



زنگ مجازی- جنگ ترکیبی

پارادایم‌های پیروزی در جنگ مدرن

عزیزالله محمدی(متادجو)

جنگ ۱۲روزه با همه ابعاد شکل‌گیری خود تبعات و پیامدهای برای طرفین جنگ داشت که معادلات پس از توقف جنگ را نه‌تنها در ایران و سرزمین‌های اشغالی دچار تغییر کرد؛ بلکه قدرت‌های جهانی و سایر مدعیان مؤثر بر مناسبات جهانی نیز با توجه به اینکه تقریباً این جنگ را یک جنگ معادیمار و متفاوت و مدرن می‌دیدند دست به تغییر و تنظیمات جدید امنیتی در همه حوزه‌ها زدند و به طور کلی این جنگ را یک «جنگ مدرن» نامیدند که شناسایی ابعاد آن می‌تواند بر تمام وقایع اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، نظامی، اقتصادی و رسانه‌ای آینده تأثیر بگذارد. یادداشت‌های متوالی این ستون بعد از جنگ ۱۲روزه با بررسی نظریه‌های مختلف و بالاخص با پرداختن به دیالکتیک موجود در این جنگ از منظر یک شخص بیرونی و با نظریه‌های غربی نگارش شد تا علاوه‌بر انطباق وقایع بستر چندوجهی جنگ با موضوع جنگ ترکیبی که در طی ماه‌های گذشته به آن پرداخته شده، پاسخی متقن و مبین را برای ابهامات و شبهات آینده در اختیار اهل تحقیق و انصاف قرار دهد.

در این بخش که شاید از بخش‌های آخر پرداختن به دیالکتیک جنگ باشد؛ به بازتعریف مفهوم پیروزی در جنگ‌های مدرن و پارادیم‌های آن می‌پردازیم که در لایه‌های مختلف فضای سایبر و فضای هوشمند تحت عنوان جنگ مدرن شناخته می‌شود.

در بازتعریف مفهوم پیروزی در جنگ‌های مدرن باید به این درک و شناخت رسید که این مفهوم، گذار از پیروزی سخت به پیروزی هوشمند است و آن را در قالب یک تحول پارادایم پیروزی

در جنگ مدرن می‌توان شناخت.

برای درک دقیق آنچه که ذکر شد؛ مقایسه دو نوع پیروزی(کلاسیک و مدرن) در جنگ با مؤلفه‌های ارزیابی(شاخص اصلی، زمان سنجش، معیار موفقیت و ابعاد پیروزی) می‌توانند به ما کمک کنند.

بر اساس مؤلفه «شاخص اصلی» پیروزی در جنگ کلاسیک با تصرف سرزمین و شکست نظامی دشمن شناخته می‌شود در حالی که در جنگ مدرن تأثیرگذاری بر محاسبات راهبردی و تغییر رفتار دشمن به عنوان پیروزی شناخته شده است.

پیروزی در جنگ‌های «زمان سنجش» پیروزی در پایان درگیری در جنگ کلاسیک حاصل است؛ در حالی که در جنگ مدرن پیوسته و در حین جنگ مطرح می‌شود.

«معیار موفقیت» مؤلفه ارزیابی دیگری برای پیروزی در جنگ است که در جنگ کلاسیک با پیروزی میدانی و در جنگ مدرن با دستیابی به اهداف سیاسی با کمترین هزینه بارگو می‌شود. در دیگر مؤلفه ارزیابی پیروزی می‌توانیم «ابعاد پیروزی» را مطرح کنیم که در جنگ کلاسیک، نظامی است و در جنگ مدرن، نظامی، اقتصادی، اجتماعی و اطلاعاتی نیز می‌تواند باشد.

ابعاد جدید پیروزی در جنگ مدرن

ابعاد جدید پیروزی در جنگ مدرن با ابعاد نظامی- امنیتی، اقتصادی و اطلاعاتی- رسانه‌ای شناخته می‌شود.

پیروزی در عرصه نظامی- امنیتی در مرحله اول، همراه با بازاردنگی مؤثراست که طی آن ایجاد ترس از تکرار درگیری در ذهن دشمن به وجود می‌آید و در مرحله دوم، افزایش هزینه برای دشمن به عنوان یک شاخص پیروزی شناخته می‌شود که تحمیل هزینه‌های غیرقابل تحمل به حریف، برتری در جنگ را اثبات می‌کند. برآورد خسارات وارده به رژیم صهیونیستی از سوی ایران در این جنگ بازگوکننده این حقیقت است که ایران حتی در این بعد نیز به پیروزی بزرگی دست یافته است.

حفظ توانمندی‌های هسته‌ای از دیگر ابعاد جدید پیروزی در جنگ مدرن است که با محافظت از قابلیت‌های حیاتی در طول درگیری به عنوان پیروزی به دست می‌آید و در مرحله چهارم، نمایش قدرت کنترل شده به عنوان یک بعد کاملاً مؤثر برای شناخت پیروز میدان نبرد است که با نشان دادن توانایی هزینه‌زنی بدون تشدید درگیری حاصل می‌شود.

بعد دیگر شناخت پیروزی در جنگ‌های مدرن بعد عرصه اقتصادی است که ابتدا با تاب‌آوری و سپس با تحمیل خسارت به دشمن از طرق مختلف به دست می‌آید. پیروزی در عرصه اطلاعاتی- رسانه‌ای، شاید جدیدترین و مؤثرترین بعد شناخت پیروزی در جنگ‌های مدرن شناخته می‌شود که همواره به دنبال اغتشازی آذخاان است.

در این نوع شناخت پیروز نبرد، ابتدا «روایت‌سازی موفق» ایفای نقش دارد که مسئولیت شکل‌دهی به ادراک عمومی و بین‌المللی را برعهده گرفته و سپس «افشای نقاط ضعف دشمن» را با نمایش ناتوانی‌های راهبردی حریف بر پیش می‌گیرد.

«تقویت اعتماد داخلی» با در نظر گرفتن افزایش سرمایه اجتماعی و تقویت مشروعیت، ضمن جذب افکار عمومی جهانی و کسب حمایت بین‌المللی بازگوکننده پیروزی در عرصه اطلاعاتی- رسانه‌ای است که در جنگ‌های مدرن توسط تحلیلگران و ارزیابان معرفی می‌شود.

در نوع در جنگ‌های مدرن «پیروزی چندبعدی» نیز از اهمیت خاصی برخوردار است که نقطه مطلوب پیروزی به‌شمار می‌آید و تابع سنجهایی است که هر کدام با شاخص‌های کمی و کیفی شناخته می‌شوند.

«شاخص‌های کمی» شامل درصد حفظ توانمندی‌های حیاتی در حوزه نظامی، میزان اختلال ایجاد شده برای دشمنان در حوزه اقتصادی، سطح تاب‌آوری و وحدت ملی در حوزه اجتماعی و تعداد کشورهای حامی و میزان حمایت در حوزه بین‌المللی است.

همچنین «شاخص‌های کیفی» نیز با مواردی چون «راهبردی»، «روانشاختی» و «بایندنگر» شناخته می‌شوند که در برگزیده تغییر در معادلات منطقه‌ای به نفع خود، تضعیف روحیه دشمن و تقویت روحیه خودی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آینده هستند.



بازدارندگی: اثبات توانایی ضربه‌زنی به عمق خاک دشمن.

هزینه: تحمیل خسارات اقتصادی سنگین به اسرائیل.

روایت‌سازی: نمایش مقاومت و توانایی در رسانه‌های جهانی.

معادلات: تغییر محاسبات امنیتی رژیم صهیونیستی.

پیروزی از منظر رژیم صهیونیستی:

تکنولوژیک: نمایش فناوری در ا نقد و بدافند.

اتحاد: تقویت بهیمانی با متحدان بین‌المللی.

اطلاعاتی: افشای بخشی از توانمندی‌های ایران.

آیندنگری: ایجاد زمینه برای توسعه فناوری‌های جدید.

در جنگ‌های مدرن «فناوری» تأثیر بسزایی بر تعریف پیروزی دارد که حتی می‌توان عنوان تغییردهنده مفهوم پیروزی را نیز به آن اطلاق کرد.

«هوش مصنوعی» یکی از این فناوری‌هاست که با امکان ارزیابی بلادرنگ پیشرفت به سوی اهداف در تعیین عنوان پیروزی نقش ایفا می‌کند. (در یادداشت قبلی پیرامون آن نکاتی ارائه شد) «سایبر» گسترش میدان نبرد به فضای مجازی را برعهده دارد و در کسب عنوان پیروزی مؤثر است. «فضا» با افزایش اهمیت برتری در فضای ملواری جو برای تلقی پیروزی شناخته می‌شود و «زیست‌فناوری» نیز ظهور تهدیدات جدید و راهکارهای نوین را در پیروزی چندوجهی معرفی می‌کند. با توجه به ترکیب و چندوجهی و نامتقارن بودن جنگ‌های مدرن، پیروزی در جنگ‌های نامتقارن نیز بسیار حائز اهمیت است که ویژگی‌های خاصی از جمله پایداری مقاومت، افزایش هزینه دشمن، جذب حمایت بین‌المللی و حفظ اراده ملی در آن مطرح می‌شود.

پایداری مقاومت با تداوم توان مقابله در طول زمان، افزایش هزینه دشمن با تحمیل خسارات مستمر به حریف، جذب حمایت بین‌المللی با کسب مشروعیت در عرصه جهانی و حفظ اراده ملی با تداوم عزم عمومی برای ادامه مبارزه ویژگی‌های پیروزی در جنگ‌های نامتقارن هستند.

با شرح آنچه که گفته شد و طی چند شماره به آن پرداختیم؛ می‌توان نتیجه گرفت که پارادایم‌های جدید پیروزی حتی در جنگ مدرن نیز بعد از جنگ ۱۲روزه تغییر کرده و دیگر عبارت نیست از نابودی کامل دشمن، تصرف سرزمین‌های گسترده و انهدام توان نظامی حریف، بلکه پاروزی واقعی عبارت است از دستیابی به اهداف سیاسی با کمترین هزینه، تغییر رفتار دشمن بدون درگیری تمام‌عیار، حفظ و تقویت موقعیت راهبردی در بلندمدت و ایجاد بازدارندگی مؤثر برای آینده که این تحول در مفهوم پیروزی، نیازمندن بازنگری اساسی در دکترین‌های نظامی، راهبردهای امنیتی، شاخص‌های ارزیابی عملکرد و سازوکارهای تصمیم‌گیری است.

(ادامه دارد)

گفت‌وگو با قدرت‌الله صلح میرزایی نویسنده و کارگردان

آرش فیهیم

آکار فرهنگی برای نسل جدید باید جزء مسائل اصلی کشور باشد

بعد از دهه هفتادی و هشتاد‌ها که نسل زد (z) خوانده می‌شوند و به سنین بزرگسالی رسیده‌اند و در حال تشکیل خانواده و پذیرفتن کار و مسئولیت در کشور هستند، کم کم

یابد به فکر نسل‌های الفا و بتا هم باشیم که این روزها در سنین نوجوانی و کودکی قرار دارند. پرورش و فرهنگساز

برای نسل‌های جدید و نوجوان، به یک امر پیچیده و با رمز و

راز تبدیل شده است طوری که بخشی از فعالیت کارشناسان

فرهنگی و آموزشی و رسانه‌ها به این امر مشغول شده و تقریباً

هر روز می‌گردد، همایش و نشست با موضوع پرورش فرزند

در عصر جدید بر گزاف می‌شود و کتاب‌ها مختلفی هم در

این زمینه نشر می‌یابد. با همین موضوع و با تمرکز بر تولید

فرهنگی و هنری برای کودکان و نوجوانان، سراغ «قدرت‌الله

صلح میرزایی» رفتیم. هنرمندی که سال‌ها سابقه کار معلمی

و فعالیت در آموزش و پرورش و همچنین نگارش کتاب و

فیلم و سریال دارد. ازفضا آخرین کار وی، تولید فصل

دوم سریال «حکایت‌های کمال» است که پشخن آن چندی

پیش به پایان رسید. مصاحبه را هم با پرسش درباره این

سریال شروع کردیم.

ابتدا بفرمایید از تولید فصل جدید «حکایت‌های

کمال» چه خبر؟

بله ما هم قبلاً از برخی مسئولان سیما درباره تولید

«حکایت‌های کمال۲» شنیده بودیم؛ با وجودی که فصل

دوم «حکایت‌های کمال» برپیننده‌ترین سریال در زمان

خودش شد اما راستش هنوز فراخوانی برای تولید فصل

سوم از سوی صداوسیما به ما داده نشده است!

فکر می‌کنید دلیل برپیننده‌تر شدن «حکایت‌های

کمال۲» در مقایسه با سایر سریال‌هایی که همزمان با

آن پخش می‌شد چه بود؟

مخاطب‌شناسی یک مامل مهم در برپیننده شدن یک

اثر است که با توجه به سال‌ها کار در عرصه‌های مختلف

فرهنگی ازجمله سینما و تلویزیون به آن دست یافته‌ام. غیر

از این، «حکایت‌های کمال» خاطرانگیز است. یعنی فضای

سریال طوری است که مردم پادی از گذشته‌شان می‌کنند

و سبک زندگی اسلامی و ادب و رسوم در آن موج می‌زند.

این سریال برای مخاطبی که آن دوره را ندیده جایزیت دارد.

به ذهن منتقدان، ساختار کارگردانی سریال هم خوب بود

چون شباهت فیلم سینمایی کار کردم.

فکر می‌کنید چه باعث شده تا این روزها خیلی

از سربازان ایلی تلویزیونی نتوانند مخاطب بالایا را

جذب کنند؟

البته الان به‌خاطر دسترسی مخاطب به آثار متنوع و

فضای مجازی، جذب مخاطب چه در تلویزیون و چه در

نمایش خانگی و سینما بسیار دشوار شده است. اما به

حال، ضعفی که توی خیلی از سریال‌های تلویزیونی وجود

دارد به متن آنها برمی‌گردد؛ یا خیلی کلیشه‌ای و تکراری

هستند یا از جایزیت خاصی برخوردار نیستند، یعنی عناصر،

همه کار کنار هم دیده نشده‌اند وحتی موضوع آن انسجام

لزام شکل نگرفته و درنتیجه انتقال هنرمندانه مفاهیم به

نگاهی آسیب شناختی به فیلم بچه مرد

بیگانه با زمانه

فیلم بچه مردم اولین ساخته محمود کریمی، تهیه کننده بر سابقه تلویزیون است که در جشنواره بچه‌ها و مردم فیلم فجر توانست نظر مخاطبان را جلب و جوایز مختلفی را کسب کند. فیلم قصه زندگی چند کودک یتیم را روایت می‌کند که چگونه مراحل مختلفی زندگی را تا بلوغ و جوانی طی می‌کنند و در این روند حوادث و خدادهای مختلفی را از سر می‌گذرانند.

فیلم از لحاظ زمان و ضرباهنگ، عناصر جذاب بصری و

روایی مختلفی را در طول زمان نمایش نموده است که

مخاطب را با خود همراه کرده و داستان را به تجربه زندگی

واقعی نزدیک‌تر می‌کند؛ شای در کنار هم، پیروزی در کنار

شکست، ناامی در کنار کامیابی، همه و همه روایت کلیه‌ای

را به تجربه زندگی واقعی نزدیک‌تر کرده و تجربه‌ای جذاب

از حیات چند کودک یتیم تصور می‌کند.

افراز از این سطح زمانی و فرمی، فیلم روایتی از روند

شکل‌گیری ذهنیت کودکان از دوران کودکی تا بزرگسالی را

تصور می‌کند که جنبه‌ای عمیق‌تر به آن می‌بخشد. در این

سطح از فیلم ما شاهد جامعه‌پذیری و هویت‌یابی کودکان

هستیم که همزمان با بلوغ و رسیدن به سنین نوجوانی

و جوانی، چگونه مسیر زندگی خود را پیدا می‌کنند و به

دنیای ذهنی خود سامان می‌دهند، اما در این میان نکته‌ای

که هست و در ادامه آن را بیشتر برجسته خواهیم کرد آن

است که دوره زمانی که فیلم به عنوان سرتن جامعه‌پذیری

و هویتیابی این کودکان برگزیده است، چندان نسبتی با

شرایط زیست نوجوانان و جوانان روزگار ما ندارد و از این

لحاظ شاید بتوان گفت که فیلم نامعزمان یا تجارب زیسته

نسل‌های جدیدی است که الزامات زیست آنان کاملاً متفاوت

شده است. شخصیت‌های اصلی فیلم به نسل کودکان دهه

فیلم «انجا همان ساعت» نمونه قابل توجه و دقیقی است. همه آن چیزی است که در این روزگار بر سینمای ایران می‌گذرد؛ نوعی شلختگی تکان‌دهنده و تافرمی عیان که گویا فیلمساز هیچ انایی هم از هرچه زیست شدنش نداشته و ندارد، به علاوه مقادیر قابل توجهی صحنه‌های چرک پایین‌شهری و از-جای‌های وقت و بی‌وقت و ظاهری و باطنی به سینمای آنگوستی فیلمفارسی و البته دوربین بد، بازی‌های بد، فقدان میزانشن- چقدر این کلمه عزیز از سر این فیلم زیاد است؛ فیلمنامه چندپاره و پرحرفه، بازی‌های درنیامده، دیالوگ‌های آیکی، شخصیت‌های تپه‌نشیند و آیکی، تر همه و همه در خدمت یک ایده ورزنیامده و ذهنی که گویی یک تک‌گویی یک‌خطی کال است که در ضمیر فیلمساز بدون هیچ بلوغی به زایش رسیده و این همه را می‌توان در تک‌گفت اجزا و عناصر فیلم دید.

فیلم داستان رعنا (معلم قطع ابتدائی) و امیر کارگر دارکاز-باستان است (دو مغلغ‌اشقانه خود را در محله قدیمی، در حاشیه شهر آغاز کردند؛ غافل از آنکه شیطنتی جنون‌آمیز خوشبختی ساده آنها را نشانه گرفته است.

فیلم از همان نقطه آغازین و عزیمتی می‌لنگد. حتی نمی‌تواند شخصیت‌هایش را معرفی کند و گره اصلی داستان را تعریف.

مخاطب انجام نمی‌شود؛ یعنی ما این اواخر خیلی به ندرت سریالی را در تلویزیون می‌بینیم که مفاهیم تربیتی، علمی، تاریخی و مذهبی را به شکل هنرمندان منتقل کند.

عجیب بود که از این کار تقدیر نشدا؛ همچنین در تولید دنباله سریالی که هم در جذب مخاطب موفق است و هم

علیه ستمشاهی است، لحظه‌ای نباید درنگ کرد. حالا با هر

کارگردانی که می‌خواهد باشد؛ چه من، چه دوست دیگری!

با توجه به تجربه‌ای که چه به عنوان معلم و چه

فیلمساز با بچه‌ها داشیتد، فکر می‌کنید تولید فیلم

و سریال برای کودکان و نوجوانان چه خاصه‌هایی

باید داشته باشد؟

یکی از ویژگی‌های کار من این است که خیلی پژوهش

می‌کنم، آن هم در کل کشور. قبل از هر کاری اول مخاطبان

را شناسایی می‌کنم؛ ببینم واقعا به چه چیزی تعلق خاطر

دارند، علایق و نیازهایشان چیست و دچار چه مشکلات و

کمبودهایی هستند. اگر منبای هر نمایش، فیلم و سریال،

پژوهش و نیاز مخاطب باشد، به موفقیت نزدیک‌تر خواهد شد.

ما نباید فیلمی بسازیم که در ابرار خاک بخورد یا نهایتاً هزار

نفر مخاطب داشته باشد. باید آثاری ساخته شود که ضمن

حفظ ارزش‌ها جذب مخاطبی هم بکند. وقتی یک کودک

و نوجوان موقع تماشا می‌کند فیلم درگیر حوادث و اتفاقات

داستان می‌شود در ذهنش سؤالات و حدس و گمان‌های



شکل می‌گیرد، این باعث شکوفایی ذهن و استعدادهای کودک و نوجوان می‌شود. تعریفی که از داستان‌با فیلم آشنا باشد، اینها فاکتورهای خیلی مهمی هستند که در جریان سرباز سرباز یاد داده شود. من هم دنبال قصه‌هایی هستم که پیام خوب و ارزشمندی داشته باشد، چون ناتا فرهنگی هستم و ۲۰ سال هم به عنوان معلم در آموزش و پرورش خدمت کردم و دهها جلد تالیف ادبی و کتاب دارم و به عنوان کارشناس فرهنگی در مراکز مختلف کار کردم.

مدیران سازمانی هم از «حکایت‌های کمال»

تقدیر کرده؟

خیر معمولاً از آن‌ها که برپیننده می‌شوند تقدیر

می‌کنند، اما احتمالاً شرایط تقدیر از «حکایت‌های کمال۲»

فرام نم‌شد. ما انتظار داشتم که مدیران صداوسیما از این

هم به سریال‌های کودک و نوجوانان اهمیت بدهند وهم به

جنگ ۱۲ روزه، چرا درباره این جنگ که مردم در پیروزی

آن نقش درخشانی داشتند، سریال خوب و جذاب نداریم؟

یکی از مسائل نسل جدید جامعه ما و به‌ویژه

متولدین دهه ۸۰ و ۹۰ «هویت» است. نظام فرهنگی و

آثار هنری و محصولات رسانه‌ای چگونه می‌توانند در

هویت‌یابی نسل‌ها کمک کنند؟

الان خیلی از فیلم و سریال‌های ما قهرمان درست و

حسابی ندارند. این درحالی است که باید از طریق قهرمان،

برای جوانان و نوجوانان الگو تعریف کنیم. یعنی بگوییم

یک انسان، جوان یا قهرمان خوب و واقعی دارای چنین

ویژگی‌هایی است. مثل کاری که ما در «حکایت‌های

کمال» انجام دادیم و کودکی را نشان می‌دهیم که در

دوران ستمشاهی، دوشادوش پدرش مبارزه می‌کند. من

خودم آن دوران را کامل درک کرده بودم و ۸۰ درصد آنچه

در این سریال نشان دادیم، خودم از نزدیک دیده بودم.

می‌دیدم چه بر سر مردم می‌آمد. آزاد از امروز با آن

دوران قابل مقایسه نیست. در دوران ستمشاهی اگر کسی

می‌خواستند حرفی بزنند فحاشی می‌کردند. نوجوان الان با

نوجوان دهه ۴۰ خیلی متفاوت است. مثلاً نوجوان امروزی

در معرض اطلاعات گسترده و فضای مجازی است. این

دوران دانش‌آموزان در سر کلاس مدرسه از معلم یا دبیر

به خاطر اینکه رسانه، سازمان صدا و سیما و وزارت

فرهنگ و ارشاد اسلامی روی این سوزها سرمایه‌گذاری

نمی‌کنند؛ ما هم هرشهرستانی رقت دیدیم ۹۰ درصد

خودمان را پس از خروج از سینما ذهنش از چند روز درگیر فیلم

باشد. این‌گونه ذهن تماشاگر پرورش می‌یابد و درنتیجه ناش

و بصیرت بیشتری پیدا می‌کند.

به نظر آقای جبلی رئیس صداوسیما که اتفاقاً انسان

بسیار شریفی است، باید از پیشکسوتان دعوت کند تا ببینند

برای تولید سریال کودک و نوجوان برمخاطب چه باید

کرد؟ چرا سریالی ساخته می‌شود که ۸۰ درصد مخاطب

نمی‌داند! سرباز سرباز یاد می‌دهد، ۹۰ درصد مخاطب

باید که کارگردانی داشته‌اند. الان هم نمی‌گویم که

همه چیز خوب است و هیچ مشکلی نداریم، اما اصلاً قابل

قیاس از قبل از انقلاب نیست.

اما عده‌ای هم داخل کشور و هم خارج سعی

می‌کنند دوره پهلوی را گل و بلبل نشان بدهند و

این را به ذهن نسل جدید که تجربه و دانش تاریخی

کمتری دارند، القا می‌کنند!

به خاطر اینکه رسانه، سازمان صدا و سیما و وزارت

فرهنگ و ارشاد اسلامی روی این سوزها سرمایه‌گذاری

نمی‌کنند؛ ما هم هرشهرستانی رقت دیدیم ۹۰ درصد

خودمان را پس از خروج از سینما ذهنش از چند روز درگیر فیلم

باشد. این‌گونه ذهن تماشاگر پرورش می‌یابد و درنتیجه ناش

و بصیرت بیشتری پیدا می‌کند.

به نظر آقای جبلی رئیس صداوسیما که اتفاقاً انسان

بسیار شریفی است، باید از پیشکسوتان دعوت کند تا ببینند

برای تولید سریال کودک و نوجوان برمخاطب چه باید