

افغانستان آزاد – آزاد افغانستان

AA-AA

چو کشور نباشد تن من مباد
همه سر به سر تن به کشتن دهیم

بدین بوم و بر زنده یک تن مباد
از آن به که کشور به دشمن دهیم

www.afgazad.com

afgazad@gmail.com

Political

سیاسی

نویسنده: تی یری میسان
برگردان از: سیلویا بیژن‌یان - Sylvia Bejanian
۱۹ نومبر ۲۰۱۹

تبلیغات و پسا حقیقت

مدت ۱۸ سال است که ما با تحول عجیب رسانه‌ها که به نظر می‌رسد هر چه کمتر به ارزش تا به حوادث اهمیت می‌دهند در حال نبرد می‌باشیم. به نظر می‌رسد که به علت دموکراتیزه شدن آنها از سوی شبکه‌های اجتماعی این پدیده به وجود آمده است. شاید به این خاطر باشد که هر ناشناسی می‌تواند به جای خبرنگاران بنشیند و کیفیت خبر را زیر سؤال ببرد. از این رو بهتر است تا نخبگان اجازه صحبت داشته باشند. اما اگر شرایط غیر از این باشد چه باید کرد؟ و چنانچه سانسور در نظر گرفته شده نتواند پاسخی به این موضوع باشد و تنها ادامه راه را میسر بسازد تکلیف چیست؟

ولتر شبکه | دمشق (سوریه) | ۹ نومبر ۲۰۱۹



سیسیف به سختی در حال بالا بردن سخره خود به بالای کوه بلند پروازی‌های خود می‌باشد، سخره به طور اجتناب‌ناپذیری از سوی دیگر به سمت دوزخ می‌غلتد. اما سیسیف تلاش بی‌هوده خود را تکرار می‌کند.

تبلیغات

سیستم سیاسی که همان قدرت حاکمه باشند نیاز به مشارکت مردم دارند ، هدف از تبلیغات آن است تا تعداد بیشتری به سمت ایدئولوژی خاصی هدایت شوند و برای به کار بستن آن بسیج شوند .

روش ها برای متقاعد کردن مردم با حسن نیت و بدون حسن نیت ، پیوسته یکسان بوده است . با این وجود ، در قرن بیستم ، به کار بردن دروغ و تکرار آن ، سبب حذف نقطه نظرات متفاوت بوده است ، همچنین گروه بندی در میان سازمان های مردمی ، ابتداء از سوی نماینده بریتانیا چارلز مسترمن ، خبرنگار ایالات متحده جرج کریل ، و به خصوص ژوزف گوبلز وزیر المان با پی آمدهای فاجعه باری که برای کسی پوشیده نیست ، به وجود آمد . [۱] . از این رو پس از دو جنگ جهانی ، شورای عمومی ملل متحد سه رأی را به اجراء گذاشت که در آنها به کار گیری دروغ عمد را در رسانه ها برای تشویق به جنگ را محکوم می ساخت ، و ملل متحد از اعضای خود خواست تا مراقب جریان حرکت آزادانه عقاید باشند تا از به وجود آوردن وضعیت نامساعد جلوگیری شود [۲]

در حالی که روش های تبلیغات طی ۷۵ سال اخیر بسیار تکامل یافته اند و به طور پیوسته در تمام بحران های بین الملل به کار می روند، اما در کشورهایی که در حالت صلح به سر می برند ، روش های جدیدی برای تأثیر گذاری به وجود آمده: در این حالت نیازی نیست تا عموم مردم را به سمت یک نظریه هدایت کرد و آنها را در خدمت حکومت در آورد ، اما درست به عکس با تبلیغات ، عموم مردم را از مشارکت می ترسانند و فلج می کنند . این ستراتیژی مطابق یک سازمانی است که خود را "دموکراتیک" می نامد ، که در آن عموم مردم خلاف گذشته ، قدرت تحریم حکومت را دارند .

این روش از ۱۸ سال پیش با آغاز "جنگ علیه تروریسم" شروع شد . بسیاری از متفکران با پوچ بودن این اصطلاح مبارزه کردند ، چرا که : تروریسم یک دشمن نیست ، بلکه روشی است نظامی . از این رو نمی توان با جنگ جنگید . حتما ، زمانی که ما متوجه دوگانگی مفهوم این اصطلاح نبودیم که در حال به وجود آوردن دوران پسا واقعیت بوده است .

پسا واقعیت

باید برای مثال، کشتن ابوبکر بغدادی را یاد آور شد . همه ما آگاهی که چندین بالگرد نمی توانند با پرواز شناسایی در شمال سوریه ، بدون آن که از سوی مردم دیده شوند و بدون آن که دستگاه های رد یابی روسی و ضد هوایی، آنها را شناسایی کنند ، از این ناحیه عبور کرده باشند . از این رو داستانی که برای ما تعریف کرده اند غیر ممکن است . هر چند ، بدون آن که موضوع تبلیغات را پیش بکشیم، باید بدانیم که آیا خلیفه که از سوی نیروهای ویژه ایالات متحده شناسایی شده بود، همراه با دو یا سه کودک خود را منفجر کرده است .

در موقعیتی دیگر، شاید با توجه به یکی از عناصر اصلی غیر ممکن این داستان موافق بودیم، از این رو سایر عناصری که برای ما عنوان شد، که از میان آنها مرگ خلیفه بود، نمی توانست با جدیت مورد قبول واقع شود . هم اکنون، نظر ما در این رابطه متفاوت است. ما می دانیم که این عنصر اصلی به دروغ عرضه شده اند، در حله اول به علت امنیت ملی و از این رو ما ادامه داستان را واقعی می شمیریم . در پایان ، از ممانعت ما در برابر این عامل و یا عوامل دیگر، می توانیم دانشنامه ای به چاپ برسانیم که در آن این داستان زیبا را با عوامل غیر قابل تصور دیگری عنوان کرده اند . به گفته دیگر ، به طور غریزی ما متوجه هستیم که این داستان حقیقت را بیان نمی کند، بلکه تنها پیام رسان است . از این رو در برابر وقایع قرار نمی گیریم ، بلکه به گونه ای که متوجه پیام شده ایم می

ایستیم : همانگونه که اسامه بن لادن و ابوبکر بغدادی کشته شدند و قدرت این عمل در دست ایالات متحده آمریکا بوده است .

برای آن که وجدانمان را از واقعیت به پیام منتقل سازیم ، نویسندگان می بایستی حکایت بی ربطی را ارائه می دادند. این تکرار ، تنها اشتباهی از سوی آنها نبوده ، بلکه جوابگوی نیاز فنی حرفه ئی آنها بوده است .

در تبلیغات کلاسیک ، پیوسته نیاز به تعریف منطقی از یک داستان پیش می آمد ، که گاهی برخی واقعیت ها حذف و یا به دروغ بیان می شدند . اما اکنون وضعیت تفاوت کرده و تلاش برای متقاعد کردن با تعریف داستانی زیبا صورت نمی گیرد ، بلکه گاهی واقعیت را آزادانه تشریح می کنند . اما برای این کار نیاز است تا با میانجی قرار دادن وجدان ، پیامی را منتقل نمود . ما به خوبی می دانیم که جریان پرواز بال گردها غیر ممکن بوده است ، اما می توانیم آنرا از حوزه تفکر خود دور کنیم . بخشی از تفکر ما مهار شده است .

ما خودمان را گول می زنیم .

ما در چند سال گذشته، شاهد به کار گیری این روش شرایط سازی بوده ایم . هر کدام از مثال هائی که خواهم آورد ، می تواند باعث ناامیدی بخش وسیعی از مخاطبان ما شود، چرا که ما با داستان خودمان فریب خورده ایم و از این که کسی اشتباه مارا یاد آوری کند از او منزجر خواهیم شد . یک مثال کوچک . هر چند کمی کهنه باشد ، اما اساسی است . هم اکنون نیز نقش اصلی را ایفاء می کند . زمان حوادث ۱۱ سپتمبر ، شرکت های هواپیمائی بلافاصله لیست کامل مسافران و پرسنلی که کشته شده بودند را منتشر ساختند . دو روز بعد ، رئیس سازمان اف بی آی حکایت ۱۹ تن از ربایندگان هواپیما را منتشر کرد که در آن مدعی این حوادث بودند . اما با شهادت تمام سازمان های هواپیمائی، هیچ یک از این اشخاص سوار بر این هواپیماها نبوده اند . بنابر این گفته های رئیس اف بی آی نمی توانست صحیح باشد . هجده سال بعد ، همچنان در باره شخصیت این ربایندگان توضیح و تفسیر وجود دارد.

پادزهر

هجده سال است که برابمان توضیح می دهند که در یک بلوگ و یا شبکه های اجتماعی ، پیشرفت تکنولوژی باعث شده تا امکان بیان عقیده برای همه وجود داشته باشد و از ارزش سخنان عامیانه کاسته شود . هر کس می تواند ، هر آن چه بخواهد بیان کند . در گذشته ، تنها نخبگان سیاسی و خبرنگاران حرفه ئی می توانستند آرای خود را بیان کنند. آنها مراقب کیفیت بیان و نوشته های خود بودند . امروزه ، عموم مردم نادان، با دیدگاه توهم زده ، اخبار جعلی را گسترش می دهند .

اما، واقعیت غیر از این است . نخبگان سیاسی درجه یک ، مانند پرزیدنت جرج بوش پسر و نخست وزیر تونی بلر، با بیانات غیر منطقی خود توانستند عکس العمل های عموم مردم و به خصوص مخاطبان خود را مهار کنند . این تکنیک ، به جای حقیقت ، حالت غیر منطقی را جایگزین می کند ، مانند دروغی که در گذشته بیان می شد . از این رو عمل کرد سیستم های دموکراتیک به کلی از میان رفته، هر چند مردمان معمولی سعی دارند تا آن را با هر وسیله ای که در اختیار دارند احیاء نمایند .

تلویزیون های کاتودیک، تصاویر را با ۶۲۵ خط نشان می دهند . کافی است تا یکی از آنها مختل شود تا تنها همان تصویر مختل شده روی صفحه دیده شود . با همین اصل، کافی است با شنیدن یک نظریه متفاوت ، تمام دروغ های حاضر چشمان را کور کنند . به این خاطر است که تبلیغات، زمانی که به دروغ مطلبی را بیان می کند، نیاز به سانسور دارد . اما چنانچه یک دروغ بتواند در یک مصاحبه یک پارچگی به وجود بیاورد ، در این صورت است

که به طور ارادی می تواند واقعی به نظر بیاید ، از این رو نباید نقطه نظرات جانبی را سانسور نمود . به عکس ، باید به آنها اجازه داد تا خود را بیان کنند و با ارزش گذاری و یا نفی آنها به صورت اخبار جعلی بیان شوند .

پاد زهر پسا واقعیت نباید به صورت بررسی واقعیت حوادث باشند ، چرا که همیشه این امر جزو کارهای خبرنگاران و تاریخ نگاران بوده است ، بلکه نیاز به باز سازی منطقی دارند . از این رو یک نوع سانسور جدیدی امروزه تحمیل شده است . بسیاری از کاربران فیس بوک ، در موقعیت های زمانی خاصی از شبکه خارج شدند . در نمونه های بیشماری ، کاربران علت سانسور شدنشان را ندانستند . آنها بیهوده به دنبال کلمه ممنوعه ای گشتند که کامپیوتر توانسته بود رد یابی کند ، همچنین رفتار غیر متعارف آنها از سوی شبکه های مراقب تذکر داده شود . در واقع ، آن چه به آنها ایراد می گیرند به طور یک جانبه مورد سانسور واقع می شود ، و نیاز به باز سازی منطق در تفکر آنها را موجب می گردد .

[۱] ”فن آوری تبلیغات نظامی مدرن“، نویسنده: تی پری میسان، ترجمه حمید محوی، شبکه ولتر، ۱۹ مه ۲۰۱۶،

[...www.voltairenet.org/article1](http://www.voltairenet.org/article1...)

[۲] قطعنامه های مجمع عمومی ملل متحد شماره ۱۱۰ (II) ، ۳۸۱ (V) ، ۸۱۹ (IX)