

ارتباطات و اقتصاد: خدمتگزاران «قرن امریکایی»

■ مهدی رحیمیان

روشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

بین‌المللی این موضوع را آشکارا پیش روی خوانندگان خود گذاشت. در این مقاله عنوان شده بود که «کارایی این مجموعه (ارتباطات بین‌المللی تحت سلطه آمریکا) بستگی به این دارد که ایالات متحده، بسان انگلیس که در گذشته مرکز نشر افکار و تجارت جهانی بود، پیشرفت کند... در مقایسه با اهمیتی که نظام ارتباطات برای کشور بزرگی که در این نیمکره جهان است مورد بریتانیای کبیر مصداق درستی نیست.»

برای کشورهایی که از بند استعمار رها شده اند و برای دولتهایی که الگوهای استعمار و استثمار هنوز از افکار قریانیانش (مستعمره‌ها) هنوز زنده نشده است، این موضوع چندان ساده و قابل هضم نیست. بنابراین، وظیفه رهبران استقلال ملی یک کشور نوپا چقدر مشکل خواهد بود، اگر بخواهند مانند یک فاتح سنتی رفتار کنند؟ و چه امید اندکی برای موفقیت در پیش روی کشوری خواهد بود، که آشکارا قصد خود را از تحمیل دوباره استعمار، به مردم تازه از بند رها شده اعلام

بیش از یک ربع قرن پیش، هنری لوسه در سر مقاله مجله لایف از مردم آمریکا چنین خواست، «ولایف و موقعیت‌مان را به عنوان نیرومندترین و مهم‌ترین کشور جهان قلباً قبول کنیم و در نتیجه، بازتاب کامل قدرتمان را به طرق و وسایلی که در اختیار داریم، به دنیا بشناسانیم.» لوسه چنین ادامه داد، «زمان آن فرا رسیده است، تا مرکز قدرتی باشیم که آمال مردم سراسر جهان را بخش و منتشر می‌کند.» این سخنان از این رو جالب می‌نماید که آغاز یک «قرن امریکایی» را یکی از قدرتمندترین مجموعه‌های ارتباطی ایالات متحده اعلام می‌کند؛ لوسه، مدیر این مجموعه، قبل از دیگران احساس کرده بود که آمیزش «قدرت اقتصادی» و «کنترل اطلاعات» (تصویرسازی ترکیب عقاید عمومی...) مظهر کامل قدرت جدید بین‌المللی و داخلی، خواهد بود.

نورچون، نشریه دیگر لوسه، در سال ۱۹۴۳ در مقاله‌ای تحت عنوان «ارتباطات جهانی» اهمیت

نماید؟ سلطه جویی و استیلاطلبی برای مردم امریکا نیز که خود را فرزندان اولین طغیان ضداستعماری خوانده اند، در همین جاست که به تناقض می انجامد.

البته برای کسانی که طالب یک امپراطوری هستند راههای گریز فراوانی وجود دارد. بحران رهبری دنیا که در تصمیم گیریهای امریکا در سالهای بعد از جنگ دوم جهانی موثر بوده است می توانست بهانه خوبی به رهبران امریکا بدهد. وسایل ارتباط جمعی جدید را توسعه طلبان پیشین نداشتند، این وسایل نقش دوگانه ای دارند. در داخل مرزهای امریکا، وسایل ارتباط جمعی بی توجهی مردم نسبت به نقش سلطه گرانه امریکا در جهان را به نحوی از دیدها پنهان می کنند. در خارج از امریکا، موج مخالفت با استعمار تجدید شده و تا حدودی نامشهود، به طرز کاملاً موفقیت آمیزی از مسیر خود منحرف شده و از طریق نصاب و پیامهایی که از ایالات متحده سرچشمه می گیرد و به طور مداوم در رسانه های گروهی و اطلاعاتی سایر کشورها جریان پیدا می کند، در پرده ابهام باقیمانده است. بنابراین، این دو سیاست داخلی و بین المللی دو روی یک سکه اند و تناقضی با هم ندارند.

در داخل امریکا، قلمرو ارتباطات را شرکتهای ثروتمند اداری و صنعتی اداره می کنند. آنها جامعه ای مصرفی و طبقه بندی شده از نظر درآمد و نژاد توصیه می کنند و در عین حال عناصر ایدئولوژیک این جامعه پربهرکت را تدارک می بینند، یعنی اندیشه یک زندگی خوب.

دوران گردآوری سرمایه در امریکا، که بر دوراندیشی، احتیاط، صرفه جویی و پس انداز تاکید فراوان داشت، مدتهاست که به سرآمده است. رسانه های گروهی آشکارا در آگهیهای تجارتي و به طور ضمنی در برنامه های سرگرم کننده، بیننده خود را با الگوهای رفتاری-اجتماعی که در تسکین فشار تحمل ناپذیر فعالیتهای اقتصادی مؤثر است، آموزش می دهند. از این رو به واکنشهای اقتصادی فرد که طالب تلاش و تسریع امور است، اهمیت فراوان داده می شود. از یک سو مصرف و از سوی دیگر پس انداز تشویق می شود و شاید برای یک قرن این دو موضوع، به جز چند مورد استثنایی، در راه اندازی صنایع امریکا سهم بسزایی داشته است.

تمامی این سیاستها که غالباً منجر به آشوبهای روانی و مشکلات مادی می شود، به عنوان نظامی قابل قبول و غیرقابل تغییر به شهروندان معرفی می شود. از این گذشته، جیره خواران این سیاستها، یعنی وسایل ارتباط جمعی به مردم و خود اطمینان می دهند که عدم وجود جهت و هدف ظاهری و عدم شرکت میلیونها انسان در تصمیم گیریهای اجتماعی نشانه هایی از آزادی کشور است.

تأثیرات خارجی این الگوی داخلی قوی و موثر بوده است. با این وجود، برای متجلی شدن اثراتش باید مدت زمانی بگذرد. قلمرو بین المللی امریکا را ۵۵ میلیارد دلار سرمایه گذاری اعیان در خارج از کشور (و میلیاردها دلار سرمایه گذاری پنهان) و سالیانه ۵۵ میلیارد دلار تجارت خارجی شکل می دهد. این سرمایه به وسیله یک گروه فوق العاده متمرکز «فرماندهان اقتصادی» اداره می شود. این قلمرو در سایر قاره ها نیز نفوذ کرده است و همه ساله بزرگتر و عظیم تر می شود. لذا نظام ارتباطی نیرومندی برای حفظ چنین امپراطوری لازم است؛ و از مناطق زیر نفوذ این قلمرو انتظار می رود که به جای دوستی از روی اکراه، دست اتحاد و همکاری کامل داده و اخلاص خود را با قبول «حضور امریکا» و «آزادی بیان، آزادی تجارت و آزادی عقیده» نشان دهند. شبکه سلطه جویانه اقتصادی و سرمایه گذاری امریکا رسانه های گروهی را به عنوان ابزاری در جهت توجیه این حضور به کار می گیرد و در مناطقی که امیدی به رشد اقتصادیشان وجود دارد، آنها را مورد استفاده قرار می دهد.

رسانه های ارتباطی امریکا تصویری از روش زندگی را عرضه می کنند. در این تصاویر کالاهایی تبلیغ می شود که شرکتهای خصوصی آنها را تهیه می کنند و افراد نیز به صورت شخصی مصرف می کنند. تاکید بر نحوه برنامه سازی و تبلیغات در این رسانه ها اولین و آخرین حرف را می زند، چگونه و محتوای درونی برنامه ها معمولاً، نه همیشه، نادیده گرفته می شود. در عین حال، نیز نیازمندیهای علوم رفتاری در ایالات متحده با تربیت متخصص، تحقیقات دانشگاهی را به این موضوعات معطوف می سازند.

مختصات و طبیعت جهانی که چنین بی اختیار خود را در دامن نفوذ امریکا رها کرده است، چیست؟ بعضی از جریانهای نیرومندی تاریخی به این سیر خردکننده و نفوذی دست یاری داده اند. جامعه بین المللی که در ریع قرن گذشته پدیدار گشته، ترکیب کاملاً متفاوتی دارد. این عصر جدید، بر اساس جایجایی و توزیع قدرت در سطح جهانی تعریف می شود. افزایش قدرت صنعتی امریکا در مقایسه با اروپا، که زمانی بر دنیا حکومت می کرد، بیشتر بوده است. در حاشیه این جایجایی قدرت، دو تحول مهم دیگر صورت گرفته است.

ابتدا، روسیه از انزوا بیرون آمده و بر نیمی از اروپا و قسمت اعظم آسیا تسلط یافته است. به علت شرایط ویژه، این مناطق مانند مناطق اروپای غربی و امریکا توسعه و پیشرفت را تجربه نکرده است.

تحول مهم دیگری که در دنیا بوقوع پیوست، تبدیل نظامهای سیاسی بسیاری از کشورهای جهان از حالت تبعیت و انقیاد کامل (استعماری) به وضعیت استقلال

■ در خارج از
امریکا، موج
مخالفت با امریکا
تجدید شده و از
طریق تصاویر و
پیامهایی که از
ایالات متحده
سرچشمه
می گیرد و به طور
مداوم
در رسانه های
گروهی و
اطلاعاتی سایر
کشورها جریان
پیدا می کند،
در پرده ابهام
باقی مانده است.

■ آنچه ساختار سلطه جویانه امریکا را پیچیده تر می سازد، همانا وابستگی و دل بستگی او به امتزاج اقتصاد و ارتباطات است که در پاره ای، نه تمامی بخشها جانشین اصل قدیمی فاتحین تاریخ، یعنی اصل «خون و آهن» است.

سیاسی و حاکمیت ملی بود. به دنبال سقوط نظام استعماری اروپای غربی، شمار زیادی از حکومت های جدید پدید آمده اند. تعداد اعضای سازمان ملل متحد، که منعکس کننده این تغییرات سیاسی است، از بدو تاسیس آن، دو برابر گشته است. علیرغم این تغییرات سیاسی، بازتاب استعمار گذشته، در منابع انسانی و مادی و ساختارهای اجتماعی این ملل جدیدالتاسیس همچنان مشاهده می شود.

نیروی تحلیل رفته اروپا، پایگاه گسترش یافته اما تدافعی جهان سوسیالیست و جهان سوم تازه استقلال یافته اما ضعیف از نظر اقتصادی، در مجموع محیطی مناسب برای گسترش قدرت امریکا بوجود آورد. آنچه که ساختار سلطه جویانه امریکا را پیچیده تر می سازد، همانا وابستگی و دل بستگی او به امتزاج اقتصاد و ارتباطات است که در پاره ای، نه تمامی بخشها جانشین اصل قدیمی فاتحین تاریخ، یعنی اصل «خون و آهن» شده است.

اقتصاد و ارتباطات نقش موثری در شکل گیری «قرن امریکایی» داشته اند و جالب است بدانیم که این دو، در مسیر تکامل نیز گام برمی دارند. درک قدرت اقتصادی ایالات متحده، به عنوان ابزاری نفوذی در زمینه های بین المللی، اولین گام در راه شناخت این تکامل است.

امکانات و تواناییهای پدیده ارتباطات بعدها شناخته شد و مورد استفاده قرار گرفت. به سال ۱۹۳۴، هنگامی که جنگ جهانی هنوز ادامه داشت، ج. ب. کوندلیف در مقاله ای با عنوان پیشگویانه ' قدرت اقتصادی به مثابه ابزار سیاست ملی توجه اقتصاددانان کشور را به آنچه که در جلوی چشمان بسته آنها جریان داشت، جلب نمود. کوندلیف به این نکته اشاره نمود که، «برای اولین بار در دهه های اخیر، و شاید برای اولین بار در تاریخ جمهوری نوپای امریکا، شوجه نظامیها و صاحب منصبان سیاسی و در درجات پایین تر، اقتصاد دانان، به مواضع قدرت ایالات متحده در دنیای جدید جلب شده است.»

در حقیقت، آنچه که ممکن بود برای اقتصاد دانان آکادمیک امریکا آشکار نباشد، مطمئناً از چشم حکمرانان واشنگتن و لندن پوشیده نبود. مدتها بود که رهبران بریتانیا به طبیعت سرسخت و پرتحرکی که اقتصاد امریکا در خلال مذاکرات اقتصادی از خود نشان می داد، واقف بودند. اکثر تفسیرهای اقتصادی پایان جنگ بر هدفهای سرسختانه و سازش ناپذیر نمایندگان دولتی و اقتصادی امریکا دور می زد. این تفاسیر تمایل امریکاییان را در به بن بست کشاندن اقتصاد رقبای تضعیف شده خود، یعنی بریتانیایی ها، آشکار می کرد. مدتی طول کشید تا اهداف سیاست توسعه طلبانه اقتصاد امریکا، در قالب ساختاری تئوریک و جهانشمول

تجلی کند. با این همه در سال ۱۹۴۷، این الگوها و دیدگاهها پخته شده و برای اعلام و اعمال آماده بودند. در ماه مارس ۱۹۴۷، پرزیدنت ترومن با لحنی حاکی از تایید و تاکید بر اقتدار امریکا در نقش جدید خویش، جمع کثیری از آگاهان و علاقمندان موضوع را در دانشگاه بیلر تگزاس مخاطب قرار داد. ترومن نطق خویش را چنین شروع نمود، «ما (امریکایی ها) غول جهان اقتصاد هستیم و چه بخواهیم و چه نخواهیم، آینده روابط اقتصادی جهان به ما بستگی دارد، دنیا در حال تماشای ماست تا ببینند چه می کنیم. بنابراین، انتخاب از آن ماست.» تکرار کلمات ترومن به خاطر پیامی که در آن مستتر است، ضرورت فراوان دارد. و همان طور که سالها بعد مشاهده شد، این نطق پایه و اساس سیاست امریکا را برای ۲۰ سال آینده تحت الشعاع قرار داد. هنوز نیز این اصول در تصمیم گیریهای کادر رهبری امریکا مورد استفاده قرار می گیرد. ترومن صریحاً اظهار داشت که «امریکایی ها برای یک چیز بیش از صلح ارزش قائلند و آن آزادی است، آزادی دین، آزادی سخن و آزادی تجارت.» ترومن هرگز سعی در پنهان نمودن این واقعیت ننمود که این آخرین نوع آزادی، یعنی آزادی تجارت بود که در آن لحظه خاص بر افکارش سنگینی می کرد. آن نوع آزادی که در دوران ریاست جمهوری چهار جانشین بعدی او عامل تعیین کننده و تصمیم گیرنده روابط اقتصادی ایالات متحده، با جهان خارج گردید. با این همه «آزادی سخن» که به عنوان حامی فرصتهای نامحدود و انتشار پیام از سوی وسایل ارتباط جمعی امریکا تعبیر شده بود، از زمان نطق ترومن به این طرف، به صورت حامی موثری برای «آزادی تجارت» در چهارچوب سلطه جویی امریکا تبلیغ شده است.

ترومن الگوی تجارت بین المللی را مطرح نمود که «مساعدترین الگو برای آزادی تجارت است. الگویی که در آن تصمیمات اصلی نه به وسیله دولتها بلکه به وسیله خریداران و فروشندگان خصوصی، تحت شرایط آزاد و با تضمین کافی در مقابل تشکیلات انحصار طلب و کارتل ها، گرفته می شود.» ترومن تاکید نمود که، «در چنین نظامی خریدار و فروشنده جنس خود را در هر زمان و مکان و به تعداد دلخواه خریده و یا می فروشند، و به قیمتهایی که در بازار ارائه می شود اعتماد کامل دارند. کالاها به دنبال فرصتهای اقتصادی از کشوری به کشور دیگر نقل مکان می کنند. البته ممکن است که حکومتها بر این کالاها حقوق گمرکی وضع نمایند، لیکن آنها هرگز میزان تجارت، مبدأ واردات و مقصد صادرات را دیکته نمی کنند. معاملات فردی مسئله انتخاب فردی است. این اساس و مفهوم آزادی تجارت می باشد.» ترومن ادعا نمود که امریکایی جماعت

به این قرار و مدارها بیشتر از صلح ارج می‌نهد. باید این نظریات را انتخاب جالبی تلقی نمود، آنهم در دوران هسته‌ای. ترومن همچنین در لفافه گفت که هر نظری غیر از این «روش امریکایی نیست و نمی‌تواند راهی به سوی صلح باشد.»

ترومن مشخص نکرد که ارتباطات چه نقشی در نیل به این هدفها خواهد داشت. این موضوع و دیگر مسائل موجود در اظهارات ترومن زمینه جالبی برای بحث‌های آینده بوجود آورد. به طور کلی، اگر کلمه «اطلاعات» و یا «ارتباطات» را جانشین کلمه «تجارت» در سخنرانی ترومن کنیم، سرخی از مکانیسم توسعه طلبی امریکای معاصر بدست خواهیم آورد. با چنین تغییری، ما به دنبال الگویی از ارتباطات بین‌المللی خواهیم بود که «مساعدترین الگو برای آزادی تجارت» باشد. در سایر زمینه‌ها نیز این جابجایی لغوی معنی و مفهوم خود را پیدا می‌کند. به طور مثال، رابرت سارنوف رییس RCA، در سخنرانی خود، زمانی که چندان دور را پیش بینی می‌کند که در آن «اطلاعات به مثابه یک کالای اساسی و هم‌ارزش با انرژی خواهد بود.» و اینکه «در جهان اقتصاد، اطلاعات به صورت یک نظام و وجه رایج پولی، که در همه جا با کالا و سایر خدمات قابل تعویض است، درخواهد آمد.»

حرکت اطلاعات بین‌کشورها براساس «فرصت‌های اقتصادی» و «رقابت» به دلیل محدودیتهای ملی و فرهنگی کند نشده و برای رسانه‌های گروهی امریکا همانند تجارت و مسایل اقتصاد است. بنابراین، منافع مادی تجارت و ارتباطات جمعی امریکا تعبیر و تجلی خود را در اعلامیه بعد از جنگ رییس‌جمهوری، در مورد آزادی بیان و آزادی تجارت پیدا نمودند. منافع مشترک بین دو عامل مهم اقتصاد و ارتباطات، زمانی بیشتر عیان گردید که احساس شد سردمداری آزادی ارتباطات (بیان) غالباً سودهای غیرمستقیم فراوانی به همراه دارد. این سودهای غیرمستقیم همانا گسترش تجارت و نظام ارزشی امریکا در جهان بود.

منظور ترومن از یک دستور العمل منظم اقتصاد بین‌المللی رونوشت جدیدی از یک نظام جهانشمول قدیمی بود. در اواخر قرن ۱۹، دو اقتصاددان انگلیسی که درباره سیاست ملی انگلیس قلم فرسایی می‌کردند، در نوشته‌های خود عبارت خوش‌آهنگ «امپریالیسم تجارت آزاد» را بکار می‌بردند. برطبق نظریه آنها، مفهوم جدید «امپراطوری» را نباید تنها از طریق معانی قراردادی آن مورد قضاوت قرار داد. «امتناع از ضمیمه کردن خاک یک کشور دلیل بر بی‌میلی کنترل آن کشور نیست.» بر مبنای تجربه این دو نویسنده انگلیسی، اصول محرکه یک امپراطوری غیرقراردادی «معاهده تجارت آزاد و دوستی بود که با یک دولت

ضعیف‌تر بسته و یا به آن کشور تحمیل می‌شد.» آنها سیاست کار را چنین توصیف می‌کردند. «در صورت امکان تجارت با کنترل غیرقراردادی و یا اگر لازم باشد بازور انجام می‌گیرد.» در اولین سالهای قرن نوزدهم، بعد از اینکه امریکای لاتین از زیر سلطه اسپانیا بیرون آمد، فرصتهای طلایی برای اعمال «امپریالیسم تجارت

■ در داخل امریکا قلمرو ارتباطات را شرکتهای ثروتمند اداری و صنعتی اداره می‌کنند، آنها جامعه‌ای مصرفی و طبقه بندی شده از نظر درآمد و نژاد توصیه می‌کنند و در عین حال عناصر ایدئولوژیک این جامعه پر برکت را تدارک می‌بینند، یعنی اندیشه یک زندگی خوب.

آزاد» در این منطقه برای انگلیس بوجود آمد. سخنان کانینگ، وزیر انگلیسی سالهای بعد از ۱۸۲۳، به طرز اعجاب‌آوری امروزی می‌تواند. «امریکای اسپانیا آزاد است و اگر ما اوضاع را درست اداره کنیم، آنجا از آن انگلیس خواهد شد.»

یک قرن و نیم بعد، رهبران امریکا با علاقه فراوان اما بدون تظاهر به آن، شاهد تجزیه امپراطوریهای بریتانیا، فرانسه، آلمان و پرتغال بودند. منافع فراوان در مستعمرات این امپراطوریها برای امریکا جوان و تازه به دوران رسیده بسیار و سوسه‌کننده بود. سرانجام با گذشت مدت زمانی که چندان زیاد، امریکا توانست در این مستعمره‌های سابق و کشورهای مستقل فعلی پای خود را باز کند و هرم قدرت جدیدی را شکل دهد.