

## شاخ و دمی که ما بزک کردیم؛

درباره الگوسازی از میلیاردرهای موفق برای فرودست‌شدگان

شیمای وزوایی



برای نوشتن این جستار مردد بودم. پدیده‌ی فاشیسم، ظهور، گسترش و تاریخ آن در حیطه‌ی دانش و تخصص من نیست؛ اما پیوند آن با ارتباطات و رسانه چرا. در روزهایی که حوزه‌ی عمومی مجازی پر شده از برچسب‌های سیاسی و دسته‌بندی‌های سخیفی مانند «چپول» و «سطلی» و «اسهال طلب» و «عرزشی»، هرچه بیشتر از پرتاب کردن عباراتی که بار سنگین و تاریخی سیاسی دارند به یکدیگر اجتناب کنیم، بهتر است. «فاشیست» هم از همان کلمات سنگین و باردار است. حداقل می‌توانم با دیدی خود انتقادی بگویم که طیف چپ هرجا و هروقت بدون احتیاط برای توصیف جریان‌هایی که با آن همسو نیست استفاده می‌کند. اما آیا اینطور نیست که اجتناب از هرگونه مرزبندی، نام‌گذاری و به رسمیت شناختن گرایش‌های سیاسی خود به یک‌دست کردن و هژمون کردن کلیت مبهمی به نام «مردم» - حال چه در سمت پوزیسیون یا اپوزیسیون - منجر می‌شود؟ آیا همین امر، حاصلخیز کردن زمین سیاست برای فاشیسم و گسترش آن نیست؟

اگر فکر کنیم که خرده‌بورژوازی، جامعه‌ی هدف و بعدها حامیان اصلی فاشیسم هیتلر و موسولینی بودند، امروز جماعت‌های فرودست‌شده مخاطبان اصلی فاشیسم ابرمیلیاردی و مسخ‌شدگان رسانه‌های آن‌ها هستند؛ افرادی که آن قدر قدرت و ثروت انباشت کرده‌اند که از هر مکانیسم بازتوزیع و نظارت دموکراتیک دور می‌مانند. آن‌ها از یک‌سو صاحبان رسانه‌های بزرگی

هستند که هم می‌توانند در شکل‌گیری افکار عمومی یکدست تأثیر داشته باشند و هم محتواهای آمیخته به راست‌گرایی افراطی (بخوانید فاشیسم) را - که با اخبار و اطلاعات جعلی نیز پیوند خورده - به‌صورت برنامه‌ریزی‌شده و هدف‌گذاری‌شده به خورد مخاطبان خود دهند.

اما چه شد که این افراد، مثلاً ایلان ماسک، از چنین مقبولیتی در میان جامعه برخوردار شدند که به راحتی می‌توان به آن‌ها منصب‌های بالای دولتی و جهانی داد و «مردم» نیز برای آن کف بزنند؟ تقریباً تمامی ابرمیلیاردرهای جهان سال‌ها تلاش کردند و حتی افراد و شرکت‌های بزرگ اقتصادی و رسانه‌ای را استخدام کردند تا از خود چهره‌ای «نیکوکار» نشان دهند و «مسئولیت اجتماعی» خود در برابر جامعه‌ی بحران‌زده از نابرابری‌های اقتصادی و محیط‌زیستی را انجام دهند. تصویری که سال‌هاست رسانه‌ها و نهادهای مدنی در کشور خودمان نیز آن را پررنگ کرده‌اند. امروز و در حالی که چهره‌ی این ابرمیلیاردرها برای بسیاری از جریان‌های پیشرو آشکار شده، همچنان رسانه‌های ایران و کارگاه‌های موفقیت و استارت‌آپ‌ها که ادعای پیشرو بودن هم دارند، پر هستند از محتواهای ترویجی مرتبط با این ابرمیلیاردرها و نظرات آن‌ها درباره‌ی تمامی موضوعات مهم جهان، موضوعاتی که هیچ دانشی در آن‌ها ندارند. به عنوان مثال، باز کردن شبکه‌ی ایکس و دنبال کردن اکانت‌ها و منابعی که می‌خواهیم آن‌ها را دنبال کنیم، بدون گرفتار شدن در هزاران محتوای فارسی مربوط به نظریه‌های توطئه راست‌گرایانه، همچنین اپوزیسیون راست افراطی و اعوان و انصار آقای ترامپ تقریباً غیرممکن است. برای ترک این شبکه و شبکه‌های مشابه، یا پایان الگوگیری و الگودهی به جامعه برای طی کردن این «راه موفقیت» هم نه اراده‌ای هست و نه محدودیت‌های دسترسی ایرانیان به رسانه‌های آزاد این اجازه را به آنها می‌دهد. برای تغییر، همیشه باید به عقب نگاه کرد. چطور به اینجا رسیدیم؟

در طول این جستار، از منظر ارتباطات سیاسی به نقش جامعه مدنی و رسانه‌ها، در محبوب و مقبول کردن گفتمان «میلیاردر نیکوکار و موفق» خواهیم پرداخت. گفتمانی که امروز که ابر میلیاردرهای اقتدارگرا نه تنها تامین مالی فاشیسم جهانی را برعهده دارند، بلکه عاملان تثبیت و اجرای آن هم هستند، تغییر آن را در اذهان فرودست شدگان، به عنوان جماعت‌های هدف فاشیسم اقتدارگرایی مبتنی بر فناوری و کارآفرینی مشکل ساخته است.

فاشیست‌ها شاخ و دم ندارند؛ فاشیست‌ها با شاخ و دم خود فخر می‌فروشند!

برداشت اول

سال ۲۰۱۶ احتمال قدرت گرفتن دونالد ترامپ در آمریکا و قدرت گرفتن احزاب راست‌گرا مطرح بود، روزنامه‌نگاران و تحلیلگران سیاسی از احتیاط به کار نبردن «فاشیست»‌های جدید آن‌ها را راست افراطی می‌نامیدند. آن سال‌ها، هنوز حوزه‌ی عمومی به ویژه حاکمیت‌های اعتدالی و لیبرال در شوک این گذار بودند، اگر در خیابان انقلاب تهران گشت می‌زدید و کتاب‌فروشی‌ها و بساط دست‌فروشان کتاب را نگاه می‌کردید، ده‌ها کتاب رنگارنگ درباره ترامپ، منش شخصی او، راه‌هایش برای مذاکره و امتیاز گرفتن و چطور ابر-سرمایه‌دار شدن او به چشم می‌خورد. اما رسانه‌های سیاسی را که نگاه کنید، شاید

تا همین یک سال پیش عبارت کلیدی که در رسانه‌های سیاسی استفاده می‌شود «قدرت گرفتن و گسترش فاشیسم» است. انگار شبیه به ما که یک قرن است در گذار «از سنت به مدرنیته» گیر کرده‌ایم و تاریخ‌دانان و جامعه‌شناسان باورشان نمی‌شود مدرنیته ایرانی همین شکلی است و باید همان را با شاخصه‌های خود تحلیل کنند، رسانه‌های جدید هم باورشان نمی‌شود که فاشیسم جدید همین است و باید آن را با شاخصه‌های خودش بشناسیم و با آن مقابله کنیم.

آن سال‌ها هنوز اطلاعات جعلی و گمراه‌کننده مانند امروز مفهوم‌پردازی نشده بود. بنابراین بسترهای فناوری و شبکه‌های اجتماعی و در صدر آن فیس‌بوک به عنوان بستر حاصلخیزی برای فریب توده‌های جدامانده و بی اعتماد به حاکمیت‌ها نقد می‌شد. بسترهایی که پژوهش‌های متعدد یکی بعد از دیگری نشان دادند برگ برنده‌ی احزاب راست‌گرا و نوفاشیست برای سازمان‌دهی است. در واقع هنوز به نقش و اراده کارآفرینان بنیان‌گذار آن‌ها چندان اشاره‌ای نمی‌شد. هنوز توئیتر ایکس نشده بود و حداقلی از حق عمومی در آن وجود داشت؛ مقرراتی که با آن حتی می‌شد آقای ترامپ را از توئیتر اخراج کرد و کمپین‌های نژادپرستانه و دعوتش برای پاک‌سازی‌های قومی و ممنوعیت ورود مسلمانان را خاموش کرد. و بار دیگر، و بعد از اعتراضات گسترده مردمی در سراسر جهان، به ظاهر قدرت را به لیبرال‌ها و اعتدال‌گرایان بازگرداند.

اما همان دوران، در کنار آن کتاب‌هایی که فعالان فرهیخته آن را «زرد» می‌خواندند، ده‌ها و صدها کتاب، ده‌ها و صدها کمپین و کارگاه آموزشی و برنامه‌های توانمندسازی در ایران و توسط نهادهای جامعه مدنی برای کارآفرین کردن و الگوسازی از میلیاردرهایی مانند ایلان ماسک و مارک زاکربرگ و بیل گیتس برگزار می‌شد. استارت‌آپ‌های وابسته به داده‌های کلان توسط بخش خصوصی و شرکت‌های بزرگ اقتصادی در ایران و حتی برنامه‌های دولت اعتدال‌گرا حمایت می‌شدند. فلان میلیارد ساعت ۴ صبح از خواب می‌شود، آن یکی روی ۱۶ ساعت کار می‌کند، چطور غذا می‌خورند، می‌پوشند، خرید می‌کنند و ... تلاش و کوشش فردی و استعدادهای خارق‌العاده‌ی آن‌ها باعث شده از تله‌ی فقر بیرون بیایند و قدرت پیدا کنند. همه‌شان هم اهل نیکوکاری و بنیادهای خیریه و حمایت و توانمندسازی جوانان و زنان و به حاشیه‌رفتگان هستند. «شما هم اگر انتخاب کنید و آگاه باشید می‌توانید مانند آن‌ها باشید.» تصاویر وهم‌آلود، عجیب و دست نیافتنی و رویایی که در شرایط ریاضت اقتصادی و از دست رفتن نظام حمایت اجتماعی و کار شایسته برای طبقه فرو دست شده و پس از آن فرو دست ساخته می‌شد.

شاید چنین جریان خود سازنده‌ی فاشیسمی که با آن روبرو هستیم نباشد. منظور اصلاً نشانه رفتن «نیت» این بخش از جامعه مدنی و فعالان آن نیست. اما در عمومی‌سازی و دامن زدن به گفتمانی که میلیاردرهای کارآفرین را «غیر سیاسی» و «موفقیت» می‌خواند و در مقابل «دولت‌های ناکارآمد» قرار می‌داد، می‌توان و باید از نقش رسانه‌ها و نهادهای مدنی سخن گفت. فاشیسم شاخ و دم ندارد!

امروز در سال ۲۰۲۵ و با قدرت گرفتن دوباره، و به مراتب تمامیت‌خواهانه‌تر از بار قبلی، ترامپ به قول همان غربی‌ها دیگر «دستکش‌ها را درآوردند.» حالا که دنیا در جنگ است، اوکراین رو به عقب می‌رود و غزه در نسل‌کشی می‌سوزد، حالا که مهاجران را دستگیر و به کشورهایی که تا به حال در آن‌ها زندگی نکرده‌اند رد مرز می‌کنند، حالا که نهاد دانشگاه، قانون و تقریباً تمامی معاهدات صلح و حافظ صلح پس از جنگ جهانی دوم زیر پا گذاشته شده‌اند، رسانه‌ها و تحلیلگران نیز زبان‌شان قوی‌تر شده و به جای «فاشیسم در حال گسترش»، از «فاشیسم جهانی قدرت‌گرفته از میلیاردرهای فناوری» سخن می‌گویند و می‌نویسند.

اما در کنار ترامپ امروز، مردی ایستاده که زمانی «غیر سیاسی» بود و قرار بود کره‌ی ماه را به نفع بشریت استعمار کند. ایلان ماسک توئیتر را خریده و پرچم سیاه ایکس را بر سر در آن کوبیده و بدون هیچ اغماضی از خلع کردن نظام حمایت آموزشی و حمایت اجتماعی نه تنها در آمریکا بلکه در دنیا سخن می‌گوید و برای آن برنامه‌های اجرایی گسترده دارد. آنقدر تمرکز قدرت در غول‌های شبکه‌های اجتماعی زیاد است و آنقدر مدیریت آن‌ها به دست همین الگوهای موفق کارآفرینی به شیوه‌ی اقتدارگرا انجام می‌شود که با وجود آگاهی از این واقعیت - که طبق پژوهش‌های متعددی از جمله مقاله‌ی «جی وان بول» و همکاران در ژورنال ScienceDirect، هشتاد درصد از اخبار جعلی در فضای مجازی تنها توسط ۰.۱ درصد کاربران تولید می‌شود و این اطلاعات جعلی و گمراه‌کننده، سازندگان گفتمان‌های غالب و تنفرآمیز در فضای مجازی هستند - تقریباً هیچ کنشی برای جلوگیری از آن‌ها انجام نمی‌شود و دولت‌ها نیز قدرتی بر آن ندارند.

نهادهای مدنی و بخش اجتماعی در ایران هم به همین ترتیب متحول شده است. استارت‌آپ‌های فناوری در ایران هم انحصار قدرت را در دست دارند اما چون به ظاهراً «مستقل» و غیردولتی و غیرسیاسی هستند، می‌توانند غلبه‌ی خود را بر نهادهای مدنی از راه آنچه «مسئولیت اجتماعی شرکتی» می‌نامیم اعمال کنند. بخش بسیار بزرگی از سازمان‌های غیرانتفاعی موفق و بزرگ از راه همین چند شرکت و هیات مدیره‌های غیرمسئول و سیاست‌گذاری‌های غیرشفاف و فرار مالیاتی آنها تامین مالی می‌شوند. روزنامه‌های طرفدار محیط زیست از این شرکت‌ها برای رپرتاژ دریافت می‌کنند و فرهنگ «استارت‌آپی» مسئولیت اجتماعی را با کمپین‌هایی مثل بازگرداندن خاک هرمز با پست و جمع‌آوری زباله از جنگل‌ها تبلیغ می‌کنند. چنین نهادهایی حتی زمانی که دولت «وفاق» بر سر کار باشد و نگاه امنیتی به آن‌ها کمتر، باز هم مجبورند محافظه‌کاری کنند، از نامیدن مسببان ابر-پولدار ریاضت اقتصادی سر باز بزنند و برای آن‌ها تبلیغ هم کنند و به جای اینکه متعهد به جامعه هدف‌شان باشند، به این افراد قدرتمند پاسخگو باشند و باز فرودست شدگان را بیشتر از پیش رها کنند. و دور از انتظار نیست که در دوران اعتراضات زن، زندگی، آزادی از پیوستن به جامعه‌ی در حال تحول و معترض جا ماندند.

قبلاً گفته شد که جماعت‌های فرودست شده و جامانده از رفاه و توسعه و آگاهی اجتماعی در زمانه نولیبرالیسم دنبال‌کنندگان اصلی فاشیسم جدید هستند. فاشیسمی که به آدم‌ها قبولانده است که جهان در حال پایان است و به جز تکیه کردن به افرادی محدود و قدرتمند، موفق و نجات‌دهنده راهی برای نجات جمعی از این وضعیت نیست. اما الگویی که از این افراد موفق و خیرخواه ساخته می‌شود را اتفاقاً نه فاشیست‌ها، بلکه رسانه‌های آزاد و نهادهای جامعه مدنی که دسترسی بهتری به جماعت‌های فرودست شده و در روای موفقیت مانده و بازمانده دارند می‌سازند.

ناؤومی کلین و استرا تایلور در مقاله‌ی بلندی که در روزنامه گاردین منتشر شده این پدیده را «فاشیسم آخرزمانی» می‌نامند. آن شیوه از پناه جستن که ترجیح می‌دهد نابودی و کنترل شدن توسط افراد موفق و قدرتمند را جشن بگیرد تا جهانی را تصور کند که در آن برتری افراد به این شکل و حد وجود ندارد.

امروز می‌دانیم هیچ‌کدام از میلیاردهای دنیا «خودساخته» نیستند و با کوشش فردی خود از فقر بیرون نیامده‌اند. امروز بر اساس گزارش جهانی ثروت Global Wealth Report می‌دانیم که ۱۰ درصد از ثروتمندان جهان ۸۲ درصد از کل ثروت کل جهان، و ۱ درصد در آن‌ها بیش از ۴۵ درصد ثروت جهانی را در اختیار دارند. می‌دانیم که میلیاردهای کارآفرین حوزه‌ی فناوری با پول و ثروت خود، کنترل بر اذهان و رفتار جهان را خریداری می‌کنند و با فعالیت‌های نیکوکارانه‌ی خود به آن مشروعیت می‌بخشند و از مالیات فرار می‌کنند. اما برای هیچ‌کدام از این‌ها کاری نمی‌کنیم یا نمی‌توانیم بکنیم. ایلان ماسک «باهوش» می‌تواند مانند شاهی بر تخت بنشیند و سلیقه‌ی شخصی‌اش را بر سیاست‌هایی اعمال کند که بر زندگی روزانه‌ی ما تاثیر مستقیم دارد.

نه، این هم‌بندی و بهم پیوستگی جهانی که در دنیای ارتباطات عمیق‌تر هم شده افسانه نیست و مقایسه آنچه بر ما می‌گذرد و آنچه جهان از سر می‌گذارند نه کوتاه‌فکری است و نه غرب زدگی. ما و نهادهای ما نه از جهان (درگیر راست‌گرایی یا نو-فاشیسم) عقب هستیم و نه استثایی جدا بافته در جامعه‌ی جهانی. باید دید چه شکلی از سیاست و سازوکارهای آن بر ما حاکم است و هر بخش از جامعه چطور در ساختن گفتمان‌های هژمون نقش ایفا می‌کند.

در روزهایی که این جستار را می‌نوشتم بیشتر از قبل شبکه‌های خبری جریان اصلی اپوزیسیون را نگاه می‌کردم. یک برنامه‌ی یک ساعته با افتخار به ایلان ماسک مربوط بود و تحلیلگر از این می‌گفت که او اعتقاد دارد فقط آدم‌های باهوش باید در دنیا بمانند و دنیا را اداره کنند و چون خودش و زن خودش نابغه است، فرزندهای زیادی دارد و مرتب زنان مختلف را باردار کرده که باهوش‌های دنیا را زیاد کنند و برای مدیریت امور فرزندان‌ش مدیر هم تعیین کرده است. بلند بلند گفتیم: «انگار خود هیتلر رو می‌گه!» در شرایطی که طبقه فرودست شده و ایزوله شده در جامعه‌ی اطلاعاتی ایران دسترسی چندانی به رسانه‌های آزاد و اطلاعات معتبر ندارد، پروپاگاندای رسانه‌ای همین شبکه‌ها مسئولیت ساختن و دوباره ساختن همان تصویر را از «نابغه‌ی دیکتاتور حوزه فناوری» در اذهان عمومی دارد. فاشیست‌ها نه تنها شاخ و دم دارند، که این روزها با آن فخر هم می‌فروشند!

برداشت آخر

یانیس واروفاکیس، اقتصاددان یونانی در این باره و در مصاحبه با وبسایت نوآرا مدیا می‌گوید فاشیسم یک پدیده خرده بورژوازی است و با بحران سرمایه‌داری و از دست مشاغل و آگاهی طبقه فرودست شده آغاز می‌شود و سپس به طبقه فرودست نفوذ می‌کند. همان اتفاقی که در دهه ۳۰ میلادی افتاد در دوران ما نیز در حال رخ دادن است. تمام ادعای لیبرالیسم و پروژه‌ی سیاسی آن تشویق و ترویج فردگرایی و آزادی‌های فردی به عنوان مشروعیت خود است. در ذهنیت

لیبرال، یک نظام سیاسی و یک کشور هنگامی مشروع است که افراد آن خودمختار و آزاد باشند. اما اگر ذهن افراد در اختیار یک فناوری کلان باشد که توسط افرادی محدودی کنترل می‌شود چه؟ در این صورت آن فرد قدرت کنترل بر اذهان یک جامعه را به نام خودمختاری پیدا می‌کند. در واقع در این شکل ما یک نظام مرکزگرای کنترل‌گر داریم که قدرت کنترل کردن افراد، آنچه فکر می‌کنند و آنچه می‌خواهند را دارد.

تیم شواب Tim Schwab روزنامه‌نگاری است که سالها بر فعالیت میلیاردها در حوزه توانمندسازی و نیکوکاری، بهداشت و سلامت و آموزش روزنامه‌نگاری تحقیقی انجام داده است. او در کتابی که سال ۲۰۲۵، همین امسال، با عنوان «معضل بیل گیتس؛ سر و کله زدن با افسانه‌ی میلیارد خوب» منتشر کرده، به بررسی تاریخ فعالیت‌های بنیاد گیتس (بزرگ‌ترین بنیاد نیکوکاری در جهان و تامین‌کننده مالی مهم‌ترین پروژه‌های نیکوکاری و بهداشت جهانی) و ارتباط آن با اقتدار و کنترل بر جوامع فرودست شده و تنهامانده می‌پردازد. به نظر او میلیاردرهای کارآفرین و نیکوکار در واقع نیکوکار نیستند؛ بلکه دلال قدرت هستند. او با تحلیل و آمار و بررسی‌های طولانی مدت خود به خوبی نشان می‌دهد چطور «بخشندگی» میلیاردرهایی مانند گیتس و زاکربرگ و بروس و فاصله گرفتن ظاهری آنها از ثروت خود در نهایت به خلق ثروت بیشتر و اقتدار و کنترل سیاسی منجر می‌شود. اینجا مسئله نیت مثبت کسانی مانند گیتس، که به نظر نویسنده نباید با کسی مانند ایلان ماسک مقایسه شود، نیست. مسئله اینجاست که اول، قدرتی که فعالیت‌های نیکوکاری و برند آنها از کارآفرین و الگوی موفقیت برای افراد می‌سازد، آنها را به نهادهایی قدرتمند، غیردموکراتیک، و غیرممکن از پاسخگو بودن تبدیل می‌کند.

مثال بارز آن را می‌توانیم در رسانه‌های رسمی ایران ببینیم که انتقاد از شرکت‌های بزرگ فناوری در آنها تقریباً صفر است، چه برسد به گزارش‌های تحقیقی. هرچه هست رپرتاژ است و آگهی و مسئولیت اجتماعی و کمک آنها به ان.جی.اوها و خیریه‌ها. هنوز تصویر و نظرات ایلان ماسک و بیل گیتس و زاکربرگ و نظرات آنها درباره همه‌چیز از آینده ایران گرفته تا آینده گره‌ی ماه در این رسانه‌ها پر است. الگوسازی از ابرمیلیاردرها برای مردم از یک سو، و مشروعیت دادن به چنین الگویی از موفقیت و انباشت قدرت و کنترل با رنگ و بوی نیکوکاری در ایران از سوی دیگر.

در زمانه‌ای که دولت و رسانه‌های رسمی مشروعیتی ندارند و «موفقیت در رقابت» جایگزین رفاه و زندگی شایسته شده، افراد و شرکت‌ها و نهادهای غیرسیاسی به سازمان‌های سیاسی با قدرت سیاسی خارق‌العاده اما غیردموکراتیک تبدیل می‌شوند که سلبریتی‌وار می‌توانند رهبران نیکوکار فاشیسم محلی اما جهانی باشند. به نظر شواب، موفقیت و نیکوکاری هم مانند دیگر کالاهایی که میلیاردرها تولید می‌کنند یک کالا است. کالایی که چرخش آن و فروش آن به قدرت و نفوذ و سرمایه‌ی بیشتر، و در نتیجه الگوهای دست‌نیافتنی و الهه‌وار از میلیاردرها منجر می‌شود.

قدرت و نفوذی که راحتی می‌تواند با تمرکز و غلبه‌ای که بر اذهان و حوزه عمومی دارد، آنها را مسخ و کنترل کند و سیاست و اقتصاد را در دست بگیرد. اگر این همان حاصلخیز کردن زمین برای گسترش فاشیسم نیست، پس چیست؟ چند وقت پیش بود که ایلان ماسک در یک مراسم سلام هیتلری نشان داد و تایملاین ایکس فارسی‌زبان پر شده بود از توجیه کردن تمامی معانی که آن سلام می‌توانست داشته باشد به جز «من فاشیست هستم و شما فاشیست هستید». مایا آنجلو در جایی گفته بود: «وقتی کسی خودش چهره‌ی واقعی خودش را به شما نشان داد، همان دفعه‌ی اول او را باور کنید.»

اگر این «نیکوکاری» یک کالاست، شاید زمان آن رسیده که خریدن آن را تحریم کنیم، و نهادها و رسانه‌هایی که این شیوه تولید کالا را ترویج و تثبیت می‌کنند را وادار به پاسخگویی کنیم.