

ده ارباب رسانه های آمریکا

نوشته Eric KLINENBERG

در سال ۱۹۸۳، بن باگدیکیان (۱) کتابی با عنوان انحصار رسانه ای (۲) منتشر کرد. در این کتاب او به خوانندگان هشدار می داد که با چنگ انداختن گروهی کم شمار از مؤسسات اقتصادی بر بخش رسانه ای، اطلاع رسانی در آمریکا از اصول کثرت گرایی، که ادعای پیروی از آنان را دارد، فاصله می گیرد (۳). خوانندگان باگدیکیان به دشواری می توانستند چنین چیزی را باور کنند: در آن زمان در آمریکا در حدود ۱۷۰۰ روزنامه، ۱۱۰۰۰ مجله، ۹۰۰۰ ایستگاه رادیویی، ۱۰۰۰ شبکه ی تلویزیونی و ۲۵۰۰ مؤسسه نشر آثار مکتوب وجود داشت.

و با وجود این، در همان زمان او نشان داد که در حدود پنجاه شرکت چند ملیتی، که همگی "منافع مالی مشترکی با چند مؤسسه اقتصادی عظیم دیگر و چندین بانک بین المللی بسیار مهم دارند" قسمت اعظم این بازار را در اختیار خود داشتند. چون هیچ گونه کنترلی در این زمینه وجود نداشت، تسلط این شرکتها ممکن بود به این بینجامد که در رسانه ها موضوعهایی که موجب کسب اعتبار برای محافل تجاری اند، مطالب سرگرم کننده و مقاله های سطحی، جایگزین تحقیقهای جدی و اخبار جهان شوند (۴). امید باگدیکیان به آن بود که واکنشی در برابر این روند پدید آید یا حتی وضعیت اصلاح شود. مگر ممکن است برگزیدگان ملت بپذیرند که گروهی کوچک از مؤسسات اقتصادی بخش اطلاع رسانی را به انحصار خود درآورند؟

اکنون دیگر این پرسش به نظر ساده دلانه می رسد. از دهه ۱۹۸۰ تا کنون، بر تمرکزگرایی در صنایع ارتباط جمعی افزوده شده است؛ در سال ۲۰۰۳، ده مؤسسه بزرگ اقتصادی بر این بخش فرمانروایی می کنند (۵). مسؤولان سیاسی آمریکا می پذیرند که وضع مقررات برای رسانه ها کار دشواری است... اما نه از آن جهت که ممکن است به فکر ما برسد. از نظر کمیسیون ارتباطات دولت فدرال (۶) که مقررات مربوط به این حوزه را وضع می کند، مؤسسات اقتصادی بزرگ از محدودیتهای بیش از حد ناشی از فشارهای قانونی لطمه خواهند خورد. راه حل چیست؟ خارج ساختن این بخش از حوزه قانونگذاری دولتی. رئیس کمیسیون ارتباطات، مایکل پاول (۷) (پسر وزیر امور خارجه کنونی) یک طرفدار متعصب بازار آزاد است و خودش هم به روشنی گفته است که بازار آزاد "مذهب من" است.

آخرین تضمینهای موجود برای حفظ حداقل تنوع لازم در مالکیت رسانه ها در معرض تهدید قرار دارند. به گفته پاول جوان، "این امر که مقررات به نام مصالح عمومی وضع می شوند، به خودی خود سبب نمی شود که بی ضرر باشند. مقرراتی که بازار آزاد را محدود می کنند، ممکن است در نهایت به برآورده شدن علایق مصرف کنندگان لطمه بزنند یا آن را به تعویق

بیفکنند. در بسیاری موارد، لغو مقررات به تصمیم کمیسیون، در آغاز نارضایتی‌هایی برانگیخت. اما هنگامی که این تصمیمها به اجرا درآمدند، اغلب اثرشان به صورت شکوفایی نوآوری و رقابت نمود یافت و مصرف‌کنندگان از آنها سود فراوانی بردند.

در حقیقت فکر این برنامه‌ها نه از آقای پاول است، نه از کنگره. در حدود ۳۰۰ لابیست (۸ حرفه‌ای، متخصص در امور رسانه‌ها در این زمینه کار می‌کنند. آنان بسیار پر مشغله‌اند. در فاصله‌ی زمانی بین سال ۱۹۹۳ و ژوئن سال ۲۰۰۰، صنعت وسائل ارتباط جمعی ۷۵ میلیون دلار به مبارزات انتخاباتی نامزدهای دو حزب عمده برای پستهای دولتی در سطح فدرال کمک مالی کرده است. با ذکر این که رئیس کمیسیون را رئیس جمهوری وقت تعیین می‌کند، مجموعاً یک میلیون دلار هم سهم جرج بوش و آلبرت گور شده است. صنعت رسانه‌ها همچنین با تقدیم مخارج کامل ۱۴۶۰ سفر به اعضا و کارمندان کمیسیون ارتباطات بین سالهای ۱۹۹۵ و ۲۰۰۰، دوستی آنان را برای خود حفظ کرده است. شمار اندکی از انجمنهای حمایت از مصرف‌کنندگان - مانند مرکز دموکراسی دیجیتال (۹) و فیر (۱۰) - با امکانات محدود علیه انحصار بازار اطلاع‌رسانی در دست گروهی کوچک مبارزه می‌کنند. اما، چون این گروه کنترل اطلاع‌رسانی را در دست دارد، و ترجیح می‌دهد که سلطه‌ی خود را مورد بحث و تفسیر قرار ندهد، تعداد کمی از آمریکاییان به این امر آگاهند که پای مصلحت عمومی در میان است.

هم اکنون بیشتر شبکه‌های بزرگ رادیویی، کانالهای تلویزیونی، روزنامه‌ها و نشریات دیگر در اختیار گروهی کم‌شمار از مؤسسات اقتصادی هستند. امروز تهاجم این گروه روی دو هدف متمرکز شده: اینترنت و حذف مقرراتی که تسلط انحصاری یک مؤسسه را بر یک بازار محلی معین منع می‌کنند. کنترل دسترسی به اینترنت به صورت عمده برای این مؤسسات اقتصادی می‌تواند منبع سودی سرشار بشود، چون مالکان عوامل تولید "محتوی" (اخبار، برنامه‌های سرگرم‌کننده)، در عین حال تعیین خواهند کرد چه چیزی در شبکه عرضه شود و بهای اتصال به شبکه چقدر باشد. بنابراین، شرکتهای بزرگ صاحب شبکه‌های کابلی (مانند اول-تایم وارنر (۱۱) و کامکست (۱۲)) کمیسیون ارتباطات را به سمت تجدید نظر در یک قانون مصوب سال ۱۹۹۳ سوق دادند؛ این قانون آن شرکتهای را از در اختیار گرفتن بیش از ۳۰٪ از بازار کشور منع می‌کرد و همچنین همکاری و اشتراک مساعی احتمالی بین تولیدکنندگان برنامه‌ها و مالکان شبکه‌های کابلی را تابع مقرراتی می‌کرد.

چون یک دادگاه فدرال حکم داد که وارد کردن چنین محدودیتهایی بر حق مالکیت مخالف قانون اساسی است، در سپتامبر سال ۲۰۰۱ کمیسیون ارتباطات دست به کار اصلاح دستورالعملهای خود شد. هم اکنون، کمیسیون تصمیمی اتخاذ کرده مبنی بر این که فرکانسهای کابل از این پس مشمول مقررات حمایت از رقابت نمی‌شوند. امروز مردم نه تنها نگران آنند که مؤسسات مسلط بر بازار قیمت‌هایشان را بالا ببرند، بلکه از این نیز نگرانند که این مؤسسات بخواهند آنان را از خرید برنامه‌های تولید شده به دست رقبایشان منصرف کنند و به این ترتیب تنوع محتوایی عرضه شده به مصرف‌کننده را محدود نمایند.

شبکه های تلویزیونی بزرگ (سی بی اس، ان بی سی، فاکس، ای بی سی) هم، مشغول سرمایه گذاری در حوزه دیجیتال، در زمینه پخش تلویزیون انترکتیو با کیفیت تصویری بسیار عالی (۱۳) - که گل سر سبد رسانه های فردا خواهد بود- هستند. در سال ۱۹۹۶، پس از یک مبارزه ی تبلیغاتی شدید و پرخرج، کنگره که اکثریت اعضای آن را جمهوری خواهان تشکیل می دادند و پرزیدنت ویلیام کلینتون، فرکانسهایی به بهای چند ده میلیارد دلار به شبکه های بزرگ عرضه نمودند و تکلیف فراهم آوردن شرایط لازم برای حفظ تنوع مطالب عرضه شده را بر عهده خود این شبکه ها نهادند... هم اکنون ارزش این فرکانسها در حدود ۳۰۰ میلیارد دلار برآورد شده، حال آن که کاربرد آنها تازه در مراحل آغازین است.

کمیسیون ارتباطات باید به یک حوزه عمده دیگر، یعنی در اختیار داشتن همزمان چند رسانه گوناگون در یک بازار نیز، رسیدگی کند. مقررات فعلی که بسیار دقیق اند، این امکان را فراهم می کنند که از تبدیل شدن یک گروه مؤسسات اقتصادی به هم پیوسته به تنها منبع اخبار در یک شهر یا منطقه اجتناب شود. یک مؤسسه نمی تواند در آن واحد تلویزیون و روزنامه داشته باشد، یا هم یک شبکه ی تلویزیون کابلی در اختیار داشته باشد و هم یک شبکه تلویزیون هرتزی (۱۴)، یا این که دو شبکه تلویزیونی با تعداد قابل ملاحظه ای بیننده را مالک باشد (۱۵). این موانع دارند از میان برداشته می شوند، برخی مؤسسات - مانند ویاکم (۱۶) مالک شبکه سی بی اس، یا نیوز کرپریشن (مردوک) (۱۷) زبان به اعتراض گشوده اند که وضع مقررات در این زمینه، تهدیدی است علیه آزادی بیان تضمین شده در نخستین ماده اصلاحی قانون اساسی (۱۸). هم اکنون در برخی شهرها، یک مؤسسه، علاوه بر تملک عمده ترین نشریه شهر (و یک روزنامه به زبان اسپانیایی)، یک شبکه کابلی پخش پیوسته خبر، یک تلویزیون و یک رادیوی منطقه ای و یک سایت اینترنت سرگرم کننده را نیز مالک است. اشتیهای صاحبان انحصار به همین جا ختم نمی شود.

آنان به دنبال چه هستند؟ سابقه آزادسازی فعالیت های رادیویی آموزنده است. پس از فعالیت تبلیغاتی شدید و تهاجمی از سوی گروه های فشار صنعتی، قانون مخابرات (۱۹) مصوب سال ۱۹۹۶، محدودیتهای وارد بر تمرکزگرایی در مالکیت ایستگاههای رادیو را لغو کرد. و، "بین سال ۱۹۹۵ و سال ۲۰۰۱ شمار مالکان ۲۵٪ کاهش یافته است. در سال ۱۹۹۶ بزرگترین گروه صنعتی رادیویی، وستینگهاوس (۲۰)، ۸۵ ایستگاه در اختیار داشت. در سال ۲۰۰۱، کلیر چانل (۲۱) ۱۲۰۲ رادیو دارد" (۲۲). دیگر جای تعجبی نیست که رادیوهای آمریکا همگی شبیه به هم اند و برنامه ها و شکل های یکسان دارند. در همان حال که آمریکاییان دائما از چندگانگی فرهنگی دم می زنند، یک تک فرهنگ محتوایی، امواج را در چنگ خود گرفته است. اینترنت هم ایمن از این روند نیست: در سال ۱۹۹۹ مجموعا صد و ده شرکت، ۶۰٪ از زمان استفاده ی کاربران شبکه را در اختیار داشتند. در سال ۲۰۰۱، تنها ۱۴ شرکت صاحب همان سهم از بازار بودند (۲۳).

تمرکزگرایی نتیجه ای دارد: روزنامه نگاران عضو گروه‌های مؤسسات اقتصادی به هم پیوسته تشویق نمی شوند که نقادانه درباره ی مالکانشان اطلاع رسانی کنند. هنگامی که مؤسسه مادر در فعالیتهای هسته ای شرکت می کند، روزنامه نگاران بیشتر تمایل دارند در نخستین جلسه نمایش فیلمی که یکی از شعب مؤسسه تولید کرده حاضر شوند تا به تحقیق درباره خطرهای ناشی از فعالیتهای هسته ای بپردازند (جنرال الکترونیک (۲۴) مالک ان بی سی نیوز (۲۵) است). به علاوه، در مورد روزنامه هایی که سهامشان در بورس خرید و فروش می شود، رؤسا دلایل محکمی دارند برای آن که مدعی شوند که مسؤولیتشان ایجاب می کند "مارکهای" خانوادگی را حمایت نمایند (۲۶). سست شدن مقررات ضد تمرکزگرایی همچنین مؤسسات اقتصادی را قادر ساخته که ساختار سیستمهای تولید خبر خود را نو کنند. کاهش پرسنل، بستن آژانسهای خبری و استخدام گروهی کم شمار از گزارشگران و روزنامه نگاران پیژیست (۲۷) که در آن واحد برای انواع گوناگون رسانه ها مطلب تهیه می کنند، سود تولید را به طور مصنوعی بالا برده است (۲۸). اکنون دیگر بیشتر رسانه های خبری به دست کارکنان شاغل در بخش امور بازرگانی مؤسسات، که در بیزینس سکولها (۲۹) تربیت شده اند اداره می شوند. تعهدات اینان در قبال سهامداران، و توجه و علاقه شان به بهای سهام مؤسسه در بورس، تقریباً همیشه بر اعتراضات نویسندگان و تولیدکنندگان مطالب غالب می شود.

هنگامی که اطلاع رسانی به صورت کالا در می آید، وجه تمایز میان انواع مختلف تولیدات روزنامه نگاری (خبر، مطالب سرگرم کننده و "خبرهای سرگرم کننده" (۳۰)) معنای خود را از دست می دهد، و به این ترتیب جنبه ویژه روزنامه نگاری تحقیقی نیز از بین می رود. گروههای اقتصادی، که داراییهای جورواجور در حوزه های اینترنت و مطبوعات دارند، مرتباً به کپی کردن مطالب یک روزنامه یا رسانه در روزنامه یا رسانه دیگر دست می زنند. مؤسسات اقتصادی ای که در یک شهر رسانه های گوناگونی را در اختیار دارند (مطبوعات، تلویزیون، رادیو، اینترنت)، به دنبال روزنامه نگارانی هستند که "همه کاره" باشند و بتوانند مطالبی تهیه کنند که فوراً قابل انطباق بر انواع مختلف رسانه ها باشند. تکنولوژیهای نوین همگرایی دیجیتال (۳۱) امکانات فوق العاده ای برای نوآوری در این زمینه عرضه می کنند. کیفیت کار روزنامه نگاری، جدیت و بررسی حقیقت خبر همیشه در مد نظر نیستند. بنا به گفته جان پاولیک (۳۲)، استاد روزنامه نگاری در دانشگاه کلمبیا، "افراد بین شانزده تا بیست ساعت در روز کار می کنند و ناگهان می بینند که توائشان را بکلی از دست داده اند" بس که در آن واحد کارهای متعددی می کنند.

این تحول در زمانی واقع می شود که آمریکاییان بیش از پیش به نارساییهای رسانه هایشان آگاهی می یابند و می پذیرند که اخلاق حرفه ای روزنامه نگاری در کشورشان بی عیب و نقص نیست. در دهه گذشته، آنان شاهد رواج برنامه ها یا مقاله های اختصاص یافته به بازرگانی و بورس بوده اند. بسیاری امیدوار بودند در اینها راهنمایی های مفیدی در زمینه سرمایه گذاری های مالی بیابند. اکنون مؤسسات اقتصادی مشهوری که با صفتهای "انقلابی" یا "پیش گام" توصیف می شدند - مانند انرون (۳۳) - زیر بار آزمندی و اطلاع رسانی نادرست و حسابسازی فرو می ریزند؛ حقوق بگیران شاهد ناپدید شدن

صندوقهای بازنشستگی شان هستند. چندین روزنامه نگار صاحب نام، که با "اطلاع رسانی" درباره ی مؤسسات اقتصادی ای که در عین حال سمت مشاور حقوق بگیرشان را نیز داشتند و فعالیتهایی ناهمگون را با هم ترکیب کرده اند، در مسند اتهام قرار گرفته اند (۳۴).

همین نارسایی اطلاع رسانی در آمریکا، اثر خود را بر تجزیه و تحلیل سیاست بین المللی گذاشته است. پیش از ۱۱ سپتامبر، بزرگترین رسانه ها تقریباً هیچ گزارشگر محلی در پاکستان و افغانستان نداشتند؛ علاوه بر این، آنان کمتر از ۲٪ از مجموع فضای موجودشان را به خبرهای خارجی اختصاص می دادند... پس از سوء قصدها، روزنامه نگاران آمریکایی پذیرفته اند که از این پس باید خشم و احساس بی عدالتی ای را که سیاست خارجی کشورشان در جهان برمی انگیزد جدی تر بگیرند. این روشن بینی تقریباً هیچ اثر پایداری نداشته است. این امر را درباره عراق می بینیم. و اخبار حوادث بی اهمیّت و خبرهای سطحی عامه پسند (۳۵) همچنان موجها را انباشته اند (۳۶).

رشد جهشی اینترنت و وفور کاربردهای نوین در حوزه دیجیتال، چشم اندازهای دیگرگونه ای را در زمینه روزنامه نگاری به میان می آورد: ستاینندگان اینترنت امیدوارند که هیچ کس را هرگز یارای آن نخواهد بود که تواناییهای این تکنولوژی را که اکنون دیگر (تقریباً) در دسترس همگان است محدود نماید. اما موج تمرکزگرایی کنونی، در ضمن آن که از غنای زندگی فرهنگی ملت می کاهد، این خطر را دارد که گوناگونی عقاید و اندیشه ها را که در جامعه مشاهده می شود در پس صدای واپس گرای گروههای بزرگ اقتصادی محو کند (۳۷). و این موج ما را در درک وقایعی که در صحنه بین المللی در شرف وقوع اند یاری نمی کند.

پاورقی ها :

Ben Bagdikian (1)

The Media Monopoly (۲)

Ben Bagdikian, The Media Monopoly, sixième édition, Beacon Press, Boston, 2000 (۳)

(۴) درباره سلسله مراتب اخبار در ایالات متحده و بویژه درباره ی فدا شدن اخبار بین المللی در این میان، نگاه کنید به مقاله سرژ حلیمی، «روزنامه نگاری برای جلب مشتری»، لوموند دیپلماتیک، اوت ۱۹۹۸

Cf. Mark Crispin Miller, "What's Wrong with This Picture?", The Nation, New York, 7 janvier 2002 (۵)

(Federal Communications Commission (FCC (۶)

Michael Powell (۷)

Lobbyiste (۸)

Center for Digital Democracy (۹)

FAIR (۱۰)

AOL-Time Warner (۱۱)

Comcast (۱۲)

Télévision interactive à haute définition ، پخش تلویزیونی با استفاده از موجهای الکترومغناطیسی. (۱۳)

Télévision hertzienne (14)

(۱۵) در این مورد، مطابق قانون، مؤسساتی که چهار شبکه ای را که بزرگترین شبکه ها هستند در اختیار دارند، نباید شبکه دیگری را نیز در اختیار گیرند، مگر آن که دست کم هشت شبکه مستقل دیگر در بازار موجود باشد.

Viacom (۱۶)

(News Corporation (Murdoch (۱۷)

(۱۸) وضع مقررات قانونی برای کنترل کمکهای مالی به احزاب سیاسی نیز با اعتراضی مشابه مواجه شد.

Telecommunications Act (۱۹)

Westinghouse (۲۰)

Clear Channel (۲۱)

(۲۲) جزئیات گزارش منبع را می‌توانید در این نشانی اینترنت ببینید: www.mediaaccess.org/programs/diversity/index/html

Cf. Jeff Chester and Gary O. Larson, "Digital Democracy", *Boston Review DATE A COMPLETER* (۲۳)

General Electric (۲۴)

NBC News (۲۵)

Lire Dmitri Williams, "Synergy Bias: Conglomerates and Promotion in the News", Journal of Broadcasting and Electronic Media, Vol 46, 3, p.453-472 (۲۶)

(۲۷) *Pigiste* روزنامه نگارانی که به نسبت حجم مطالبی که می‌نویسند دستمزد دریافت می‌کنند.

.Lire "Journalistes à tout faire de la presse américaine", Le Monde diplomatique, février 1999 (۲۸)

Business schools (۲۹)

Infodivertissement (۳۰)

Convergence numérique (۳۱)

John Pavlik (۳۲)

Enron (۳۳)

Sur ces "ménages", lire Howard Kurtz, "And the Enron Pundits...", Washington Post, 30 janvier 2002. Cf. également Serge Halimi, "Les journalistes américains en accusation", Le Monde diplomatique, août 1996

People (۳۵)

.Cf "After 9/11, Has Anything Changed?", Columbia Journalism Review, novembre-décembre 2002 (۳۶)

Le Monde diplomatique

ماهنامه سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، لوموند دیپلوماتیک به زبان فارسی

*Lire Eric Alterman, " Il paraît que les médias américains sont de gauche ", Le Monde diplomatique, (۳۷
mars 2003*