

# دیگر نمی‌توان صبر کرد

گفت‌وگوی رابرت هاکت با نوام چامسکی



ترجمه‌ی محمود حایری



رابرت هاکت استاد بازنشسته‌ی ارتباطات در دانشگاه سایمون فریزر است. وی هشت کتاب دانشگاهی در زمینه‌ی رسانه و سیاست تألیف کرده که آخرین آن «روزنامه نگاری و بحران آب‌وهوایی» است. وی یکی از بنیانگذاران نیوزواچ کانادا (۱۹۹۳)، روزهای دموکراسی رسانه‌ای (۲۰۰۱)، و اوپن مدیا کانادا (۲۰۰۷) است. او در سال ۲۰۱۸ جایزه‌ی وارن گیل دانشگاه سایمون فریزر را دریافت کرد.

وی در دفتر نوام چامسکی در دانشگاه آریزونا در مورد فاجعه‌ی تغییرات آب‌وهوایی و نقش رسانه‌ها در تأثیرگذاری بر مردم و مسئولین با او گفت‌وگو کرد.

سادگی دلنشین و زیبای دفتر چامسکی در دانشکده - یک میز گرد کوچک با چند صندلی اداری، لپ‌تاپی روی یک میز تحریر خلوت - در تناقض با شهرت او به‌عنوان یکی از روشنفکران عمومی پیشرو در جهان است. نوام چامسکی که اکنون ۹۰ سال دارد همچنان به نوشتن ادامه می‌دهد، و درحال تدریس مشترک دوره‌ای درمورد سیاست و بحران‌های جهانی در دانشگاه آریزونا است.

چامسکی به‌جز کار پارادایم‌سازش در زبان‌شناسی، منتقد رک و صریح سیاست خارجی آمریکا و ارتباط آن با نقض حقوق بشر و تجاوز نظامی در سرتاسر جهان بوده است. چامسکی با همکاری، اد هرمان فقید، «مدل پروپاگاندا»ی رسانه‌های گروهی شرکتی را طرح کرد که به درک توانایی نخبگان اقتصادی و سیاسی در حفظ مشروعیت ایدئولوژیک کمک می‌کند. طیفی از «فیلترها» - مالکیت شرکت، وابستگی به تبلیغات، روش‌های تأمین مالی وابسته به نهادهای مسلط، تهاجم منتقدان راست‌گرا به آن، و همسانی ایدئولوژیک - باعث می‌شود رسانه‌های خبری به‌عنوان یک نظام پروپاگاندا قدرت نخبگان را تقویت کنند.

چامسکی در سال‌های اخیر ذهن خلاق خود را متوجه تهدید وجودی گرمایش کره‌ی زمین، به‌عنوان «تهدیدی برای تداوم زندگی سازمان‌یافته‌ی بشر»، هم‌تراز با تهدید جنگ هسته‌ای، کرده است. چامسکی در این مصاحبه مستقیماً به رابطه‌ی خاص رسانه‌ها و بحران آب‌وهوایی می‌پردازد.

\*\*\*

در سال‌های اخیر، شما در مورد مبرم‌بودن بحران آب‌وهوایی بسیار گفته‌اید - و نمونه‌های مختلفی از چگونگی بی‌توجهی رسانه‌های شرکتی به ابعاد آن ارائه داده‌اید. نقش عمومی رسانه‌های شرکتی در قبال این بحران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ آیا نوع فیلترهایی که در مدل پروپاگاندای شما و ادهرمان از رسانه‌ها طرح شده به تبیین کاستی‌های رسانه‌های شرکتی در مورد گرم شدن کره‌ی زمین کمک می‌کند، یا عوامل دیگری گرمایش کره‌ی زمین را به موضوعی بسیار دشوار، برای روزنامه‌نگاری تبدیل می‌کند؟

یک موضوع معمولی را در نظر بگیرید. گزارش‌هایی در مورد رویدادها وجود دارد. خوب، اگر به‌عنوان مثال، به نیویورک تایمز امروز نگاه کنید، مقاله‌ی بسیار خوبی در زمینه‌ی یافته‌های جدید در مورد پدیده‌ی ذوب یخ‌های قطبی وجود دارد، و طبق معمول وخیم‌تر از پیش‌بینی‌های [قبلی] است: مدت‌هاست که مسئله به این صورت است. در این مقاله درباره‌ی پی‌آمدهای احتمالی افزایش سطح آب دریاها بحث می‌کند. پس، به صورت مرتب مقالاتی منتشر می‌شوند، این گونه نیست که گرم شدن کره‌ی زمین نادیده گرفته شود. از سوی دیگر، اگر به یک موضوع رایج در مورد اکتشاف نفت نگاه کنید، مقاله‌ی مهم صفحه‌ی اول نیویورک تایمز می‌تواند درباره‌ی چگونگی حرکت آمریکا به سمت چیزی باشد که آن را استقلال انرژی می‌نامند، پشت سر گذاشتن عربستان سعودی و روسیه در تولید سوخت‌های فسیلی، کشف

مناطق جدید، در وایومینگ، منطقه‌ی غرب میانه در امریکا، برای استخراج نفت به روش شکست هیدرولیکی (فرکینگ). آنها مقاله‌ای مفصل، شاید هزار کلمه‌ای درباره‌ی پی‌آمدهای زیست‌محیطی تهیه می‌کنند که ممکن است در آن در مورد آسیب رسیدن به منابع آب محلی برای دامداران صحبت شود، اما به معنای دقیق کلمه از پدیده‌ی گرمایش کره‌ی زمین نمی‌گویند. و این در تمامی مقالات و تمامی شماره‌های - فاینانشیال تایمز، نیویورک تایمز، تمام روزنامه‌های عمده اتفاق می‌افتد. تمرکز روی سوژه‌ی خاص وجود دارد (دید تونلی) - گزارشگران علوم گه گاهی می‌گویند نگاه کنید «این فاجعه است»، اما بعد پوشش منظم (سایر خبرها) به‌سادگی آن را از کانون توجه دور می‌کند. می‌گویند بله فوق‌العاده نیست؟ مجبور نیستیم نفت وارد کنیم، قدرتمندتر خواهیم شد، و جز آن.

**پس آن‌ها ایده‌ها را برای یافتن «تصویر کلان» در کنار هم قرار نمی‌دهند؟**

این نوعی اسکیزوفرنی است، و در سرتاسر جامعه جریان دارد. بانک‌های بزرگ را در نظر بگیرید مثلاً جی پی مورگان چیس. بزرگ‌ترین بانک و مدیرعامل آن جیمی دایموند فرد باهوشی است. من مطمئنم که او حقایق اساسی در مورد تهدید وحشتناک گرمایش کره‌ی زمین را می‌داند، اما در عین حال در استخراج سوخت فسیلی سرمایه‌گذاری می‌کند، چرا که این مدل کسب‌وکار است و آنها باید سود خود را ببرند.

**پس نقش اصلی رسانه‌های شرکتی قطع ارتباط بین پدیده‌ها بوده است؟**

البته من در مورد رسانه‌های لیبرال صحبت می‌کنم. اگر مثلاً از فاکس نیوز پرسید داستان کاملاً متفاوت است: گرم‌شدن کره‌ی زمین اصلاً وجود ندارد، و در واقع، این‌گونه به افکار عمومی اعلام می‌شود. حدود نیمی از جمهوری خواهان پدیده‌ی

گرمایش کره‌ی زمین را به راحتی انکار می‌کنند. و از آن نیم دیگر، اکثریت ضعیفی فکر می‌کنند که این مسأله می‌تواند دامنگیر انسان شود. جلسات چند روز پیش کنگره یا حضور رئیس جدید سازمان EPA، آژانس حفاظت از محیط زیست، را که فردی با سابقه‌ی کار در صنعت زغال سنگ است در نظر بگیرید. یک سناتور از او پرسید: «نظر شما در مورد پدیده‌ی گرمایش زمین چیست؟» او می‌گوید: «بله احتمالاً به وقوع می‌پیوندد و بشر احتمالاً درگیر خواهد شد.» و باز از او پرسیده شد: «فکر می‌کنید این مسئله چه قدر فوریت دارد؟» وی پاسخ داد، «از نظر سطح فوریت در رده‌ی هشتم یا نهم قرار گرفته است، بنابراین چیزی است که احتمال وقوع آن خیلی بعید است، اما اتفاق خواهد افتاد» و نتیجه این است که هیچ اقدامی انجام نمی‌شود.

از نظر خود رسانه‌ها، آیا فیلترهایی را که شما در الگوی پروپاگاندا مشخص کرده‌اید کمکی به تبیین کاستی‌های آنها می‌کند، یا عوامل دیگری هم در کار هستند؟

بله، به نحوی تقریباً روشن است. آنها در مدل تجاری شرکت‌ها گره می‌خورند: بایستی سودآور باشند. و جامعه باید رشد کند، اما آنها اهمیتی نمی‌دهند که چه نوع رشدی، فقط باید رشد کند، و این به نحوی نهادینه شده است. بنابراین، بله، آگهی‌دهنده‌ها تأثیر دارند، و این واقعیت که آنها هم شرکت هستند تأثیر دارند. اما مهم‌تر، نکته‌ای است که جورج اورول بیان کرد، موضوعی که فکر می‌کنم دست‌کم گرفته می‌شود (و ما در کتاب تولید رضایت خود(۴) عملاً در مورد آن بحث نکردیم). من نمی‌دانم که آیا تا به حال مقدمه‌ی مزرعه‌ی حیوانات را خوانده باشید - احتمالاً نه، چون سانسور شده بود - اما پس از قریب ۳۰ سال در لابه‌لای مقالات کشف‌شده‌ی وی به دست آمد، مقدمه‌ی جالبی است. این کتاب خطاب به مردم انگلستان است و او می‌گوید البته این طنزی است در مورد دشمن توتالیتیر، اما او می‌گوید ما نباید بیش از

حد نسبت به آن احساس از خود راضی بودن و برتری داشته باشیم، چون - من این‌جا نقل قول می‌کنم - در انگلستان آزاد، می‌توان افکار را بدون استفاده از زور سرکوب کرد.

اورول با چند مثال و حدود دو جمله توضیح می‌دهد. یکی این که مطبوعات متعلق به افراد ثروتمندی است که منافع و علاقه‌ی آنان در این است که نمی‌خواهند برخی عقاید بیان شوند، و دیگری در واقع همان آموزش خوب است. شما به بهترین مدارس می‌روید، از آکسفورد و کمبریج فارغ‌التحصیل می‌شوید، و این نکته به تدریج به شما القا می‌شود که موارد خاصی را نباید به زبان آورد- و شما حتی دیگر به آن فکر هم نمی‌کنید. این دقیقاً همان چیزی است که گرامشی آن را عقل سلیم هژمونیک نامید. صرفاً در مورد آن صحبت نمی‌کنید. و این یک عامل تعیین‌کننده است که (نشان می‌دهد) چگونه این چیزها به‌سادگی درونی و ذاتی می‌شوند، آنانی که درباره‌شان صحبت کنند، مثل دیوانه‌ها به نظر می‌آیند.

**بدیل ژورنالیسم چه می‌تواند باشد؟ چگونه در پرداختن به تغییرات آب‌وهوا به گونه‌ای متفاوت باید عمل کرد؟**

هر نشریه باید روزانه یک تیتربزرگ و چشمگیر داشته باشد که بگوید ما به سمت یک فاجعه‌ی تمام‌عیار پیش می‌رویم. طی چند نسل آینده، جامعه‌ی انسانی سازمان‌یافته ممکن است وجود نداشته باشد. و این نکته را باید مرتب به ذهن افراد وارد کرد. به هر تقدیر، در تمام تاریخ بشر این شرایط سابقه نداشته است. نسل فعلی باید تصمیم بگیرد که آیا جامعه‌ی انسانی سازمان‌یافته برای چند نسل دیگر هم می‌تواند دوام آورد یا خیر، و این تصمیم را باید به‌سرعت گرفت، وقت چندانی باقی نمانده است. بنابراین، فرصتی برای اتلاف وقت و به تعویق انداختن تصمیم وجود

ندارد. بیرون آمدن [امریکا] از مذاکرات پاریس را باید یکی از بدترین جنایات تاریخ تلقی کرد.

**اما صرفاً خبر بد دادن به مردم ریسک آن را ندارد که باعث کاهش توانمندی آنان شود؟**

درست است، اما خبر بد باید توأم باشد با بحث درباره‌ی کارهایی که می‌توان انجام داد و اقداماتی که انجام شده است. به‌عنوان مثال، دین بیکر، یکی از اقتصاددانان بسیار خوب، چند هفته پیش در ستون خود، مبحثی تحت این عنوان داشت که چین چه کار دارد می‌کند. آنها هنوز هم یک آلاینده‌ی بزرگ هستند، اما در حال اجرای یک برنامه‌ی گسترده‌ی گذار به انرژی‌های تجدیدپذیرند که فراتر از همه‌ی کشورها در دنیا است. آیا ایالات متحده چنین برنامه‌ای دارد. آریزونا را در این‌جا در نظر بگیرید، شما در شهرراندگی می‌کنید، بیشتر ایام سال خورشید در تمام طول روز در حال درخشش است؛ نگاهی به اطراف بیندازید و دقت کنید چه تعداد پنل‌های خورشیدی می‌بینید. خانه‌ی ما در حومه‌ی شهر تنها خانه‌ای است که از این پنل‌ها استفاده می‌کند. مردم شکایت می‌کنند که در طول تابستان برای تهویه‌ی مطبوع صورتحساب‌های ماهانه‌ی هزار دلاری برق مصرفی دارند، اما حاضر نیستند تا یک پانل خورشیدی روی بام خود نصب کنند. و در واقع شرکت برق منطقه انجام این کار را سخت می‌کند. به‌عنوان مثال، تعداد ازواحدهای پانل‌های خورشیدی ما کم است به این دلیل که شما مجاز به تولید برق زیاد نیستید.

**أسفبار است. این‌گونه ژورنالیسم را که نیازها را با احساس این‌که چه کاری می‌توان انجام داد درهم آمیزد شما کجا می‌بینید؟ این را در کجای سیستم رسانه‌ای ما می‌بینید؟**

خب، آن را در مجلات کوچک پیدا می‌کنید. نکته این است که باید بر گرمایش کره‌ی زمین تأکید کرد. حق با شماست وقتی که می‌گویید که نمی‌توان فقط اخبار بد به مردم ارائه داد. مردم سرخورده می‌شوند. اما اگر خبر بد را با گام‌های مثبتی که می‌توان برداشت و فوریت انجام آن توأم ساخت، فکر می‌کنم بتواند تأثیرگذار باشد.

## آیا عمدتاً رسانه‌های بدیل مستقل هستند که بحران آب‌وهوایی را واقعاً به‌مثابه یک بحران پوشش می‌دهند؟

شما این اطلاعات در رسانه‌های بدیل می‌بینید، اما این رسانه‌ها چنان که باید در دسترس عموم مردم قرار ندارند، نه فقط در این مورد، که در مورد سایر بحران‌ها نیز همین وضع وجود دارد. بحران مشابه تهدید جنگ هسته‌ای است. بد نیست نگاهی به بولتن دانشمندان اتمی ۲۴ ژانویه، تاریخی که قرار بود تنظیم بعدی «ساعت آخرالزمان» اعلام شود بیندازیم، حدوداً دودقیقه به نیمه‌شب. نمی‌دانم دفعه‌ی بعد چه کار خواهند کرد شاید بعد از نیمه شب را اعلام کنند! در اصل دو مورد وجود دارد که به‌نحو فزاینده‌ای به وقوع فاجعه منجر خواهد شد، جنگ هسته‌ای و گرمایش کره‌ی زمین. اما موارد دیگری مثل تهدید یک ویروس کشنده‌ی گسترده در جهان را نیز نباید از نظر دور داشت. تولید گوشت با روش (دامداری) صنعتی قبل از هرچیز غیرانسانی و بی‌رحمانه به نظر می‌رسد، اما مهم‌تر از آن، یک عامل تشدیدکننده‌ی گرمایش کره‌ی زمین است؛ ضمن این که اثربخشی آنتی بیوتیک‌ها را هم از بین می‌برد. آنها از آنتی‌بیوتیک‌ها بیش از حد و به صورت افراطی استفاده می‌کنند، و این کار باعث به وجود آمدن باکتری‌های جهش‌یافته می‌گردد که در برابر هرگونه آنتی‌بیوتیک مقاوم هستند و در بیمارستان‌ها نشان داده می‌شود که می‌تواند منجر به بیماری‌های همه‌گیر در سطحی گسترده گردد، مانند عالم‌گیری آنفولانزا در یک قرن پیش که ده‌ها میلیون نفر را به کام مرگ کشاند. مردم در مورد بحران مهاجران صحبت



می‌کنند، وقتی بنگلادش دچار فاجعه‌ی سیل می‌گردد، و صدها میلیون نفر مجبور به فرار و آواره می‌شوند، چه باید کرد؟ جنوب آسیا مشکل کمبود آب دارد، در حال حاضر صدها میلیون نفر به‌سختی دسترسی به آب دارند: در حالی که یخچال‌های طبیعی و نظایر آن در حال ذوب هستند آنها ممکن است منابع تأمین آب خود را از دست بدهند.

آن وقت بر سر دنیا چه خواهد آمد؟ این‌ها مشکلات عظیمی خواهند بود و بروز آنها خیلی دور نیست.

آیا مجموعه رسانه‌های خاصی به عنوان گزینه، در بخش بدیل و یا مستقل و یا جاهای دیگر وجود دارد که به نظر شما مفید باشد، جایی که شما اطلاعات خودتان را به دست می‌آورید؟

من رسانه‌های مهم را می‌خوانم، اما در حقیقت مجلات علمی است که اطلاعات شما را واقعاً به‌روز نگاه می‌دارند. مقالات علمی را معمولاً کسی نمی‌خواند، البته گزارش‌های بسیار خوبی در واشینگتن پست، نیویورک تایمز و البته بسیاری از رسانه‌های بدیل منتشر می‌شود.

به نظر شما آیا در آمریکا یا سایر جوامع اسماً دموکراتیک، می‌توان نظام رسانه‌ای را به نحوی اصلاح کرد که به شیوه‌ی بتوانند به این نوع ژورنالیسم بقا کمک کند؟

یک راه این است که این جوامع به جوامع دموکراتیک بدل شوند، که خیلی بعید است. به فرآیند انتخابات توجه کنید - در جریان غالب علوم سیاسی مطالب قانع‌کننده‌ای وجود دارد که نشان می‌دهد انتخابات در ایالات متحده اساساً خریداری می‌شود. شما می‌توانید نتیجه‌ی یک انتخابات برای مجلس و یا قوه‌ی مجریه را

به‌دقت و فقط با دنبال کردن شاخص مخارج کارزارهای انتخاباتی پیش‌بینی کنید. به همین دلیل است که وقتی کسی به نمایندگی مجلس نمایندگان انتخاب می‌شود، از اولین روز حضور در دفترش، به دنبال کسب حامی مالی برای انتخابات بعدی است. در عین حال، قوانین را کارکنان مجلس و لابیست‌های شرکت‌ها می‌نویسند، که در واقع فقط قانون را می‌نویسند. این نوعی دموکراسی است، اما بسیار محدود است.

آیا امکانی برای اصلاح رسانه‌ها، جدا از دگرگونی‌های گسترده‌تر اجتماعی و سیاسی می‌بینید؟ چون همان‌طور که می‌دانید، یک جنبش، به‌طور خاص برای اصلاح رسانه‌ها، از سوی رابرت مک‌چسنی و بسیاری دیگر دنبال می‌شود.

کارهای زیادی هست که می‌توان انجام داد. سیستم باید در بسیاری زمینه‌ها به شکل عمده تغییر پیدا کند، حتی تغییرات بنیادی. اصلاح رسانه‌ها یکی از آنهاست. کار مهم باب مک‌چسنی ایجاد یک مدل است. کارهایی هست که می‌توان انجام داد. شما به‌خوبی می‌دانید که افزایش انحصار رسانه‌های بزرگ یک معضل جدی است، اما اگر به کتاب بن باگدیکیان در مورد انحصار رسانه‌ها در حدود ۱۹۸۰ نگاه کنید، شاید ۵۰ منبع خبری وجود داشت که حالا به نیم دوجین کاهش یافته است. مدل سود براساس تبلیغات برای رسانه‌ها باعث تضعیف ژورنالیسم شده است. شما به سال‌های اولیه‌ی حتی ایالات متحده برگردید - دولت، اهمیت داشتن مطبوعات آزاد و مستقل را به رسمیت شناخت و به‌سادگی به دستگاه‌هایی که در تلاش برای ایجاد مطبوعات مستقل بودند مثلاً با پست رایگان، یارانه می‌پرداخت. من به‌تازگی کتاب بسیار جالبی به نام کودتای فریمرز، اثر مایکل کلارمن را خواندم. این کتاب در حال حاضر بهترین نمونه در نوع خود در مورد شکل‌گیری قانون اساسی است. این داستان با جزئیات فوق‌العاده‌ای به بحث‌هایی که در جریان بود می‌پردازد و این‌ها بسیار اثرگذارند. نوشته‌هایی به صورت جزوه وجود داشت، مقالات و مطالب نشریات مستقل وجود

داشت، مردم کمک می‌کردند و کشاورزان و صنعتگران و همه نظر خود را می‌دادند، نوعی شیوه‌ی بحث و گفتگو. در اواسط قرن نوزدهم، مطبوعات قومی و کارگری بسیار پر جنب‌وجوش بودند که کارهای بسیار جالبی انجام می‌دادند. این مطبوعات تحت تمرکز سرمایه و مدل تبلیغات تقریباً از هم پاشیدند، همین مسئله در انگلستان هم هست، اگر چه در انگلستان بیشتر طول کشید، تا دهه‌ی ۱۹۶۰.

### آیا امیدی به بدیل اینترنت و رسانه‌های اجتماعی وجود دارد؟

امید هست، اما رسانه‌های اجتماعی تا حدود زیادی شمشیرهایی دولبه هستند. آنها به روشنی در حال ایجاد نوعی اتاق پژواک و یک نظام حسابی هستند. همه‌ی ما در این فضا زندگی می‌کنیم، مردم ناخواسته به چیزهایی که باور دارند جذب می‌شوند و دیدگاه‌های دیگر را نمی‌بینند. فقط باور خود تقویت می‌شود و حاصل آن ناممکن شدن امکان تعامل خواهد بود. بعضی از این موارد خیلی تکان‌دهنده است. اخیراً به آماري برخورد، که بر اساس برخی نظرسنجی‌ها، مشخص شده که تعداد آمریکایی‌هایی که رسانه‌های بزرگ اولین منبع اطلاعات آنها است، از نظر درصد، تک رقمی است: حدود شش درصد. بیشتر آنها به رسانه‌های اجتماعی مراجعه می‌کنند که بخش خبری ندارند، خبری تولید نمی‌کنند، خبرنگار یا گزارشگر خبری در صحنه‌ی رویداد ندارند.

البته نوآوری‌هایی مثل تاک رادیو و فاکس دارید که جدیدند. آنها فقط سیستم‌های پروپاگاندای فاسدی هستند که به‌سختی وانمود می‌کنند چیز دیگری هستند.

این نیمه‌ی تاریک داستان است. نیمه‌ی خوب این است که سازماندهی با کمک (رسانه‌های اجتماعی) پیش می‌رود. در این روش شما به مردم دسترسی دارید و گرد می‌آید و این ابزار بسیار مفیدی است. عملاً همه‌ی کارهای سازماندهی به کمک آن انجام می‌گیرد. منظورم حتی تدریس است، معلمان اغلب از طریق رسانه‌های

اجتماعی با دانش‌آموزان ارتباط برقرار می‌کنند. این تنها کاریست که هرکسی آن را انجام می‌دهد. اگر در محوطه‌ی دانشگاه قدم بزنید، همه یکی از این وسایل را دارند. در یکی از دانشگاه‌ها، فکر کنم دانشگاه دوک، هشداردهنده‌هایی در پیاده‌رو نصب کرده‌اند که می‌گوید، مراقب باش! چون همه در حال راه رفتن نگاه‌شان رو به پایین است.

قطعاً قضاوت در مورد این تأثیرات مشکل است. نوجوان‌ها را در یک رستوران مک‌دونالد می‌بینید که دور یک میز نشسته‌اند و دو مکالمه‌ی همزمان در جریان است - یکی در داخل گروه، و دیگری هم هر فرد با مخاطبش در گوشی تلفن. این صرفاً روابط اجتماعی معنی‌دار را از هم می‌پاشد.

این شاید بتواند یک منبع بالقوه باشد، دست‌کم رسانه‌های بدیل می‌توانند از اینترنت برای گفت‌وگو در مورد فاجعه‌ی آب‌وهوایی استفاده کنند.

وبلاگ‌ها، تروث اوت *Truthout*، تروث دیگ *Truthdig*، کامان دریمز *Common Dreams*، دموکراسی ناو *Democracy Now*، و دیگرانی نظیر الجزیره و برخی از سایر منابع خارجی در رسانه‌های اجتماعی، در حال تولید انواع اطلاعاتی هستند که نمی‌توانید آنها را از تلویزیون دریافت کنید.

به صورت بالقوه این امر خیلی مفید است، اما یک جنبه‌ی منفی هم دارد: به شدت تحت فشار مدل تبلیغات غول‌های سیلیکون ولی قرار دارد، لذا سنگینی سایه‌اش را همواره روی خود حس می‌کنید. شما چیزی را در گوگل جست‌وجو می‌کنید و گوگل شما را زیر بمباران اطلاعات درباره‌ی چیزی که قرار بود دریافت کنید، خفه می‌کند، و این امر تأثیر تبلیغ‌کنندگان بزرگ است.

چه شرایطی باید برآورده شود تا واکنش مؤثری در مورد بحران آب‌وهوا صورت پذیرد؟

به نظرم فقط یک جنبش انبوه مردمی و فراگیر پراورزی، قادر است رسانه‌ها را مجبور سازد تا بحران‌هایی که ما همواره فشار آنها را تحمل می‌کنیم مطرح کند، یا دقیقاً رسانه‌های بدیلی خلق کرد که بر بازار اطلاع‌رسانی مسلط خواهد شد. وقت زیادی نداریم که صبر کنیم. بنابراین، اقداماتی مانند یارانه دادن به رسانه‌های مستقل که خیلی هم اتوپیایی نیست، این کار در سال‌های قبل در ایالات متحده انجام می‌شد؛ و یا به قول باب مک‌چسنی و دیگران که برای توسعه فشار می‌آورند، انواع جنبش‌های رسانه‌ای مردمی.

این یک ضرورت فوری است. در سنوات اخیر من کلاس‌هایم را به‌سادگی با اشاره به این نکته به دانشجویان آغاز می‌کنم که آنها باید چیزی را انتخاب کنند که در تاریخ بشر سابقه ندارد. آنها باید تصمیم بگیرند که آیا جامعه‌ی انسانی سازمان‌یافته قرار است زنده بماند یا خیر. حتی وقتی نازی‌ها هم در قدرت در حال گرگ‌تازی بودند نیازی نبود تا با این انتخاب مواجه شوید. اما حالا مجبورید .

**برای برون‌رفت از بحران آب‌وهوایی آیا علاوه بر رسانه‌ها شرایط عمومی دیگری وجود دارد که بایستی برآورده کرد؟**

گروه‌های متعددی وجود دارند که کنش‌ها و فعالیت‌هایشان را در مقیاس بزرگ سازماندهی می‌کنند، مانند «ارث استرایک» (اعتصاب به خاطر زمین) که در حال برنامه‌ریزی یک سری اقدامات است؛ در حال حاضر، آنها در حال سازماندهی (برنامه‌ریزی) تظاهرات بزرگ در بسیاری از شهرها به منظور راه‌اندازی یک اعتصاب عمومی همگانی است. «شورش علیه انقراض» از انگلستان به این جا منتقل شده و سعی دارد همان کار را این جا انجام دهد. اما این اقدامات چشمگیر، به طور کلی مانند تظاهرات، اگر به صورت رخدادهای منفرد شکل گیرند، تأثیری ندارد. آنها باید انگیزه‌ی سازماندهی و آموزش مستمر باشند که هر روز استمرار داشته باشند. تکرار

می‌کنم، فقط به نکته‌ای که قبلاً در مورد آن صحبت کردم توجه کنید - شرکت برق آریزونا و پنل‌های خورشیدی. مردم باید متوجه شوند که آنها فقط این کار را باید سریع انجام دهند: به آنها آسیبی نمی‌رساند، ولی زندگی آنها را بهبود می‌بخشد، حتی به‌عنوان مثال باعث صرفه‌جویی در هزینه‌های آنان نیز می‌شود. اما فقط مانع روان‌شناختی هست - که می‌گوید من نمی‌توانم به این مسئله توجه کنم، باید به عقاید جاری خود پایبند بمانم، این به نوعی نگاه افراطی است که باید از آن برحذر بود، - و با فعالیت سازمان‌یافته‌ی آموزشی مستمر باید از این سدّ راه عبور کرد. روشی که سایر جنبش‌های مردمی - جنبش حقوق مدنی، جنبش ضد جنگ، جنبش فمینیستی - با آن توسعه یافتند. فقط گروه‌های پایدار و غالباً بسیار کوچک، به گروه‌های بزرگ‌تری برای فعالیت تبدیل می‌شوند. گاهی اوقات آنها به یک اقدام چشمگیر مانند تظاهرات دست می‌زنند، اما اساساً باید محرک فعالیت مستمر باشند. دیگر نمی‌توان صبر کرد.

پیوند با بخش اول گفت‌وگو:

<http://www.rabble.ca/blogs/bloggers/2019/06/climate-catastrophe-media-complicity-interview-noam-chomsky>

پیوند با بخش دوم گفت‌وگو:

<https://rabble.ca/blogs/bloggers/2019/06/we-dont-have-time-left-delay-interview-about-media-and-climate-action-noam>

