

مقاله

رسانه و تولید رضایت

واقع بین باش، زندگی همین است که هست!

خسرو صادقی بروجنی
اکرم پدرام‌پیا

«رسانه» این روزها اعم از رادیو، تلویزیون، مطبوعات، اینترنت و... برای نظام‌های منطبق بر مکتب امام خمینی (ره) «حزب وارونه» (Inverted Party) عمل کرده و وظیفه‌اش وارونه جلوه دادن واقعیت است. در این میان در دهه‌های اخیر بسیاری از اندیشمندان به «رسانه» پرداخته‌اند، اما آنان که از رسانه سود برده‌اند، قدرتمندان و نظام‌های سلطه‌گر از هر نوعی اعم از چپ و راست، مذهب و غیر مذهب بوده‌اند. مقاله زیر به نقش رسانه در تحکیم مناسبات سرمایه‌داری پرداخته است؛ نظامی که امروز نظام مسلط بر جهان است و نظیراً بیشترین سود را از این ابزار شکل‌دهی افکار عمومی می‌برد. از خوانندگان نشریه تقاضا داریم با این مقاله برخورد فعال نمایند.

همزاد سرمایه‌داری می‌دانند (سمیرامین) و یا مرگبارترین مرحله آن (استوان مزاروش)، اختلاف قابل توجهی است، اما آنچه در تمام این تعابیر مشترک است همانا نفس وجود سرمایه‌داری؛ در تکوین «امپریالیسم» است. امپریالیسم و منطبق وجودی آن حاصل اشتباه این یا آن دولت نیست که دولتی میانه رو قادر به توقف سیاست‌های جهان‌گسترانه آن باشد. همچنین امپریالیسم گزاره‌ای اخلاقی و برای بیان خواست‌های ایدئولوژیک این یا آن گروه سیاسی محسوب نمی‌شود، بلکه تعبیری علمی و یکی از راهکارهای فرار از بحران نظامی است که با تضادهای درون‌زای خود دست و پنجه نرم می‌کند. گرچه جهان‌گستری نظام سرمایه‌داری از همان ابتدای شکل‌گیری در ذاتش نهفته بوده، نادیده انگاشتن شرایط و قابلیت‌های کنونی برای استحکام جهان‌شمولی آن فقط یادآور فقر تحلیل از وضعیت موجود است.

امروز امپریالیسم در قالب روابط سلطه و تابعیت، تابعیت اکثریتی محروم از اقلیتی صاحب قدرت و ثروت عمل می‌کند و این تابعیت نه فقط در عرصه روابط بین‌المللی که در چارچوب برزهای کشورهای سرمایه‌داری نیز اعمال می‌شود.

یاری‌جستن از پیشرفت‌های تکنولوژی و انحصار بنگاه‌های عظیم رسانه‌ای و همسوی بودن آنها با سیاست‌های تولیاریسم (۱) (ایدئولوژی حاکم بر نظام سرمایه‌داری کنونی) در محتوا اعمال همان روابط امپریالیستی در عرصه فرهنگ و در چارچوب مرزهای ملی است و آنچه در روابط بین‌المللی به شکل «داروینیسیم بین‌المللی» در توجیه روابط نابرابر مرکز-پیرامون عنوان می‌شود باز تولید روابطی است که ابتدا رسانه‌های گروهی

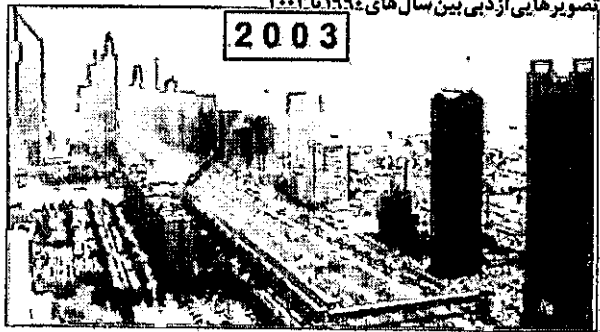
بیش از یک قرن پیش مارکس و انگلس ضمن تبیین علمی نظام سرمایه‌داری به شکل آخرین Formation موجود و مرحله پیشین سوسیالیسم، فروپاشی درونی سرمایه‌داری را که از پی تضادهای درونی‌اش رخ می‌دهد، پیش‌بینی کردند. تاریخ سرمایه‌داری و بحران‌هایی که تاکنون نیز شاهد آنها هستیم مهر تأییدی است بر این پیش‌بینی‌ها. اما پرسش این است که تا امروز چه عواملی موجب پایداری نظام سرمایه‌داری بوده است؟ بی‌شک یکی از این عوامل، که سرمایه‌داری نیز همچون صورت‌بندی‌های پیشین جوامع، جهت استحکام زیربنای خود از آن سود برده، عامل روینای فرهنگی بوده است. انقلاب اطلاعات و ارتباطات در جهت ایجاد دگرگونی در روینای فرهنگی، به دستاوردهای عظیمی دست یافته و به مدد این دگرگونی‌های بزرگ

توانسته بر اذهان و باور عمومی مردم نفوذ کرده و هر اصلی از اصولش را امری بدیهی دوران ما جلوه دهد. یکی از مهمترین دلایلی که سرمایه‌داری با همه بحران‌هایی که از سر گذرانده، توانسته همچنان به حیات خود ادامه دهد، همین سیاست‌هایی است که در گستره روینای فرهنگی، اعمال کرده است.

نظام سرمایه‌داری نظامی است که همواره منطق حاکم بر آن «بیشینه‌سازی» سود بوده و از نخستین روز شکل‌گیری‌اش، در ناحیه کوچکی از اروپای غربی، به جهان‌گستری و فتح جغرافیای جهان گرایش داشته است؛ همان ویژگی‌ای که مارکس و انگلس در مانیفست توصیف کردند و امروز به وضوح قابل مشاهده است. اختلاف دیدگاهی که نزد اندیشمندان مختلف در مورد آغاز شکل‌گیری امپریالیسم وجود دارد، به طوری که کسانی آن را آخرین مرحله سرمایه‌داری دانسته (لنین) یا



آبان و آذر ۱۳۸۹
آبازاریان



2003

در مرزهای ملی و در میان روابط طبقاتی هر کشور ترویج داده‌اند؛ فرایندی که به یاری دگرگونی‌ها و پیشرفت‌های جدید روند ساده‌تری طی می‌کند. دگرگونی‌های اخیر، همان‌طور که پل سوئیزی (Paul Sweezy) به درستی به آنها اشاره می‌کند، پیش از آن که سبب بهروزی بیشتر ساکنین کره زمین شده باشد، یاری رسان و درونی کردن و بدیهی جلوه دادن ارزش‌ها و مناسبات حاکم و استحکام پیش از پیش ساختار موجود بوده است.

به بیان پل سوئیزی، ادیانگی است اگر اهمیت دگرگونی‌های اخیر نادیده گرفته شود، اما در عین حال دیوانگی است که سند مرگ سوسیالیسم نیز امضا شود. شرایطی که موجب پیدایش و رشد سوسیالیسم شد هنوز با برجامت و بنابراین هنگامی که نسل جدیدی از استثمار شدگان قدم به صحنه بگذارند، سوسیالیسم دوباره در شکل و قالبی جدید نمایان خواهد شد. آنچه ما باید انجام دهیم توضیح و تشریح آن چیزی است که روی داده و مسیری که طی شده است، تا نسل جدید بتواند فرایند جاری در دنیای سرمایه‌داری را درک کند. نباید امید خود را به بهبود شرایط زندگی بشر، حتی برای لحظه‌ای از دست بدهیم. (۲)

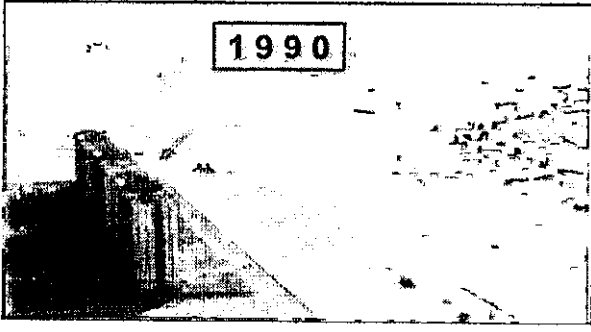
به باور پل سوئیزی، شرایطی که موجب پیدایش و رشد سوسیالیسم شده و همچنین همه شرایط عینی تغییر به سوی آرمان‌های سوسیالیسم هنوز وجود دارد، اما نظام حاکم با اتکا به همین دگرگونی‌های اخیر، تا آنجا که توانسته شرایط ذهنی مردم را برای پذیرش و رخداد این تحول بزرگ به تأخیر انداخته است، به گونه‌ای که مردم حتی نابرابری‌ها را از امور بدیهی می‌پندارند.

پرداختن به آمار و ارقام مربوط به نابرابری در جهان کنونی و مقایسه آن با دهه‌ها و ادوار گذشته خود بحث گسترده‌ای است که نوشتار دیگری می‌طلبد، اما تنها برای نشان دادن ژرفای نابرابری، در اینجا فقط به یکسری نمونه از آن اشاره می‌کنیم؛ بنابه گزارش سازمان ملل در سال ۲۰۰۸ دو درصد از مردم کره زمین مالک ۵۰ درصد از دارایی روی زمین بوده‌اند، که ۴۰ درصد از این دارایی فقط به یک درصد از این طبقه تعلق داشته و ۵۰ درصد از مردم طبقات

پایین جامعه در جمع مالک کمتر از یک درصد از دارایی‌های روی زمین بوده‌اند. میانگین درآمد سالانه مردم طبقه متوسط و پایین بریتانیا از سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۱ بیش از سه درصد افزایش داشته است، در حالی که میانگین درآمد سالانه آنها از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۷ فقط ۱/۵ درصد افزایش داشته است. (۳)

مشال در دنساک دیگری که رشد نابرابری را در جوامع متفاوت از جمله جوامع سرمایه‌داری نشان می‌دهد تعداد مراجعہ کنندہا به صندوق کمک‌های غذایی است. در کشور و توسه یافته‌ها کانادا در سال ۲۰۰۹ میزان مراجعہ به این صندوق‌ها بالاترین رشد را نشان داده است و فقط در ماه مارس امسال نسبت به ماه مارس سال پیش ۱۷/۶ درصد یعنی

1990



حدود ۱۲ هزار نفر بیشتر به این صندوق‌ها مراجعه کرده‌اند. (۴) یکی از روش‌های از بین بردن احساس نابرابری، بهره‌برداری از انقلاب فناوری اطلاعات و ارتباطات یا به عبارتی رسانه‌هاست، گرچه این انقلاب آن گونه که امثال مانوئل کاستلز (Manuel Castells) مدعی‌اند، نقطه آغازین جهانی شدن نبوده، اما بی‌شک نقش مهمی را در استحکام ساختار سرمایه‌داری موجود و در پی آن ایجاد نابرابری داشته است؛ نقشی که البته نه در ذات این فناوری‌ها، بلکه در مناسبات حاکم بر مالکیت آنها نهفته است. به این جهت که فقط صاحبان سرمایه‌های عظیم می‌توانند مالکیت آنها را در انحصار خود در آورند.

مهمترین کارکرد این رسانه‌ها ارائه تصویری از ارزش‌ها و ایدئولوژی سیستم سرمایه‌داری است، چون شایسته‌ترین سیستم بشری است؛ سیستمی که اثبات اولیه سرمایه آن به گونه‌ای که مارکس شرح می‌دهد، بر اساس دزدی، غارت، تصاحب، لغو مالکیت، حصار کشی و بیرون کشیدن ارزش اضافی از عرق و خون زحمتکشان و تولیدکنندگان ایجاد نشده، بلکه به لطف هوش، درایت، حسابگری، اخلاق پرستانی و تساهل و تسامح نهفته در آن نوع جهان بینی ایجاد شده است؛ و راز تداوم و استمرار آن نیز همین اخلاقی بودن زیرکانه معرفی می‌شود؛ اخلاقیاتی که تنها معدودی استعداد داشتن آن را دارند و مابقی محروم از آنند:

در زمان‌های خیلی دور دو گونه انسان بودند؛ یکی برگزیدگان باهوش، کوشا و مهمتر از همه صرفه‌جو و دیبگری فرومایگان تنبل که هستی خود را، آن هم با هرزگی و عیاشی بر باد می‌دادند... و بدین سان گروه اول ثروت انباشت و گروه دوم جز گوشت و پوست خود چیزی برای فروش نیافت. از زمان این گناه نخستین بود که فقرا اکثر مردم آغاز شد، اکثریتی که علی‌رغم زحمات خود تا کنون چیزی جز خود برای فروش نداشته است. از همان زمان بود که ثروت عده معدودی دائماً و به افزایش نهاد، در حالی که مدت‌هاست

از کار کردن دست کشیده‌اند. چنین داستان‌های کسل‌کننده کود کانه‌ای از اهر روز در دفاع از مالکیت می‌شنویم... به محض این که موضوع مالکیت به میان می‌آید، عنوان کردن ادعایی در حد فکر نوزادان، به عنوان اصلی که در تمام دوران‌ها و در تمام مراحل تکامل صادق است، بدل به وظیفه‌ای مقدس می‌شود. آشکار است که در تاریخ واقعی، تصرف، برده‌سازی، دزدی، قتل و به کلامی خلاصه زور، نقش عمده داشته است... اثبات ابتدایی از هر راهی بوده است، به جز راهی در خور قصه پردازی. (سرمایه، کارل مارکس)

این نظر مارکس بیش از دوران‌های گذشته در دوران حاکمیت نولیبرالیسم، خودنمایی می‌کند،

بنابه گزارش سازمان ملل در سال ۲۰۰۸ دو درصد از مردم کره زمین مالک ۵۰ درصد از دارایی روی زمین بوده‌اند، که ۴۰ درصد از این دارایی فقط به یک درصد از این طبقه تعلق داشته و ۵۰ درصد از مردم طبقات پایین جامعه در جمع مالک کمتر از یک درصد از دارایی‌های روی زمین بوده‌اند

ایمان و آذر ۱۳۸۹

آن چنان که به بیان پسر بوردیو (Pierre Bourdieu) «توان ایدئولوژی تولیدی در این است که بر پایه گونه‌ای نودار وینیسیم اجتماعی است همانگونه که در هاروارد هم می‌گویند، درخشان‌ترین و بهترین آن است که سرآمد باشد (بکر، برنده جایزه نوبل اقتصاد، این اندیشه را می‌پروراند که داروینیسیم بنیان توان محاسبه عقلانی کسانی است که کارگزاران اقتصادی توصیف می‌کند). و رای پینش جهانی انترناسیونالیسم گروه‌های مسلط، یک فلسفه کارآمد است که بنا بر پندار کسی کارآمد و توانست که فرمانروایی دارد و شغل‌ها در دست اوست بدین معنا کسانی که کار نهارند کارآمد و توانا نیستند. اینجا «برندگان» و «بازندگان»، اشرافیت، آنان که اشراف دولتی می‌نامم، به دیگر سخن کسانی که همه ویژگی‌های اشرافیت را به معنای قرون وسطایی آن دارند و اقتدارشان مدیون تحصیلاتشان، یا بنا به دیدگاه خودشان، هوشمندی‌ای است که آن را موهبتی آسمانی می‌دانند؛ حال آنکه می‌دانیم در جهان واقعیت، این امکان را جامعه توزیع می‌کند و نابرابری در هوشمندی از نابرابری اجتماعی است. ایدئولوژی توانایی و کارآمدی به خوبی ضدیتی را توجیه می‌کند که تقریباً همانند ضدیت میان اربابان و بردگان است. در یک سو شهروندانی کاملند که

یکی از روش‌های از بین بردن احساس نابرابری، بهره‌برداری از انقلاب فناوری اطلاعات و ارتباطات یا به عبارتی رسانه‌هاست، گرچه این انقلاب آن گونه که امثال مانوئل کاستلز مدعی‌اند، نقطه آغازین «جهانی شدن» نبوده، اما بی‌شک «نقش» مهمی را در استحکام ساختار سرمایه‌داری موجود و در پی آن ایجاد نابرابری داشته است؛ نقشی که البته نه در ذات این فناوری‌ها، بلکه در مناسبات حاکم بر مالکیت آنها نهفته است. به این جهت که فقط صاحبان سرمایه‌های عظیم می‌توانند مالکیت آنها را در انحصار خود در آورند

است آنچه باعث می‌شود طبقات تحت سلطه، نظام سلطه موجود را پذیرا شوند و به تولید و بازتولید آن بپردازند، درونی شدن «ساختار اجتماعی» از طریق درونی کردن نمادهای فرهنگی‌ای چون ارزش‌ها، منش‌ها، سلیقه‌ها، مدها و سبک زندگی نظام حاکم و جامعه‌پذیری این طبقات از رهگذر نظام آموزشی موجود است، آنچه که «لویی آلتوسر» (Louis Althusser) از آن به نام «سباز و پسرک» ایدئولوژیک دولت یاد می‌کند.

نظام آموزشی حاکم ضمن بازتولید نابرابری طبقاتی از طریق تبدیل تمایزات طبقه اجتماعی به تمایزات آموزشی، این گونه تبلیغ می‌کند که «موفقیت» نشانگر تلاش و توانایی فرد و عدم توفیق در تحصیل به منزله شکست فرد تلقی می‌شود و نه سیستم آموزشی طبقاتی و این گونه به حفظ سلسله مراتب طبقاتی کمک می‌کند، از این رو به تعبیر بوردیو نظام آموزشی را می‌توان از مهمترین نظام‌ها برای تولید و بازتولید روابط نابرابر قدرت، ایجاد سلطه بر طبقات فرودست و همچنین تلاش در جهت تولید رضایت و مشروع‌سازی روابط نابرابر طبقاتی تلقی کرد.

تا چند سال پیش فقر و نابرابری محصول ساختاری تلقی می‌شد که بر بی‌عدالتی موجود دامن می‌زد و تقریباً تمامی طیف‌های سیاسی چپ و راست، کم و بیش به این ساختار بیمار اذعان داشتند، اما امروزه کوشش نولیبرالیسم، دولت در تولید این نابرابری‌ها چندان نقشی ندارد، بلکه «فقر» پاداشی منصفانه برای ناتوانی‌ها و ناکارآمدی‌های فردی تلقی می‌شود، چرا که زندگی عرصه مبارزه‌ای است که در این عرصه هر کس کالای مرغوب‌تری برای عرضه دارد قادر به رهایی از چنگال فقر و نداری است. بیکاری آن گونه که میلتون فریدمن (Milton Friedman) از مردمان نولیبرالیسم می‌پندارد «فرخی طبیعی» دارد و بی‌عدالتی قانونی طبیعی است که شایستگی‌ها را پاداش می‌دهد و آنان که در این نظام بهره‌ای نمی‌بینند افرادی پله، تپل و تن‌پرورند.

برای نمونه در فرانسه، به جای «کارفرما» (Me patronat) می‌گویند «نیروهای زنده ملت» (Me forces delanation)؛ شرکتی که کارگرانش را بیرون می‌کند، به کتابه‌ای ورزشی «لاغر» می‌شود (بدن سرپا باید لاغر باشد). برای آنکه اعلام کنند شرکتی می‌خواهد ۲۰۰۰ نفر را بیرون کند، مفسر می‌نویسد: «برنامه اجتماعی شجاعانه شرکت آلکاتل». نتیجه بازی با تلویحات و معناهای ضمنی واژگانی چون «انعطاف» و حذف نظارت دولتی است که می‌خواهد نشان دهد پیام نولیبرالیسم پیام جهانشمول آزادسازی است. (۷) از این جهت است که دیگر چیزی به شکل «بی‌عدالتی» وجود ندارد بلکه آنچه هست «توان» و «ناکامی»‌ای است که نتیجه بی‌مسئولیتی و کوتاهی افراد در انجام درست وظایفشان در چارچوب نظام موجود است. شکست و ناکامی‌ای که هر روز موارد گوناگون آن به شکل فقر، بی‌خانمانی و بیکاری در برنامه‌های مختلف تلویزیونی نمایش داده می‌شود، فقط ناشی از «بدبختی» و «بدشانسی» و محاسبات اشتباه فردی تلقی می‌کنند و جست‌وجوی هر گونه علل ساختاری دیگری را کاری بی‌بهره می‌پندارند.

جدیدترین آمار گویای این واقعیت است که چهارده و نیم میلیون نفر از کارگران امریکایی «کار» خود را از دست داده‌اند. (۸) بانک‌های امریکا فقط

توانایی‌ها و فعالیت‌هایی با دستمزد بالا و بسیار نادر دارند؛ چنان که می‌توانند کارفرماهای خود را خود برگزینند (حالا آنکه دیگران را در بهترین حالت کارفرمایان برمی‌گزینند) و می‌توانند در بازارین المللی کاری با درآمد بسیار بالا داشته باشند، آنگاه در سویی دیگر توده بزرگی از کسانی هستند که محکومند کارهای حاشیه‌ای داشته باشند یا بیکار باشند. (۵)

ماکس وبر می‌گفت که گروه‌های مسلط همیشه به «باور» به «دادوری» خدا امتیاز خودشان یا دقیق‌تر باور به «دادوری» جامعه، توجه نظری این واقعیت که دارنده امتیازند، نیاز دارند. باور به «دادوری» جامعه را که در اندیشه کارآمد بودن نهفته است، طبیعی است آنان که مسلطند می‌پذیرند؛ البته به سود خود اما دیگران هم آن را پذیرفته‌اند. در رنج آنان که اخراجی‌اند، در بدبختی بیکاری بلندمدت، چیزی بیش از آنچه در گذشته بود، وجود دارد. ایدئولوژی انگلیسی-امریکایی، که همیشه تا اندازه‌ای زهد فروشانه بود، «تهیدستان نابحق» را که خودشان سبب تهیدستی‌اند، از «تهیدستان بحق» که مستحق خیریه می‌دانند، جدا می‌کند. در کنار یا به جای این توجه اخلاقی، اکنون توجهی روشنفکرانه آمده است؛ تهیدست دیگر تنها بی‌پند و بار، دائم‌الخمر و تبهکار نیست، بلکه نادان است و هوشمندی ندارد. بخش بیشتر رنج اجتماعی از تهیدستی ارتباط افراد با نظام آموزشی است؛ نظام آموزشی‌ای که نه تنها سرنوشت اجتماعی، بلکه پنداری که درباره سرنوشت دارند را شکل می‌دهد (که بی‌شک کمک می‌کند آنچه را که انفعال زیر سلطه‌ها، سختی تحرک آنها و... می‌مانند توضیح دهد). افلاطون نسبت به جهان اجتماع دیدگاهی دارد که به جهان تکنوکرات‌های به ترتیب فیلسوف، نگهبان و آنگاه مردم عادی می‌ماند. این فلسفه به روشن‌ترین شکل خود در سنگ‌نبشته نظام آموزشی نگاشته شده است. این فلسفه بسیار توانمند در اذهان جا افتاده است. (۶)

پسر بوردیو ضمن بیان مفهوم «خشونت نمادین» (Symbolic Violence) معتقد

کیفی و زیبایی شن اختی در تقابل است در اساس، همان ارزش های است که رسانه ها با اشاعه آنها به باز تولید و روابط تولید سرمایه داری می پردازند.

هربرت مارکوزه (Herbert Marcuse) معتقد است ترویج ایدئولوژی مصرف گرایی نیاز به ای کاذبی ایجاد می کند که به نوعی ذهن جامعه را کنترل می کند؛ به طوری که نیاز به کالا های تجملاتی را به مردم القا می کند و اشخاص خود را در کالا هایشان معنا کرده و روح خود را در اتومبیل و کالا های لوکسشان می جویند. تبلیغات رسانه ها با دامن زدن به این نیاز های دروغین مانع شکل گیری نیاز های بنیادی می شوند. نگاهی به محتوای فیلم های ساخته شده در کمپانی های بزرگ فیلم سازی نیز مؤید این نظر است.

همه ما با پایان خوش فیلم های دوران کودکی مان را به خاطر داریم؛ از دواج، «بچه دار شدن»، کار کردن و زندگی در زیر یک سقف در کنار زن و بچه و پدر و مادر، این تصویر قابل مقایسه است با تصاویر کنونی

پایان فیلم ها؛ پولدار شدن؛ تصویری که نمونه اخیر آن را می توان در فیلم «میلیونر زاغه نشین» (Slumdog Millionaire) سراغ گرفت. پولدار شدن یک شبه بدون صرف کار و فعالیت (به سبب نبود کار مناسب)، از یک سو کمال مطلوب نظام سرمایه را نشان می دهد و از سوی دیگر با ایجاد امید کاذب برای رسیدن به زندگی ایده آل منطبق با ارزش های نظام سرمایه داری، حس ناخشنودی در طبقات و نچسبیده و کم درآمد جامعه را کاهش می دهد. فیلم هایی که در گذشته به پایانی خوش می انجامید، با فیلم های هدف دار امروزی متفاوت بود. در گذشته هدف عمدتاً جلب بیننده های بیشتر برای مصارف تبلیغاتی بود. امروزه افزون بر آن، با تولید چنین فیلم هایی بر آنند که نشان دهند نظام سرمایه داری رو به جلو می رود و در این نظام همه طبقات جامعه می توانند به راحتی مالک خانه، زندگی، ماشین های آخرین مدل و... شوند. از این راه به طبقات پایین جامعه امید می دهند و حس ناخشنودی و نابرابری را در بین آنها کاهش می دهند. به گفته چامسکی گاه برای ایجاد آرامش و خاموش کردن صدای اعتراض مردم محروم با بهره برداری از رسانه ها که در انحصار مطلق آنها است، واقعیات را کاملاً وارونه جلوه می دهند. مثال خوبی که در تأیید این عقیده می آورد، شیوه تبلیغات برای خروج اسرائیلی ها از نوار غزه در ۱۵ آگوست ۲۰۰۵ است. تمام رسانه های اسرائیلی و غربی طرح خروج از نوار غزه را به گونه ای دلخراش نشان دادند که معتبرترین روزنامه عبری آن را تکرار «طرح آسیب ملی ۸۲، نامید. با حضور بی مورد ارتش برای اخراج آنها از نوار غزه عملاً به هدف نهایشان یعنی «بخشیدن با منت کرانه غربی رود اردن» به مردم اسرائیل، تحکیم بخشیدند، اما با نشان دادن فیلم های دلخراش از خروج اسرائیلی ها خمیره ذهن مردم دنیا، بویژه مردم آمریکا را در جهت به انجام رساندن اهدا فشان که سلفه کامل بر کرانه غربی رود اردن بود، شکل دادند؛ در حالی که به راحتی و با پرداخت



مهمترین کارکرد این رسانه ها ارائه تصویری از ارزش ها و ایدئولوژی سیستم سرمایه داری است، چون شایسته ترین سیستم بشری است؛ سیستمی که انباشت اولیه سرمایه آن به گونه ای که مارکس شرح می دهد، بر اساس دزدی، غارت، تصاحب، لغو مالکیت، حصار کشی و بیرون کشیدن ارزش اضافی از عرق و خون زحمتکشان و تولید کنندگان ایجاد نشده، بلکه به لطف هوش، درایت، حساسگری، اخلاق پروتستانی و تساهل و تسامح نهفته در آن نوع جهان بینی ایجاد شده است!

از ژوئیه ۲۰۰۷ تا سپتامبر همان سال بیش از ۴۴۶ هزار خانه و راه دلیل ناتوانی صاحبان آن در پرداخت وام بانکی ضبط کردند، اما بسیاری از کارگران و صاحبان این خانه ها به دنبال تأثیر پذیری از رسانه ها معتقدند که این بحران اقتصادی نیز چون بحران های دهه هشتاد و پیشتر از آن گذراست و علت بیکاری و ناتوانی انتقال کمپانی های بزرگ تولیدی به کشورهای جهان سوم می دانند. به عبارت دیگر به دنبال تلاش رسانه ها در شکل دادن به افکار عمومی و تولید رضایت، از جست و جوی علل ریشه ای باز می مانند.

همان طور که در جدول و نمودار ارائه شده در پوست آمده، بررسی اقتصاد سیاسی و روابط قدرت حاکم بر عمده ترین رسانه های موجود در امریکا، از سیاست های آنها در جهت دهی به اذهان و باور عمومی و همسو کردن این سیاست ها با منافع شرکت ها و کمپانی های بزرگ اقتصادی پرده برمی دارد. به گفته کریستوفر دیکسن، تحلیلگر رسانه ای، آنچه شما می بینید انحصار درست

رسانه ها در جهان است، همان کاری که در دهه های نخست قرن پیش بر سر صنعت نفت و اتومبیل آوردند، اکنون بر سر رسانه های آورند. با انحصار رسانه ها به راحتی می توانند ذهن انسان ها را نیز در انحصار خود در آورند و به قول چامسکی «تولید رضایت» (Manufacturing Consent) کنند.

اصطلاح «تولید رضایت» را برای نخستین بار والتر لیپمن (Walter Lippmann)، در سال ۱۹۲۲ در اثری به نام «افکار عمومی» به کار برد و پس از گذشت حدود هفت دهه نوام چامسکی و ادوارد هرمن (Edward Herman) با استفاده از این اصطلاح نقش رسانه ها را در شکل دادن به اذهان عمومی برای تولید رضایت در کتابی با همین نام وصف کردند. (۱۰) چامسکی و هرمن بر این باورند که برای القای تولید رضایت در اذهان عمومی از شیوه های گوناگون تبلیغات استفاده می کنند. رسانه های خبری ای که مالکیت شان را شرکت های بزرگ به عهده دارند، در واقع محل کسب و کار این شرکت ها بوده و از راه تبلیغات تجاری و ایجاد رقابت در بازار به سودهای بزرگی می رسند، بنابراین تحریف و سوگیری در انتخاب خبر، گزارش خیر و شیوه گزارش آن از پیامدهای اندیشیدن به سود بیشتر است و خبرگزاری هایی که به سوددهی می اندیشند و نفع مردم مد نظر شان نیست، در مقایسه با آنها بی که به ارائه اخبار و گزارش های درست اهمیت می دهند، موفق ترند.

آنچه نوام چامسکی به درستی آن را «تولید رضایت» از جانب رسانه ها می داند اشاره به همین نوع تبلیغات رسانه ای است. تغییر جهت دادن ارزش های انسانی به سمت ایدئولوژی نظام حاکم و همچنین باز تولید شرایط تولید که به وضوح در برنامه های مختلف رسانه های گوناگون مشاهده می کنیم، استفاده بهینه سیستم سرمایه داری از دگرگونی های اخیر، مورد نظر سوتیزی است. آنچه نزد جامعه شناسان مکتب فرانکفورت «ارزش های کاذب» نامیده می شود و با ارزش های حقیقی،

غرامت می توانستند بی دخالت ارتش وی بی صدا آنها را از نوار غزه بیرون کنند. (۱۱)

گاه بسا استفاده از بلندگوهای رسانه‌ای شان به دستاویزهایی پناه می‌برند تا افکار عمومی داخل کشور و جهان را در مسیر اهداف شومشان تغییر دهند. در آوریل ۲۰۰۵ کنگره امریکا، قانونی به نام «قانون انرژی سال» به تصویب رساند تا در پناه این قانون بتواند به فخر منابع قطب شمال بپردازد. واشنگتن برای فروش این هدف شوم به مردم، به دستاویزی چون «کار آفرینی و کاهش وابستگی به منابع نفتی خاورمیانه» متوسل شد و از واژه تخصصی و دیرآشنای «کار آفرینی» به جای واژه زنده «منافع» استفاده کرد، اما رسانه‌های ذی نفع از تاثیرات مضر این طرح بر زندگی بومیان منطقه، محیط زیست، نابودی یخچال‌ها، گردش آب گرم اقیانوس‌ها و عوارض درازمدت ناشی از آن حرفی به میان نیاوردند. از سوی دیگر برای توجیه حمله به کشورهای چون افغانستان و عراق با دستاویزهایی چون

هربرت مار کوزه معتقد است
ترویج ایدئولوژی مصرف‌گرایی
نیازهای کاذبی ایجاد می‌کند
که به نوعی ذهن جامعه را
«کنترل» می‌کند؛ به طوری که
نیاز به کالاهای تجملاتی را به
مردم القامی‌کنند و اشخاص
خود را در کالاهایشان معنا
کرده و روح خود را در اتومبیل
و کالاهای لوکسشان می‌جویند.
تبلیغات رسانه‌ها پادامن زدن
به این نیازهای دروغین مانع
شکل‌گیری نیازهای
بنیادی می‌شوند

اینجاست می‌توانید جنس‌های اصل بخردید، از مقابل هر بنای یادبودی که رد می‌شوید راهنمایی گوید. مرکز تجارت جهانی ساخته شده با الطاف... اما این یک دروغ محض است، شهر را شیخ دویی نساخته است، شهر را کارگران چون برده ساخته‌اند و هنوز هم در حال ساختن آن هستند. (۱۲)

یک تحقیق از سازمان دیده بان حقوق بشر نشان داده که «کنمان حقیقت» در مورد میزان مرگ و میر بر اثر گرما، خفگی، کار اضافی و خودکشی در دویی صورت گرفته است. فقط در سال ۲۰۰۵، کنسولگری هند تعداد ۹۷۱ مورد از مرگ شهروندان خود را ثبت کرده است. پس از اینکه این آمار افشا شد، به کنسولگری اخبار داده شد که از انتشار آمار دست بردارند. (۱۳)

در پوشش تمامی تبلیغات مسجورکننده رسانه‌ها درباره این بهشت سرمایه‌داری، گفته نمی‌شود که در این جزیره افسانه‌ای اتحادیه‌های کارگری و بخش اعظم اعتصاب‌ها غیرقانونی‌اند و فعالان کارگری

دفاع پیشاپیش از خود، «ترویج دموکراسی»، «مبارزه با تروریسم» و «خلع سلاح‌های کشتار جمعی» افکار عمومی را در جهت اجرای برنامه‌هایشان تغییر دادند و به عراق حمله کردند و به اهداف شومشان رسیدند که یکی از آنها برقراری محدودیت‌های تحمیل شده از سوی برنامه «غذا در برابر نفت» سازمان ملل است. به گزارش روزنامه تایمز مالی سه چهارم قراردادهایی که بیش از ۵ میلیارد دلار ارزش داشتند، بی‌هیچ مزایده‌ای به شرکت‌های نفتی امریکایی از جمله شرکت نفتی هالیبرتون واگذار شد که ریاست این شرکت را دیک چنی معاون رئیس جمهور سابق امریکا به عهده داشت. باین واگذاری، هالیبرتون به بزرگترین و یگانه دریافت‌کننده سرمایه‌های عراق تبدیل شد. (۱۴)

نمونه‌ای دیگر از نقش رسانه‌ها در تغییر افکار عمومی، تبلیغات وسیع و به ظاهر جذابی است که برای جلب سرمایه و نیروی کار به «دویی» صورت می‌گیرد؛ صحرای خشک و بی‌آب و علفی که به یاری سرمایه‌های جهانی، امروز بهشت سرمایه‌داری تلقی می‌شود؛ سرزمین افسانه‌ای که هر آنچه بخواهی در آن قابل دسترسی است؛ جزیره‌ای که به تمام آرزوهای انسان جامه عمل می‌پوشاند؛ برج‌های مجلل و سر به فلک کشیده، طبیعتی چهار فصل در دل ریگزارهای خاورمیانه، بیست اسکای‌باکس با برف طبیعی در دل کویر، جزیره‌ای به شکل نقشه جهان، زمین تنیس بر بام آسمانخراش‌ها، سفر به اعماق دریا، شنا با دلفین‌ها، کوه یخ و ده‌ها تصویر زیبا از سرزمینی که فقط سه دهه پیش ریگزار خشک و بی‌آب و علف بوده است. آنچه در رسانه‌ها به رخ کشیده می‌شود تنها گوشه‌ای از واقعیت است که اگر سرمایه‌ای در دستانت باشد می‌توانی به دارایی‌هایی برسی. در این رسانه‌ها معمولاً از روی دیگر سکه دویی سخنی به میان نمی‌آید، روی دیگری که نصیب کارگران و زحمتکشان می‌شود، آنان که سرمایه‌ای برای خرید ندارند و ناگزیر نیروی کارشان را به فروش می‌رسانند. شهری که به نظر می‌رسد بالغ و رسیده، فقط در عرض سه دهه از آسمان فرود آمده است. مردم دویی تنها در طی یک نسل، از قرن هجده به قرن بیست و یک جهیده‌اند. اگر تور بزرگ دویی را بگیرید؛ توری که پیشرفته‌تر از تمام تورهای بزرگ دنیا است، با تصاویر تبلیغاتی روند این تغییرات رویه‌رو خواهید شد. شعار دویی این است «درها را باز بگذارید، مغزها را آزاد کنید، شعاری که راهنمای تور، پیش از اینکه به شما بگویند ملل‌های شترنشان بخردید، با لحن کلیپ وارش به شما می‌گوید. راهنما همچنین می‌گوید در

مسورد پیگرد قسرامی گیرند. ۹۹ درصد از نیروی کار بخش خصوصی از شهروندان این کشور نیستند و هر لحظه و بی‌درنگ می‌توان آنها را به وطنشان بازگرداند. مقررات سازمان بین‌المللی کار را به ریشخند می‌گیرند و از امضای معاهده بین‌المللی کارگران مهاجر سر باز می‌زنند. مطبوعات محلی حق ندارند در مورد کارگران مهاجر، شرایط کار غیرانسانی و خودفروشی زنان گزارش یا مطلبی درج کنند و پلیس این کشور در عین حال که بر واردات غیرقانونی طلا و الماس و اسرادی که هویت خود را پنهان می‌کنند و به صورت همزمان طلا و یلار نقد می‌خرند چشم می‌بندد، کارگران پاکستانی را که به خاطر نگرانی دستمزد از مقاطعه کاران شکایت می‌کنند، از کشور بیرون می‌اندازد یا به زندان می‌فرستد و دوشیزگان فیلیپینی را به خاطر اعتراض به تجاوز کارفرماها به آنها به جرم زنا بازداشت و تنبیه می‌کند. (۱۵)

شیوه دیگر در شکل دادن به اذهان مردم و پدیدهی سازی روند سرمایه‌داری و از پی آن ناپرابری در جامعه، استفاده از تئوری‌های علمی و اقتصادی، چون تئوری چارلز داروین و آدام اسمیت است. داروین معتقد است که در میان گونه‌های موجودات زنده، فقط گونه‌هایی که بتوانند در رقابت با دیگران بهتر با طبیعت سازش کنند، باقی می‌مانند و به تولید مثل می‌پردازند و گونه‌های نامناسب نابود می‌شوند. در نظام سرمایه‌داری با تکیه به این تئوری، به مردم القا می‌کنند که آنهایی که قدرت رقابت بیشتر و سرمایه بیشتری دارند، توان بقا و رشد دارند و آنهایی که در این بازار رقابت ضعیف‌ترند، گونه‌های نامناسب تلقی می‌شوند و خود به خود از دور خارج می‌شوند. باین تفاوت که در میدان رقابت طبیعت داروین هر موجود یا حتی یک ژن برای بقای خود میلیون‌ها سال به مبارزه و رقابت می‌پردازد، اما در میدان رقابت بازار، قوانین طوری وضع شده‌اند که هزاران نفر از مردم، یک‌شبه، مبارزه و رقابت را می‌بازند و بی‌کار می‌شوند، شرکت‌های چندملیتی در زمان بسیار کوتاه شرکت‌های کوچک را از میدان رقابت بازاری بیرون می‌رانند و در کمتر از یک دهه اقتصاد بسیاری از دولت‌های ملی را فلج و وابسته می‌کنند.

از سوی دیگر، تئوری «دست نامرئی بازار» آدام اسمیت را هم به نفع خودشان تعبیر می‌کنند. منظور آدام اسمیت از دست نامرئی بازار این بود که در موازنه بین عرضه و تقاضا، دست نامرئی بازار همان ارضای خواسته‌ها و سلیقه مصرف‌کننده‌هاست.

آبان و آذر ۱۳۸۹
 نشر اندیشه‌ها
 ۱۵۱

ارائه اقتصاد به عنوان یک علم محض و بازار به عنوان یک قانون طبیعی اخلاقاً خنثی (بازاری که بدون توجه به بیکاری، فقر یا میزان عقب ماندگی هر کشور، تعیین می کند که کدام شخصیت، شرکت یا ملتی شایسته رقابت کردن است و کدام نیست) تبدیل توصیف آدم اسمیت از آزادی اقتصادی و مسئولیت اخلاقی به داروینیسیم بازار جهانی است. استدلال اقتصادی بنیادین نو کلاسیک، که سیاستمداران لیبرال افراطی پایان قرن [بیستم] از آن پیروی می کردند، همان سه اصل مفروض اولیه و اساسی چارلز داروین را به کار می برد، یعنی دوگانگی (dualism)، تعارض (conflict) و تکامل (فرگشت) (evolution). (۱۶)

از نظر داروین، دوگانگی آنتی تز (برابر نهاد) بین گونه ها از یک سو و محیط زیست از سوی دیگر است. گونه ها در تلاش برای زنده ماندن دائماً در حال تطبیق دادن خود با محیط زیست اند. طبق تفکر اقتصادی نو لیبرالیسم کنونی، بازار جهانی همان محیط طبیعی است که انسان باید به منظور زنده ماندن خود را با آن وفق دهد. آن اشخاص، شرکت ها یا اقتصادهای ملی که موفق نمی شوند خود را تطبیق دهند تنبیه و به عنوان گونه هایی که از نظر اقتصادی ناکارآمد هستند به حاشیه رانده می شوند.

مفهوم دوگانگی، تعارض و تکامل داروین نشان دهنده واکنش های فرهنگی است که برای نسل ها در ضمیر ناخود آگاه غربی ها تثبیت شده است. به معنای دقیق کلمه، این واکنش هازمانی که رویدادهای اجتماعی و اقتصادی مورد توجه قرار می گیرند بدون محدودیت از نو ظاهر می شوند، و به این طریق به منافع و امتیازهایی خاص مشروعیت می بخشند. (۱۷)

واقعیت این است که قرار نیست به ساختاری که فقر و فلاکت را می آفریند پرداخته شود، بلکه در وضعیت فعلی، که به بیان کارل پوپر از ابتدای تاریخ تا کنون بهترین وضعیت بوده و به تعبیر «مارگارت تاچر» هیچ بدیل دیگری برای آن وجود ندارد، باید بیشترین استفاده و پلذت را برد و هر چه مسیر این دستیابی به سعادت کوتاه تر و سهولت تر باشد به کمال مطلوب نزدیکتر است، البته این استفاده و لذت نیز تنها در تن دادن به مناسبات حاکم سرمایه داری

معنای شود؛ همان چیزی که اغلب نام واقع بینی بر آن نهاده شده و «هاوارد زین» (Howard Zinn) به درستی آن را مصداق «ایدئولوژی امریکایی» نامیده و هدف از تلاش تمام دستگاه های ارتباط جمعی و تفکر سازی را استحکام بخشیدن به آن می داند؛ «ما در جامعه ای بزرگ می شویم که در آن انتخاب نظرات و عقاید محدود و برخی نظرات تسلط کامل دارند. ما این عقاید را نه تنها از والدین خود می شستیم، بلکه در مدرسه، در کلیسا، در روزنامه و رادیو تلویزیون، به ما القا می شوند. این عقاید از زمانی که آغاز به راه رفتن و سخن گفتن می کنیم، ما را احاطه کرده اند. این باورها، ایدئولوژی امریکایی، یعنی الگوی غالب فکری و عقیدتی ما را تشکیل می دهند.»

او سپس برخی از این ویژگی های ایدئولوژیک را چنین بر می شمرد: «واقع بین باش، چرخ روزگار همین است که هست، فکر کردن درباره این که گردش روزگار چگونه باید باشد، فایده ای ندارد. آزادی سخن چیز خوبی است، اما در این از حب و مرز فراتر رفته ایم. اگر بخواهی اوضاع را تغییر دهی، بهتر است راه پمپودن راه های قانونی است.» (۱۸)

امروز مدارس نیز در شهرها به شکل ماهرانه ای همانند قواعد خط تولید

کارخانه ها شکل گرفته اند. بنا بر گفته جان اتان کوزل «بالا رفتن نمره های امتحان»، «ترقی اجتماعی»، «اهداف نتیجه محور»، «مدیریت زمان»، «موفقیت همگانی»، «نوشتر موتی»، «سخن مسئولانه»، «شنیدن فعال» و «سکوت کامل»، بخشی از گفتمان رایج در مدارس عمومی هستند.

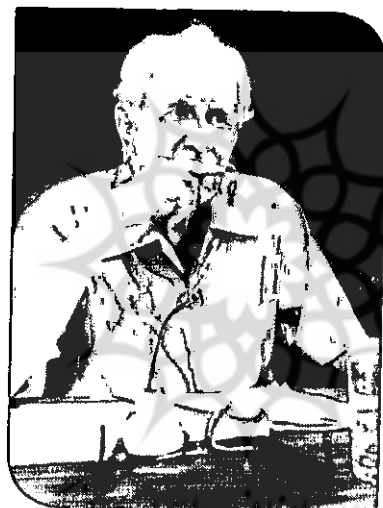
بیشتر مدارس شهری موضوعات مرتبط به بازار و تجارت و مفاهیم مدیریتی را مدنظر قرار می دهند، چیزی که امروز بخشی از واژگان مورد استفاده در درس و آموزش در کلاس های درس شده است. در کلاس های بازار محور، دانش آموزان مذاکره می کنند، قرارداد امضا می کنند و مالکیت یادگیری را خود به دست می گیرند. در بسیاری از کلاس ها، دانش آموزان داوطلب «مدیر مدرسه»، «مدیر سوپ»، «مدیر در کلاس»، «مدیر صف» و «مدیر اتاق لباس» می شوند. در بعضی از کلاس های چهارم، آموزگاران تکالیف درسی دانش آموزان را با استفاده از نمودارهای درآمده ثبت می کنند...

جان اتان کوزل می نویسد که در مدل بازار محور آموزش عمومی، به آموزگاران همچون مدیران تالار بورس «نگریسته می شود و گویی کارشان همانا تزریق مقداری ارزش افزوده به بچه های فاقد ارزش است.» (آموزش و پرورش سرکوب «مانتلی ریویو، ژوئیه ۲۰۰۶» ۱۱۰)

آخرین تجربه شخصی نوام چامسکی (۱۱) نیز تأیید کننده همین نظر است که ایدئولوژی نو لیبرالیسم حاکم بر جوامع سرمایه داری با گرایش شدید بدی که به خصوصی سازی آموزش عالی و بالابردن مداوم شهریه های دانشگاهی و نهادهای آموزشی دارند، در نهایت امکان ورود بسیاری از اقتدار و طبقات پایین جامعه به این مؤسسات را سلب کرده و از این راه به باز تولید تمایزات طبقاتی در نهادهای آموزشی می پردازد.

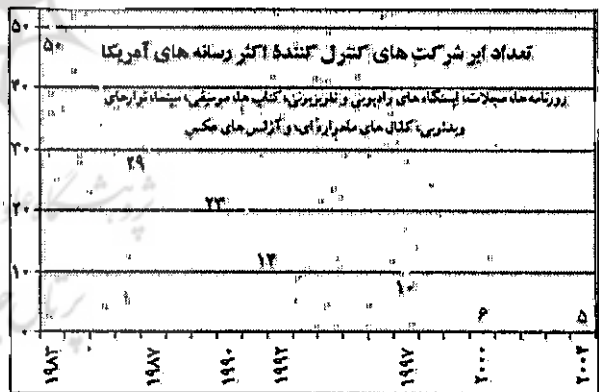
تاکید نظام سرمایه داری بر القای این باورهای فرهنگی و تحولاتی که در عرصه های گوناگون در جهت باز تولید زیر بنای اقتصادی-سیاسی اش انجام می دهد، همسو با تلاش برای بدیعی سازی اصول بازار آزاد و نو لیبرالیسم به عنوان بهترین دگرترین موجود، از جمله راهکارهایی بوده است که توانسته کارکرد تداوم بقای نظامی را تضمین کند که از چند دهه پیش اندیشمندان گوناگون سرنگونی زودرس و رسیدن به مرزهای نهایی اش را نوید داده و می دهند.

پیوست (۱۱): یک گروه پژوهشی در دانشگاه ایلینوی سبرنوما در (پایان ماه ژوئن سال ۲۰۰۵) انجام یک تحلیل شبکه ای، درباره هیئت های مدیره ده سازمان بزرگ رسانه ای در ایالات متحده را به پایان رسانده و نتیجه گیری کرده است که اعضای هیئت مدیره ده غول بزرگ رسانه ای ایالات متحده امریکا فقط ۱۸ نفر تشکیل می دهند؛ گروه کوچکی که در یک کلاس درس متوسط دانشگاهی جامی شوند. در واقع از ده غول رسانه ای بزرگ، ۸ غول در هیئت های مدیره خود اعضای مشترکی دارند. آن بی بی سی و واشنگتن پست، هر دو اعضای هیئت مدیره ای دارند که در عین حال، اعضای هیئت مدیره «کو کاسولا» و «پانک» جی بی بی مورگان نیز هستند، در حالی که «شرکت تریبون»، «نیویورک تایمز» و «گانت» همگی در هیئت مدیره خود اعضای دارند که در عین حال، عضو هیئت مدیره «پپسی کولا» نیز هستند، مانند یک خانواده بزرگ سعادت مند که از دواج های قوم و خویشی «کرده اند و منافع مشترک دارند. فهرست زیر صرفاً، چند نمونه از وابستگی های اعضای



آیند و آذر ۱۳۸۹
مجله اندیشه ایرانی

نام رسانه	اعضای هیات مدیره
New York Times	گروه شرکت های Carlyle، شرکت داروسازی Eli Lilly، شرکت اتومبیل سازی Ford، شرکت داروسازی و لوازم پزشکی Johnson & Johnson، شرکت خدمات مالی Halmark، شرکت خدمات مالی Lehman Brothers، شرکت ترنیت افزار و وسایل اداری Staples، شرکت نوشابه سازی Pepsi
Washington Post	شرکت تبلیغاتی Lockwood Martin، شرکت نوشابه سازی Coca Cola، شرکت تیغ Gillette، شرکت اطلاعات تجاری Dun & Bradstreet، شرکت سرمایه گذاری GE Investments، بانک J.P. Morgan، شرکت خدمات سرمایه گذاری Moody's
Knight-Ridder	شرکت تولید نرم افزارهای رایانه ای Adobe Systems، شرکت تولید نرم افزارهای کنترل شبکه Echelon، شرکت خدمات مالی و مالیاتی HBR Block، شرکت تولید کاغذ و محصولات کاغذی Kimberly-Clark، شرکت هتل های Starwood
The Tribune (Chicago LA Tribune Times)	شرکت محصولات گسوده شخصی و اداری 3M، شرکت خدمات مالی و بیمه Allstate، شرکت تولید ماشین آلات و سامانه های ساختمانی و مدنی Caterpillar، شرکت پزشکی Conoco Phillips، شرکت فروشگاهی و زنجیره ای Mc Donalds، شرکت نوشابه سازی Pepsi، شرکت محصولات غذایی Quaker، (بخشی از شرکت یسی)، شرکت داروسازی Shering Plough، شرکت خدمات بانکی و سرمایه گذاری Wells Fargo
News Corp (Fox)	شرکت هواپیمایی British Airways، شرکت سرمایه گذاری Rothschild Investments
(NBC) GE	شرکت آپشن سازی، تجهیزات، بسته بندی Anheuser-Busch، شرکت لوازم آرایشی Avon، گروه پستکار پزشکی Schectel، شرکت نفتی Chevron Texaco، شرکت نوشابه سازی Coca Cola، شرکت رایانه Dell، شرکت اتومبیل سازی جنرال موتورز (GM)، شرکت محصولات و لوازم خانگی Home Depot، شرکت کالوگ Kellogg، بانک J.P. Morgan، شرکت نرم افزار Microsoft، شرکت تلوزیون ماهواره Motorola، شرکت محصولات بهداشتی Procter & Gamble
(ABC) Disney	شرکت هواپیمایی نظامی و غیرنظامی Boeing، خطوط هواپیمایی Northwest Airlines، شرکت مواد ضد عفونی کننده Clorox، شرکت لوازم آرایشی Estee Lauder، شرکت پیک سریع مرایی FedEx، شرکت تیغ لیت، شرکت مهندسی Halliburton، شرکت فروشگاه های بزرگ Kmart، شرکت محصولات دارویی و پزشکی Kesson Mc، شرکت ترنیت افزار و وسایل اداری Staples، شرکت خدمات آنلاین Yahoo
(CBS) Viacom	شرکت کارت های اعتباری American Express، شرکت خدمات برق و گاز Consolidated Edison، شرکت نرم افزارهای مدیریت و سفق اطلاعات Oracle، شرکت وسایل ساختمانی Lafarge North America
Gannett	شرکت آژانس خبری آموسیندی پرس (AP)، شرکت تبلیغاتی Lockwood Martin، خطوط هواپیمایی Continental Airlines، بانک سرمایه گذاری و سهام Goldman Sachs، شرکت بیمه Prudential، شرکت خدمات آنلاین Target، شرکت نوشابه سازی Pepsi
AOL Time-Warner (CNN)	شرکت پستکار، سرمایه گذاری و خدمات مالی Time Group، شرکت لوازم آرایشی Estee Lauder، شرکت بهداشتی آرایشی Colgate-Palmolive، شرکت هتل های Hilton



هیئت مدیره این شرکت ها را در مورد دهه غول بزرگ و رسانه ای ایالات متحده امریکا نشان می دهد.

• کارشناس ارشد جامعه شناسی
• نویسنده و مترجم

پی نوشت:

۱- نولیرالیسم، نگرش محافظه کارانه جدیدی است که با رجوع به نظام بازار آزاد، به مخالفت با ساختار دولت رفاهی برخاسته است. نولیرالیسم که از اواخر دهه ۱۹۷۰ در کشورهای مثل انگلستان، آمریکا، آلمان، فرانسه و استرالیا اوج گرفته، راه حل بحران اقتصاد سرمایه داری را کاهش هزینه های عمومی و خصوصی سازی می داند. فردریش هایک، فیلسوف اتریشی تبار معاصر نظریه پرداز نولیرالیسم به شمار می آید. به پیشینه، حسین (۱۳۸۶). آموزش دانش سیاسی،

چاپ هشتم، تهران، نشر نگاه معاصر، ص ۱۸۱.

نولیرالیسم بیشترین استفاده را در اشاره به سیاست های اقتصادی دارد و پژوهشگران سه دسته از سیاست هایی را که توسط نولیرالیسم اعمال می شود، مشخص می کنند:

الف - آزادسازی اقتصاد با حذف کنترل قیمت ها، مقررات زدایی، (Deregulation)، بازارهای سرمایه و کاهش موانع تجاری

ب - کاهش نقش دولت در اقتصاد و خصوصی سازی بنگاه های دولتی و آنهایی که با سخت گیری مالیاتی، ایجاد موانع برای عرضه زیاد پول و رفع کسری بودجه، ثبات اقتصاد کلان را حفظ می کنند.

ج - حذف کمک های مالی دولت.

Boas, Tylor and Jordan Morse (2009), 148 Neoliberalism: From New

Liberal Philosophy to Anti-Liberal Slogan www.springer.com)

نولیرالیسم با سیاست های دولت در جهت توزیع ثروت، همچون کمک به اقشار آسیب پذیر و یا اختصاص یارانه مخالفت می کند و مناسبات اقتصادی و اجتماعی جامعه را به دست بازار و مانگیره سود می سپارد. نولیرال ها اعتقاد دارند «تأثیرات سرمایه، توسط طبقات فرادست موجب بهبود رفاه طبقات فرودست نیز خواهد شد.

۲- هاشمی، ف، م، نیاید ناامید شد (نگاهی به آرا و عقاید پل سوئیژی): از نشریه مانلی ریویو، ماهنامه چیستا، شماره ۱۲۸۷، ص ۳۹.

3- <http://www.globalpolicy.org/social-and-economic-policy>

4- <http://www.cafb-acba.ca/documents/HungerCount%20200920%20media%20release.pdf>.

۵- فریدریش، پیر، گفتارهایی درباره ایستادگی در برابر نولیرالیسم، علیرضا پلایسید، تهران، اختران، ۱۳۸۷، ص ۹۲.

۶- همان، ص ۷۹.

8- http://www.usatoday.com/money/economy/housing/2007-11-01-foreclosures_N.htm.

9- <http://blogcritics.org/politics/article/number-of-unemployed-americans-soars-over>.

10- Hermann, David and Noam Chamsky, Manufacturing Consent; The Political Economy of The Mass Media, Pantheon Books, New York, 1998.

۱۱- چامسکی، نوام، دولت های فرامانده، اکرم پندرام نیا، چاپ اول، تهران، افق، ۱۳۸۷، ص ۳۸۶-۳۸۵.

۱۲- همان، ص ۱۲۶.

13- Hary, Johann, «The Dark Side Of Dubai», Independent, 7 April 2009.

۱۴- همان.

۱۵- دیویس، مایکل، دویی پر دوش کارگران جنوب شرقی آسیا ساخته شد، بابک پاکزاد، ۱۳۸۶.

<http://www.farhangetowsec.com/5502-55/htm>

۱۶- دیوریو، اسوالد و انسانیه توسمه، محمود عبد الله زاده، چاپ اول، تهران، اختران، ۱۳۸۳، ص ۸۰.

۱۷- همان، ص ۸۲.

18- Zin, Howard, "Decloration of Independence", Harper Collins, 1990.

۱۹- دی بیسن، مایکل، آسیب های طبقاتی، محمود رضا عبد اللهی، ۱۳۸۷،

<http://www.farhangetowsec.com/2061-206/htm>

20- <http://www.chomsky.info/letters/20091130.htm>.

۲۱- پرکیتز، جان، خاطرات یک جنایتکار اقتصادی، ترجمه خلیل شهابی و میر محمد نبوی، چاپ اول، تهران، اختران، ۱۳۸۵، صص ۴۰۲-۳۹۹. [این کتاب همچنین با نام اعترافات یک قاتل

اقتصادی با ترجمه لطف الله بیمنی در بهار ۱۳۸۹ توسط نشر صمدیه منتشر شده است.]