

# در مقابل آتش تبلیغات جا خالی نکنیم

حسن بهگر

ملت ما به سبب اختناق و استبداد مذهبی که اجازه گردش اطلاعات را نمی دهد، در چنگال تبلیغات سیاسی کشورهای بیگانه ای گرفتار است که هر کدام سود خود را می جویند. بیگانگان در این راه سرمایه گذاری های کلانی کرده اند تا به شستشوی مغزی مردم بپردازند. از بهترین وسایل مدرن و مشاوره روانشناسان اجتماعی و تبلیغاتی برخوردارند. از جانب دیگر، دروغگویی و جنایات بیشمار رژیم، مردم را عاصی کرده و به جایی رسانده که به هیچ سخن و ادعای این حکومت باور ندارند و حاضرند هر یاوه و چرندی را که از موضع مخالفت گفته میشود، باور کنند. این وضعیت، تشخیص مطلب درست از نادرست را بسیار مشکل کرده است.



تبلیغات یک سلاح مهم است و در حق ملت ایران درست مانند سلاح جنگی از آن استفاده میشود. پیام های تبلیغی که به سوی ایرانیان روان است، انواع گوناگونی دارد و از کانال های گوناگون عرضه می شود. این تبلیغات ترویج یک موضعگیری خاص را تعقیب می کند و عمدتاً مخلوطی از مطالب درست و نادرست را به هم می آمیزد تا تصویری بسازد که مردم باور کنند. قرار است مردم اعتقاد پیدا کنند که هر اتفاق نامطلوبی، زاییده ی بی عدالتی رژیم است که آنها را قربانی خود کرده و مطلقاً هیچ منشأیی جز قصد و عمد رژیم ندارد. هدف اینست که پیام به اندازه کافی معتبر تلقی بشود و تا آنجا که بشود پخش شود و ریشه بگیرد. تبلیغات و کنترل اطلاعات از مدت ها قبل بخشی از جنگ روانی بوده است.

در این شرایط، آسان ترین کار برای اپوزیسیون همراهی با عقایدی است که به این ترتیب در بین مردم رواج گرفته است. ولی آیا این کار درست است؟ درست است که ما صرفاً به خاطر جلب مردم یا نرنجاندن و نرماندن آنها دل به جریانی بدهیم که می دانیم سرش کجاست و هدفش هر چه باشد حتماً سعادت مردم ایران نیست؟ متأسفانه بسیاری به این پرسش پاسخ مثبت می دهند و در حقیقت از وظیفه ی

اخلاقی و سیاسی خود عدول می نمایند. مهم است که اپوزیسیون دنبال اخبار جعلی نرود. اگر از راهنمایی مردم صرفنظر نکنیم دیگر چه می ماند؟ عده ای فقط برای احتراز از تنش و نرماندن مخاطبان، با هر حرکت نادرست افکار عمومی همدلی می کنند. اگر فقط افکار عمومی معیار باشد که دیگر چه چیز مانع ما از تکرار فاجعه ی پنجاه و هفت خواهد شد؟ بعد برای ما همان آبرویی خواهد ماند که برای سیاسیون همراه خمینی ماند. برای راحت امروز حاضریم چنین بهایی بپردازیم؟

## انواع تبلیغات

تبلیغات را می توان بر اساس منبعی که از آن بدست می آید طبقه بندی کرد:

تبلیغات سفید یک منبع روشن و صحیح بیان شده دارد، در مقابل تبلیغات سیاه با ظاهر دوستانه اما در واقع از طرف دشمن رواج می گیرد. تبلیغات خاکستری هم که ادعا می کند بی طرف است و منبعی خنثی دارد همان است که راست و دروغ را با هم قاطی میکند. توجه داشته باشیم که هر کس دشمن رژیم است، دوست ملت ایران نیست. این بزرگترین دروغیست که دستگاه های تبلیغاتی بزرگ به خورد ما می دهند.

حال تشخیص این تبلیغات برای همه آسان نیست و برخی از افراد خبره هم فریب می خورند، چه برسد مردم عادی. با این حساب تصویرهایی واقعی جلوه داده می شود که واقعی نیست ولی کم کم با تکرار به عنوان تصویر واقعی تثبیت می شود. اطلاعات نادرست مثل گلوله ی برفی به چرخش خود ادامه می دهد، بدون آنکه نیازمند کمک شخص اولی باشد که آن را پخش کرده است. یکباره می بینی مردم دنبال چیزی راه افتاده اند که حقیقت ندارد و اصلاً حواسشان هم نیست که دارند به کجا میبرندشان.

تبلیغات گسترده در مردم نفوذ می کند و می تواند برای دستیابی به اهداف سیاسی مورد استفاده قرار گیرد و به درک غلط از شهروندان و تحریک احساسات هموطنان خود یا برداشت نادرست از یک جریان سیاسی یا واقعه ای منجر شود. می دانیم که یک جریان دموکراسی خواه نیازمند منطق و استدلال است و باید راجع به مسایل به دور از احساسات و برپایه ی مدارک و مستندات داوری کند. برانگیخته شدن احساسات در بهترین حالت انسان را اسیر پوپولیست های وطنی می کند یا بازیچه ی دست بیگانگان.

اغلب تصاویری که ارائه می شود بسیار ساده است و مبتنی بر دوقطبی خوب و بد. در حالیکه این برخلاف واقعیت است. تصویرهایی که بفرنج و پیچیده نیست، ساده و بدیهی به نظرمی آید و مردم را همینظوری گول میزند. گاهی شعارهای رایج به طرز حیرت انگیزی به شعارهای گوسفندان مزرعه حیوانات اورول شبیه می شود که فریاد می زدند "چهار پا خوب، دو پا بد". چنین تبلیغاتی در همه ی جوامع کم و زیاد موجود است در آمریکا و اروپا هم نمونه های آن را آشکارا در میان نژاد پرستان، فعالان قومی و ضد خارجی ها می توان دید. ولی تبلیغاتی که مردم ایران را هدف گرفته بسیار سهمگین و سنگین است و در زمینه های مختلف انجام می پذیرد. ایران بطور غیررسمی درحالت جنگی بسر می برد.

### آمریکا ابرقدرت رسانه ای نیز هست

مدیریت رسانه ای ناتو در یوگسلاوی و هیولا جلوه دادن میلوسویچ رئیس جمهور آنجا و قربانی جلوه دادن کوزوو یا عراق و صدام را شاهد بوده ایم. شکی نیست که ایالات متحده به لطف کانال های اطلاعاتی و تبلیغاتی وسیع و قدرتمند دارای موقعیت منحصر به فرد در سیستم رسانه ای جهانی است. ایالات متحده نه تنها از نظر نظامی و اقتصادی بلکه از نظر تبلیغاتی یک ابرقدرت است. این تبلیغات کار را بر سازمان های سیاسی در همه ی دنیا مشکل کرده است. اکنون گروه های سیاسی ایران به دو طیف تقسیم شده اند.

- گروه هایی که آشکارا و یا پنهان با سیاست های آمریکا توافق دارند و در رأس آن سلطنت طلب ها، برخی مدعیان جمهوریخواهی و مجاهدین قرار دارند. به این گروه اصلاح طلبان را هم باید افزود که به ظاهر هوادار سلطنت نیستند ولی راهشان سراسر است به کاخ سفید منتهی می شود و همه هم به نوعی به فدرالیسم اعتقاد دارند چون هدف نهایی تجزیه ایران تحت این عنوان است. در مجموع، این گروه ها به رغم تفاوت ظاهری که دارند اربابشان یکی است. رسانه های غربی در خدمتشان است، به رادیو و تلویزیونشان دعوت می شوند و به همگان به عنوان اپوزیسیون و صدای مردم عرضه می شوند.
- ملیون یا لیبرال ها که به استقلال و تمامیت ارضی باور داند و بخشی از کمونیست ها گروه دوم را تشکیل می دهند که در قرنطینه ی تبلیغاتی قراردارند. چنان رفتار می کنند که گویی نیست به این امید که نباشد.

اپوزیسیون مستقل و غیروابسته با دو مشکل روبروست یک. هم باید با سیاست مداخله گرانه و استعماری آمریکا مبارزه کند و هم با استبداد جمهوری اسلامی و این کاری است بس مشکل. زیرا بلافاصله این دستگاه تبلیغاتی می کوشد تا افراد و گروه های مستقل را همراه جمهوری اسلامی وانمود کند. مقابله با این هوچیگری کار آسانی نیست، به ویژه آنکه گروه های مستقل، از نظر تبلیغاتی ضعیفند و نمی توانند با بلندگوهای گروه اول رقابت کنند و امیدشان به تعقل مردم است که آنهم زیر آتش تبلیغات قرار گرفته است. مردمی که سرگردان تأمین معیشت و دست و پنجه نرم کردن با رژیم در مورد حجاب و غیره هستند و دایم توسط رسانه ها بمباران تبلیغاتی و احساسی می شوند، کمتر فرصت تفکر پیدا می کنند. رژیم و قدرت های خارجی دست به دست هم داده اند تا این فرصت را از آنها دریغ نمایند.

### احساسات با منطق سازگار نیست

دموکراسی نیاز به تفکر منطقی، استدلال متقابل و سازش عملی بین نمایندگان تفکرات عقلانی گروه های مختلف دارد. امروز احساسات تبدیل به مد سیاسی شده که اصلاً با تفکر منطقی سازگار نیست. برای مثال وقتی می گوئیم دکتورها و پرستارهای ایرانی خوب کار کرده اند، عده ای که توسط رسانه ها شستشوی مغزی شده اند می گویند یعنی چه؟ مردم کرور کرور می میرند شما ازچی حرف می زنید. یعنی قابلیت افرادی را که در دل ملت جا دارند و هزار خدمات به هم میهنان خود می دهند، نفی می کنند و فکر می کنند که به این ترتیب با رژیم مبارزه کرده اند. این صحبت هایی که از جامعه ی مدنی می شد کجا رفت؟ همه ی ایرانیان آدم رژیمند؟ اگر این است که پس اپوزیسیون چه می گوید؟

رفتن دنبال رضا پهلوی، رفتن دنبال احساسات آبی است، همانطور که دنبال ترامپ رفتن به همین معناست و پوپولیستی است. احساسات خواه ناخواه ما را به مرجع مطلق شمردن خودمان رهنمون می شود و هرکس خلاف ما بگوید کفر گفته است. به همین دلیل مجال گفتگو با دوستان احساساتی پیدا نمی کنیم. در بهترین حالت طرف آزرده می شود و بحث پایان می پذیرد و دوستی مان می گسلد و در بدترین حالت دشمنی و عناد است که مخاطب را در فهرست سیاه قرار می دهد و هدف انواع تهمت ها می سازد. واکنش های عاطفی اختصاص به چپ و راست ندارد و از هر دو طرف بروز می کند. برای مثال اگر به یک چپ افراطی که به زیربنای اقتصادی باور دارد بگوئید که شما چنین ارزیابی از جریانات اجتماعی ندارید، احتمال آزرده گی هست یا اگر شما آدمکشی

هیتلر و استالین را با هم محکوم کنید با واکنشی منفی مواجه می شوید. در این مورد هیچ فرقی بین یک چپ با واکنش یک محافظه کار دینی که بگوید به دعا یا معراج ایمان ندارم یا معجزه چرند است، نیست.

تبلیغات به عنوان یک قدرت مسلط ولی نامریی، جامعه ی به شدت تحقیر شده توسط حاکمان مذهبی را در یک نوستالژی چهل سال پیش سرگردان کرده. ارزش های دیروز ضدا ارزش شده است و با قطبی کردن این مطلقاً بد است و آن مطلقاً خوب است، می خواهند سناریوی پنجاه و هفت را تکرار کنند ولی این بار آخوند را ببرند و سلطنت را بیاورند.

وظیفه ی اپوزیسیون ملی ایستادن در مقابل این دروغزنی هاست و راهنمایی مردم به سمت واقع بینی و شناختن منافع ملی شان و دفاع از این منافع. باید واکنش های منفی و آزدگی های این و آن را به جان خرید. اهمیت مملکت بیش از اینهاست.

پنج شنبه، ۲۹ اسفند ۱۳۹۸

2020-03-19

حسن بهگر

برگرفته از سایت ایران لیبرال