

بررسی رسانه‌ها

روند حاکم بر رسانه‌ها چه وظیفه‌ای را و در چه جهتی انجام می‌دهند

از بحثی در انستیتوی رسانه‌های Z توسط چامسکی در یونی ۱۹۹۷

نوآم چامسکی

ترجمه: صبا اسکویی

بخشی از دلیل این که چرا درباره رسانه‌ها می‌نویسم برای این است که به کل فرهنگ روشنفکری علاقمندم و بخشی از آن هم این است که رسانه‌ها برای بررسی آسان‌ترند. آن‌ها هر روز منتشر می‌شوند. شما می‌توانید یک بررسی سیستماتیک انجام بدهید. می‌توانید نمونه‌های دیروز را با امروز مقایسه کنید. اسنادی درباره آن چه که درست نقش بازی می‌کند و آن چه که نمی‌کند و چگونگی چیزهایی که بنیانی هستند، وجود دارد.

به عقیده من، رسانه‌ها خیلی از افاضات یا از آن چه که مجلات عقاید روشنفکری می‌گویند - تحمیل‌های فوق‌العاده‌ای وجود دارد - متفاوت نیستند، اما تفاوت ریشه‌ای نیست. آن‌ها فعل و انفعالات متقابلی دارند، امری که چرایی نوسان مردم به سادگی در میان این رسانه‌ها را توضیح می‌دهد.

وقتی که به رسانه‌ها، یا به هر موسسه‌ای نگاه می‌کنید که می‌خواهید بشناسید، سؤالاتی در مورد ساختار داخلی آن می‌کنید. می‌خواهید چیزهایی را در مورد جایگاه‌شان در محدوده اجتماع بدانید. این که چگونه آن‌ها با سیستم‌های دیگر قدرت و اقتدار رابطه برقرار می‌کنند؟ اگر خوشبخت باشید، یک بایگانی داخلی از افراد هدایت‌کننده در سیستم اطلاعاتی وجود دارد که به شما می‌گوید که آن‌ها چه مقدار آماده هستند (این یک نوع سیستم نظری است). این به معنی ارتباطات خارج از دسترس عموم نیست، اما درباره این که آن‌ها به هر کس دیگری درباره این که چه مقدار آماده‌اند، چه می‌گویند، مدارک کاملاً جالبی [در این مورد] وجود دارد.

سه منبع عظیم اطلاعاتی در مورد طبیعت رسانه‌ها وجود دارد. انسان می‌خواهد به طریقی آن‌ها را مطالعه کند، می‌پرسد یک دانشمند، چگونه مولکول یا چیزهایی پیچیده را مطالعه خواهد کرد. نگاهی به ساختارش می‌کند و سپس بر مبنای آن ساختار چند فرضیه می‌پردازد. تحت این عنوان که، تولید رسانه‌ها، به چه چیزی شبیه‌اند. سپس محصول رسانه‌ها را بررسی می‌کند و می‌بیند که چه خوب فرضیه‌ها را تأیید می‌کند. در واقع تمام کار تجزیه و تحلیل در رسانه‌ها در این قسمت آخر است - شما با مطالعه دقیق بی‌طرفانه کوشش می‌کنید (ببینید) تولید رسانه‌ها چیست و آیا این فرض بدیهی مربوط به طبیعت و ساختار رسانه‌ها را، تأیید می‌کند.

بسیار خوب، آیا به چیزی دست یافتید؟ پیش از همه دریافتید که رسانه‌های مختلفی وجود دارند که کارهای مختلفی انجام می‌دهند. مثلاً سرگرمی/هالیوود، اپراهای رویایی (حباب صابونی) و غیره، یا حتی اغلب روزنامه‌های کشور (اکثریت عظیمی از آن‌ها). آن‌ها به سمت توده‌های مخاطب جهت‌گیری شده‌اند.

نوع دیگری از رسانه‌ها وجود دارد. رسانه‌های ممتاز، گاهی به نام رسانه‌های "دستورکارچین"^۱ نامیده می‌شوند. چرا که این رسانه‌ها، آن‌هایی هستند که منابع [پشتوانه] عظیمی دارند، آن‌ها ساختار کار را در آن چه که هر کس دیگری [در آن] عمل می‌-

^۱ agenda setting

کند، بنیان می‌گذارند. نیویورک تایمز و سی.بی.اس نمونه‌ای از این‌ها هستند. مخاطبین آن‌ها، اغلب مردم ممتازند. مردمی که نیویورک تایمز را می‌خوانند - مردمی‌اند که ثروتمندند یا بخشی از آن‌چه که گاه طبقه سیاسی نامیده می‌شود، هستند - آن‌ها عملاً در سیستم سیاسی مدام رشدیابنده متداول درگیر شدند. مدیران اصلی، از یک نوع یا نوع دیگری هستند. آن‌ها می‌توانند مدیران سیاسی، مدیران بازرگانی (مثل هیات رئیسه شرکت‌ها یا چیزی از این نوع)، مدیران نظری (مثل پرفسورهای دانشگاه)، یا دیگر روزنامه‌نگارانی که در سازماندهی طرز فکر مردم و دیدگاه‌شان دست‌اندرکارند، باشند.

رسانه‌های برگزیده چهارچوبی را به وجود می‌آورند، که دیگران در آن چارچوب عمل می‌کنند. اگر آسوشیندپرس را ملاحظه کنید، کسی که یکنواخت در خارج از یک جریان اخبار دایمی کار می‌کند، می‌بیند که در نیمه بعد از ظهر این امر نقض می‌شود و بعضی چیزهایی وجود دارد که هر روز با آن می‌آیند که می‌گوید "اعلام به ناشران: نیویورک تایمز فردا باید مطالب زیرین را در صفحه اول داشته باشد." مساله این است که، اگر شما ناشر روزنامه‌ای در دایتون، اوهایو هستید و منابعی ندارید که بسنجید که در خارج از این [محدوده] چه خبرهایی هست، یا به هر جهت نمی‌خواهید در این باره فکر کنید، این به شما می‌گوید که چه خبرهایی هست. این‌ها مطالب برای صفحه چهارم هستند که تصمیم دارید به چیزی غیر از امور محلی یا منحرف کردن مستمعین خود اختصاص دهید. این‌ها، مطالبی هستند که شما آنجا قرار می‌دهید بدین خاطر که آن‌ها چیزهایی هستند که نیویورک تایمز به ما می‌گوید، چیزی است که شما می‌پندارید برای فردا مناسب است. اگر ناشری در دایتون، اوهایو هستید، تقریباً مجبور به انجام آن خواهید بود، برای این که چیزی بیش‌تر، از طریقی غیر از این منابع ندارید. اگر از خط خارج شوید، اگر مطالبی تولید می‌کنید که خبرگزاری‌های بزرگ دوست ندارند، تقریباً به زودی درباره آن خواهید شنید. در حقیقت، آن چه اکنون در سان خوزه مرکوری نیوز اتفاق افتاد، مثالی ناراحت‌کننده از این دست است. بنابر این راه‌های زیادی وجود دارند که در آن بازی‌های قدرت می‌تواند شما را به راه راست برگرداند، به داخل خطی که از آن خارج شده‌اید. اگر کوشش کنید که قالب را بشکنید، در درازمدت قادر به ادامه نخواهید بود. آن چارچوب به خوبی کار می‌کند، و قابل درک است که به درستی عکس‌العملی از ساختارهای قدرت آشکار است.

رسانه‌های جمعی حقیقی، اساساً می‌کوشند که مردم را منحرف سازند. به آن‌ها اجازه می‌دهیم که کارهایی را انجام دهند، اما به ما اعتراض نکنند (برای ما مردم کسانی‌اند که به نمایش ادامه می‌دهند). به آن‌ها اجازه می‌دهیم که برای مثال، علاقمند به ورزش‌های حرفه‌ای باشند. هر کسی اجازه دارد دیوانه ورزش‌های حرفه‌ای یا افتضاحات سکسی یا اخلاقیات شخصی و مشکلات آن‌ها یا چیزهایی شبیه به آن باشد. هر چیزی، به شرطی که جدی نباشد. البته، موضوع جدی برای مردان بزرگ است. "ما" از آن مواظبت می‌کنیم.

رسانه‌های برگزیده، "دستورکارچین"، چه چیزی هستند؟ برای نمونه نیویورک تایمز و سی.بی.اس، خوب، پیش از همه، آن‌ها بزرگ هستند، خیلی سودآور و دارای شخصیت حقوقی‌اند. وانگهی، اغلب آن‌ها یا وابسته هستند یا کاملاً، به شرکت‌های بسیار بزرگ‌تر تعلق دارند: مانند جنرال الکتریک، وستینگ‌هاوس، و غیره. آن‌ها در راس ساختار قدرت اقتصادی خصوصی‌اند، که ساختاری بسیار ظالمانه است. شرکت‌هایی از اساس ظالمانه، سلسله‌مراتبی و کنترل‌شونده از بالا هستند. اگر شما، آن‌چه را که آن‌ها انجام می‌دهند، دوست ندارید [از دور] خارج می‌شوید. رسانه‌های عظیم، به درستی بخشی از چنین سیستمی هستند.

جایگاه رسمی آن‌ها چگونه است؟ خوب، بیش و کم یک سان است. آن‌چه که با آن ارتباط متقابل دارند و در گفتگو هستند، مراکز بزرگ قدرت است - دولت، شرکت‌های دیگر، یا دانشگاه‌ها. چون که رسانه‌ها سیستمی نظری هستند. آن‌ها با دانشگاه‌ها به طور تنگاتنگ عمل می‌کنند. فرض می‌کنم، شما گزارشگری هستید که مطلبی درباره آسیای جنوب شرقی و یا افریقا یا چیزی شبیه آن، می‌نویسید. فکر می‌کنید که به یک دانشگاه بزرگ بروید و متخصصی پیدا کنید که به شما خواهد گفت چه بنویسید، وگرنه به یک بنیاد، شبیه انستیتو بروکینگز یا انستیتوی آمریکایی انترپرایز می‌روید و آن‌ها به شما چیزهایی را که برای

گفتن نیاز دارید، خواهند داد. این انستیتوهای ظاهری، خیلی شبیه به رسانه‌ها هستند. برای نمونه دانشگاه‌ها، موسسات مستقل نیستند. ممکن است آدم‌های مستقلی در اطراف آن باشند اما به خوبی که حقیقت رسانه‌ها همین است. و این حقیقت عمومی شرکت‌ها است. این حقیقت دولت فاشیست از بابت ماهیت‌اش است. اما انستیتو خودش انگلی است. وابسته به منابع حمایت خارجی و منابع حمایت آن‌ها است، از قبیل بیمه خصوصی، شرکت‌های بزرگ با امتیاز، و دولت (که تنگاتنگ وابسته به قدرت شرکت‌ها است که به زحمت می‌توانید این را تشخیص دهید)، همچنین آن‌ها اساساً دانشگاه‌هایی هستند مردمی و قاطی با آن‌ها. کسی که با آن ساختار خودش را مطابقت نمی‌دهد، کسی که آن را نمی‌پذیرد و با آن درونی نمی‌شود (شما حقیقتاً نمی‌توانید با آن کار کنید، مگر این‌که قاطی‌اش شوید، و آن را باور کنید)؛ مردمی که آن را انجام نمی‌دهند، شبیه علف‌های هرز، از مسیر کنده می‌شوند، از مهد کودک شروع می‌شود، تا به بالا. همه نوع شیوه‌های فیلترگذاری برای خلاص شدن از شر مردمی که دردی در گردن هستند و غیر وابسته فکر می‌کنند، وجود دارد. شماهایی که از طریق کالج، شناخته بودید که سیستم آموزشی عبارت از درجه خیلی بالایی از پاداش برای هم‌نوایی و فرمان‌برداری است؛ اگر آن را انجام ندهید، یک [آدم] مشکل‌ساز هستید. به همین دلیل، این شیوه‌ای برای فیلترگذاری است، از جانب مردمی که حقیقتاً درستکارانه (آن‌ها دروغگو نیستند) خود را با چارچوب باور و گرایش‌های احاطه شده توسط سیستم قدرت در جامعه، قاطی می‌کنند. موسسات برگزیده مثل، چنان که می‌گویند، هاروارد و پرینستون و کالج‌های در مقیاس بالا کوچک، برای مثال، پوشش اجتماعی بسیار زیادی یافته‌اند. اگر از طریق جایی مثل هاروارد بروید، بیشتر آن‌چه که در آن جا، رایج است، عبارت است از آموزش شیوه‌ها؛ چه‌گونه مانند عضوی از طبقات بالا رفتار کردن، چه‌گونه، به شیوه درست فکر کردن، و غیره.

اگر مزرعه حیوانات جورج اورول را که او در میانه دهه ۱۹۴۰ نوشته است، خوانده باشید، این [کتاب] هجونامه‌ای در مورد اتحاد جماهیر شوروی، یک دولت توتالیتار بود. این [امر] حادثه‌ای بزرگ بود. همه آن را دوست می‌داشتند. جورج اورول مقدمه‌ای بر مزرعه حیوانات نوشت که ممنوع شد. آن مقدمه تنها ۳۰ سال بعدتر آشکار شد. کسی آن را در کاغذهای او پیدا کرده است. مقدمه مزرعه حیوانات درباره "سانسور ادبیات در انگلیس بود" و آن‌چه که می‌گوید آن است که به طور آشکار این کتاب هجو اتحاد جماهیر شوروی و ساختار توتالیتار آن است. اما او گفت انگلیس چندان فرقی با آن ندارد. ما ک.گ.ب روی گردن مان نداریم، اما نتیجه نهایی که از آن به دست می‌آید، خیلی خوب همان است. آدم‌هایی که ایده‌های غیروابسته دارند یا کسی که نوع دیگری فکر می‌کند، حذف می‌شود.

او کمی صحبت می‌کند، فقط دو جمله، درباره ساختار رسمی. می‌پرسد، چرا این اتفاق می‌افتد؟ خب، یکی، برای این‌که مطبوعات به اشخاص ثروتمند تعلق دارد کسانی که می‌خواهند فقط چیزهای معینی در اختیار افکار عمومی قرار گیرد. موضوع دیگری که می‌گوید آن است که هنگامی که سیستم آموزشی نخبه‌پرور را مرور می‌کنید، هنگامی که مدارس ویژه در اکسفورد را بررسی می‌کنید، می‌آموزید که چیزهای معینی وجود دارند که مناسب نیستند که گفته شوند و افکار معینی وجود دارند که مناسب داشتن نیستند. آن قانون اجتماعی موسسات ممتاز است و اگر شما با آن خود را منطبق نکنید، معمولاً [به] بیرون رانده خواهید شد. این دو جمله، بیش و کم مطلب را بیان می‌کند.

هنگامی که رسانه‌ها را نقد می‌کنید و می‌گویید، بین، این جا چیزی هست که آنتونی لویس یا دیگران نوشته‌اند، آن‌ها خیلی عصبانی می‌شوند. آن‌ها کاملاً حق به جانب می‌گویند، "هرگز هیچ کس به من نمی‌گوید چه بنویسم. من چیزی را که دوست دارم، می‌نویسم. همه این مطلب درباره فشار و اجبار چرند است، زیرا من هرگز تحت هیچ فشاری نیستم." چیزی که کاملاً حقیقی است، اما نکته‌ای هست [در این میان هست که آنان بیان نمی‌کنند:] آن‌ها، آن جا نمی‌بودند، مگر این‌که قبلاً ثابت کرده باشند که هیچ کس به آن‌ها نگفته است که چه بنویسند زیرا آن‌ها دارند چیز درستی می‌گویند. اگر آن‌ها آغاز به خارج شدن از خط یا چیزی کرده‌اند، و مطلب نادرستی را دنبال کرده‌اند، هرگز آن را در موقعیت‌هایی انجام نخواهند داد که اکنون بتوانند چیزی را که دوست دارند، بگویند. تقریباً حقیقت دانشگاه در درون انضباطی ایدئولوژیکی‌تر، همان‌گونه است. آن‌ها به خاطر سیستم اجتماعی، بوده‌اند.

بسیار خوب، به کل ساختار آن سیستم نگاه کنید. انتظار دارید که اخبار چگونه باشند؟ خوب، به خوبی آشکار است. نیویورک تایمز را بردارید. این [روزنامه]، شرکتی است و محصولی را می‌فروشد. محصول، "مخاطب" است. موقعی که روزنامه می‌خرد، آن‌ها پول در نمی‌آورند. آن‌ها خوشحال‌اند که این مطالب را در صفحه اینترنتی قابل دسترس در جهان به طور مجانی قرار دهند. وقتی روزنامه می‌خرد، آن‌ها عملاً پول از دست می‌دهند. اما "مخاطب" یک محصول است. محصول، مردم ممتاز است، درست مثل مردمی که روزنامه‌ها را می‌نویسند، می‌دانید، اتخاذکنندگان تصمیمات سطح بالا در اجتماع. شما قصد دارید محصولی را به بازار بفروشید، و بازار البته اعلان‌کننده است (این سوداگری است). خواه آن تلویزیون باشد یا روزنامه، یا هر چیز دیگری، آن‌ها "مخاطب" می‌فروشند. شرکت‌ها به شرکت‌های دیگر مخاطب می‌فروشند. در رسانه‌های نخبه، این سوداگری بزرگی است.

خب، انتظار دارید چه اتفاقی بیفتد؟ درباره طبیعت تولید رسانه‌ها و جهت تعیین‌شده آن در مجموعه شرایط محیطی چه پیش‌گویی‌ای خواهید داشت؟ چه فرض پوچی خواهد بود، نوعی حدس که شما ادعا خواهید کرد و نه چیز بیشتری. فرض بدیهی آن است که تولید رسانه‌ها، چه ظاهر شود، و چه ظاهر نشود، راه آن منحرف است، و موسسات و سیستم قدرتی که آن‌ها را احاطه کرده‌اند، بر علایق خریداران و فروشندگان تاثیر خواهند گذاشت. اگر این امر اتفاق نیفتد، نوعی معجزه خواهد بود.

بسیار خوب، بنابر این کار سخت می‌شود. می‌پرسید، آیا به همان شیوه‌ای که پیش‌بینی کردید عمل می‌کند؟ خوب می‌توانید برای خودتان قضاوت کنید. چیزهای مهمی در این فرض بدیهی وجود دارد، که با سخت‌ترین آزمایش‌هایی که می‌توان فکر کرد، کنترل شده‌اند، و به‌طور قابل ملاحظه‌ای استقامت را سست می‌کنند. عملاً هرگز چیزی در علوم اجتماعی پیدا نمی‌کنید که آن چنان قوی هر نتیجه‌ای را تایید کند، جای تعجبی نیست، زیرا معجزه خواهد بود اگر مانع شیوه‌ای که نیروها عمل می‌کنند، نمی‌شد.

کشف بعدی این است که کل موضوع کاملاً تابوست. اگر به مدرسه دولتی کندی یا دانشگاه استانفورد یا جای دیگر می‌روید، و روزنامه‌نگاری یا ارتباطات یا علوم سیاسی آکادمیکی و غیره تحصیل می‌کنید، این سئوالات احتمالاً ظاهر نمی‌شوند. آن فرضیه‌ای هست که هر کسی به آن خواهد رسید بدون این‌که چیزی [در این باره] بداند، که اجازه نیست بیان شود، و مدرک مربوط به آن نمی‌تواند مورد بحث قرار گیرد. خوب، آن را هم پیش‌بینی می‌کنید. اگر به ساختار رسمی نگاه کنید، خواهید گفت، آیا، مطمئناً، آن اتفاق می‌افتد، بدین دلیل، که چرا این اشخاص خواهند خواست که افشا شود؟ چرا آن‌ها اجازه تجزیه و تحلیل‌های انتقادی از آن چه در بالاها اتفاق می‌افتد، را می‌دهند؟ جواب این است، هیچ دلیلی وجود ندارد که چرا آن‌ها اجازه خواهند داد و، در حقیقت آن‌ها این کار را نمی‌کنند. باز هم، این یک سانسور هدفمند نیست. درست است که این کار را برای آن موقعیت‌ها انجام نمی‌دهید. این‌ها چپ را شامل می‌شوند (آن چه که چپ نامیده می‌شود)، به همان خوبی راست. مگر این که به قدر کافی اجتماعی و فرهیخته بوده باشید به نحوی که افکاری وجود دارند که انصافاً آن‌ها را ندارید، زیرا اگر آن‌ها را داشتید، در آن جا نمی‌بودید. بنابراین یک رسته درجه دوم از پیش‌گویی دارید که آن رسته درجه اول از پیش‌گویی مجاز نیست که داخل بحث شود.

آخرین مورد برای نگرستن به چارچوب نظری‌ای است که در آن عمل می‌کنید. آیا افراد سطوح بالا در سیستم اطلاعاتی، شامل رسانه‌ها، تبلیغات، علوم سیاسی آکادمیکی و غیره، عمل می‌کنند، آیا این افراد، هنگامی که چیزی برای دیگری می‌نویسند (نه هنگامی که سخنرانی پایان تحصیلی را انجام می‌دهند)، تصویری از آن چه که باید اتفاق بیفتد، دارند؟ هنگامی که در جشن فارغ‌التحصیلی نطق می‌کنید، کلمات زیبا و پوچ اند. اما موقعی که آن‌ها برای کس دیگری نوشته می‌شوند، مردم درباره آن‌ها چه می‌گویند؟

سه روند اصلی قابل توجه وجود دارد. یکی صنعت ارتباطات جمعی است، اساس صنعت تبلیغات تجاری را، می‌شناسید، همچنین می‌دانید که رهبران صنعت ارتباطات تبلیغاتی چه می‌گویند؟ دومین جا برای توجه کردن این است که روشنفکران ملی، متفکران بزرگ، آدم‌هایی که ستون "نگاه سردبیر یا هیئت تحریریه"^۲ و چیزهایی از این نوع را می‌نویسند، چه نامیده می‌شوند. مردمی که کتاب‌های موثر درباره طبیعت دمکراسی و آن نوع از تجارت می‌نویسند، چه می‌گویند؟ سومین چیزی که به آن توجه می‌کنید جریان آکادمیکی است، عملاً آن قسمت از علوم سیاسی که در رابطه با ارتباطات، اطلاعات و آن موادی که شاخه‌ای از علوم سیاسی سال‌های دهه ۷۰ یا ۸۰ [میلادی قرن] گذشته بوده است.

بنابراین به این سه موضوع توجه کنید و ببینید که آن‌ها چه می‌گویند، و توجه کنید به چهره‌های رهبری کننده کسانی که درباره‌اش نوشته‌اند. آن‌ها همه می‌گویند (من بخشا نقل قول کننده هستم)، مردم عامی "نادان و مداخله‌گر خارجی هستند". ما قصد داریم آن‌ها را خارج از دسترس بیگانگان نگه داریم زیرا آن‌ها خیلی احمق‌اند و اگر درگیر شوند، به راستی که مزاحمت ایجاد خواهند کرد. شغل آن‌ها این هست که "تماشاچی" باشند و "نه شرکا".

آن‌ها اجازه دارند، به هرکسی که مایل‌اند، رای بدهند، یکی از ما آدم‌های زیرک را انتخاب کنند. اما فرض بر این است که بعد از آن به خانه بروند و هر کار دیگری را که دوست دارند، انجام دهند، مثل تماشای فوتبال یا هر چیز ممکن دیگر. اما مردم "نادان مداخله‌گر خارجی" مجبورند مشاهده‌گر باشند، نه شرکا. آن چه که با عنوان "اشخاص مسئول" نام برده می‌شوند، شرکا هستند و، البته نویسنده همیشه یکی از آن‌هاست. هرگز سؤال نمی‌کنید، که چرا من "مسئول" هستم و کس دیگری در زندان است؟ جواب به خوبی آشکار است. برای این است که شما مطیع و زیرمجموعه قدرت هستید و آن شخص دیگر، ممکن است غیروابسته باشد، و غیره. اما البته شما نمی‌پرسید، بنابراین، مردان با هوشی وجود دارند که ایجاب می‌کند که نمایش را اجرا کنند و بقیه آن‌ها ایجاب می‌کند که خارج [از مدار قدرت] باشند، و ما نباید تسلیم به (من از یک مقاله دانشگاهی نقل می‌کنم) به "تعصبات مذهبی دموکراتیک درباره این که فرد بهترین داور منافع خود" می‌باشد، گردیم. آن‌ها نیستند. آن‌ها داوران بسیار بدمنافع خودشان هستند بنابراین ما قصد داریم این [کارها] را برای آن‌ها و منافع‌شان انجام دهیم.

واقعاً، این خیلی شبیه به لنینیسم است. ما برای شما کارها را انجام می‌دهیم و ما آن را در ارتباط با منافع همگان انجام می‌دهیم، و غیره. من به آن بخش از دلیلی که چرا از نظر تاریخی برای مردم، دگردیسی شخصیتی و بالا و پایین شدن، چنان آسان می‌باشد، با نوعی شیفتگی استالینیستی، حامیان بزرگ قدرت ایالات متحده شدن، تردید دارم. مردم خیلی سریع از موضعی به موضع دیگر برمی‌گردند، و شک من این است که این امر به خاطر این است که [این موضع جدید] اساساً همان موضع است. چیز زیادی جز یک تعویض انجام نمی‌دهید. به درستی، برآورد متفاوتی از جایی که قدرت در آن قرار دارد، انجام می‌دهید. یک نکته که فکر می‌کنید، در این امر نهفته است، نکته دیگر که فکر می‌کنید، آن جاست. شما می‌پندارید که همان است.

PAR SUB=@ چگونه همه، این استنتاج را انجام دادند؟ تاریخچه جالبی دارد. مقداری از آن از جنگ جهانی اول، بیرون می‌آید، چیزی که یک نقطه چرخش بزرگ است. این، موقعیت امریکا را در دنیا به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر داد. در قرن هجدهم، ایالات متحده تقریباً ثروت‌مندترین جای دنیا بود. سطح زندگی، سلامت و طول عمر طبقات بالا در بریتانیا به بالاترین سطح نائل نشده بود تا اوایل قرن بیستم، به وسیله طبقات بالا هیچ کس دیگری در دنیا. ایالات متحده به طور غیرعادی ثروتمند بود، با سودهای عظیم، و، در انتهای قرن نوزدهم، تقریباً بزرگ‌ترین اقتصاد دنیا را داشت. اما بازیگری بزرگ در صحنه جهانی نبود. قدرت ایالات متحده تا جزایر کارئیب، قسمت‌هایی از اقیانوس آرام گسترش یافت، اما نه خیلی دورتر.

^۲ op eds

در اثنای جنگ جهانی اول، ارتباطات تغییر کرد. و در طول جنگ جهانی دوم، به طور دراماتیک تری تغییر کرد. بعد از جنگ جهانی دوم، ایالات متحده بیش و کم بر دنیا غلبه کرد. اما بعد از جنگ اول جهانی، تقریباً تغییری نبود و ایالات متحده از یک ملت وام‌دار به وام‌دهنده تغییر کرد. مثل بریتانیا عظیم نبود، اما برای اولین بار عامل مهمی در دنیا شد. این امر یک تغییر بود، اما تغییرات دیگری وجود داشتند.

برای اولین بار، در جنگ جهانی اول، بالاترین تبلیغات سازمان‌یافته دولتی وجود داشت. انگلیس یک وزارت اطلاعات داشت، و آن‌ها واقعا به آن احتیاج داشتند، زیرا که تصمیم داشتند که امریکا را وارد جنگ کنند و گرنه به سختی گرفتار می‌شدند. وزارت اطلاعات برای فرستادن تبلیغات، شامل جعل عظیمی درباره بی‌رحمی‌های "هون" و غیره، آماده‌کار شده بود. آن‌ها روشنفکران آمریکایی را هدف گرفتند با این فرض مستدل که این‌ها مردمی هستند که خیلی ساده لوح‌اند و بسیار محتمل است که تبلیغات را باور کنند. همچنین از آن‌هایی هستند که آن را از طریق سیستم خودشان منتشر می‌کنند. به این ترتیب [وزارت اطلاعات انگلیس] آماده بیشترین تهاجم به روشنفکران آمریکایی شده بود و بسیار خوب عمل می‌کرد. اسناد وزارت اطلاعات انگلیس (مقداری منتشر شده بود) نشان می‌دهد که هدف‌شان، همان‌گونه که فرض کرده بودند، عبارت از این بود، که افکار تمام دنیا را کنترل کنند، یک هدف کوچک، اما عمدتاً ایالات متحده. آن‌ها به این که مردم در هند چه فکر می‌کنند، توجه چندانی نکردند. وزارت اطلاعات فوق‌العاده در فریب روشنفکران آمریکایی، که با پذیرش تبلیغات جعلی بریتانیایی برانگیخته شده بودند، موفق بود. آن‌ها از این امر، به خود می‌بالیدند. به درستی که، این زندگی‌شان را نجات داد. و گرنه آن‌ها، جنگ جهانی اول را می‌باختند.

در ایالات متحده، بخش مخالف وجود داشت. وودرو ویلسون در ۱۹۱۶ با یک برنامه کار [پلاتفرم] ضدجنگ انتخاب شده بود. ایالات متحده کشوری بسیار صلح‌جو بود. همیشه این بوده است. مردم نمی‌خواهند در جنگ‌های خارجی شرکت کنند. کشور بسیار زیاد مخالف جنگ جهانی اول بود، و ویلسون، با نظر به این امر، یک موضع ضدجنگ انتخاب کرد. شعار [انتخابات] "صلح بدون پیروزی" بود. اما او قصد داشت به جنگ برود. بنابراین مساله این بود، که چگونه مردم صلح‌جویی را به آن‌جا برسانید که دیوانه‌وار ضدآلمانی شوند، به نحوی که، به خواهند به جنگ بروند و همه آلمانی‌ها را بکشند؟ این امر نیاز به تبلیغات دارد. بنابر این، آن‌ها برای اولین بار به طور واقعی، بزرگ‌ترین آژانس تبلیغاتی در تاریخ ایالات متحده را پی‌افکنند. که کمیته اطلاعات عمومی (تیتز زیبای اورولی^۳)، نامیده شد، همچنین کمیسیون (Creel) نامیده شد. مرد بزرگی که آن را می‌چرخاند Creel نام داشت. وظیفه این کمیسیون این بود که در مردم یک هیستری مهین‌پرستی ایجاد کند. به طور باور نکردنی خوب کار می‌کرد. در ظرف چند ماه یک هیستری تمایل جنگی به وجود آمد و امریکا قادر شد، وارد جنگ شود.

آدم‌های زیادی با این کارهای بزرگ سخت تحت تاثیر قرار گرفتند. یکی از افرادی که تحت تاثیر قرار گرفت، و این برای آینده تأثیراتی داشت، هیتلر بود. اگر کتاب "نبرد من" را بخوانید، او با بعضی توجیهات نتیجه می‌گیرد، که آلمان جنگ اول جهانی را می‌بازد، برای این که، نبرد تبلیغاتی را می‌بازد. آن‌ها نتوانستند با تبلیغات انگلیس و امریکا که به‌طور کامل آن‌ها را مضمحل کرد به رقابت پردازند. او متعهد شد که در دور بعدی، سیستم تبلیغاتی خودشان را خواهند داشت، که آن را در اثنای جنگ جهانی دوم، انجام دادند. مهم‌تر برای ما، انجمن بازرگانی امریکا هم، خیلی تحت تاثیر کوشش‌های تبلیغاتی قرار گرفت. آن‌ها مشکلی در آن زمان داشتند. کشور به طور رسمی [ظاهری] دمکراتیک‌تر شده بود. تعداد بیشتری از مردم قادر بودند رای بدهند و چیزهایی از این نوع. کشور ثروتمندتر شده بود و مردم بیشتری توانستند سهم شون و تعدادی از مهاجران جدید به آن آمده بودند، و غیره.

^۳ اشاره به نام‌گذاری‌هایی که جرج اروول در قلعه حیوانات به طنز استفاده کرده است.

بنابراین شما چه می‌کنید؟ وقتی که کارها را مثل یک باشگاه خصوصی بخواهید بگردانید، تصمیم‌گیری سخت‌تر می‌شود. بنابراین، آشکارا، مجبور می‌شوید آن چه را که مردم فکر می‌کنند، کنترل کنید. متخصصان ارتباط عمومی خاص وجود داشت، اما هرگز صنعت روابط عمومی وجود نداشت. مردی زیرک، اجیر شده بود که پنداره را کفتر را، زیبا منظر ترسازد و چیزهایی از آن نوع. اما این صنعت عظیم ارتباطی، که یک اختراع امریکایی و صنعتی هیولاوار است، از جنگ جهانی اول سر برآورده است. چهره‌های هدایت‌کننده، افرادی از کمیسیون کریل بودند. در حقیقت فرد اصلی، ادوارد برنایس، مستقیم از کمیسیون تبلیغات بیرون می‌آید. او کتابی دارد که درست پس از آن تبلیغات ذکر شده، بیرون آمد. اتفاقاً، واژه "تبلیغات" [پروپاگاندا] در آن روزها، توارد ذهنی منفی نداشت. در اثنای جنگ جهانی دوم بود که واژه [تبلیغات] تابو شد زیرا با آلمان و با همه آن‌ها چیزهای بد، مرتبط بود. اما در این دوره، واژه تبلیغات درست به معنی اطلاعات یا چیزهایی شبیه آن است. بنابراین او حدود سال ۱۹۲۵ کتابی به نام تبلیغات نوشت، و کتاب با این [مطلب] آغاز می‌شود و می‌گوید که او درس‌هایی از جنگ جهانی اول، گرفته است. سیستم تبلیغاتی جنگ جهانی اول و این کمیسیون که او بخشی از آن را نشان داده بود، او می‌گوید، "دسته-بندی کردن هر ذره افکار عمومی، به همان اندازه که ارتش افرادش را دسته‌بندی می‌کند، ممکن است." او می‌گوید این تکنیک-های جدید دسته‌بندی افکار، باید به وسیله اقلیت هوشمند به کار رود به منظور مطمئن شدن از این که کثافات در مسیر درستی هدایت می‌شوند. ما اکنون می‌توانیم این کار را انجام دهیم، برای این که، ما این تکنیک‌های جدید را در اختیار داریم.

این کتاب راهنمای اصلی صنعت روابط عمومی است. برنایس نوعی معلم مذهبی است. او یک لیبرال مورد اعتماد روزولت و کندی بود. او همچنین، فعالیت‌های روابط عمومی را پشت کودتای پشت گرم به امریکا، که دولت دمکرات گواتمالا را سرنگون کرد، اداره می‌کرد.

کودتای بزرگ او، کودتایی که حقیقتاً او را در اواخر دهه ۱۹۲۰ بود. امری که او را به سمت شهرت سوق داد، [این بود که] به زنان اجازه سیگار کشیدن داد. زنان در آن روزها سیگار نمی‌کشیدند و او فعالیت زیادی برای حمایت از [کمپانی] چستر فیلد نشان داد. شما کل این شیوه کار را می‌شناسید - ستاره‌های مد و سینما که سیگاری کنار لب‌شان داشتند و چیزهایی شبیه آن. او تمجید بینهایتی از آن حاصل کرد. در نتیجه، او به یک چهره رهبری صنعت تبدیل شد، و کتاب او، کتاب راهنمای اصلی بود.

عضو دیگر کمیسیون کریل، والتر لیپمن بود، مورد احترام‌ترین چهره در روزنامه‌نگاری امریکا برای حدود نیم قرن (منظورم روزنامه‌نگاری جدی امریکایی، بخش‌های جدی فکری). او هم چنین چیزهایی نوشت؛ که مقالات ترقی خواه درباره دموکراسی، نامیده شده‌اند، با توجه به عقب‌گرد ترقی خواهی در دهه ۱۹۲۰. او، دوباره به نحوی بسیار صریح، آموزه‌های کار روی تبلیغات را مورد استفاده قرار می‌داد. او می‌گوید؛ نوع جدیدی از دمکراسی وجود دارد، که تولید رضایت نامیده می‌شود. آن اصطلاح اوست. ادوارد هرمان و من آن را برای کتاب‌مان قرض گرفتیم. اما از آن لیپمن است. همین طور، او می‌گوید، این نوع جدید، در روش دمکراسی وجود دارد، "تولید رضایت". با رضایت تولیدی، شما می‌توانید بر این حقیقت که؛ تعدادی از مردمی به طور رسمی حق رای دادن دارند، پیروز شوید. ما می‌توانیم آن را بی‌ربط سازیم، چون که ما می‌توانیم رضایت تولید کنیم و [مردم را] مطمئن سازیم که انتخاب و گرایش‌های آن‌ها، به چنان طریقی سازمان خواهند یافت که آن‌ها همواره خواهند خواست؛ آن گونه عمل کنند که ما به آن‌ها می‌گوییم، حتی اگر آن‌ها راهی رسمی برای سهیم شدن دارند. بنابراین ما یک دمکراسی حقیقی خواهیم داشت. و به درستی عمل خواهد کرد. این [دمکراسی] به کارگیری آموزه‌های آژانس تبلیغات است.

علوم اجتماعی و سیاسی دانشگاهی از همان چیز منشاء می‌گیرد. موسس آن چه که ارتباطات و علوم سیاسی دانشگاهی نامیده می‌شود؛ هارولد گلاسول است. دستاورد مهم او، کتابی تحقیقی درباره تبلیغات بود. او خیلی بی‌پرده می‌گوید، چیزهایی که من قبلاً نقل کرده بودم - آن چیزهای درباره سرفرود آوردن به تعصب دموکراتیک، از علوم سیاسی دانشگاهی می‌آید (لاسول و دیگران). باز، پیش کشیدن دوباره درس‌های تجربیات زمان جنگ، احزاب سیاسی همان درس‌ها را پیش کشیدند، به ویژه

حزب محافظه‌کار انگلیس. اسناد اخیر آن‌ها، دقیقا منتشر می‌شود، که نشان بدهد، آن‌ها همچنین دستاورد وزارت اطلاعات انگلیس را تایید می‌کنند. آن‌ها تصدیق می‌کنند که کشور به دمکراسی بیشتری دست یافته بود و این یک انجمن خصوصی مردانه نبود. بنابراین نتیجه این بود، هم‌چنان‌که آن‌ها آن را پیش می‌برند، سیاست‌ها، به جنگ سیاسی، دستیابی به مکانیسم تبلیغات که چنان درخشان در اثنای جنگ اول جهانی در جهت کنترل افکار مردم کارکرد داشت، تبدیل شده است.

آن، سوی نظری است و با ساخت رسمی انطباق دارد. و پیشگویی‌های مربوط به راهی را که باید کارها در آن انجام یابد، تحکیم می‌کند. و پیشگویی‌ها به خوبی تائید می‌شوند. اما این نتایج، همچنین مجاز نیست که مورد بحث قرار بگیرند. این همه اکنون بخشی از جریان اصلی ادب و هنر است اما فقط برای مردم داخل کشور. وقتی شما به کالج می‌روید، چیزهای کلاسیک را، در مورد این که چگونه افکار مردم کنترل می‌شود، نمی‌خوانید.

درست همین طور، شما نمی‌خوانید که جیمز مدیسون در جریان پیمان‌نامه رسمی درباره این که چگونه هدف اصلی سیستم جدید، این خواهد بود که "اقلیت توانگر را در مقابل اکثریت حمایت کند"، و آن چنان طراحی شود که در پایان به این هدف نایل آید، چه گفت. این بنیان سیستم رسمی است، بنا براین، هیچ به مطالعه آن نمی‌پردازد. شما حتی نمی‌توانید آن را در تحقیقات دانشگاهی پیدا کنید، مگر آن که واقعا سخت آن را جستجو کنید.

تصویر خشنی است، هم این طور که آن را می‌بینم، از راهی که سیستم، رسمی است، نظرهاهایی که در پشت آن قرار دارد، شیوه آن از این نظرها برمی‌آید. بخش دیگری وجود دارد که به خارجی‌های "نادان فضول" اختصاص داده شده است. آن به هر طریقی منحرف کردن آن‌ها است [دنبال نخود سیاه فرستادن آن‌هاست]. فکر می‌کنم، از آن می‌توانید پیش‌بینی کنید که انتظار یافتن چه چیزی را خواهید داشت.

Dialog

Postamt 1/ Postlagernd
04109 Leipzig / Germany

گفتگوهای زندان ویژه اینترنت

Email: goftogooha@web.de
Internet: <http://www.dialogt.net>