

فصلنامه ژئوپلیتیک - سال ششم، شماره دوم، تابستان ۱۳۸۹

صص ۳۰-۱

کارکردهای گفتمان ژئوپلیتیکی دشمن خیالی

دکتر محمدرضا حافظ‌نیا* - استاد جغرافیای سیاسی، دانشگاه تربیت مدرس

دکتر زهرا احمدی‌پور - دانشیار جغرافیای سیاسی، دانشگاه تربیت مدرس

رضا جنیدی - کارشناس ارشد جغرافیای سیاسی، دانشگاه تهران

تاریخ پذیرش: ۱۳۸۹/۳/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۳۸۸/۱۲/۱۵

چکیده

اگر چه غیرت‌سازی نقش تاثیرگذاری در ایجاد هویت انسانی دارد، اما شکل مفرط آن که «غیرخودی» را به عنوان «ضدخودی» (دشمن) معرفی می‌کند، گونه‌ای نظام سلطه‌مدار را با غلبه گفتمانی خاص بر سایر گفتمان‌ها و یا نظام‌های معانی پدید می‌آورد. با عنایت به این مهم، مقاله حاضر در صدد است منافع مترتب از «دشمن خیالی» را برای نظام‌های گفتمانی مورد بررسی و تحلیل قرار دهد.

به اعتقاد نگارندگان، با وجود اینکه ماهیت اخلاقی «دشمن خیالی» همواره مورد تردید است اما منافع آن به حدی است که کمابیش تمامی نظام‌های گفتمانی با بهره‌گیری از بازنمایی‌های زبانی و رسانه‌ای مبادرت به تولید آن می‌کنند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که مهمترین کارکردهای دشمن خیالی که در بطن همه آنها سلطه نامحسوس نظام‌های گفتمانی نهفته است، عبارتند از: تحریک افکار عمومی علیه «دیگری»، ملت‌سازی، هویت‌سازی، احیاء هویت‌های فروپاشیده، مشروع جلوه دادن رفتارهای توسعه‌طلبانه، وجدان‌زدایی از نیروهای خودی، کسب حمایت افکار عمومی داخلی، استعمار نوین، تحکیم موقعیت و مرزهای سیاسی، تقویت حس قلمروخواهی و وطن پرستی، افزایش تکاپوی ملی، انحراف افکار، ارضاء تمایلات درونی ملت، سرپوش گذاشتن بر مشکلات داخلی و تهییج و تقویت روحیه نیروهای خودی.

واژه‌های کلیدی: نظام گفتمانی، تصویرسازی ژئوپلیتیکی، دشمن خیالی.

۱- مقدمه

بشر تنها موجودی است که بدون آنکه تولید کند مصرف می کند. او شیر نمی دهد، تخم نمی گذارد، ضعیف تر از آن است که شخم بزند، سرعتش برای گرفتن خرگوش ها هم کافی نیست. با این همه او ارباب همه حیوانات است. او حیوانات را به کار می گمارد اما کمترین مقدار لازم را برای زنده ماندن به آنها بر می گرداند و بقیه اش را برای خود بر می دارد. تلاش ماست که خاک را کشت می کند، کود ماست که آن را بارور می سازد. ای گاوهایی که شما را پیش روی خویش می بینم، در طول همین سال قبل، چند هزار گالن شیر داده اید؟ و آن شیری که باید گوساله ها را تنومند کند چه شد؟ ... شما ای مرغ ها... پس رفقا، آیا کاملاً روشن نیست که همه بدبختی های زندگی مان از ظلم آدمیان سرچشمه می گیرد؟ کافی است از شرّ بشر خلاص شویم تا محصول زحمات مان مال خودمان باشد... . بخشی از سخنرانی میجر پیر، خوک خردمند و به اصطلاح فرزانه داستان قلعه حیوانات (Orwell, 1945).

گفتمان دشمن خیالی با ایجاد مرزهای نمادین میان «ما» در برابر «آنها» متناسب با اهداف نظام های گفتمانی برساننده آن در هر مقطع زمانی کارکردهای مختلفی دارد. گفتمان دشمن فرضی به طور طبیعی متضمن نوعی سلطه درونی است. نظام های گفتمانی با استفاده از تصویر ژئوپلیتیکی دشمن خیالی، جهانی برده و ساکن را پدید می آورند و زور و قدرت را جایگزین استدلال می کنند، اما مدعی می شوند که مستدل سخن می گویند. آنها با توسل به دشمن خیالی تلاش می کنند تا مشروعیت خود را به طور اقماعی به دیگران بقبولانند و در این میان هر قدر قدرت دشمن سازی آنها بیشتر باشد و توسط فناوری های مختلف گستره بیشتری بیابد، کانون های قدرت با دوام تری تأسیس می شود؛ چرا که انسان چونان حیوانی بی اراده در برابر این گونه گفتمان ها تسلیم شده و خود را فقط در تصویری که این گفتمان برای آنها تدارک دیده است، مشاهده می کند.

شاید گفته شود که ماهیت اخلاقی دشمن همواره مورد تردید است، اما تأثیر و سودمندی این مفهوم به حدی است که به اعتقاد جونز و همکارانش (Jones, 2004) «تمامی ملت ها کمابیش به چنین فرایندی اقدام می کنند».

فردریک هارتمان^۱ مفهوم «دشمن» را به‌عنوان عاملی مؤثر برای درک نظام روابط بین‌المللی مورد مطالعه قرار داده است. او می‌گوید: در روابط ژئوپلیتیکی گرایش خاصی نسبت به گفتمان «دشمن» وجود دارد. اغلب کشورها به سبب تأثیر انسجام‌بخش داشتن «دشمن»، از این مفهوم روگردان نیستند. او در ادامه می‌افزاید:

به‌ندرت می‌توان تصور کرد که یک ملت هراسی از مورد حمله قرار گرفتن نداشته باشد، بلکه در عمل همیشه یک دشمن واقعی وجود دارد. توجه خاص به دشمنان بالقوه اولین ویژگی نظام و محیط بین‌المللی است که دولت‌ها باید آن را مدنظر قرار دهند. در واقع، این رفتار در نظام بین‌المللی طبیعی است، هر چند فهرست دشمنان ملت همواره در حال تغییر می‌باشد. با چنین فهرستی، ملت می‌تواند قدرت خود را توجیه کند، یعنی آن کشورهای خارجی که منشاء حمله احتمالی محسوب می‌شوند (برادن و شلی، ۱۳۸۳: ۱۵۱).

مقاله حاضر در صدد است با رویکرد ژئوپلیتیک انتقادی برخی از مزیت‌های «دشمن خیالی» برای گفتمان‌های مسلط را مورد بررسی و تحلیل قرار دهد.

۲- روش شناسی تحقیق

مردم برای تعریف خود نیاز به یکدیگر دارند؛ اما آیا آنها به دشمن نیز نیاز دارند؟ برخی افراد به‌صراحت این را تأیید می‌کنند. جوزف گوبلز گفته است: «متنفر بودن چقدر شگفت‌انگیز است.» آبرت انیشتین در نوشته‌ای به زیگموند فروید در سال ۱۹۳۳، استدلال کرد که هر تلاشی برای محو جنگ، به شکستی اسفناک منجر شده است... انسان در درون خودش تمایل به دشمنی و نابودی دارد.» به عقیده کمیسیون روانشناسان: «بخشی از وجود انسان همیشه به دنبال دشمن است تا به‌طور موقت یا دائمی جنبه‌های طرد شده خود را شکل ببخشد» (جانسون، ۱۳۸۴: ۴۶-۴۵). اگر استدلال انیشتین و دیگران را بپذیریم، باید گفت که گفتمان دشمن نیز امری طبیعی و منطقی است و هرگونه تلاشی برای درک بین‌گفتمانی و بسط تفکر خاکستری محتوم به شکست خواهد بود. این در حالی است که اساساً انسان با فطرت الهی به دنیا می‌آید؛ یعنی با حس یکتاپرستی و استعداد شناخت خدا و توحید او، گرایش به حق،

1 . Fredrick Hartman

آمادگی برای انجام دادن کار نیک و سالم ماندن از انحرافات. چراکه خداوند در سوره ص آیه ۷۱-۷۰ می فرماید: (به خاطر بیاور) هنگامی را که پروردگارت به فرشتگان گفت: «من بشری را از گل می آفرینم. هنگامی که آن را نظام بخشیدم و از روح خود در آن دمیدم، برای او به سجده افتید».

اما چرا انسان که روح خداوند نیز در وی دمیده شده، مبادرت به دشمن سازی می کند؟! در روایتی از رسول خدا (ص) آمده است: «هر کودکی بر فطرت پاک به دنیا می آید و این والدین او هستند که وی را یهودی، نصرانی و مجوسی می کنند...» (نجاتی، ۱۳۸۷: ۲۴۳).

«انحراف یهودی گری، نصرانی گری و مجوسی گری مثل است و پدر و مادر به عنوان دو عامل اجتماعی ذکر شده اند؛ یعنی فطرت انسان سالم است، جامعه آن را منحرف می کند.» (شهید مطهری، ۱۳۸۵: ۱۷).

بر اساس گفتمان فوکویی، «معنا» خاصیت ذاتی واژه ها و اشیاء نیست، بلکه همیشه نتیجه توافق یا عدم توافق است. بنابراین معنا می تواند موضوع قرارداد باشد و بر سر آن می توان به مذاکره نشست (گل محمدی، ۱۳۸۷: ۲۲۵). از این رو، گفتمان «دشمن خیالی» نیز چیزی طبیعی، ذاتی و از پیش موجود نیست، بلکه همواره ساخته می شود. بر این اساس می توان گفت که مرزهای میان «ما» و «آنها» کشف شدنی نیست بلکه قراردادی و تولیدی است؛ ادوارد سعید (۱۳۷۱) در کتاب مشهور شرق شناسی عنوان می کند که: «من با این فرض آغاز کرده ام که شرق یک مثال ایستا نیست ... بلکه شرق ساخته شده است یا همان طور که قبلاً گفته ام، شرقی شده است.»

با نگاهی سطحی به کارتون ها و فیلم های تلویزیونی به وضوح می توان رقابت خیر و شر (دیو و پری) را در آنها مشاهده کرد؛ چرا که به زعم تهیه کنندگان برنامه های رسانه ای، اگر عنصری به نام شر وجود نداشته باشد، دیدن فیلم جذابتی برای بیننده ندارد. کتل^۱ به صراحت و شیوایی تمام رابطه میان بازنمایی و شمولیت را بیان می کند: از خلال بازنمایی است که تعدادی از مخاطبان یک رسانه به طرق گوناگون برای ساخت معنای «ما» در ارتباط با «غیر ما»

مورد خطاب قرار می‌گیرند آن‌هم به مثابه «ما» و «دیگری»، «درون» و «برون»، ... «غرب» و «شرق» (Saeed, 2007).

در چنین بستری، انسان یک فاعل شناسای آزاد نیست، بلکه «یک فرد از یک جمع» است، جمعی که جهان را به «یگانه خودی»، «غیرخودی» (یا بیگانه) و «ضدخودی» (یا دشمن و نافی «خودی») تقسیم می‌کند. آنچه مهم است اینکه نظام‌های بازنمایی از تمایزات میان انسان‌ها سوء استفاده کرده و معمولاً «غیرخودی» را به‌عنوان «ضدخودی» معرفی و به تصویر می‌کشند. در این فضا، همان‌گونه که ادوارد سعید می‌گوید، اندیشیدن درباره تعامل و تبادل فرهنگی خود حامل اندیشه‌ای درباره سلطه و تهمیدات زورمدارانه است که بر اساس منطق آن کسی می‌بازد و دیگری می‌برد (تاجیک، ۱۳۸۳: ۱۰۷). از این‌رو، دشمن فرضی موضوع رقابت قدرت‌ها بر سر تسخیر پانزده سانتیمتر بین دو گوش انسان‌هاست؛ انسان‌هایی که در هر صورت بازنده اصلی به‌شمار می‌روند؛ چرا که با دشمن خطاب کردن یکدیگر زمینه سوء استفاده از ژئوپلیتیک را توسط کاربران خودکامه آن تسهیل می‌کنند.

تحقیق حاضر تلاش دارد با رویکردی هرمنوتیکی به تحلیل محتوای منابع اسنادی برساننده گفتمان ژئوپلیتیکی دشمن خیالی پردازد و از این رهگذر، منافع مترتب از آن را برای نظام‌های گفتمانی مورد بررسی و تحلیل قرار دهد.

۳- مبانی نظری

همان‌گونه که وامیک ولکان گفته است که «دشمن» باید مانند «ما» باشد (جانسون، ۱۳۸۴: ۴۸)، فرایند «دشمن‌سازی» غالباً امری قراردادی و متقابل است و در میدان و دنیایی مشابه شکل می‌گیرد. یک تیم فوتبال ممکن است یک تیم دیگر را رقیب خود تلقی کند؛ اما یک تیم «هاکی» را این‌گونه نخواهد نگریست. در واقع، از آنجایی که بر اساس رهیافت گفتمانی، معنا خاصیت ذاتی واژه‌ها و اشیا نیست، بلکه همیشه نتیجه توافق یا عدم توافق است؛ بنابراین، معنای دشمن نیز از ماهیتی قراردادی برخوردار است. البته، گفتمان خود بر شکل و ماهیتی پایدار مزین نیست، لذا مرزهای میان «ما» و «آنها» همواره لرزان و منزلت‌ها و مواضع خودی و غیرخودی بطور مستمر در ریزشند؛ مانند از بین رفتن تفکر غیریت‌ساز بین آمریکایی‌ها و روس‌ها پس از

فروپاشی شوروی.

دشمن‌سازی در سطوح مختلفی شکل می‌گیرد؛ یا به قول عرب‌ها «من و برادرم مخالف پسر عموهایمان هستیم، ما و پسرعموهایمان مخالف جهان هستیم» (همان: ۴۵). ممکن است قومیت‌ها در درون یک کشور «دیگری» تلقی شوند اما همه مردم یک کشور از جمله قومیت‌های آن در مقابل یک دشمن قدرتمند خارجی با یکدیگر به «ما» تبدیل شوند؛ چه، چنین موضوعی در زمان جنگ‌ها تبلور خاصی می‌یابد. در سطحی پایین‌تر، شهرنشینان روستائیان را «دهاتی» می‌انگارند، در حالی که روستائیان نیز به‌نوبه خود شهری‌ها را «کلاهدار» می‌خوانند. جوان‌ها از پذیرش «صاحبان قدرت» اکراه دارند، حال آنکه بزرگسالان آنها را جوان‌های گستاخ می‌خوانند ... (کوئن، ۱۳۷۵: ۴۲-۴۱).

در بسیاری از جوامع، دشمن‌سازی از بدو تولد در خانواده آغاز می‌شود و بعدها توسط سیستم آموزشی و نظام رسانه‌ای تقویت می‌شود. به اعتقاد بنو و بلانکارد قصه‌هایی که برای بچه‌ها [در فرانسه] حکایت می‌شود پر است از دیو و پری بدذات و موجودات اهریمنی. «لولوخورخوره» بچه‌های شیطان را می‌گیرد و می‌خورد. در این قصه‌ها جهان خارجی چون چیزی خطرناک در نظر گرفته شده و بنابراین نقش اساسی مادر عبارت است از حمایت بچه در برابر این خطرها (مندراس و گروویچ، ۱۳۵۴: ۸۹-۸۸).

ویژگی دیگر گفتمان دشمن خیالی، نفع متقابل آن است. چنین نفعی را می‌توان در مسابقه شهرآورد دو تیم بزرگ مانند پرسپولیس و استقلال به‌وضوح مشاهده کرد؛ جذب هواداران عاشق و دل‌باخته از سوی هر یک از این تیم‌ها عمدتاً به‌دلیل وجود «دیگری» امکان‌پذیر است. در سطحی کلان‌تر، رقابت این‌گونه تیم‌های ورزشی را می‌توان با رقابت هدفمند دو ابرقدرت شوروی و آمریکا در طول دوران جنگ سرد تشبیه کرد. کوکس (۱۹۹۰) در این باره نوشت: «به‌طور تاریخی، ... جنگ سرد به منافع ایالات متحده و شوروی خدمت کرد. در این وضعیت، آنها (شوروی و آمریکا) به‌دنبال تغییر طبیعت حاکم بر این روابط نبودند. زیرا به هر صورت این وضعیت اهدافشان را تأمین می‌کرد. بنابراین، هدف آنها پیروزی قاطع یکی بر دیگری نبود، بلکه، هدف، حفظ موازنه قدرت مورد نظر بود. با این برداشت جنگ سرد بیشتر به یک بازی هوشمندانه و یک توافق طرفینی شبیه بود تا منازعه‌ای که برنده یا بازنده‌ای داشته باشد» (اتوتایل و همکاران، ۱۳۸۰: ۱۲۸-۱۲۷).

به عبارتی، اساس جنگ سرد زاینده عملکرد دشمن‌سازی یا غیریت‌سازی متقابل بود؛ چه اینکه پایان یافتن آن در دوران زمامداری گورباچف در شوروی سابق، به علت فروریختن پرده آهنین صورت نگرفت بلکه، قبل از آن ذهنیت غیریت‌ساز افراطی بین غرب و شرق متفی شده بود. در این مورد کافی است گفته گورباچف به ریگان در جریان اجلاس سران در ریکیاویک را به‌خاطر آوریم: «من به اینجا آمده‌ام تا شما را از یک دشمن خوب محروم کنم» (بیابان نورد، ۱۳۸۳: ۶۶).

رواج شایعات^۱ مربوط به توافقی‌های محرمانه که البته برخی اوقات نیز درست از آب در می‌آید تأییدی بر ادعای متقابل بودن فرایند دشمن‌سازی است. به اعتقاد کاپفر (۱۳۸۰: ۳۷۲) این‌گونه شایعات چنین می‌نمایانند که دولت‌ها و حکومت‌های به‌ظاهر دشمن و رقبای سیاسی، در غیاب افکار عمومی و به‌صورت پنهانی، با یکدیگر پیمان‌ها و قراردادهای مهم منعقد می‌کنند. موضوع اتحاد و توافق مخفی نیز از اسطوره‌های سیاست‌تثاتی سرچشمه می‌گیرد. روی صحنه‌تئاتر، کاندیداها با یکدیگر مجادله لفظی می‌کنند، اما هنگامی که تنها می‌شوند، با یکدیگر غذا می‌خورند و در میهمانی‌ها به دیدار یکدیگر می‌روند.

نکته قابل تأمل اینکه انسان‌ها و نه گفتمان‌ها، تصویر دشمن فرضی را به‌دلیل امتزاج آن با سایر تصورات و فرضیه‌های نهفته در زبان‌ها به‌صورت غیرارادی می‌پذیرند؛ چه، از نظر وندل جانسون زبانی که استفاده می‌کنیم نه تنها کلمات را در دهان ما می‌گذارد، بلکه تصوراتی را در ذهن ما قرار می‌دهد (سورین و تانکارد، ۱۳۸۸: ۱۲۵).

جالب است که گاهی اوقات غیریت‌سازی مطلوب جامعه خودی است و هرگونه تلاشی برای از بین بردن آن، با واکنشی جدی مواجه می‌شود؛ چرا که گاهی به‌منزله از بین بردن منابع هویت‌ساز گروه‌ها می‌شود. برای مثال می‌توان به جشن سالانه بلتین^۲ در شهرک اسکاتلندی پیبلز^۳ اشاره کرد. یکی از آداب و رسوم این جشن، حضور کودکان در رژه «گالیواک^۴،

۱. امروزه بسیاری از مردم، شایعه را مترادف دروغ، افواه، شبه واقعیت، نوعی هذیان جمعی و انحراف اذهان مردم از واقعیت و میکروب جامعه تعبیر می‌کنند؛ این در حالی است که شایعات آن گونه که کاپفر اشاره می‌کند «اطلاعات و اخباری‌اند که همزمان و موازی با اخبار رسمی جریان دارند و گاه خلاف منبع رسمی عمل می‌کنند.»

2. Beltane
3. Peebles
4. Golliwogs

عروسک‌های زشت و سیاه» است. در سال ۱۹۹۰، یکی از معلمان بازنشسته متولد پبیلز و ساکن ادینبورگ، نامه‌ای خطاب به کمیته برگزاری مراسم و معلمان محلی نوشت و در آن از این مطلب انتقاد کرد که نوع پوشش مردم در این مراسم و رژه آدمک‌های سیاهپوش، نمادی از رفتارهای نژادپرستانه است و درخواست لغو این برنامه‌ها را داد. هرچند که کمیته برگزاری اعلام کرد که آدمک‌ها و مراسم رژه لباس، نژادپرستانه نیستند، با اکراه، درخواست این معلم را پذیرفت. انتشار اخبار این نامه، موجی از اعتراض را برانگیخت. مخالفان معتقد بودند که درخواست معلم ادینبورگی، دخالت و تهاجم خارجی به مسائل مربوط به جامعه پبیلز است: «چگونه فردی که فقط تماشاگر مراسم ماست، جرات می‌کند به ما بگوید که از مراسم دوست داشتنی آدمک‌های سیاهپوش دست برداریم؟ از تصور این که مراسم آدمک‌ها را از بلتین ما جدا کنند، متنفریم... سال‌های بی‌شماری را به یاد داریم که مراسم زیبای خود را با استفاده از الگوهای نژادی مختلف برگزار کرده‌ایم. برای مراسم و جشن‌های ما نباید پایانی تصور کرد... لطفا در برابر امواج آشفته تغییر و دگرگونی از آن محافظت کنید» (جونز و همکاران، ۲۰۰۴). به‌عنوان مثالی دیگر، ساکرامنتوبی، ناشر جنیس بسلر هیفی پاسخ خشمناکی از حضار در دانشگاه ساکرامنتو کالیفرنیا دریافت کرد و آن زمانی بود که وی تصمیمات دولت بوش در مورد «جنگ علیه تروریسم» را با این ادعا که تهدیدی علیه آزادی‌های مدنی هستند، زیر سؤال برد» (واسیورد، ۱۳۸۷: ۷۷).

۴- یافته‌های تحقیق

برخی از کارکرهای گفتمان دشمن خیالی که در راستای سلطه درونی گفتمان‌ها بر انسان‌های تحمیق شده اعمال می‌شوند، عبارتند از:

۱- تحریک افکار عمومی علیه «دیگری»

کارشناسان سیاست بازنمایی با ارائه پیام‌ها و اطلاعاتی خاص، احساسات مخاطبان را در جهت تحقق اهداف مورد نظر تحریک می‌کنند. مفاهیمی نظیر: تبعیض، ظلم به زنان، فشار بر کودکان، شکنجه، بازجویی، توطئه، خفقان، نسل‌سوزی، دولت‌ستیزی، قانون‌ستیزی، فجایع بشری و مانند

آن می‌تواند حس همدردی، تنفر، خشم یا غضب مخاطبان را برانگیزد (جنیدی، ۱۳۸۹).
نظام‌های سیاسی جغرافیایی با توسل به این شیوه می‌توانند فرایند «دگرکشی» را در راستای منافع خود تسهیل کنند. برای مثال، رادیو دولتی رواند با تحریک اکثریت هوتوی علیه اقلیت توتسی نسل‌کشی قومی در این کشور به‌راه انداخت. یک گزارش از این رادیو می‌گفت: «شما منتظر چه چیزی هستید؟ گورها خالی می‌باشند؟ قمه‌هایتان را بردارید و دشمنانتان را تکه تکه کنید» (کافمن، ۱۳۸۳: ۱۰۵-۱۰۴).

در بطن تحریک نیروهای خودی علیه دیگری تولید قدرت نهفته است؛ چه مویر (۱۳۷۹: ۳۶۱) به‌نقل از مک‌گریل می‌نویسد: «مورد رواندا ممکن بود یک منازعه قومی به‌نظر برسد اما در باطن منازعه‌ای برای تولید قدرت و عاری از ایدئولوژی بود.»

در سال ۱۹۹۰م دولت آمریکا کوشید تا با بی‌اعتبار کردن صدام حسین، جو منفی‌ای را که در میان شهروندان خود و افکار عمومی جهان علیه سیاستهای یکجانبه‌گرایانه آمریکا در خلیج فارس ایجاد شده بود، تغییر دهد. به همین سبب در روز ۱۰ اکتبر سال ۱۹۹۰م، یعنی سه ماه پیش از آغاز جنگ، گزارشی به نقل از دختر ۱۵ ساله‌ای به نام «نیره»، منتشر شد. بنابر این گزارش، سربازان عراقی در یک بیمارستان (زایشگاه) کویتی، نوزادان نارس را از دستگاههای نگهداری آنها خارج کرده، روی زمین سرد انداخته و باعث مرگ ۳۱۲ تن از آنان شدند. نقل و انتشار این گزارش از رسانه‌های آمریکا خشم و نفرت مردم آمریکا و جهان را علیه صدام و ارتش عراق برانگیخت. جرج بوش، رئیس‌جمهور وقت آمریکا، نیز در تمامی سخنرانیهای خود، از یادآوری کشته شدن ۳۱۲ نوزاد یاد شده خودداری نورزید. بررسیهای بعدی نشان داد که خبر مذکور کذب محض بوده است. در طول جنگ خلیج‌فارس سربازان اشغالگر عراقی هرگز وارد هیچ زایشگاهی در کویت نشده بودند و جالب آنکه دختر ۱۵ ساله‌ای که خبر به نقل از وی منتشر شده بود، دختر سفیر کویت در آمریکا بود که از مدتها پیش هرگز به کویت نرفته بود! شگفت آنکه افکار عمومی آمریکا نیز با شنیدن چنین گزارش کذب و گزارش‌های مشابه آن، علیه صدام و رژیم بعث برانگیخته شد. به گونه‌ای که ۷۳ درصد از آمریکایی‌ها، از حمله آمریکا و متحدانش به عراق حمایت کردند (مرادی، ۱۳۸۴: ۹۶).

جان استابر در کتاب «سلاح‌های اغفال جمعی» در مورد نقش دستگاه عملیات روانی آمریکا

در تحریک افکار عمومی به جنگ سوم خلیج فارس می نویسد: «اگر توطئه رسانه‌ها نبود، بسیج جنگی نمی‌توانست صورت بگیرد. ایالات متحده با برجسته کردن نقش عراق در حادثه تروریستی ۱۱ سپتامبر، تا حدود زیادی توانست افکار عمومی آمریکا را تحت تأثیر قرار دهد. سیاستمداران آمریکا با ابداع شیوه نوین پوشش خبری از واقعه ۱۱ سپتامبر و پخش مداوم آن و تکرار حکایت خانواده‌های داغدار آمریکایی که در این واقعه مورد ظلم قرار گرفته‌اند و نیز عکسهای دلخراش و تصاویر کودکان رها و بدون پدر و مادر و اجساد قهرمانان گمنام، سعی در تهییج افکار عمومی مردم ایالات متحده و سایر نقاط جهان را داشتند» (همان: ۹۶).

۲- ملت‌سازی

واقعیت حاکمیت حکومت، مردم را ترغیب می‌کند تا در مورد جهانی بیندیشند که به قلمروهای مستقلی تجزیه شده است تا این که انسانیت را مانند یک کل مورد توجه قرار دهند. در این بین، حکومت سعی می‌کند تا تمام آن فرهنگ‌های مختلف را که درون مرزهایش زندگی می‌کنند، در قالب یک اجتماع منسجم گرد هم آورد و در عین حال، تماس با گروه‌هایی را که خارج از مرزهایش قرار دارند، کنترل کرده و یا از آنها جلوگیری کند و بدین ترتیب حکومت مقیاسی را برای تلقی «ما» نسبت به اجتماعات منطقه‌ای معین می‌سازد. حکومت همچنین مردم را تشویق می‌کند تا دنیا را بر حسب پذیرش یا حذف روابط «ما» و «آنها» مجسم کنند (مویر:).^۱ به اعتقاد دانیل کانورشی^۱ (۱۹۹۵) ملت‌ها را می‌توان تا حدودی براساس فرایند «دگرپنداری» تعریف کرد (جونز و همکاران، ۲۰۰۴). تأکید شدید جرج واشنگتن بر جدا بودن سرنوشت آمریکا از سرنوشت قدرت‌های اروپایی، مبتنی بر این عقیده بود که ایالات متحده و اروپا با هم فرق دارند (ایالات متحده، جوان، نیرومند و دارای دیدگاه لیبرالی بود و حال آنکه اروپا کهنه، فرسوده و در ایدئولوژی محافظه‌کار بود) و دخالت در امور اروپا ممکن است موجب تضعیف توان آمریکا و کم‌رنگ شدن ویژگی انحصاری آن کشور بود (مویر: ۳۱۴).

ارچیبالد مک لیش^۲ در یک مقاله‌ای پیشگویانه در سال ۱۹۴۹ که ماهنامه آتلانتیک آن را

1 . Daniele Conversi

2 . Archhibald Maclesiesh

دوباره به چاپ رساند، تلاش آمریکا برای تعریف خود به‌عنوان یک ملت را، براساس آنچه واقعاً در مردم وجود نداشت، خطرناک توصیف کرد: «با احساس ترس و نفرت نسبت به روسیه، ما قبل از هر چیز دریچه مقدس زندگی مان و اساسی‌ترین آزادی‌هایمان - آزادی ذهن و فکر- را به‌روی آنهایی که در میان خود گشودیم که همیشه از آزادی‌ها متنفر بوده‌اند ... مردمی که فقط برای خودشان واقعی بوده‌اند، چرا که به‌دنبال چیزهایی هستند که نمی‌توانند برای همیشه واقعی باقی بمانند، بنابراین، آنها صرفاً می‌خواهند در مقابل و علیه چیزی باشند [بدون توجه به اینکه آن چیز واقعاً علیه آنان است یا نه]» (برادن و شلی: ۱۵۴).

بر این اساس، بندیک اندرسون^۱ واقعیت ملت را زیر سوال می‌برد؛ وی ملت را به‌مثابه یک جامعه خیالی^۲ تلقی می‌کند که وجود آن با ظهور «سرمایه‌داری چاپ^۳»، روزنامه و رمان در خلال قرن هجدهم امکان‌پذیر شد، زیرا فن‌آوری جدید چاپ و روش‌های سرمایه‌داری تولید کتاب، امکان تولید انبوه ادبیات مردمی را میسر ساختند (مویر، ۱۳۷۹: ۷۵).

۳- هویت‌سازی

بسیاری از روانشناسان و روانکاوان معتقدند که یک کودک ابتدا یاد می‌گیرد که خودش را به عنوان یک «من» مجزا و واحد با تشخیص جدایی خودش - تفاوتش - از دیگران (اساساً از مادرش) بفهمد. با این قیاس، فرهنگ‌های ملی وقتی احساس قوی هویت می‌کنند که خودشان را در مقایسه با فرهنگ‌های دیگر قرار دهند (همان: ۶۹)؛ لاکان معتقد است که ناخودآگاه نه بر مبنای سرکوب‌گرایی (نظریه فروید) بلکه اصلاً از طریق زبان به‌وجود می‌آید و ساختاری مشابه زبان دارد. بنابراین، عناصر بنیادین ناخودآگاه در واقع همان دال‌ها می‌باشند و انسان در شبکه‌ای از این دال‌ها (نشانه‌ها) محصور است (خالقی، ۱۳۸۲: ۲۲۹-۲۲۸).

استوارت هال و ادوارد سعید ادعا می‌کنند هویت یک فرایند گفتمانی است که «دیگری» بر اساس آن متفاوت تعریف شده و از جامعه ملی کنار زده می‌شود (واسیورد، ۱۳۸۷: ۶۵). به عبارتی، «تو» و «من» زمانی به «ما» تبدیل می‌شویم که یک «آنها» پدید آید (جانسون، ۱۳۸۴:

1. Benedict Anderson
2. Imagined Community
3. Print Capitalism

۴۵). برای مثال، گفتمان دشمن یا غیریت‌ساز، سابقه‌ای چند صد ساله در تمدن غرب دارد. مدرنیته برای هویت‌بخشی به خود همواره به دنبال ترسیم شرق به‌عنوان «غیر» یا «آنها» در برابر «ما»، «سیاه» در برابر «سفید»، «جهان به اسارت درآمده» در برابر «جهان آزاد» است و این رویکرد در نوشته‌های اندیشمندان غرب از جمله مونتسکیو، هگل و تا حدی مارکس تکرار شده است (جنیدی، ۱۳۸۷: ۶۲). حال با اشاره به ضرورت وجود «دیگری» برای شکل‌گیری روشنگری غربی می‌نویسد: «غرب بدون دیگران قادر نخواهد بود خود را به‌منزله اوج تاریخ بشر بشناساند و بنمایاند. تصویر دیگری که به حاشیه جهان مفهومی رانده شده بود و به‌منزله ضد مطلق و نفی هر چیزی که غرب مظهر آن بود بار دیگر ساخته شده بود. «دیگری»، سوئه «تاریک» بود- فراموش شده، سرکوب و نفی شده؛ تصویر معکوس روشنگری و مدرنیته» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۷۰).

۴- احیاء هویت‌های فروپاشیده

حادثه ۱۱ سپتامبر، علاوه بر توجیه لشکرکشی‌های آمریکا به خاورمیانه، زمینه احیای مجدد ناسیونالیسم آمریکایی در دوران پس از جنگ سرد را، به‌مثابه دوران هویت‌های تکه پاره و از هم شکسته فراهم کرد. موج وطن پرستی، کشوری را که به شکل عظیمی یکی از بحث انگیزترین و تفرقه‌افکنانه‌ترین انتخابات در تاریخ معاصرش را پشت سر می‌گذاشت و ناگهان با تروریسم مواجه شده بود را به هم نزدیک کرد (واسیورد، ۱۳۸۷: ۶۴).

سازمان‌های خبری پس از ۱۱ سپتامبر [با طرح استعاره «ملت در خطر»] از روح وطن‌پرستی اشباع شدند. مجریان خبری شبکه فاکس نیوز و گزارشگران تلویزیون محلی به یقه‌های خود پاپیون‌های قرمز، سفید و آبی وصل کردند. شبکه‌ها به رهبری سی.ان.ان از آرامهای ملبس به پرچم آمریکا استفاده کردند. روزنامه‌های محلی و منطقه‌ای در پوشش‌های خود از نوارها و رنگهای ستاره‌ها و نوارهای پرچم آمریکا استفاده نمودند. نام مجله تایم در یک هفته بعد از حملات به رنگ پرچم چاپ شد (همان: ۶۵). پس از این حادثه، پرچم آمریکا در همه جا بر روی خانه‌ها، اتومبیل‌ها، مغازه‌ها، لباس‌ها، وسایل و تجهیزات، پنجره‌ها، مغازه‌ها، تیرچراغ‌ها و دکلهای مخابراتی به اهتزاز درآمد. وال - مارت^۱، طبق گزارشهای ارائه شده، ۱۱۶/۰۰۰ پرچم

1. Wall-Mart

در روز حادثه ۱۱ سپتامبر و ۲۵۰/۰۰۰ پرچم دیگر نیز در روز پس از آن فروخته است و این در حالی است که در روز ۱۱ سپتامبر سال قبل ۶/۴۰۰ و روز پس از آن ۱۰/۰۰۰ پرچم به فروش رفته بود (جانسون، ۱۳۸۴: ۱۸).

به اعتقاد جانسون، افزایش این پرچم‌ها نشانه‌ای از افزایش ناگهانی و دراماتیک هویت ملی برای آمریکا است. همان‌گونه که یک زن جوان آمریکایی در اول اکتبر به این مسأله اشاره کرد و گفت: «زمانی که ۱۹ سال داشتم، به نیویورک رفتم. اگر از من می‌خواستند که خود را معرفی کنم، به شما می‌گفتم که یک موسیقی‌دان، شاعر و یک هنرمند و از نقطه نظر سیاسی نیز یک زن یهودی هستم. آمریکایی بودنم به میل و خواست من نبوده است. در کلاس دانشگاهی‌ام «جنسیت‌شناسی و اقتصاد»، من و دوستانم به خاطر نبود عدالت در آمریکا عاجز و ناتوان شده بودیم؛ به طوری که تصمیم به عزیمت به یک کشور دیگر را گرفتیم. اما در ۱۱ سپتامبر همه این شرایط تغییر کرد؛ به این نتیجه رسیدم که من به آزادی که خواهان آن بودم رسیده‌ام. در حال حاضر روی کیف پشتی‌ام پرچم آمریکا به تصویر کشیده شده است؛ من از پرواز جت‌های جنگنده از بالای سرم خوشحال شده و افتخار می‌کنم و خود را یک وطن‌پرست می‌نامم» (همان: ۱۹-۱۸).

۵- مشروع جلوه دادن رفتارهای توسعه‌طلبانه

مفهوم «دشمن» در همه درگیرهای بین‌المللی که به خشونت می‌گرایند، به‌عنوان یک اسلحه بسیار مهم نقشی حیاتی دارد. به‌لحاظ روانشناختی، مفهوم دشمن بسان همان دیوار یا حصار است که سرزمین‌ها را تقسیم‌بندی نموده و تفکر خودی و غیرخودی، دوست و غریبه، «ما در برابر آنها» را به‌وجود می‌آورد. روانشناس مشهور سم کین^۱ در مورد اهمیت این تکنیک می‌نویسد: «مفهوم «دشمن» مؤثرترین اسلحه جامع است: ابتدا ما دشمن را به‌وجود می‌آوریم، حتی قبل از اینکه به فکر اسلحه برای جنگیدن باشیم. ابتدا به کشتن آنها فکر می‌کنیم، سپس اسلحه یا موشک‌های بالستیک را می‌سازیم تا بتوانیم به‌واقع آنها را از بین ببریم» (برادن و شلی، ۱۳۸۳: ۱۵۰).

مشروع جلوه دادن رفتارهای توسعه‌طلبانه از طریق بازنمایی ژئوپلیتیکی دشمن خیالی برای اولین بار مربوط به ژئوپلیتیک نظام هیتلری است. دانشمندان ژئوپلیتیک آلمان با دستکاری نظریه

«فضای حیاتی» راتزل، سناریویی را به وجود آوردند که در آن، جهان قدیم تحت سلطه آلمان در محاصره و تحت فشار قدرت دریایی انگلیس و آمریکا بود. در این بازنمایی ساختگی، کشور آلمان به مثابه یک ارگانسیم زنده و پرشور معرفی می‌شد که در حلقه محاصره قدرتهای متخاصم [دشمن خیالی] بوده لیکن از این حق طبیعی برخوردار بود که با از بین بردن ارگانسیم‌های کوچکتر و مجاور خود، گسترش یابد. طبق نظریه‌های ارگانیسمی برگرفته از راتزل، کشور نیرومند آلمان مجبور بود تا برای ادامه بقا، فضای هرچه بیشتری را ببلعد و به همین دلیل، مرزهای آن کشور، مانعی ساختگی در برابر روند طبیعی این رشد بود. در نهایت، اندیشه‌های راتزل و هاوس هوفر به همراه نظریه جبر جغرافیایی که بر مبنای داروینسم اجتماعی استوار بود، چنان با کوردلی‌های نژادی هیتلری پیگیری شد که تقریباً منجر به نابودی ژئوپلیتیک به منزله یک مبحث دانشگاهی، به مدت حدود ۳۵ سال شد. نکته حائز اهمیت این است که بازنمایی‌های ژئوپلیتیکی عنوان شده به وسیله هوفر و ترویج شده در چارچوب یک جنبش سیاسی از چنان تأثیری برخوردار بود که باعث شد مردم آلمان در بین سالهای ۱۹۴۵ - ۱۹۴۴م تا آخرین حد فاجعه همچنان از سیاست‌های تجاوزطلبانه حزب نازی در جریان جنگ جهانی دوم حمایت کنند و بی‌شک، این مهم بدون استفاده گسترده از بازنمایی‌های رسانه‌ای هرگز محقق نمی‌شد. چه، آلمانی‌ها با علم به اهمیت بسیج مردم، ایجاد شور و انگیزه در آنها برای حمایت فعال از نظام و سیاست‌های آن و نقش سلاح روانی در جابجایی موازنه قدرت، وزارت تبلیغات را به سرپرستی گوبلز ایجاد کردند و بخش اعظم رسانه‌های ارتباطی آلمان را تحت کنترل و نظارت آن وزارتخانه قرار دادند. نازی‌ها با حداکثر توان از دو رسانه سینما و رادیو استفاده کردند. بنا به گفته دیوید ولچ، از میان همه ابزارهای اعمال نفوذ نهانی و روانی، هیچ یک به اندازه سینما مورد توجه رایش سوم نبود. رژیم نازی، سرمایه‌گذاری سنگینی روی سینما انجام داد؛ به گونه‌ای که بین سالهای ۱۹۳۳ تا ۱۹۴۵، ۱۰۹۷ فیلم در آلمان تولید شد. یک ششم این فیلم‌ها، مضمون صریح تبلیغاتی و سیاسی (هدایت شده توسط وزارت تبلیغات) داشتند، ضمن اینکه اغلب آنها نیز کم و بیش با خط کلی تبلیغاتی حزب نازی هماهنگ بودند (حق وردی طاقانکی، ۱۳۸۶: ۴۷).

به‌عنوان مثالی دیگر، رویداد ۱۱ سپتامبر، فرصت مناسبی را برای بوش فراهم نمود تا با پیوند استعاره‌های «تروریسم» و «سلاح‌های کشتار جمعی» و هم‌ردیف کردن آنها و با برچسب

شروع به صدام، این‌گونه القا نماید که «چنین سلاح‌هایی را برای باج خواهی، ترور و کشتار جمعی می‌تواند استفاده کند» وی با بهره‌گیری از چنین راهبردی توانست وجهی اخلاقی به رفتارهای آمریکا [در عراق] ببخشد؛ ضمن اینکه با تقسیم «ما» در برابر «آنها» (دیکتاتورها) عملاً سایر کشورها را متقاعد به حمایت از آمریکا نمود (Bhatia, 2009: 283).

محمّدی نجم (۱۳۸۶: ۲۸) به نقل از لاکوف^۱ می‌نویسد: در فرهنگ غرب، وقتی سخن از جنگ مشروع و اخلاقی به میان می‌آید، داستان دیو و فرشته که در آن شخصیت‌های داستان جای خود را به کشورها می‌دهند، به‌عنوان رایج‌ترین شکل گفتمان جنگ مطرح می‌شود. داستان از این قرار است: فردی شرور و بدذات مرتکب جنایتی علیه یک قربانی بی‌گناه می‌شود (سرقت اموال، آسیب‌رساندن و یا ربودن وی). قهرمان داستان یا کسانی را برای کمک جمع می‌کند و یا خود تنها می‌رود. او از خودگذشتگی می‌کند، سختی‌های زیادی متحمل می‌شود و نوعاً سفری دشوار و پرماجرا را به‌سوی مخفی‌گاه فرد تبه‌کار آغاز می‌کند. شخصیت شرور داستان ذاتاً شیطان‌صفت است، حتی گاه به‌صورت یک هیولا ظاهر می‌شود؛ پس بنابراین، منطقی و استدلال در وی هیچ راهی ندارد. قهرمان داستان که هیچ راهی جز درگیری با هیولا ندارد، او را شکست و قربانی را نجات می‌دهد. اکنون پیروزی حاصل شده است. قهرمان که همواره رفتاری فروتنانه دارد، جوانمردی خود را ثابت کرده و به افتخار و سربلندی نایل می‌آید.

این داستان مضمونی سیاه و سفید دارد: قهرمان، دلیر و با اخلاق است، در حالی که هیولا، بی‌اخلاق و پلید است. قهرمان فردی منطقی و در مقابل، دشمن مکار و دغل‌باز است؛ پس مذاکره قهرمان با وی سودی ندارد و هیچ راهی جز شکست دادن وی وجود ندارد. طبیعی‌ترین راه برای اخلاقی خواندن یک جنگ این است که داستان بالا را برای موقعیت مورد نظر بازسازی کنیم. برای این کار، باید به پرسش‌های زیر پاسخ بدهیم؛ چه کسی قربانی است؟ فرد شرور کیست؟ قهرمان کدام است؟ جنایت چیست؟ در چه صورت پیروزی حاصل می‌شود؟ نحوه پاسخ به این پرسش‌ها، سناریوهای متفاوتی را شکل می‌دهد.

۶- تسهیل در فرایند اعمال خشونت و جنگ (وجدان‌زدایی از نیروهای خودی)

به اعتقاد نگارندگان، هیچ جنگی اتفاق نمی‌افتد مگر اینکه قبل آن توده‌های احمق متقاعد به جنگیدن با «آنها» ساختگی شده باشند. متقاعدسازی توده‌ها نیز ممکن نیست مگر با انسانیت‌زدایی از حریف. کاریکاتورها و پوستره‌های سیاسی از فرهنگ‌ها و دوره‌های تاریخی گوناگون نشان می‌دهد که فرایند «دشمن‌سازی» برای ملت، پیش درآمدی است برای نابود کردن انسان‌های دیگر به وقت جنگ، چرا که واکنش طبیعی ما معمولاً احتراز از کشتن هم‌نوعان خویش است. بنابراین، تلاش برای انسانیت‌زدایی از دشمن‌الگویی بود که همه فرهنگ‌ها توصیه کرده‌اند، یعنی نه تنها بیگانه دانستن دشمن نسبت به هویت ملی خود، بلکه خارج کردن او از حیطه انسانیت و در نهایت سزاوار دانستنش برای مردن (برادن و شلی، ۱۳۸۳: ۱۵۶).

متأسفانه، تصویرسازی دشمن اغلب منجر به ظلم و تبعیض نسبت به افرادی شده است که پیشینه فرهنگی یا ظواهر فیزیکی آنها با گفتار و کردار دشمن شباهت دارد. طی جنگ جهانی اول بسیاری از آمریکایی‌های آلمانی‌تبار اسامی انگلیسی برای خود اختیار کردند و نیمی از ایالات‌های آمریکا قوانینی را مبنی بر ممنوعیت آموزش زبان آلمانی در مدارس به تصویب رساندند. در جنگ جهانی دوم، هزاران آمریکایی ژاپنی‌تبار توقیف شدند. پس از تصرف سفارت آمریکا در تهران در سال ۱۹۷۹، ایرانیان مقیم آمریکا مورد سعایت و بدرفتاری قرار گرفتند. فرد شلی^۱ در کتاب خود از دو استاد دانشگاه صاحب نام یاد می‌کند که هر دو شهروند آمریکا بوده و هنگام سوار شدن به اتوبوس عمومی مورد توهین و بدرفتاری قرار گرفتند، زیرا مردمی که آنها را نمی‌شناختند تصور کردند ایشان ایرانی هستند (یکی از آنها اصالتاً هندی برهمن و دیگری یونانی بود) (برادن و شلی، ۱۳۸۳: ۱۵۷-۱۵۶).

خطرناکی انسانیت‌زدایی از حریف در گفتمان دشمن از آن جهت است که این شیوه موجب می‌شود تا مخاطب هر اقدامی علیه دشمن خود را مجاز و مشروع تلقی کند. چه، به زعم او دشمن فاقد شأن و منزلت انسانی است و باید به او به منزله موجودی خطرناک و درخور هر نوع خشونت‌نگریست (Brehm, 2002).

1 . Fred Shelley

ساندرز (۲۰۰۴) با تحلیل فرایندهای آموزش نظامی در آمریکا نشان داده است که «سربازان و افسران آمریکایی به گونه‌ای تربیت می‌شوند تا به ملتها و نظامیان آماج به دیده موجودات دون انسانی بنگرند.» به عقیده ساندرز «شخصیت نظامیان آمریکایی با استفاده از شیوه‌های رفتاری، آن گونه شکل داده می‌شود تا مانع از شکل‌گیری احساس گناه در آنان در برابر هر نوع عمل و کنش غیرانسانی شود.» به باور ساندرز اگر از منظر آسیب‌شناسی روانی به شخصیت نظامیان آمریکایی، از سربازان ساده تا فرماندهان عالی بنگریم، در می‌یابیم که در بسیاری از آنان دست‌کم در رویارویی با ملتها و نظامیان آماج، وجدان اخلاقی شکل نگرفته است. به همین سبب آنان برای انجام هر نوع تجاوز به قربانیان و اسرای خویش خود را مجاز می‌دانند (الیاسی، ۱۳۸۲: ۱۸).

به تعبیر دیگر، به نظر می‌رسد که ارتش آمریکا در آموزش‌های نظامی خویش از دشمن انسانیت‌زدایی می‌کند تا آنجا که در نظر آنان مرتبه و شأن آدمها، خواه نظامی یا غیرنظامی در حد موجودات غیرانسانی تقلیل می‌یابد. از همین روی هر نوع اقدامی علیه او مجاز و حتی خوشایند و فرح‌بخش می‌نماید. در تأیید این ادعا می‌توان به دفاعیات ستوان ویلیام کلی^۱ فرمانده دسته دوم آمریکایی‌ها در حمله معروف به مای لای^۲ اشاره کرد. هدف از این عملیات علیه گروهی از شورشیان ویتنامی اعلام شده بود، اما در نتیجه عملیات دسته دوم تحت فرماندهی ستوان ویلیام کلی، ۵۰۰ روستایی شامل زن و کودک، به شکل دلخراشی توسط سربازان آمریکایی قتل عام شدند. یک دادگاه نظامی در سال ۱۹۶۹م، ستوان کلی را به اتهام قتل ۱۰۹ ویتنامی محکوم نمود. این حکم بعدها از سوی یک دادگاه فدرال لغو شد. کلی در زمان دادگاه سعی کرد جو روانی حاکم بر خود را تشریح کند: «آنها نژاد و جنسیت و سن برای دشمن قایل نبودند. هرگز به من اجازه ندادند باور کنم که تصور ما از دشمن تنها بافته ذهن ماست ... دشمن در آنجا بود و زمانی که در مقابل هم قرار گرفتیم، مجبور به حفظ جان سربازان خود بودم» (برادن و شلی، ۱۳۸۳: ۱۵۷).

فورام (۲۰۰۳) در مقاله خود با عنوان جنگ روانی پنتاگون علیه مردم آمریکا تأکید می‌کند که پنتاگون برای همراه نمودن مردم آمریکا به خوبی از این تکنیک استفاده کرد. پنتاگون فرایند

1. William Calley
2. My Lai

شیطان‌سازی صدام حسین را ماهها پیش از جنگ علیه عراق شروع کرده بود. تبلیغ همراهی و همکاری صدام حسین با القاعده و بن‌لادن از جمله روشهایی بود که رسانه‌های آمریکا از آن برای اهریمن جلوه دادن او بهره می‌گرفتند. نمایش مجدد فاجعه حلبچه (حمله شیمیایی صدام حسین به شهروندان خود در سالهای آخر جنگ عراق علیه ایران) از رسانه‌های مختلف آمریکا، یادآوری اشغال کویت به دست ارتش تحت فرماندهی صدام و کشتار جمعی شهروندان عراقی در شورش پس از حمله ۱۹۹۱، از جمله روش‌های تبلیغاتی دیگری بود که آمریکا از آن برای دستکاری افکار عمومی خویش (و جهانیان) بهره گرفت (الیاسی، ۱۳۸۲: ۱۹).

۷- کسب حمایت افکار عمومی داخلی

رسانه‌ها می‌توانند جاذبه و رضایت عمومی را نسبت به حسی مشترک از طریق «دیگری» ایجاد نمایند: «خوبی» در برابر «بدی»؛ «آمریکا» در مقابل «آنها»؛ «خودی» در برابر «دیگری» (جونز و کلارک، ۲۰۰۶: ۳۰۲). پس از جنگ سرد و در پی حذف شوروی سابق به‌عنوان یک دشمن قوی، مشخص و تعریف شده، آمریکایی‌ها مجبور بودند تا نوع جدیدی از دشمن را بیابند و به افکار عمومی معرفی نمایند؛ دشمنی که بتواند این‌گونه القا کند که ایالات متحده از طرف دشمنان خارجی واقعاً مورد تهدید قرار گرفته است؛ زیرا کنگره و مردم آمریکا تنها زمانی بودجه و هزینه‌های نظامی عظیم را در حد دوره جنگ سرد حمایت می‌کنند که باور کنند به طور جدی توسط دشمنان قدرتمندی تهدید می‌شوند (اتوتایل و همکاران، ۱۳۸۰). حادثه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ بهانه لازم برای ترسیم آشکار خط میان «ما» و «آنها» را به دولتمردان آمریکایی داد (Kersten and Sidky, 2007). در اولین روزهای پس از این حادثه، دولت بوش و رسانه‌های طرفدار آن، با انتشار پی در پی کلمات متضادی همچون «بزدل و قهرمان»، «تروریست و مبارز آزادی»، «جهاد در مقابل دنیای غرب»، «شیطانی و الهی»، «آنها و ما»، طبق توضیح استفن کینگ^۱ در صدد است «سایه‌های خاکستری» را از بین ببرد و از ما می‌خواهد علاقه شدید خود به تجزیه و تحلیل را کنار بگذاریم و همه چیز را مطلقاً «سیاه» و «سفید» ببینیم (Brady, 2004). تصویرسازی‌های ژئوپلیتیکی آمریکا از عراق در ماه‌های قبل از عملیات ۱۹ مارس ۲۰۰۳ نمونه‌ای

1. Stephen King

منحصر به فرد در بسیج افکار عمومی آمریکا بود؛ به نحوی که آمریکا طی چند ماه تبلیغات و جنگ روانی مستمر خود توانسته بود میزان موافقت افکار خویش را از ۴۷ درصد در سه ماه پیش از ۱۹ مارس، به ۷۱ درصد در روز آغاز حمله ۱۹ مارس برساند (الیاسی، ۱۳۸۲: ۱۶).

۸- استعمار نوین

در غیریت‌سازی آن هم در شکل و شمایل افراطی آن، نوعی برتری‌جویی استعمارگونه به چشم می‌خورد، چون به نوعی سخن از برتری‌جویی یک تمدن، به استدلال درباره ضرورت متمدن‌سازی دیگری می‌انجامد. در عصر استعمار یک گفتمان غیریت‌ساز افراطی میان کشورهای اروپایی و غیراروپایی برقرار شده بود؛ که این گفتمان غیریت‌ساز کشورهای مستعمره را به صورت موضوع‌های شناسایی در می‌آورد و آنها را مظاهر رکود، عقب‌ماندگی، بردگی و جهل می‌دانست و در مقابل، جامعه استعماری را به عنوان معیارهای پیشرفت، تمدن‌سازی، آزادی و قانون معرفی می‌کرد و به این ترتیب بود که اروپاییان در صدد بودند که جهان غربی را به عنوان جهان برتر گسترش دهند. به قول برایان ترنر نیز در جریان همین غربی‌سازی جهان بود که گفتمان‌های شرق‌شناسی که به نوعی از برتری‌گفتمان‌های غربی بر گفتمان‌های شرقی حکایت می‌کند، شکل گرفت تا به نوعی جوامع شرقی را به سطوح قابل کنترل تقلیل دهند (بیابان نورد، ۱۳۸۳: ۶۶).

به اعتقاد ادوارد سعید، نظریه دگرپنداری عنصر اصلی جریان سلطه است. اروپائیان با تشریح ویژگی‌های متفاوت مردم ساکن مناطق حاشیه‌ای و با تأکید بر ضعف‌ها و مشکلات اجتماعی آنان، توجیهی اخلاقی برای کوشش‌های خود در متمدن‌سازی و استعمار این ملت‌ها ارائه می‌کردند (جونز و همکاران، ۲۰۰۴). وی معتقد است در همین بستر شرق‌شناسی، دانش که ماهیتاً غیرسلطه‌گر و غیرقهری است، می‌تواند به گونه‌ای عجیب با سیاست‌ها و ملاحظات و مواضع استراتژی‌های قدرت آمیخته شود. به طوری که سعید (۱۳۷۱: ۱۶) در زمینه علم شرق‌شناسی می‌نویسد: «شرق‌شناسی عبارت از نوعی سبک غربی در رابطه با ایجاد سلطه، تجدیدی ساختار، دانش آمریت و اقتدار بر شرق است.»

او همچنین در مقاله‌ای در باب شرق‌شناسی که گفتاری تکمیلی بر کتاب شرق‌شناسی

است، می‌نویسد: مناسبات میان شرق و غرب در کل از نوعی سلطه و استیلا حکایت می‌کند و در آن درجات مختلفی از هژمونی در ابعاد مختلف وجود دارد (بیابان نورد، ۱۳۸۳: ۶۷). برای مثال، یک مسئول تبلیغاتی در یک دولت استعمارگر، یک ملت انقلابی آفریقایی را که برای آزادی از قید استعمار تلاش می‌کند، این‌گونه توصیف می‌کند: «ای آدم کشان سفاک! ای کسانی که در جنگها و دور از تمدن و روشنایی زندگی می‌کنید! ای جاهلان، ای کسانی که از علم و زندگی جز آنچه قانون جنگل به شما تحمیل کرده، چیزی نمی‌دانید و ای نادانان! رسالت شما در زندگی چیست؟ شما در سرزمین‌های ناشناخته زندگی می‌کنید و نیازمند به کسی هستید که شما را رهبری کند و در مسیر دانش و روشنایی، مشعل هدایت را برایتان روشن کند» (جنیدی، ۱۳۸۸).

توصیف مزبور نوع جدید و البته بسیار قدرتمندی از تصویرسازی ژئوپلیتیک استعماری است؛ به نحوی که به نظر می‌رسد این‌گونه تصویرسازی‌ها از کشورهای توسعه‌نیافته باعث شده است که برخی از نظریه‌پردازان رویکرد وابستگی ادعا کنند که شرق بدون حمایت غرب قادر به پیشرفت و توسعه نیست.

حمدی الحجار نیز در مورد توصیف ملل عرب به نقل از جرج بوش که گفته بود: «اینها ملت‌هایی هستند که به استقلال رسیده‌اند، اما در طول دوران استقلال، رهبران آنها برای مردمشان چیزی به ارمغان نیاورده‌اند و تنها وجود خود را تکرار کرده‌اند»، این‌گونه اظهار نظر می‌کند: «او درست می‌گوید؛ اما گویی طوری ما را وصف کرده است تا بهانه‌ای برای استعمار کردن ما پیدا کند» (حمدی الحجار، ۱۳۸۲: ۷۰-۶۹).

۹- تحکیم موقعیت و مرزهای سیاسی

گاهی حکومت‌های نوظهور بویژه حکومت‌های برآمده از انقلاب، بلافاصله پس از شکل‌گیری مبادرت به جنگ با «دیگری» می‌کنند تا از این طریق تمام گروه‌ها و احزاب متفرق داخلی را علیه یک دشمن بزرگتر خارجی متحد نمایند. با این توصیف، جنگ بخشی از راهی است که گروه‌ها به دنبال آن بوده و یا آرزوی آن را دارند تا از این طریق بقای خویش را تضمین نمایند. برای این گروه‌ها، جنگ راهی است که به واسطه آن خود را از سایرین جدا می‌سازند و موجودیت خویش را، به‌عنوان گروه قادر به رقابت با سایر گروه‌ها جهت کسب منافع مورد

نیاز، حفظ می‌نمایند. به عبارتی، در برخی از فرهنگ‌های ستیزه‌جو، این گروه‌ها نیستند که جنگ را می‌آفرینند، بلکه جنگ گروه‌ها را می‌سازد (اسنایدر، ۱۳۸۲: ۱۰۴)؛ چه، به اعتقاد لاکلاو و موفه ایجاد یک رابطه خصمانه که اغلب منجر به تولید یک «دشمن» یا «دیگری» می‌شود، برای تأسیس مرزهای سیاسی [خیالی] امری حیاتی است (هوارت، ۱۳۷۹: ۱۴۳).

ظهور حکومت‌های ملی در اروپا از دیدگاه تاریخی در نتیجه جنگ‌های مکرر و طولانی مدتی که در چند قرن رخ داده، صورت پذیرفته است؛ همان‌گونه که تیلی^۱ گفته است: «جنگ، حکومت و حکومت، جنگ را ساخت» (مویر، ۱۳۷۹: ۱۲۸).

مایکل مان^۲ نیز معتقد است که هدایت و اداره جنگ‌ها عامل اصلی تکمیل قدرت دولتی در دوران جدید است (جونز و همکاران، ۲۰۰۴). وقتی هدریک اسمیت^۳ در اواسط دهه ۷۰ از مردم روسیه پرسید که کدام دوره را بهترین دوره تاریخ روسیه می‌دانند، آنها به «جنگ» اشاره کردند. وی می‌گوید که «مردم از جنگ نه تنها به‌عنوان زمان رنج و ایثار صحبت می‌کنند، بلکه آن را زمان تعلق و انسجام می‌دانند. جنگ به‌معنی مرگ و نابودی است اما می‌تواند نشان دهنده وحدت و قدرت شکست‌ناپذیر نیز باشد...». «جنگ جهانی دوم که برای روس‌ها «جنگ میهن پرستانه»^۴، برای انگلیسی‌ها «بهترین ساعات»^۵ و برای آمریکایی‌ها «جنگ خوب»^۶ بود، هم ابزار و هم محرک شدیدترین احساسات مبتنی بر ناسیونالیسم – که کشورهای اروپایی تاکنون تجربه کرده‌اند- و نقطه اوج عصر ناسیونالیستی غرب محسوب می‌شود (جانسون، ۱۳۸۴: ۱۹۵).

۱۰- تقویت حس قلمروخواهی و وطن پرستی

قلمروخواهی یکی از اساسی‌ترین موضوعات جغرافیای سیاسی انسان‌گراست که معتقدند این پدیده امری اکتسابی است نه ذاتی و غریزی (میرحیدر، ۱۳۸۴: ۱۸-۶). یکی از مؤثرترین فنون در ایجاد حس قلمروخواهی، استفاده از بازنمایی‌های رسانه‌ای در مورد قساوت و بی‌رحمی

1. Tilly

2. Michael Mann

3. Hedrick Smith

4. The Great Patriotic War

5. The Finest Hour

6. The Good War

طرف مقابل توسط نظام‌های جغرافیایی-سیاسی است. برای نمونه، در قرون وسطی و در جریان جنگ‌های صلیبی که آوای شکست عاجزانه از پاپ اوربانوس یکم، امپراتور قسطنطنیه، از مسلمانان به گوش می‌رسید، وی عاجزانه از پاپ اوربانوس دوم جهت برانگیختن مردم در برابر مسلمانان تقاضای کمک کرد. اوربانوس دوم نیز در پاسخ به تقاضای وی ضمن سخنرانی شگفت‌انگیز و وهم‌آلودی در سال ۱۰۹۵م در جنوب فرانسه، تأثیر فراوانی بر احساسات وطن پرستانه مسیحیان گذاشت: ای مردم فرانک! ای مردمی که حبیب و برگزیده خداید! آن‌طور که از اعمال بسیاری از شما پیداست، به واسطه موقعیت و مملکت، مذهب (کاتولیک) و اعتقاداتان به کلیسای مقدس، برتر از سایر اقوامید. ما برای شما پیام خاص و اندرزی داریم. از اورشلیم و قسطنطنیه خبرهای غم‌انگیزی رسیده است. خبر رسیده است که نژادی ملعون و اجنبی، دشمن خدا، دودمانی که نیش پاک نیست و قلبش با خدا نیست به سرزمین مسیحیان حمله برده‌اند و با شمشیر و چپاول و آتش، آنها را ویران کرده‌اند. عده‌ای از مسیحیان را به بردگی برده‌اند و عده دیگری را کشته‌اند، کلیساها را ویران کرده‌اند یا مسجد ساخته‌اند. از محرابها هتک حرمت شده و آنها را برهم زده‌اند، مسیحیان را ختنه کرده‌اند و خون ختنه آنها را در محرابها یا تطهیرگاهها پاشیده‌اند. عده‌ای را به طرز فجیعی می‌کشند، شکمشان را پاره می‌کنند، دل و اندرونشان را برای امتحان بیرون می‌ریزند، کتکشان می‌زنند و وادارشان می‌کنند که آنقدر راه بروند تا روده‌هایشان کشیده شود و به زمین بیفتند. عده‌ای را هدف تیراندازی قرار می‌دهند. بعضیها را مجبور می‌کنند گردن بکشند و آن وقت امتحان می‌کنند با یک ضربه شمشیر می‌شود سر از تنشان جدا کرد یا نه؟ بهتر است از رفتار فجیع آنها با زنها حرفی نزنم ... (بیابان نورد، ۱۳۸۳: ۴۶).

وی پس از نقل این مطالب کذب که برابر با کتب تاریخی معتبر هرگز مستند و حتی باورکردنی نیستند، بر تعصب دینی و میهن‌پرستانه مردم آن زمان اروپا تأثیرات فراوانی می‌گذارد و باعث برانگیخته‌شدن آنها می‌شود: «اگر انتقام گرفتن و بازپس گرفتن زمینها وظیفه شما نیست، پس وظیفه کیست؟ از اینکه گور مقدس خدا و رهایی بخش ما اکنون در دست مردم ناپاک است و رفتار موهن و ناشایست این ناپاکان از اماکن مقدس هتک حرمت کرده‌اند، باید خون شما به جوش آید... پا در این سفر بگذارید! گناهانتان آمرزیده خواهد شد. به حشمت جاودانی ملک بهشت اطمینان داشته باشید» (همان: ۴۶).

نقل شده است که سخنان اوریانوس چنان شور و وجدی در بین مردم ایجاد کرد که آنها برای شرکت در جنگها هجوم آوردند. استفاده از فن تحریک حس قلمروخواهی در این مورد باعث شد که فرانسه آن زمان با رهبری آلکسیوس یکم که عملاً شکست خورده بود و در موضع ضعف قرار داشت و مردم روحیه‌چندان مناسبی برای ادامه مبارزه نداشتند، دوباره جان تازه‌ای به‌خود بگیرد و به تجهیز و تکمیل نیرو بپردازد. بعدها نیز در دوران بلوغ غرب و تکمیل و گسترش صنعت چاپ، به‌دنبال انقلاب‌های صنعتی و فنی، تأثیرگذاری بر رفتار جمعی شکل‌های متنوع دیگری پیدا کرد.

فوتبال نیز به‌عنوان یک بازنمایی ژئوپلیتیکی از آن جهت حس قلمروخواهی را تقویت می‌نماید که به اعتقاد مویر (۱۳۷۹: ۲۳) «حمایت از تیم فوتبال، حس قوی «مایی» تیم مورد علاقه ما را به‌وجود می‌آورد؛ حسی که فقط در مقابل «آنها» (تیم‌های رقیب و هوادانشان) می‌تواند وجود داشته باشد.» وقتی تماشاگران یک صدا تیم فوتبال کشور خود را تشویق می‌کنند، منازعه‌ای ژئوپلیتیکی در حال بازنمایی است که حداقل مزیت آن برای هر دو طرف تقویت حس قلمروخواهی از طریق گفتمان دشمن خیالی است.

۱۱- افزایش تکاپوی ملی

هگل و مارکس معتقدند «اگر تضادی نباشد در عالم حرکت و تکاملی نیست» (مطهری، ۱۳۸۴: ۱۷۴). از منظر هگل، جنگ [با دیگری] گذشته از اینکه برای رفع اختلافات ضروری است این حسن را هم دارد که نمی‌گذارد همّت و غیرت مردم سست شود (ادیبی سده، ۱۳۸۷: ۱۰۲). گفتمان‌ها به مردم می‌گویند اگر می‌خواهید برای همیشه از شرّ دشمن خلاصی یابید، باید تلاش خود را مضاعف کنید، با مشکلات مدارا کنید، صرفه‌جو باشید و خلاصه هر کاری که لازم است انجام دهید (یعنی اطاعت محض از ما) تا با همکاری یکدیگر پوزّه «آنها» (دشمن) را به خاک بمالیم و ...

۱۲- انحراف افکار

دولتمردان با استفاده تأکید بر وجود «دشمن» توجه مردم را از دغدغه‌ها و مشکلاتشان منحرف

می‌کنند و انرژی هیجانی آنها را تخلیه می‌کنند. برای مثال، بازیهای فوتبال (رقابت «ما» در برابر «آنها») که در استادیومهای بزرگ، همراه با دسته‌های موزیک، سردسته‌های نمایش‌های بین دو نیمه و غیره برگزار می‌شود، معرکه‌های تام و تمامی هستند که کارکردهای پنهانی دارند؛ از جمله: انحراف توجه مردم از موقعیت اجتماعی واقعی خود، تخلیه انرژی عاطفی آنها و سرانجام قانع کردن آنها به عادلانه بودن نظم سیاسی موجود. آسابرگر (۱۳۸۷: ۱۸۷) در این ارتباط می‌نویسد: «نظام سیاسی که می‌تواند فوتبال خوب به وجود آورد مستحق بقاست و چون فوتبال همچنین ما را در مورد جایگاهمان در جهان مدرن سرمایه‌داری آموزش می‌دهد، ارزشی مضاعف دارد. کار دشواری نیست که اصل نان و سیرک را در روم قدیم که کارشان منحرف کردن حواس مردم از بدبختی‌هایشان بود با آنچه امروز در آمریکا، جمعه‌ها در دبیرستان، شنبه‌ها (در کالج) و یکشنبه‌ها (در بازی‌های حرفه‌ای) و دوشنبه‌ها (در تلویزیون) می‌گذرد، مقایسه کنیم.»

۱۳- ارضاء تمایلات درونی ملت

مانند آنچه پیش‌تر در مورد جشن بلتین عنوان شد.

۱۴- سرپوش گذاشتن بر مشکلات داخلی

در سطح اداره سیاسی- اقتصادی جامعه، بیشتر رهبران سیاسی خاور زمین در دوپست سال گذشته به‌جای پذیرفتن و پیگیری مطالعه شده مسئولیت‌ها، ترجیح داده‌اند مسئولیت همه نارسایی‌های مدیریتی سیاسی، اجتماعی و اقتصادی خود را متوجه دیگران [دشمن] کنند. در گذشته‌های دورتر، سیاست‌های خارجی متهم می‌شدند که «نمی‌گذارند» خدماتی صورت بگیرد و در گذشته‌های نزدیکتر «رقیبان» متهم می‌شوند که «نمی‌گذارند» و جامعه به دلیل عدم آشنایی کافی با شیوه‌های زندگی علمی، هیچ‌گاه از این رهبران سیاسی نپرسیده‌اند که: «مگر قرار بر این است که بگذارند؟» اداره امور سیاسی- اقتصادی جامعه در نظامی دموکراتیک و حتی در جامعه‌ای که نمایشی از دموکراسی بیش ندارد، لزوماً دچار مسئله‌ای است به نام «رقابت سیاسی» و در این رقابت سیاسی است که رقیبان «نمی‌گذارند» زندگی برای رقیبان آسان باشد.

مگر در دموکراسی‌های فرانسوی، آمریکایی و بریتانیایی، رقیبان «می‌گذارند» که رهبران وقت آسان رهبری کنند و اندیشه‌ها و برنامه‌های خود را «آسان» پیش ببرند؟ مگر آن روز که ادعای رهبری پیش کشیده می‌شود و داوطلبی اداره امور کشور پیش می‌آید، این آگاهی وجود ندارد که رقیبان «نمی‌گذارند» کار آسان پیش برود؟ اگر چنین آگاهی نسبت به این حقیقت وجود داشته است، مسئولیت عدم موفقیت در پیشبرد برنامه‌های ادعا شده را متوجه موجودیتی فرضی و شخص ثالث کردن کردن [فرافکنی] برای چیست؟! (مجتهدزاده، ۱۳۸۱: ۳-۲).

البته این به آن معنا نیست که استفاده از فرافکنی (گوسفند قربانی) برای پنهان کردن حقیقت منحصر به مشرق زمین است. برای مثال، با توجه به اینکه روح وطن پرستی پس از ۱۱ سپتامبر همه [آمریکایی‌ها] را متاثر کرده بود، بسیار آسان‌تر بود که [به جای پرداختن به دلیل بنیادی چنین رویدادی] افرادی تحت عنوان «آنها» مسئول معرفی شوند (واسیورد، ۱۳۸۷: ۶۸). چامسکی در این باره معتقد است: «تعیین شخص خاصی به عنوان دشمن و معرفی او به عنوان سمبل بدی، بسیار راحت‌تر از تلاش برای درک مقاصد شرارتهاست» (مرادی، ۱۳۸۶: ۱۰۲).

۱۵- تهییج و تقویت روحیه نیروهای خودی

روحیه، عبارت است از آمادگی برای مشارکت در یک عمل یا حل مشکل و ارزیابی نتیجه آن (سلیمانی، ۱۳۸۲: ۸۶). یکی از مهمترین عوامل تأثیرگذار بر روحیه مردم، میزان تهدیدها و فشارهای روانی احساس شده از طرف مردم و نگرشی که مردم نسبت به دشمن [فرضی] و عقاید و ارزشهای آن دارند، است؛ اینکه دشمن کافر است، ضد خداست، شیطان است، ضد مردم است، خون‌آشام است، به حقوق زنان و کودکان و سالمندان تجاوز می‌کند، به مردم خود رحم نمی‌کند، ترسو است، تجاوزگر است، پایبند به ارزشهای انسانی و بین‌المللی نیست و در نتیجه از سلاحهای مخرب و کشتار جمعی استفاده می‌کند، همه به‌نحوی در این موضوع مؤثرند (شیرازی، ۱۳۸۰: ۴۳).

۵- تجزیه و تحلیل و نتیجه‌گیری

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که:

۱- اگر چه مردم برای تعریف خود نیاز به یکدیگر دارند؛ اما آنها به دشمن نیاز ندارند؛ چرا که

اساساً انسان با فطرت الهی به دنیا می‌آید؛ چه به اعتقاد ریچارد فالک «در واقع، خلیات جهانی پدیدآمده حاکی از واقعیت یک سرنوشت مشترک برای نوع بشر و وحدتی بنیادین در سراسر فضا و در طول زمان می‌باشد که مبتنی بر انگیزه زیستی - اخلاقی تمام گروه‌های انسانی برای «زنده ماندن» و «شکوفاشدن» است» (مویر، ۱۳۷۹: ۴۲۳).

۲- خلاف ادعای آلبرت انیشتین مبنی بر اینکه «انسان در درون خودش تمایل به دشمنی و نابودی دارد»، گفتمان «دشمن خیالی» چیزی طبیعی، ذاتی و از پیش موجود نیست، بلکه همواره ساخته می‌شود. بر این اساس می‌توان گفت که مرزهای میان «ما» و «آنها» کشف‌شدنی نیست بلکه قراردادی و تولیدی است.

بازنمایی رسانه‌ای، برساختی اجتماعی و فرهنگی از جهان واقع در چارچوب گفتمان و روابط قدرت به‌منظور استیلا و هژمونی فرهنگی علیه «دیگران» است؛ «دیگرانی» که بخشی از دیگربودگی آنان ریشه در زبان و گفتمانی دارد که رسانه‌ها سازنده و اشاعه دهنده اصلی آن هستند.

۳- در بستر شکل‌گیری دشمن خیالی، انسان یک فاعل شناسای آزاد نیست، بلکه «یک فرد از یک جمع» است، جمعی که جهان را به «بگانه خودی»، «غیرخودی» (یا بیگانه) و «ضدخودی» (یا دشمن و نافی «خودی») تقسیم می‌کند.

فرایند «دشمن‌سازی» اغلب در میدان و دنیایی مشابه شکل می‌گیرد و بر شکل و ماهیتی پایدار مزین نیست. در بسیاری از جوامع، دشمن‌سازی از بدو تولد در خانواده آغاز می‌شود و بعدها توسط سیستم آموزشی و نظام رسانه‌ای تقویت می‌شود.

۴- ویژگی دیگر گفتمان دشمن خیالی، نفع متقابل آن است؛ مانند جنگ سرد که زائیده عملکرد دشمن‌سازی یا غیریت‌سازی متقابل بود.

۵- گفتمان دشمن فرضی به‌طور طبیعی متضمن نوعی سلطه درونی است. نظام‌های گفتمانی با توسل به «دشمن خیالی» تلاش می‌کنند تا مشروعیت خود را به‌طور اقناعی به دیگران بقبولانند و در این میان هر قدر قدرت دشمن‌سازی آنها بیشتر باشد، کانون‌های قدرت بادوام‌تری تأسیس می‌شود؛ چرا که انسان چونان حیوانی بی‌اراده در برابر این‌گونه گفتمان‌ها تسلیم شده و خود را فقط در تصویری که این گفتمان برای آنها تدارک دیده است، مشاهده

می‌کند.

۶- اگرچه ماهیت اخلاقی دشمن همواره مورد تردید است، اما کارکردهای این مفهوم به حدی است که تمامی حاکمان کمابیش به چنین فرایندی اقدام می‌کنند. مهمترین کارکردهای دشمن خیالی عبارتند از: تحریک افکار عمومی علیه «دیگری»، ملت‌سازی، هویت‌سازی، احیاء هویت‌های فروپاشیده، مشروع جلوه دادن رفتارهای توسعه‌طلبانه، وجدان‌زدایی از نیروهای خودی، کسب حمایت افکار عمومی داخلی، استعمار نوین، تحکیم موقعیت و مرزهای سیاسی، تقویت حس قلمروخواهی و وطن‌پرستی، افزایش تکاپوی ملی، انحراف افکار، ارضاء تمایلات درونی ملت، سرپوش گذاشتن بر مشکلات داخلی و تهییج و تقویت روحیه نیروهای خودی.

۷- فضای سیاست بازنمایی در ژئوپلیتیک عصر حاضر فضایی مملو از ابهام و مجازهایی است که در قالب نماد و استعاره می‌خواهند حقیقت را از بین ببرند و به جای آن دشمن خیالی را در ذهن ما انسان‌ها تزریق کنند. جالب این است که به لطف تأثیر فناوری در ابعاد گوناگون جنگ، درگیری و رقابت‌های ژئوپلیتیکی، اخلاقیات نیز کاهش می‌یابد. برای نمونه، در شبیه‌سازی‌هایی که از جنگ و درگیری به‌منزله بازی جنگ مطرح است، کشتن و ویران کردن مایه مباهات تلقی می‌شود و تمرین و ممارست در آن، نیروهای خودقیدی اخلاقی را کاهش می‌دهد؛ نیروهایی که در میدان واقعی عمل مشابه این مجاز، مَهر پایانی بر مرحله نهیب وجدان و رشد فرهنگ شرارت و خشونت در متن جامعه‌ای است که به نیایش مجاز پرداخته و از حقیقت غافل مانده است. سوگواری جنایت‌های چنین جامعه‌ای هم، به‌گونه دیگری رقم می‌خورد؛ چرا که رسانه‌های بخشی، نه جمعی در اوج به‌کارگیری ترکیبی از فناوری با فرهنگ و هنر در فضای زمان و با توجه به شناخت، صحنه‌گردانان بزم نشاط و تصویرگر حماسه‌سازی از اعمال جانپانی می‌شوند که کشتن انسان‌های بی‌گناه و نسل‌کشی را در قالب استعاره‌های تحریف شده‌ای به سرگرمی پرمفعتی برای خود و جامعه خویش تبدیل کرده‌اند.

۸- گفتمان دشمن خیالی نتیجه عملکرد گفتمانی است که به خداوند پشت کرده و تنها انسان را محور قرار داده است. از آنجایی که انسان‌ها و نه گفتمان‌ها در این فضا، تصویر دشمن فرضی را به‌دلیل امتزاج آن با سایر تصورات و فرضیه‌های نهفته در زبان‌ها به‌صورت غیرارادی می‌پذیرند، نباید آنها را به‌خاطر دشمن خطاب کردن یکدیگر سرزنش کرد. در مقابل،

ژئوپلیتیک انتقادی با تحلیل شناخت و محاسبه زمان حول هنجارهای انسانی و با گفتمانی که به نور حقیقت آراسته باشد، باید گفتمان دشمن ساختگی را به زمین زده و لبه تیز و دوپهلوی سیاست بازنمایی را به سوی نظام‌های گفتمانی برسازنده دشمن خیالی برگرداند؛ موضوعی که دستیابی به آن با از بین رفتن قدرت انحصاری گفتمان‌های مسلط بر نظام رسانه‌ها در عصر «بازار پیام» و در نتیجه بسط فزاینده نظام دانایی‌محور در آینده نزدیک دور از ذهن به نظر نمی‌رسد.

منابع

۱. آسابرگر، آرتور (۱۳۸۷)؛ روشهای تحلیل رسانه‌ها، ترجمه پرویز اجلائی، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
۲. اتوتایل، ژناروید و همکاران (۱۳۸۰)؛ اندیشه‌های ژئوپلیتیک در قرن بیستم، ترجمه محمدرضا حافظ‌نیا و هاشم نصیری، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
۳. ادیبی سده، مهدی (۱۳۸۷)؛ جامعه‌شناسی جنگ و نیروهای نظامی، تهران، انتشارات سمت.
۴. اسنایدر، جک (۱۳۸۲)؛ آنارشی و فرهنگ، بینش‌هایی از انسان‌شناسی جنگ، ترجمه مریم‌السادات امیرشاه کرمی، تهران، فصلنامه مطالعات دفاعی و امنیتی، سال دهم، شماره ۳۵.
۵. الیاسی، محمدحسین (۱۳۸۲)؛ افکار عمومی آمریکا و عملیات روانی دستگاه حکومتی و تبلیغاتی آن کشور برای مجاب‌سازی، با تأکید بر جنگ عراق، تهران، فصلنامه عملیات روانی، سال اول، شماره ۲.
۶. برادن، کلن و شلی (۱۳۸۳)؛ ژئوپلیتیک فراگیر، ترجمه علیرضا فرشچی و رهنما، تهران، انتشارات دوره عالی جنگ.
۷. بیابان نورد، علیرضا (۱۳۸۳)؛ مبانی تئوریک عملیات روانی در الگوهای اجتماعی، تهران، فصلنامه عملیات روانی، سال دوم، شماره ۷.
۸. تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۳)؛ گفتمان، پادگفتمان و سیاست، تهران، مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
۹. جانسون، چالمرز (۱۳۸۴)؛ چالش‌های هویت در آمریکا، تهران، مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران.
۱۰. جنیدی، رضا (۱۳۸۷)؛ تکنیک‌های عملیات روانی غرب علیه جمهوری اسلامی ایران، تهران، دوماهنامه نگاه، وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح.
۱۱. جنیدی، رضا (۱۳۸۹)؛ تکنیک‌های عملیات روانی و شیوه‌های مقابله، مشهد، انتشارات به نشر.
۱۲. حق وردی طاقانکی مهدی (۱۳۸۶)؛ بازی‌های رایانه‌ای؛ ابزار قدرت نرم، تهران، فصلنامه عملیات روانی، سال چهارم، شماره ۱۶.
۱۳. حمدی الحجار، محمد (۱۳۸۲)؛ عملیات روانی آمریکا علیه کشورهای اسلامی، ترجمه حسین قربانی، تهران، فصلنامه عملیات روانی، سال اول، شماره ۳.
۱۴. خالقی، احمد (۱۳۸۲)؛ قدرت، زبان، زندگی روزمره در گفتمان فلسفی سیاسی معاصر، تهران، انتشارات گام نو.
۱۵. سعید، ادوارد (۱۳۷۱)؛ شرق‌شناسی، ترجمه دکتر عبدالرحیم گواهی، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۱۶. سلیمانی، نعمت‌اله (۱۳۸۲)؛ عوامل تقویت و کاهش روحیه دفاعی، تهران، فصلنامه عملیات روانی، سال اول، شماره ۳.
۱۷. سورین، ورنر و تانکارد (۱۳۸۸)؛ نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۱۸. شیرازی، محمد (۱۳۸۰)؛ جنگ روانی و تبلیغات؛ مفاهیم و کارکردها، چاپ دوم، دبیرخانه نخستین همایش بررسی نقش تبلیغات در جنگ، تهران.
۱۹. کاپفر، ژان نوئل (۱۳۸۰)؛ شایعه، تهران، نشر شیراز.

۲۰. کوئن، بروس (۱۳۷۵)؛ درآمدی به جامعه شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، نشر توتیا.
۲۱. کافمن، ادوارد (۱۳۸۳)؛ استراتژی آمریکا در جنگ‌های رسانه‌ای، ترجمه نادعلی بای و رضایی خاچکی، تهران، فصلنامه عملیات روانی، سال اول، شماره ۴.
۲۲. گل محمدی، احمد (۱۳۸۱)؛ جهانی شدن، فرهنگ و هویت، تهران، نشر نی.
۲۳. مجتهدزاده، پیروز (۱۳۸۱)؛ جغرافیای سیاسی و سیاست جغرافیایی، تهران، انتشارات سمت.
۲۴. مرادی، حجت اله (۱۳۸۴)؛ فرایند و منابع شکل‌دهی افکار عمومی آمریکاییها، تهران، فصلنامه عملیات روانی، سال سوم، شماره ۹.
۲۵. مرادی، حجت اله (۱۳۸۶)؛ عملیات روانی در عصر انقلاب اطلاعاتی، تهران، فصلنامه عملیات روانی، سال پنجم، شماره ۱۷.
۲۶. محمدی نجم، سید حسین (۱۳۸۶)؛ نقش استعاره‌ها در گفتمان سیاسی جنگ، تهران، فصلنامه عملیات روانی، سال پنجم، شماره ۱۷.
۲۷. مطری، مرتضی (۱۳۸۵)؛ نبرد حق و باطل، چاپ بیست و سوم، تهران، انتشارات صدرا.
۲۸. مطهری، مرتضی (۱۳۸۴)؛ مقالات فلسفی، چاپ نهم، قم، انتشارات صدرا.
۲۹. مندراس، هانری و گورویچ (۱۳۵۴)؛ مبانی جامعه شناسی، ترجمه باقر پرهام، تهران، انتشارات کتاب‌های سیمرغ.
۳۰. مویر، ریچارد (۱۳۷۹)؛ درآمدی نو بر جغرافیای سیاسی، ترجمه دره میرحیدر، تهران، انتشارات سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.
۳۱. مهدی‌زاده، محمد (۱۳۸۷)؛ رسانه‌ها و بازنمایی، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
۳۲. میرحیدر، دره (۱۳۸۴)؛ بررسی مفهوم **Territoriality** و تحول آن از دیدگاه جغرافیای سیاسی، تهران، فصلنامه ژئوپلیتیک، سال اول، شماره اول.
۳۳. نجاتی، محمد عثمان (۱۳۸۷)؛ حدیث و روانشناسی، ترجمه حمیدرضا شیخی، مشهد، بنیاد پژوهش‌های اسلامی آستان قدس رضوی.
۳۴. واسیپورد، سیلویا (۱۳۸۷)؛ روزنامه نگاری، خطر و میهن پرستی، ترجمه سهیلا صابری، تهران، فصلنامه رسانه، سال نوزدهم، شماره ۲.
۳۵. هوارت، دیوید (۱۳۷۹)؛ نظریه گفتمان، ترجمه امیر محمد حاجی یوسفی، مجموعه مقالات گفتمان و تحلیل گفتمانی، تهران، انتشارات فرهنگ گفتمان.
36. Orwell, George (1945); *Animal Farm*, <http://Onlinebooks.Library.Upenn.Edu/nonus.html>.
37. Jones, Martin (2004); *An Introduction to Political Geography: Space, Place and Politics*.
38. Kersten, Astrid A and Sidky (2007); *Re-aligning rationality: Crisis management and prisoner abuses in Iraq*, a Graduate Program in Human Resource Management, La Roche College.
39. Brady, Jacqueline (2004); *Cultivating Critical Eyes: Teaching 9/11 through Video and Cinema*, *Cinema Journal*, Vol. 43, No. 2.
40. Bhatia, Aditi (2009); *The discourses of terrorism*, *Journal of Pragmatics* 41, PP 279–289.
41. Brehm, S. S (2002); *Social Psychology*, Boston Houghton Mifflin Company.
42. Jones, S. H and Clarke, D. B (2006); *Waging terror: the geopolitics of the real*, published at: www.elsevier.com.
43. Saeed, Amir (2007); *Media, Racism and Islamophobia: The Representation of Islam and Muslims in the Media*, *Sociology Compass*, Blackwell Publishing.