



www.behrouzsaftdari.com

صدا و سیمای مافیایی حاکم بر جهان در دوران کورونا

به روز صدفی

در مقاله‌ی **پیشین** دو متن را به عنوان نمونه‌ای از رویکرد صادقانه‌ی کسانی آوردم که پس از اعتماد نسبی اولیه به تدابیر بهداشتی دولتی، به‌خصوص واکسیناسیون، به نقد پیامدهای مخرب چنین تدابیری روی آورده‌اند. اکنون نمونه‌ای از رویکرد کسانی می‌آورم که، همچون خود من، از ابتدا به اداره‌ی سیاسی - بهداشتی حقه‌ن و تحمیل‌شده از سوی حکومت‌ها بر مردمان هیچ اعتمادی نداشته‌اند.

لوران موکیه‌لی Laurent Mucchielli جامعه‌شناسی است متأثر از آرای پی‌یر بوردیو در علوم اجتماعی، و رشته‌ی اصلی پژوهشی‌اش بررسی زمینه‌های اجتماعی بزهکاری است. او از آغاز پیدایش همه‌گیری کورونا می‌کوشد با تشکیل و شرکت در جمع‌هایی از پژوهندگان گوناگون ایده‌تولوزی‌های حاکم

بر مدیریتِ سیاسی - بهداشتی بحران کنونی را نقد و افشا کند. او در این زمینه، پس از نوشتن مقاله‌های متعدد و شرکت در گفت‌وگوهای مختلف، در حال انتشارِ اثری دو جلدی است، که جلد دوم آن را با همکاری جمعی پنجاه نفره از پزشکان و پژوهندگان متفاوت فراهم ساخته است. این کار تحقیقی نشان می‌دهد که چگونه از ویروس کورونا برای ایجاد وحشت‌زدگی عمومی استفاده کرده‌اند، معالجه‌های دارویی به‌موقع را ممنوع ساخته‌اند، حصرهای خانگی با پیامدهایی مخرب بر جامعه تحمیل کرده‌اند و با تولید اضطراری واکسن‌هایی نه‌چندان مؤثر و با عوارض جانبی گاه خطرناک، منافع مالی صنایع بزرگ داروسازی را تأمین کرده‌اند.

چنین رویکردی باعث شده که رسانه‌ها و مطبوعات رسمی در فرانسه، به پیروی از خط مشی سیاسی - حکومتی حاکم بر بحران کنونی، مدام بر این پژوهنده‌انگ‌های گوناگون بزنند و او را از میدان رسانه‌ها بیرون برانند.

متن زیر را خود نویسنده به عنوان چکیده‌ای از جلد اول پژوهش خود، دوکسای کووید، و به‌خصوص نحوه‌ی سلطه‌یابیِ گفتمان مسلط در دوران کورونا منتشر کرده است.

دوکسای کووید

نوشته‌ی لوران موکیه‌لی

ترجمه‌ی بهروز صفدری

در دموکراسی‌ها، بیشتر پرسش‌های جامعه موضوع بحث‌های جدلی عمومی و علنی کم‌وبیش شدید قرار می‌گیرد. حال آن‌که «بحران بهداشتی» آغاز شده بر اثر همه‌گیری ویروس کورونا در اوایل سال ۲۰۲۰، برعکس با انسداد بی‌سابقه‌ی بحث عمومی، فقدان مباحثه‌ی جدلی، و پدیده‌های سانسور و طرد صداهای مخالف مشخص می‌شود.

در فرانسه قراین حاکی از آن است که گفتمان هیئت حاکمه هیچ خلاف‌گویی اساسی را تاب نمی‌آورد، هر کس که جرأت بیان چنین خلاف‌گویی‌هایی داشته باشد به حیطه‌ی مقوله‌های بدنام‌کننده و انگ‌زننده، و در رأس آن‌ها «توطئه‌باوری»، رانده می‌شود. با وجودی که ژورنالیست‌ها قاعدتاً می‌باید اولین سازمان‌دهندگان چنین بحث‌هایی میان موافقان و مخالفان باشند، بسیاری‌شان به پلیس‌های اندیشه تبدیل شده‌اند و صداهای مخالف را از فضای مشروع گفت‌و شنود بیرون می‌رانند. فضای اینترنت و شبکه‌های اجتماعی نیز، که ابتدا قرار بود گامی به پیش در راستای دموکراسی ابراز نظرها باشند، حالا کاملاً با این حرکت انسدادی همراهی می‌کنند و هر روز اشکال تازه‌ای از سانسور ارائه می‌دهند.

بحران بهداشتی برآمده از همه‌گیری SARS-CoV-2 فرصتی از لحاظ تاریخی بی‌سابقه برای اقدام به کنترل اطلاعات در مقیاس جهانی فراهم ساخت تا استیلای رسانه‌ای را در پوشش رضامندی مردمان به محتوای پیامی تضمین کند که می‌تواند چنین خلاصه شود:

- (۱) یک همه‌گیری بقای کل بشریت را تهدید می‌کند؛
- (۲) برای معالجه‌ی بیماران و جلوگیری از ازدحام فراتر از ظرفیت بیمارستان‌ها هیچ شیوه‌ی درمانی وجود ندارد؛
- (۳) بنابراین باید مردم را به حصر خانگی کشاند؛
- (۴) خلاص شدن از این وضع فقط با واکسنی که بزودی ساخته خواهد شد میسر است.

در این مقاله، ما با رعایت رویکرد معمول علمی نه در پی چرایی بلکه چگونگی این فرایند هنجارسازی بین‌المللی در عرصه‌ی پخش اخبار هستیم، فرایندی که هدف‌اش تضمین آن‌چیزی است که بورديو آن را «انحصار اطلاع رسانی مشروع»^۱ می‌نامید.

ساخت رضایت‌مندی

از همان اواخر سال‌های ۱۹۹۰، نوآم چامسکی و ادوارد هرمان توضیح دادند^۲ که چگونه رسانه‌های اصلی در تولید پروپاگاندا‌ی سرآمدان و نخبگان سیاسی و اقتصادی، که اکنون خود این رسانه‌ها نیز وسیعاً وابسته به آن‌ها هستند، فعالانه شرکت می‌کنند. چامسکی و هرمان وابستگی روزافزون ژورنالیست‌ها به منابع حکومتی و ناتوانی‌شان در پژوهش‌های راستین را، که همواره طولانی و پرهزینه است، نشان دادند. آن‌ها همچنین خاطرنشان ساختند که رسانه‌ها استقلال مالی‌شان را به‌مرور از دست داده‌اند. از یک سو، اکنون بسیاری‌شان متعلق به گروه‌های بزرگ صنعتی و/یا میلیاردرها هستند، یا بقای‌شان تنها به یمین تبلیغاتی میسر است که پول‌اش را چنین گروه‌هایی به آنان می‌پردازند. از سوی دیگر، این رسانه‌ها یارانه‌های حکومتی مهمی دریافت می‌کنند. در این وابستگی مضاعف، رسانه‌ها هر گونه توانایی برای «رکن یا قدرت چهارم» بودن در جامعه را از دست داده‌اند. برعکس، به‌طور ساختاری زیر نفوذ

قدرت‌های اقتصادی و سیاسی‌بی هستند که ترویج جهان‌بینی و منافع‌شان برعهده‌ی همین رسانه‌هاست. سرانجام این که، هرمان و چامسکی یادآوری می‌کنند که هرچند سازوکار پایه‌ای این رسانه‌ها کنترل توزیع اخبار و اطلاعات در میان ژورنالیست‌هاست، اما این سازوکار بُعد مهم دیگری هم دارد و آن کنترل و استفاده از رشته «کارشناسان»ی است که مستقل بودن‌شان جعلی و کاذب است، چه «مشاوران» ساده باشند، چه ژورنالیست‌های متخصص، چه مسؤولان "اتاق‌های فکر" یا حتی دانشگاهیانی که هزینه‌ی پژوهش‌های آنان برعهده‌ی حکومت یا صاحبان صنایع است. این «کارشناسان» در واقع همان اشخاص موسوم به «عوامل نفوذ یا تأثیرگذاران» اند.

کنترل رسانه و پلیس فکر دیجیتال

وضعیت کنونی فرانسه با این مدل وابستگی مضاعف وسیعاً همخوانی دارد. از طرفی، فرایند تمرکز یابی و خرید رسانه‌ها باعث شده تا اغلب روزنامه‌ها، رادیوها و تلویزیون‌ها امروزه در مالکیت چند میلیاردر و «خانواده‌های بزرگ» دیگر باشند. این فرایند تمرکز یابی چنان است که ۹۰٪ مطبوعات، ۵۵٪ از حوزه‌ی تلویزیونی، و ۴۰٪ از حوزه‌ی رادیویی در کنترل ده شرکت است. از طرفی دیگر، دولت علاوه بر نگه‌داشتن مجموعه‌ای از رسانه‌های دیداری - شنیداری متعلق به حوزه‌ی عمومی، به شرکت‌های مطبوعاتی نیز کمک مالی می‌کند، شرکت‌هایی که از این طریق به دولت وابسته می‌شوند. برای مثال، در سال ۲۰۱۷ وزارت فرهنگ ۸,۳ میلیون یورو به روزنامه‌ی اُژوردویی آن‌فرانس، بین ۵ تا ۶ میلیون به روزنامه‌های لیبراسیون، فیگارو و لوموند؛ بین ۵ تا ۶ میلیون به روزنامه‌های له‌کروا، اُوست فرانس و اومانیتیه؛ و بین ۱ تا ۲ میلیون یورو به حدود ده روزنامه‌ی محلی، و نیز دو روزنامه‌ی پاریزی‌بن و ژورنال دو دیمان‌ش کمک مالی کرد. از سوی دیگر، دیوان محاسبات در گزارش

خود در سال ۲۰۱۳ به این مورد به‌ویژه اشاره کرده که خبرگزاری فرانسه یا آژانس فرانس پرس AFP، مؤسسه‌ی عظیم تولید اخبار و اطلاعات برای کل رسانه‌های فرانسوی و خارجی، از لحاظ حقوقی یک مؤسسه‌ی مستقل عمومی است که دولت همزمان یکی از ارکان ریاست آن و اولین مشتری آن است. و نکته‌ی آخر این که از کمک‌های استثنایی دولت (ماه اوت ۲۰۲۰ در طرح تجدید رونق) در ارتباط با بحران بهداشتی کنونی، یعنی اختصاص مبلغی نزدیک به نیم میلیارد یورو، حوزهی مطبوعات وسیعاً بهره‌مند شده است. مجموع این داده‌ها تصویری تقریبی از تار و پود روابط انتفاعی میان جهان اقتصاد (مالکان رسانه‌ها)، جهان سیاست (یارانه‌دهنده‌ها) و سردبیری‌های رسانه‌ها به دست می‌دهد.

به این داده‌ها از این پس باید به میدان بازی آمدن شرکت‌های چندملیتی عرصه‌ی دیجیتال، به‌ویژه گوگل و فیس‌بوک، را نیز افزود. شرکت گوگل که در سال ۲۰۱۲ با تهدید یک تسویه‌حساب مالی روبه‌رو شده بود به این فکر افتاد که در سال بعد «صندوق کمک به توسعه‌ی مطبوعات» در فرانسه تأسیس کند «به منظور حمایت از ژورنالیسم باکیفیت به یاری فناوری‌ها و اختراعات». با این میلیون‌ها دلار، در سایت‌های اینترنتی رسانه‌های اصلی شمار فراوانی از نمودارهای خبری، تحلیل‌هایی از نوع «کلان داده‌ها» و نیز بخش‌های مربوط به «fact-checking» (واقعیت‌سنجی)، ردیابی «fake news» (اخبار جعلی)، و سایت‌های «توطئه‌باور» شکفته شد. یکی از شناخته‌شده‌ترین دستاوردهای این فرایند در فرانسه، ایجاد صفحه‌ای به نام Décodex در روزنامه‌ی لوموند است که مدعی رده‌بندی همه‌ی سایت‌های خبری اینترنتی از لحاظ موثق بودن آن‌هاست.

گوگل تنها شرکت دیجیتال چندملیتی نیست که این گونه پلیس فکری را روی اینترنت اعمال می‌کند. فیس‌بوک هم از سال ۲۰۱۷، باز از راه شکار «فیک

نیوز، اخبار جعلی» همین کار را می‌کند. چنین است که هشت رسانه‌ی فرانسوی با فیس‌بوک یک پیمان همکاری امضاء کرده‌اند: روزنامه‌های لیبراسیون، لوموند، و نت مینوت، هفته‌نامه‌ی اکسپرس، کانال تلویزیونی BFMTV، و نیز آژانس خبرگزاری فرانس پرس، و گروه‌های غیرخصوصی فرانس تلویزیون و فرانس مدیا موند.

سرانجام باید خاطر نشان کنیم که دولت بنا بر لایحه‌ی ۲۲ دسامبر ۲۰۱۸ «مرتبط به مبارزه علیه دستکاری اخبار»، از این عملیات فعالانه حمایت می‌کند. فعالیت موسوم به «واقعیت‌سنجی»، که در ابتدا برای راستی‌آزمایی گفتارهای سیاسی ابداع شد، سبک جدیدی از ژورنالیسم است که بخشی از اقدامات برای کسب دوباره‌ی اعتبار رسانه‌های سنتی است، حال آن‌که درست در قطب مقابل ژورنالیسم پژوهش‌گرانه قرار می‌گیرد چرا که فارغ از هرگونه تحقیق میدانی است (مقاله‌ها تماماً از پشت میز و به کمک کامپیوتر و تلفن نوشته می‌شوند). این فعالیت «واقعیت‌سنجی» کم‌هزینه است، و با یارانه‌هایی که غول‌های اینترنت به آن می‌دهند، حتا سوددهی اقتصادی هم دارد.

سانسور در لباس جدید

نقطه‌ی کانونی توسعه‌ی فناوری‌های متعدد در اعمال سانسور توسط این غول‌های اینترنت و در همکاری با دولت‌ها، مبارزه علیه پروپاگاندا‌ی تروریستی و «محتوای کینه‌ای» راست‌گرایان افراطی بود. سپس اندک‌اندک به اشکال دیگر سانسور شامل محتواهای سیاسی گسترش یافت، تا جایی که به یک پلیس فکر واقعی تبدیل شد: «پلتفرم‌های اینترنتی، به دلیل موقعیت oligopolistique فروشندگی محدود و انحصاری شان در بازار اخبار و اطلاعات، قدرت‌شان را در سه سطح متمایز اعمال می‌کنند. ابزارهایی برای ابراز نظر در اختیار مراجعان می‌گذارند اما در فورمت خاصی که همزمان آن‌ها را امکان‌پذیر و

اجباری می‌سازد. سپس، الگوریتم‌ها این ابرازِ نظرهای پراکنده را به‌گونه‌ای تنظیم و رؤیت‌پذیر می‌کنند که بر مراجعان اثرگذار باشند. و سرانجام، با ساز و برگ‌های گرداندگی و اداره کردن بحث، که ترکیبی از تشخیص اتوماتیک و نظارتِ انسانی است، نقشِ پلیسی را اجرا می‌کند که کارش تعریف و تعیین مجاز یا غیرمجاز بودنِ حرف‌ها، و مجازاتِ گفته‌ها (یا تصویرها)ی خلافِ مقررات است»^۳. گوگل، فیس‌بوک، توئیتر، یوتیوب، اینستاگرام، و غیره: تقریباً همه‌ی شبکه‌های اجتماعی در این پدیده‌های توده‌وارِ سانسور طی این بحرانِ بهداشتی شرکت کرده‌اند، همان‌طور که از سوی دیگر، در پخشِ پیام‌های حکومتی سهیم بوده‌اند. پس برآستی، همان‌گونه که رولان بارت نیز می‌گفت، «سانسورِ واقعی» فقط ممنوع ساختن نیست بلکه «خفه کردن و غرق ساختن در کلیشه‌ها [...] و ندادن هیچ خوراکی جز کلامِ مقدس دیگران، ماده‌ی مکرر عقایدِ جاری، هم هست»^۴.

سازمان بهداشتِ جهانی و بنیادِ بیل و ملیندا گیت

این فقط غول‌های اینترنت نیستند که برای کنترلِ اطلاعات از طریق تأمینِ مالی رسانه‌ها مداخله می‌کنند. ابرقدرتی که "بنیادِ بیل و ملیندا گیت" تشکیل می‌دهد نیز همین کار را می‌کند. بنیان‌گذارِ مایکروسافت و ویندوز به ثروتمندترین شخصیتِ جهان در اواسط سال‌های ۱۹۹۰ تبدیل شد (به تازگی مالکِ آمازون، جف بزوس، تاج‌چنین مقامی را از سر او برداشته و بر سر خود گذاشته است). بنیادِ بیل و ملیندا گیت با اموالی نزدیک به ۱۰۰ میلیارد دلار از اغلب کشورهای جهان ثروتمندتر است و تأمین مالی رسانه‌های متعدد در زمره‌ی سرمایه‌گذاری‌های آن است. این بنیاد در فرانسه مخصوصاً به روزنامه‌ی لوموند (۲،۱۳ میلیون دلار برای سال ۲۰۱۹) کمک مالی کرده است. از سوی دیگر، این بنیاد بخش بسیار مهمی از مبالغ اهدایی (مصون از مالیات) اش

را به بخش سلامت و بهداشت اختصاص داده است، همراه با رویکرد فنی - صنعتی بسیار مشخصی که «توجه وسواس آمیزش به فناوری از طریق علاقه‌ی بسیار ویژه به واکسن‌ها، و بی‌توجهی‌اش به راه‌حل‌هایی کمتر صنعتی ولی به‌همان اندازه مؤثر»^۵ را نشان می‌دهد. از این گذشته، بنیاد بیل گیت به عامل به‌شدت پرنفوذی در دل سازمان بهداشت جهانی تبدیل شده است و مقام نخست را در میان تأمین‌کنندگان خصوصی بودجه‌ی آن (حدود نیم‌میلیارد دلار در سال ۲۰۱۹) دارد. در رده‌بندی کلی تأمین‌کنندگان مالی سازمان بهداشت جهانی، هنوز دو دولت انگلستان و به‌خصوص آمریکا از این بنیاد جلوتر اند. اما چهارمین تأمین‌کننده‌ی مالی در این رده‌بندی همان آلیانس GAVI Global Alliance for Vaccines and Immunization است: یعنی سازمان بین‌المللی ترفیع واکسن‌ها، که بنیاد بیل گیت تأمین‌کننده‌ی مالی اصلی آن است. و سرانجام نهمین و دهمین تأمین‌کننده‌ی مالی سازمان بهداشت جهانی دو انجمن خیریه‌ی بین‌المللی اند که پایگاه فعالیت‌شان در آمریکاست: اولی Rotary International و دومی National Philanthropic Trust Gates (که احتمالاً به اولین تأمین‌کننده‌ی مالی سازمان بهداشت جهانی تبدیل شده است) و بنیاد بیل گیت یکی از اولین تأمین‌کنندگان مالی آنهاست. در مجموع، به نظر می‌رسد که بنیاد بیل گیت به اولین تأمین‌کننده‌ی مالی سازمان بهداشت جهانی تبدیل شده است.

سازمان بهداشت جهانی در کنترل اطلاع‌رسانی در باره‌ی همه‌گیری ویروس کورونا نقش بسیار فعالی داشته است. از همان رده‌بندی کووید ۱۹ در جایگاه «اضطراری سلامت عمومی بین‌المللی» در ۳۰ ژانویه ۲۰۲۰، رئیس این سازمان کنفرانس‌های مطبوعاتی تقریباً هر روزه برگزار کرده است. این سازمان همچنین یک سیستم فراگیر اطلاع‌رسانی به راه انداخته تا مانع از چیزی شود که خود آن را «infodémie همه‌گیری خبری» می‌نامد، و مشخصه‌اش تکثیر

«شایعات و اخبار غلط» است. سازمان بهداشت جهانی به منظور چیره‌ساختن پیام‌هایش یک استراتژی اطلاع‌رسانی جهانی برپا کرده که رهبری ارکسترش را هیأتی در مقر آن در ژنو بر عهده دارد. نخست با یک همیار قدیمی، یعنی شرکت گوگل، توافق‌نامه‌ای امضاء شد «به این منظور که اشخاص جویای اخبار مربوط به ویروس کورونا اطلاعات سازمان بهداشت جهانی را در رأس نتایج جست‌وجو ببینند». سپس، هیأت اطلاع‌رسانی از همکاری شبکه‌های اجتماعی (فیس‌بوک، توئیتر، اینستاگرام، پینترست، تن‌سنت، تیک‌توک) و حتی شرکت‌هایی مانند Uber و Airbnb برای پخش «پیام‌های درست» اطمینان حاصل کرد. و سرانجام سازمان بهداشت جهانی و همکارانش دست به استخدام «تأثیرگذاران» یا تسمه‌ی انتقال عقاید (به‌خصوص دارندگان کانال‌های یوتیوب) زدند تا از کنترل شبکه‌های اجتماعی و یوتیوب، که با بیش از دو میلیارد کاربر ماهانه در سال ۲۰۲۰ سرکرده‌ی جهانی پخش آنلاین ویدیو و در مالکیت گوگل است، مطمئن باشند.

فتح انحصار اطلاعات مشروع

دوکسا، doxa، بنا به تعریف بوردیو، فقط عبارت از اندیشه‌ی حاکمی نیست که از سوی نخبگان جامعه در یک برهه‌ی معین همچون اندیشه‌ی مشروع بازنموده می‌شود. بلکه همچنین جهان‌بینی معینی است که در خدمت حراست از نظم اجتماعی و سیاسی مستقر است^۶. بنابراین، دوکسا دربرگیرنده‌ی پیش‌زمینه‌ی دومی است که چکیده‌اش این اندیشه است که «حکومت آنچه که از دست‌اش برمی‌آید انجام می‌دهد»، و «کارچندان دیگری نمی‌توان کرد»، و حتی می‌توان چنین نتیجه گرفت که «در این لحظه‌ی دشوار استثنایی حمایت از عمل حکومت یک تکلیف اخلاقی است». و سایر روایت‌هایی از این دست. در این صورت دوکسا بُعد دیگری می‌یابد که بوردیو آن را sociodiceé

عدل‌نامه‌ی اجتماعی می‌نامد: «ماکس وبر می‌گفت که حاکمان همواره به یک "théodicée" عدل‌نامه‌ی الهی امتیازات‌شان" یا به عبارت بهتر یک sociodicée عدل‌نامه‌ی اجتماعی، یعنی توجیه‌گریِ تئوریکِ برخوردارِشان از امتیازات، نیاز دارند»^۷. و به‌عنوان نمونه، باوراندنِ «فلسفه‌ای از کاردانی که به‌موجب آن کاردان‌ترین افراد عهده‌دار حکومت اند».

این از چگونگیِ موضوع، حال می‌ماند چراییِ آن، یعنی پرسشی که ضرورتاً به انواع عقایدِ دسیسه‌باور دامن می‌زند. چنین است که ایده‌تئولوژی‌های متعددی سیاسی یا مذهبی به‌طور منطقی این کلان‌رویدادِ جهانی و وحشت‌زدگیِ حاصل از آن را به‌چنگ خود درآوردند تا آن را بنابر منطق‌های آخرالزمانی خود تفسیر و تعبیر کنند. امری که شگفت‌آور نیست، و حتا از نظر علمی، که نظرگاهِ ماست، جالب هم هست و در نهایت به این پرسش می‌انجامد که چه کسانی و به خاطر چه منافعی در این راستا فعالانه عمل کرده‌اند. از آن‌جا که رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی اساساً ابزارهای پخشِ پروپاگاندا هستند، نگاه ما باید روی آمرین و فرستندگانِ اصلی این پیام‌ها متمرکز شود. آن‌گاه به‌ناگزیر این سه عرصه را، به ترتیبِ اهمیت، تشخیص می‌دهیم: اول عرصه‌ی منافع مالی. از آن‌جایی که مرحله‌ی فرجامینِ دوکسا راه‌اندازیِ برنامه‌های واکسیناسیون در مقیاسِ صنعتیِ جمعیتیِ جهان بوده، نخستین ذینفعانِ این روند صنایع داروسازی اند. هرچند استراتژی‌های جهانی‌شان (به‌ویژه در غرب) در زمینه‌ی لابی‌گری، داد و ستدهای نفوذی و رشوه‌دهی و فساد مالی‌شان شناخته‌شده است^۸، اما نخستین سودبرانِ مالی از بحرانِ کووید همین‌ها هستند. نعمتی که منتظرش بودند (همه‌گیری) آرزوهای آن‌ها را برای مال‌اندوزیِ بلافاصله برآورده ساخت. دومین عرصه، عرصه‌ی منافع ایده‌تئولوژیک است. زیرا براستی با یک ایده‌تئولوژی واقعی سر و کار داریم (دال بر این که واکنش از قدرتی جادویی برای ریشه‌کن‌ساختنِ بیماری برخوردار است)، ایده‌تئولوژی‌یی که

همزمان اندیشه‌ی برخی از دانشمندان و نیز قشر جدید سرمایه‌داران بشردوست را، که شاید بانفوذترین‌شان بیل گیت است، هدایت می‌کند. و سرانجام سومین عرصه، منافع سیاسی و شخصی برخی از رهبران است که در این بحران فرصتی برای خلاص شدن از دست ضدقدرت‌ها پیدا کردند، البته با این ریسک که مستیِ امروزشان به خماری و سردردشان از دموکراسی فردا منجر شود.

پی‌نوشت‌ها:

۱. پی‌یر بوردیو، در باره‌ی تلویزیون، نشر Seuil، ۱۹۹۶، ص. ۸۲.
2. E. Herman, N. Chomsky, La fabrication du consentement, Agone, 2008.
3. R. Badouard, Les nouvelles lois du web. Modération et censure, Seuil, 2020, p. 12. (قوانین جدید اینترنت. گرداندگی و سانسور).
4. Cité par P. Roussin, « Liberté d'expression et nouvelles théories de la censure », Communications, 2020, 1, p. 26. (آزادی بیان و تئوری‌های جدید سانسور).
5. L. Astruc, L'art de la fausse générosité. La Fondation Bill et Melinda Gates, Actes Sud, 2020, p. 12. (هنر سخاوت دروغین. در باره‌ی بنیاد بیل و ملیندا گیت).
6. P. Bourdieu, La Distinction. Critique sociale du jugement, Minit, 1979, p. 549-550.
7. P. Bourdieu, « Le mythe de la 'mondialisation' et l'État social européen », repris dans Contre-feux, Raisons d'agir, 1998, p. 49.
8. L. Mucchielli, « Trafic d'influence : le rôle de l'industrie pharmaceutique dans la controverse sur le traitement médical de la Covid », Les Cahiers du CEDIMES, 2021, 16, p.76-86.