

دنيس رابرت و ورونیکا زارا کویز
ترجمه‌ی خجسته کیهان

نگاهی انتقادی به سیاست آمریکا

گفت و گو با نوام چامسکی

مؤسسه نشر افق با پروفسور نوام چامسکی (Prof Noam Chomsky) برای خرید امتیاز انتشار ترجمه‌ی فارسی کتاب نگاهی انتقادی به سیاست آمریکا - طبق قانون بین‌المللی "حق انحصاری نشر اثر" (Copy Right) - به توافق رسید.

پیش‌گفتار

در اوایل دهه‌ی ۱۹۸۰ رفتی دانشجوی روان‌شناسی بودم با آنکه نوام چامسکی آشنا شدم. البته با نام این زبان‌شناس آمریکایی و استاد مؤسسه‌ی تکنولوژی ماساچوست (ام. آی. تی)، یکی از معتبرترین دانشگاه‌های آمریکا، آشنایی داشتیم و نیز می‌دانستم که "آینده‌ی شناسی است و به آزادی خواهی" و "افراطی بودن شهرت دارد".

پیش‌گفتار / ۷

روشنفکران / ۱۳

مراکز قدرت (قسمت اول) / ۲۷

سرمایه‌داری / ۵۳

اقتصاد نادیدنی / ۶۹

مراکز قدرت (قسمت دوم) / ۸۹

دموکراسی / ۱۱۱

رسانه‌ها / ۱۳۹

سیاست خارجی / ۱۶۵

مؤخره / ۱۷۵

روشنفکران

شما یکی از متفکران بزرگ دوران ما هستید؛ معترض و دگراندیشی همیشگی. هم چنین می توان گفت که "فن دفاع از خود برای روشنفکران" را درس می دهید و راه هایی برای مقابله با هرگونه فریبکاری برای کنترل افکار ارائه می نمایید. این کاری است که هرکس باید انجام دهد.

در واقع نقش روشنفکر - از هزاران سال پیش - این بوده که کاری کند تا افراد، منفعل، مطیع، جاهل و برنامه ریزی شده باشند. رالف والدو امرسون^۱، فیلسوف و نویسنده ی بزرگ قرن نوزدهم آمریکا در حالی که از برنامه های آموزشی انتقاد می کرد گفت: «باید مردم را طوری تربیت کنیم که با ما دست به یقه نشوند». به بیان دیگر باید آن ها را چنان به انفعال کشاند که بر ضد ما برنخیزند. و نقش روشنفکران در بسیاری از زمینه ها در همین خلاصه می شود. البته استثناهایی هم وجود دارد، اما به طور کلی این گونه است.

۱. رالف والدو امرسون (۱۸۸۲-۱۸۰۳) شاعر و نویسنده ی آمریکایی همراه با ناتانیل هاتورن و هرمن ملویل حلقه ی ادبی "بروک فارم" را تشکیل دادند و به ایجاد ادبیات ملی کمک کردند.

از خواندن آثار شما چنین برداشت می‌شود که با آنچه "تولید موافقت" می‌نامید مبارزه می‌کنید. این نیز یکی از کارهای روشنفکران است، نه؟

اصطلاح "تولید موافقت" ساخته‌ی من نیست،^۱ بلکه آن را از والتر لیپمن وام گرفته‌ام که مهم‌ترین شخصیت روزنامه‌نگاری آمریکا در قرن بیستم و فردی پیشرو بود. از سال‌های ۱۹۲۰ لیپمن توجه همه را به اهمیت تکنیک‌های تبلیغاتی برای کنترل توده‌ها و تولید موافقت و رضایت جلب کرد. ساز و کارهای دموکراسی چنان که در این جا به کار می‌روند روشن است: کشور باید به دست شهروندان "مسئول" اداره شود - گروهی از افراد پیشرو که یادآور لنینیسم هستند - سایرین باید آرام باشند. برای رسیدن به این هدف باید افکار آن‌ها را کنترل کرد و به گونه‌ای بارشان آورد که مثل سرباز، فرمانبردار باشند. تصادفاً متفکر پیشرو دیگری به نام ادوارد برنز، یکی از پایه‌گذاران صنعت گسترده‌ی روابط عمومی، همین واژه‌ها را برای طرح مسئله به کار می‌برد. برنز نیز مانند لیپمن یکی دیگر از کسانی بود که در کارخانه‌ی عظیم تبلیغاتی و در ویلسون^۲ کار می‌کرد.

در آن جا بود که به بسیاری از ایده‌ها درباره‌ی لزوم "کنترل افکار عمومی" دست یافتند و کوشیدند تا شهروندان را از زندگی ملی و سیاسی دور نگه دارند. در دهه‌ی ۱۹۲۰ این مسئله در انگلستان و آمریکا اهمیت ویژه‌ای یافته بود.

۱. چامسکی همراه با ای. اس. هرمن در کتاب *the political economy of mass media* الگوی تبلیغاتی رسانه‌ها را شرح می‌دهد.
 ۲. رئیس جمهور ایالات متحده در سال‌های ۱۹۱۳ تا ۱۹۲۱ م.



در واقع نقش روشنفکران از هزاران سال پیش در این خلاصه می‌شود که کاری کنند تا مردم منفعل، مطیع، جاهل و مغزشویی شده باقی بمانند.