

## در این تاریخ

## قدیمی ترین نمونه‌های پروپاگاندا

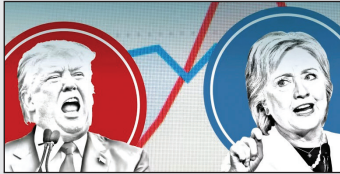


سالیان درازی است که انتشار اطلاعات گمراه‌کننده و بدتر از آن، اطلاعات غلط به معضلی جدی در اجتماع و سیاست تبدیل شده با این حال و متأسفانه، انتشار مداوم اطلاعات نادرست چه به‌صورت آنلاین، چه به شکل خبری و چه در میان افواه مردم، با منافع شخصی، سیاسی و مالی تقویت می‌شود که در نتیجه، تأثیری منفی روی جامعه، تحریف بازارها و در نهایت، فروپاشی یا تخریب دموکراسی خواهد داشت. از ته‌شاسته، رساله‌های مربوط به ۳۰۰ سال قبل از میلاد و تاریخ‌نگاری‌های پیکتور، نخستین تاریخ‌نگار روم باستان نیز از نمونه‌های بسیار قدیمی‌ای هستند که به کاربرد پروپاگاندا برای دستکاری افکار عمومی اشاره دارند؛ نقل است که نخستین امپراتور روم به‌اره انداختن کارزاری از اخبار جعلی، در مقابل مارکوس آنتونیوس به پیروزی رسید.

در قرون بعد از روپایی‌ها، از جمله ایرلندی‌ها، آلمانی‌ها و آمریکایی‌ها برای مشروعیت بخشی به جنگ‌های خود به این روش متوسل شدند تا با تبلیغات و بزرگ‌نمایی وقایع غرور و روحیه ملی شهروندانشان را افزایش دهند و شانس پیروزی خود در جنگ را بالا ببرند. در این میان اما انقلاب فرانسه و فراگیر شدن رسانه‌های جدید، رادیو و تلویزیون، به نقطه عطف پروپاگاندا تبدیل شد تا آنجا که برخی از محققان، مباحث سواد رسانه را که نخستین‌بار در دهه ۳۰ و ۴۰ در آمریکا و بریتانیا مطرح شد، نتیجه مستقیم پروپاگاندا می‌دانند.

## تاریخ معاصر

## پرسرودا ترین نمونه‌ها



تبلیغات سیاسی شکل‌های دیگری هم دارند که حذف بخشی از ماجرا یکی از آنهاست. تلاش هندی‌ها برای رهایی از استعمار بریتانیا با پررنگ شدن خطای برخی سربازان هندی علیه برخی زنان بریتانیایی مخدوش شد و مانور رسانه‌ها روی این خطا باعث توجیه تداوم استعمارگری شد. تکنیک‌های پروپاگاندا در طول زمان تا اینجا پیش رفتند که ارائه اطلاعات به کل نادرست به مخاطب هم رواج یافت؛ کاری که در جریان استقلال آمریکا در انتشار کتاب «عقل سلیم» که برای تهییج و دعوت مردم به استقلال بود رسماً اتفاق افتاد و تا امروز ادامه یافت. از پر سر و صدا ترین نمونه‌های مشهور و معاصر آن خبر جعلی سوء استفاده هیلاری کلینتون از کودکان در جریان انتخابات سال ۲۰۱۶ بود که به این کاندیدا ضربی کاری زد و اوضاع را به نفع دونالد ترامپ تغییر داد. ماجراهای برگزیت در بریتانیا هم به‌شدت متأثر از ارائه اطلاعات نادرست و سوگیری‌های مختلف بود. بعد از این اتفاقات بحثی جدی در رسانه‌های جهان شروع شد که تبلیغات سیاسی و جعل خبر در کشورها و انتخابات مختلف چقدر بر دموکراسی اثر دارد.

## نقل قول خبر

## این یک جنگ جهانی است



## بلال بوتوزرداری

وزیر خارجه پاکستان  
اطلاعات غلط و اطلاعات گمراه‌کننده همیشه بخشی از جنگ سیاسی بوده که رسانه‌های اجتماعی و دیگر پلتفرم‌های جدید تنها به آن جان تازه‌ای بخشیدند.



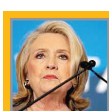
## اریک هوفر

نویسنده و فیلسوف  
پروپاگاندا مردم را فریب نمی‌دهد، بلکه فقط به آنها کمک می‌کند تا خودشان را فریب دهند.



## مالکوم ایکس

فعال مدنی  
رسانه‌ها قدرتمندترین موجود روی زمین هستند. آنها این قدرت را دارند که بی‌گناهان را مجرم جلوه دهند و مجرمان را بی‌گناه کنند و این قدرت است.



## هیلاری کلینتون

بانوی اول و وزیر خارجه اسبق آمریکا  
من به‌شدت و به‌طور ویژه، از کاربرد پروپاگاندا و دستکاری در حقیقت و تجدیدنظر تاریخ وحشت دارم.



## یوزف گوبلس

وزیر اطلاع‌رسانی و صدراعظم آلمان نازی  
اگر افرادی که افکارشان دستکاری می‌شود یا اینکه به اراده خود آزاد عمل می‌کنند مطمئن باشند، پروپاگاندا به بهترین حالت عمل کرده است.

## رسانه



## بترس از خطر گمراهی

## پروپاگاندا چگونه ما را می‌بلعد

## گزارش

هدف از پروپاگاندا تحقق منافع خاص بنگاه‌های تجاری و سیاسی است و طبعاً برای برخی مفید و برای برخی مضر است؛ کار اصلی پروپاگاندا تهییج احساسات عمومی است که گاهی با تولید اخبار جعلی و گمراه‌کننده، غیرواقعی و استفاده از تیرهای پرطمطراق به پیش می‌رود و کلیک‌های بی‌شماری را شکار می‌کند. این اخبار غلط، بی‌ربط یا انعکاس‌دهنده بخشی ناقص از واقعیت هستند. برخی از این محتواهای غلط می‌تواند آغشته به طنز ولی فریبکار باشد، از طرف نویسندگان یا منابع غیر معتبر تولید شود و با ظاهری موجه راه نادرست خود را پیش برد.

## وقتی سیاهی سفید می‌شود

به گزارش مرکز پژوهش‌های همشهری، در دوران معاصر گسترش اینترنت و دسترسی به فضای مجازی، به راحت‌شدن پروپاگاندا کمک کرده و شیوه‌های پیچیده تبلیغاتی به راهی برای سفید جلوه‌دادن سیاهی‌ها و حق‌کسرن باطل مطلق تبدیل شده است. با این حال، سهولت ارتباط، سرعت دریافت اخبار و بیان نظر در رسانه‌های اجتماعی، به‌عنوان فضای عمومی جدیدی برای بحث و گفت‌وگو، استفاده‌نکردن از این فضا را محال کرده است. براساس داده‌های دیتا ریپورت، بیش از ۶۲ درصد از جمعیت جهان کاربر اینترنت هستند و با صرف میانگین دودویم ساعت در روز از پلتفرم‌های آنلاین برای دریافت اخبار و بیان نظرات خود استفاده می‌کنند. یک نظر سنجی جدید، وسیع جهانی روی شهروندان ۱۸ اقتصاد پیشرفته دنیا (ایالات متحده، هلند، فرانسه،

بریتانیا، کانادا، بلژیک، آلمان، ایتالیا، یونان، اسپانیا، کره جنوبی، سوئد، مالزی، ژاپن، لهستان، سنگاپور و مجارستان) نشان می‌دهد شهروندان عادی، رسانه‌های اجتماعی را به‌عنوان یک مؤلفه سازنده و در عین حال مخرب برای زندگی سیاسی می‌بینند. در سراسر کشورهای مورد نظر سنجی، یک میانه ۵۷ درصدی از مردم می‌گویند که رسانه‌های اجتماعی اثر خوبی روی دموکراسی در کشورشان داشته و ۳۵ درصد گفته‌اند کار کردی منفی دارد. در کشورهایی که ارزیابی مردم از تأثیر رسانه‌های اجتماعی تا حد زیادی مثبت است، اکثر آنها بر این باورند که این فضا تأثیرات مخربی نیز داشته و به‌ویژه، منجر به دستکاری افکار عمومی و ایجاد تفرقه در جوامع شده است. یک میانه ۸۴ درصدی از مردم معتقدند دسترسی به اینترنت در رسانه‌های اجتماعی باعث شده ذهنیت افراد با اطلاعات نادرست و شایعات راحت‌تر دستکاری شود و

بستری برای بروز رفتارهای غیرمتمدانه فراهم شود. این شهروندان پروپاگاندا را یک تهدید بزرگ در مقیاس جهانی دانسته‌اند. برای تطبیق این نتایج با وضعیت فعلی ایران، از مجتبی کشوری، مدیر کل اتاق وضعیت معاونت فضای مجازی صداوسیما نظر مردم ایران را جویا شدیم. براساس آمار، بیش از ۳۲ درصد از کاربران بالای ۱۸ سال اینترنت و فضای مجازی در ایران معتقدند دنیا بدون رسانه‌های اجتماعی جای بهتری برای زندگی است. مطالعات افکار سنجی نشان می‌دهد شبکه‌های اجتماعی رایج در ایران توسط ۲ تا ۳ درصد از کاربران جهت پیگیری اخبار سیاسی استفاده می‌شود با وجود این، کاربران ایرانی، شبکه‌های اجتماعی را باعث تقویت روابط اجتماعی خود می‌دانند.

## جذابیت‌های فضای مجازی ما را نکشد

دستکاری، تفرقه‌افکنی و عدم تقای سطح رفتار



## از پروپاگاندا تا جهاد تبیین؛ تفاوت در کجاست؟

**سیدمهدی سیدی**  
کارشناس رسانه

نبرد برای «فتح ذهن» به اندازه تاریخ قدمت دارد. ذهن، طرف «شناخت» است و شناخت «حرکت‌دهنده» انسان. پس

برای تغییر انسان‌ها باید ذهن آنان را تغییر داد. برای همین است که افراد بسیاری به‌دنبال تصاحب ذهن‌ها هستند. اگر این تلاش برای تصرف ذهن در عالم سیاست وارد شود، به آن «پروپاگاندا» می‌گویم. پروپاگاندا یا تبلیغات سیاسی، مجموعه‌ای از اقدامات مترکیم تبلیغی است که سعی می‌کند با شلیک اطلاعات هماهنگ و جهت‌دار، ذهن مخاطبان را مورد اصابت قرار داده و گرایش جمعی مردم را به سمت اهداف خاص یک گروه سیاسی تغییر دهد؛ تا در نتیجه توده‌ها در دفاع یا دشمنی از یک مفهوم، شخص یا ساختار با یکدیگر «هم‌آهنگ» شوند. از آنجا که زمینه بروز و ظهور پروپاگاندا، در عالم سیاست است پس حتماً گه‌گاهی از قدرت و مناسبات ثروت در آن تنیده می‌شود؛ آنچنان‌که در طول تاریخ تمیزترین پروژه‌های پروپاگاندا (و البته حامل کثیف‌ترین مفاهیم) توسط دیکتاتورها

## پروپاگاندا و تبیین چه تفاوتی دارد؟

به‌اجرا درآمده است (از هیتلر گرفته تا صدام و داعش). مرور تاریخ نشان می‌دهد فرقه‌ها و گروه‌ها توانسته‌اند با جوسازی عمومی و استفاده از تکنیک‌های روانشناسانه، ذهن هواداران خود را به‌صورت کامل تسلیم و تخدیر کنند و در کمال ناباوری از آنان مزدوران بی‌باک و خطرناکی بسازند. اما هم‌زمان در اندیشه سیاسی اسلام و انقلاب، مفاهیم دیگری برای مواجهه با ذهن‌ها مطرح است که در سرفصل اصلی و معاصر آن می‌توان به «جهاد تبیین» اشاره کرد.

اولی یکسویه و قدرتمندانه است و دومی تعاملی و دلسوزانه. اولی از «تباتی جمعی» برای تحقیر تفکر آزاد کمک می‌گیرد اما دومی با «تبیین عقلی» تولید عزت و معنویت می‌کند. پروپاگاندا همچون جعبه سیاه و مرموز، اندرونی خود را نمایش نمی‌دهد اما تبیین همچون شیشه‌ای شفاف چیزی را پنهان نمی‌دارد. پروپاگاندا به‌دنبال دستکاری عقاید مخاطب است آن‌هم به‌صورت نامحسوس و حیل‌گرانه، اما تبیین به‌دنبال رشد عقاید صحیح انسانی است آن‌هم از دریچه آگاهی روشنگرانه.

طراحان پروپاگاندا برچسب می‌زنند، ترس‌ها و تعصب‌ها را شعله‌ور می‌سازند، مسخره می‌کنند و با تکرار شعارهای فریبنده، دروغ‌های بزرگ را به جان مخاطب می‌اندازند. آنان حقیقت را قسمت کرده و به شخصیت رقیبان خود حمله می‌زنند؛ در مقابل، تبیین مدافع حقیقت و پرچمدار فعالیت پاکیزه است. کشتگری در مسیر پروپاگاندا، آسان و روان است اما مسیر تبیین، سخت و دشوار؛ برای همین است که تبیین از جنس «جهاد» است.

پروپاگاندا یا انتشار اطلاعات جهت‌دار سیاسی در سال‌های اخیر تا توان، اوکراین، روسیه، چین، آمریکا، کانادا، لهستان، برزیل و آلمان و... را دچار دردسر کرده است. تولید و نشر اطلاعات دستکاری شده و غلط، با حجم وسیع تبلیغات و کانالیزه کردن اخبار به نفرت پراکنی، برجسته‌سازی محتوای نادرست و بعضاً دروغ و مخدوش کردن دموکراسی منجر می‌شود. سال‌هاست حاکمان سیاسی در کشورهای مختلف به حفاظت از داده‌ها (در حوزه بهداشت، سرمایه و آموزش و...) و تنظیم محتوا (جلوگیری از انتشار محتوای غیرقانونی) روی آورده‌اند و در ایران نیز مرکز ملی فضای مجازی، به‌عنوان نهادی بالادستی متولی رسیدگی به چنین مسائلی است. در این رابطه با خانم دکتر سوده مهتاب‌پور، مشاور معاونت تولید محتوای مرکز ملی فضای مجازی به‌گفت‌وگو نشستیم.

پروپاگاندا یا انتشار اطلاعات جهت‌دار سیاسی در سال‌های اخیر تا توان، اوکراین، روسیه، چین، آمریکا، کانادا، لهستان، برزیل و آلمان و... را دچار دردسر کرده است. تولید و نشر اطلاعات دستکاری شده و غلط، با حجم وسیع تبلیغات و کانالیزه کردن اخبار به نفرت پراکنی، برجسته‌سازی محتوای نادرست و بعضاً دروغ و مخدوش کردن دموکراسی منجر می‌شود. سال‌هاست حاکمان سیاسی در کشورهای مختلف به حفاظت از داده‌ها (در حوزه بهداشت، سرمایه و آموزش و...) و تنظیم محتوا (جلوگیری از انتشار محتوای غیرقانونی) روی آورده‌اند و در ایران نیز مرکز ملی فضای مجازی، به‌عنوان نهادی بالادستی متولی رسیدگی به چنین مسائلی است. در این رابطه با خانم دکتر سوده مهتاب‌پور، مشاور معاونت تولید محتوای مرکز ملی فضای مجازی به‌گفت‌وگو نشستیم.

## همیشه‌ری

## گفت‌وگو

فاطمه عباسی؛ روزنامه‌نگار

## حفاظت از داده‌ها؛ موضوعی جهانی

پروپاگاندا یا انتشار اطلاعات جهت‌دار سیاسی در سال‌های اخیر تا توان، اوکراین، روسیه، چین، آمریکا، کانادا، لهستان، برزیل و آلمان و... را دچار دردسر کرده است. تولید و نشر اطلاعات دستکاری شده و غلط، با حجم وسیع تبلیغات و کانالیزه کردن اخبار به نفرت پراکنی، برجسته‌سازی محتوای نادرست و بعضاً دروغ و مخدوش کردن دموکراسی منجر می‌شود. سال‌هاست حاکمان سیاسی در کشورهای مختلف به حفاظت از داده‌ها (در حوزه بهداشت، سرمایه و آموزش و...) و تنظیم محتوا (جلوگیری از انتشار محتوای غیرقانونی) روی آورده‌اند و در ایران نیز مرکز ملی فضای مجازی، به‌عنوان نهادی بالادستی متولی رسیدگی به چنین مسائلی است. در این رابطه با خانم دکتر سوده مهتاب‌پور، مشاور معاونت تولید محتوای مرکز ملی فضای مجازی به‌گفت‌وگو نشستیم.



بسیاری از کارشناسان معتقدند ما در برابر مضرات فضای مجازی بدون سپر و آسیب‌پذیر هستیم.

اما این سپر و حفاظ دقیقاً چه چیزی باید باشد؟ این واقعیت وجود دارد که گسترش فضای مجازی با سرعت زیاد و بدون کسب آمادگی‌های لازم در کشور ما رخ داد و بحث سواد رسانه و آموزش نحوه تعامل با این فضا به شکلی متوازن با گسترش اینترنت در ایران پیشرفت نکرد. در کشورهای دیگر، مثلاً در اروپا، اسناد بالادستی و آموزش‌های وسیع‌تری برای ورود به این دنیای جدید به جامعه ارائه شد. مثلاً در مورد کودکان، بحث رده‌بندی محتوا، آموزش به والدین و خانواده‌ها و ملزم‌شدن شرکت‌های فعال به صدور اخطار سن و سال بسیار سریع‌تر و کامل‌تر از ایران انجام شد.

حکمرانی در فضای مجازی و تنظیم‌گری و حفاظت از داده‌ها یک موضوع جهانی است که در دنیا پیگیری می‌شود اما ممکن است برخی مردم فکر کنند قوانین ما نسبت به کشورهای پیشرفته با محدودیت بیشتری روبه‌روست. آیا اینطور نیست؟

ما در بحث تنظیم‌گری محتوای مجرمانه و خشن مشابه کشورهای پیشرفته هستیم و اسناد تقریباً یکسانی داریم. شاید محل اختلاف ما و آن کشورها روی محتوای هز زانگاری شده باشد که به‌دلیل هویت دینی و فرهنگی کشورمان است. اما آنچه از این مصادیق مهم‌تر است، تولید محتوای بومی و داخلی است.

محتوای بومی و داخلی چه اهمیتی دارد؟  
داشتن محتوای بومی و داخلی یکی از لوازم تنظیم‌گری فضای مجازی است. ما باید به میزان نیاز مخاطب محتوا داشته باشیم.

به نظر می‌رسد این طبیعی است که محتوای تولیدشده در مقیاس جهانی از نظر حجم و تنوع با محتوای داخلی برابر نباشد. این ویژگی طبیعی نه فقط در شبکه‌های اجتماعی با سایت‌های ایرانی، که در میان فضاهای بومی دیگر کشورها هم دیده می‌شود. ما یک اختلاف مبنایی هم داریم. تمدن غرب براساس مصرف‌گرایی منعی برای تشویق مردم به مصرف بیشتر و ترویج این فرهنگ ندارد و چه‌بسا در آن موفق هم بوده، زیرا در راستای منافع اقتصادی‌اش است و اتفاقاً نفع زیادی هم برده با این حال، ما در حکومت اسلامی گرایش به مصرف‌گرایی نداریم.

**فکر نمی‌کنید اینچاسست که اقناع افکار عمومی و همراه کردن متن جامعه است که به نهاد‌های بالادستی‌ای چون شما کمک می‌کند؟**

همین‌طور است. ما در ارائه تعریف و تصور روشنی از جزئیات روزمره تمدن اسلامی به سطح جامعه کار زیادی داریم. مثلاً چطور جشن بگیریم، چطور سفر برویم، چگونه تفریح کنیم، زنجیره ارزش‌های تمدنی ما باید مطابق با بیش بومی و فرهنگی ما تولید و تبیین شود. اگر این زنجیره به‌درستی شکل بگیرد، تنظیم‌گری روی آن سوار خواهد شد و مؤثر خواهد بود.

**الان کجای این مسیر هستیم؟**

در طول سال‌ها، اقدامات مختلفی انجام شده و ابلاغ‌های متعددی از طرف مرکز ملی فضای مجازی به‌عنوان نهاد بالادستی صورت گرفته که باید به‌صورت هماهنگ و توسط سازمان‌های مربوطه اجرا شود. سندهای لازم تنظیم شده و نگاهت نهادی با تقسیم کار ملی آنها هم صورت گرفته اما در اجرا با کمی‌کندی مواجه هستیم. ما در زمینه اسناد و ایده‌های خلاقانه دست‌پری داریم و اگر بتوانیم در وضع قوانین خرد و اجرا هم خوب پیش برویم، موفق خواهیم شد از مردم جامعه محافظت کنیم و فضای مجازی امن و بویایی داشته باشیم.

**اما شاید چیزی که ما به‌عنوان مردم عادی می‌بینیم بیشتر محدودیت است!**

ما تجارب موفق کشورهای دیگر و اسناد آنها در حوزه تنظیم‌گری و حکمرانی را مطالعه می‌کنیم، سبند تحول و برنامه‌های کلان کشور را لحاظ می‌کنیم و با صاحب‌نظران و متخصصان جلساتی ترتیب می‌دهیم تا روش‌های نوین و مطلوبی را در حوزه تنظیم‌گری و حکمرانی به‌دست‌بیاوریم اما گاهی راهکار سلبی اجتناب‌ناپذیر است. راهکارهای ایجابی از قبیل تولید محتوای مناسب، حمایت از شرکت‌های فعال، تصویب و اجرا قوانین جزئی راهکارهایی ضروری و زمان‌بر هستند اما در شرایط بحران، باید سرعت عمل داشت و راهکار سلبی را به‌کار گرفت. در برخی موارد هم، مثل محتوای مستهجن یا تروریستی، ضرورتاً باید محدودیت وضع کرد زیرا وظیفه حاکمیت این است که بستری امن برای زندگی مردم جامعه فراهم کند.