

## دستکاریهای رسانه های انحصاری

رحیم عابدین زاده

azad@mail15.com

۳ آوریل ۲۰۰۴

در بخش اول نورمها و چهارچوبها و یا بقول پرفسور ادوارد هرمن، صافی های خبری، که طبق آنها شرکتهای رسانه ای بزرگ خبرها و گزارشات خود را پخش می کنند، بررسی نمودیم. در این بخش به این چهارچوبها از زاویه ای دیگر نگاه کرده و نظرات دکتر مایکل پرنی را در این رابطه مطالعه می کنیم. دکتر پرنی استاد، سخنور و نویسنده ۱۷ کتاب از جمله کتابهای "ملتی را نابود کردن" که در رابطه با حمله امریکا و اروپا به یوگسلاوی و کتاب "نیرنگ تروریستها" در رابطه با وقایع ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و کتاب "دمکراسی برای عده ای قلیل" که در مورد نقش شرکتهای بزرگ در انتخابات و وضع دمکراسی در امریکا و کتاب "بر علیه امپراتور" کتابی انتقادی بر علیه امپریالیست امریکا، و نظم نوین جهانی است. دکتر پرنی مقالات بسیاری در رابطه با مسائل مختلف از جمله "دمکراسی و قدرت اقتصادی"، "امپریالیسم و مداخلات امریکا"، "تروریسم و گلوبالیزاسیون"، "جانبداری سیاسی رسانه ها در امریکا"، ایدئولوژی و تاریخ" و "فاشیسم: گذشته و حال" نگاشته است

دکتر پرنی از جمله مقاله ای تحت عنوان "دستکاریهای رسانه های انحصاری" نوشته است که در اینجا مروری بر این مقاله خواهیم داشت . همینجا بگویم که همه مثالها در این نوشته از من است.

دکتر پرنی می گوید: " شرکتهای رسانه ای بزرگ در دمکراسی های سرمایه داری مانند امریکا، با وفاداری تمام مواضع ایدئولوژیک طبقه حاکم را در پخش اخبار، گزارشات و رپورتاژهای خود منعکس می کنند. همزمان آنها چنین وانمود می کنند که، آزاد و مستقل بوده و لذا قادرند تعادل را در پخش اخبار، تفسیرها و گزارشات خود رعایت کنند." او اضافه می کند که: "اینکه آنها چگونه قادرند به این تضاد ظاهری ولی با اهدافی درست دست یابند، خود احتیاج به تحقیقات عمیق دارد. جالب توجه است که شرکتهای رسانه ای ادعا می کنند که گهگاهی اشتباهاتی اینجا و آنجا در پخش اخبار و گزارشات اتفاق می افتد، که این اشتباهات بخاطر فشار زیاد، محدودیت در بودجه، و مشکلات در تولید گزارش در باره وقایع بغرنج جهان است. آنها همچنان ادعا می کنند که، ما نمی توانیم همه چیز را گزارش کنیم و بایستی بتوانیم انتخاب نمائیم". البته این مشکلات واقعی هستند و می تواند وجود داشته باشد ولی سوال این است که آیا واقعاً این مشکلات است که باعث می شود که شرکتهای رسانه ای بر خوردی آنچنانی در مورد مسائل جهان نمایند یا اینکه مسائلی دیگر در این مهم دخیل هستند؟ بقول دکتر پرنی: " این فشارها و مشکلات وجود دارند، و اشتباهات صادقانه ای هم اتفاق می افتد، اما، آیا آنها می تواند بر خروردها و عملکردهای

کلی رسانه ها را توجیح کند؟ این درست است که رسانه ها می باید حق گزینش اخبار و گزارشات را داشته باشند ولی سوال اینست که آنها چه معیارهائی را برای این گزینش بکار می برند؟ دکتر پرتی می گوید " بحث من اینست که جانبداری رسانه ها آنطور که آنها ادعا می کنند، بطور اتفاقی صورت نمی گیرد بلکه این جانبداری بصورت ترنندی دائم و باثبات، بشکل طرفداری از مدیریت بر علیه کارگران، جانبداری از شرکتها بر علیه منتقدین شرکتها، طرفداری از حکومتگران بر علیه تظاهر کنندگان، طرفداری از منوبل دو حزب بر علیه احزاب چپ سوم، خصوصی سازی و بازار "آزاد" بر علیه پیشرفت بخش عمومی، جانبداری از تسلط امریکا بر جهان سوم بر علیه تغییرات انقلابی و یا تغییرات پوپولیستی جامعه و طرفداری از مفسران محافظه کار بر علیه مفسران رادیکال و انقلابی خود را نمایان می کند".

ایشان بحث خود را با بر شمردن و توضیح دادن ۹ مشخصه بقرار زیر دنبال می کند:

۱\_ جلوگیری از طریق حذف

۲\_ حمله و از بین بردن هدف

۳\_ بر چسب زدن

۴\_ پیشدستی فرضی

۵\_ سطحی نگری در پخش

۶\_ بی اهمیت جلوه دادن محتوا

۷\_ تعادل دروغین

۸\_ پرهیز از پی گیری کردن

۹\_ قالب کردن

۱\_ جلوگیری از طریق حذف

دکتر پرتی می گوید: "بعضی از منتقدین رسانه های گروهی گلایه می کنند که رسانه ها خیلی احساساتی و تهاجمی به مسائل برخورد می کنند. واقعیت این است که رسانه ها بر خلاف این برداشت، در بیشتر موارد بی تفاوت و از مسائل گریزان هستند. شیوه برخورد آنها بیشتر مودبانه و توأم با پرهیزی استادانه است تا احساساتی. آنها داستانهای مهیج واقعی را ( برعکس) کاملاً بیرنگ کرده و از آنها پرهیز می کنند. در بعضی موارد این پرهیز کاری و حذف نه فقط شامل بخشهای عمده که کل داستان می شود...." او می گوید که " ما همیشه از سرکوب های سیاسی توسط دولتهائیکه امریکا آنها را دولتهای "بد ذات" قلمداد می کند، می شنویم ولی هیچ گونه حرفی و یا اطلاعاتی در باره شکنجه و اعدام مردم بی گناه توسط حکومت های دست نشانده امریکا در جهان سوم بما نمی دهند و یا از حرف زدن در مورد دیگر جنایات مقامات امنیتی امریکا چنان پرهیز می کنند که اگر این گونه جلوگیری و پرهیزکاری در کشور دیگری اتفاق می افتاد، آنها با بوق و کرنا اعلام می کردند که این یک "توتالیتاریسم" کامل است." او ادامه می دهد که: " رسانه های گروهی معمولاً اخبار و تفاقات مهم و بزرگ را کم اهمیت جلوه داده و از حرف زدن در باره جزئیات آن طفره می روند. بعنوان مثال، در سال ۱۹۶۵ ارتش اندونزی

که توسط ارتش امریکا و سازمان سیا، مسلح، و تمرین داده شده و از نظر مالی کمک و کاملاً هدایت می شد، طی کودتای خونینی رئیس جمهور اندونزی احمد سوکارنو را سرنگون و حدود نیم میلیون (طبق بعضی آمارها یک میلیون) از مردم بی دفاع را قلع و قمع کرده و از جمله حزب کمونیست و نیروهای وابسته به آن را با اعدام و کشتن اعضای آنها کاملاً نابود نمود. این جنایت در نوع خود بعد از کشتار همگانی نازیها بی نظیر بود. ژنرالهای ارتش به کشتن کمونیستها اکتفا نکرده بلکه صدها درمانگاه پزشکی، کتابخانه، مدرسه و مراکز عمومی که توسط کمونیستها ساخته شده بود را نابود و با خاک یکسان نمودند. این یک داستان مهیج واقعی بود ولی حدود سه ماه طول کشید تا رسانه های گروهی حرفی از آن به میان آورند. تازه بعد از مدت سه ماه اولین بار مجله تایمز، خبری در مورد وقایع اندونزی درج کرد و یک ماه بعد از آن (۵ آوریل ۱۹۶۶) نیویورک تایمز در سر مقاله خود از اقدامات ژنرالهای ارتش اندونزی بخاطر "اقدام درست و احتیاط آمیزشان" تجلیل نمود.

ضمن ۴۰ سال گذشته سازمان جاسوسی امریکا، سیا، مستقیماً در قاچاق مواد مخدر در ایتالیا، فرانسه، کورسیکا، اندونزی، افغانستان و در امریکای مرکزی و جنوبی دست داشته است. بیشتر این فعالیتها و اقدامات سازمان سیا توسط کمیته های تحقیقاتی کنگره، از قبیل کمیته کلیسای سنا، کمیته کنگره ای پاپک در سال ۱۹۷۰ و کمیته سناتور کری، در اواخر سال ۱۹۸۰ مورد تحقیق و بازرسی قرار گرفته است. اما مثل این که این وقایع حتی به گوش شرکتهای سرمایه داری رسانه ای هم نرسیده است."

مثال زنده ای دیگر باز هم از اندونزی بزنیم. همانطوری که اطلاع دارید در حال حاضر نیروهای ارتش اندونزی مردم بی دفاع آچه را قلع و قمع می کنند. بنا به ترمینولوژی خود رسانه ها دولت اندونزی در حال نابود کردن ملت آچه است. از سال ۱۹۷۶ تا بحال ارتش اندونزی حدود ۱۰۰۰۰ نفر از مردم این منطقه را نابود کرده است. و در حال حاضر هم این منطقه را اشغال کامل نظامی کرده و تعداد زیادی از مردم این منطقه را کشته است و بسیاری از مردم از جمله کودکان و زنان را از خانه و کاشانه خود بزور بیرون کرده و مجبور نموده است تا با وضعی اصفبار در هوای آزاد در سرمایه زمستان، بدون هیچ گونه کمک غذائی و یا داروئی بسر برند. ولی این برای شرکتهای رسانه های گروهی خبر نیست و تا آنجا که امکان دارد از پخش جنایات ارتش اندونزی در این منطقه خود داری می کنند. جالب توجه است که بیشتر سران کشورهای غربی مستقیم و غیر مستقیم اظهار می دارند که "مشکل آچه، یک مشکل داخلی اندونزی است و خود این کشور باید آنرا حل نماید". این گفته را مقایسه کنید با سروصداهای گوش خراش همین کشورها در رابطه با یوگسلاو و کوسوو که شبانه روز توسط شرکتهای رسانه ای بخورد مردم داده می شد مبنی بر اینکه ارتش یوگسلاوی ملیت کوسوو را از بین می برد.

## ۲\_ حمله و از بین بردن هدف

شرکتهای رسانه ای بزرگ خبری تا آنجائیکه امکان داشته باشند از پخش خبری که به دلایل مختلف مورد قبول آنها نبوده و یا بزبان دیگر از صافی های آنها نمی گذرد، خود داری می کنند. اگر این خبرها بطریقی و از طرف رسانه های خبری محلی و یا اینترنتی درز پیدا نمود، با تمام قدرت سعی می کنند که آن را کوچک جلوه داده و یا اینکه دست به کتمان آن میزنند. در این رابطه دکتر پرتنی می گوید: "زمانیکه سرپوش گذاشتن و حذف بعنوان

وسيله سانسور عمل نكرد و بلاخره خبر طوري درز پيدا كرده و از طريقي به گوش تعداد زيادي از مردم رسیده باشد، رسانه های گروهی تاکتيك حذف استادانه را با حمله مستقيم، برای بد نام و بی اعتبار کردن خبر و داستان، عوض می کنند." دکتر پرتی برای اثبات این مدعا مثالی میزند، " در آگوست ۱۹۹۶ مرکوری نیوز درسن خوزه، طی تحقیقات عمده ای که بیش از یک سال بطول انجامید، موفق شد رابطه سازمان سیا - کنتر و پخش مواد مخدر توسط سازمان سیا و اشباع بازارهای شرق لوس آنجلس را فاش نماید. رسانه های گروهی طبق نرهای نانوشته در اوایل، سیاست سکوت کامل را در پیش گرفته و تا آنجا که توانستند سعی در نادیده گرفتن خبر نمودند. اما سلسله مقالات مرکوری نیوز در رابطه با افتضاح سازمان سیا را چندین روزنامه محلی منتشر کرده و بعد از آن این خبر سر از سایتهای اینترنتی در آورد و میرفت که جهانیان را از این خبر آگاه نماید. متعاقب عمومی شدن این خبر جامعه آفریقائی مقیم امریکا که در واقع بیشترین قربانیان مواد مخدر را تشکیل می دهند، بر علیه دولت و سازمان سیا اقامه دعوا کرده و از مقامات دولتی در این رابطه توضیحات لازم را خواستار شدند. در این موقع داستان انقدر عمق پیدا کرده بود که دیگر امکان نادیده گرفتن آن وجود نداشت. لذا شرکتهای رسانه ای بزرگ دست بکار شده و همزمان مقالات زیادی در روزنامه های معتبر از واشنگتن پست گرفته تا نیویورک تایمز و تمام تلویزیونهای عمده حمله ای جانانه را بر علیه مرکوری نیوز در سن خوزه براه انداختند، آنها این سری مقالات مرکوری نیوز را بعنوان سریال "بد ژورنالیستی" معرفی کرده و به گری وب خبرنگاری که این تحقیقات را انجام داده بود حمله کرده و او را ساده لوح و دسیسه چین خواندند. همزمان با این حملات نهایت کوشش خود را بکار بردند تا بما بفهمانند که هیچ گونه مدرکی دال بر دست داشتن سازمان سیا در پخش مواد مخدر وجود ندارد. آنها از طرفی طی حملات شدید به مرکوری نیوز در سن خوزه و گری وب و از طرفی دیگر با پخش دروغهای بی شرمانه سعی نمودند که این طور وانمود نمایند که سازمان سیا در این افتضاح دست نداشته است.

### ۳- برچسب زدن

دکتر مایکل پرتی در مورد برچسب زدن توسط شرکتهای رسانه ای گروهی چنین می گوید: "رسانه های گروهی عمده مانند هر دستگاه تبلیغاتی دیگر سعی دارند که با برچسبهای مثبت و منفی درک ما را از مقولات مختلف شکل دهند." دکتر پرتی بعضی از برچسبهای مثبت را چنین تعریف می کند: "ثبات"، "رهبریت با ثبات رئیس جمهور"، "دفاع قوی" و "اقتصاد سالم". او بعضی از برچسب های منفی را این چنین معرفی می کند: "چریک های چپ"، "تروریستهای اسلامی"، "تئوریهای نوطعه چینی"، "ناآرامی های اجتماعی".

واقعیت این است که این برچسبها چه از نوع مثبت و چه منفی آن هیچ وقت در رابطه با روابط، و یا وقایع بزرگ اجتماعی تعریف نمی شوند. بعنوان مثال بارها گروه های انقلابی توسط شرکتهای رسانه ای به عنوان گروه تروریستی معرفی شده اند بدون اینکه بخود زحمت داده و توضیحی در رابطه با زمینه هائی که این جنبش ها و گروه ها شکل گرفته اند داده شود و یا اینکه دلیلی برای تروریست خواندن آنها آورده شود. برگردیم به دنباله گفته های دکتر پرتی، ایشان ادامه می دهد: " که رسانه های گروهی به آسانی و بدون هیچ دلیلی خود را "رسانه های لیبرال" قلمداد می کنند در حالیکه در واقع برنامه های این رسانه ها توسط صدها گوینده، مسئول برنامه،

شومن، و مفسر سیاسی محافظه کار اداره می شود و ساعتی متمادی از وقت رسانه ها به این ها اختصاص داده می شود." او ادامه می دهد که: " قدرت طبقاتی، جنگ طبقاتی، و امپریالیسم امریکا از جمله بر چسب هائی است که ما هیچ وقت از این رسانه ها نخواهیم شنید."

در باره استفاده وارونه کلمه رفرم دکتر پرنٹی چنین می گوید: "بر چسب جدید، گول زنده و مورد علاقه رسانه ها همانا "رفرم" با معنائی وارونه است، برای آنها هر سیاستی که باعث از بین بردن، و نابود کردن دست آوردهای دهه ها متمادی مبارزات عمومی مردم شود را رفرم ارزیابی می کنند. آنها نابود کردن برنامه رفاه خانوادگی را "رفرم رفاه خانوادگی" قلمداد می کنند." او ادامه می دهد که: "رسانه های گروهی از بین بردن صنایع، و بفروش گذاشتن همه صنایع در کشورهای اروپای شرقی و یوگسلاوی به سرمایه های بزرگ، را که باعث بد بختی مردم، فقر هر چه بیشتر، ایجاد بی کاری سرسام آور، در این کشورها شده است را "رفرم" ارزیابی کردند. این ها از بین بردن ساختار اقتصادی در کشورهای جهان سوم را که باعث بی خانمانی میلیونها انسان در این کشورها شده است را "رفرم صندوق بین لملی پول" قلمداد می کنند. بقول ادوارد هرمن رفرم راه حل نیست بلکه خود ایجاد کننده مشکلات است"

دکتر پرنٹی در ادامه صحبتهای خود می گوید: "در آپریل سال ۲۰۰۱ تمام رسانه های گروهی نخست وزیر تازه انتخاب شده ژاپن جونچوری کویزوما را بعنوان "طرفدار رفرم و رفرمیست" معرفی کردند. از جمله "رفرمهای" بازار آزاد ایشان خصوصی کردن سیستم پس اندازهای پستی ژاپن بود. میلیونها مردم زحمتکش ژاپنی اضافه درآمدهای خود را در سیستم پستی پس انداز کرده اند و آقای کویزوما توسط "رفرم" خود می خواهد که این دست رنج مردم زحمتکش ژاپن را به سرمایه های خصوصی واگذار کند. بازار آزاد که توسط رسانه ها و سرمایه های بزرگ مساوی با پیشرفت اقتصادی و دمکراسی قلمداد می شود، چیزی نیست جز فقر و فلاکت. در واقع سیاست های بازار آزاد به معنی از بین بردن بازار محلی، نابود کردن تولیدات داخلی، از بین بردن بخش خدمات عمومی و ایجاد دره ای عمیق بین تعداد کمی پولدار و میلیونهای مردم فقیر است."

در رابطه با بر چسب دیگر ایشان می گوید: "یکی دیگر از برچسبهای مورد علاقه رسانه های گروهی برچسب "تندرو" است. هر جنبه ای که با "بازار آزاد" در هر جای جهان چه در بلو روس و یا ایتالیا و چه در پرو و یا یوگسلاوی مخالفت کند فوراً برچسب "تندرو" بر پیشانی او می کوبند. نیورک تایمز در مقاله ای در تاریخ ۲۱ اکتبر ۱۹۹۷ کلمه "تندرو" و "تندروها" را ۱۱ بار استفاده کرده تا رهبران صرب بوسنی را که با بستن تنها رادیو "شبکه رادیو تندرو صرب زبان در بوسنی" توسط نیروهای ناتو مخالفت کرده بودند را توصیف نماید. داستان بدین قرار بود که این رادیو تنها رادیوی موجود در تمام بوسنی بود که موضعی نسبتاً انتقادی در باره اشغال یوگسلاوی توسط ناتو گرفته بود. بستن این شبکه رادیویی توسط نیروهای ناتو بوسیله نیویورک تایمز بعنوان "قدمی در راستای ایجاد پخش اخبار متعهد قلمداد شد" و نیروهای ناتو که دست به اشغال و تعطیل شیخ این رادیو زده بودند توسط رسانه ها به برچسب مثبت "حافظ صلح" مفتخر شدند."

شرکتهای رسانه ای گروهی معمولاً در بررسی مسائل جهان در بیشتر موارد بلندگوی قدرتهای بزرگ شده و می شوند و هر چیزی که این قدرت ها بگویند بدون هیچ گونه انتقاد یا بررسی همان را بعنوان واقعیت مسلم بیان می کنند، و در جایی که برفع سرمایه نباشد، آگاهانه هیچ وقت از سطح به عمق نمی روند. بیاد بیاوریم که چگونه آگاهانه رسانه ها حرفهای نادرست سران دولت های انگلستان و امریکا را در رابطه با صلاحهای کشتار جمعی عراق بعنوان واقعیت به مردم جهان مخابره کردند. و یا در نظر بگیریم که چگونه آنها فقط نظرات کاخ سفید را در رابطه با کودتای نظامی سازمان سیا بر علیه دولت ژان برترند ارستید در هائیتی به جهانیان مخابره کردند. و این کودتا را تحت عنوان مبارزه مردم هائیتی بر علیه دولت ارستید معرفی نمودند

در این رابطه دکتر پرنٹی می گوید: "در بیشتر اوقات رسانه های گروهی بدون هیچ گونه انتقادی سیاستهای نادرستی که می باید مورد بررسی قرار بگیرد را قبول کرده و پخش می کنند. زمانی که کاخ سفید اعلام می کند بودجه نظامی را اضافه کرده است، رسانه های گروهی بررسی های خود را به مسائل جانبی از قبیل چه مقدار دیگری احتیاج است، چه مقدار از این اضافه بودجه باید صرف مدرنیزه کردن صلاحها شود، آیا ما باندازه کافی اقدام کرده ایم؟ آیا احتیاج به کارهای بیشتری است؟ رسانه های گروهی هیچ گونه وقتی به مخالفان بودجه کلان ارتش نمی دهند. آنها قبول کرده اند که امریکا باید نیرو در چهار گوشه جهان داشته باشد، و میلیاردها دلار خرج این نیروها در سراسر جهان نماید."

#### ۵\_ سطحی نگری در پخش

دکتر پرنٹی معتقد است که منشأ بیشتر این برچسب ها چه از نوع منفی و چه از نوع مثبت آنها، نه رسانه های خبری که بر گرفته از گفته ها و صحبتهای دولتمداران و صاحبان سرمایه است. او در این رابطه می گوید: " منشأ بیشتر این بر چسب ها نه رسانه های گروهی که دولتمداران و سران سرمایه های بزرگ هستند. سران دولت امریکا و سرمایه های بزرگ می گویند " رهبریت جهانی ما"، "امنیت ملی"، "بازار آزاد"، و "گلوبالیزاسیون" ولی در واقع هدف اصلی آنها از استفاده این واژه ها چیزی نیست جز اینکه بگویند "همه قدرت به دست سرمایه های بزرگ". در این راستا، رسانه های گروهی این واژه را بدون هیچ گونه انتقادی و بدون هیچ گونه تحلیل در باره سیاستهای نهفته در پشت آنها، گرفته و با آب و تاب بخورد همه جهان می دهند. این گونه سطحی نگری در برخورد به مسائل، تبدیل به جزئی جدا ناپذیر از خصوصیات اصلی شرکتهای رسانه ای گروهی چه در موضع گیری در مورد مسائل داخلی و چه در برخورد به سیاستهای خارجی شده است." او ادامه میدهد:

"اگر زمانی کسی به آنها در این باره انتقادی کند، آنها می گویند که ما نمی توانیم نظرات شخصی خود را قاطی گزارشات کنیم. واقعیت اینست که هیچ کس این انتظار را ندارد که آنها این کار را انجام دهند. انتقاد من از رسانه ها این است که آنها نظرات خود را با این گزارشات قاطی می کنند و خود هم متوجه نیستند. واقعیت اینست که برداشتهای سیاسی این حضرات بطور کلی با نظرات اربابان آنها و دولتمداران منطبق است و بهمین خاطر آنها تبدیل به بلندگوهای نظرات دولتمداران شده اند. جالب این است که این انطباق و یکسانی در کج اندیشی هم بعنوان "واقعیت" بخورد مردم داده می شود." دکتر پرنٹی می گوید:

"در واقع دست کاری در خبر یا گزارش نمی تواند پاسخگوی اعتراض به سطحی نگری در پخش خبر توسط شرکتهای رسانه ای باشد بلکه آنها می باید ادعاهای مقامات را زیر سؤال برده و در این راستا می شود از اطلاعات و فاکتهای انتقادی برای اثبات نظرات جایگزین استفاده شود. این شیوه کار نه دستکاری در نظرات دیگران و نه ذخالت دادن دادن ایدئوژی است بلکه شیوه تجربی و تحقیقی است که البته به مذاق شرکتهای رسانه ای سرمایه داری بدون استفاده از بعضی سویاپ های اطمینان خوش نخواهد آمد. آنها خود را در چهارچوبها و پارامترهای قابل قبول جوامع سرمایه داری محدود میکنند و پا فراتر از این نرمها نمی گزارند" واقعیت این است که شرکتهای رسانه ای خود تبدیل به بخش بینهایت بزرگ سرمایه شده اند، و پر واضح است که هیچ وقت تحت هیچ شرایطی حاضر نخواهند بود که از منافع خود صرف نظر کرده و منافع خود را فدای حقیقت کنند.

## ۶- بی اهمیت جلوه دادن محتوا

در باره از محتوا خالی کردن و یا بی اهمیت جلوه دادن محتوای خبر دکتر پرنیتی می گوید: "آدم تعجب می کند که چطور رسانه های گروهی قادرند که اینقدر اهمیت به مسائل سطحی، سبک و پروسه داده و تقریباً اصل محتوای مطلب را بدست فراموشی بسپارند. مثال قابل توجه در این باره، نحوه پخش گزارشات انتخابات (امریکا از من) است. آنها کل کمپین انتخاباتی را در حد مسابقات اسب دوانی تقلیل خواهند داد؛ مثلاً چه کسی کاندید خواهد شد؟ کاندیداتوری چه فردی قبول می شود؟ چه کسی برنده خواهد شد؟ . گویندگان و گزارشگران همانند منقدین تاثر گزارشات خود را در حد اینکه، طرز لباس پوشیدن، شیک بودن و یا نحوه روی سن آمدن، این یا آن کاندیدا و کی بیشتر روی شنوندگان اثر گذاشت را خلاصه می کنند. آنها هیچ وقت وارد مسایل اصلی و عمده و یا برنامه های اصلی کاندیداها و یا نظرات آنها در مورد مسایل مختلف نمی شوند." در رابطه با اعتصابات کارگری و نقش شرکتهای بزرگ رسانه ای در پخش اخبار آنها، دکتر پرنیتی می گوید:

"یکی دیگر از مسائل اجتماعی که شرکتهای رسانه ای بطور دائم سعی در مسکوت گذاشتن آن دارند، همانا اعتصابات کارگری است، در مواقعی هم که آنها مجبور به پخش اطلاعاتی در باره اعتصابات بزرگ کارگری می شوند، هدف طبق روال معمول سطحی نگری و از محتوا خالی کردن علت آنهاست. بعنوان مثال آنها نهایت سعی خود را در موقع پخش خبر باین معطوف می دارند که گزارش کنند که اعتصاب چند روز ادامه پیدا کرده، چقدر مخارج برای جامعه و اقتصاد بار آورده، و چطور مذاکرات به شکست انجامیده است. آنها تحت هیچ شرایطی حاضر نیستند که وارد علت یا عللی از قبیل کم کردن حقوق، و مزایای کارگران، تشدید کردن هر چه بیشتر استثمار، از بین بردن قوانین حفاظتی برای کارگران، و حاضر نبودن و رد مذاکرات توسط مدیریت کارخانه که باعث شده و کارگران را علیرغم میل باطنی اشان مجبور کرده که دست به اعتصاب بزنند، شده و از آن حرفی بمیان نمی آورند." او در باره نقش شرکتهای رسانه ای در گزارش حرکتهاى اعتراضی مردم در نقاط مختلف جهان می گوید: "متخصصین انتخاب شده توسط شرکتهای رسانه ای هنگامی که در مصاحبه ای شرکت می کنند اینطور وانمود می کنند که همیشه آنها در باره "مسائل بزرگ" اجتماعی نظر می دهند. در صورتی که، واقعیت این است که آنها قادر

و یا مایل نیستند که مسئله مورد بحث را با مسائل و مشکلات بزرگتر اجتماع گره زده و از زاویه دیگر، اربابان آنها هیچ وقت تحمل تحلیلی عمیق از مسائل اجتماعی را نخواهند داشت. در عوض آنها فقط خود را محدود به مسائل پیش پا افتاده کرده و سعی در خالی کردن و بی اهمیت جلوه دادن محتوا می کنند و بدین طریق خود را در محدوده ای که از نظر سیاسی قابل قبول اربابان است محدود میکنند."

بعنوان مثال در سالهای اخیر اعتراضات عظیم و با شکوهی بر علیه بانک جهانی، صندوق بین المللی پول و سازمان تجارت جهانی در سطح جهان صورت گرفته است، ولی در تمام این موارد شرکت های رسانه ای این اعتراضات باشکوه را در حد درگیری بین پلیس و تظاهر کنندگان تقلیل داده اند و هیچ وقت جرئت نمی کنند که نزدیک بیان علت و انگیزه و یا خواسته های تظاهر کنندگان بشوند. هیچ وقت آنها حاضر نیستند که به مردم جهان بگویند که این سیاست های بغایت نادرست بانک جهانی، صندوق بین المللی پول و سازمان تجارت جهانی در کشورهای پیرامونی است که میلیونها مردم را بکام گرسنگی و بی خانمانی کشانده، و این تظاهرات و اعتراضات با شکوه مردمانی شریف در اقصا نقاط جهان بر علیه این سیاستهای غارتگرانه و استعماری است.

برگردیم به اصل مطلب و گفته های دکتر پرنیتی را ادامه دهیم:

" نقش شرکتهای رسانه ای و چگونگی برخورد آنها به پایداری رأی مردم در فلوریدا در انتخابات ریاست جمهوری امریکا در سال ۲۰۰۰ گواه غیر قابل انکاری است. زمانی که شمارش آراء در فلوریدا ادامه داشت، علیرغم گزارشات میامی هرالد و یو اس آ تودی و تمام شواهد موجود، بوش هیچ وقت از رقیب انتخاباتی خود جلو نبود، ولی شرکتهای بزرگ رسانه ای خود سرانه اعلام نمودند که بوش برنده انتخابات شده است. تحقیقات مستقلی که بعد از انتخابات صورت گرفت و هیچ وقت توسط همین رسانه ها پخش نشد، دال بر این واقعیت است که بوش هیچ وقت از رقیب انتخاباتی خود جلو نیفتاد. از طرف دیگر مطبوعات تمام وقت خود را صرف صحبتهای جواری کرده و هیچ به اصل مطلب نپرداختند. آنها حتی یک کلمه در باره هزاران رای گم شده و یا هزاران نفر که سردمداران حکومت فلوریدا حق رای را از آنها گرفتند بمیان نیاوردند. ولی تا آنجا که وقت داشتند، برای گمراه کردن مردم روی مسائل جانبی سرمایه گذاری کردند، و هیچ وقت حرفی در مورد نادرست بودن نتیجه انتخابات بمیان نیاوردند."

## ۷\_ تعادل دروغین

یکی از ادعاهای شرکتهای رسانه ای رعایت کردن تعادل در گزارشات در مورد مسائل اجتماعی، سیاسی و غیره است. ولی از آنجائیکه امروزه شرکتهای بزرگ رسانه ای دیگر نه بعنوان کارگزاران سرمایه که خود سرمایه عمل می کنند، هیچ وقت گامی بر علیه منافع خود برندخواهند داشت. لذا حرف زدن در مورد تعادل در موارد مختلف سیاسی، اجتماعی و غیره، افسانه ای پوچ بیش نیست. برای اثبات این مدعا کافی است که به مواضع شرکتهای بزرگ رسانه ای در هنگام گزارش دادن در مورد مسائل مختلف در اقصا نقاط جهان نظر بیندازیم تا پی ببریم که چگونه آنها علیرغم ادعاهای خود یک جانبه و آن هم به نفع سرمایه و یا بهتر بگوئیم به نفع خود موضع می گیرند. واقعیت این است که مثل معروف خودمان در مورد آنها بخوبی صدق می کند که می گوید " چاقو هیچ وقت دسته خود را نمی برد." بهر حال ببینیم دکتر پرنیتی در این مورد چه می گوید:



"طبق نرمهای خوب ژورنالیستی، مطبوعات برای تعادل در گزارشات خود باید نظرات و گفته های هر دو طرف در یک واقعه را پخش نماید. در واقع هیچ وقت دو طرف قضیه به یک اندازه برای شرکتهای بزرگ رسانه ای مهم نبوده و مساوی نیستند. طبق یک تحقیقات در مورد چگونگی برخورد رسانه ها به نظرات مخالف، حتی لیبرال ترین رسانه ها، بیشترین وقت را به سخن گویان جناح راست داده و یا از آنها به تنهایی مصاحبه می کنند ولی زمانی که همین رسانه با فردی لیبرال مصاحبه می کند همیشه سعی می کند که یک نفر محافظه کار از جناح راست در مقابل او باشد. و از طرف دیگر همیشه نظرات نیروهای مترقی چپ و رادیکال توسط رسانه های گروهی قیچی شده و هیچ وقت اجازه اظهار نظر به آنها نمی دهند." دکتر پرتی در این مورد مثالی میزند:

" گزارش سرویس جهانی بی بی سی در ۱۱ دسامبر سال ۱۹۹۷ در مورد مسائل اندونزی مثال خوبی در باره تعادل دروغین آنهاست. خبرگزار بی بی سی در مورد " تاریخ درگیری بین نیروهای اندونزیائی و چریک های تیمور شرقی" حرف میزند بدون اینکه حتی یک کلمه در مورد این واقعیت که چریکهای تیمور برای آزادی و زندگی خود بر علیه نیروهای اندونزی مبارزه می کنند و تا بحال بیش از ۲۰۰۰۰۰ نفر از مردم بی دفاع تیمور توسط نیروهای ارتش اندونزی قلع و قمع شده اند، حرفی بمیان بیاورد. در عوض اشغال خونین تیمور شرقی توسط اندونزی رابه درگیری بین دو نیرو و از بین رفتن نیروهای هر دو طرف تقلیل می دهد. و بدین طریق بی بی سی با گرفتن موضع بی طرفانه دروغین، تاریخ اشغال یک کشور را قلب می کند. و یا جنگ های سال ۱۹۸۰ در گواتمالا و السالوادور که دولت امریکا از آنها طرفداری کامل می کرد، در بیشتر مواقع توسط شرکت های رسانه ای به همان شیوه که بی بی سی به مسئله تیمور شرقی بر خورد کرد، بر خورد نمودند. زمانی که جنایتکاران خانه های دهقانی را به آتش می کشیدند، و تمام مردم یک یا چند ده را بی خانمان می کردند، رسانه های گروهی در حالیکه بز بی طرف بودن می گرفتند، آن را به در گیری بین دو گروه تعبیر می کردند، بدون اینکه اعلام کنند که یکی از طرفین در گیر مزدوران نظامی و طرف دیگر مردم بی دفاع بوده اند."

مثال زنده ای دیگر در این مورد بزنیم، حملات هوائی اسرائیل به مردم بی دفاع فلسطین و یا خراب کردن خانه های مردم بی دفاع روی سرشان، رسانه های گروهی خانه ها را خانه های تیمی تروریست ها معرفی می کنند. حمله هوائی اسرائیل به مناطق مسکونی در نوار غزه در ۲۱ اکتبر ۲۰۰۳ چهارده نفر از جمله تعدادی کودک و زن را به خاک و خون کشاند ولی شرکت های رسانه ای خبر را چنین تحریف میکنند که، این ها خانه های تیمی "تروریست ها" بوده است جالب این که رسانه های اسرائیلی از جمله گزارشگر نظامی یدیوت آهرونوت دیلی در این مورد می گوید: " آن خط قرمزی که ما برای خود در این جنگ ترسیم کردیم کجاست؟ تا کی ما باید مردم بی گناه را مورد حمله قرار دهیم؟" ولی شرکتهای رسانه ای بی شرمانه نهایت سعی خود را می کنند که روی کشتار بی دفاع مردم فلسطین تا آنجا که می توانند سرپوش گذاشته و آن را کم اهمیت جلوه دهند.

#### ۸- پرهیز از پی گیری کردن

شرکتهای رسانه ای معمولاً از متخصصینی که امتحان خود را پس داده و بطور کلی پا فراتر از چهارچوبهای نانوشته آنها نمی گزارند برای نظر خواهی در مورد مسائل مختلف دعوت می کنند. اما زمانی که بحرانی بزرگ در حال

شدن است، در بعضی موارد از افراد دیگر علاوه بر کارشناسان و متخصصین خودی هم استفاده می کنند. ولی همیشه مواظب هستند که این افراد پا را از گلیم خود فراتر نگذارند، و بمحض اینکه متوجه شدند که این افراد دارند از مسیر تعیین شده خارج می شوند، مصاحبه را به بهانه پخش آگهی های تجاری و غیره قطع می کنند. به زبان دیگر، آنها آزادند اما تا زمانی که حرف و یا نظرات مورد قبول آنها را بیان نمایند.

دکتر پرنٹی در این مورد این گونه توضیح می دهد: " زمانی که شرکتهای رسانه ای بطور ناگهانی متوجه شوند که یکی از مصاحبه کنندگان از مسیر خود رها شده، فوراً یا موضوع بحث را عوض کرده و یا برنامه را برای پخش آگهی های تجاری قطع نموده و یا اینکه مصاحبه کننده را با یک توضیح کوتاه از قبیل: " ما با آقای فلانی صحبت می کنیم" متوجه می کند که دارد به کجراه می زند. هدف همه اینها پرهیز از وارد شدن به حوضه مسائل سیاسی ممنوعه است"

در این باره مثال های بسیاری می توان آورد و بی شک هر کدام از شما خود بارها متوجه این مسئله در تلویزیونهای سی ان ان، بی بی سی و غیره شده و دیده اید که چگونه و بطور خیلی ماهرانه سخنان مصاحبه شونده ای که از خط قرمز نا مرعی گذشته را به بهانه های واحی قطع می کنند.

## ۹\_ غالب کردن

دکتر پرنٹی مشخصه غالب کردن خبر یا گزارش را چنین توصیف می کند: " موثرترین تبلیغات، پایه خود را بر غالب کردن و نه دروغ استوار می کند. در چنین مواردی گوینده قادر است که جو مورد دلخواه خود را بدون متوسل شدن به دفاع آشکار و بدون زیاد جدا شدن از واقعیت ظاهری، با استفاده از تأکیدات و شاخ و برگ دادن معین، حقیقت را بدون شکستن وارونه جلوه دهد. غالب کردن را می توان بوسیله بسته بندی کردن اخبار، شیوه به نمایش گذاشتن آن، محل چاپ (در صفحه اول یا در صفحات دیگر، داستان اصلی یا اینکه بصورت فرعی در گوشه ای از روزنامه چاپ کند)، شیوه بیان خبر (دوستانه یا بی تفاوت)، انتخاب سر تیتر و عکسها و در تلویزیون، خبر همراه با عکس صامت یا اینکه فیلم، بخورد خواننده و یا شنونده داد."

دکتر پرنٹی در مورد لحن و جملات و یا سوالاتی که گویندگان در هنگام پخش خبر برای گریز از اصل مطلب و اینکه چگونه آنها سعی می کنند که با شاخ و برگ دادن به مسائل جانبی آگاهانه از محتوای اصلی گریز بزنند، می گوید: " گویندگان آگاهانه با شاخ و برگ دادن به مسائل جانبی می خواهند از اصل موضوع طفره روند. آنها سعی می کنند که با ارائه آرام خبر چنان وانمود نمایند که آنها جدا از وقایع و یا اتفاقات خشن و تلخی که در خبر اتفاق می افتد قرار دارند. گویندگان تلویزیون، ویرایشگران روزنامه و مفسرین معمولاً آگاهانه از حالت و یا تن صدای مخصوصی برای ایجاد اعتبار و تأثیر گذاشتن استفاده می کنند، که شاید بشود گفت "بی خبری آمرانه" آنطوری که در مثالهای زیرین می توان دید: " چگونه این وضعیت پایان خواهد یافت؟ فقط زمان احتیاج دارد." و یا " مصلماً هیچ کسی نمی تواند پیش بینی کند که چه اتفاقی خواهد افتاد." که چگونه سخنان مبتذل و بی معنی را بعنوان حقیقت بخورد مردم می دهند. گویندگان تلویزیون خیلی استادانه جملاتی مانند " اگر اعتصاب هر چه زودتر پایان نیابد، در گیری بین هر دو طرف عمیق، خشن و طولانی خواهد شد" و "فرستادن سفینه طبق برنامه قبلی به

پیش خواهد رفت اگر اتفاق ناخوانده ای پیش نیاید." اظهار میدارند با این حساب گویی وقایع خود بخود اتفاق می افتند."

او ادامه می دهد: " اخبار مخابره شده شامل وقایع بسیاری است ولی هیچ وقت آنها از سطح به عمق نرفته و توضیحی در مورد وقایع نمی دهند. آنها به ندرت صحبتی در مورد چگونگی سازماندهی طبقات اجتماعی و علت وجودی آنها می کنند. در عوض دنیای شرکتهای رسانه ای آنطوری که توسط "متخصصین آنها" بیان می شود از مجموع اتفاقات جدا از هم، و افراد گیج که توسط شرایط و اتفاقات، و یا غرایض شخصی سوق داده می شوند تشکیل گردیده و نه اینکه منافع عمیق طبقاتی است که باعث این مسائل و مشکلات می شوند. آنها با لغظی های زیاد سعی می کنند که از هدف اصلی و عمده که همانا مبارزه طبقاتی است طفره روند. لذا ما در اخبار و گزارشات آنها همیشه می شنویم و یا که می خوانیم که "جنگی در منطقه اتفاق افتاد"، یا "تعداد زیادی در درگیری کشته شدند"، و یا "فحطی در حال افزایش است" بدون اینکه به خود اجازه دهند که علت وجودی این درگیریها را بیان نمایند." او ادامه میدهد "تورم اقتصادی برای آنها همانند یک فعل وانفعال طبیعی است که به خودی خود اتفاق می افتد ("اقتصاد در حال افت است")، و نه اینکه نتیجه جنگ دائمی سرمایه علیه کار و یا نتیجه تضادهای موجود بین نیروی تولیدکننده و قدرت درآمد است که باعث این تورم می شود."

بهتر است برای هر چه بیشتر روشن شدن نقش مخرب شرکت های رسانه ای، مثالی از وقایع روز برزیم. نقش مخرب رسانه ها را در کودتای اخیر در هائیتی در نظر بگیرید. واقعیت موجود دال بر کودتائی حساب شده توسط سازمان سیا بر علیه حکومت ژان برترند ارستید رئیس جمهور منتخب مردم هائیتی است. اما این واقعیت خیلی ماهرانه توسط شرکتهای رسانه ای مخفی نگاه داشته شد و در عوض بار دیگر همانند جنگ عراق یا کودتای سازمان سیا بر علیه حکومت هگو چاوز در ونزوئلا، نظرات کاخ سفید را به جهانبان بعنوان واقعیت مخابره کردند. در تمام گزارشات از درگیریهای خیابانی در هائیتی حرف می زدند و خیلی آگاهانه هیچ وقت از ماهیت رهبران به اصطلاح مخالف حرفی بیان نیاوردند. چراکه بیان ماهیت این رهبران "مخالف" حکومت ارستید موجب ایجاد سوالات زیادی در ذهن شنونده و یا خواننده می شد و نتیجتاً دستهای نا مرئی که سناریوی کودتا را نوشته و به اجرا در آورده بود را نمایان می کرد، و پر واضح است که این چیزی بود که آنها از آن گریز داشته و دارند. واقعه ای که در هائیتی اتفاق افتاد بر خلاف گزارشات بیان شده توسط شرکتهای رسانه ای، نه درگیریهای خیابانی مردم بر علیه حکومتیان که کودتائی بود توسط سازمان سیا بر علیه حکومت قانونی ارستید، کودتائی بود که توسط سازمان سیا برنامه ریزی شده بود و توسط باندهای تروریستی و دلالان مواد مخدر و به رهبری سازمان سیا به اجرا در آمد. نزدیکی های زیادی بین کودتا و اشغال نظامی هائیتی و جنگ عراق و افغانستان و کودتا بر علیه چاوز وجود دارد. این واقعه بار دیگر نشان داد که چگونه شرکتهای رسانه ای نظرات کاخ سفید را بعنوان حقیقت به مردم جهان می فروشند، این واقعه به خوبی نقش مخرب شرکتهای رسانه ای را در گمراه کردن افکار عمومی به نفع سردمداران کاخ سفید نشان می دهد. سعی خواهد شد که در بخشهای آینده نظری عمیق تر به کودتا و اشغال نظامی هائیتی توسط امریکا بیاندازیم.

بعد از این مثال بلند برگردیم به صحبت های دکتر پرتی، او ادامه می دهد: " اگر ما به گفته های شرکتهای رسانه

ای اعتماد کنیم، وقایع بطور طبیعی اتفاق می افتند. در نظر بگیرید که چگونه آنها "گلوبالیزاسیون" را بعنوان یک واقعه طبیعی برای پیشرفت معرفی کردند. ولی در حقیقت، گلوبالیزاسیون شیوه ای کاملاً حساب شده است که شرکت‌های غول آسای چند ملیتی از آن برای از بین بردن حکومت‌های مستقل و دمکراتیک در سرتا سر جهان و برای دست یافتن به سودهای کلان استفاده کرده و می کنند. و یا "بازار آزاد"، جهانی تحت موافقتنامه ی شورای تجارت جهانی را تأسیس می کند، شورائی که در انتخاب آن هیچ کس شرکت نداشته، و به هیچ کس نباید حساب پس دهد، و تمام برنامه های خود را مخفیانه و دور از چشم دیگران، برای استثمار هر چه بیشتر نیروی کار، و تنظیم قوانینی برای زیر پا گذاشتن حقوق مصرف کنندگان، نادیده گرفتن قوانین زیست محیطی و تمام خدمات عمومی و دیگر قوانین در سراسر کشورهای عضو این شورا، تنظیم می نماید. در واقع نتیجه عملی WTO و GATS, FTTA, NAFTA, GATT نه گلوبالیزاسیون که خلاف آن همانا تمرکز هر چه بیشتر قدرت سیاسی، اقتصادی در دست سرمایه جهانی، که خود کودتائی است بین المللی برای محروم کردن مردم جهان از تمامی، معدود، دست آوردهای دمکراتیکشان، واقعیت این است که شرکت‌های رسانه ای طبق خصوصیات ذاتی خود هرگز حاضر نیستند که از خود سؤال کنند که چرا وقایع آنطوریکه آنها گزارش می کنند اتفاق می افتند. آنها بندرت مشکلات اجتماعی را با نیروهای اقتصادی، سیاسی که تولید کننده این مشکلات هستند پیوند میدهند. بنابراین آنها سعی می کنند که به ما القا کنند که ما نظرات انتقادی خود را سانسور کنیم. فرض کنیم که اگر ما یک سناریوی کاملاً جداگانه را تصور نمائیم. تصور کنیم که ما یک گزارش در رابطه با وضعیت کارگران، سواى آنچه ما روزانه می شنویم، تهیه نمائیم و طبق این گزارش اعلام نمائیم که وضعیت بغایت اسف باری که برای کارگران در اکثر کشورهای جهان توسط سرمایه ایجاد شده است از طرف آرتش و انواع و اقسام نیروهای نظامی در این کشورها پشتیبانی می شود. فرض کنیم که ما پا را از چارچوب تعیین شده باز هم فراتر گذاشته و گزارش کنیم که نیروهای راست در آرتش و نیروهای نظامی در این کشورها از طرف دولت امریکا پشتیبانی می شود. و در پایان پا را ز خط قرمز هم فراتر گذاشته و بجای پخش این واقعیت ها و گزارش کنیم که چرا دولت های امریکا یکی بعد از دیگری از حکومت های ارتجاعی و آرتش در این کشورها پشتیبانی می کند؟ و فرض کنیم که ما گزارش خود را بدین طریق به پایان برسانیم که پشتیبانی دولت های امریکا از حکومت‌های دیکتاتوری و سرنگون نمودن حکومت‌های مستقل صرفاً برای ایجاد فضائی امن برای سرمایه و بازار آزاد و چپاول هر چه بیشتر کشورهای جهان سوم توسط سرمایه داری است. بدون شک هیچ یک از شرکت‌های رسانه ای حاضر به پخش این گزارش و تجزیه و تحلیل نیستند و تنها امکان دارد که در چند هفته نامه یا گاهنامه رادیکال چاپ گردد. علت این هم خیلی آشکار است، ما پا را از چارچوب های تعیین شده فراتر گذاشته و چندین مانع را رد کرده ایم. ما سعی نمودیم که وضعیت بغایت بد کارگران را در یک قالب بزرگتر روابط اجتماعی (قدرت طبقه سرمایه دار در جامعه) توضیح دهیم، لذا گزارش ما بعنوان تحلیل مارکسیستی که در واقع هم چنین است، همانطوری که واقعیت جامعه این طور است، رد می شود."

دکتر پرنٹی بحث خود را این چنین جمع بندی می کند: "در پایان، باید بیان نمود که، انجام وظیفه روزانه شرکت های رسانه ای تحت عنوان "دمکراسی سرمایه داری" نه یک شکست که دسیسه موفقیت آمیزی است که خیلی

ماهرانه ایفا می شود. ما بارها و بارها می شنویم که رسانه ها در پخش این یا آن گزارش " گول خوردند" و یا "برداشت نادرستی داشتند". واقعیت این است که این ها کار خود را دقیقاً و آنطور که باید انجام می دهند. بعد از گفته های دکتر پرنی بد نیست مثالی در این رابطه بزنیم، چندی پیش یکی از رادیوهای متری محلی ایرانی در شهر استکهلم مصاحبه ای با خانم ایرانی متخصص و استاد دانشگاه در رابطه با برخورد رسانه ها به جنگ عراق بطور کلی و موضع تونی بلیر بطور اخص داشت. متأسفانه این خانم بر خلاف هشدارهای دکتر پرنی ادعا می کرد که رسانه ها یک بار دیگر در پخش گزارشات عراق فریب خوردند. این بیانات در رابطه با شرکت های رسانه ای آن هم از طرف فردی بعنوان "متخصص و استاد دانشگاه و صاحب نظر" عمق بی اطلاعی این فرد از چگونگی نقش مخرب شرکت های رسانه ای را می رساند و بدبختانه این بی اطلاعی هم به شنوندگان این مصاحبه انتقال داده می شود. باید از ایشان پرسید که آیا رسانه ها فریب می خورند و یا اینکه آگانه فریب می دهند؟ بعد از این مثال به اصل مطلب همانا جمع بندی دکتر پرنی از صحبت های خود بر گردیم. او در ادامه می گوید: " دست اندرکاران و کارکنان شرکتهای رسانه ای در بیان نکردن حقیقت خیلی ماهر و استادانه عمل می کنند. کار آنها نه اطلاع دادن که گمراه کردن است، کار آنها نه پیشبرد ارزشهای دمکراسی که از محتوا خالی کردن و از بین بردن این ارزشهاست. آنها بطور خیلی آگاهانه وظیفه دارند که به شنوندگان یا خوانندگان القا کنند که گویا آنها آگاهی کامل از وقایع روز دارند، آنها ماهرانه سعی می کنند که حرفهای بی معنی و بی محتوا تحویل شنوندگان خود دهند. درک این واقعیت در مورد شرکتهای رسانه ای به ما کمک خواهد کرد که از گله مندبهای آبدکی در مورد عملکردهای رسانه ها دست برداشته و در عوض به تحلیلی رادیکال و عمیق در رابطه با شیوه اصلی برخورد آنها به مسائل دست یابیم.

**ادامه دارد**

