفته‌اند، باعث تغییر مثبت در نظرشان نسبت به جنگ شد یا تغییر منفی؟ ۶۰ درصد از کاربرانی که موافق تأثیر دگرگون‌ساز اینترنت بودند، پاسخ دادند که نظرشان به نفع جنگ تغییر کرده‌است و تنها ۳۷ درصد آنها معتقد بودند که نظرشان علیه جنگ تغییر یافته‌است (March 2003 Tracking Survey).

تجزیه و تحلیل و نتیجه‌گیری

از میان شواهد و داده‌های موافق و مخالف برگرفته از جنگ عراق، چه نتیجه‌ای را می‌توان در مورد فرضیه ادعایی مقاله گرفت؟ آیا باید تسلیم شواهد و داده‌های تأییدگر شد و جنگ عراق را مؤید کامل نظریه تأثیر انقلابی اینترنت بر عملیات روانی تلقی کرد، و یا اینکه باید با شواهد و داده‌های ابطال‌کننده هم‌نوا شد و تعاملات اینترنتی همراه

جنگ عراق را آزمونی ویرانگر برای فرضیه مورد واری برشمرد؟ گزینه سوم را نیز می‌توان تصور کرد، و آن، آشتی برقرار کردن بین دو دسته شواهد یاد شده، و توضیح آنها به گونه‌ای است که تأیید کننده جزئی (و نه کلی) فرضیه مورد نظر مقاله باشند. برای این کار، مجموعه استدلالهای توضیح دهنده را پیرامون چهار محور تنظیم می‌کنیم:

(۱) اولین دلیل توضیح دهنده، به میزان رشد تأثیرگذاری اینترنت بر عملیات روانی و همبستگی بین این دو پدیده مربوط می‌شود؛ این رشد را بیش از هر چیز، با مقایسه میزان نقش آفرینی اینترنت در جنگ عراق با همین نقش آفرینی در حوادث سیاسی - نظامی پیشین می‌توان مشخص کرد. این درست است که تنها ۱۷ درصد از کاربران اینترنت اعلام کردند که منبع اصلی اطلاعات آنها درباره جنگ را اینترنت تشکیل می‌داده، اما این میزان در زمان بلافاصله پس از حادثه یازدهم سپتامبر، تنها ۳ درصد بود (در آن زمان، تنها ۳ درصد از کاربران اینترنت اعلام کرده بودند که منبع اصلی اطلاعات و اخبار آنها در باره حمله به برجهای مرکز تجارت جهانی، پتتاگون و پیامدهای آنها را اینترنت تشکیل می‌داده است).

افزون بر این، در روزهای نزدیک به شروع جنگ، میزان کاربرانی که برای دریافت اخبار جنگ به اینترنت مراجعه کردند، حتی بیشتر از روزهای اولیه آغاز جنگ بود. حدود ۲۶ درصد از کاربران اعلام کرده بودند که منبع اصلی اطلاعات و اخبار آنها درباره احتمال آغاز جنگ را اینترنت تشکیل داده است. درصدی بیشتر از میزان فوق نیز اعلام کردند که در روزهای نزدیک به شروع جنگ، اینترنت آنها را در جریان روند اخبار داغ قرار داده و به آنها کمک کرده است که نگرش خود را درباره جنگ شکل دهند و دیدگاههای خود را درباره پیامدهای منازعه ارتقا بخشند (*March 2003 Tracking Survey*).

از منظر مقایسه‌ای می‌توان به موضوع افزایش جهشی مراجعه به اینترنت برای خبرگیری نیز اشاره کرد. تعداد کاربرانی که از چند روز پیش از شروع جنگ (۱۹ مارس) تا روزهای پس از آن برای کسب خبر به اینترنت مراجعه کردند، نسبت به روزهای پیش از این دوره، افزایش چشمگیری یافت. در هر پنج روز پس از شروع جنگ، بیش از ۳۳ درصد از کاربران برای کسب خبر به اینترنت مراجعه کردند (در برخی روزها، این میزان حتی به ۳۷ درصد کاربران نیز رسید). این درحالی بود که حداکثر میزان مراجعه به اینترنت برای کسب اخبار، در روزهای پیش از این دوره، حداکثر به ۲۴ تا ۲۶ درصد می‌رسید. تحقیقات مرکز پژوهشی پپو نشان می‌دهد که در طول سه سال (سه سال منتهی

به جنگ) نظرسنجی این مرکز، این اولین بار بود که تعداد کاربران جوای اخبار از طریق اینترنت در یک روز، به بیش از ۳۰ درصد می‌رسید (Rainie & et.al., 2003).

با توجه به اینکه اینترنت در مراحل اولیه رشد و تکامل خود قرار دارد، همین میزان افزایش نقش‌آفرینی (آهنگ رشد)، در فواصل زمانی کوتاه یاد شده (حداکثر دوسال) می‌تواند ما را به این نتیجه‌گیری برساند که در آینده‌ای نه چندان دور، این رسانه به هم‌وردی جدی برای تلویزیون تبدیل خواهد شد. این در حالی است که به دلیل فقدان منابع و داده‌های کافی، از مقایسه کارکرد خبررسانی اینترنت در جنگ عراق با همین کارکرد در جنگ اول آمریکا و عراق خودداری کرده‌ایم؛ و گرنه، شدت تفاوت نقش‌آفرینی در این دو صحنه می‌تواند خواننده را به نتیجه‌گیریهای شگفت‌آوری رهنمون شود.

۲) دلیل توضیحی دوم به کارکرد ساختار شکن اینترنت در عملیات روانی مربوط می‌شود. نقدی که پیشتر در مورد قدرت اقناعی اینترنت مطرح شد، مبنی بر اینکه این رسانه در طول جنگ عراق، عقاید چندانی را تغییر نداده‌است، قاعده‌ای عمومی در مورد همه رسانه‌هاست. صرف‌نظر از نظریه‌هایی همچون "پیام، همان رسانه است" (متعلق به مارشال مک‌لوهان)، این عقیده‌ای پذیرفته شده در میان اغلب محققان ارتباط اقناعی است که رسانه‌ها معمولاً بیش از آنکه قدرت تغییر نظرات مخاطبان را داشته باشند، عقاید و افکار موجود آنها را تقویت و تحکیم می‌کنند. اینترنت نیز از این قاعده عمومی مستثنی نیست. به علاوه، برای آنکه رسانه‌ای در جریان عملیات روانی تأثیرگذار باشد، لازم نیست که حتماً قدرت تغییر بنیادین عقاید را داشته باشد، بلکه همین قدر که مجرب‌ترین برای آگاهی مخاطبان از وجود همفکرانی در داخل و خارج از کشور باشد، به شکل‌گیری فرایندی از تعاملات فکری تقویت‌کننده و جریان‌ساز کمک کرده و در نهایت، ساختار متصلب ارتباطات سیاسی بین‌المللی را به شبکه‌ای از ارتباطات دولتی و غیردولتی، و موافق و مخالف تقسیم خواهد کرد. به بیان دیگر، پذیرش این فرض که اینترنت رسانه خاص و انحصاری ساختار شکنان نیست (به این دلیل که در معرض ارتباط اینترنتی قرار گرفتن، مساوی با تغییر عقیده علیه ساختار مسلط ارتباطی نیست)، بدان معنی نیست که رسانه ساختار شکنان هم نباشد؛ برعکس، با توجه به محدودیت پیشروی مخالفان در چارچوب ساختار مسلط، اینترنت بیش از آنکه برای افکار مساعد ساختار، فرصت محسوب شود، برای مخالفان فرصت فراهم می‌کند و از این نظر، شاید بتوان گفت که فرصت بی‌نظیری نیز هست. امکان هماهنگ کردن راهپیماییهای جهانی

ضدجنگ توسط مخالفان از طریق این رسانه، بهترین شاهد این مدعاست. داده‌های حاصل از زمینه‌پژوهی نیز این ادعا را تأیید می‌کنند.

«مواردی که مخالفان جنگ بیشتر از موافقان از اینترنت بهره برده‌اند»

مخالفان جنگ	موافقان جنگ	
٪۳۹	٪۲۷	مراجعه به سایتهای روزنامه‌های امریکایی
٪۲۴	٪۶	دریافت ایمیل از سازمانهای مخالف جنگ
٪۲۳	٪۱۳	کسب اطلاعات درباره مردم و کشور عراق
٪۲۲	٪۱۷	استفاده از ایمیل برای بحث درباره جنگ با دوستان
٪۱۸	٪۱۳	استفاده از ایمیل برای بحث در باره جنگ با خانواده
٪۱۷	٪۳	مراجعه به سایتهای گروههای مخالف جنگ
٪۱۷	٪۳	کسب اطلاعات درباره نحوه دخالت سیاسی
٪۱۵	٪۶	مراجعه به سایتهایی که به عنوان منابع رسانه‌ای بدیل شناخته شده‌اند
٪۱۴	٪۱۰	مراجعه به سایتهای سازمانهای خبری خارجی
٪۱۴	٪۴	اعلام نظر مخالف یا موافق جنگ در سایت
٪۱۲	٪۳	استفاده از ایمیل برای ارتباط با مقامات
٪۹	٪۵	قرائت و ارسال تفسیرهای اینترنتی در باره جنگ
٪۴۸	٪۳۹	بهنگام بودن درباره تحولات جنگ
٪۲۷	٪۱۷	شکل‌دهی به نظرات درباره جنگ
٪۲۴	٪۱۹	معرفی نظرات خود درباره جنگ به دیگران

منبع: March 2003, Tracking Survey

بویژه داده‌های مربوط به محورهای آخری اهمیت بیشتری دارد. مخالفان جنگ بیشتر قبول دارند که اینترنت آنها را در جریان آخرین تحولات جنگ قرار می‌دهد، به شکل‌دهی نظراتشان کمک می‌کند، و برای معرفی عقاید خود درباره جنگ به دیگران مفید است.

۳) اکنون می‌توانیم استدلال را گامی بیشتر ببریم. اینترنت نه فقط با فراهم کردن فرصت ارتباطات برای مخالفان، به ساختارشکنی و متنوع شدن جریانهای ارتباطی کمک می‌کند، بلکه فراتر از این، انگیزه غالب در میان مخاطبان ارتباطات اینترنتی، گریز

از انحصارهای خبری و اطلاعاتی و دستیابی به نظرات متفاوت از نظرات مسلط است. تأمل در داده‌های زیر، این ادعا را تأیید می‌کند.

«برای کاربران اینترنت، اخبار از چه نظر اهمیت دارند؟»
(درصد کاربرانی که اعلام کرده‌اند این دلایل برایشان مهم است)

کسب اخبار از منابع متفاوت	٪۶۶
کسب اخبار به دقیقه	٪۶۳
کسب نظراتی متفاوت از نظرات مندرج در اخبار سنتی	٪۵۲
کسب نظراتی متفاوت از منابع رسمی دولتی	٪۵۲
مبادله نامه الکترونیک و پیام در باره جنگ	٪۳۱

منبع: March 2003, Tracking Survey

همچنانکه جدول نشان می‌دهد، ۶۶ درصد کاربران به دنبال کسب خبر از منابع دیگری (انگیزه تنوع‌طلبی ارتباطی) بوده‌اند و ۵۲ درصد نیز با انگیزه دریافت اطلاعات و نظراتی غیر از آنچه تاکنون از منابع سنتی و منابع دولتی شنیده‌اند، به سراغ اخبار و اطلاعات اینترنتی رفته‌اند. جالب اینجاست که از این نظر نیز اینترنت بیشتر به مخالفان جنگ کمک کرده‌است تا موافقان آن (رجوع شود به داده‌های زیر).

«نقش اینترنت برای مخالفان جنگ مهمتر است»

(درصدی که هر گروه اعلام کرده که اینترنت از نظر این فعالیتها، اهمیت زیادی برای آنها دارد)

مخالفان جنگ	موافقان جنگ	
٪۴۶	٪۳۵	کسب اخبار و اطلاعات از منابع گوناگون
٪۳۸	٪۲۰	کسب نظراتی متفاوت از منابع رسمی دولتی
٪۳۶	٪۱۸	کسب نظراتی متفاوت از منابع خبری سنتی
٪۱۸	٪۱۳	مبادله ایمیل و پیام درباره جنگ

منبع: March 2003, Tracking Survey

۴) و سرانجام اینکه استدلال آخر، به موضوع خاص‌گرایی عملیات روانی اینترنتی مربوط می‌شود. داده‌های مربوط به درصد مراجعه به سایتهای مختلف برای دریافت اخبار و اطلاعات، تداعی‌کننده این معنی است که اینترنت، بیش از آنکه عامل انقلاب در عملیات روانی باشد، ابزار تداوم جریان رایج عملیات روانی است. با این حال، وجود نمونه‌هایی همچون ارسال نامه الکترونیکی برای فرماندهان ارتش عراق نشان می‌دهد که این کارکرد، هرچند که در مراحل ابتدایی خود قرار دارد، می‌تواند با سرعتی بیش از کارکرد ساختارشکنی توسعه یابد. به بیان دیگر، کارکرد محدود ویژگی خاص‌گرایی عملیات روانی اینترنتی (تبلیغات هدایت‌شونده دقیق)، بیش از آنکه به دلیل محدودیتهای ذاتی این رسانه باشد، به علت نقصان توسعه متوازن آن در جوامع درگیر جنگ است. برای مثال، مواردی همچون عدم اثربخشی نامه‌های الکترونیکی پنتاگون، به دلیل عدم دسترسی آزاد فرماندهان ارتش بعثی به این رسانه بوده است و نه عدم کارایی ارتباطی آن. با فرض گریزناپذیر بودن روند توسعه جهانی اینترنت، می‌توان پیش‌بینی کرد که در آینده‌ای نه چندان دور، رفع این نواقص به فراگیر شدن کارکرد دقیق و خاص‌گرا بودن عملیات روانی حاصل از این رسانه منجر خواهد شد.

منابع فارسی

- ۱- "اعتراض در دنیای مجازی"، *همشهری*، ۲۷ بهمن ۱۳۸۱.
- ۲- "جنگ و اینترنت"، *همشهری*، ۹ اردیبهشت ۱۳۸۲.
- ۳- "نامه‌های الکترونیک پنتاگون به ژنرال‌های عراقی"، *همشهری*، ۲۴ دی ۱۳۸۱.
- ۴- "آکامی از کمک به الجزیره خودداری نمود"، *همشهری انفورماتیک*، ۱۹ فروردین ۱۳۸۲.
- ۵- "افزایش حملات ویروسی از آغاز جنگ عراق"، *همشهری انفورماتیک*، ۱۹ فروردین ۱۳۸۲.
- ۶- "جنگ در اینترنت ادامه دارد"، *همشهری*، ۱۹ فروردین ۱۳۸۲.
- ۷- "جنگ عراق باعث افزایش بازدید از سایتهای اینترنتی شد"، *آسیا*، ۱۶ فروردین ۱۳۸۲.
- ۸- "حمله مخالفان جنگ به سایتهای اینترنتی"، *آسیا*، ۱۶ فروردین ۱۳۸۲.
- ۹- "سایت خبرگزاری الجزیره هک شد"، *آسیا*، ۱۶ فروردین ۱۳۸۲.

English References

- 10- March 2003 Tracking Survey. <[HTTP://www.PEWINTERNET.org/March 2003.PDF](http://www.PEWINTERNET.org/March 2003.PDF)>
- 11- Rainie, Lee, Susans Fox and Deborah Fallows, *The Internet and the Iraq War*. <[HTTP://www.PEWINTERNET.org](http://www.PEWINTERNET.org)>
- 12- <http://www.Dear-Raed.Blog.spot.com>
- 13- Global Demonstration. <<http://www.internationalanswer.org>>
- 14- Centner, Christopher, "The Precision Guided Propaganda", *Strategic Review*, (Spring, 1997).
- 15- Zenilman, Avi. *The War on the Web*. <<http://www.MSNBC/Iraqwar>>
- 16- Sullivan, Bob. *Net Diaries Describe Baghdad Attack (March 2003a)*. <<http://www.MSNBC.News/Technology & Science/ Science of War>>
- 17- Sullivan, Avi. "Net Users Offer Glimpse of Life in Iraq" (March 2003b). <<http://www.MSNBC.News/Technology & Science/ Science of War>>
- 18- *Iraq War and Information Security (March 2003)*. <<http://www.Infosec>>
- 19- Roberts, Paul. "Al-Jazeera Hobbled by DDOS Attack" (March 2003).

- <<http://www.Infoworld.News>>
- 20- Smith, George. "Iraq Cyber War : An Ageless Joke" (March 2003). <<http://www.Security Focus. HOME/ Columnists.>>
- 21- Ramnan, B. "Psychological Warfare (Psywar) in the New Millennium" (Feb. 1999). <<http://www.SARPA INDIA/27 Feb. 1999.html>>
- 22- Mcwilliams, Brian. "Iraq's Crash Course in Cyberwar" (May 2003). <<http://www.INfo Sec News>>
- 23- Glaster, Mark. "Media : Reading Between the Lines in Iraqi Blogs and News Papers" (7-2003). <<http://www.Online Journalism Review / Gluser 2003-11-7>>
- 24- Wagner, Andreas. "The Internet and the Changing Face of International Relations and Security", **Information & Security**, Vol. 7, 2001, 5-11.
- 25- Williams, Ian, "Real War, Virtual Weapons?", **Foreign Policy In Focus**. <<http://www.fpiif.org/July 16, 2003>>.
- 26- Stein, George. "Information War, Cyber War, Net War", <http://www.Info war.com>.