

شرکتها، رسانه‌ها و دولت در ایالات متحده آمریکا: بررسی دیدگاههای نوام چامسکی

محمد جادری *

۱۱۳

چکیده

چامسکی و اندیشه‌های او هر چند در آمریکا در اقلیت قرار دارد، اما نقدها و مقاله‌های او گاه و بی‌گاه پنجره‌ای جدید به ماهیت و جهت‌گیری امور در آمریکا باز می‌کند. در این مقاله اندیشه چامسکی مبنی بر اتحاد بین دولت و شرکتهای غول‌آسای اقتصادی با رسانه‌های جمعی که تحت عنوان اتحاد نامقدس نام‌گذاری شده، مورد بررسی قرار گرفته است. چامسکی معتقد است رسانه‌های گروهی تحت هدایت شرکتهای اقتصادی و در راستای منافع اقتصادی آنها عمل می‌کنند و به این وسیله برای حفظ منافع آنها دست به تخدیر مردم می‌زنند و این عمل به صورت نظام‌مند انجام می‌شود. رسانه‌ها عامل دوگانه‌باوری در مردم هستند. آنها با تحریف تعاریف مفاهیمی مانند تروریسم، حقوق بشر و غیره موجب می‌شوند تا مردم به صورت خودکار سیاستهای غلط آمریکا در قبال سایر کشورها را بپذیرند. دولت آمریکا نیز از این رهگذر سیاست خارجی خود را در راستای منافع اقتصادی توجیه می‌کند.

کلید واژگان: نوام چامسکی، رسانه‌های گروهی، شرکتهای اقتصادی، دوگانه‌باوری، تروریسم،

حقوق بشر

* کارشناس ارشد علوم سیاسی و محقق در زمینه اندیشه‌های سیاسی غرب معاصر
فصلنامه مطالعات منطقه‌ای: اسرائیل‌شناسی - آمریکاشناسی، سال دهم، شماره ۳ و ۴، تابستان و پاییز ۱۳۸۸، ص ص
۱۱۳-۱۴۳.

♦ اسرائیل‌شناسی - آمریکا‌شناسی

چامسکی در میان فرهیختگان شخصیتی شناخته شده است و این روزها نام او در رسانه های جهانی بر سر زبانهاست و تاثیر گذاری سخنان او بر افکار عمومی مسلم است. او یکی از استادان زبان شناسی جهان و رییس آزمایشگاه الکترونیکی ام.آی.تی (موسسه فناوری ماساچوست) است. فعالیتهای سیاسی چامسکی در حاشیه کارهای علمی او صورت می گیرد و گاهی این فعالیتهای علمی او سایه می اندازد. از جمله کارهای او در این زمینه عبارتند از دموکراسی بازدارنده، مثلث سرنوشت ساز: فلسطین، آمریکا و اسرائیل، دولتهای فرومانده، یازده سپتامبر، هژمونی یا بقا: تلاش آمریکا برای سیطره جهانی، بهره کشی از مردم: نئولیبرالیسم و نظم جهانی، آمریکای بزرگ و حقوق بشر و غیره. مردم جهان چامسکی را بیشتر از آمریکایی ها می شناسند؛ زیرا رسانه های جریان غالب آمریکا او را نادیده می گیرند.

چامسکی یک فعال سیاسی و اجتماعی بنام است و همراه دوستان و طرفداران خود یک شبکه افقی در زیر سطح فرهنگ غالب آمریکا به وجود آورده است تا میان مردم ارتباط به وجود آورد و این حرکت از دید وی مغایر با سیاست حاکمیت آمریکاست که همواره تلاش می کند مردم را به صورت اتمها و ذرات پراکنده و جدا از هم نگه دارد. رسانه های آمریکایی تنها در صورتی سخنان او را منتشر می کنند که از مخالفان و رقبای آمریکا انتقاد کرده باشد و او از ترس اینکه مبادا سخنانش به عنوان حربه سرکوبی توسط دولت آمریکا به کار گرفته شود، گفتارهای خود را تقریباً منحصر به آمریکا و دولتهایی می کند که از دید او مزدوران آمریکا هستند.^۱

پرسش اساسی نوشتار حاضر این است که اتحاد بین دولت و شرکتهای غول آسای اقتصادی با رسانه ها چه تاثیری بر سیاست داخلی و خارجی ایالات متحده دارد. چامسکی برای بررسی نقش اتحاد بین دولت و شرکتهای غول آسای اقتصادی با رسانه ها که به تعبیری یک اتحاد نامقدس به حساب آورده می شود، بیشتر از تاریخ سالهای گذشته آمریکا بهره می برد. ساختار حکومتی که به شدت مورد انتقاد چامسکی است، همان ساختاری است که مرفورد در کتاب «مدنیت و جامعه مدنی در بستر تاریخ» توصیف می کند که از شبان و

شکارچی تکوین یافته است. در این ساختار کسی که در صدر حکومت است، نقش شبان را برای خود قایل است و مردم را گله و گوسفند می‌داند. چامسکی حالت پیشرفته آن را در ساختار شرکتها می‌داند که در آن همه دستورات یک طرفه از بالا به پایین دیکته می‌شود و بازخور از پایین به بالا صورت می‌گیرد و جایی برای ائتلاف وقت و چون و چرا کردن وجود ندارد. به نظر او به رغم همه پیشرفتهایی که در مدیریت امور عمومی و علوم سیاسی صورت گرفته، این روش طرفدارن بسیاری دارد و هیأت حاکمه آمریکا به رغم ظاهر دموکراتیک آن مردم را در عمل از تصمیم‌گیری دور می‌کند که در این صورت حکومت نوعی گله‌داری است. حتی والتر لیپمن، مفسر فقید آمریکایی و ایدئولوگ نظام حکومتی آمریکا، مردم را گله سرگردان خوانده است. او معتقد است که این وضعیت از طریق ماشین عظیم تبلیغاتی آمریکا صورت می‌گیرد که از یک اقتصاد ناتوان و ورشکسته چنان تصویر پر زرق و برقی به دنیا ارایه می‌دهد که آب از لب و لوجه اقتصاديون لیبرال دموکرات سرازیر می‌شود.^۲

اتحاد نامقدس

ایده کنترل افکار در جامعه دموکراتیک، یا پی‌ریزی عقاید در یک جامعه دموکراتیک به وسیله مؤسسات خصوصی صاحب نفوذ یا مذهبی ایده ناهنجاری به نظر می‌رسد و یک جامعه زمانی دموکراتیک است که شهروندان آن نقش مهمی در اداره امور عمومی داشته باشند. اگر افکار شهروندان کنترل یا عقایدشان به شدت محکوم شود، روشن است که نمی‌توانند نقش مهمی ایفا کنند و فقط کنترل‌کنندگان و افرادی که در خدمت آنها هستند، نقش اصلی را ایفا می‌کنند و بقیه کارها اقدامات دروغین و تشریفاتی بدون معنا هستند. با این حال، بسیاری از صاحب‌نظران روشنفکر بر این عقیده اند که کنترل افکار حتی زمانی که امکانات رسمی به شکل عملی راههای انتخاب را محدود می‌کنند، دقیقاً در جوامعی ضروری است که آزادتر و دموکراتیک‌تر هستند. چنین ایده‌هایی در جوامع دموکراتیک احتمالاً بیش از نقاط دیگر به چشم می‌خورد و بازتاب این حقیقت است که آمریکا از جهات مهمی آزادترین جامعه در جهان است.^۳

چامسکی با طرح مسئله اورول^۴ که یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های ذهنی او بود، معتقد

است که جورج اورول صرفاً به حالت خاص مسئله یعنی روشهای کنترل در جوامع تمامیت خواه می پردازد. در حالی که حالت دیگر مسئله از نظر فکری جالب تر و به مراتب مهم تر است. پرسش این است که ساز و کارهای کنترل ذهن در جوامع دموکراتیک و آزاد کدام است. در این جوامع قهر به طور متعارف جزو اقلام صادراتی است و حضور مشهودی در محدوده داخلی ندارد. در واقع، زمانی که جامعه ای با الگوی تمامیت خواه مطابقت دارد، نیاز چندانی به کنترل عقیده و فکر ندارد. رهبران می توانند «رفتارگرا» باشند؛ زیرا تا زمانی که بتوان به مطیع بودن مردم اطمینان کرد، اهمیتی ندارد که چه فکر می کنند. اما وقتی دولت فاقد قدرت اعمال قهر باشد، کنترل فکر اولویت بیشتری می یابد و توضیح اقدامات آن هم به همان نسبت جالب تر می شود. به این ترتیب، درست به دلیل همین فقدان قهر آشکار (در قلمرو داخلی)، مسئله اورول اهمیت بیشتری می یابد. زیرا باید نشان داد که چرا با وجود اجماع در وسایل تحقق دموکراسی (آزادی بیان، آزادی دسترسی به اطلاعات و غیره) همچنان فاقد معرفت در مورد ماهیت و نحوه کار نهادهای اجماعی جوامع دموکراتیک هستیم. پاسخ او به این پرسش، پاسخی است تفصیلی در مورد یکی از اجزای اصلی این جوامع یعنی نظام پیام رسانی آنها؛ زیرا در این جوامع گزینش و پردازش پیام به رشته هایی حرفه ای در زمینه مهندسی رضایت و کنترل عقیده تبدیل شده است. فناوریهایی که محصولات خود را به بازارچه افکار ارایه می کنند.^۵

فرضیه عمومی در جوامع دموکراتیک این است که وسایل ارتباط جمعی در غرب مستقل هستند و به کشف و گزارش واقعیت کمک می کنند. رهبران وسایل ارتباط جمعی ادعا می کنند که انتخاب اخبار و گزارشهای خبری بر اساس رشته ای از ملاکها یا میزانهایی بی طرفانه حرفه ای خبرنگاری انجام می پذیرد. اما هرمن و چامسکی معتقدند که در واقع، بازیگران سیاسی به عنوان اجتماعی مهم و قدرتمند به اخبار شکل داده و آن را تعریف می کنند و وسایل ارتباط جمعی را حول این تعریف از اتفاقات خبری نگاه می دارند و این در حقیقت، بازار هدایت شده خبری است نه بازار آزاد خبری. بازار خبری مد نظر آنها، از سوی دولت، رهبران شرکتهای بزرگ و صاحبان و مدیران وسایل ارتباط جمعی سمت و سو گرفته و جهت می یابد. این جهت دهی چیزی جز منافع قدرتمندان جامعه نیست، اما هر کجا که در

تضاد با یکدیگر قرار گیرند، این تضاد خود را به شکل انتقاد، بحث آزاد و مباحث طولانی در وسایل ارتباط جمعی نشان می دهد و گاه همین انعکاس تضادها در وسایل ارتباط جمعی به مثابه بزرگ ترین مشخصه آزادی و استقلال رسانه ها معرفی می شود. هرمن و چامسکی در تجزیه و تحلیل پوششهای خبری، به خط غالب و مطالب مندرج در صفحه نخست و صفحات اساسی می پردازند تا تبلیغات نظام مند را افشا کنند. برای انجام این کار، تاکید اصلی در تجزیه و تحلیل آنها بر دوگانگی و دوپهلویی رسانه ها در پوشش خبری مسایل و حوادث در کشورهای دوست و دشمن است، تا نشان داده شود این حوادث بر مبنای اصول مشخصی گزارش نمی شوند. برای مثال، تمرکز دایم خبری بر قربانیان نظام کمونیستی سبب بسیج عقاید عمومی علیه این نظام شده و برتری نظام غربی را ثابت می کند. اما همین وسایل ارتباط جمعی، چشم خود را به روی بی شرمانه ترین تجاوزها به حقوق انسانی در کشورهای وابسته به آمریکا بسته و از آن به ندرت و بدون آب و تاب، ذکری به میان می آورند.^۶

رسانه های انبوه به عنوان نظامی برای ارتباط دادن پیامها و سنبهها به توده مردم فعالیت می کنند. کاربرد آنها تغییر شکل دادن افراد با ارزشها و اعتقادات و کدهای رفتاری است تا آنها را در یک ساختار به هم نزدیک کنند. جهانی که ثروتهای متمرکز و ستیزهای بزرگ طبقاتی از ویژگیهای بارز آن محسوب می شود، نیاز به یک تبلیغات نظام مند است. در کشورهایی که اهرمهای قدرت در دست بوروکراسی دولتی است، کنترل انحصاری بر روی رسانه ها اغلب به وسیله سانسورهای رسمی تکمیل می شود. این بدان معناست که رسانه ها برای اهداف نخبگان مسلط انجام فعالیت می کنند.^۷ مصالحه رسانه های جمعی با دولت و شرکت های اقتصادی باعث ایجاد فیلترهای خبری می شود که به صورت نظام مند عمل می کنند و باعث ارایه غیر واقعیتها به جای واقعیتها می شوند و آنها را در ذهن مردم نهادینه می کنند و پس از آن صاحبان قدرت می توانند اسب مرادشان را بتازانند.

الف. فیلترهای خبری

یکی از مدل های تبلیغات بر نابرابری ثروت و قدرت و اثرات چند سطحی آن بر علاقه ها و انتخابهای رسانه های گروهی متمرکز می شود و این وضعیت باعث می شود که پول و قدرت

توانایی آن را داشته باشند که اخبار را فیلتر و اختلاف عقاید را حاشیه بندی کنند و اجازه دهند تا حکومت و منافع خصوصی مسلط اخبار خود را به اطلاع عموم مردم برسانند.^۸

اجزای ضروری مدل تبلیغات و فیلترهای خبری عبارتند از:

۱. مالکان عمده ثروت شخصی و منبع سود رسانه های گروهی مسلط؛
۲. تبلیغات به عنوان منبع ابتدایی درآمد رسانه های گروهی؛
۳. اعتماد رسانه ها به اطلاعات فراهم شده به وسیله حکومت، تجار و عاملان قدرت؛
۴. تادیب کردن رسانه ها از طریق انتقاد از آنها به وسیله عاملان قدرت؛^۹ و
۵. ایدئولوژی ضد کمونیسم به عنوان یک مذهب ملی و ساز و کار کنترل.

این پنج عنصر که با هم ارتباط متقابل دارند و یکدیگر را تقویت می کنند. در واقع، مواد خام اخبار باید از فیلترها عبور داده شوند و تنها چیزی که بر جا می ماند، فقط پس مانده ها هستند و آنها اساس گفت و گوها و تفسیرهای عاملان قدرت را ثابت نگه می دارند. سلطه نخبگان بر رسانه ها و حاشیه بندی کردن مخالفان از طریق عملیات این فیلترها انجام می شود. رسانه های گروهی به وسیله منافع و نیازهای اقتصادی در یک ارتباط نمادین با منابع قدرتمند اطلاعات قرار دارند. آنها به یک تکیه گاه استوار جریان مواد خام نیاز دارند تا بتوانند این مواد خام را از فیلترها عبور دهند.^{۱۰}

کنترل شرکتهای حاکم بر رسانه ها به دست افراد یا هیأت‌های بسیار ثروتمند صورت می گیرد که بسیاری از آنها، شرکتهای پول ساز بوده و برای کسب سود بیشتر، فشارهای زیادی بر لایه های زیرین مؤسسات رسانه ای وارد می آورند. این فشارها در دهه ۸۰ با تبدیل سهام رسانه ها به سهام مطلوب بازار و توانایی صاحبان فعلی یا بعدی مالکیت‌های رسانه ای در کسب ثروتی هنگفت از راه افزایش مخاطبان و درآمدهای آگهی تبلیغاتی تشدید شد. چامسکی و هرمن نیز تاکید کردند که این رسانه ها وسیله ای برای حفظ وضعیت موجود در دست صاحبان قدرتمند است که به دلیل سرمایه گذاری شرکتهای بزرگ تجاری در رسانه ها، میان منافع رسانه ها با سایر بخشهای تجاری تداخل ایجاد شده و گاه این دو با هم یکی شده است. این رابطه اقتصادی رسانه ها با شرکتهای، عامل مؤثر در فیلتر شدن اطلاعات است.

یکی دیگر از روابط بسیار مهم از نظر ساختاری، ارتباط و وابستگی وسایل ارتباط

جمعی به دولت است. شرکتهای ارتباطی برای تاسیس رسانه‌ها احتیاج به کسب اجازه از دولت دارند. این اجازه‌نامه هر از گاهی باید تمدید شود و لذا از این اجازه‌نامه‌ها به مثابه بازوی کنترل و اعمال قدرت استفاده می‌شود. این رابطه رسانه با دولت، تشدید فیلتر شدن اطلاعات را به دنبال دارد. از سوی دیگر، گولهای ارتباطی همچون دیگر شرکتهای تجاری غول آسا در رابطه کلی تری با دولت نیز قرار دارند. آنان باید همانند همه شرکتهای تجاری که مالیات می‌پردازند، از قوانین کار کشور پیروی کنند. در یک سیستم مبتنی بر بازار آزاد، آگهی دهندگان تنها از رسانه‌ها و برنامه‌هایی حمایت می‌کنند که سیاست و برنامه‌ای موافق با منافع شرکتهای چند ملیتی داشته باشد. در غیر این صورت، حتی اگر میلیونها تماشاگر نیز داشته باشند، از سوی این شرکتهای تحریم می‌شوند تا رسانه‌ها به تغییر سیاست یا حذف برنامه‌های ضد منافع آنها مجبور شوند.^{۱۱} مؤسسه‌های تجاری و گروههای بازرگانی نیز تامین‌کننده روایتهای خبری با ارزشند. منابع دولتی و تجاری عظیم به دلیل داشتن جایگاه و مقام اجتماعی والای خود به طور طبیعی به مثابه منابع موثق خبری مورد استقبال رسانه‌ها قرار می‌گیرند. دولت و بخش خصوصی با گستردگی امکاناتشان در تهیه هر چه آسان‌تر اخبار و اختصاص مکانهای تجمع خبرنگاران با فناوریهای مورد نیاز و روگرفت سخنرانیها و کنفرانسهای خبری پیش از برگزاری، اطلاعات خود را به شکلی حرفه‌ای و کاملاً قابل استفاده خبرنگاران تهیه می‌کنند. بدین ترتیب، سازمانهای دولتی و خصوصی قدرتمند با کاهش هزینه رسانه‌ها در تهیه اخبار موثق به آنها یارانه پرداخت کرده، و در ضمن دسترسی به افکار عمومی را تضمین می‌کنند.^{۱۲}

ب. تبلیغات دولتی

در سال ۱۹۱۶ وودرو ویلسون از موضع صلح بدون پیروزی به ریاست جمهوری انتخاب شد. درست اواسط نخستین جنگ جهانی بود و مردم کاملاً آرامش طلب بودند و هیچ دلیلی برای شرکت در یک جنگ اروپایی نمی‌دیدند. اما حکومت ویلسون مصمم به جنگ و خونریزی بود و ناگزیر باید کاری در این زمینه انجام می‌داد. مبلغان جنگ طلب ویلسون یک کمیسیون تبلیغات دولتی به نام کمیسیون کریل به راه انداختند که موفق شد در عرض شش ماه آن مردم

صلح خواه و آرامش طلب را به جماعتی جنگ طلب تبدیل کند که خواستار انهدام همه چیز آلمان بودند و فریاد برمی آوردند که باید اعضای بدن آلمان ها را قطعه قطعه کرد. باید به جنگ رفت و جهان را نجات داد. این نشانه تبلیغاتی موفق برای گشودن راه به سوی پیروزیهای بیشتر بود. درست در همان ایام و پس از جنگ دوباره همان شیوه ها به کار گرفته شد تا وحشت از جنبشهای کمونیستی را از بین ببرند، و با برهم زدن اتحادیه ها و بیرون راندن عناصر خطرناکی همچون آزادی خواهان و فعالان آزادی مطبوعات و اندیشه های سیاسی از دایره فعالیت های اجتماعی تا حدودی موفق شدند. در اصل بزرگ ترین حامیان این فکر جراید و بنگاههای تجاری مالی وابسته بودند که در واقع سازمان دهندگان ماجرا محسوب می شوند.^{۱۳}

یکی از علایق چامسکی از همان جوانی، چگونگی کاربرد زبان توسط طبقه حاکمه بود. اعتقاد او این بود که طبقات حاکم در غرب در روزنامه های رایج روز تلاش می کنند تا جنبشهای آزادی خواهانه را وارونه جلوه دهند. از همین رو، در یکی از مقالات خود با عنوان: زبان در خدمت تبلیغات که از جورج اورول الهام گرفته بود، به نقش مطبوعات غربی در خدمت اهداف سیاسی طبقه حاکم و سوداگران غربی و وارونه جلوه دادن واقعیت های اجتماعی اشاره می کند. او و تعدادی از هم فکران او به این باور رسیده بودند که مطبوعات غربی، ناشران و فیلم سازان غربی در خدمت منافع دولتمردان و سوداگران طبقه حاکم هستند و اگر اثری بر خلاف منافع آنها باشد، از انتشار آن خودداری می کنند. به همین دلیل بود که بعضی از کتابهای جورج اورول تا سالها بعد در آمریکا به چاپ نرسید و از چاپ و انتشار بعضی از نامه ها و مصاحبه های سیاسی چامسکی بارها خودداری شد.^{۱۴}

روشنفکران مرفقی که حول اندیشه های جان دیویی* حلقه زده بودند، جزو کسانی بودند که فعالانه و با شور و حال در جنگ به راه افتاده به دست ویلسون شرکت می کردند. آنها با غرور تمام در آثار به تحریر درآمده این دوران ادعا داشتند که «اعضای روشنفکر جامعه» که منظور خودشان بودند، قادرند با ترساندن مردم بی طرف و بی میل به جنگ و به صحنه آوردن میهن پرستان واپس گرا و دو آتشه به جنگ رونق ببخشند. ابزارهای مورد استفاده فراوان بود؛ به عنوان مثال، جعل اسناد قساوت های قوم هون در بلژیک که بازوان کودکان را از بدن جدا

* John Dewey

می کردند. اغلب این صحنه ها محصول وزارت تبلیغات دولت انگلیس بود. همچنان که در بررسیهای مخفیانه شان ذکر شده، تفسیر آنها در آن زمان این بود که «افکار بخش اعظم جهان را هدایت کنند». آنها قاطعانه می خواستند کنترل افکار اکثریت روشنفکران جامعه آمریکایی را به دست بگیرند و بعد هم مایل بودند به بذر افشانی تبلیغاتی دست بزنند تا با جعل و تقلب بتوانند جامعه ای صلح طلب را به کشوری خواهان جنگ تبدیل کنند. فکر و هدف عملی شد و درسی آموخت، زمانی که تبلیغات دولتی تحت حمایت طبقه تحصیل کرده جامعه باشد و زمانی که هیچ مجوز رهایی داده نشود، تاثیری عظیم از خود بر جای می گذارد.^{۱۵}

۱۲۱

به گفته چامسکی اگر نظری اجمالی به مجموعه آثار لیمن بیفکنید، متوجه موضوعاتی چون «نظریه مترقیانه افکار لیبرال دموکرات» خواهید شد. لیمن در کمیسیون های تبلیغاتی فعالیت می کرد. وی استدلال می کرد که انقلاب در هنر دموکراسی می تواند برای ایجاد رضایت مورد استفاده قرار بگیرد و موجب جلب رضایت بخشی از جامعه در مورد چیزهایی شود که تحت تاثیر شیوه های جدید تبلیغاتی مایل به داشتن آنها نمی باشند. از نظر ایشان منافع جمعی تنها توسط طبقه ای ویژه از مردانی مسئولیت پذیر با ضریب هوشی بالا که قدرت درک مسایل را دارند، قابل فهم و مدیریت است. طبق این نظریه، تنها گروهی از نخبگان جامعه؛ یعنی آن دسته از روشنفکران جامعه که پیرو مکتب دیویی هستند، توان درک منافع جمعی را دارند. این در واقع مطابق با آن بخش از مفاهیم لنینیستی است که می گوید روشنفکران انقلابی مانند پیشتازان جامعه با استفاده از جریانات عمومی انقلابی، قدرت ماشین دولت را در دست می گیرند و آنگاه توده ناآگاه مردم را به سوی آینده ای سوق می دهند که خود ناتوان از تجسم و تصور آن هستند. در واقع، توده مردم به مثابه نیروی کار انسانی برای آنان که ماشین قدرت را تصاحب کرده اند؛ یعنی اجتماع تجاری، کار انجام می دهند. اجتماع تجاری مردم ناآگاه را به سمت و سویی سوق خواهد داد که توان درک و فهم آن را ندارند.^{۱۶} به گفته چامسکی، دولت آمریکا به شکل مستقیم رسانه ها را کنترل نمی کند؛ زیرا هرگز قادر به انجام این کار نیست. چامسکی اضافه می کند که نباید انتظار داشت رسانه ها که خود یک واحد عظیم مالی اقتصادی است و نیز سهامدار بزرگ شرکتهای غول آسای فراملیتی هستند، مطالبی چاپ کنند که منافعشان را در معرض خطر قرار می دهد.

◆ اسرائیل شناسی - آمریکا شناسی

بنابراین، اگر سیستم رسانه‌ای در فروش سلاحهای مخرب منافع و مشارکت داشته باشد، چرا باید آن را در معرض دید و قضاوت تمام دنیا قرار دهد. اسرائیل یا ترکیه، پایگاههای نظامی، اقتصادی و سیاسی هستند، در حالی که کردها یا فلسطینی‌ها منشا منافع سیاسی و اقتصادی نیستند. از این رو، شرکتهای بزرگ نه تنها رسانه‌ها را در اختیار گرفته‌اند، بلکه از طریق نفوذ در زمامداران کشور تصمیمها، طرحها، و اقدامات دولت را هم زیر نظر دارند.^{۱۷}

به عقیده برخی محققان مسایل سیاست رسانه‌ای، توسعه فناوریهای رسانه‌ای و افزایش هزینه تامین آنها برای کسب توانایی رقابت رسانه‌ای، ورود به این حرفه را بدون پشتوانه مالی وسیع ناممکن کرده است. بدین ترتیب، بسیاری از شرکتهای و مؤسسات رسانه‌ای باشکست روبه‌رو شده و سهام خود را به شرکتهای بزرگ واگذار می‌کنند. او همچنین در سال ۱۹۸۳ گزارش داد که تا آغاز دهه ۱۹۸۰، بیشتر رسانه‌های ایالات متحده به وسیله ۵۰ شرکت و مؤسسه کنترل می‌شد. این تعداد در سال ۱۹۸۷ به ۲۹ شرکت بزرگ تقلیل یافت.^{۱۸}

اتحاد نامقدس و نقش آن در سیاست داخلی آمریکا

الف. دموکراسی مترقیانه

کوشش چامسکی متمرکز بر این است که افسانه‌های القا شده توسط رسانه‌های جریان غالب به آمریکایی‌ها و مردم جهان را از حقایق و واقعیتها جدا کند و چهره واقعی اقتصاد آمریکا را بنمایاند. از دید او، آنچه جریان غالب و هیأت حاکمه آمریکا در باره اقتصاد آمریکا و مزایای تجارت آزاد و معاهدات آن و موفقیت سازمان تجارت جهانی ادعا می‌کند، با واقعیت هم‌سو نیست. وفق ندارد. وی اقتصاد کلاسیک و اندیشه‌های اقتصادی را بسیار عمیق‌تر از آنچه به طور سطحی در دانشکده‌های اقتصاد آمریکا به دانشجویان می‌آموزند، توضیح می‌دهد. از دید چامسکی، همه سناریوی بازار آزاد یک داستان ساخته و پرداخته توسط اقتصاد سیاسی آمریکا برای فریب کشورهای دیگر است. اقتصاد ایالات متحده نه تنها یک اقتصاد آزاد نیست، بلکه به لحاظ میزان دخالت و حمایت دولت دست اقتصادهای موسوم به اقتصاد دولتی را از پشت بسته است.^{۱۹}

چامسکی حساب باز کردن صاحبان منافع پر قدرت در کشور روی مشارکت

رسانه‌های عمده در شکل دادن به قضایا را از زمان جنگ‌های استقلال یعنی ۱۷۷۵ می‌داند. او می‌گوید اگر به دوره جنگ‌های انقلابی برگردید، به رهبران جنگ‌های انقلابی مانند توماس جفرسون می‌رسید که به اعتقاد آنها مردمی که در تفکر و نه در عمل خیانتکار هستند، باید به مجازات برسند. آنها در طول جنگ‌های انقلابی عقیده‌های مخالف را سرکوب می‌کردند. بدین ترتیب، همه چیز از آنجا آغاز می‌شود که امروزه روشها متفاوت است. اکنون به دلیل ترس از تهدید نیست که رسانه‌ها مطالب را در قالبی عرضه می‌کنند که نماینده منافع نهادهای غالب باشد. ساز و کارهای امروز بسیار ظریف‌تر است؛ بدین ترتیب که یک نظام پیچیده از انواع صافیها در رسانه‌ها و نهادهای آموزشی ایجاد شده است که کارشان تضمین این است که نگرشهای مخالف حذف شود یا به حاشیه رانده شود. نتیجه در پایان کار یکی است؛ چیزی که در رسانه‌ها به نام عقاید چپ یا راست خوانده می‌شود، نماینده دامنه محدودی از گفت و گو است که بازتاب طیف نیازهای قدرت خصوصی است؛ یعنی غایت‌های چپ و راست در یک دامنه محدود قابل قبول است و چیزی خارج از آن دامنه قابل قبول نیست. بنابراین کاری که رسانه‌ها انجام می‌دهند، این است که یک سلسله فرضیات را که مبین نظرات اساسی نظام تبلیغاتی است انتخاب می‌کنند. حال این نظرات ممکن است درباره جنگ سرد یا نظام اقتصادی یا منافع ملی باشد. سپس در میان این چارچوب قابل قبول دامنه‌ای از گفت و گو و بحث را مجاز می‌شمارند. از این رو گفت و گویی که انجام می‌شود، موجب افزایش قدرت همان فرضیات می‌گردد و آنها را در مغز مردم و در سرتاسر بستر افکاری که وجود دارد، می‌نشانند. بنابراین، چیزی که در نظام آمریکا آن را تبلیغات دولتی می‌خوانند، به مفهوم تبلیغات دولتی در جوامع استبدادی نیست، بلکه جنبه تلویحی دارد و بدیهی تلقی می‌شود. تبلیغات دولتی، چارچوبی برای گفت و گو در میان مردمی ارائه می‌دهد که به جرگه کلی جریان عمده اجتماع راه یافته‌اند.^{۲۰} لیپمن با فرضیه دموکراسی مترقیانه موضوع را مورد تایید قرار می‌دهد. وی چنین اظهار می‌دارد که در جامعه‌ای دموکراتیک که عملکرد اصولی دارد، وجود طبقات مختلف شهروندی طبیعی امری است.

پیش از هر چیز صحبت از وجود شهروندانی است که باید در امور جاری جامعه نقش فعال تری ایفا کنند که یک طبقه متخصص به حساب می‌آیند؛ یعنی آنان که در درون نظام‌های

سیاسی و اقتصادی و ایدئولوژیکی نقش تحلیلگر را ایفا می‌کنند، به طبع از نظر کمی درصد کوچکی از جامعه را تشکیل می‌دهند و این بخش در فکر این است که با «سایرین» چه باید کرد. سایرین کسانی هستند که در داخل دسته کوچک پایگاهی ندارند و جزو بخش اعظم اجتماع و همانهایی هستند که لیپمن آنها را «گله سردرگم» می‌نامد. او می‌گوید ما باید خود را از گله سردرگم و ولگرد و خانه به دوش دور نگه داریم. در اصل در دموکراسی با دو نوع طبقه مواجه می‌شویم: نخست طبقه متخصص، افراد متمول و مجریان وظایف اجرایی به جای همه افراد جامعه فکر می‌کنند و طرح و برنامه ارایه می‌دهند و آنها هستند که منافع توده ناآگاه و عموم جامعه را می‌فهمند. دوم، گله سردرگمی که آنها هم نقش کاربردی در دموکراسی دارند. به گفته لیپمن، وظایف این گروه در درون جریان دموکراتیک نقش «تماشاگری» است، نه بازیگری. اکثریت جامعه چنان احمقند که قادر به درک مسایل جامعه نیستند. اگر آنها بخواهند سکان مدیریتی امور جامعه را در دست بگیرند، به احتمال قوی دچار مسایل غیر اخلاقی و غیر اصولی می‌شوند، در نتیجه ما نیاز به روشی داریم که گله وحشی را رام کند و آن چیزی نیست جز انقلاب نوین در دموکراسی؛ یعنی ایجاد رضایت. رسانه‌های گروهی، نظام آموزشی و فرهنگ عمومی باید برای طبقه سیاسی تقسیم شود و تصمیم‌گیران باید به نحوی درک از واقعیتی انعطاف‌پذیر را فراهم کنند. یعنی به رغم اینکه باید عقاید شایسته‌سالاری را به تدریج القا کرد، باید آنها را ساکن نگه داشت؛ بدان معنی که رسانه‌های گروهی باید کم‌کم باورها و نظریه‌هایی را به مغز این گروه القا کنند مبنی بر اینکه وظیفه آنها خدمت به منافع طبقه اقلیت حاکم در جامعه است و تا زمانی که بدان درجه از ایمان نرسیده‌اند، نمی‌توانند جزو طبقه متخصص باشند. اینها باید در بحر ارزشها و معیارهای منافع قدرت خصوصی طبقه حاکم و شرکتهای مالی وابسته به آنان غرق شوند. باید حواس بقیه مردم گوسفند صفت سردرگم را پرت کرد. باید یقین حاصل کرد که به منزله تماشاگران صحنه از ایفای نقش بازیگری کاملاً به دور باشند و گه‌گاه سنگینی شان را به دوش بازیگران اصلی جامعه که احتمالاً منتخبان خودشان هستند، بیفکنند.^{۲۱}

طی دهه ۱۹۲۰ و اوایل دهه ۱۹۳۰، هارولد لاسول* یکی از ممتازترین عالمان علم

* Harold Lasswell

سیاست در آمریکا و مبتکر حوزه ارتباطات مدرن توضیح داد که ما نباید تسلیم جزم اندیشی دموکراتیک شویم که معتقد است مردم بهترین قاضیان منافع خویش هستند؛ زیرا آنها چنین نیستند. این ما هستیم که بهترین وکلای منافع مردم هستیم. به دور از اخلاقیات معمول، باید مطمئن شویم که مردم امکان و فرصت نشستن در جایگاه قضاوت در مورد حقوق پایمال شده خود را ندارند. رینولد نیبر نظریه پرداز نامی و منتقد سیاست خارجی که گاه او را نظریه پرداز سازمانی می نامند، و روشنفکران طرفدار جورج کنان و کندی چنین اظهار می داشتند که منطق مهارتی به زور محدود شده است که به نظر می رسد که تنها عده قلیلی از مردم بدان دست می یازند. اکثریت مردم تنها از طریق احساسات و انگیزه های ناگهانی و تکان دهنده هدایت می شوند. آن عده از ما که صاحب عقل و منطق هستیم باید احساسات قوی «ساده نگری مفرط» و «فریب ضروری» را در جامعه به وجود بیاوریم و تا جایی که در توان داریم، مردم خام و ساده را کم و بیش در خط مورد نظر نگه داریم. این همان شیوه ای است که امروزه آن را «دولت دیکتاتور» یا حکومت نظامی می نامند.^{۲۲}

ب. روابط عمومی و کنترل افکار

آمریکا در صنعت روابط عمومی نقش پیشیناز را ایفا کرد و تعهد آن عبارت بود از «کنترل افکار عمومی»، آن هم به گونه ای که رهبران آمریکا تعریف می کردند. آنها از تجارب و موفقیت‌های کمیسون کریل و همچنین ایجاد وحشت سرخ و جریانات پشت سر آن درسهایی آموختند. در آن ایام بود که صنعت روابط عمومی بیش از حد توسعه یافت و طی دهه ۱۹۲۰ به گونه ای توانست تمام حرکت‌های عمومی جامعه را تحت کنترل خود درآورد. موضوع چنان قدرتمند و غیر عادی جلوه کرد که در دهه ۱۹۳۰ هر دو مجلس شروع به تحقیق و تفحص کردند.^{۲۳}

اساسی ترین هدف روابط عمومی، کنترل افکار عمومی است. در دهه ۱۹۳۰ درست همانند دوران جنگ جهانی نخست مشکلات فراوانی بر سر راه قرار گرفت. کساد و وسیع بازار تجاری از یک سو و رشد اتحادیه های کارگری از سوی دیگر بسیار چشمگیر بود. در واقع، در سال ۱۹۲۵ بود که کارگران به نخستین^{۲۴} پیروزی بزرگ و قانونی خود دست یافتند: حق تشکیل سازمان کارگری طبق قانون واگنر. پیمان مزبور موجب بروز دو مسئله جدی شده بود:

نخست آنکه، دموکراسی عملکردی ناخوشایند پیدا کرد. در واقع، گله سردرگم به پیروزیهای قانونی دست می‌یافت و قرار نبود چنین گامهایی برداشته شود. مشکل دیگر این بود که شرایط به گونه‌ای فراهم شده بود که مردم امکان حرکت‌های گروهی و سازمان یافته را به دست آورده بودند. این کار درست نبود و مردم پیوسته باید به عزلت کشیده شده و جدا از یکدیگر زندگی می‌کردند و قرار بر آن نبود که کارگران اتحادیه‌های خود را تشکیل دهند؛ زیرا امکان داشت که متعاقب آن بخواهند به جای نقش تماشاچی، خواسته‌ها و مطالب دیگری مطرح کنند. در این صورت است که تهدید واقعی روی نشان می‌دهد. این آخرین پیروزی قانونی برای طبقه کارگر به حساب می‌آید و این نخستین و آخرین انحراف دموکراتیک یک سازمان مردمی است. از آن لحظه به بعد اگر چه برای دوره محدودی در خلال جنگ جهانی دوم تعداد مردم از لحاظ کمی در درون اتحادیه‌ها روبه افزایش نهاد، اما بعدها تعداد آنها کاهش یافت و ظرفیت بالقوه به صورت نظام مند روبه تحلیل رفت و این اتفاق تصادفی نبود. بحث بر سر جامعه تجاری است که پول و توجه و فکر بسیاری هزینه می‌کند تا دریابد که چگونه می‌توان از طریق صنعت روابط عمومی و سایر سازمانها مانند اتحادیه‌های تولیدکنندگان و میزگرد تجاری و غیره با این مشکلات دست و پنجه نرم نمود.^{۲۵}

در سال ۱۹۳۷ اعتصاب بزرگی توسط کارکنان صنعت فولاد شهر جان تاون در غرب ایالت پنسیلوانیا به راه افتاد. صاحبان صنایع و تجارت برای در هم کوبیدن اجتماع کارگران به جای شکستن قلم پای کارگران توسط چماقداران، از طریق تبلیغات مسموم وارد عمل شدند. آنها مردم را علیه اعتصابات کارگری بسیج کردند و اعتصاب کنندگان را به عنوان تخریب کنندگان اقتصاد و مخالفان منافع عمومی کشور معرفی کردند. آنها با استفاده از رسانه‌های گروهی و تحت لوای شعار با هم بودن برای هرچه بیشتر آمریکایی کردن نظامی که منافع آنها جز منافع صاحبان تجارت نیست، دور هم جمع شدند و اعتصاب کنندگان را به حاشیه راندند. آنها کنترل رسانه‌های گروهی و منابع عظیم تبلیغات را در زیر چتر خود داشتند. این سیاست به خوبی عمل کرد و نتیجه داد و صاحبان صنایع شیوه مذکور را «روشهای علمی ضد تظاهرات» نامیدند و با بسیج آرای عمومی برای حمایت از مفاهیمی پوچ و بی محتوا همچون آمریکایی شدن به موفقیت‌هایی دست یافتند. این روش تا به امروز اعتبار

خود را حفظ کرده است. در اصل، برداشت آنها از دموکراسی عبارتست از: نظامی که باید چنبره حاکمیتش طبقه متخصص را برای خدمت به صاحبان صنعت و سرمایه تعلیم دهد و بقیه اکثریت جامعه از هرگونه سازمان بایی به دور باشند. مردم باید در مقابل تلویزیون لم داده باشند و شعارها و تبلیغات چون مته به مغزشان فرورود و طی شستشوی مغزی که توسط این رسانه‌ها انجام می‌شود، به این باور برسند که تنها ارزشی که در زندگی وجود دارد، عبارت از داشتن کالاهای فراوان مصرفی و پیروی از شیوه زندگی طبقه متوسط مرفهی است که دل‌باخته ارزشهای زیبای هماهنگی و آمریکایی شدن است.^{۲۶}

۱۲۷

با در نظر گرفتن ماهیت جامعه سرمایه‌داری، پیمان واگنر آخرین پیروزی قانونی برای کارگران به حساب می‌آید. پس از آن جنگ آغاز شد و اتحادیه‌های کارگری همراه با فرهنگ غنی طبقه کارگر که در ارتباط با اتحادیه‌ها بود، روبه زوال گذاشت. رسانه‌های گروهی زیر تسلط کامل بنگاههای مالی و انحصاری کشور اداره می‌شوند، بنابراین رسانه‌ها منعکس‌کننده افکار صاحبان چرخهای ثروت هستند. ادوارد برنیز شخصیت ممتاز در دنیای صنعت روابط عمومی، از عضویت کمیسیون کریل انصراف داد. او جزیی از آن کمیسیون بود، درسهایی از آن گرفت و سپس خود به توسعه اندیشه‌ای پرداخت که آن را مهندسی رضایت نامید که خود در موردش چنین شرح می‌دهد: جوهر دموکراسی کسانی هستند که توان مهندسی رضایت را دارند، آنهایی که صاحبان زر و زور یعنی دنیای ثروتند و مردم برای آنها کار می‌کنند.^{۲۷}

چامسکی توضیح می‌دهد که در رسانه‌های آمریکایی سطوح و مولفه‌های متفاوتی وجود دارد. اگر منظور آرایه اخبار و اطلاعات باشد، ساختار اصلی رسانه‌هایی هستند که گاهی به نام رسانه‌های خط‌دهنده خوانده می‌شوند. تعدادی رسانه‌های عمده مانند واشینگتن پست هستند که کارشان تنظیم چارچوب اساسی است و رسانه‌های دیگر مانند نشنال اینکوویرر* خود را با این چارچوب وفق می‌دهند. رسانه‌های گسترده از منابع اساسی برخوردارند و رسانه‌های کوچک‌تر که در سراسر کشور پخش هستند، ناگزیرند چارچوب رسانه‌های عمده را بپذیرند و در این چارچوب عمل کنند. رسانه‌های بزرگ در چند ویژگی عمده سهیم هستند: نخست اینکه، نهادهای رسانه‌ای خط‌دهنده به صورت شرکتهای بزرگ

* National Inquirer

هستند که بسیار سود دهنده نیز می‌باشند. این شرکتها در بسیاری از موارد به شرکتهای مرکب و بزرگ تر از خود وصلند که تولید آنها مخاطبها هستند و بازار آنها آگاهی دهندگان. ساختار اقتصادی یک روزنامه این است که خوانندگان خود را به سوداگران می‌فروشد، و در بسیاری از موارد که روزنامه‌ای دچار بحران مالی می‌شود، تیراژ خود را کاهش می‌دهد و در عوض سطح خوانندگان خود را ارتقا می‌بخشد. با این کار نرخ آگهی را افزایش می‌دهد. به این ترتیب می‌توان گفت که کار آنها فروش خواننده به سوداگران است، و رسانه‌های تاثیرگذار مانند نیویورک تایمز، واشینگتن پست و وال استریت ژورنال در واقع مخاطبان ممتاز و نخبه را به سوداگران می‌فروشند، و خوانندگان این روزنامه‌ها اغلب اعضای طبقه سیاسی هستند، یعنی طبقه‌ای که در جامعه تصمیم‌گیرنده است.^{۲۸}

چامسکی همچنین می‌افزاید که قدرت حاکمیت در آمریکا در دست دولت آمریکا نیست و در اختیار شرکتهاست و دولتها کارگزاران منافع شرکتهاستند. یکی از رؤسای جمهور آمریکا در دو قرن پیش گفته است: وقتی که قدرت در دست بانکداران و صاحبان زر بیفتد باید فاتحه جامعه را خواند و امروزه وضع جامعه آمریکا دقیقاً به همان صورت درآمده است. او اضافه می‌کند که آمریکا مانند دیگر کشورهای جهان در حال تحول است و خاستگاه این تحول مردمند. دولتها از آن جهت از تغییر و تحول در هراسند که مبادا قدرت و اقتدار آنها به چالش گرفته شود، به همین دلیل رسانه‌های جریان غالب، مردم را از آنچه در جهان می‌گذرد بی‌خبر می‌گذارند.^{۲۹}

اتحاد نامقدس و نقش آن در سیاست خارجی آمریکا

الف. ترساندن مردم

در نخستین سالهای حکومت ریگان، از خطر و تهدید شوروی برای دو هدف استفاده شد: ۱. مداخله در جهان سوم؛ و ۲. تضمین رفاه و آسایش برای طبقه ممتاز. رسانه‌های گروهی تلاش کردند تا شاهد یک دوره کوتاه حمایت عمومی از تقویت نیروهای صلح در جامعه آمریکا باشند. در نتیجه عملیات دولت و رسانه‌های گروهی در سال ۱۹۸۶ شصت درصد از مردم آمریکا، نیکاراگوئه را یکی از منافع حیاتی آمریکا و بالاتر از فرانسه، برزیل یا هند

می دانستند. در اواسط دهه ۱۹۸۰ تروریسم بین المللی، به ویژه در منطقه خاورمیانه کانون توجه همگان بود. برای درک نتیجه درخشان این عملیات تبلیغاتی کافی است که حتی در سالهای اوج گیری یعنی سالهای ۸۶-۱۹۸۵ آمریکا و هم پیمان آن اسرائیل مسئول مهم ترین عملیات تروریستی در منطقه بودند. صرف نظر از نقش برجسته ای که آمریکا در تروریسم بین الملل در سایر نقاط جهان و در سالهای قبل داشت.^{۳۰}

کار تکمیلی موسسات ایدئولوژیک (عمدتا رسانه های گروهی) در هنگام جنگ سرد بازسازی جو آکنده از ترس بود و برای این منظور لازم بود از پیروزیهای شوروی دشمن، قدم به قدم قویتر شدن آن، نقشه آن برای تصرف جهان و ساختن یک سیستم نظامی عظیم برای پیروزی بر کشور ایالات متحده شیون و زاری سر داد. چامسکی می گوید: اکنون روشن شده است که در بزرگ نشان دادن تحولات ۱۹۸۰ عراق شده است. خطری که نفوذ شوروی در یمن جنوبی، لائوس، گرانادا و دیگر کانونهای قدرت متوجه موجودیت جامعه آمریکا کرد، به آن عظمتی نبود که این رسانه ها و تحلیلگران فکر می کردند. در سال ۱۹۸۳، سازمان سیا تاکید کرد که از سال ۱۹۷۶، نرخ رشد بودجه دفاعی شوروی از ۴ یا ۵ درصد به ۲ درصد کاهش یافته و نرخ رشد فراهم سازی تسلیحات سیر نزولی داشته است. این کاملاً خلاف ادعاهای مطرح شده برای توجیه برنامه کارتر جهت مسلح کردن کشور بود که در سالهای حکومت ریگان به شکلی اساسی به اجرا درآمد.^{۳۱} در اواخر دهه ۸۰ روزنامه وال استریت ژورنال بحث شبخ ناآرام و امن را مطرح کرد شبخی که اقدام همیشگی آمریکا برای توسل به برنامه های نظامی کینزی را که در سراسر سالهای پس از جنگ جهانی دوم از تدابیر عمده مدیریت اقتصادی دولتی بوده، به طور خطیری مورد تهدید قرار می داد. این روزنامه اظهارات ادوارد میبر، رییس سابق ستاد ارتش آمریکا را چاپ کرد مبنی بر آنکه ارتش پر سرمایه و مجهز به فناوری پیشرفته ضامن رونق بازار و صنایع در خارج است. اما چگونه می توان بدون احتمال یک تهدید سرخ در افق، مردم را وادار به پرداخت و تامین هزینه ها کرد. با طویل تر شدن سایه این شبخ نگرانیها عمیق تر شد. مطبوعات واشینگتن گزارش خود را مبنی بر جلسه کنگره برای بحث در مورد لایحه تثبیت اقتصادی، تعدیل و تغییر صنایع دفاعی با این تیتتر شروع کردند: با پدیدار شدن الهه صلح، مجلس نمایندگان برای تسلاي درد تلاش می کند. ترس از

صلح از همان روزهای نخست جنگ مایه نگرانی و ناراحتی بوده است. محافل تجاری مسلم می دانستند که دولت باید در حفظ سیستم منافع خصوصی نقش عمده ای ایفا کند. آنها از گفت و گو درباره سرمایه گذاری آزاد و سیاست اقتصاد آزاد استقبال می کنند.

اما این عکس العمل در صورتی است که این طرحها به عنوان سلاحی برای جلوگیری از توزیع نسبی درآمدهای عمومی بین مردم در سطح وسیع یا برای تسهیل بهره برداری از وابستگیها به کار رود. از آنجایی که سرمایه گذاری برای نیازهای اجتماعی مانع حقوق ویژه مالکین و مدیران است، بنابراین به عنوان یکی از راههای انتخاب، در تعیین سیاست کنار گذاشته می شود. این راه از یک طریق عملی می شود: ترساندن مردم. با ترساندن مردم می توان آنها را واداشت که یا راهی را که بهتر از همه به منافع شرکتها کمک می کند، برگزینند، یا از سرمایه گذاریهای خارجی که برای ترغیب جهان سوم به تبعیت از این تقاضاها انجام می شود، حمایت کنند. از آنجایی که توانایی دولت در اجبار کردن و وادار کردن مردم به انجام کاری محدود است، مسایل مربوط به کنترل اجتماعی شدت می گیرد. اگر مردم معمولی در فکر کردن در مورد علل بدبختیهای بشری آزاد باشند، ممکن است همه نوع نتیجه گیری غلط را استنتاج کنند. بنابراین باید اصول را به آنها دیکته کرد و سرگرمشان کرد، و این کاری است که مستلزم تلاشهای بی وقفه است. راههای موجود برای این کار متعددند، ولی ایجاد ترس از یک دشمن خطرناک همواره ابزاری قوی و یکی از راههای احتمالی بوده است.^{۳۲}

پس از اینکه جنگ ویتنام اذهان بسیاری را بیدار کرد، برای مقابله با این خطر لازم بود تصویر آمریکای خیرخواه احیا و ساختار ارباب و ایجاد ترس در مردم بازسازی شود. برای نیل به هدف ابزار مورد استفاده کشف شد که همانا حقوق بشر بود. رابرت تاگر در مقاله مهم شماره مخصوص «بررسی مسایل جهان در سالی که گذشت» در فارین افیرز، با بدگمانی اما به طور دقیقی اظهار می دارد که از اواسط دهه ۱۹۷۰ حقوق بشر در واقع به بخشی از سیاست خارجی کشور پس از جنگ ویتنام مشروعیت بخشیده و به خط مشی کشور هدفی بخشیده که به ظاهر برای جلب حمایت مردم لازم بوده است و مانند مورد ویتنام تلاشی اصیل است که در دفاع از مردمی آزاد صورت می گیرد که در برابر تهاجم کمونیسم مقاومت

می‌کنند. در سالهای حکومت ریگان «آرزوی دموکراسی» نیز به مجموعه اقدامات مربوط به کنترل مردم اضافه شد. تا کر شرح می‌دهد که طبق رهنامه ریگان، مشروعیت دولتهای دیگر فقط به میزان تاثیر آنها بستگی ندارد، بلکه براساس میزان انطباق آنها با روند دموکراتیک سنجیده می‌شود و همیشه حق مداخله علیه دولتهای غیر قانونی وجود خواهد داشت. اما سوالی برای افراد بی تجربه پیش می‌آید و آن اینکه چرا آمریکا از این حق مداخله در کره جنوبی، آفریقای جنوبی یا السالوادر استفاده نکرد. با این وجود، هیچ گونه تناقضی وجود ندارد و این کشورها نسبت به دموکراسی در مفهوم عملی کلمه متعهد هستند. یعنی در آنها عناصر نخبه (بازار، الیگارش، ارتش) که معمولا منافع سرمایه‌گذاران آمریکایی را محترم می‌شمارند، بدون مواجهه با هیچ گونه نیروی نظامی مخالفی حکومت می‌کنند و گاهی اوقات نیز بخشهایی از جامعه به شکل‌های مناسبی آن را تایید می‌نمایند. وقتی این شرایط برآورده نشود، مداخله برای احیای دموکراسی مشروع و قانونی است.^{۳۳}

سیاست خارجی آمریکا بر این مبنا قرار گرفته است که به ضرب شلاق و زور هم که شده، باید مردم را وادار به پشتیبانی از حوادث برون مرزی کرد. مردم اصلتا صلح دوست هستند، درست همان گونه که در خلال جنگ جهانی نخست بودند. آنها دلیلی برای شرکت در ماجراهای خارجی، کشتن و شکنجه نمی‌بینند. بنابراین، باید آنها را به زور وارد گود کرد و برای کسب موفقیت در اجرای این سیاست آنها را ترسانند. برنیز در این خصوص موفقیت مهمی به دست آورده بود. او در سال ۱۹۵۴ کمیته روابط عمومی را برای شرکت یونایتد فروت به راه انداخت؛ درست زمانی که ایالات متحده آمریکا برای براندازی حکومت سرمایه داری دموکراتیک گواتمالا و برقراری حکومت آدم کش و استقرار جوخه‌های اعدام تصمیم گرفت که تا به امروز نیز با تزریق مداوم کالاهای بی دریغ برای جلوگیری از حرکت‌های دموکراتیک ادامه دارد. این وضعیت نیازمند تبلیغات عظیمی است. برنامه‌های رونالد ریگان با اقبال عمومی مواجه نشد. برای مثال، مسئله تسلیحات که به بهای قطع هزینه‌های اجتماعی برنامه ریزی شده بود، با مخالفت اکثریت مردم جامعه روبه‌رو شد. اما تا وقتی که مردم به حاشیه کشانده شده بودند، حواسشان آن قدر پرت بود که نه تنها هیچ راهی برای شکل و سازماندهی و ادامه خواسته‌های طبیعی خویش نداشتند، بلکه متوجه این واقعیت نیز

نمی‌شدند که کسان دیگری نیز با آنها هم رای و هم فکرنند و در کنارشان قرار گرفته‌اند. این افراد از اختصاص داده شدن بودجه‌های هنگفت خزانه دولت به امر تسلیحات نظامی به جای صرف هزینه‌های ملی اجتماعی، به شدت عصبانی بودند. ولی با چنین افکاری چنان در دست دولتمردان قرار گرفته بودند که صدایشان در هیچ نقطه از کشور شنیده نمی‌شد.^{۳۴}

در دو سال نخست حکومت جورج بوش پدر، سه میلیون کودک به زیر خط فقر کشیده شدند. بدهیهای کشور روبه افزایش نهاد، و کیفیت آموزش به شدت روبه کاهش گذاشت و دستمزدهای واقعی اکثریت مردم به سطح سالهای ۱۹۵۰ بازگشت. برای رام کردن این گله سردرگم و مسحور کردن آنها، دیگر میخکوب کردن آنها در پای تلویزیون و محو تماشای فوتبال کردن کافی نبود. باید آنها را از دشمنان خیالی می‌ترساندند. این ترزا هیتلر در دهه ۱۹۳۰ به کار گرفت و مردم را از خطر یهودیان و کولیان ترساند. او شعار می‌داد که برای دفاع از خودتان باید همه آنها را نابود کنید. در قرن بیست و یکم نیز همین فلسفه‌ها به روشهای مخصوص به خود عملی می‌شود. در چندین سال گذشته هر دو سال یک بار دست به خلق هیولایی عظیم زدند، به طوری که باید علیه آن اقدام شود. این دشمنان دیو صفت پیوسته در آستین حاکمان جامعه کمین کرده‌اند و گاه باید آنها را بیرون آورد؛ دشمنانی چون روس‌ها.^{۳۵}

ماشین کنترل دشمنی با کمونیسم، قدرت اعمال نفوذ وسیعی بر رسانه‌ها دارد. در موقعیتهای عادی و همچنین دورانیهای بالا گرفتن تب وحشت از سرخ‌ها، قضایا در چارچوب دنیای دوگانه کمونیسم و ضد کمونیسم مورد بررسی قرار می‌گیرد، به نحوی که گزارشهای خبری با حمایت از گروههای ضد کمونیسم پیروزی آنها را تضمین می‌کند.^{۳۶} اما این هیولای عظیم (روس‌ها) در اواخر دهه ۸۰ جذابیتهای خود را به عنوان دشمن از دست داده بود، و به کار بستن همان شیوه‌های پیشی دشوارتر شده بود. بنابراین، باید دست به خلق دشمن خیالی جدید زد و روشهای تازه در نظر گرفت، درست همانند دستگاه روابط عمومی ریگان که در دهه ۱۹۸۰ به راه انداختند: سناریوی تروریسم جهانی، قاچاقچیان مواد مخدر. اعراب دیوانه و هیتلر جدید، صدام حسین، که دارد جهان را تسخیر می‌کند. آنها دشمنان خیالی جدید را پی در پی در بوق تبلیغاتی سرسام آورشان دمیدند. آنها مردم را چنان به وحشت انداختند که حتی جرات مسافرت هم از آنها سلب شد و به زیر چتر ترس و وحشت کشانده

شدند. در این هنگامه بود که به کشورهای بی دفاع دنیای سوم همچون گرانادا و پاناما حمله برد و آنها را درهم کوبید و پیروزی خود را جشن گرفت، و با این اعمال وحشت برانگیز به مردم آرامش می بخشید. و این یکی از روشهایی است که از طریق آن مسیر دقت و توجه رمه های سردرگم را به آنچه در اطرافشان رخ می دهد، منحرف کردند و آنها را تحت کنترل خواسته خود درآوردند. حملات همیشه ایدئولوژیک بوده که به خلق هیولایی بی اساس پرداخته و آن گاه برای درهم کوبیدنش مردم را بسیج کرده و به خیابانها ریخته اند.^{۳۷}

ب. تازیانه تروریسم

چامسکی می گوید واژه تروریسم که در رسانه های آمریکا تبلیغ می شود، فقط به اعمالی اشاره دارد که هدف آنها ایالات متحده است و نه اعمال آمریکا و مزدورانش علیه سایر کشورها. او معتقد است که آمریکا و اسرائیل و ارتشهای نماینده آنها در کشورها، مقرر عملیات تروریستی هستند که در سالهای ۱۹۸۰ انجام شد. جنگ علیه تروریسم در آمریکا کارکرد ایدئولوژیک ویژه ای دارد؛ توسعه بخش اقتصادی دولت و انتقال منابع از فقیر و غنی. چامسکی همچنین نگران روشی است که رسانه ها این ایدئولوژی را تقویت می کنند.^{۳۸} اعلام جنگ علیه تروریسم در یازده سپتامبر ۲۰۰۱ نبوده است، بلکه با همان شیوه تبلیغاتی ۲۰ سال پیش آغاز شده است. وقتی حکومت ریگان بر مسند قدرت تکیه داد، اعلام کرد: جنگ علیه تروریسم باید مرکز ثقل سیاستهای خارجی آمریکا باشد. تروریسم با آنچه رییس جمهور آن را «بلائی شیطنانی تروریسم» نامید، محکوم شد. لبه تیز تیغ مبارزه علیه تروریسم بین المللی حمایت شده از سوی آمریکا به طرف دنیای اسلام و آمریکای مرکزی نشانه رفت. تروریسم بین المللی به عنوان طاعونی توصیف شده که توسط دشمنان خود تمدن در حرکتی ارتجاعی و بازگشت به دوران بربریت در عصر مدرن شیوع پیدا کرده است. در سال ۱۹۸۵ یک همه پرسی سالیانه توسط آسوشیتد پرس از ناشران مطبوعاتی صورت گرفت. نتیجه این بود که تروریسم بین المللی در آن مناطق به عنوان داستان اصلی سال انتخاب شد. در سال ۲۰۰۱ نیز برای دومین بار علیه تروریسم اعلان جنگ شد. دونالد رامسفلد که در سال ۲۰۰۱ رهبری مرحله دوم جنگ علیه تروریسم را بر عهده داشت، همان کسی بود که در زمان ریگان

◆ اسرائیل شناسی - آمریکا شناسی

هدایت مرحله نخست جنگ را نیز که سال ۱۹۸۵ اوج آن به حساب می‌آمد، فرماندهی می‌کرد. در سال ۱۹۸۵ موضوع تروریسم در خاورمیانه مسئله اصلی به حساب می‌آمد و در آمریکای مرکزی جایگاه دوم را به خود اختصاص داده بود.

جورج شولتز، وزیر امور خارجه ریگان، طاعون در آمریکای مرکزی را به عنوان مهم‌ترین و هشداردهنده‌ترین موضوع روز معرفی می‌کند. او می‌گوید: مشکل اصلی سرطانی است که درست در قلب آمریکا جاخوش کرده است و آمریکا باید آن را ریشه کن کند و بهتر است هرچه سریعتر این کار انجام گیرد؛ زیرا سرطان اهداف هیتلری؛ یعنی «نبرد من» را در سر می‌پروراند و خیال غلبه بر دنیا را دارد و وضعیت بسیار خطرناک است. خطر چنان جدی بود که در روز قانون سال ۱۹۸۵ رییس جمهور فراخوان فوری امنیت ملی را صادر کرد؛ زیرا همچنان که خود اشاره کرد، سرطان مذکور تهدید غیر معمول و فوق العاده‌ای برای امنیت ملی آمریکا و سیاست خارجی آن به حساب می‌آمد. این وضعیت اضطراری تا زمان ریشه کن شدن قطعی، هر سال تجدید شد. شولتز وزیر خارجه وقت توضیح داد که خطر به قدری جدی است که شما قادر به ملایم کردن اوضاع نمی‌باشید و اگر سایه قدرت بر سر میز چانه زنی غالب نباشد، مذاکرات برای اعطای امتیاز با حسن برخورد پیش می‌رود. او معتقد بود کسانی که در جستجوی ابزار قانونی مدینه فاضله، میانجی‌گران خارجی، سازمان ملل متحد و دادگاههای جهانی هستند، عامل معادله قدرت را نادیده می‌گیرند و آن را به شدت محکوم می‌کنند. در اصل آمریکا با نیروهای مزدور مستقر در پایگاههای هندوراس زیر نظر جان نگرپونته به تمرین عامل قدرت در معادله سیاسی پرداخته است، در حالی که از سوی دیگر در مسیر شیوه بهره‌گیری از ابزارهای قانونی مدینه فاضله‌ای همچون دادگاه بین‌المللی توسط خود کشورهای آمریکای لاتین ایجاد ممانعت می‌کند و البته که خود سرطان بر آن است که بر جهان چیره شود. رسانه‌های گروهی توافق کردند که تنها مسئله باقی مانده بحث بر سر انتخاب تاکتیک‌ها است. ماهیت گفت‌وگوها همچنان مانند برخورد شاهین و کبوتر بود. موضع شاهینها توسط ناشران نشریه نیورپیابلیک به خوبی بیان شد. آنها به زبان خودشان تقاضا کردند که ما به ارسال کمکهای نظامی به فاشیست‌های آمریکای لاتین ادامه می‌دهیم. بدون در نظر گرفتن اینکه چه تعدادی از مردم به قتل رسیده‌اند. زیرا منافع آمریکا بر رعایت

حقوق بشر در سرزمین السالوادور یا هر جای دیگری در منطقه اولویت دارد. از سویی دیگر، کبوتران چنین استدلال می کنند که ابزارهای یاد شده دیگر کارایی ندارد و باید راهکارهای جدیدی انتخاب کنیم و به نیکاراگوئه برگردیم؛ یعنی به سرطان به شیوه آمریکای مرکزی، و استانداردهای منطقه ای را بر آنها تحمیل کنیم. شیوه آمریکای مرکزی و استانداردهای منطقه ای آنهاست هستند که در ایام تحت لوای آنها، دولتهای تروریست السالوادور و گواتمالا به گونه ای به قتل عام و شکنجه و ویرانی می پرداختند. لذا طبق گفته کبوتران، ما باید همچنان به شیوه آمریکای مرکزی به نیکاراگوئه برگردیم. جبهه روزنامه نگاران و ناشران در مورد این مطلب تقریباً ۵۰ به ۵۰ بین کبوتران و عقابها تقسیم شده بود و هر یک روشهای خاص خود را برای مقابله با سرطان موجود در آمریکای مرکزی پیشنهاد می دادند. این وضعیت آمریکای مرکزی در آن زمان بود.^{۲۹}

مایکل کینسلی، سر دبیر نیوز پابلیک در سال ۱۹۹۰ از سازمانهای حقوق بشر به جهت احساساتی شدن در مورد موجه شناخته شدن حمله‌های تروریستی به هدفهای آسان از طرف وزارت کشور، انتقاد کرد. وی پیشنهاد کرد که ما باید سیاستی را با توجه به تست تحلیل سود و زیان در نظر بگیریم؛ تحلیل میزان خونی که ریخته می شود و بدبختی که ایجاد می گردد و اما در عوض تا چه میزان به دموکراسی نزدیک می شویم؛ البته دموکراسی که نخبگان آمریکا می فهمند، و برداشتی که به طور مشخص در منطقه نشان داده شده است. آمریکا این حق را برای خود قایل است که این تحلیل را انجام دهد و اگر جواب مطابق میلش بود، دست به اقدام بزند. واکر می گوید: در حالی که شاهدان همگی اذعان دارند که مردم نیکاراگوئه در حالی که به مغزشان نشانه رفته بودند، تسلیم شدند و به برگرداندن کشور به دست کاندیدای پشتیبانی شده از سوی آمریکا رای دادند. نخبگان آمریکا این پیروزی را جشن گرفتند و خوشحال بودند که دوره رمانتیک جدیدی فرا رسیده است. سراسر طیف مفسران مورد احترام با هیجان به تحسین این روشها پرداختند؛ یعنی، «به نابودی کشاندن اقتصاد کشورها و هم زمان افروختن آتش جنگی مرگبار تا مردم از رمق افتاده، خود با رای خویش حکومت نامطلوب از نظر آمریکا را کنار بگذارند»، ضمن اینکه این کار با کمترین هزینه برای آمریکا صورت می گیرد و برای قربانیان، «پلهای ویران شده، نیروگاههای تخریب گشته و کشتزارهای

ویران» به جا خواهد گذاشت. به این ترتیب، برای کاندیدای مورد نظر آمریکا چیزی برای مطرح شدن به عنوان برنده ایجاد خواهد گردید: پایان فقر مردم نیکاراگوئه. سرتیتر نیویورک تایمز اعلام می‌دارد که؛ ما به خاطر دستاوردهای این مسئله در شادی آنها شریکیم. مغرور از پیروزی نقش صادقانه آمریکا.^{۴۰}

ج. جنگ و خاورمیانه

از دید چامسکی جنگ برای هیأت حاکمه آمریکا مزایای فراوانی داشت؛ به این دلیل که جنگ برای آمریکایی‌ها صنعت است و به رونق اقتصادی آمریکا کمک می‌کند. بیشترین جنگهایی که آمریکا در ۵۰ سال گذشته به راه انداخته است، در بدترین شرایط اقتصادی داخلی ایالت متحده صورت گرفته است. در جنگ، مردم برای حفظ جان خود آماده اند پول بیشتری به حکومت بپردازند. گرفتن مالیات اضافی دست دولت را برای پیشبرد صنایع نظامی و ایجاد اشتغال باز می‌گذارد و اقتصاد را به تحرک وا می‌دارد. جنگ به دولت کمک می‌کند که برای کاهش هزینه‌های اجتماعی توجیه شرعی بترشد. ولی در آمریکا اصل داستان این است که صرف هزینه‌های اجتماعی خطر دموکراسی را افزایش می‌دهد و دخالت مردمی انحصار سوداگران را مورد تهدید قرار می‌دهد. وی می‌گوید: آمریکا در جنگ به بهانه دفاع، کلیه امکانات دفاعی و تسلیحاتی کشور مورد حمله را از بین می‌برد و همه تاسیسات زیربنایی آن را نابود می‌کند تا بازار بزرگی به گستردگی یک کشور برای دوره بازسازی ارتش و تاسیسات زیربنایی آن کشور برای خود یا متحدان خود به وجود آورد. از این رو، چامسکی معتقد است که حاکمیت آمریکا جنگ را چون تزریق دارو به بدنه اقتصاد بیمار می‌داند و به همین دلیل برای صنعت جنگ بیشترین سرمایه‌گذاری را انجام می‌دهد، همان گونه که در صفحات پیش در مورد آمریکای مرکزی و سایر جاها به آن اشاره شد. او همچنین معتقد است که برای آغاز جنگ نخستین راه تراشیدن یک دشمن است و اگر دشمن قوی باشد و قدرت مقابله داشته باشد، آمریکا هرگز درصدد حمله به او بر نمی‌آید، بلکه از او تنها استفاده تبلیغاتی می‌کند. به جای یک دشمن قوی (اتحاد جماهیر شوروی) کشورهای مفلوک و بی‌دفاع را انتخاب می‌کند، در مورد آنها بزرگ‌نمایی می‌کند و به صورت دشمن واقعی و

خطرناکی به خورد آمریکاییان و کنگره می دهد و پس از کسب اطمینان از اینکه خطری او را تهدید نمی کند، به او حمله می کند و این کار میسر نمی شود مگر با تبلیغات عظیم و هزینه سرمایه های هنگفتی برای آنها.^{۴۱}

ست تیلمن «ارتباط ویژه» آمریکا و اسرائیل را غالباً ناشی از فشارهای سیاسی داخلی و به خصوص نقش مؤثر جامعه یهودیان آمریکا در زندگی سیاسی و تسلط بر افکار عمومی دانسته است. چامسکی در نقد این مطلب عنوان می کند که تعداد آنهایی که تیلمن به عنوان «زمینه سازان اسرائیل» می نامد، بسیار بیشتر از جامعه یهودیان آمریکا بوده و بخشهای مهمی از سایر گروهها را در بر می گیرد؛ از آن جمله، دسته هایی از آزادی خواهان، رهبری اتحادیه های کارگری، بنیادگرایان مذهبی و محافظه کاران، گروههایی که خواهان دستگاه دولتی نیرومند هستند تا در داخل کشور تولید کالاهای دور ریختنی، یعنی محصولات نظامی را با فناوری عالی، و در خارج تهدیدات و ماجراجویی های نظامی را ترغیب کند. به طور کلی بخشهایی از همه این دسته ها عموماً از جنگ طلبان سرسخت و خونسرد به شمار می آیند. در اسرائیل تنها جناح راست نیست که قدر این ارتباطات را می داند. برای مثال، اسحاق رابین در زمانی که نامزد حزب کارگر برای نخست وزیری بود، با آنکه شهرت صلح طلبی داشت، پس از جنگ ۱۹۷۳ با حل و فصل مخاصمات از راه سیاسی مخالفت ورزید و چنین اظهار نظر کرد که اسرائیل باید فرصت بیشتری به دست آورد تا بعدها در موقعیت مناسب تری قرار بگیرد. ممکن است آمریکا در برابر شوروی روش مهاجمانه تری در پیش بگیرد.^{۴۲}

به رغم کمکهای قابل ملاحظه آمریکا به اسرائیل نباید چنین پنداشت که اسرائیل مهم ترین موضوع مورد علاقه آمریکا در خاورمیانه است. به عکس، منافع اصلی در ذخایر انرژی موجود در منطقه و بیش از همه در شبه جزیره عربستان قرار دارد. عربستان سعودی در تجزیه و تحلیلی که وزارت خارجه آمریکا در ۱۹۴۵ راجع به آن انجام داده، چنین توصیف شده است: «منبع حیرت آوری از قدرت سوق الجیشی و یکی از بزرگ ترین غنایم مادی در طول تاریخ جهان». آمریکا خود را متعهد به دستیابی و نگه داری این غنیمت کرده، و از جنگ جهانی دوم به این سو این موضوع در سیاست خارجی آمریکا از بدیهیات مسلم شمرده می شود که این ذخایر انرژی باید تحت کنترل آمریکا باقی بماند. روایت دیگری از همین مقوله

که در سالهای اخیر عنوان می‌شود، آن است که باید قسمت اعظم دلارهای نفتی از طریق خریدهای نظامی، طرحهای ساختمانی، سپرده‌های بانکی، سرمایه‌گذاری در اوراق خزانه و امثال اینها به سوی آمریکا سرازیر شود. آنچه ضرورت دارد دفاع از این منافع اساسی در برابر انواع مخاطراتی است که آن را تهدید می‌کند.^{۴۳}

چامسکی معتقد است که در روش مذاکره غربی‌ها به ویژه آمریکایی‌ها چند اصل مطرح است: نخست، دفاع از اقتصاد آزاد شامل سرمایه‌گذاری متکی بر بازار و تجارت آزاد و حرکت آزاد سرمایه، و خصوصی‌سازی اقتصادی؛ دوم، پشتیبانی قوی از شرکتهای چند ملیتی و مخالفت با مقررات دولتی ناظر بر این شرکتهای سوم. گسترش «حکومت قانون»؛ چهارم، الزام کشورهای طرف مذاکره به حقوق بشر؛ و پنجم، دموکراسی. این پنج مشخصه یا شرط، ظاهری بسیار زیبا دارند، به طوری که ممکن است کشورهای طرف مذاکره احساس غبن کنند که چرا از چنین مواهبی برخوردار نیستند. حرف نهایی چامسکی این است: آمریکا به بن بست رسیده است و نه راه پس دارد و نه راه پیش، ولی با حرکت جنون آمیز در حال نابود کردن دنیا و محیط زیست است. قدرت حاکمیت در آمریکا در دست دولت آمریکا نیست، بلکه در اختیار شرکتهاست و دولتها کارگزاران منافع شرکتهای هستند. یکی از روسای جمهور آمریکا در دو قرن پیش گفته است آن گاه که قدرت در دست بانکداران و صاحبان زر بیفتد، باید فاتحه جامعه آمریکا را خواند و امروز وضع جامعه آمریکا دقیقا به همان صورت در آمده است. بالاخره پیام ضمنی چامسکی به کشورهای جهان سوم که بیشتر آنها نیش استعمار را خورده‌اند، این است که به جای پناه بردن به مار غاشیبه به درون خود بنگرند و به کشف استعدادها و امکانات درونی خود بپردازند.^{۴۴}

چامسکی و سانسور

سانسور خبری و فیلتر اخبار در جامعه آمریکا به صورت نظام مندی حتی شامل خود چامسکی هم شده است. چامسکی در طول سه دهه گذشته بیش از ۳۰ کتاب به رشته تحریر در آورده است، اما هنوز هیچ یک از مجلات معتبر در تاریخ آمریکا؛ مثل آمریکن هیستوری، آمریکن هیستوریکال ریویو، ریویوز این آمریکن هیستوری، این کتب را مورد بررسی قرار

نداده اند. اگر این نشریات از یک یا دو کتاب چامسکی غفلت کرده بودند، این اتفاق به شکل یک مشکل پدیدار نمی شد و می توانست از مجموعه دلایلی که به خود چامسکی باز می گردد، ناشی شده باشد. این نشریات اشاراتی به چامسکی داشتند، اما اکثر این اشارات در جهت تخریب او بوده است؛ زیرا اتهام داشتن تعصب در یک زمینه خاص را به او وارد می کردند. این نشریات به بررسی آثار کسانی مانند رابرت بلاه، ناتان گلازر، اریوین هاو، سیمور مارتین لیپست، ریچارد رورتی، ادوارد سعید، گری ویلز و جان آپدایک پرداخته اند. زیرا کتابهایشان در ارتباط با یک بخش مهم تاریخ نوشته شده بود. آثار چامسکی دارای رکورد در داشتن تقدیرنامه و عاری از پیچیدگیهای ادبی است. آیا علت طرد شدن چامسکی این است که او سیاست را از تاریخ جدا نکرده است؟ مورخان دانشگاهی معمولاً از تخصص خود به عنوان وسیله ای برای سوء استفاده سیاسی و تهدید استفاده می کنند؛ مانند سین ویلنتز و گزارشی که چند سال پیش به کنگره ارائه کرد، یا دیوید لندز و نامه هایی که در سال ۲۰۰۰ برای نیویورک تایمز فرستاد. اگر این چیزها برای کنار گذاشتن چامسکی از جمع اندیشمندان مورد قبول باشد، تنها تعداد کمی از مورخان با افتخار از آرتور شلزینگر یاد می کنند که یک مورخ لیبرال و کسی بود که تاریخ را از سیاست جدا کرد.

جالب اینجاست که آنها حتی ابایی از درج مطالب مارکسیستی در صفحاتشان ندارند. پس چرا اریک هابز برام آری، ولی نوام چامسکی خیر؟ جواب این سوال با رجوع به مباحث چامسکی، حتی کمتر از آن با موقعیت حرفه ای او به دست نمی آید و باید به اهداف توجه کرد. تعبیر دولت ستیزانه چامسکی در ارتباط با مسؤلیتهای اساسی همه جا وجود دارد. او می گوید: این وظیفه روشنفکران است که از حقیقت صحبت کنند و دروغها را افشا سازند. کسی نمی تواند کتب چامسکی را بخواند و به سادگی به این نتیجه نرسد که حقیقت چیزی است که توسط دسته ای از الفاظ محاصره شده است.

او با مورخان لیبرال نیست که می گویند، روشنفکران دانشگاهی به واژگان جدیدی برای فهم حقیقت نیازمندند. نشریات تاریخ با طرد یکی از موثرترین صداها در مباحث سیاسی معاصر، از این حقیقت که آزادی روشنفکرانه به صورت گزینشی به افراد اعطا می شود، پرده برداشتند. یکی از درسهایی که می توان از ایدئولوژی پسا لیبرال آموخت، این است که سانسور

در رابطهای هوشمندانه با فرهنگ و فرایند اجتماعی قرار دارد. احیای پایه های اخلاق حرفه ای، تنها دلیل برای جلوگیری از طرد چامسکی نیست. بسیاری از مقالات و بررسیهای نشریات، فاقد ارتباط جدی با مسؤلیتهای انسانی است. مسئله این نیست که چامسکی از خطا مصون می باشد، یا همه نظراتش درست است، بلکه نکته اصلی این است که در مقالاتش به صراحت درباره سرانجام کار نشریات تاریخ سخن می گوید. نسل فعلی مورخان حرفه ای، که بسیاری از آنان کار خود را با ناآرامیهای دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ آغاز کرده اند. خود را بدون هیچ ناراحتی به نظم سلسله مراتبی زندگی دانشگاهی راضی کرده اند. لیبرالیسم آنها شامل نادیده گرفتن گروههای اجتماعی می شود. اما در قبال جلوگیری از سرکوب قدرت کارگران کار زیادی انجام نمی دهند.^{۴۵}

نتیجه گیری

برداشت عمومی در جوامع دموکراتیک این است که وسایل ارتباط جمعی در غرب مستقل هستند و به کشف و گزارش واقعیت کمک می کنند. رهبران وسایل ارتباط جمعی ادعا می کنند که انتخاب اخبار بر اساس رشته ای از ملاکهای بی طرفانه حرفه ای خبرنگاری انجام می پذیرد. هرمن و چامسکی معتقدند که در واقع، بازیگران سیاسی، به عنوان اجتماعی مهم و قدرتمند، به اخبار شکل داده و آن را تعریف می کنند و وسایل ارتباط جمعی را حول این تعریف از اتفاقات خبری نگاه می دارند، و این در حقیقت بازار هدایت شده خبری است نه بازار آزاد خبری. بازار خبری مد نظر آنها از سوی دولت و رهبران شرکتهای بزرگ و صاحبان و مدیران وسایل ارتباط جمعی سمت و سو گرفته و جهت می یابد، که این جهت دهی چیزی جز منافع قدرتمندان جامعه نیست.

تداخل و یکی شدن رسانه های جمعی با شرکتهای بزرگ اقتصادی نقش مهمی در سیاست داخلی آمریکا ایفا کرده است. چامسکی تلاش می کند به مردم بفهماند که آنچه جریان غالب و هیأت حاکمه آمریکا درباره اقتصاد آمریکا و مزایای تجارت آزاد و معاملات آن و موفقیت سازمان تجارت جهانی ادعا می کند، با واقعیت مطابقت ندارد. از نظر او همه سناریوی بازار آزاد یک داستان ساخته و پرداخته توسط اقتصاد سیاسی آمریکا برای فریب

کشورهای دیگر است. چامسکی به فرضیه دموکراسی مترقیانه لیپمن اشاره می کند که در دموکراسی دو نوع طبقه وجود دارد؛ نخست، طبقه متخصص، افراد متمول و مجریان وظایف اجرایی که منافع توده ناآگاه و عموم جامعه را می فهمند. دوم، گله سردرگم که تماشاگرند و قادر به درک مسایل جامعه نیستند. برای رام کردن آنها نیاز به انقلاب نوین در دموکراسی است که ایجاد رضایت نام دارد که توسط رسانه های گروهی، نظام آموزشی و فرهنگ عمومی در جامعه انجام می شود.

نخبگان و شرکتهای غول آسای اقتصادی برای مشروع جلوه دادن سیاست خارجی آمریکا از راههای مختلفی برای شکل دهی افکار عمومی توسط رسانه های جمعی استفاده می کنند. یکی از این راهها تحریف مفاهیم مختلفی مانند تروریسم، حقوق بشر، و غیره است که باعث ایجاد دوگانه باوری در مردم می شوند. راه دیگر، ترساندن مردم از طریق خلق هیولاهای عظیم است که باعث می شود مردم برای حفظ جان خود پول بیشتری به حکومت بپردازند. بدین ترتیب، می بینیم که رسانه ها و شرکتهای اقتصادی طوری به هم گره خورده اند که می توانند سیاست خارجی و داخلی آمریکا را در مسیرهای مختلف تعیین شده هدایت کنند. □

پاورقیها:

۱. نوام چامسکی، فهم قدرت؛ دغدغه دایمی چامسکی، تهیه و تنظیم: پیتر میشل، جان شوفل، ترجمه: احمد عظیمی بلوریان، تهران: انتشارات مؤسسه خدمات فرهنگی رسا، ۱۳۸۲.
۲. همان، ص ۱۸.
۳. نوام چامسکی، دمو کراسی بازدارنده، ترجمه: مهوش غلامی. تهران: انتشارات اطلاعات، ۱۳۷۲.
۴. چامسکی عمر خود را دست و پنجه نرم کردن با سه مسئله توصیف کرده است: مسئله افلاطون، مسئله اورول، مسئله دکارت. مسئله افلاطون عبارتست از اینکه «چرا به رغم شواهد بسیار کم، ما زیاد می دانیم». مسئله اورول عبارتست از اینکه «چرا به رغم شواهد بسیار زیاد، ما کم می دانیم». مسئله نخست به زبان و معرفت مربوط است، و مسئله دوم به ایدئولوژی و قدرت. مسئله دکارت هم عبارتست از اینکه چرا انسان موجودی مختار است، از نظر او این مسئله همچنان لاینحل باقی مانده است و امید چندانی به حل آن نیست.
۵. شاپور اعتماد، «نوام چامسکی: مسئله افلاطون، مسئله اورول، مسئله دکارت»، مجله فرهنگ، بهار ۱۳۶۹، شماره ۶.
۶. علیرضا دهقان، محمدرضا رستمی، «تحلیل عملکرد مطبوعات در هشتمین دوره ریاست جمهوری با مدل پروپاگاندا»، نامه پژوهش فرهنگی، سال هشتم، دوره جدید، شماره ۸، ص ۳۱.
7. S. E Herman, N. Chomsky, *Manufacturing Consent; The Political Economy Of the Mass Media, Propaganda Model*, Pantheon books: New York, 1988.
8. Ibid.
9. Ibid.
10. Ibid.
۱۱. تحلیل عملکرد مطبوعات در هشتمین دوره ریاست جمهوری در مدل پروپاگاندا، پیشین، ص ۳۶.
۱۲. همان، ص ۳۷.
۱۳. نوام چامسکی، کنترل رسانه ها، ترجمه: ضیاء خسروشاهی، تهران: انتشارات درسا، ۱۳۸۵، ص ۸.
۱۴. رضا نیلی پور، نوام چامسکی و انقلاب زبان شناسی، تهران: نشر دایره، ۱۳۸۳.
۱۵. کنترل رسانه ها، پیشین، ص ۸.
۱۶. همان، ص ۱۲.
۱۷. بخشی از گفت و گوی چامسکی در مورد جهت دار بودن رسانه های جمعی، مطبوعات و تلویزیون در آمریکا در ۲۲ مارس در کالیفرنیا که، قسمتهایی از آن توسط فیض الله توحیدی ترجمه شده است. رجوع کنید به: مجله چشم انداز ایران، اسفند ۱۳۸۶ و فروردین ۱۳۸۷، شماره ۴۸، ص ۱۲۱.
۱۸. تحلیل عملکرد مطبوعات در هشتمین دوره ریاست جمهوری در مدل پروپاگاندا، پیشین، ص ۳۵.
۱۹. فهم قدرت، پیشین، ص ۲۴.
۲۰. همان، ص ۷۰.
۲۱. کنترل رسانه ها، پیشین، ص ۱۵.
۲۲. همان، ص ۱۶.
۲۳. همان، ص ۱۹.
۲۴. قانون واگنر به قانون ملی روابط کارگری معروف است که در سال ۱۹۳۵ به تصویب کنگره آمریکا رسید که طبق آن به کارگران حق تشکیل اتحادیه داده شد.
۲۵. همان، ص ۲۰.
۲۶. همان، ص ۲۴.
۲۷. همان، ص ۲۷.

۲۸. فهم قدرت، پیشین، ص ۷۱.
۲۹. همان، ص ۴۴.
۳۰. دموکراسی بازدارنده، پیشین، ص ۱۶۶.
۳۱. همان، ص ۱۶۴.
۳۲. همان، ص ۱۶۰.
۳۳. همان، ص ۱۶۱.
۳۴. کنترل رسانه‌ها، پیشین، ص ۳۰.
۳۵. همان، ص ۴۴.
۳۶. تحلیل عملکرد مطبوعات در هشتمین دوره ریاست جمهوری در مدل پروپاگاندا، پیشین، ص ۴۱.
۳۷. کنترل رسانه‌ها، ص ۴۶.
38. N Chomsky, *Pirates and Emperors; Old and New*, Publisher: between the line, Canada, 2002
۳۹. کنترل رسانه‌ها، پیشین، ص ۷۵.
۴۰. نوام چامسکی، هژمونی یا بقا؛ تلاش آمریکا برای سیطره جهانی، ترجمه: آسوده نوین، تهران: انتشارات اطلاعات، ۱۳۸۷، ص ۱۱۸.
۴۱. فهم قدرت، پیشین، ص ۲۹.
۴۲. نوام چامسکی، مثلث سر نوشت ساز؛ فلسطین، آمریکا و اسرائیل، ترجمه: عزت الله شهیدا، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، ۱۳۶۹، ص ۱۷.
۴۳. همان، ص ۲۴.
۴۴. فهم قدرت، پیشین، ص ۴۴.
45. H. J Summers, "Why Historians Ignore Chomsky," *History News Network*, January 17, 2005.

برای اطلاعات بیشتر رجوع کنید به: WWW.Chomsky.Info

