

فصل ششم

از تبلیغات تا پروپاگاندا؛ مهندسی واقعیت در ذهن جمعی

انسان همیشه کوشیده است بر نظر دیگران اثر بگذارد. فروشنده درباره کالای خود سخن می گوید، آموزگار شاگرد را به ارزش دانستن دعوت می کند، سیاستمدار برای برنامه اش حمایت می طلبد، هنرمند می کوشد مخاطب را با جهانی تازه روبه رو سازد و والدین ارزش ها و تجربه های خود را به فرزندان منتقل می کنند. زندگی اجتماعی بدون اقناع ممکن نیست، زیرا انسان ها برای همکاری، انتخاب و تصمیم گیری ناچارند با یکدیگر سخن بگویند، دلیل بیاورند و برداشت های خود را در معرض داوری قرار دهند.

اما همه شکل های اقناع یکسان نیستند. میان توضیح دادن و فریب دادن، میان دعوت کردن و وادار ساختن، میان معرفی یک دیدگاه و بستن راه دیدگاه های دیگر فاصله ای عمیق وجود دارد. تبلیغ می تواند تنها تلاشی برای جلب توجه و معرفی یک کالا، اندیشه یا نامزد سیاسی باشد؛ اما هنگامی که همین تلاش با انحصار رسانه، تحریف حقیقت، تکرار سازمان یافته، تحریک ترس، حذف زمینه و ساختن دشمن همراه شود، از تبلیغ عادی عبور می کند و به پروپاگاندا نزدیک می شود.

پروپاگاندا فقط مجموعه ای از دروغ ها نیست. اگر چنین بود، شناخت و مقابله با آن آسان تر می شد. پروپاگاندا می تواند از حقیقت، نیمه حقیقت، تصویر واقعی، حادثه تاریخی و احساسات انسانی استفاده کند، اما آنها را در چارچوبی قرار دهد که نتیجه ای از پیش تعیین شده بسازند. قدرت آن در این نیست که همیشه چیزی را از هیچ خلق کند؛ در این است که انتخاب کند چه چیزی دیده شود، چه چیزی تکرار گردد، چه زمینه ای حذف شود و چه احساسی بر فهم مخاطب غلبه کند.

گاهی پروپاگاندا دروغی آشکار می گوید، اما گاه بسیار مؤثرتر از آن، حقیقتی ناقص عرضه می کند. بخشی از واقعیت را چنان پررنگ می سازد که بخش های دیگر نامرئی شوند. حادثه ای واقعی را از زمینه اش جدا می کند، عددی درست را بدون امکان مقایسه ارائه می دهد یا سخنی واقعی را در موقعیتی متفاوت قرار می دهد. مخاطب ممکن است احساس کند بر پایه واقعیت داوری کرده است، در حالی که مواد اولیه داوری او به دقت گزینش شده اند.

از این رو، تفاوت اصلی میان اطلاع رسانی و پروپاگاندا را نمی توان تنها در درست یا نادرست بودن جمله ها جست و جو کرد. باید به رابطه پیام با اختیار مخاطب توجه کرد. اطلاع رسانی مسئولانه می کوشد توان فهم و داوری انسان را افزایش دهد. پروپاگاندا می کوشد نتیجه داوری را پیش از شکل گیری آن تعیین کند. اطلاع رسانی زمینه، پیچیدگی و عدم قطعیت را تا حد امکان آشکار می سازد؛ پروپاگاندا آنها را حذف می کند تا پیام روشن تر، سریع تر و عاطفی تر اثر بگذارد.

اطلاع رسانی به مخاطب اجازه می دهد پس از دریافت پیام با فرستنده مخالفت کند. پروپاگاندا مخالفت را نه صرفاً خطا، بلکه نشانه خیانت، جهل یا فساد معرفی می کند. در فضای سالم، پیام یکی از گزینه های موجود است؛ در فضای تبلیغاتی بسته، پیام رسمی تنها راه مشروع دیدن جهان تلقی می شود. این تفاوت، پروپاگاندا را از ابزار ارتباطی به ابزار قدرت تبدیل می کند.

ریشه پروپاگاندا را می توان در نیاز حکومت ها، نهادهای مذهبی، ارتش ها و جنبش های سیاسی برای بسیج جمعی یافت. هر قدرتی که بخواهد شمار زیادی از انسان ها را در زمانی کوتاه به رفتاری مشترک وادارد، نیازمند زبان، نماد و روایتی ساده است. جنگ،

انقلاب، اصلاحات بزرگ و بحران‌های ملی نمی‌توانند تنها با توضیح‌های پیچیده و طولانی اداره شوند. مردم باید بدانند خطر چیست، هدف کدام است و چه رفتاری از آنان انتظار می‌رود.

این نیاز همیشه نامشروع نیست. جامعه در هنگام خطر واقعی باید بتواند سریع ارتباط برقرار کند و منابع خود را بسیج نماید. مشکل زمانی پدید می‌آید که حالت اضطرار دائمی شود، دشمن به بخش ثابت هویت سیاسی تبدیل گردد و حکومت برای حفظ اطاعت، پیوسته جامعه را در وضعیت جنگی یا انقلابی نگه دارد. در این حالت، پروپاگاندا دیگر پاسخی موقت به بحران نیست؛ خود به سازنده بحران و شیوه عادی حکمرانی تبدیل می‌شود.

حکومت‌هایی که مشروعیت خود را از رضایت آزادانه، عملکرد قابل سنجش و نهادهای پاسخ‌گو به دست می‌آورند، همچنان از تبلیغات و روابط عمومی استفاده می‌کنند، اما ناچارند با رسانه‌های مستقل، احزاب رقیب و امکان نقد روبه‌رو شوند. حکومت ایدئولوژیک یا اقتدارگرا می‌کوشد این رقابت را محدود کند. برای چنین حکومتی کافی نیست که صدای خود را به گوش مردم برساند؛ باید امکان شنیده شدن صداهای دیگر را کاهش دهد و چارچوبی بسازد که در آن روایت رسمی طبیعی‌ترین یا تنها روایت ممکن به نظر برسد.

از همین رو، سانسور و پروپاگاندا دو بخش جدا از یکدیگر نیستند. سانسور فضای خالی ایجاد می‌کند و پروپاگاندا آن فضا را پر می‌سازد. اگر حکومت تنها اطلاعات مخالف را حذف کند، مردم ممکن است نبود اطلاعات را احساس کنند. اما اگر هم‌زمان روایت، تصویر، آمار، کارشناس و دشمنی جایگزین ارائه شود، خلأ کمتر دیده می‌شود. شهروند احساس می‌کند اطلاعات دریافت کرده است، در حالی که میدان انتخاب او محدود شده است.

قدرت پروپاگاندا در تکرار نهفته است. ذهن انسان به چیزی که بارها می‌شنود آشناتر می‌شود و آشنایی اغلب احساس اعتبار ایجاد می‌کند. جمله‌ای که نخست افراطی یا عجیب به نظر می‌رسد، پس از تکرار فراوان بخشی از زبان عادی می‌شود. حکومت لازم نیست هر بار مردم را با استدلال تازه‌ای متقاعد کند؛ کافی است همان واژه‌ها، نمادها و چارچوب‌ها را در مدرسه، رسانه، مراسم، هنر رسمی و سخنرانی‌ها بازتولید نماید.

تکرار فقط باور نمی‌سازد؛ مرزهای تخیل را نیز محدود می‌کند. هنگامی که جامعه سال‌ها تنها دو گزینه را می‌شنود، ممکن است امکان سوم را فراموش کند. اگر حکومت پیوسته بگوید جایگزین آن هرچومرج، جنگ داخلی یا سلطه بیگانه است، شهروند ممکن است حتی با وجود نارضایتی عمیق، توان تصور گذار قانونمند را از دست بدهد. پروپاگاندا در این حالت به آینده نیز دست‌اندازی می‌کند؛ نه فقط آنچه مردم درباره گذشته و حال می‌اندیشند، بلکه آنچه ممکن می‌دانند را شکل می‌دهد.

ساختن دشمن یکی از قدیمی‌ترین و مؤثرترین روش‌های پروپاگانداست. دشمن، جهانی پیچیده را ساده می‌کند. مشکلات گوناگون اقتصادی، اجتماعی و سیاسی را می‌توان به عامل واحدی نسبت داد. شکست حکومت از نتیجه تصمیم‌های نادرست به اثر توطئه بیرونی تبدیل می‌شود و نقد داخلی به همدستی با دشمن تعبیر می‌گردد. جامعه به جای پرسش درباره مسئولیت صاحبان قدرت، به دفاع از خود در برابر تهدیدی بزرگ‌تر فراخوانده می‌شود.

وجود دشمن واقعی، استفاده تبلیغاتی از آن را ناممکن نمی‌کند. کشورها و جوامع ممکن است واقعاً با تهدید خارجی، رقابت منطقه‌ای یا عملیات خصمانه مواجه باشند. پروپاگاندا زمانی شکل می‌گیرد که اندازه، ماهیت و پیامد تهدید در خدمت هدف سیاسی داخلی بازسازی شود. خطری محدود می‌تواند به تهدیدی وجودی تبدیل گردد، اختلافی قابل مدیریت به نبردی ابدی و منتقد داخلی به امتداد دشمن خارجی معرفی شود.

دشمن در پروپاگاندا تنها عامل خطر نیست؛ ابزار هویت‌سازی نیز هست. حکومت می‌گوید ما آن چیزی هستیم که دشمن با آن مخالف است. هرچه دشمن زشت‌تر، غیرانسانی‌تر و فراگیرتر نمایش داده شود، هویت رسمی منسجم‌تر به نظر می‌رسد. مردم نه بر پایه توافق آزاد درباره آینده، بلکه از طریق ترس و نفرت مشترک به یکدیگر پیوند داده می‌شوند.

این پیوند از نظر عاطفی نیرومند اما از نظر اجتماعی شکننده است. جامعه‌ای که وحدتش تنها بر دشمنی بنا شده باشد، با کاهش خطر یا تغییر شرایط دچار بحران معنا می‌شود. حکومت برای حفظ انسجام ناچار است دشمنی تازه یا شکل جدیدی از همان دشمن تولید کند. از این رو، برخی نظام‌ها نمی‌توانند بدون بحران زندگی کنند. صلح، عادی‌سازی و کاهش تنش، نه فقط سیاست خارجی، بلکه بنیان مشروعیت داخلی آنان را تهدید می‌کند.

پروپاگاندا دشمن را از انسانیت تهی می‌کند. او دیگر فردی با زندگی، خانواده، ترس و پیچیدگی نیست؛ نمادی از شر است. این غیرانسانی‌سازی راه را برای خشونت، تبعیض و حذف اخلاقی هموار می‌سازد. هنگامی که گروهی انگل، خائن، نجس، مزدور یا عامل بیگانه نامیده شود، حقوقش کمتر قابل دفاع به نظر می‌رسد. زبان پیش از عمل خشونت‌آمیز، فاصله اخلاقی لازم را ایجاد می‌کند.

در سیاست داخلی، همین روش علیه مخالفان، اقلیت‌ها و معترضان به کار می‌رود. قدرت به جای پاسخ دادن به مطالبه، هویت مطالبه‌کننده را هدف قرار می‌دهد. اگر معترض مزدور، روشنفکر وابسته، زن معترض فریب‌خورده و روزنامه‌نگار عامل دشمن معرفی شوند، دیگر نیازی نیست محتوای سخن آنان بررسی شود. حمله به شخص و هویت، توجه را از مسئله اصلی منحرف می‌کند.

این روش به‌ویژه زمانی مؤثر است که جامعه پیشاپیش با ترس، تعصب یا خاطره تاریخی خاصی زندگی کند. پروپاگاندا احساسات را از هیچ نمی‌سازد؛ آنها را کشف، فعال و جهت‌دهی می‌کند. خاطره جنگ، اشغال، استعمار، تبعیض، انقلاب یا شکست ملی می‌تواند به منبعی دائمی برای بسیج سیاسی تبدیل شود. حکومت بخشی از حافظه را انتخاب و چنان تکرار می‌کند که رویداد گذشته همچنان در زمان حال زنده بماند.

حافظه جمعی همیشه‌گزینی است. هیچ ملتی نمی‌تواند همه گذشته خود را با یک شدت به یاد آورد. تاریخ در کتاب‌ها، آیین‌ها، موزه‌ها، فیلم‌ها و داستان‌های خانوادگی بازسازی می‌شود. مسئله آن است که چه کسی این‌گزینش را انجام می‌دهد و آیا جامعه امکان بازنگری و طرح روایت‌های دیگر را دارد. در نظام تبلیغاتی، تاریخ نه حوزه پژوهش، بلکه مخزن مشروعیت سیاسی است.

قهرمانان برگزیده می‌شوند، شکست‌ها تغییر معنا می‌دهند، مخالفان حذف می‌شوند و تناقض‌ها از میان می‌روند. شخصیت تاریخی پیچیده به نمادی یک‌بعدی تبدیل می‌شود که باید نیازهای امروز حکومت را برآورده کند. رخدادها به سوی نتیجه‌ای حرکت

می‌کنند که گویی از آغاز اجتناب‌ناپذیر بوده است. حکومت خود را نقطه طبیعی و نهایی تاریخ معرفی می‌کند و هر مخالفتی را نه اختلاف سیاسی، بلکه ایستادن در برابر مسیر تاریخ می‌داند.

این بازنویسی گذشته بر توجه نسل‌های آینده اثر می‌گذارد. کودکی که تنها یک روایت را در مدرسه می‌آموزد، پیش از آنکه توان بررسی مستقل داشته باشد، قهرمان، دشمن و معنای ملیت را از حکومت دریافت می‌کند. کتاب درسی فقط اطلاعات نمی‌دهد؛ میدان عاطفی و اخلاقی می‌سازد. تعیین می‌کند کودک به چه چیزی افتخار کند، از چه کسی شرم داشته باشد و کدام رنج را مهم بداند.

جمهوری اسلامی از همان آغاز دریافت که کنترل آموزش برای بقای ایدئولوژیک حیاتی است. بازنویسی تاریخ، اسلامی کردن کتاب‌ها، حذف یا کم‌رنگ کردن دوره‌های ناسازگار با روایت رسمی و برجسته ساختن انقلاب، جنگ و روحانیت، بخشی از تلاش برای ساختن نسلی بود که جهان را از چارچوب حکومت ببیند. هدف تنها انتقال دانش دینی نبود؛ بازتعریف هویت ایرانی در چارچوب اسلام سیاسی بود.

در این روایت، تاریخ ایران باید به مقدمه‌ای برای انقلاب اسلامی تبدیل می‌شد. بخش‌های گسترده تمدن پیش از اسلام، سنت‌های سکولار، تنوع اندیشه و کوشش‌های آزادی‌خواهانه یا نادیده گرفته می‌شدند یا در چارچوبی محدود بازتفسیر می‌گردیدند. ایران به جای ملتی تاریخی با هویتی چندلایه، بخشی از پروژه‌ای مذهبی و فرامرزی معرفی شد. توجه ملی از تجربه ایران به مأموریتی ایدئولوژیک منتقل گردید.

این تغییر فقط در کتاب‌ها باقی نماند. تقویم، نام خیابان‌ها، مراسم رسمی، رسانه‌ها و نمادهای شهری همان روایت را تکرار کردند. انقلاب، جنگ، شهادت، عاشورا، دشمن و مقاومت به محورهای دائمی فضای عمومی تبدیل شدند. زندگی روزمره مردم در میان شبکه‌ای از یادآوری‌های ایدئولوژیک قرار گرفت. شهروند حتی اگر باور نداشت، ناچار بود بخش بزرگی از محیط دیداری و زبانی خود را از مسیر حکومت دریافت کند.

پروپاگاندا با اشغال فضا قدرت می‌گیرد. اگر تصویر، شعار و صدای رسمی در همه‌جا حضور داشته باشند، پیام از یک ادعا به بخشی از محیط تبدیل می‌شود. انسان ممکن است دیگر آگاهانه به آن توجه نکند، اما همان حضور دائمی حدود امر عادی را تعیین می‌کند. چیزی که همه‌جا دیده می‌شود، طبیعی‌تر و ماندگارتر به نظر می‌رسد.

در مقابل، حذف نیز نوعی پیام است. نبودن تصاویر زنان مستقل، اقلیت‌ها، مخالفان، زندگی عادی و فرهنگ‌های متنوع از رسانه رسمی، به جامعه می‌گوید چه کسانی و چه تجربه‌هایی در تعریف رسمی ملت جای ندارند. نامرئی کردن گروه‌ها، آنان را از حافظه و مشروعیت عمومی دور می‌کند. پروپاگاندا نه فقط با آنچه نشان می‌دهد، بلکه با آنچه حذف می‌کند سخن می‌گوید.

تصویر در پروپاگاندا اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا پیش از استدلال به احساس راه می‌یابد. تصویر کودک زخمی، سرباز قهرمان، رهبر در میان جمعیت یا دشمنی مسلح می‌تواند روایتی کامل را در لحظه‌ای کوتاه منتقل کند. مخاطب پیش از بررسی زمینه، واکنشی عاطفی نشان می‌دهد. همین واکنش می‌تواند چارچوبی برای دریافت اطلاعات بعدی بسازد.

تصویر واقعی نیز می‌تواند فریبنده باشد، اگر زمینه آن پنهان شود. ویدئویی از زمانی دیگر با عنوان تازه منتشر می‌شود، بخشی کوتاه از سخنی طولانی جدا می‌گردد یا تصویری از اقلیتی کوچک به عنوان نماینده کل جامعه ارائه می‌شود. در این موارد، محتوا الزاماً ساختگی نیست؛ رابطه میان محتوا و ادعاست که دروغین است.

عصر دیجیتال این امکان را چند برابر کرده است. سرعت انتشار از سرعت بررسی بیشتر است. تصویری تحریک آمیز در چند ساعت میلیون‌ها نفر را تحت تأثیر قرار می‌دهد، در حالی که بررسی منبع و توضیح زمینه دیرتر و با جذابیت کمتر منتشر می‌شود. مخاطب معمولاً اثر نخستین را حفظ می‌کند. حتی هنگامی که تکذیب را می‌پذیرد، احساس ایجادشده ممکن است باقی بماند.

با گسترش ابزارهای ساخت تصویر و صدا، مرز میان سند و تولید مصنوعی پیچیده‌تر می‌شود. انسان دیگر نمی‌تواند صرف دیدن یا شنیدن چیزی، به اصالت آن اطمینان کند. این تحول دو خطر هم‌زمان ایجاد می‌کند. از یک سو، محتوای جعلی می‌تواند به عنوان واقعیت منتشر شود؛ از سوی دیگر، صاحبان قدرت می‌توانند اسناد واقعی را نیز جعلی بخوانند. هنگامی که اعتماد عمومی به امکان تشخیص واقعیت از میان برود، پروپاگاندا به مرحله‌ای تازه وارد می‌شود.

هدف پروپاگاندا جدید همیشه این نیست که مردم روایت مشخصی را باور کنند. گاه هدف آن است که آنان باور کنند حقیقت اساساً دست‌یافتنی نیست. وقتی همه ادعاها مشکوک، همه رسانه‌ها متهم و همه تصاویر قابل جعل به نظر برسند، شهروند از تلاش برای فهم خسته می‌شود. او ممکن است بگوید هیچ کس راست نمی‌گوید و بهتر است در سیاست دخالت نکنیم. این کناره‌گیری به سود قدرتی است که منابع و سازمان بیشتری در اختیار دارد.

بدبینی کامل، برخلاف ظاهر مستقل و هوشمندانه‌اش، می‌تواند محصول پروپاگاندا باشد. انسانی که هیچ منبعی را معتبر نمی‌داند، ناچار به احساس، تعلق گروهی یا تکرار بیشتر تکیه می‌کند. در غیاب معیار مشترک حقیقت، قوی‌ترین و پرمصدترین روایت برتری می‌یابد. به همین دلیل، نبود کردن اعتماد به رسانه‌ها، دانشگاه، دادگاه و کارشناسان می‌تواند مقدمه تمرکز قدرت باشد.

این به معنای آن نیست که نهادها همیشه درست یا بی‌طرف‌اند. اعتماد سالم نباید کور باشد. نهادها باید شفاف، پاسخ‌گو و قابل نقد باشند. تفاوت اعتماد انتقادی با بدبینی مطلق در این است که اولی امکان ارزیابی، اصلاح و مقایسه را حفظ می‌کند؛ دومی همه معیارها را ویران می‌سازد. پروپاگاندا از ویرانه معیارهای مشترک سود می‌برد.

آمار نیز می‌تواند ابزار پروپاگاندا باشد. عدد ظاهری بی‌طرف و علمی دارد، اما انتخاب شاخص، دوره زمانی، مبنای مقایسه و نحوه نمایش می‌تواند نتیجه را تغییر دهد. حکومت ممکن است رشد بخشی محدود را برجسته و کاهش کلی رفاه را پنهان کند؛ تعداد مطلق خدمات را اعلام کند، بی‌آنکه نسبت آن به جمعیت یا نیاز را نشان دهد؛ یا سالی استثنایی را مبنای مقایسه قرار دهد.

عدد درست می‌تواند برداشت نادرست بسازد. اگر حکومت بگوید هزاران واحد مسکونی ساخته شده است، بدون آنکه وعده اولیه، نیاز واقعی یا کیفیت پروژه‌ها را بیان کند، مخاطب تصویری ناقص دریافت می‌کند. اگر نرخ مشارکت یا حمایت براساس داده‌های کنترل‌شده اعلام شود، ظاهر علمی برای مشروعیت سیاسی به کار می‌رود. پروپاگاندا در اینجا نه با کنار گذاشتن علم، بلکه با استفاده گزینشی از زبان آن عمل می‌کند.

کارشناس رسمی نیز بخشی از این سازوکار است. حکومت می‌کوشد پیام را تنها از زبان سیاستمدار بیان نکند؛ چهره دانشگاهی، تحلیلگر، پزشک، اقتصاددان یا نظامی می‌تواند به آن اعتبار فنی ببخشد. مخاطب ممکن است نتواند استقلال، تخصص و ارتباط فرد با قدرت را ارزیابی کند. عنوان حرفه‌ای جای استدلال را می‌گیرد.

در رسانه‌های آزاد نیز خطر مشابهی وجود دارد. چهره‌ای ممکن است به دلیل توان سخن گفتن، حضور تلویزیونی یا هماهنگی با روایت رسانه، بارها دعوت شود و به تدریج اعتبار عمومی به دست آورد، حتی اگر تخصص او محدود باشد. تکرار حضور از او «کارشناس» می‌سازد. بازار توجه و پروپاگاندا در اینجا به یکدیگر نزدیک می‌شوند: هر دو به چهره‌ای نیاز دارند که پیام پیچیده را سریع، قطعی و جذاب بیان کند.

پروپاگاندا از قطعیت تغذیه می‌کند. جمله‌های مشروط، تردید، احتمال و پیچیدگی برای بسیج سریع مناسب نیستند. پیام باید ساده باشد: ما حقیق، آنان باطل‌اند؛ پیروزی نزدیک است؛ دشمن در حال فروپاشی است؛ رهبر می‌داند؛ مردم متحدند. قطعیت به مخاطب آرامش و جهت می‌دهد، به‌ویژه در دوران بحران. اما همین آرامش ممکن است به قیمت کنار گذاشتن واقعیت به دست آید.

زبان قطعی در اپوزیسیون نیز می‌تواند رواج یابد. پیش‌بینی پیوسته سقوط فوری، اعلام پیروزی پیش از دستیابی به آن و معرفی هر رویداد به عنوان نقطه پایان نظام، توجه و امید کوتاه‌مدت ایجاد می‌کند. اما وقتی وعده‌ها تکرار و محقق نمی‌شوند، جامعه خسته و بی‌اعتماد می‌شود. پروپاگاندا فقط ابزار حکومت نیست؛ هر جنبشی که حقیقت را قربانی بسیج کند، می‌تواند به آن گرفتار شود. تفاوت میان پیام سیاسی مسئولانه و پروپاگاندا در احترام به حقیقت و اختیار مخاطب است. جنبش آزادی‌خواه اگر برای رسیدن به هدف خود از همان دروغ، حذف و غیرانسانی‌سازی استفاده کند، شاید دشمنش را نقد کند، اما فرهنگ او را بازتولید خواهد کرد. آزادی نمی‌تواند فقط در مقصد حضور داشته باشد؛ باید در شیوه ارتباط، سازمان‌دهی و رفتار نیز دیده شود.

این اصل به‌ویژه در دوران گذار اهمیت دارد. جامعه‌ای که از نظام تبلیغاتی خارج می‌شود، ممکن است برای مدتی با انفجار روایت‌ها و اطلاعات مواجه شود. رسانه‌های تازه، گروه‌های سیاسی، دولت‌های خارجی، چهره‌های مشهور و شبکه‌های اجتماعی همگی می‌کوشند سهمی از توجه عمومی به دست آورند. مردم که سال‌ها از دسترسی آزاد محروم بوده‌اند، ممکن است میان شایعه، خبر، امید و ترس سرگردان شوند.

گذار سیاسی بدون زیرساخت حقیقت می‌تواند به آشفتگی اطلاعاتی بینجامد. ایجاد رسانه‌های مستقل، حفاظت از روزنامه‌نگاران، دسترسی به اسناد، آرشیو جنایت‌ها، آموزش سواد رسانه‌ای و شفافیت نهادهای موقت، بخشی از امنیت دوران گذارند. امنیت تنها حفاظت از خیابان و مرز نیست؛ حفاظت از میدان اطلاعات و اعتماد عمومی نیز هست.

در خلأ اطلاعات معتبر، شایعه به سرعت رشد می‌کند. انسان در شرایط نامطمئن نیازمند توضیح است و اگر پاسخ رسمی قابل اعتماد وجود نداشته باشد، روایت‌های غیررسمی جای آن را می‌گیرند. برخی شایعات از نگرانی طبیعی مردم سرچشمه می‌گیرند، اما برخی می‌توانند آگاهانه برای ایجاد ترس، انتقام یا درگیری ساخته شوند. جامعه‌ای که می‌خواهد از خشونت دور بماند، باید جریان سریع و صادقانه اطلاعات را جدی بگیرد.

پروپاگاندا اغلب از زخم‌های واقعی جامعه استفاده می‌کند. اختلاف قومی، مذهبی، طبقاتی یا سیاسی می‌تواند با تصاویر و روایت‌های گزینشی تشدید شود. حادثه‌ای محلی به نشانه نقشه‌ای گسترده تبدیل می‌گردد و رفتار فردی به کل گروه نسبت داده می‌شود. هر طرف تنها قربانیان خود را می‌بیند و خشونت دیگری را برجسته می‌کند. چرخه‌ای از ترس و انتقام شکل می‌گیرد که شکستن آن دشوار است.

یکی از نشانه‌های پروپاگاندا، تبدیل فرد به نماینده کامل گروه است. اگر عضوی از یک قوم، مذهب یا جریان سیاسی خطایی کند، همه گروه متهم می‌شود؛ اما خطای عضو گروه خودی فردی و استثنایی تلقی می‌گردد. این معیار دوگانه امکان گفت‌وگوی عادلانه را از میان می‌برد. انسان‌ها نه براساس رفتار شخصی، بلکه با هویتی جمعی داوری می‌شوند.

پروپاگاندا همچنین از تکرار زخم بدون ارائه راه خروج بهره می‌گیرد. یادآوری رنج برای عدالت و حافظه ضروری است، اما اگر رنج تنها برای تولید نفرت، هویت قربانی و وابستگی سیاسی تکرار شود، جامعه در گذشته متوقف می‌ماند. قدرت می‌تواند از قربانی بودن مشروعیت بسازد و هر نقدی را بی‌احترامی به رنج تاریخی معرفی کند.

حکومت جمهوری اسلامی بارها از روایت مظلومیت برای توجیه قدرت استفاده کرده است. رخدادهای تاریخی، جنگ، تحریم و دشمنی‌های واقعی یا ادعایی در چارچوبی قرار گرفته‌اند که حکومت را همواره مدافع مظلوم و مخالفان را در کنار ظالم نشان دهد. این روایت تناقض بنیادینی را پنهان می‌کند: حکومتی می‌تواند در برابر قدرتی خارجی احساس مظلومیت کند و هم‌زمان در داخل سرکوبگر باشد.

پروپاگاندا از مخاطب می‌خواهد یکی از دو تصویر را بپذیرد و امکان هم‌زمانی آنها را نبیند. اگر حکومت در برابر دشمن خارجی ایستاده است، پس باید در داخل مشروع باشد؛ اگر مخالفی از سیاست خارجی آن انتقاد می‌کند، پس با دشمن همراه است. این دوگانه، پیچیدگی اخلاقی و سیاسی را حذف می‌کند. ملت می‌تواند هم مخالف دخالت خارجی باشد و هم حکومت خود را ناقض حقوق بداند. پروپاگاندا نمی‌خواهد این استقلال فکری شکل گیرد.

تقدس نیز سپری در برابر نقد می‌سازد. هنگامی که سیاست با دین، خون شهدا، امنیت ملی یا هویت تاریخی پیوند بخورد، بررسی عملکرد به تعرض به امر مقدس تبدیل می‌شود. سیاستمدار از خود دفاع نمی‌کند؛ خود را پشت ارزشی قرار می‌دهد که جامعه از آن احترام یا ترس دارد. هر پرسش درباره هزینه و نتیجه، بی‌وفایی به ارزش معرفی می‌شود.

جمهوری اسلامی با ترکیب دین و دولت، ظرفیت گسترده‌ای برای این نوع مصونیت ایجاد کرد. تصمیم‌های سیاسی به تکلیف شرعی، رهبری سیاسی به ولایت مذهبی و اطاعت از حکومت به وظیفه دینی پیوند خوردند. در چنین ساختاری، مخالفت نه تنها جرم سیاسی، بلکه گناه یا انحراف اعتقادی تلقی می‌شود. پروپاگاندا مرز میان باور شخصی و وفاداری حکومتی را از میان می‌برد.

این پیوند به دین نیز آسیب می‌زند. وقتی حکومت از امر مقدس برای توجیه فساد، خشونت و ناکارآمدی استفاده کند، بی‌اعتمادی به قدرت ممکن است به بی‌اعتمادی به دین و اخلاق مذهبی نیز گسترش یابد. چیزی که قرار بود منبع معنای فردی باشد، به ابزار کنترل سیاسی تبدیل می‌شود. در نهایت، هم شهروند و هم ایمان قربانی می‌شوند.

پروپاگاندا به زبان ویژه‌ای نیاز دارد. این زبان معمولاً ساده، تکرارشونده، عاطفی و سرشار از دوگانه‌هاست. انقلاب و ضدانقلاب، خودی و غیرخودی، مستضعف و مستکبر، شهید و خائن، مقاومت و سازش، مردم و دشمن. هر واژه جهان پیچیده را به صف‌بندی روشن تبدیل می‌کند. فرد باید جای خود را انتخاب کند و فضای میانه مشکوک می‌شود.

فضای میانه برای پروپاگاندا خطرناک است، زیرا محل پرسش، مقایسه و استقلال است. کسی که می‌گوید بخشی از ادعای این طرف و بخشی از نقد آن طرف درست است، به‌سادگی در دسته‌بندی قرار نمی‌گیرد. از این رو، نظام‌های تبلیغاتی می‌کوشند میانه را بی‌اخلاق، ترسو یا بی‌هویت نشان دهند. مردم باید یا کاملاً همراه باشند یا دشمن تلقی شوند.

اما جامعه سالم دقیقاً به همین فضای میانی نیاز دارد. حقیقت سیاسی اغلب ترکیبی از تجربه‌ها، منافع و خطاهای گوناگون است. گفت‌وگو زمانی ممکن است که انسان بتواند بدون تغییر هویت، با بخشی از سخن مخالف موافقت کند. پروپاگاندا این توان را تضعیف می‌کند، زیرا پذیرش هر نکته از طرف مقابل را شکست یا خیانت می‌داند.

طنز نیز می‌تواند هم ابزار مقاومت و هم ابزار پروپاگاندا باشد. طنز قدرت را کوچک می‌کند، ترس را می‌شکند و تناقض‌های رسمی را آشکار می‌سازد. در حکومت‌های بسته، شوخی گاه یکی از معدود راه‌های بیان حقیقت است. اما طنز می‌تواند انسانیت دیگری را نیز از میان ببرد، کلیشه را تقویت کند و گروهی را چنان مضحک سازد که سخنش دیگر شایسته شنیدن به نظر نرسد.

تمسخر در سیاست توجه را از استدلال به شخصیت منتقل می‌کند. مخاطب ممکن است به جای بررسی برنامه، از تصویر یا لقب خنده‌دار فرد تأثیر بپذیرد. در فضای دیجیتال، قطعه‌ای کوتاه یا تصویری دستکاری‌شده می‌تواند بیش از سخن اصلی او دیده شود. سیاست به مسابقه تولید نشانه‌های ساده و قابل انتشار تبدیل می‌شود.

تکرار همین نشانه‌ها هویت عمومی فرد را می‌سازد. سیاستمداری ممکن است سال‌ها فعالیت پیچیده داشته باشد، اما با یک تصویر، اشتباه لفظی یا لقب شناخته شود. پروپاگاندا از این کاهش انسان به نشانه استفاده می‌کند. وقتی چهره مخالف به کاریکاتوری ساده تبدیل شود، نقد او آسان‌تر و شنیدن سخنش دشوارتر می‌شود.

شخصیت‌کشی یکی از روش‌های مؤثر حذف توجه است. اگر قدرت نتواند سخن مخالف را پاسخ دهد، می‌کوشد او را از نظر اخلاقی، مالی، جنسی یا ملی بی‌اعتبار سازد. هدف آن است که مخاطب پیش از شنیدن پیام، فرستنده را رد کند. حتی اگر اتهام بعداً نادرست ثابت شود، لکه اولیه ممکن است باقی بماند.

در نظام‌های اقتدارگرا، اعتراف اجباری شکل افراطی همین روش است. فرد در برابر دوربین قرار می‌گیرد تا روایت حکومت را با صدای خود تکرار کند. هدف تنها کسب اطلاعات یا مجازات او نیست؛ حکومت می‌خواهد اعتبار اجتماعی فرد را نابود و قدرت خود را نمایش دهد. مخاطب باید ببیند که حتی مخالف نیز سرانجام زبان قدرت را به کار می‌گیرد.

اعتراف تلویزیونی واقعی نمایشی می‌سازد. نشانه‌های اجبار پنهان می‌شوند و صحنه به شکلی تنظیم می‌گردد که سخن داوطلبانه به نظر برسد. مخاطب ممکن است به اجبار باور نداشته باشد، اما نمایش همچنان پیامی دارد: حکومت می‌تواند بدن، صدا و تصویر فرد را در اختیار گیرد. این مهندسی توجه با ایجاد ترس، دیگران را به سکوت دعوت می‌کند.

پروپاگاندا تنها به محتوای پیام وابسته نیست؛ زمان‌بندی نیز اهمیت دارد. انتشار خبری در لحظه بحران، مراسم، انتخابات یا اعتراض می‌تواند اثر متفاوتی داشته باشد. حکومت ممکن است موضوعی حساس را در زمانی منتشر کند که توجه جامعه جای دیگری است یا برعکس، خبری را برای تغییر فضای عمومی برجسته سازد. کنترل تقویم رسانه‌ای بخشی از کنترل سیاسی است.

حجم نیز می‌تواند ابزار باشد. گاه هدف پنهان کردن اطلاعات از طریق کمبود نیست؛ از طریق فراوانی است. اگر صدها گزارش، شایعه، تحلیل و تکذیب هم‌زمان منتشر شوند، مخاطب توان بررسی را از دست می‌دهد. حقیقت در میان انبوه مطالب باقی است، اما یافتن آن پرهزینه می‌شود. این روش نوعی خفه کردن توجه با اطلاعات است.

انسان خسته آسان‌تر به روایت ساده پناه می‌برد. وقتی بررسی همه ادعاها ممکن نیست، به منبع آشنا، گروه خودی یا احساس نخستین اعتماد می‌کند. پروپاگاندا با افزایش بار شناختی می‌تواند استقلال داوری را کاهش دهد. مخاطب تصور می‌کند اطلاعات فراوانی دریافت کرده، اما عملاً توان فهمش کمتر شده است.

این نکته به رابطه پروپاگاندا با سرعت بازمی‌گردد. هرچه چرخه خبر سریع‌تر باشد، فرصت بررسی، تأمل و پاسخ‌گویی کمتر می‌شود. قدرت می‌تواند ادعایی را مطرح کند، موجی ایجاد نماید و پیش از روشن شدن حقیقت به موضوعی دیگر برود. رسانه‌ها نیز به دلیل رقابت ناچارند هم‌زمان حرکت کنند. نتیجه، فضایی است که در آن آغاز ادعا دیده می‌شود، اما پایان بررسی کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد.

پروپاگاندا از نابرابری میان تولید دروغ و اصلاح آن بهره می‌گیرد. ساختن ادعایی ساده چند ثانیه زمان می‌برد؛ بررسی آن ممکن است ساعت‌ها یا روزها طول بکشد. دروغ می‌تواند با زیان قطعی و تصویری هیجان‌آور منتشر شود، اما پاسخ علمی معمولاً همراه با توضیح، محدودیت و جزئیات است. بازار توجه غالباً به نخستین محتوا پاداش بیشتری می‌دهد.

برای مقابله با این نابرابری، حقیقت باید تنها دقیق نباشد؛ باید قابل فهم، سریع و انسانی نیز عرضه شود. این به معنای تقلید از فریب نیست. می‌توان پیچیدگی را بدون تحریف توضیح داد و شواهد را در قالبی روشن ارائه کرد. نهادهای معتبر اگر زبان ارتباط با مردم را ندانند، میدان را به کسانی واگذار می‌کنند که پاسخ ساده اما نادرست دارند.

روشنفکران و کارشناسان گاه از این مسئولیت غفلت می‌کنند. آنان ممکن است تصور کنند حقیقت به دلیل درست بودن، خودبه‌خود شنیده خواهد شد. اما در بازار و میدان سیاسی توجه، حقیقت برای حضور نیازمند زبان، روایت و اعتماد است. اگر متخصص نتواند با مردم سخن بگوید، واسطه‌هایی جای او را می‌گیرند که شاید دقت علمی را قربانی جذابیت کنند.

با این حال، ساده‌سازی همیشه پروپاگاندا نیست. هر ارتباطی نیازمند انتخاب و خلاصه کردن است. مسئله آن است که آیا ساده‌سازی، حقیقت اصلی را حفظ می‌کند یا آن را به نتیجه‌ای گمراه‌کننده تبدیل می‌نماید. توضیح خوب راهی به سوی فهم عمیق‌تر باز می‌کند؛ پروپاگاندا راه را در همان پاسخ ساده می‌بندد.

یکی از آزمون‌های مهم پیام آن است که آیا مخاطب را به پرسیدن تشویق می‌کند یا از پرسش می‌ترساند. اطلاع‌رسانی مسئولانه می‌گوید این شواهد، این محدودیت‌ها و این نتیجه موقت ماست. پروپاگاندا می‌گوید پاسخ روشن است و هرکس تردید کند با حقیقت، ملت یا اخلاق دشمن است. نخستین رویکرد شهروند می‌سازد؛ دومین، پیرو.

پروپاگاندا به پیرو نیاز دارد، زیرا پیرو نه تنها پیام را می‌پذیرد، بلکه آن را بازتولید می‌کند. هر فرد به رسانه‌ای کوچک تبدیل می‌شود که شعار، تصویر و اتهام را به شبکه خود می‌فرستد. در عصر دیجیتال، مرز میان تولیدکننده و مخاطب از میان رفته است. حکومت، حزب یا گروه سیاسی می‌تواند با فعال کردن هواداران، پیام را بدون پرداخت هزینه مستقیم در سراسر جامعه گسترش دهد.

هوادار احساس می‌کند از حقیقت یا هویت خود دفاع می‌کند. او ممکن است از نظر شخصی صادق باشد، اما بخشی از سازوکاری بزرگ‌تر شود که اطلاعات گزینشی را تکثیر می‌کند. پروپاگاندا زمانی نیرومندتر می‌شود که مردم آن را پیام رسمی ندانند، بلکه سخن دوستان، خانواده یا افراد شبیه خود ببینند. اعتماد اجتماعی به وسیله انتقال پیام سیاسی تبدیل می‌شود.

در این شرایط، مسئولیت فردی افزایش می‌یابد. بازنشر عملی خنثی نیست. هر بار که انسان مطلبی را بدون بررسی به دیگری می‌فرستد، بخشی از اعتبار و رابطه خود را به آن قرض می‌دهد. گیرنده تنها محتوا را نمی‌بیند؛ می‌بیند چه کسی آن را فرستاده است. پروپاگاندا از همین اعتبارهای کوچک و شخصی شبکه‌ای گسترده می‌سازد.

البته نمی‌توان از همه شهروندان انتظار داشت هر خبر را مانند پژوهشگر حرفه‌ای بررسی کنند. مسئولیت اصلی همچنان بر دوش تولیدکنندگان، رسانه‌ها، نهادها و صاحبان قدرت است. اما چند عادت ساده می‌تواند سرعت گسترش فریب را کاهش دهد: مکث پیش از بازنشر، بررسی منبع، جست‌وجوی زمینه، توجه به تاریخ و پرسیدن اینکه محتوا چه احساسی را می‌خواهد فوراً فعال کند. احساس شدید همیشه نشانه دروغ نیست. تصاویر واقعی ظلم و بحران باید احساس برانگیزند. مسئله آن است که احساس جای بررسی را نگیرد. اگر مطلبی ما را به خشم یا ترس فوری وامی‌دارد، دقیقاً همان لحظه‌ای است که باید اندکی مکث کنیم. پروپاگاندا می‌خواهد فاصله میان احساس و عمل را حذف کند.

مکث سیاسی نوعی مقاومت است. قدرت تبلیغاتی بر سرعت تکیه دارد: سریع بترس، سریع خشمگین شو، سریع طرف خود را انتخاب کن و سریع پیام را گسترش بده. مکث این چرخه را مختل می‌کند. به انسان اجازه می‌دهد بپرسد چه کسی از این واکنش سود می‌برد، چه چیزی از تصویر حذف شده و آیا پاسخ دیگری ممکن است.

اما مقاومت تنها فردی نیست. جامعه به نهادهایی نیاز دارد که حقیقت را بررسی و حافظه را حفظ کنند. روزنامه‌نگاری تحقیقی، مراکز بررسی ادعاها، آرشیوهای عمومی، دانشگاه مستقل و آموزش تاریخی، همه بخشی از دفاع جمعی در برابر پروپاگاندا هستند. هیچ شهروندی نمی‌تواند به تنهایی همه ادعاها را ارزیابی کند؛ اعتماد به تقسیم کار اجتماعی دانش ضروری است.

این اعتماد باید با پاسخ‌گویی همراه باشد. رسانه و دانشگاه اگر خطا را پنهان کنند یا به منافع سیاسی وابسته شوند، سرمایه اعتماد را از میان می‌برند. یکی از بهترین روش‌های مقابله با پروپاگاندا، اعتراف روشن به خطا و اصلاح علنی آن است. نهادی که هرگز خطا نمی‌پذیرد، شبیه همان قدرتی می‌شود که ادعای حقیقت مطلق دارد.

شفافیت در منابع مالی و مالکیت رسانه نیز اهمیت دارد. مخاطب باید بداند چه کسی هزینه تولید پیام را می‌پردازد و چه منافعی ممکن است در کار باشد. حمایت مالی به خودی خود پیام را باطل نمی‌کند، اما پنهان بودن رابطه امکان فریب را افزایش می‌دهد. استقلال واقعی فقط شعار نیست؛ ساختار مالی و مدیریتی آن باید قابل مشاهده باشد.

در فضای رسانه‌ای فارسی‌زبان، این مسئله حساس‌تر است. رسانه‌های حکومتی، دولت‌های خارجی، سرمایه‌گذاران خصوصی، جریان‌های سیاسی و چهره‌های مستقل همگی در میدان حضور دارند. مخاطب ممکن است نداند هر رسانه با چه هدف، منابع و محدودیت‌هایی فعالیت می‌کند. شفافیت می‌تواند امکان داوری آگاهانه‌تری فراهم سازد، هرچند هیچ منبعی را به‌طور کامل بی‌طرف نمی‌کند.

بی‌طرفی مطلق شاید دست‌نیافتنی باشد، اما صداقت روشی ممکن است. رسانه می‌تواند ارزش‌ها و دیدگاه کلی خود را آشکار کند، میان خبر و نظر تفاوت بگذارد، منابع را نشان دهد و امکان اصلاح فراهم سازد. مشکل هنگامی است که موضع سیاسی در پوشش حقیقت بی‌طرف عرضه شود یا خبر براساس نتیجه مورد نظر انتخاب و تنظیم گردد.

جنبش‌های سیاسی نیز باید درباره رسانه‌های وابسته به خود صادق باشند. اگر رسانه‌ای برای پیشبرد هدف مشخصی فعالیت می‌کند، بهتر است این هدف آشکار باشد. مخاطب حق دارد بداند با روزنامه‌نگاری مستقل، رسانه حزبی یا تبلیغات سازمان‌یافته روبه‌روست. پنهان کردن ماهیت پیام، خود بخشی از دستکاری توجه است.

پروپاگاندا در محیط‌های بسته غالباً ادعا می‌کند که تنها رسانه‌های مخالف تبلیغاتی‌اند و رسانه رسمی حقیقت را بازتاب می‌دهد. در واقع، یکی از نشانه‌های فضای تبلیغاتی همین ناتوانی در دیدن موضع خود است. هر روایت دیگری دارای انگیزه معرفی می‌شود، اما روایت رسمی طبیعی، ملی و بی‌طرف تلقی می‌گردد.

شناخت موضع خود دشوار است، زیرا انسان از درون چارچوبش به جهان نگاه می‌کند. آنچه بارها شنیده و با هویت او پیوند خورده است، بدیهی به نظر می‌رسد. سواد رسانه‌ای واقعی تنها کشف دروغ طرف مقابل نیست؛ بررسی پیش‌فرض‌های خود نیز هست. انسان باید بتواند بپرسد چرا این روایت برای من به‌سرعت قابل قبول بود و آیا اگر همان ادعا علیه گروه مورد علاقه‌ام مطرح می‌شد، باز هم آن را می‌پذیرفتم.

این آزمون تقارن می‌تواند بسیاری از تعصب‌ها را آشکار کند. آیا برای اتهام علیه مخالف به شواهد کمتری نیاز داریم؟ آیا خطای گروه خود را استثنا و خطای دیگری را ماهیت او می‌دانیم؟ آیا خشونت خودی را دفاع و خشونت طرف مقابل را نشانه شرارت می‌نامیم؟ پروپاگاندا دقیقاً از این معیارهای دوگانه تغذیه می‌کند.

انسان کاملاً بی‌طرف نیست و نباید وانمود کند هیچ ارزش یا تعلقی ندارد. می‌توان آزادی، تمامیت ارضی، عدالت یا سکولار دموکراسی را ارزش دانست و همچنان درباره شواهد منصف بود. تعهد اخلاقی با تعطیل کردن عقل یکسان نیست. برعکس، کسی که به آزادی متعهد است باید بیش از دیگران مراقب باشد آزادی حقیقت را قربانی هدف سیاسی نکند.

هدف خوب، روش نادرست را پاک نمی‌کند. دروغ به سود آزادی همچنان دروغ است و غیرانسانی کردن دشمن، فرهنگ آزادی را تضعیف می‌کند. جنبشی که با شایعه، حذف و اطاعت داخلی رشد کند، پس از پیروزی نیز ممکن است همان روش‌ها را ادامه دهد. ابزارها فقط وسیله رسیدن به آینده نیستند؛ بخشی از همان آینده را در زمان حال می‌سازند.

برای ایران، خروج از جمهوری اسلامی باید هم‌زمان خروج از فرهنگ پروپاگاندا باشد. تغییر پرچم، رهبر یا رسانه کافی نیست، اگر زیان حقیقت مطلق، دشمن‌سازی و شخصیت‌کشی باقی بماند. جامعه باید بیاورد اختلاف را بدون حذف، نقد را بدون خیانت‌نامیدن و امید را بدون دروغ سازمان دهد. این تحول فرهنگی شاید از تغییر حکومت دشوارتر و طولانی‌تر باشد.

نخستین گام، به رسمیت شناختن حق شهروند بر دانستن است. اطلاعات دولتی، بودجه، تصمیم‌ها، قراردادهای داده‌های عمومی نباید ملک حاکمان باشند. دولت در دموکراسی صاحب حقیقت نیست؛ امانت‌دار اطلاعاتی است که به مردم تعلق دارد. شفافیت نه لطف حکومت، بلکه بخشی از حاکمیت شهروندی است.

حق دانستن با حق پرسیدن پیوند دارد. روزنامه‌نگار، پژوهشگر و شهروند باید بتوانند بدون ترس از مجازات، ادعاهای رسمی را بررسی کنند. حکومت باید بار اثبات تصمیم و ادعای خود را بپذیرد. در نظام تبلیغاتی، شهروند باید بی‌گناهی و وفاداری‌اش را ثابت کند؛ در نظام پاسخ‌گو، قدرت باید مشروعیت و کارآمدی خود را توضیح دهد.

حق ندانستن و فاصله گرفتن نیز بخشی از حاکمیت بر توجه است. دولت و رسانه نباید شهروند را با تبلیغات اجباری، پیام‌های دائمی و حضور همه‌جانبه رهبران محاصره کنند. فضای عمومی باید متعلق به جامعه باشد، نه نمایشگاه دائمی قدرت. نمادهای ملی باید مردم را به یکدیگر پیوند دهند، نه آنان را به اطاعت از حکومت یا شخصی خاص فراخوانند.

آموزش آینده ایران باید تاریخ را نه به عنوان داستانی مقدس و بسته، بلکه به صورت حوزه‌ای برای پژوهش و گفت‌وگو ارائه کند. دانش‌آموز باید با منابع، اختلاف روایت‌ها و دشواری دآوری تاریخی آشنا شود. هدف آموزش نباید ساختن حافظه‌ای مطیع، بلکه پرورش ذهنی پرسشگر باشد. ملتی که از پرسش درباره گذشته می‌ترسد، برای تکرار خطاهای آن آماده می‌ماند.

رسانه عمومی نیز باید از رسانه حکومت جدا شود. وظیفه آن تبلیغ سیاست روز یا ساختن تصویر رهبر نیست؛ باید به شهروندان اطلاعات، فرهنگ، آموزش و امکان شنیدن دیدگاه‌های متنوع ارائه کند. استقلال مدیریتی و مالی چنین رسانه‌ای برای جلوگیری از بازگشت پروپاگاندا ضروری است.

هیچ ساختار حقوقی به تنهایی تضمین‌کننده استقلال نیست. فرهنگ حرفه‌ای، شفافیت، رقابت و حضور جامعه مدنی نیز لازم‌اند. حتی در دموکراسی‌ها، دولت‌ها و احزاب می‌کوشند روایت مطلوب خود را برجسته کنند. تفاوت در این است که آیا رسانه و مردم امکان بررسی و مخالفت دارند یا نه.

پروپاگاندا هرگز به‌طور کامل از سیاست حذف نخواهد شد، زیرا رقابت برای توجه و تفسیر واقعیت همواره وجود دارد. هدف جامعه آزاد حذف همه اقناع‌ها نیست؛ ایجاد محیطی است که در آن هیچ روایت واحدی انحصار حقیقت نداشته باشد، ادعاها قابل بررسی باشند و شهروند بتواند میان منابع گوناگون انتخاب کند.

تکثر به خودی خود حقیقت تولید نمی‌کند. ممکن است ده‌ها منبع همگی شایعه یا تعصب منتشر کنند. اما تکثر همراه با نهادهای حرفه‌ای، آموزش و پاسخ‌گویی امکان اصلاح را افزایش می‌دهد. در نظام بسته، خطای رسمی می‌تواند سال‌ها بدون رقابت باقی بماند؛ در فضای باز، دست‌کم امکان آشکار شدن آن وجود دارد.

آزادی بیان همچنین شامل حق شنیدن سخنان ناخوشایند است. جامعه‌ای که هر دیدگاه مخالف را با حذف پاسخ دهد، به تدریج همان منطق پروپاگندا را بازسازی می‌کند. البته آزادی بیان به معنای آزادی از مسئولیت، تهدید یا افترا نیست. مرزها باید روشن، محدود و قانونی باشند، نه تابع سلیقه سیاسی و موج عاطفی.

یکی از دشوارترین وظایف دموکراسی، حفظ فضای مشترک واقعیت در کنار اختلاف نظر است. مردم می‌توانند درباره ارزش‌ها، سیاست‌ها و تفسیرها اختلاف داشته باشند، اما برای تصمیم‌گیری جمعی به مجموعه‌ای از واقعیت‌های قابل بررسی نیاز دارند. اگر حتی درباره وجود رویداد، شمار قربانیان یا متن قانون توافقی ممکن نباشد، گفت‌وگو به نبرد هویت‌ها تبدیل می‌شود.

پروپاگاندا این فضای مشترک را هدف می‌گیرد. هر گروه واقعیت خود را می‌سازد و تنها منابع خود را می‌پذیرد. در چنین جامعه‌ای، انتخابات و گفت‌وگو دشوار می‌شوند، زیرا طرف‌ها نه تنها پاسخ‌های متفاوت، بلکه جهان‌های متفاوتی دارند. بازسازی اعتماد به روش‌های شناخت، یکی از مهم‌ترین وظایف عصر جدید است.

این بازسازی از فروتنی آغاز می‌شود. هیچ فرد یا نهادی همه حقیقت را در اختیار ندارد. پذیرش محدودیت دانش، امکان گفت‌وگو و اصلاح را ایجاد می‌کند. پروپاگاندا از قطعیت می‌ترسد؟ برعکس، از قطعیت تغذیه می‌کند؛ اما حقیقت علمی و سیاسی اغلب موقت، قابل بازنگری و وابسته به شواهد تازه است.

فروتنی به معنای بی‌تصمیمی نیست. دولت و جامعه ناچارند با اطلاعات ناقص تصمیم بگیرند. مسئله آن است که میان تصمیم ضروری و ادعای حقیقت مطلق تفاوت گذاشته شود. رهبر مسئول می‌تواند بگوید براساس شواهد موجود این مسیر را انتخاب می‌کنیم و اگر داده تازه‌ای برسد، بازنگری خواهیم کرد. رهبر تبلیغاتی هر تغییر را ضعف می‌داند و خطا را پنهان می‌کند.

پنهان کردن خطا معمولاً به دروغ‌های تازه نیاز دارد. نخست نتیجه‌ای نادرست اعلام می‌شود؛ سپس آمار، مقصر و روایتی برای حفظ آن ساخته می‌شوند. سازمان به جای اصلاح عملکرد، انرژی خود را صرف دفاع از تصویر می‌کند. در نهایت، فاصله میان واقعیت و گزارش رسمی چنان بزرگ می‌شود که تصمیم‌گیری نیز آسیب می‌بیند. حاکمان خود قربانی پروپاگاندایی می‌شوند که برای مردم ساخته‌اند.

این پدیده در حکومت‌های بسته رایج است. کارگزاران می‌آموزند خبری را گزارش کنند که رهبر می‌خواهد بشنود. شکست‌ها پنهان و موفقیت‌ها بزرگ‌نمایی می‌شوند. رهبر که دسترسی‌اش به واقعیت از طریق همین ساختار است، به تدریج در جهان ساخته‌شده توسط دستگاه تبلیغاتی زندگی می‌کند. پروپاگاندا از ابزار کنترل جامعه به مانعی برای شناخت خود حکومت تبدیل می‌شود.

نظامی که حقیقت را مجازات می‌کند، توان اصلاح را از دست می‌دهد. بحران‌ها دیرتر دیده می‌شوند، تصمیم‌های نادرست تکرار می‌گردند و هزینه‌ها افزایش می‌یابند. آزادی بیان فقط حقی اخلاقی برای شهروند نیست؛ سازوکاری برای بقای عقلانی نظام اجتماعی است. جامعه به پیام‌رسانان خبر بد نیاز دارد، حتی اگر سخن آنان ناخوشایند باشد.

در سازمان‌ها نیز همین اصل برقرار است. مدیری که تنها خبر خوب می‌خواهد، به‌زودی از واقعیت جدا می‌شود. کارکنان اعداد را آرایش می‌کنند، مشکلات را پنهان می‌سازند و جلسات به نمایش موفقیت تبدیل می‌شوند. پروپاگاندا در مقیاس کوچک نیز می‌تواند سازمان را فلج کند. فرهنگ حقیقت باید از خانواده و محل کار تا دولت گسترش یابد.

خانواده‌ای که در آن ظاهر از واقعیت مهم‌تر است، ممکن است مشکلات را پنهان کند تا تصویر موفقیت حفظ شود. کودکان می‌آموزند درباره احساسات، شکست یا اختلاف سخن نگویند. چنین خانواده‌ای نیز نوعی روایت رسمی می‌سازد. حاکمیت بر توجه از نزدیک‌ترین روابط آغاز می‌شود: آیا ما اجازه می‌دهیم واقعیت ناخوشایند دیده شود یا تنها چیزی را می‌پذیریم که تصویر دلخواه را حفظ کند؟

پروپاگاندا همیشه از بالا به پایین نیست. جوامع و گروه‌ها نیز روایت‌هایی برای حفظ تصویر خود می‌سازند. هر ملت ممکن است قهرمانی‌هایش را بزرگ و خطاهایش را کوچک کند. هر حزب ممکن است شکست را به خیانت دیگران نسبت دهد. هر فرد نیز داستانی از زندگی خود می‌سازد که در آن نقش خود را مطلوب‌تر می‌بیند. گرایش به خودفریبی بخشی از طبیعت انسانی است و قدرت سیاسی می‌تواند آن را در مقیاس جمعی سازمان دهد.

شناخت این گرایش نباید به نسبی‌گرایی کامل منجر شود. اینکه همه انسان‌ها زاویه دید دارند، به معنای نبود حقیقت نیست. میان روایت ناقص و دروغ سازمان‌یافته تفاوت وجود دارد. شواهد، روش، امکان بررسی و آمادگی برای اصلاح معیارهایی‌اند که می‌توانند ما را به حقیقت نزدیک‌تر کنند، هرچند هرگز مالک کامل آن نباشیم.

حاکمیت بر توجه به انسان کمک می‌کند در برابر پروپاگاندا نه با باور به مصونیت خود، بلکه با پذیرش آسیب‌پذیری‌اش مقاومت کند. کسی که می‌گوید من هرگز فریب نمی‌خورم، احتمالاً کمتر مراقب سازوکارهای فریب است. همه ما از تکرار، ترس، تعلق و تصویر تأثیر می‌پذیریم. آزادی از شناخت همین واقعیت آغاز می‌شود.

مقاومت به معنای بی‌احساس شدن نیست. انسان نمی‌تواند و نباید همه پیام‌ها را با سردی محاسباتی دریافت کند. همدلی، خشم اخلاقی و امید برای زندگی و سیاست ضروری‌اند. مسئله آن است که احساس به تنهایی فرمان ندهد. عقل و احساس باید در گفت‌وگو باشند؛ احساس مسئله را به ما نشان دهد و عقل مسیر واکنش را بسنجد.

پروپاگاندا می‌کوشد این گفت‌وگو را قطع کند. تصویر را چنان تکان‌دهنده، دشمن را چنان خطرناک و انتخاب را چنان فوری می‌سازد که فرصتی برای داوری نماند. به همین دلیل، دفاع از توجه دفاع از زمان نیز هست. انسان باید حق داشته باشد پیش از پذیرش، محکوم کردن یا بازنشر کردن فکر کند.

این حق در سیاست حیاتی است. قدرت‌ها اغلب می‌خواهند در شرایطی تصمیم گرفته شود که جامعه ترسیده، خشمگین یا سوگوار است. در چنین زمان‌هایی، مردم ممکن است اختیاراتی واگذار کنند که در حالت آرام نمی‌پذیرفتند. قانون اساسی و نهادهای مستقل برای همین ساخته می‌شوند که تصمیم‌های بنیادی تنها تابع موج عاطفی لحظه نباشند.

حکومت قانون نوعی محافظت از توجه جمعی است. قانون سرعت تصمیم‌های سیاسی را کاهش می‌دهد، مراحل بررسی ایجاد می‌کند و امکان اعتراض و بازبینی فراهم می‌آورد. این کندی گاه ناکارآمد به نظر می‌رسد، اما مانعی در برابر تبدیل احساس لحظه‌ای به قدرت دائمی است. استبداد سریع عمل می‌کند، زیرا نیاز ندارد توجه و رضایت متنوع جامعه را در نظر بگیرد.

دموکراسی پرسروصدا، کند و پیچیده است، اما همین پیچیدگی می‌تواند نشانه توزیع قدرت باشد. مشکل زمانی آغاز می‌شود که بازار توجه این فرایند را به نمایش ساده‌ای از برنده و بازنده، قهرمان و دشمن تبدیل کند. شهروند ممکن است از گفت‌وگوی طولانی خسته شود و پاسخ قطعی رهبر پوپولیست را ترجیح دهد. دفاع از دموکراسی نیازمند بازسازی تحمل پیچیدگی است.

فصل‌های پیشین نشان دادند که توجه سرمایه، کالا، موضوع مهندسی و سرچشمه قدرت است. این فصل آشکار کرد که قدرت چگونه از طریق پروپاگاندا می‌کوشد نه فقط نظر، بلکه واقعیت ذهنی جامعه را شکل دهد. پروپاگاندا تعیین می‌کند چه چیزی دیده، چه چیزی فراموش، چه کسی دشمن و چه کسی نجات‌دهنده معرفی شود. گذشته را گزینش می‌کند، حال را قاب می‌گیرد و آینده را محدود می‌سازد.

در جمهوری اسلامی، پروپاگاندا حاشیه حکومت نبوده است؛ بخشی از خود حکومت بوده است. نظامی که مشروعیتش را از ایدئولوژی دینی، دشمنی دائمی و مأموریت تاریخی می‌گیرد، ناچار است پیوسته جهان نمادین خود را بازتولید کند. اگر مردم بتوانند زندگی، تاریخ و منافع خود را خارج از آن چارچوب ببینند، بخش بزرگی از قدرت نظام فرومی‌ریزد.

از همین رو، مبارزه برای آزادی ایران فقط مبارزه بر سر دولت، خیابان یا قانون نیست؛ مبارزه بر سر حق دیدن و نام‌گذاری واقعیت نیز هست. ملتی که بتواند گذشته را آزادانه بررسی، حال را بدون سانسور توصیف و آینده را مستقل از ترس حکومت تصور کند، پیش از تغییر رسمی بخشی از حاکمیت خود را بازپس گرفته است.

اما خطر پروپاگاندا با پایان جمهوری اسلامی از میان نخواهد رفت. هر قدرت تازه‌ای وسوسه خواهد شد روایت خود را حقیقت ملی معرفی کند، خطاهایش را کوچک و مخالفانش را بی‌اعتبار سازد. تنها قانون، رسانه مستقل، آموزش انتقادی و فرهنگ احترام به حقیقت می‌توانند این وسوسه را محدود کنند.

آزادی از پروپاگاندا به معنای رسیدن به جهانی بدون تبلیغ، اقناع و رقابت روایت‌ها نیست. چنین جهانی نه ممکن است و نه مطلوب. آزادی یعنی هیچ روایت واحدی نتواند راه‌های دیگر دیدن را ببندد؛ هیچ قدرتی نتواند پرسش را جرم بداند؛ و هیچ شهروندی ناچار نباشد برای شناخت واقعیت، از دیوار ترس، سانسور و دروغ عبور کند.

پروپاگاندا می‌گوید به ما نگاه کن، از دشمن بترس و پرسش نکن. حاکمیت بر توجه می‌گوید ببین، مقایسه کن، مکث کن و خود داوری کن.

فصل آینده به نمونه‌ای می‌پردازد که همه این سازوکارها را در گستره‌ای ملی و طی دهه‌ها به کار گرفته است: جمهوری اسلامی و تصرف توجه ایرانیان. در آن فصل، خواهیم دید چگونه حکومت دینی از انقلاب، جنگ، سوگواری، حجاب، دشمن خارجی، برنامه هسته‌ای، بحران اقتصادی و مداخله منطقه‌ای برای اشغال دستور کار ذهنی ملت استفاده کرده است؛ و چگونه جامعه ایران، با وجود این فشار مداوم، بارها کوشیده نگاه خود را از حکومت پس بگیرد و به زندگی، آزادی و آینده بازگرداند.

پروپاگاندا زمانی شکست می‌خورد که مردم تنها دروغی خاص را کشف نمی‌کنند، بلکه حق حکومت برای تعیین تمام واقعیت را زیر سؤال می‌برند. از آن لحظه، هر شعار رسمی باید با تجربه زندگی سنجیده شود، هر دشمن معرفی شده باید دوباره بررسی گردد و هر امر مقدس سیاسی باید در برابر حق انسان پاسخگو باشد.

آزادی سیاسی شاید با تغییر قدرت آغاز شود، اما آزادی ذهنی زمانی آغاز می‌شود که انسان دیگر اجازه ندهد قدرت، پیش از او تصمیم بگیرد چه چیزی را ببیند، از چه چیزی بترسد و چه چیزی را حقیقت بنامد.