

افغانستان آزاد – آزاد افغانستان

AA-AA

چو کشور نباشد تن من مباد بدین بوم و بر زنده یک تن مباد
همه سر به سر تن به کشتن دهیم از آن به که کشور به دشمن دهیم

www.afgazad.com

afgazad@gmail.com

Political

سیاسی

تی بری میسان - par Thierry Meyssan
برگردان از: حمید محوی
۱۹ می ۲۰۱۶

فن آوری تبلیغات نظامی مدرن

Les techniques de la propagande militaire moderne

تبلیغات دارای پیشینه ای طولانی بوده و قدمت آن با قدمت جوامع بشری برابری می کند. با وجود این، تبلیغات در دوران رسانه های همگانی نوین به شکل شگرفی گسترش یافته و از این پس از قواعد مشخصی پیروی می کند. تی بری میسان در اینجا تاریخ و اصول و قواعد علم دروغپردازی را باز بینی می کند.

شبکه ولتر / دمشق (سوریه) / ۱۶ می ۲۰۱۶



واژه " تبلیغات " به سازمان رومی برای تبلیغات کاتولیسیم علیه پروتستانتیسیم باز می گردد

" Congregatio de Propaganda Fide "

تبلیغات به مثابه یکی از فن آوری های نظامی را نباید با ترفند اشتباه بگیریم. تبلیغات برای گول زدن جبهه خودیها و عموماً به هدف جلب پشتیبانی آنان به کار بسته می شود. ولی ترفند که اسب تروا را می توانیم به مثابه کهن الگوی آن بدانیم، هدفش گول زدن دشمن است. مثل همیشه، این فن آوری نظامی (تبلیغات) غالباً در بسیاری از امور مدنی نیز به کار بسته می شود، برای مثال در زمینه بازرگانی و سیاسی.

در نخستین مراحل، رژیم های سلطنتی و الیگارشسی به نمایش قدرت بسنده می کردند. رژیم های دموکراتیک به محض این که به منصفه ظهور رسیدند، به ویژه در مراسم و ساختمان های رسمی به تبلیغات گسترش بیشتری دادند. بر اساس این امر، دموکراسی آنتی فلاسفه سوفسطائی و مغالطه گر را ارج گذاشت، زیرا این مکتب فلسفی می توانست هر گزاره ای را منطقی جلوه دهد.

در قرن شانزدهم، یک خانواده بازرگان، مدیسس Medicis، به این پندار افتادند که تاریخ خاندانشان را باز نویسی و منشای خودشان را به اشراف دوران امپراتوری روم منتسب کنند. برای دست یابی به چنین هدفی، برای بزرگترین هنرمندان کشورشان بودجه هائی را اختصاص دادند تا آنان این دروغ را در آثارشان موجودیت عینی ببخشند.

سپس، در حالی که جنگ مذهبی در اروپا عمومیت می یافت، پاپ گرگوری ۱۵ le pape Grégoire XV وزارت امور کلیسای رومی را ایجاد کرد تا در مقابل نفوذ پروتستانتیسم از ایمان و اعتقادات کاتولیک دفاع کند و گسترش آن را ممکن سازد، بر اساس این امر انجمن تبلیغات ایمان (" Congregatio de Propaganda Fide ") ایجاد شد که واژه "propagande" از نام همین مؤسسه منشأ می گیرد.



در جنوری ۲۰۱۵، طی عملیات تروریستی علیه کارکاتوریست های مجله شارلی هبدو Charlie-Hebdo، یکی از مدیران گزارشگران بدون مرز، یواخیم رونکن Joachim Roncin شعار "من شارلی هستم" "Je suis Charlie" را ابداع و راه اندازی کرد. این شعار برای افراد فوراً به وسیله ای تبدیل شد تا در گسترده توده ها ذوب شوند، سپس همین شعار به مناسبت هر عملیات تروریستی دیگری به کار برده شد (برای مثال، "من بروکسل هستم" پس از عملیات تروریستی مارچ ۲۰۱۶). ولی از سوی دیگر، افرادی که از پیوستن به چنین شعاری امتناع می کردند به مثابه افراد منحرف و یا "توطئه باور" متهم شدند.

تبلیغات در دوران صنعت

آغاز دوران صنعت به موج عظیم مهاجران روستائی به سوی شهرها و تشکل گروه های بزرگ شهری و طبقه کارگر انجامید. از این پس توده ها بیش از پیش وارد جهان سیاست شدند. در تحقیقات جامعه شناس فرانسوی گوستاو لوبون Gustave Le Bon روانشناسی توده ها در اشکال کودک ماندگی فرد در بطن گروه بزرگ تعریف و پایه و اساس تبلیغات مدرن شناسائی شد: به این معنا که برای فریب خوردگی، فرد ابتداء باید در توده ها حل شود.

در آغاز جنگ جهانی اول، در سپتامبر ۱۹۱۴، بریتانیاییها مخفیانه دفتر تبلیغات جنگی ("Wellington House") را در بطن وزارت امور خارجه بنیانگذاری کردند. با الهام از خاندان مدیسیس، نویسندگان بزرگ معاصر، مانند آرتور کانن دویل Arthur Conan Doyle، هربرت جرج ولز HG Wells، رودیارد کیپلینگ Rudyard Kipling، را به خدمت گرفتند تا متن هائی درباره جنایات تخیلی المانها بنویسند و به همین گونه نقاشانی که باید چنین صحنه هائی را به تصویر می کشیدند. سپس، کارفرمایان روزنامه های اصلی مانند تایمز The Time، دیلی میل Daily Mail، دیلی اکسپرس Daily Express، دیلی کرونیکل Daily Chronicle را نیز به خدمت گرفتند تا تحریفاتشان را در این روزنامه ها منتشر کنند.

رئیس جمهور توماس وودرو ویلسون Woodrow Wilson بر اساس همین الگو، در اپریل ۱۹۱۷، هیأت اطلاعات عمومی ("Committee on Public Information") را ایجاد کرد. این سازمان برای به خدمت گرفتن هزاران رهبر محلی شهرت دارد که باید گزارشات امید بخش را منتشر می کردند. سپس این هیأت اطلاعات عمومی تبلیغات نوشتاری را به تبلیغات سیمائی گسترش داد و مسؤولیت انتشار آفیش را نیز به عهده گرفت، آفیش مشهور "I want you!" از تولیدات تصویری همین دوران است. مسؤولیت ساخت فلم به عهده یک سازمان دیگر بود.



ویلسون یک گروه روانشناس و روزنامه نگار را پیرامون ادوارد برنای (خواهر زاده زیگموند فروید) جایگزین گروه نویسنده ها کرد و والتر لیپمن Walter Lippmann نیز مسؤول ابداع و آفرینش داستانهای شگفت انگیز، وحشتناک و آموزنده بود که در روزنامه های بزرگ منتشر می شد. بر اساس راهکار نوین، جهت دهی و سفارش قدرت حاکم به هنرمندان، به روایت داستانهای ("storytelling") تحول یافت که به شکل دائمی بر اساس قواعد علمی به رشته تحریر در می آمد.



والتر لیپمن پس از مدیریت تبلیغات ایالات متحده طی جنگ جهانی اول متقاعد شد که انسان ها عمیقاً تحریف پذیر هستند. با این حساب، برای او، دموکراسی ناممکن است، و چیزی نیست به جز ترفندی برای کسب توافق شهروندان.

در حالی که آنگلساکسونها تخیلات را یگانه هدف خود تعیین کرده بودند تا از جنگ به گرایش همه گیر و "آلامد" دامن بزنند، المانها مردم را به تجربه تاریخ تخیلی فرا می خواندند. استفاده از لباس همشکل به افراد اجازه می داد تا در صحنه آرائی های شکوهمند نقش بازی کنند و غالباً در زمینه سیاسی و ورزشی بود که افکار عمومی اکثریت مردم تجلی می کرد. بی گمان در این دوران بود که "تبلیغات مدرن" توسعه یافت، یعنی انتشار اعتقاداتی که انتقاد ناپذیرند و افراد نمی توانند آنها را زیر سؤال ببرند. فردی که در رژه با مشعل، در لباسهای همشکل و سیاه شرکت کرده بود، دیگر نمی توانست اعتقادات نازیها را زیر سؤال ببرد، در غیر این صورت می بایستی خودش را نیز به پرسش بگیرد و گذشته و آینده اش را باز خوانی کند. علاوه بر این، جوزف گوبلز Joseph Goebbels که گردهمایی روزانه را در وزارت اطلاعات نهادینه کرده بود، طی آن کاربرد "عناصر زبان" را برای روزنامه نگاران تعیین می کرد. از این پس متقاعد کردن پندارهای همگانی یگانه هدف نبود بلکه می بایستی مراجع توده ها را نیز تغییر می دادند. علاوه بر این، المانها در تسلط بر ابزارهای ارتباطی مانند رادیو و سینما پیشگام بودند.

گوبلز هنر تبلیغات را همپای نبرد علیه افراد تعبیر می کرد، و برای درهم شکستن مقاومت اندیشه ورزانه روی تکرار "پر کردن مغز" تأکید می ورزید. مشکل بازهم عمق بیشتری پیدا کرد زیرا استفاده از تلویزیون دوباره توده را به وضعیت فرد بازمی گرداند. در پایان جنگ دوم جهانی، در اجلاس عمومی ملل متحد، به تشویق اتحاد جماهیر سوسیالیستی شوروی و فرانسه قطعنامه های ۱۱۰، ۳۸۱ و ۸۱۹ به تصویب رسید که تبلیغات را ممنوع و دسترسی به اطلاعات متضاد (انتقادی و مخالف آنچه رسمیت دارد) را تضمین کرد. همه دولت ها این اصول را به حقوق ملی خودشان منتقل کردند. ولی به طور کلی پیگرد علیه تبلیغات فقط به عهده وزارت حقوق عمومی (le ministère public) یعنی دولت واگذار می شد، در حالی که تبلیغات بیش از همه یکی از فعالیت های خود دولت است. در نتیجه موجب هیچ تحولی نشد.

طی جنگ دوم جهانی، ایالات متحده و اتحاد جماهیر شوروی در زمینه تبلیغات طبیعتاً رقیب یک دیگر بودند. خلاف باورهای عمومی و رایج، ابداعات شورویها اندک بود، به استثنای بازنویسی تاریخ گذشته. بر اساس این امر، شوروی ها برخی جریانهای فکری را با دستکاری عکس های رسمی یا حذف رهبرانی که شاخص آنها بودند از بین می بردند. امریکائی ها نیز به سهم خودشان برای شوری ها رادیو ایجاد کردند (رادیو اروپای آزاد) و برای متفقین سینمای متفقین (هالیوود). هم زمان با راه اندازی چنین ساخت و سازی، سازمان ها و اتاق های فکری دائمی ابداع کردند (به اصطلاح خصوصی و علمی) که از پیش مأموریتشان توجیه سیاست های رسمی بود. همان گونه که نامشان معرف هویت آنان است، عملکردشان شباهتی به دانشگاهیان نداشت که معمولاً مسائل را به هدف جست و جوی راه حل مورد بررسی قرار می دهند، بلکه کارشان به آزمون گذاشتن دلیل و برهان های مغلطه گرانه (سوفسطائی) بود.

نکته جالبتر این است که ارتش ایالات متحده آمریکا در رویارویی با شورشیان ناسیونالیست در کشورهای جهان سوم و برای حفظ دولت استعماری که بر مسند قدرت گمارده بودند، از فن آوری ایجاد ترس و ناامیدی علیه شورشیان کمونیست استفاده می کردند. تا اینجا، جنگ روانی به هدف بی اعتبار جلوه دادن فرماندهی جبهه دشمن محدود می شد تا به شورشیان قبولاند که نمی توانند به فرماندهانشان اعتماد کنند و سرانجام باید شکست اجتناب ناپذیرشان را بپذیرند. برای مثال، در فیلیپین، ژنرال ادوارد لانسداال Edward Lansdale یک هیولای اسطوره ای اختراع کرده بود که گوئی در جنگل کمین کرده و آدمها را می درد. او با چنین ترفندی مردم محلی را از کمک رسانی به گروه های مقاومت که در جنگل پنهان شده بودند، باز می داشت.

تبلیغات در دوران ماهواره و کمپیوتر

طی ۲۵ سال گذشته، سه پدیده با هم پا عرصه وجود گذاشتند: جامعه نمایش، ماهواره، و کمپیوتر.

۱- جامعه نمایش

به این علت که تلویزیون نوعی نمایش (یا بازنمایی) است، لازمه تبلیغات ابتداء سازماندهی رویدادهای نمایشی بود. شهادت دروغ [ویدئو]:

<https://youtu.be/agLW-otK0a4>

برای مثال، الحاق کویت به عراق را به مثابه یک جنگ تجاوز کارانه (۱۹۹۰) معرفی کردند، وزارت دفاع ایالات متحده آمریکا یک دفتر روابط عمومی به نام Hill & Knowlton ایجاد کرد و سخنرانی به اصطلاح یک پرستار را به نمایش گذاشت. این پرستار شهادت داد که سربازان عراقی گهواره های ویژه کودکان زود رس را از شیرخوارگاه کویتی ربوده اند و ۳۱۲ نوزادی را که در آنجا نگهداری می شدند، بدون حفاظت رها کرده اند.

در سال ۱۹۹۹، یک گام به پیش برداشته شد: ناتو رویداد بزرگی را برای آزانسهای خیری سازماندهی کرد که بتوانند از آن فلمبرداری کنند و فوراً دیدگاه خودش را تحمیل کرد. ظرف ۳ روز، ۲۹۰.۰۰۰ البانی زبان به سوی مقدونیه مهاجرت کردند. تصاویر تهیه شده، موجب شد که یوگوسلاوها فشار و تروریسم ارتش آزادیبخش کوزوو را به مثابه طرح کشتار جمعی مسلمانان تعبیر کنند (طرح " نعل اسبی" به ابتکار وزیر دفاع المان رودلف شارپینگ Rudolf Scharping)، و در نتیجه جنگ کوزوو توجیه پذیر شد.

باز هم رویدادهای مهمتر: در سال ۲۰۰۱، دو هواپیما به دو برج دو قلوی مرکز تجارت جهانی در نیویورک اصابت کردند و هر دو برج فرو ریخت. رویدادهای مبهم و توصیف ناپذیر دیگری پیرامون این رویداد مطرح شد: طی آتش سوزی دفاتر معاون رئیس جمهور به خاکستر بدل شد، دو انفجار در پنتاگون روی داد و یک انفجار دیگر در یک آسمانخراش دیگر در نیویورک. ناسازی در روایت رویدادها برای حذف هر پرسشی به کار بسته شد، مقامات پشت تناقضاتی که به پخش مستقیم نسبت می دادند پنهان شدند. طی چند روز، تلویزیون دائماً به شکل تکراری تصویر برخورد دو هواپیما را نشان می داد، این نمایش در حد اشباع، بینندگان تلویزیون را از اتخاذ هر گونه موضع انتقادی محروم کرد. زیر شوک، کنگره برای وضعیت اضطراری و دائمی رأی داد (Patriot Act) و سپس سریال جنگ ها آغاز شد.

پس از نمایش پر منانت دائمی و تکراری، تحریف وقتی به اوج خود می رسد که تماشاچیان را به پذیرش آن دعوت می کنند، و سپس با وجود این که اعتراف می کنند که آنان را فریب داده اند، ولی از عموم مردم می خواهند که چیزی را به رسمیت بشناسند که از این پس می دانند که دروغی بیش نیست.

[ویدئو]

<https://youtu.be/9uVNUxJ2-oQ>

در نتیجه، در سال ۲۰۰۳ همه جهانیان عراقیها را دیدند که چگونه مجسمه صدام حسین را تخریب کردند. رئیس جمهور جرج بوش مستقیماً صحنه را تفسیر کرد: یکی از تظاهر کنندگانی که به پای مجسمه ضربه می زد برای او نداعی کننده تصاویر مشابهی از سقوط دیوار برلین بود. پیغام این بود که سقوط رئیس جمهور صدام حسین را به مثابه آزادی تلقی کنند. صحنه وسیع میدان را می بینیم که ارتش ایالات متحده آن را بسته است و تظاهر کنندگان در واقع یک گروه

کوچک بازیگر و سیاهی لشگرند. با وجود همه این تحریفات، مفسر به گونه ای به گزارشاتش ادامه می دهد که گوئی واقعیت دارد.

۲- ماهواره

ارتش ایالات متحده با استفاده از ماهواره های نوین ارتباطاتی در سال ۱۹۸۹ یک شبکه تلویزیون محلی به مثابه نخستین شبکه تلویزیون بین المللی برای " گزارشات دائمی " در آتلانتا ایجاد کرد. مستقیم بودن گزارشات را در فقدان وقت کافی برای تحریف تصاویر، به مثابه علامت و نشانی از اصالت تصاویر مطرح می کردند. ولی در واقع، در پخش مستقیم بررسی و تحلیل رویدادها ناممکن بود.

سی ان ان CNN تلاش کودتای نخست وزیر پیشین ژائو زیانگ در چین را به مثابه انقلاب مردمی معرفی کرد که در میدان تی آن من درخون سرکوب شد. سپس " انقلاب مخملی " در جمهوری چک را به شکلی گزارش داد که گوئی پولیس یکی از تظاهر کنندگان را کشته است. به همین گونه سی ان ان کشف گورستان تیمسوآرا را تأیید کرد، در واقع جسد ها را از سردخانه بیرون کشیده بودند و بعداً پولیس را متهم کردند که گوئی آنان را طی تظاهرات کشته و یا زیر شکنجه قربانی کرده اند. همه این صحنه آرائی ها برای توجیه کودتای آیون ایلیچسکو علیه چائوشسکو تدارک دیده شده بود. مثالهای تحریف رویدادها بسیارند.

[ویدئو]

<https://youtu.be/US8OjcdG7pU>

ایجاد رادیوهائی که کشور های خارجی را هدف می گیرند با رادیو مارتی *Radio Marti* تحول یافت که سازمان سیا از هواپیمای آواکس بر فراز کرانه های کوبا پخش می کرد. در سال ۲۰۱۲، طرح وسیعی برای اختلال در تلویزیون های ماهواره ئی سوریه سازماندهی شد، و به جای آن برنامه های ساختگی و تقلبی پخش شد تا سقوط رژیم و فراری شدن رهبران کشور را به اطلاع عمومی برسانند. برای پیاده کردن چنین طرحی از تصاویر کمپیوتری استفاده کردند، و می خواستند صحنه ای تقلبی از فرار رئیس جمهور بشار اسد را به نمایش بگذارند. ولی این طرح با واکنش سوریه و روسیه روبه رو شد و گرچه با ارسال علامتی از پایگاه ناسا در استرالیا به "عرب سات" *ArabSat* تلویزیون تقلبی سوریه را کار گذاشتند، ولی عملیاتشان به تحقق نینجامید.

۳ - کمپیوتر

در همین دوران، پیشرفتهای فنی در زمینه دستگاهشماره ئی، به ویژه گسترش علوم کمپیوتری و انترنت، دوباره نقش فرد را به میدان آورد بی آن که توده ها را خنثی سازد.

در سال ۲۰۰۷، سازمان سیا پیامکهای ناشناسی به مناطقی از کنیا که لوها Luos در آن زندگی می کنند فرستاد، و آنان کیکیوسها Kikuyus را متهم دانستند که انتخابات ریاست جمهوری را دستکاری و تحریف کرده اند. لوها پیغام را منتقل کردند، در پی این پیامکها شورشهایی به وقوع پیوست که طی آن بیش از ۱۰۰۰ نفر کشته و ۳۰۰.۰۰۰ نفر آواره شدند. سرانجام، "سازمان غیر دولتی" میانجیگری خود را پیشنهاد کرد و سرانجام ریل اودینگا *Raila Odinga* را به قدرت رساند (یعنی تحمیل کرد).

در همان سال، سازمان سیا اعتبار ویدئوهای ناشناسی که با تلفون همراه تهیه شده بود را آزمایش کرد. صحنه ها با زوایای کوتاه فلمبرداری شده بود و به همین علت شناسائی مکان واقعه ناممکن بود. با وجود این، ویدئوها راهبانی را

نشان می دهد که در حال خود سوزی هستند، یا صحنه های خشونت نظامی طی " انقلاب زعفران " در میانمار که اعتبار و واقعی بودنشان را تأیید و در تلویزیون های سراسر دنیا پخش کردند.

[ویدئو]

<https://youtu.be/US8QjcdG7pU>

اتحادیه دروغ

گرچه فن آوری های تبلیغاتی طی سال های گذشته تحول نیافته، ولی با ایجاد اتحادیه دروغ تقویت شده است. تا پیش از جنگ علیه عراق، هر کشوری اردوی تبلیغاتی خاص خود را داشت، ولی طی جنگ علیه عراق در سال ۲۰۰۳، بین وزارت دفاع اسپانیا و اسرائیل هماهنگی ایجاد شد و به قطر و عربستان سعودی گسترش یافت. این اتحادیه ابتداء بر آن بود که بازرسان سازمان ملل متحد در عراق را متقاعد سازد و به آنان بیاوراند که در این کشور سلاح کشتار جمعی وجود دارد. ولی با وجود اینکه در این زمینه توفیقی به دست نیاوردند، رسانه های بین المللی را با چنین گزارشی مسموم کردند.

در سال ۲۰۱۱، همین اتحادیه دروغپرداز بود که در استودیو در فضای باز در قطر تصاویری از ورود شورشیان به میدان سبز طرابلس (صحنه پردازی) فلمبرداری کردند. این تصاویر ابتداء توسط شبکه بریتانیایی اسکای نیوز Sky News پخش شد، و به مردم لیبیا نشان دادند که جنگ به پایان رسیده، در حالی که تازه شروع شده بود، و ناتو موفق شد بدون تحمل تلفات سنگین شهر را تسخیر کند (ولی در جبهه لیبیائی ها ۴۰.۰۰۰ نفر کشته شدند). بر اساس این گزارش، سیف الاسلام قذافی مجبور شد شخصاً به محل بیاید و با استقبال طرفدارانش ثابت کرد که تصاویری که در روز گذشته اسکای نیوز پخش کرده، دروغ بوده است.

این اتحادیه دروغ طی جنگ علیه سوریه به اوج اهدافش دست یافت، و ۱۲۰ کشور و سازمان بین المللی در آن شرکت کردند، یعنی بزرگترین اتحادیه در تاریخ.

در اکتبر ۲۰۱۱، ناتو یک دهکده نمونه به نام جبل الزاویه Jabal al-Zouia در شمال کشور را سازماندهی کرد. روزنامه نگاران غربی یکی پس از دیگر به وسیله سرویس ارتباطاتی نخست وزیر ترکیه به آنجا منتقل شدند. روزنامه نگاران در آنجا ارتش آزاد سوریه را دیدند که از سوی مردم پشتیبانی می شوند. با وجود این، عملیات وقتی پایان گرفت که یکی از روزنامه نگاران اسپانیائی در محل رؤسای ارتش آزاد سوریه را باز شناسی کرد: یعنی افرادی که از رهبران القاعده در لیبیا بودند، مانند عبدالحکیم بلحاج و مهدی الهراتی. به هر صورت، تصاویر نشان می داد که واقعاً ارتشی وسیع از سربازان فراری از ارتش عرب سوریه تشکیل شده است.

در سال ۲۰۱۲، جهانیان کشف کردند که طی یک ماه انقلابی های باب عمرو به محاصره ارتش رژیم درآمده و بمباران شده اند. در واقع، محله باب عمرو محاصره شده بود، ولی بمباران نشده بود، زیرا ۷۲ سرباز سوری در یک فروشگاه بزرگ در محاصره به سر می بردند. جهاد طلبان خانه های مسیحیان را تخریب می کردند تا چنین اعمالی را به جمهوری عرب سوریه نسبت دهند. جهاد طلبان روی پشت بامها لاستیک ماشین آتش می زدند تا با دود ضخیم صحنه آرائیهایشان را تکمیل کنند. اسپانیا ۲۴ و الجزیره روزنامه نگارانی را که در محل حضور داشتند تأمین مالی و دادگاه انقلابی را نیز مدیریت می کردند. جسد ۱۵۰ تن از قربانیان که به حکم دادگاه انقلابی با حضور مردم سر بریده شدند، مثل قربانیان بمباران به نمایش گذاشته شد. در محل، یک نویسنده فرانسوی -اسرائیلی مشخور و " آلامد " به نام جوناتان لیتل Jonathan Littell نیز آمده بود تا به زیبایی چنین " انقلابی " قسم یاد کند. بر انجام می توانستیم از "شقاوت رژیم " تصاویری " واقعی " داشته باشیم.

https://youtu.be/Bi_DBfq18mc

در سال ۲۰۱۳، اسپانیا یک شرکت ارتباطاتی در خدمت گروه های جهاد طلب، به نام InCoStrat ایجاد کرد، نشانه واره ها، ویدئو به وسیله تلیفون همراه و برگ تبلیغاتی برای صدها گروه جهاد طلب تهیه کرد تا این توهم را در اذهان عمومی ایجاد کند که گوئی علیه جمهوری سوریه قیام مردمی در شرف تکوین است. در پیوند با SAS ها مهمترین گروه ها را در صحنه آرائیهایشان نشان دادند، برای مثال ارتش اسلامی. عربستان سعودی زره فرستاده بود و از طریق اردن تحویل داد. لباسهای همشکل نیز در اسپانیا تهیه شد و برای مراسم رسمی به جهاد طلبان تحویل دادند. صحنه آرائی ها کاملاً به دست حرفه ئی ها انجام گرفت تا این توهم را دامن بزنند که گوئی یک ارتش منظم سازماندهی شده است که می تواند با ارتش عرب سوریه مقابله کند. می خواستند به گونه ای جلوه دهند که ما با یک جنگ داخلی روبه رو هستیم، با وجود این، تصاویری که نشان داده شد، چیزی نبود به جز نمایش سیاهی لشکری که غالباً خارجی بودند.

[1] " [Mesures à prendre contre la propagande en faveur d'une nouvelle guerre et contre ceux qui y incitent](#) ", Réseau Voltaire, 3 novembre 1947.

[2] " [Condamnation de la propagande contre la paix](#) ", Réseau Voltaire, 17 novembre 1950.

[3] " [Renforcement de la paix par la suppression des obstacles au libre échange des informations et des idées](#) ", Réseau Voltaire, 14 décembre 1954.

[4] " [La chute de statue de Saddam Hussein](#) ", par Jean-Sébastien Farez, Réseau Voltaire, 15 avril 2003.

[5] " [L'effet CNN](#) ", par Thierry Meyssan, Réseau Voltaire, 19 mai 2003.

[6] " [Tienanmen, 20 ans après](#) ", par Domenico Losurdo, Traduction Marie-Ange Patrizio, Réseau Voltaire, 9 juin 2009.

[7] " [Wadah Khanfar, Al-Jazeera et le triomphe de la propagande télévisuelle](#) ", par Thierry Meyssan, Réseau Voltaire, 23 septembre 2011.

[8] " [L'OTAN prépare une vaste opération d'intoxication](#) ", par Thierry Meyssan, Komsomolskaïa Pravda (Russie), Réseau Voltaire, 10 juin 2012.

[9] " [Le dessous du prix Nobel de la paix 2009](#) ", par Thierry Meyssan, Réseau Voltaire, 13 octobre 2009.

[10] " [Un réseau militaire d'intoxication](#) ", Réseau Voltaire, 8 décembre 2003.

[11] " [Des islamistes Libyens en Syrie pour "aider" la révolution](#) ", par Daniel Iriarte, ABC (Espagne), Réseau Voltaire, 18 décembre 2011.

[12] " [Les journalistes-combattants de Baba Amr](#) ", par Thierry Meyssan, Réseau Voltaire, 3 mars 2012.

[13] " [The Burial Brigade of Homs : An Executioner for Syria's Rebels Tells His Story](#) ", Ulrike Putz, Der Spiegel, March 29th, 2012.

[14] " [Comment le Royaume-Uni met en scène les jihadistes](#) ", Réseau Voltaire, 13 mai 2016.

: ولتر شبکه در اصلی متن لینک

<http://www.voltairenet.org/article191773.html>

لینک متن در گاهنامه هنر و مبارزه

<http://gahnamehvm.blogfa.com/post/847>