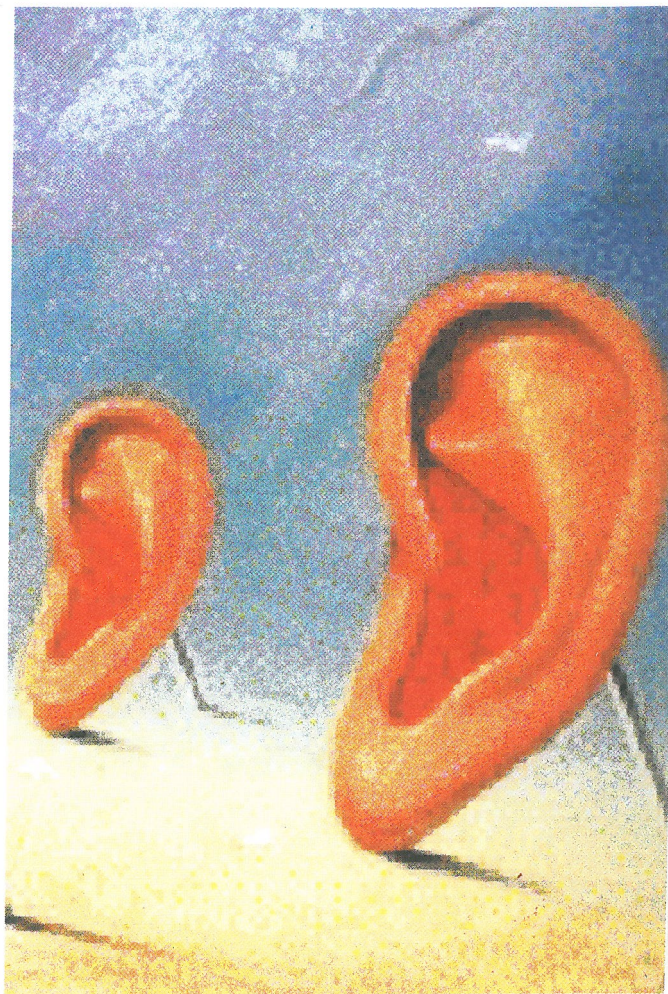


# کنترل افکار در آمریکا





بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



## توجیه رسانه‌ای = حکومت

اگر سردمداران و سرمایه‌داران آمریکا نتوانند از طریق رسانه‌های گروهی، افکار عمومی مردم کشور خود و بعد مردم جهان را به سیاست‌های استعمارگرانه خویش توجیه و در جهت منافع خود بسیج کنند، هرگز نخواهند توانست بر مردم خود حکومت کرده و کارهای نامعقول خود را در دیگر کشورها از جمله کشورهای آفریقایی و آمریکای لاتین ادامه دهند.<sup>۱</sup>

## تلویزیون در آمریکا

اگر در جنبه‌های منفی تلویزیون دقت کنیم

---

۱. صدا و سیما در کلام مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)؛ گردآوری و تدوین: بنیاد فرهنگی فاطمة‌الزهراء (علیها‌السلام)؛ ناشر: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران؛ تهران: زمستان ۱۳۷۳؛ ص ۶۴ (بخشی از خطبه اول نماز جمعه مورخه ۶۴/۶/۱۵).

شیطانی‌ترین آلتی است که تاکنون اختراع گردیده است.<sup>۱</sup>

این شبکهٔ سهمناک مطبوعات، رادیو و تلویزیون جامعهٔ آمریکا را مانند قلعه‌ای در درون خود دارد و بیرون شدن از آن محووظهٔ محصور را اجازه نمی‌دهد. رسانه‌های گروهی و به‌خصوص تلویزیون چون مشیت آسمانی هستند، هر چه اراده کنند پدیدشان می‌آورند.<sup>۲</sup> می‌شود گفت که زندگی آمریکایی را دو شیء در زیر سایهٔ خود دارد، یکی اتومبیل و دیگری تلویزیون.<sup>۳</sup> بدون اغراق می‌توان گفت که امروز تلویزیون پادشاه آمریکاست.<sup>۴</sup>

## تلویزیون، پادشاه آمریکا؛ و آگهی، پادشاه تلویزیون!

جیرهٔ اطلاعاتی مردم آمریکا به‌نحو عمده از جانب تلویزیون تأمین می‌گردد و چون تلویزیون‌ها به‌صورت خصوصی اداره می‌شوند، منفعت و مصلحت شرکت تلویزیون هم در گرو اعلان‌های گران‌قیمت

---

۱. آزادی مجسمه؛ محمدعلی اسلامی ندوشن؛ انتشارات یزدان؛

تهران؛ ۱۳۷۳؛ ص ۱۷۷.

۲. همان.

۳. همان؛ ص ۱۷۶.

۴. همان؛ ص ۲۵.

کارخانه‌های بزرگ است. بنابراین همه اخبار و برنامه‌های تلویزیون‌ها در پرتو اعلان، تنظیم و پخش می‌گردد (مگر آن‌هایی که جنبه فنی، تربیتی یا دانشگاهی داشته باشند).<sup>۱</sup>

یک دقیقه اعلان عادی در تلویزیون‌های آمریکا بین ۸ تا ۱۱ هزار دلار قیمت دارد و گاهی این قیمت می‌تواند تا ۷۰ هزار دلار برسد. بدون اغراق می‌توان گفت که امروز تلویزیون، پادشاه آمریکاست.

در کمتر خانه‌ای هست که یکی نباشد، و کمتر خانواده‌ای هست که ساعات فراغتش را در برابر آن نگذراند؛ و چون بین فرستنده‌های مختلف برای گرفتن اعلان هم‌چشمی است، آن فرستنده‌ای پیش خواهد افتاد که برنامه‌هایش داغ‌تر، هیجان‌انگیزتر، سکسی‌تر، قَلِقَلِک دهنده‌تر و مشغول‌کننده‌تر باشد؛ و البته کسانی که اعلان برای تبلیغ به تلویزیون می‌دهند می‌کوشند تا این صفات را هر چه بیشتر در برنامه خود جمع کنند، و برای این منظور ناگزیرند که از همه صحنه‌های جنایی و جاسوسی و شهوی کمک بگیرند. از این‌رو خمیرمایه تبلیغ، مخلوط عجیبی شده‌است از خون و سکس و خشونت و خیانت. اعصاب مردم طوری پرورده شده و

به مهمیز خوردن خو گرفته که باید دائماً هم تخدیر شود و هم برانگیخته گردد. این مأموریت تخدیر کردن و برانگیختن متناوب و مداوم، بر عهده دستگاه‌های تبلیغاتی اعم از روزنامه، مجله، سینما، تلویزیون و رادیو است و همه این‌ها وابسته به اعلان هستند. هر نشریه امریکایی را که باز کنید، حتی مجله‌های خیلی وزین، آن قدر اعلان در آن، جا گرفته که مقاله‌ها از لابلایش گم شده‌اند. نیویورک تایمز روز یکشنبه که تا حدود ششصد صفحه منتشر می‌شود، نزدیک یک دهمش مقاله و مطلب است و نه دهم دیگر اعلان. حساب شده‌است که اگر این همه پول به بهای اعلان و تبلیغ نمی‌رفت، همه اجناس در آمریکا بین بیست تا سی درصد ارزان‌تر تمام می‌شدند.

بدین‌گونه، وسایل فنی تبلیغ، سیاست را وابسته به سوداگری کرده‌است. مردم به آن اندازه و به آن نوع اجازه اندیشیدن می‌یابند که صاحبان سرمایه و صنایع بخواهند.<sup>۱</sup>



## چرا تلویزیون آمریکا به خشونت می‌خواند؟

تعداد کل صحنه‌های خشن برنامه‌های تلویزیونی (به استثنای برنامه‌های خبری و غیرداستانی) از ۱۰۰۲ مورد در سال ۱۹۹۲م. به ۱۷۳۸ مورد یعنی ظرف سه سال ۷۴ درصد افزایش داشته‌است. به عبارت دیگر طی سال‌های ۱۹۹۵-۱۹۹۶ هر شبکه در فصل تلویزیونی خود به‌طور متوسط در یک ساعت برنامه ۱۰ صحنه خشن نمایش داده‌است. فیلم‌های سینمایی تلویزیون‌های کابلی و کارتونها صحنه‌های خشونت‌آمیز بیشتری داشته‌اند.<sup>۱</sup>

صحنه‌های خشونت‌آمیز برنامه‌های تلویزیونی مربوط به استفاده از اسلحه از سال ۱۹۹۲ تا سال ۱۹۹۵، ۳۳۴ درصد افزایش داشته‌است.<sup>۲</sup>

بین سال‌های ۱۹۹۳-۱۹۹۶ همزمان با کاهش میزان قتل‌ها به تعداد دقیقه‌های پخش گزارش قتل‌ها در اخبار شب شبکه‌های تلویزیونی ۷۲۱ درصد اضافه شده‌است.

پخش اخبار مربوط به قتل‌ها بین سال‌های

---

۱. شاخص‌های فرهنگی در ایالات متحد آمریکا در پایان قرن بیستم؛ ویلیام جی. بنت؛ فاطمه فراهانی؛ سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛ تهران؛ ۱۳۸۱؛ صص ۱۷۸ و ۱۷۹.

۲. همان؛ ص ۱۷۹.

۱۹۹۶-۱۹۹۳، ۳۵۶ درصد افزایش یافته است.<sup>۱</sup>  
ملاحظه چنین آماری که حکایت از یک برنامه ریزی منظم و پنهانی دارد، سبب می شود تا از خود پرسیم: چرا تلویزیون آمریکا، مخاطبان خود به خصوص کوچک ترها را به خشونت فرا می خواند؟  
برنامه ریزان آمریکا در کدام موقعیت از این پتانسیل خشونت قصد بهره برداری دارند؟  
آیا همین آمار نمی تواند از قصد آتش افروزی تصمیم گیران آمریکایی خبر بدهد؟

### پرستش بُت، به اجبار!

تلویزیون در ایالات متحده، «بت جدید» است. تلویزیون برای جمع کثیر و عظیمی از مردم، خداست. کانال های مختلف تلویزیون و انواع و اقسام نشریات و مجلات در آمریکا، صبح تا شب، به بمباران خبری و تبلیغاتی مشغولند.<sup>۲</sup>

شنونده و بیننده تصور نمی کند که مستقیماً تحت آموزش و هدایت است، آن هم از ناحیه دولت. بلکه احساسش این است که خودش دارد کانال تلویزیونی

۱. همان.

۲. ... در بهشت شدد؛ جلال رفیع؛ انتشارات اطلاعات؛ تهران: ۱۳۷۸؛ ص ۴۵۸.

مورد علاقه‌اش را انتخاب می‌کند. اما در واقع چون ثروت و قدرت در دستِ جمعی سرمایه‌دار بزرگ و جهانخوار است، سرِ نخِ بسیاری از کارها و تبلیغات در امور اساسی و اصلی به‌طور نامرئی در دست آن‌ها و متصل به دستگاه ثروت و قدرت همان‌هاست.<sup>۱</sup>

### تلویزیون آمریکا و مسلمانان

تحقیقات فراوان نشان داده‌است که به‌ندرت حتی یک برنامهٔ تلویزیونی در اوقات پر بینندهٔ تلویزیون یافت می‌شود که در آن چندین مورد از کاریکاتورهای عمداً نژادپرستانه و توهین‌آمیز نسبت به مسلمانان وجود نداشته باشد، در حالی که همهٔ مسلمانان به‌طور گروهی و نژادی به‌صورت افرادی فاقد صلاحیت معرفی شده‌اند: به‌نحوی که مثلاً عمل غلط و نادرست یک مسلمان به‌طور کلی به همهٔ مسلمانان و اسلام تعمیم داده می‌شود.<sup>۲</sup>

### ماهیت سانسور در غرب

مقصود از «سانسور»، اعمال نظر در جریان

---

۱. همان؛ صص ۴۵۸ و ۴۵۹.

۲. پوشش خبری اسلام در غرب؛ ادوارد سعید؛ ترجمهٔ عبدالرحیم گواهی؛ دفتر نشر فرهنگ اسلامی؛ تهران؛ ۱۳۷۸؛ صص ۱۵۰.

خبررسانی به منظور جلوگیری از انتشار اخباری است که ممکن است انتشار آن‌ها برای مردم مفید باشد ولی برای کسی که این اعمال نظر را انجام می‌دهد مفید نباشد.<sup>۱</sup>

این اعمال نظر به روش‌ها و شیوه‌های مختلف در جهان صورت می‌گیرد. در روش ابتدایی سانسور، جلوی «دیدن»، «شنیدن» و «خواندن» گرفته می‌شود، ولی نوع دیگری از سانسور نیز در جهان وجود دارد که جلوی خواندن، دیدن، شنیدن و نوشتن را نمی‌گیرد بلکه جلوی «فهمیدن» را می‌گیرد. اساس سانسور در غرب بر این مبناست.

در غرب جلوی دهان کسی را نمی‌گیرند. چاپ و انتشار هر نشریه اگرچه نه تحقیقاً ولی تقریباً آزاد است. هرکس می‌تواند هرچه می‌خواهد بگوید و این مهم نیست. آنچه اهمیت دارد آن است که فهمیده می‌شود.<sup>۲</sup> وقتی که جلوی فهمیدن یک حقیقتی را گرفتند، چرا جلوی دهان‌ها و گوش‌ها را بگیرند؟ وقتی که به وسیله تبلیغات سعی کردند در مجموع جامعه، آن‌طور فکر کند و بیاندهد که مطلوب حکومت باشد دیگر چه نیازی

۱. مبانی تبلیغ؛ محمدحسن زورق؛ انتشارات سروش؛ تهران: ۱۳۶۸؛

صص ۲۰۵ و ۲۰۶ (با تلخیص).

۲. همان.

به بستن دهان‌ها و شکستن قلم‌ها و جلوگیری از انتشار مطبوعات و نشریات است؟ برعکس در چنین حالتی، هرچه فعالیت و وسایل ارتباط جمعی رسمی و غیر رسمی بیشتر می‌شود، هرچه بیشتر می‌گویند، می‌شنوند، می‌نویسند و منتشر می‌کنند، عوامل سانسور به هدف‌های خود نزدیک‌تر می‌شوند و جامعه مثل کسی که در مرداب افتاده‌باشد، هرچه بیشتر دست‌وپا بزند، بیشتر در گِل و لای تبلیغات تحریفی فرو می‌رود.<sup>۱</sup>

اینجاست که می‌بینیم بیشترین تعداد مطبوعات و نشریات و فرستنده‌ها در غرب وجود دارد یا مستقیماً تحت کنترل غرب است و ظاهراً بیشترین آزادی هم در غرب وجود دارد؛ ولی دولت‌های غربی بیشترین سلطه انحصاری را بر جریان‌های خبری و فرهنگی جهان دارا هستند.<sup>۲</sup>

## آمریکایی‌ها و خنگی جدید!

دانیل بل<sup>۳</sup> که کتاب‌های قابل ملاحظه و قابل مطالعه‌ای درباره‌ی حال و آینده‌ی جامعه‌ی متمدن و صنعتی غرب نوشته، معتقد است که جامعه‌ی آمریکایی با وجود

۱. همان؛ ص ۲۰۷.

۲. همان (با اندکی تغییر).

تراکم و توژم شدید کتب و نشریات و وسایل ارتباط جمعی، در حدّی که به بروز نوعی «انفجار اطلاعات و مطالب» منتهی شده و مغزها را به انباری عظیم از همه چیز تبدیل کرده، جامعه‌ای است دست‌بسته!... به عبارت دیگر افراد در این سیستم چنان محصور و محبوس و مستغرق‌اند که الینه<sup>۱</sup> شده‌اند و نوعاً در امور اساسی، اهل تفکرات عمیق و اهل اندیشه‌های ژرف نیستند. آن‌ها که اندیشه و فکری دارند نظر حقیقی خودشان را اظهار نمی‌کنند، انگار بی‌اعتنا و به اصطلاح بی‌تفاوتند. بِل اشاره می‌کند به وضعیتی که انسان جدید را نه بر اثر جهل، بلکه بر اثر مسخ کردن و غرق کردن و تبدیل به ماشین و مجسمه کردن از طریق ریزش سیل آسای علم و دانش و اطلاع و خبر و موج تبلیغاتی و نظایر آن بر سر و رویش انگار به شکل جدیدی خنگ<sup>۲</sup> می‌کند(!)<sup>۳</sup> گوش گاهی صدا را نمی‌شنود چون بسیار کم و

۱. aliéné به کسی گویند که شعور خود را ازدست داده، به دیوانگی و جنون دچار آمده‌است. الینه(الینه) را «با خودبیگانه» نیز نامیده‌اند. «باخودبیگانگی» انواعی دارد از جمله روحی و فکری و ذهنی، اجتماعی، ملی و غیره.

[ر.ک. به: نقد و نگرش بر فرهنگ اصطلاحات علمی - اجتماعی؛ محمد آراسته‌خو؛ نشر گستره؛ تهران: زمستان ۱۳۶۹؛ صص

[۱۶۰-۱۸۱]

۲. خنگ به معنای کودن، نادان، ابله.

۳. ... در بهشت شداد؛ صص ۴۲۶ و ۴۲۷ (با تلخیص).

ناچیز و ضعیف و مادون است، اما گاهی هم صدا را دیگر نمی‌شنود نه به دلیل مذکور بلکه به دلیل شدت و قوت و هجوم و تراکم و کثرت و مافوق بودن آن. فرکانس صدا و امواج صوتی اگر از حدّ بگذرد ناشنوایی و گری و بلکه خری (!) می‌آورد و به سکوت و سردی تبدیل می‌شود. خری و خرفتی از ذات علم و نشر علم بر نمی‌خیزد، از نحوه نشر آن و از سیستم انتشار آن بر می‌خیزد.<sup>۱</sup>

### دریغ از یک کلمه!

دکتر معصومه ابتکار در شرح ماجرای تسخیر لانه جاسوسی و وقایع پس از آن می‌نویسد:

طولی نکشید که سیل تقاضای مصاحبه از ایستگاه‌های رادیو-تلویزیونی، روزنامه‌ها و مجلات سرتاسر جهان به سوی ما سرازیر شد. پس از مشورت با تیم حمایتی خود در خارج از کشور، هر تقاضا را مورد ارزیابی قرار داده و آن را ردّ یا قبول می‌کردیم. آنگاه به تنظیم برنامه مصاحبه می‌پرداختیم. معمولاً هر روز صبح از ساعت ۹ تا ۱۲ با دو یا سه نفر یا

گروهی از خبرنگاران قرار می‌گذاشتیم. مصاحبه‌شوندگان از اعضای شورای مرکزی بوده و اختیار کامل داشتند تا از سوی دانشجویان مسلمان پیرو خط امام سخن بگویند.

اخباری که دربارهٔ تأثیر این مصاحبه‌ها، به‌ویژه مصاحبه با خبرنگاران آمریکایی دریافت می‌کردیم اکثراً ناامیدکننده بود. در برخی موارد نوار ویدئویی آنچه در آمریکا یا اروپا پخش شده بود، به‌دستمان می‌رسید. مصاحبه‌های طولانی که گاهی ۴۵ دقیقه طول می‌کشید به دو یا سه دقیقه کاهش می‌یافت. تصاویر منتخب به‌خصوصی با صدای گزارشگر دیگری نشان داده می‌شد. حتی یک کلمه از پیام اصلی ما دربارهٔ استرداد شاه جنایت‌کار و این‌که ما با دولت آمریکا دشمن هستیم، نه با ملت آمریکا، منتقل نشده بود. حرف‌هایمان سانسور و یا به‌شدت تحریف می‌شد. درست فهمیده بودیم شبکه‌ها و رسانه‌ها از این‌که مردم آمریکا از ماجرا آگاه شوند، وحشت داشتند.

این تجربهٔ دست اول ما از آزادی بیان و



مطبوعات به شیوه غربی بود.<sup>۱</sup>

## میزان وابستگی!

در آمریکا روزنامه‌ها ۷۵ درصد درآمد خود را از طریق تبلیغ و آگهی کسب می‌کنند و ۶۵ درصد از فضای صفحات خود را به آگهی‌ها اختصاص می‌دهند. مجلات نیز حدود نیمی از درآمد خود را از این راه تأمین می‌کنند.<sup>۲</sup>

نشریات آمریکایی برای آنکه سفارش آگهی‌های تجاری داشته باشند، مجبورند نظر صاحبان آگهی را در تمام مقالات و مطالب نشریه رعایت بکنند و مواظب باشند که حرف ناب‌جایی! خاطر ایشان را مکدر نکند. این تلاش برای آزردن صاحبان آگهی به مرور نشریات آمریکایی را غلام حلقه به گوش آنان می‌کند و عملاً از «آزادی مطبوعات» چیزی باقی نمی‌ماند.

---

۱. تسخیر؛ معصومه ابتکار؛ ترجمه فریبا ابتهاج شیرازی؛ انتشارات

اطلاعات؛ تهران؛ ۱۳۷۹؛ ص ۲۳۱.

۲. انحصار رسانه‌ها؛ بن اچ بگدیکیان؛ داوود حیدری؛ مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی)؛ تهران؛ تابستان

۱۳۷۴؛ ص ۲۴۵ (باتلخیص).

## مؤسسه‌های ثروتمندتر از ۶ کشور!

مؤسسه «تایم وارنر»<sup>۱</sup> که از ادغام «تایم اینکورپوریشن» و «وارنر کامیونیکیشن» پدید آمده‌است در حال حاضر بزرگ‌ترین شرکت مالک رسانه‌ها در جهان محسوب می‌شود. تسهیلات و تأسیسات ارتباطی این شرکت، از امکانات ارتباطی بسیاری از حکومت‌ها بیشتر است. ارزش اموال و دارایی‌های این مؤسسه از مجموع تولید ناخالص داخلی کشورهای بولیوی، اردن، نیکاراگوا، آلبانی، لیبیا و مالی بیشتر است. مؤسسه تایم وارنر بزرگ‌ترین مؤسسه نشر مجلات در آمریکا محسوب می‌شود که از آن میان می‌توان به تایم، لایف، فورچون و «اسپورتس ایلوستریتد»<sup>۲</sup> اشاره کرد. تعداد خوانندگان نشریات این مؤسسه در سطح جهان به ۱۲۰ میلیون نفر می‌رسد. این مؤسسه یکی از بزرگ‌ترین شبکه‌های تلویزیون کابلی جهان را در اختیار داشته و یکی از بزرگ‌ترین ناشران کتاب محسوب می‌شود (بنگاه‌های انتشاراتی تایم - لایف بوکس، اسکات فورزمن، لیتل، براون، بوک آو دیمانس کلاب)<sup>۳</sup> علاوه بر این با توجه به تعداد

1. Time Warner

2. Sports Illustrated

3. Time - Life books, Foresman, Little, Brawn,

شرکت‌های تحت پوشش خود در استرالیا، آسیا، اروپا و آمریکای لاتین به‌عنوان بزرگ‌ترین شرکت ویدئویی جهان محسوب می‌شود.<sup>۱</sup>

### هیولایی به‌نام مورداک

شرکت «نیوز کورپوریشن لیمیتد» که به روپرت مورداک تعلق دارد از لحاظ قلمرو جغرافیایی یکی از بزرگ‌ترین غول‌های جهان محسوب می‌شود. مورداک بیش از هر ناشر دیگری در جهان روزنامه منتشر می‌کند. دو سوم مجموع تیراژ روزنامه‌های استرالیا، تقریباً نیمی از تیراژ روزنامه‌های نیوزیلند و یک سوم تیراژ روزنامه‌های انگلیس توسط مورداک منتشر می‌شوند. این شرکت، کنترل بنگاه انتشاراتی «ویلیام کالینز»<sup>۲</sup> در انگلیس و «هارپ اند رو»<sup>۳</sup> در آمریکا را در دست دارد. از طریق سهام ۱۸/۵ درصدی خود در شرکت بزرگ «پیرسون با مسئولیت محدود»<sup>۴</sup> هفت درصد از سهام خبرگزاری رویتر، روزنامه فاینانشنال

---

Book-of-The Month Club.

۱. انحصار رسانه‌ها؛ صص ۳۷۱ و ۳۷۲.

2. William Collins

3. Harp & Row

4. Pearson L.p.c.

تایمز، اکونومیست و بنگاه انتشاراتی «وایکینگ و پنگوئن» را در اختیار دارد. وی بزرگ‌ترین شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای اروپا را در اختیار دارد و در زمینه انتشار مجله، دومین ناشر بزرگ آمریکا محسوب می‌شود (تی وی گاید، سونتین، نیویورک<sup>۱</sup> و غیره). وی شبکه رادیو تلویزیونی «فوکس»<sup>۲</sup>، و استودیوهای فیلمبرداری «فوکس قرن بیستم»<sup>۳</sup> را تحت مالکیت خود داشته، و بخشی از سهام «سی بی اس / فوکس ویدئو»<sup>۴</sup> را در اختیار دارد و بزرگ‌ترین توزیع‌کننده نوارهای ویدئو در جهان محسوب می‌شود.<sup>۵</sup>

### تمرکز شیطانی

«فدراسیون بین‌المللی روزنامه‌نگاران» که یکی از مهم‌ترین سندیکاهاى مربوط به روزنامه‌نگاران جهان است در سال ۱۹۹۰ گزارشی دربارهٔ هفت مالک عمدهٔ رسانه‌های همگانی جهان چاپ کرد. از این جمع روبرت مردوک صهیونیست با ۲۸۰۰۰ حقوق‌بگیر و

1. T.V Guid, Seventin, New york

2. Fox

3. 20th Century Fox

4. C.B.S. Fox Video

۵. انحصار رسانه‌ها؛ صص ۳۷۲ و ۳۷۳.

سرمایه‌ای بالغ بر ۱۴ میلیارد دلار پیش‌تاز بوده است.<sup>۱</sup>

## از جمله دارایی‌های ماردوخ

شبکه خبری ماهواره‌ای فاکس نیوز جزو دارایی‌های روبرت ماردوخ یهودی است.<sup>۲</sup>

سود فاکس در سال ۲۰۰۱ حدود پنجاه میلیون دلار بود.<sup>۳</sup>

آمار تعداد متوسط تماشاچیان فاکس در هر روز سال ۲۰۰۱ میلادی، ۴۶۳۰۰۰ نفر بود.<sup>۴</sup>

## نامهای مختلف یک غول صهیونیستی!

از رابرت مرداک، میلیاردر صهیونیست و مالک مجموعه‌ای از مهم‌ترین وسایل ارتباط جمعی در جهان، به گونه‌های مختلف نام برده شده (مجموعاً او را ۳۶ نوع می‌شود صدا کرد!) که در جدول زیر آمده است:

---

۱. با استفاده از: نشریه کار و توسعه؛ سال اول، شماره ۱؛ صص ۱۹-۲۱.

۲. هفته‌نامه سروش؛ سال ۲۳، شماره ۱۰۶۲؛ مورخه ۲۴ آذر ماه ۱۳۸۰؛ صص ۴۲ و ۴۳.

۳. هفته‌نامه سروش؛ سال ۲۴، شماره ۱۰۷۹؛ مورخه ۴ خرداد ماه ۱۳۸۱؛ ص ۴۶.

۴. همان؛ ص ۴۷.

| نام خانوادگی | نام   |
|--------------|-------|
| مورداک       | رابرت |
| مرداک        | روپرت |
| مردوک        | روبرت |
| ماردوخ       | رابر  |
| ماردوک       | روپر  |
| مردوخ        | روبر  |

### ۲۵۰۰۰ نه، فقط ۵۰ تا!

در ایالات متحده، تعداد قابل ملاحظه‌ای رسانه جمعی وجود دارد. در مجموع ۱۷۰۰ روزنامه، ۱۱۰۰۰ مجله، ۹۰۰۰ ایستگاه رادیو، ۱۰۰۰ ایستگاه تلویزیون، ۲۵۰۰ بنگاه انتشار کتاب و ۷ استودیوی فیلمبرداری وجود دارد. اگر هر یک از این رسانه‌ها توسط یک مالک جداگانه اداره می‌شد در آن صورت ۲۵۰۰۰ رسانه که هر یک خط مشی خاص خود را داشتند در کشور پدید می‌آمد. چنین انبوهی از رسانه‌ها بدون شک طیف کاملی از ایده‌های سیاسی و اجتماعی را به مردم کشور ارائه می‌داد. چنین مجموعه وسیعی از رسانه‌ها از تمرکز قدرت جلوگیری می‌کرد، چون هر یک از صاحبان رسانه‌ها در اعمال نفوذ بر افکار ملی با ۲۴۹۹۹ نفر دیگر مجبور به رقابت بود. تقسیم

بازار بین شرکت‌های مختلف به کوچک‌تر شدن شرکت‌ها منجر می‌گردد و همین امر حضور تازه‌واردان نواندیش را به صحنه سهولت می‌بخشید. اما برای ۲۵۰۰۰ رسانه فعال در آمریکا همین تعداد مالک وجود ندارد. امروزه پنجاه شرکت بزرگ، بخش اعظم تیراژ روزنامه و بخش اعظم فروش و مخاطبان مجلات، رسانه‌های صوتی و تصویری، کتاب‌ها و فیلم‌های سینمایی را در مالکیت خود دارند. می‌توان پنجاه مرد و زنی را که در رأس هر یک از این شرکت‌ها قرار دارند در یک اتاق بزرگ جای داد. این عده یک وزارتخانه خصوصی جدید از اطلاعات و فرهنگ را تشکیل می‌دهند.<sup>۱</sup>

## ۵۰ تا هم نه، فقط ۱۰ تا!

شمار شرکت‌های کنترل‌کننده رسانه‌ها از ۵۰ شرکت در ۱۹۸۴ به ۱۰ شرکت در حال حاضر کاهش یافته و امپراتوری‌های بزرگی چون دیسنی و جنرال الکتریک شکل گرفته‌اند.<sup>۲</sup>

---

۱. انحصار رسانه‌ها؛ صص ۲۶ و ۲۷.

۲. دولت‌های سرکش، حکومت زور در امور جهان؛ نوام چامسکی؛ مهرداد وحدتی دانشمند؛ سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛ تهران: ۱۳۸۰؛ صص ۱۷۷ [به نقل از آخرین ویرایش کتاب بن باجیکیان (بگدیکیان) درباره انحصار رسانه‌ها در آمریکا]

## تسلط صهیونیسم در صحنه نشر

صهیونیست‌ها در ایالات متحده آمریکا بر بیش از پنجاه درصد از شبکه‌های چاپ و نشر تسلط یافتند. شرکت انتشاراتی «راندوم هاوس» که «بنیت سرف» یهودی آن را پایه‌گذاری کرد، از مشهورترین شبکه‌های انتشاراتی جهان به‌شمار می‌آید.<sup>۱</sup>

## فراوانی خبرنگاران صهیونیستی

درصد صهیونیست‌های شاغل در زمینه تبلیغات در آمریکا بالاتر از نسبت کل آنان در مقایسه با جمعیت آمریکاست. این چیزی است که «رونالد کوون»، دبیر اخبار خارجی در روزنامه «واشنگتن پست»، گفته‌است. بسیاری از خبرنگاران روزنامه‌ها یهودی‌اند. بازگفته‌های شخصی اینان از یک رویداد برای دبیر خبرهای خارجی قابل پذیرش است، یا برای آن‌که او نیز خود یهودی است، و یا از آن رو که چه بسا از اخبار رویدادهای آن منطقه اطلاع اندکی دارد و از این رو به

---

۱. نفوذ صهیونیسم بر رسانه‌های خبری و سازمان‌های بین‌المللی؛ فؤاد بن سیدعبدالرحمن الرفاعی؛ ترجمه حسین سروقامت؛ سازمان انتشارات کیهان؛ تهران: ۱۳۷۷؛ ص ۶۷.



اطلاعات آن خبرنگار تن می‌سپارد. در شبکه‌های تلویزیونی، خبرنگاران صهیونیست اصرار دارند که گزارش‌های آنان راجع به اسرائیل و رویدادهایش پخش شود، و نه گزارش‌های دیگران.<sup>۱</sup>

### خفقان صهیونیستی در آمریکا

مصطفی العقاد کارگردانِ سوری‌الاصِل فیلم‌های «محمد رسول‌الله ﷺ» و «عمر مختار» که حدود چهل سال در آمریکا زندگی کرده‌است، می‌گوید:

صهیونیستها، امروز، سینما، تلویزیون و مطبوعات را کنترل می‌کنند و در اختیار خودشان گرفته‌اند و اگر شما بخواهید به‌طور مستقیم مثلاً دربارهٔ فلسطین کاری انجام بدهید، هیچ کاری نمی‌توانید بکنید.<sup>۲</sup>

---

۱. ارتباط صهیونیستی؛ آلفرد م. لیلیانتال؛ سیدابوالقاسم حسینی (ژرفا)؛ مرکز نشر آثار پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی (مؤسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر)، تهران: پاییز ۱۳۷۹؛ ص ۲۱۴.  
۲. روزنامهٔ رسالت؛ مورخه ۷۱/۲/۱۲؛ ص ۱۲.

## استاد شهید و تحریف‌گری یهود

قرآن کریم کلمهٔ تحریف را مخصوصاً در مورد یهودی‌ها به کار برده و با ملاحظهٔ تاریخ معلوم می‌شود که این‌ها قهرمان تحریف در طول تاریخ هستند. نمی‌دانم این چه نژادی است که تمایل عجیبی به قلب حقایق و تحریف دارد لهذا همیشه کارهایی را در اختیار می‌گیرند که در آن‌ها بشود حقایق را تحریف و قلب کرد. من شنیده‌ام بعضی از همین خبرگزاری‌های معروف دنیا که رادیو و روزنامه‌ها همیشه از این‌ها نقل می‌کنند منحصراً در دست یهودی‌هاست. چرا؟ برای این‌که بتوانند قضایا را در دنیا آن‌طوری که دلشان می‌خواهد منعکس کنند. قرآن چه عجیب دربارهٔ این‌ها حرف می‌زند. این خصیصهٔ یهودیان که تحریف است، در قرآن به صورت یک خصیصهٔ نژادی شناخته شده‌است. در

یکی از آیات قرآن در سورهٔ بقره می‌فرماید:

اَفَتَطْمَعُونَ اَنْ يُؤْمِنُوا لَكُمْ

ای مسلمانان آیا شما طمع بستید که این‌ها به

شما راست بگویند؟

این‌ها همان‌ها هستند که با موسی می‌رفتند و سخن خدا را می‌شنیدند اما وقتی برمی‌گشتند تا در میان قومشان نقل کنند آن را زیر و رو می‌کردند.

اَفَتَطْمَعُونَ اَنْ يُؤْمِنُوا لَكُمْ وَ قَدْ كَانَ فَرِيقٌ مِنْهُمْ  
يَسْمَعُونَ كَلَامَ اللّٰهِ ثُمَّ يُحَرِّفُوْنَهُ مِنْۢ بَعْدِ مَا عَقَلُوْهُ  
وَ هُمْ يَّعْلَمُوْنَ.<sup>۱</sup>

تحریف هم که می‌کردند، نه از باب این‌که نمی‌فهمیدند و عوضی بازگو می‌کردند، نه، این‌ها ملت باهوشی هستند و خوب هم می‌فهمیدند، اما در عین این‌که خوب می‌فهمیدند معذالک حرف‌ها را، سخنان را به گونه‌ای دیگر برای مردم بیان می‌کردند. تحریف همین است.<sup>۲</sup>

### انتقام‌گیری از نوع بشر

حدود یکصد سال قبل یک هسته صهیونیستی با هدف انتقام‌گیری از نوع بشر در اروپا به وجود آمد تا به تلافی زیر فشار بودن و سرکوب و تحقیر یهودیان در ۲۰ قرن گذشته که برخی به حق و برخی به ناحق

---

۱. آیا طمع دارید که یهودان به دین شما بگروند در صورتی که گروهی از آنان کلام خدا را شنیده و به دلخواه خود آن را تحریف می‌کنند با آن‌که در کلام خدا تعقل کرده معنی آن را دریافته‌اند. سوره بقره، آیه ۷۵.

۲. حماسه حسینی، جلد اول؛ مرتضی مطهری؛ انتشارات صدرا؛ تهران: تابستان ۱۳۶۸؛ صص ۱۵-۱۲ (با اندکی تلخیص)

بوده است، با ایجاد فتنه و فساد و دور ساختن مردم از فرهنگ انسانی فعالیت کنند که از جمله وسایل کار این هسته صهیونیستی روزنامه‌های نیویورک تایمز، واشنگتن پست، مجله نیوزویک، وال استریت ژورنال و ده‌ها رادیو و تلویزیون وابسته و فیلمسازان و کارگردانان مختلف می‌باشد که از این طریق این مخالفت علنی و تبلیغی خود را علیه جنبش‌ها و انقلاب‌های مردم، به خصوص مسلمانان عملی می‌سازند و حتی به سردمداران مرتجع منطقه خلیج فارس از ابتدای پیروزی انقلاب خط می‌دهند و جنگ افروزی می‌کنند. در آمریکا روزانه از طریق ده‌ها روزنامه ۶۲ میلیون شماره منتشر می‌شود که برخی از مقالات آن به وسیله رادیو تلویزیون‌های وابسته نیز نقل شده و صدها میلیون انسان از مطالب آن مطلع می‌شوند که این مطالب خواه‌ناخواه در ذهن آن‌ها اثر می‌گذارد و پنجاه درصد این روزنامه‌ها در اختیار سرمایه‌داران می‌باشد.<sup>۱</sup>

### قطره‌ای از دریا!

هرچه از نقش روزنامه «نیویورک تایمز» در وارونه جلوه دادن حقایق و گمراه ساختن افکار عمومی

۱. صداوسیما در کلام مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)؛ ص ۶۴ (بخشی از خطبه اول نماز جمعه مورخه ۶۴/۶/۱۵).

آمریکا گفته شود، تنها قطره‌ای از دریاست.<sup>۱</sup>

## مالکان واشنگتن پست

صهیونیست‌ها مالک روزنامه «واشنگتن پست»<sup>۲</sup>

هستند.<sup>۳</sup>

## مالکان صهیونیست نیویورک تایمز

خاندان «سولتزبرگر» سال‌هاست که امپراطوری رسانه‌ای نیویورک تایمز را اداره می‌کنند.<sup>۴</sup> اینان صهیونیست هستند.

## آمریکایی‌ها هنوز هم نفهمیده‌اند!

در صبحگاه روز پنجم ژوئن ۱۹۶۷ (۱۵ خرداد ۱۳۴۶)، آنگاه که اسرائیل حمله هوایی، زمینی و دریایی به مصر، سوریه و اردن را آغاز کرد، تا چند روز بعد مردم آمریکا نفهمیدند که چه کسی به دیگری حمله

---

۱. ارتباط صهیونیستی؛ صص ۲۶۰ و ۲۶۱.

2. Washington Post.

۳. ر.ک. به: صنعت یهودی سوزی؛ نورمن ج. فینکلشتاین؛ سوسن سلیم‌زاده؛ سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛ تهران: ۱۳۸۱؛ ص ۲۵.

۴. هفته نامه سروش؛ سال ۲۴، شماره ۱۰۸۳؛ مورخه ۱ تیر ۱۳۸۱؛ ص ۴۶.

کرده است. هنوز هم بسیاری از آمریکایی‌ها بر آنند که مصری‌ها جنگ را آغاز کردند، زیرا وسایل تبلیغاتی آمریکا عمداً تهدیدات رئیس‌جمهور فقید، «عبدالناصر» را بزرگ نشان دادند.<sup>۱</sup>

نویسندگان آمریکایی، به جای اینکه واقعیت‌ها و حقایق را به مردم عرضه کنند و آن‌ها را در نتیجه‌گیری آزاد بگذارند، حقایق را به نفع دولت اسرائیل وارونه جلوه می‌دهند.<sup>۲</sup>

### اسامی صهیونیستی

صهیونیست‌ها بر شماری از مجلات علمی-تخصصی نفوذ و سیطره دارند و از آن‌ها به نفع خود بهره‌برداری می‌کنند. یکی از این مجلات «نشنال جئوگرافیک» است که در زمینه جغرافیا شهرت بسیار دارد. به نظر می‌رسد صهیونیست‌ها از قدیم در این مجله دست داشته‌اند؛ زیرا در یکی از شماره‌های سال ۱۹۱۵، در این نشریه نقشه‌ای از جهان با یک جدول توضیحی به چاپ رسید که در کنار کلمه فلسطین بر روی نقشه و جدول عبارت «سرزمین اسرائیل» درج

۱. ارتباط صهیونیستی؛ ص ۲۲۷.

۲. همان.

شده است.<sup>۱</sup>

کسانی که سیر انتشار این مجله را از آغاز، یعنی سال ۱۸۸۸، دنبال کرده‌اند در می‌یابند که مسئولین این مجله در هر مسئله‌ای که به فلسطین مربوط بوده، اصرار داشته‌اند که اسامی صهیونیستی، از قبیل «سرزمین اسرائیل»، «سرزمین عهد عتیق» و «سرزمین موعود» را به کار ببرند.<sup>۲</sup>

نویسندگان صهیونیست جایگاه ویژه‌ای در این نشریه دارند. یکی از برجسته‌ترین نویسندگان صهیونیست «ژنرال یادین» است که در دهه ۱۹۵۰ پست مهمی در ارتش صهیونیستی داشت. او مدت‌هاست که به‌عنوان تاریخ‌نگار در این نشریه به کار مشغول است.<sup>۳</sup>

شمارگان مجله نشنال جئوگرافیک در سال ۱۹۸۱، یازده میلیون نسخه بود.<sup>۴</sup>

## ۷۰۰ فیلم سینمایی برای تحریف چهره

---

۱. یهود در فرهنگ، تبلیغات و رسانه‌های غرب؛ زیاد ابوغنیمه؛ ترجمه عبدالفتاح احمدی؛ مؤسسه فرهنگی پژوهشی ضیاء اندیشه؛ تهران: ۱۳۸۰؛ صص ۵۵ و ۵۶.

۲. همان.

۳. همان؛ ص ۵۶.

۴. همان؛ ص ۵۶.

## اسلام

«نهاد عوض» مدیر اجرایی شورای روابط مسلمانان آمریکا، می‌گوید:

هالیوود برای مخدوش کردن چهرهٔ اسلام و مسلمانان فیلم‌های ۱۰۰ میلیون دلاری می‌سازد.

دشمنان اسلام و محافل یهودیان آمریکا که در شبکه‌های سازنده فیلم‌های سینمایی در هالیوود نفوذ کرده‌اند، از سال ۱۹۸۵ م. (۱۳۶۴ ه.ش.) تاکنون ۷۰۰ فیلم سینمایی ضد اسلامی تولید کرده‌اند.

در این فیلم‌ها مسلمانان به عنوان انسان‌های خون‌آشام، تروریست، افراطی و منبع خشونت و خطر برای فرهنگ و تمدن غربی معرفی می‌شوند و محافل صهیونیستی آمریکا با این‌گونه فیلم‌ها توانسته‌اند شهروندان آمریکا را علیه مسلمانان این کشور بسیج کنند.<sup>۱</sup>

مراکز صهیونی کنترل و هدایت افکار عمومی در آمریکا به دنبال آن هستند که نفرت و کینهٔ عامهٔ مردم علیه یهودیان، جای خود را به کینه علیه مسلمانان

۱. روزنامهٔ جمهوری اسلامی؛ شمارهٔ ۶۱۳۹؛ مورخه ۷۹/۵/۳۰؛ صفحه آخر.



بسپارد.

سانسور آمریکایی هر آنچه را علیه اسلام و مسلمانان باشد مجاز می‌شمارد و آنچه را علیه صهیونیستها، ممنوع!

### شرم آورترین سانسور خبری

روزنامه‌نگاران طی بیست سال گذشته در زمینه بررسی نیروهای اجتماعی که زندگی مردم را تحت تأثیر قرار می‌دهند و گزارش‌های مربوط به آنان، که در بخش خبرهای جدی منتشر می‌شود، ابتکارهای بیشتری از خود نشان داده‌اند. اما نفوذ آگهی دهندگان و وحشت ناشران از رنجش آگهی دهندگان سبب شده‌است تا درج تعدادی از موضوعات، منع شود. مسائلی که کمتر روزنامه، مجله یا شبکه رادیو-تلویزیونی جرأت می‌کند درباره آن‌ها اظهارنظر کند. موضوعات منع شده مسائل مهمی را که با سرنوشت مردم آمریکا ارتباط پیدا می‌کند در بر می‌گیرد. مسائلی چون سوءاستفاده در طرح‌های شهرسازی، تحولات زیان‌آوری که در زمینه املاک و مستغلات صورت می‌گیرد و فشارهای وارده از سوی گروه هوادار صنایع اتومبیل سازی برای کاستن از تعداد وسایل حمل و نقل عمومی. اما در این میان شرم‌آورترین

سانسور خبری و دخل و تصرفی که به دلیل منافع مادی در اخبار صورت گرفته و میلیون‌ها قربانی بر جای گذاشته است پنهان نگه داشتن ارتباط میان مصرف دخانیات و بیماری‌های ریوی است که برای چندین دهه رسانه‌های خبری بر آن سرپوش گذاشته‌اند.<sup>۱</sup>

### فجایع سانسور در آمریکا

مسأله سانسور اطلاعات همگانی از سوی رسانه‌های عمده خبری، در جهت حفظ منافع مادی خود، تازگی ندارد. رسانه‌های خبری برای بیش از پنجاه سال زیان‌های ناشی از استعمال دخانیات بر تندرستی همگانی را از مردم پنهان ساخته‌اند. این کار با خودسانسوری و نادیده گرفتن عمدی گزارش‌های مؤثق پزشکی همراه بود. رسانه‌ها برای حفظ منافع سرشار ناشی از تبلیغات سیگار، زیان‌آور بودن دخانیات برای سلامت همگانی را از مردم پنهان نگهداشتند. در زمان حکومت ریگان که سوءاستفاده‌های گسترده رونق بیشتری داشت، رسانه‌های عمده خبری در برابر فساد گسترده، فعالیت‌های غیرمجاز و مغایر قانون‌اساسی و

۱. انحصار رسانه‌ها؛ ص ۲۶۶.

برنامه‌هایی که با شکست فاجعه آمیزی روبه‌رو شده بودند سکوت اختیار کردند. علت این سکوت حمایت از یک متحد سیاسی بود. امروزه نیز رسانه‌های عمده خبری با همان شیوه خودسانسوری و در جهت حفظ منافع خود، خطرات پنهان اجتماعی ناشی از کنترل متمرکز رسانه‌های همگانی را کتمان می‌کنند.<sup>۱</sup>

### پر آگهی‌ترین کالا زنده‌باد!

علت خودداری روزنامه‌ها از انتشار مقالات مربوط به اثرات سرطان‌زای سیگار در یک آمار ساده نهفته است: سیگار، پر آگهی‌ترین کالا در آمریکا محسوب می‌شود و علت آن هم بسیار روشن است. همان‌گونه که نشریه «پرینترز اینک»<sup>۲</sup> ارگان جامعه ناشران آمریکا در سال ۱۹۳۷ عنوان نمود رشد استعمال دخانیات تا حدود زیادی مرهون پول‌هایی است که در زمینه تبلیغ این کالا صرف شده است.... در سال ۱۹۵۴ یعنی زمانی که رسانه‌ها دیگر جای تردید در مورد رابطه سیگار و سرطان نداشتند نشریه «ادیتورز اند پابلیشرز»<sup>۳</sup> ارگان مطبوعاتی جامعه ناشران آمریکا با چاپ مقاله‌ای

---

۱. همان؛ ص ۱۲.

2. Printers Ink.

3. Editors & Publishers

انجمن سرطان آمریکا و گزارش‌های کالبدشکافی را به خاطر انتشار «خبرهای هولناک»<sup>۱</sup> مورد انتقاد قرار داد و خاطر نشان ساخت که انتشار این‌گونه اخبار خسارات هنگفتی به روزنامه و مؤسسات تبلیغاتی که آگهی‌های مربوط به سیگار را در اختیار روزنامه‌ها قرار می‌دهند وارد ساخته است.<sup>۲</sup>

جای تعجب نیست که چرا بر اساس نظرخواهی انجام شده از سوی گالوپ<sup>۳</sup>، روپر<sup>۴</sup> و چیلتون<sup>۵</sup> که در سال ۱۹۸۰ صورت گرفت ۳۰ درصد از مردم از رابطه میان سیگار و سرطان اظهار بی‌اطلاعی کردند، ۵۰ درصد از زنان گفتند از این که کشیدن سیگار در دوره بارداری به دشواری زایمان و به دنیا آوردن کودک مرده منجر خواهد شد بی‌اطلاع بودند، ۴۰ درصد از زنان و مردان هیچ اطلاعی از این واقعیت نداشتند که ۸۰ درصد از ۹۸ هزار قربانی سالانه سرطان ریه را افراد سیگاری تشکیل می‌دهند، و سرانجام ۵۰ درصد از نوجوانان نمی‌دانستند که کشیدن سیگار اعتیاد

---

1. Scare News

۲. انحصار رسانه‌ها؛ ص ۲۷۴.

3. Gallup

4. Roper

5. Chilton

کنترل افکار در آمریکا / ۳۵

می آورد.۱

به مناسبت برگزاری  
نمایشگاه تجسمی برائت از شیطان بزرگ  
عقیدتی سیاسی گروه صنایع مهم

۱۳۸۱