



کنترل افکار عمومی

نوشته: ادوارد اس. هرمان و نوام چامسکی

ترجمه: سندسی

سفاک سوموزا در نیکاراگوآ قاطعانه بر سر قدرت بود، به هیچ وجه نگران دموکراسی نبود، اینک نیز به طور «سازنده‌ای» با رژیمهای وحشت در سراسر دنیا هم‌پیمان شده است. اما رسانه‌ها به ظاهر ادعاهای ایالات متحده در مورد نگرانی برای دموکراسی در نیکاراگوآ را توجیه می‌کنند.

در مقابل، السالوادور و گواتمالا که هر دو سوابق بسیار بدی دارند، این چنین نشان داده می‌شوند که تحت رهبری میانه‌روها برای دموکراسی مبارزه می‌کنند، و بدین ترتیب تائید موافق مردم را به دست می‌آورند.

از این رو، تاکید مداوم در مورد قربانیان کمونیسم به ترویج این ایده که دشمن بد و شرور است، کمک می‌کند، در عین حال زمینه را برای دخالت و حمایت خرابکارانه از رژیمهای تروریستی و نیز مسابقه بی‌پایان تسلیحاتی و درگیریهای مداوم نظامی - همه در جهت یک آرمان والا - فراهم می‌آورد. در همان زمان، ایثار رهبران ما- و رسانه‌های ما- به این قربانیان، موجب برانگیخته شدن میهن‌پرستی و احترام به نفس، و ابراز لزوم بشردوستی از جانب دولت و ملت می‌شود.

مردم به سکوت رسانه‌ها در مورد قربانیان در کشورهای دست‌نشانده آمریکا که به اندازه توجه رسانه‌ها به قربانیان کشورهای دشمن آمریکا مهم هستند، توجهی ندارند. اگر مطبوعات ایالات متحده همان مطالبی را که در مورد مشکلاتی که «آندره ساخاروف» در اتحاد شوروی با آن روبروست و یا قتل «یرزی پوپیلوسزکو» در لهستان منتشر کردند، در مورد دولت گواتمالا نیز می‌نوشتند قتل دهها هزار نفر در خلال دهه گذشته برای این کشور دشوار می‌شد.

اگر رسانه‌ها در مورد آرمان ایالات متحده در ویتنام جنوبی و سایر کشورهای هندوچین داد سخن نداده، تجاوز و قتل به این کشورها را دفاع

می‌گیرد، به طور عمده خودسانسوری است که توسط خبرنگاران و مفسران به عمل می‌آید تا خود را با واقعیهایی که آنها بدان شکل درک می‌کنند، تطبیق دهند. لیکن هنرپیشگان سرشناسی هم هستند که دست به ابتکارهای مثبتی می‌زنند تا اخبار را تعریف کرده و شکل دهند و بدین ترتیب رسانه‌ها را هماهنگ کنند. چنین ارشادی از جانب دولت، رهبران شرکتها، مالکان و اداره کنندگان رسانه‌های معروف و افراد گروههای وابسته به آنها اعمال می‌شود، افراد یا گروههایی که به آنها اجازه چنین ابتکاراتی داده می‌شود.

طرح فراگیر

مطالب مربوط به نیکاراگوآ را در نظر بگیرید، رسانه‌های گروهی بندرت مطالبی در مورد اینکه نیکاراگوآ دموکراتیکتر از السالوادور و گواتمالاست، منتشر می‌کنند. اخباری مبنی بر اینکه دولت، شهروندان عادی را به قتل نمی‌رساند، همان طوری که دولتهای السالوادور و گواتمالا به طور مرتب دست به این کار می‌زنند، و اینکه نیکاراگوآ اصلاحات اقتصادی و سیاسی مهمی را انجام داده است که به نفع اکثریت مردم می‌باشد، اقدامی که دو کشور دیگر به نحوی قادر به انجام آن نیستند.

همچنین رسانه‌های گروهی معمولاً مطالبی در این مورد انتشار نمی‌دهند که نیکاراگوآ هیچ‌گونه تهدید نظامی علیه همسایگانش به شمار نمی‌رود. اما در واقع، مورد حمله‌های مداوم ایالات متحده و دست نشانده‌گان آن بوده است، و اینکه ایالات متحده از آن بیم دارد که دولت نیکاراگوآ بیشتر بر درستیها استوار است تا کاستیها.

ایالات متحده دهها سال است که از حکومت دست نشانده‌گان و ترور سازمان یافته در گواتمالا حمایت می‌کند و در عمل از انهدام دموکراسی در برزیل، شیلی و فیلیپین حمایت یا آن را سرنگون کرده است. زمانی که رژیم

رسانه‌های جمعی آمریکا که نقش سخنگویان آزادی را بازی می‌کنند، در واقع نقشی جز حمایت از اعمال دولت آمریکا ندارند. این رسانه‌ها با به وجود آوردن زمینه‌های فکری مناسب، در مورد قربانیان کمونیسم، نقض دموکراسی در کشورهای سوسیالیستی، آرمان ایالات متحده در ویتنام و... اذهان عمومی را به نفع دولت آمریکا جلب می‌کنند. رسانه‌های جمعی آمریکا با منابع قدرتمند اطلاعاتی و بوروکراسیهای بزرگ و نفوذ در جهت منافع طبقه قدرتمند و ثروتمند، همزیستی دارند.

رسانه‌های جمعی ایالات متحده مانند سخنگویان آزادی تصویر می‌شوند. اما در واقع، نقش عمده رسانه‌ها، بسیج حمایت مردم برای اعمال جنجال برانگیز دولت است. دو پرفسور برجسته آمریکایی در تحلیل مطالب مربوط به سیاست خارجی آمریکا این چنین استدلال می‌کنند:

نخستین وظیفه رسانه‌های جمعی در ایالات متحده بسیج حمایت مردمی برای منافع خاصی است که بر دولت و بخش خصوصی حاکم می‌باشد.

این نتیجه‌ای است که ما پس از سالها بررسی رسانه‌ها به آن دست یافته‌ایم. رهبران رسانه‌ها مدعی هستند که قضاوت خبری آنها براساس معیارهای بی‌طرفانه و عینی صورت می‌گیرد. از طرف دیگر، ما ادعا داریم که قدرتمندان قادرند اساس بحثها را تعیین و در مورد اینکه عامه مردم مجاز به دیدن، شنیدن و فکر کردن در باره چه چیزی هستند، تصمیم بگیرند و با افزایش منظم مبارزه تبلیغاتی افکار عمومی را کنترل کنند.

ما ادعا نمی‌کنیم که این تنها رسالت رسانه‌هاست، اما ما معتقدیم که تبلیغات، مهمترین جنبه خدمات عمومی آنهاست. سانسوری که در چهارچوب رسانه‌ها انجام

از آزادی تصویر نمی‌کردند، برای امریکا جنگ در این منطقه غیرممکن می‌شد؛ به این ترتیب این کشورها با میراث بدبختی و انهدامی که ممکن است هرگز بر آن چیره نشوند، به جا نمی‌مانند.

ممکن است مبارزه تبلیغاتی توسط دولت و یا یک یا چند موسسه مطبوعاتی بزرگ اعمال شود. مبارزه جهت بی‌اعتبار کردن دولت نیکاراگوآ، حمایت از انتخابات السالوادور به عنوان عملی در جهت مشروع کردن دمکراسی، و تعقیب قانونی سرنگونی هواپیمای خطوط هوایی کره به عنوان عاملی برای بسیج حمایت مردم توسط دولت پایه‌گذاری و انجام گرفته است.

روابط همزیستی

رسانه‌های گروهی در ایالات متحده به خاطر نیازهای اقتصادی و منافع متقابل، به نوعی روابط همزیستی با منابع قدرتمند اطلاعاتی، گشاینده شده‌اند. رسانه‌ها نیاز به جریان مداوم و موثق خبری دارند. آنها هم‌هم‌روزه به اخبار و برنامه‌های ضروری خبر نیاز دارند.

کاخ سفید، پنتاگون و وزارت خارجه منابع مرکزی فعالیت خبری در داخل کشور هستند. از نظر محلی، شهرداری و اداره پلیس، منبع خبری منظمی برای خبرنگاران به شمار می‌روند. شرکتها و گروههای تجاری هم آذوقه‌رسان مرتب و معتبر روایتی هستند که قابل درج در نشریه‌ها می‌باشند.

به طور مثال، پنتاگون یک سازمان اطلاعات مردمی دارد که چندین هزار کارمند در آن مشغول به کار هستند. این سازمان هم‌ساله صدها میلیون دلار خرج می‌کند تا مردم نه تنها در مورد افراد یا گروه ناراضی بلکه در مورد گردهمایی ناراضیان هم اطلاعی کسب نکنند. در دوره کوتاه آزادی نسبی که بین سالهای ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ پیش آمد، نیروی هوایی ایالات متحده فاش کرد که گسترش خبری این سازمان

شامل ۱۴۰ روزنامه و یک هفته‌نامه با تیراژ ۶۹۰/۰۰۰ نسخه، مجله «ایرمن» با تیراژ ماهانه ۱۲۵۰۰۰ نسخه، ۳۴ فرستنده رادیویی و ۱۷ فرستنده تلویزیونی به طور عمده برای خارج، ۴۵۰۰۰ ستاد و واحد خبررسانی و ۶۱۵۰۰۰ خبرنگار داخلی، ۶۶۰۰ مصاحبه مطبوعاتی و رسانهای، ۳۲۰۰ کنفرانس مطبوعاتی، ۵۰۰ پرواز ارشاد رسانهای، ۵۰ ملاقات با هیئت سردبیری، و ۱۱۰۰۰ سخنرانی بوده است. ایرفورس اینترنشنال جورنال نوشت که پنتاگون ۱۲۰۳ گاهنامه منتشر می‌کند.

فقط بخش شرکتهاست که امکان تولید خبر و تبلیغات برای مردم دارد، آنهم به وسعتی که پنتاگون و سایر سازمانهای دولتی انجام می‌دهند.

در واقع، بوروکراسیهای بزرگ با نفوذ به رسانه‌های گروهی کمک می‌کنند و از این طریق، به آنها دست می‌یابند. آنها به صورت منبع خبری «روتین» یا روزانه در می‌آیند، در حالیکه منابع غیر «روتین» باید برای درج خبر تلاش کنند و احتمالاً نادیده هم گرفته شوند. ممکن است رسانه‌ها در ارتباط با درج روایتی فوق‌العاده مشکوک احساس تعهد کنند و یا اینکه در زیر پوششی انتقاد کنند تا از رنجاندن منابع و برهم زدن روابط نزدیک خودداری کرده باشند. منابع قدرتمند امکان دارد که از منزلت و اهمیت خود به عنوان اهرمی برای رد انتقادات و دسترسی به مطبوعات استفاده کنند. به طور مثال، وزارت دفاع از شرکت دریک بحث در مورد موضوعهای نظامی در رادیوملی به دلیل حضور کارشناسان مرکز اطلاعات دفاعی در همان برنامه خودداری کرد. الیوت آبرامز، معاون وزیرخارجه در برنامه دانشگاه هاروارد، در مورد حقوق بشر در امریکای لاتین شرکت نکرد، مگر اینکه رابرت وایت، سفیر پیشین از برنامه حذف شود. «کلراستریلینگ» یکی از تبلیغات چپان عمده

ارتباط بلغاری که برای قتل پاپ نقشه کشیده بود، از شرکت در برنامه‌های تلویزیونی که منتقدان وی در آن حضور داشته‌اند، خودداری کرد.

تاکید شدید بر خروج ناراضیان شوروی، کشتار دشمنان در کامبوج و ارتباط بلغاری نه تنها به تضعیف علایم ویتنام کمک کرد، بلکه توجیهی بود بر تقویت گسترده نظامی و در پیش گرفتن یک سیاست خارجی مهاجم و متجاوزتر. حمله‌های تبلیغاتی اخیر به نیکاراگوآ توجه عامه را از سفاکی در السالوادور منحرف کرده، به توجیه افزایش سرمایه‌گذاری ایالات متحده بر روی ضدانقلابیون در امریکای مرکزی کمک کرد.

برعکس، مبارزه تبلیغاتی زمانی که مطالب در مورد قربانی شدن، حتی اگر دسته‌جمعی، مداوم و چشمگیر باشد، اما منافع نخبگان را تامین نکند، انجام نمی‌گیرد.

توجه به قتل عام اندونزی در سالهای ۶۶-۱۹۶۵ و یا قربانیان حمله اندونزی به تیمور شرقی از سال ۱۹۷۵ تاکنون، به عنوان مبارزه رسانه‌ها امر بیهوده‌ای است، زیرا اندونزی متحد امریکاست و کشور دست نشانده‌ای است که درهای آن برای سرمایه‌گذاری غربیها باز است. همین امر در مورد قربانیان حکومت وحشت در شیلی و گواتمالا صادق است. کشورهایی که دست‌نشانده امریکا هستند و ساختارهای اساسی تشکیلات آنها از جمله سیستم حکومت وحشت توسط امریکا و یا با کمک این کشور ایجاد شده است.

برای قربانیان این رژیمها هرگز مبارزه تبلیغاتی در رسانه‌ها انجام نمی‌شود. هرچه باشد، تبلیغ در مورد این چیزها، با منافع طبقه ثروتمند و قدرتمند در تضاد است.

دمکراتیک ژورنالیست

اقتباس از کتاب «رضایت تولید: اقتصاد سیاسی رسانه‌های گروهی»