

جهانی شدن ، دامی برای دموکراسی و رفاه

نوشته ی هانس پتر مارتین و هارالد شومن

ترجمه ی فریبرز جعفرپور

بخش دوم

(قسمت اول)

همه چیز در همه جا

شدت جهانی شدن و فرسودگی جهانی

دهقانان به اربابان تعلق داشتند و اربابان به دهقانان ، لیکن اکنون همه چیز در هم برهم است . کسی دیگر سر از کار جهان در نمی آورد

از گفته های فیرس خدمتکار در باغ آلبالو اثر آنتون چخوف

جهان یکی می شود . و در ابتدا کره ای بود بنام کره ی خاک .

فاصله ی هوایی شنگدو از پکن و هنگ کنگ سه ساعت و از لهاسا واقع در کشور تبت دو ساعت است . شنگدو به عنوان مرکز ایالت اسزچوان چین حد اکثر می تواند برای دوستاران غذاهای چینی نامی آشنا باشد . مسافران خارجی تنها در توقف های ناخواسته ی هواپیماها به این شهر نزدیک می شوند . شنگدو اکنون ۳،۴ میلیون نفر جمعیت دارد و در میان شهرهای غول آسای جهان یکی از سریعترین درصدهای رشد را دارا می باشد .

در میان اسکلت های آسمان خراش های نیمه کاره ، تصاویر نقاشی شده ی مائو که اکنون دیگر در چهره اش نشانی از پیشرفت کشور دیده می شود ، به چشم می خورد . تابلوهای رنگارنگی همچون صفحه های تلویزیون هائی غول آسا از و رای گرد و غبار خیابان های مملو از آدم ولی هنوز اسفالت نشده ، نظر رهگذران را به خود جلب می کنند . بر روی این تابلوها تصاویر ویلاهای یک طبقه ی صورتی رنگی با چمن های سرسبز ، استخرهای آبی رنگ و یک زوج خوشبخت چینی که در کنار اتومبیلی روباز ایستاده است ، دیده می شود . (۱)

در آنسوی کره ی زمین ، در اعماق جنگل های آمازون در نزدیکی مرزهای بلیوی و برزیل نیز تصاویر خیابان ها همان نوید را می دهند. کنسرن ساختمانی مندرس جونیور از سان پاولو در درون جنگل های بکر با تابلوی عظیمی برای ویلاهای زیبای مدل آمریکائی - لیکن نابود کننده ی طبیعت - تبلیغ می کند. در کلبه های خرابه ای در ساحل رودخانه ی پوروس چند جوان کابوکلوزی یعنی اعقاب دورگه ی سرخ پوستان و بردگان سیاهپوست ، در باره ی اندازه های کمر و باسن پاملا اندرسن هنرپیشه ی سریال آمریکائی " بای واچ " چنان گرم در صحبت اند که گویی و ی یکی از دختران همسایه شان است . دلالان چوب با دادن دستگاه های ویدئو و نوار های فیلم های هالیوود به اندک بازماندگان قبایل سرخپوست ایالت روندونیا، آخرین درخت های ماهگونی دهکده هایشان را به تاراج می برند. (۲)

جذبه ی تصاویر متحرک حتی سرخپوستان آینومامی را که منحصر به فرد بودنشان نظر بسیاری از انسان ها را به خود جلب نموده است ، نیز سحر کرده است . جوانان احتمالاً آخرین شانگیلائی موجود در بهوتان نیز به همین سرنوشت دچار گشته اند . در این دیکتاتور ی طبیعی بودایی در کوهپایه های هیمالیا مردم موظفند همیشه روپوشی بلند بر تن داشته باشند و با وسایل قرون وسطایی زمین هایشان را شخم بزنند . معذالک آن ها آن عده از هموطنانشان را که بر روی لباس ملیشان کتی چرمی می پوشند و فیلم های ویدیویی آمریکایی کپی شده در هندوستان را می فروشند، تحسین می کنند. (۳)

حتی در دورترین بخش شرقی روسیه نیز دیگر همه فیلم "دنور کلان " را می شناسند. رئیس فرودگاه کاباروسک از اینکه توریست ها تصور می کنند که وی مجله ی آلمانی "اشپیگل " را نمی شناسد، ناراحت است. زیرا او هر هفته دستچینی از مطالب اشپیگل را که در روزنامه ی محلی شان چاپ می شود ، می خواند . (۴) در کوپاکابانا نیز یک دوره گرد ساحلی در اواخر هفته پرچم آلمان را بر فراز بساطش به اهتزاز در می آورد . البته نه بدین خاطر که گویا این مرد سیاهپوست از اعقاب ناسیونالیست های ژرمنی است ، بلکه بیشتر به آن خاطر که او " عدالت حاکم در آلمان را که در آن حتی مردم عادی نیز فقیر نیستند " می ستاید. (۵)

بیشک اگر امروزه بشریت می خواست در مورد زندگی خویش در تمامی جهان در آن واحد رای گیری نماید، قادر به این کار می بود. زیرا بیش از ۵۰۰ ماهواره ی فعال دائماً زمین را با امواج رادیو - تلویزیونی دنیای مدرن تغذیه می نمایند. تصاویر یکسانی از صفحه های یک میلیارد تلویزیون آرزوهای واحدی را در امور، جانگتسه ، آمازون و سواحل رودخانه ی نیل بر می انگیزند. آنتن های ماهواره ای و باطری های آفتابی میلیون ها انسان را حتی در مناطقی همچون نیجریه که از نعمت برق محروم می باشند، به قول برتراند شنايدر مدير كل (كلوپ روم) "از زندگی روستائیشان کنده و به ابعادی جهانی پرتاب نموده است." (۶)

نبرد دفاعی رژیم چین بر علیه نامبر و ای_ مایل و فرستنده های تلویزیونی دنیای سرمایه داری ، بیشتر در خدمت حفظ قدرت خویش است تا دفاع از نظام اجتماعی سوسیالیستی. در جاهایی همچون کره ی شمالی و کشورهای اسلامی که تصاویر تلویزیونی دنیای کالا هنوز ممنوع می باشند، عکس ها و داستان های این دنیا مشتاقان فراوان دارند. حتی در ایران نیز موسیقی آمریکایی سبک (هوی) در میان نو جوانان افشار متوسط محبوبترین موسیقی است. (۷) آیت الله ها نیز دیگر قادر به کنترل حریم هوایی خویش نیستند.

در تمامی طول تاریخ هیچگاه انسان ها این همه اطلاعات در مورد بقیه ی جهان نداشته اند. برای اولین بار در تاریخ بشر، رویای واحدی از هستی ، انسان ها را به هم پیوند می دهد.

اگر تقریباً ۶ میلیارد سرنشینان زمین واقعا می توانستند در یک رفتارندوم شکل زندگی مورد آرزوی خویش را انتخاب نمایند، بیشک اکثریت عظیمی از آنها شکل زندگی طبقات میانی شهرک های اطراف سانفرانسیسکو را بر می گزیدند. شاید یک اقلیت متخصص و مطلع مضافاً الگویی اجتماعی آلمان را قبل از فروریزی دیوار برلین ، انتخاب می کرد. اما بیشک ترکیب لوکسی از یک زندگی کارآئینی و امنیت اجتماعی سوئدی برترین رویاها می بود.

دیسنی بر تر از همه چیز

چرا تصویر دلخواه یک زندگی کالیفرنایی توانسته است در تمامی جهان غالب گردد؟ چرا دیسنی بر همه چیز پیروز گشته است ؟ بیشک وسعت بازار ملی آمریکا، عظمت ژئوپولیتیکی اش بعد از جنگ جهانی دوم و قدرتش در میدان های نبرد تبلیغاتی جنگ سرد، اگر چه نه تنها نقش ، اما نقش تعیین کننده ای در این امر بازی نموده است. یا برعکس بگوئیم: استالین توانایی بزرگ را می خواست ، لیکن میکی ماوس به حضور بزرگ دست یافت.

مایکل ایسنر فرمانروای وسائل ارتباطی و رهبر و رئیس هیئت مدیره ی کمپانی والت دیسنی می گوید: "تفریحات آمریکایی امکانات فردی متعددی را عرضه می کنند. انتخاب فردی و شکل بیان فردی. و این آن چیزی است که مردم در همه جا طالب آن هستند. این فروشنده ی محصولات هالیوود بی هیچ دغدغه خاطری اضافه می کند: "صنعت تفریحات آمریکایی در اثر آزاد بودن خلاقیت در آن ، ویژگی هایی را دارا می باشد که در هیچ کجای جهان یافت نمی گردند. (۸)

در حال حاضر یکی از مهمترین منتقدین وی بنجامین ار بابر مدیر مرکز والت وایتمن در دانشگاه راتگر نیوجرسی است. وی که خالق اصطلاح "جهاد بر علیه جهان مک ها" می باشد، نظریه ی " وجود امکانات فردی " ایسنر را "یک دروغ آشکار" می نامد. "این افسانه دو مسئله ی اساسی را نادیده می گیرد.

یکی نوع این انتخاب و دیگری آرزوهای ظاهراً خود مختار آن را. در بسیاری از شهرهای آمریکا انسان می تواند برای مثال از میان چندین دو جین انواع اتومبیل ، اتومبیل مورد علاقه اش را انتخاب نماید، لیکن کسی نمی تواند وسائل نقلیه ی همگانی را برگزیند. زیرا چنین وسائلی وجود ندارند. هنگامیکه بودجه ی سالیانه ی صنعت تبلیغات ۲۵۰ میلیارد دلار است ، چگونه می توان این ادعا را پذیرفت که گویا بازار آنچه را که مردم می خواهند به آنها عرضه می کند؟ آیا فرستنده ی تلویزیونی ام. تی. وی. چیزی جز یک نهاد تبلیغاتی جهانی بیست و چهار ساعته برای صنعت موزیک می باشد؟

به عقیده ی باربر موفقیت کامل اصل "استعمار فرهنگ جهانی توسط دیسنی" به خاطر پدیده ایست که به قدمت خود تمدن بشری می باشد. پدیده ی انتخاب میان سخت و آسان ، آهسته و سریع ، پیچیده و ساده. مقوله های اولی همیشه با کارآیی های اعجاب آور فرهنگی همراه بوده

اند و دومي ها نشانه هاي "بي تفاوتی ها، بي رمقي ها و تنبلي هاي ماست. ديسنی ، مك دونالد و ام. تي. وي. همگي تبليغ هر چيز ساده ، سريع و آسان را مي نمايند. (۹)

ناتان كاردلز محقق آینده شناس كاليفرنيايي چشم انداز خسته كننده ي زمان حال را چنين توصيف مي نمايد: "صرفنظر از اينكه ايسنر يا باربر دليل پيروزي هاليوود را صحيح تشخيص داده باشند يا نه ، موفقيت هاليوود همه جا قابل رؤيت است. عكس هاي سيدني گرافورد و پوكيوهونتيس همچون مجسمه هاي لنين در اتحاد جماهير شوروي سابق ، همه جا به انسان چشم دوخته اند. چهچه هاي مادونا و مايكل جكسون بانگ اذان مؤذن هاي نظم جديد جهاني هستند." (۱۰)

در امپراطوري هاي وسايل ارتباطي ديگر خورشيد غروب نمي كند. هاليوود به عنوان مركز نيروي جهاني مهمترين مواد اوليه ي پسين ماده گرآيي را عرضه مي كند. تيم وارنر مي خواهد كمپانيش را با كمپاني هاي براودكاسينگ كوئوپريشن و سي. ان. ان. تدتورنر ادغام نموده و بزرگترين كمپاني ارتباطي جهان را بوجود بياورد. ادغام ديسنی و فرستنده ي تلويزيوني آ. بي. سي. بلحاظ قيمت دومين معامله ی بزرگ تاريخ اقتصاد آمريكا محسوب می شود. كمپاني سوني صاحب كمپاني فيلم سازي كلمبيا است. كمپاني ماتسوشيتا فرستنده ي عظيم ام. سي. آي. را در سال ۱۹۹۵ به كنسرن نوشابه سازي (سيگرام) فروخته است. كمپاني ارتباطي استراليايي روبرت مورداگ از خليج فارس تا كره را در زير پوشش خويش دارد. ماهواره هاي "استار" اين كمپاني كه مركزش در هنگ كنگ است ، چهار منطقه ي زماني جهان را كه نيمي از جمعيت زمين را در خود جاي داده اند، زير پوشش خويش قرار داده اند. خانم هاي جذاب اجرا كننده ي برنامه هاي تلويزيوني چيني ، هندي ، مالزيايي و يا عرب به زبان هاي محلي و يا انگليسي از طريق شش كانال اين ماهواره ، زمان ها و مكان ها را به هم پيوند مي دهند. مورداك با اشتياق سعي دارد كه از طريق مشاركت در كانال هاي ماهواره اي تلويزيون جمهوري توده اي چين ، آن ها را به شكل وسيعي گسترش دهد. در حال حاضر تنها سي ميليون از مردم جمهوري توده اي چين قادرند برنامه هاي ماهواره اي را به صورت مجاز و بدون پارازيت ، دريافت نمايند. قدرتمردان پكن هنوز مردد اند، ليكن به دست اندر كاران اين رشته به طور ضمنی گفته اند كه شرط دست يافتن استراليايي ها به اين هدف آنست كه از پخش برنامه های سكسی و خشونت آميز و همچنين اخبار خود داری نمايند.

غول هاي ارتباطي از جمله كمپاني آلماني الاصل برتلزمن كه لئوكيرش و سيلويو برلوسكوني از جمله رهبران طراز اولش مي باشند در زمره ي آن هاست ، براي انديشيدن در چهار چوب آن "تي تي تايمنت" كه گردانندگان جهان در گرد هم آبي هايي نظير گرد هم آبي بنياد گورباچف در سانفرانسيسكو مطرح مي نمايند، به خوبي مجهز مي باشند. تصاوير توليدي اين كمپاني ها بر روياهای انسانها حاكم گشته اند و می دانيم كه رويهاها نیز تعين كننده ي اعمال انسان ها مي باشند.

عطش بزرگ به "صدای گوسخرانش" ملال آور

بازار تصاویر به همان نسبتی که جهان را تسخیر می کنند ، خود را محدود می نماید. صنعت فیلم سازی آمریکا به طور متوسط ۵۹ میلیون دلار برای ساختن هر فیلم سینمایی هزینه می کند. مبلغی که تولید کنندگان اروپایی یا هندی توان پرداخت آن را ندارند. (۱۱) تکنیک و تجهیزات فیلم های پرخرج دائما رکورد های تازه ای بر جای می گذارند. رکورد هایی که رقیبان به ندرت قادر به دستیابی بر آنند. از این رو کشش به سوی هالیوود و نیویورک هنوز هم ادامه دارد. این قول و قرار که به زودی در هر خانه ای ۵۰۰ کانال تلویزیونی گوناگون مورد استفاده قرار خواهد گرفت ، تنها در ظاهر یک تنوع محسوب می گردد. زیرا که چند کنسرن بزرگ کالاهای خود را توسط کانال های متعددی برای بهتر مورد خطاب قرار دادن گروه های مختلف اجتماعی عرضه و بازگردش (رسیکلین) می کنند. در کنار این امر ، دستیابی به در صد بیشتری بیننده موجب تقویت روند تمرکز می گردد. هزینه ای که می باید به خاطر دریافت حق بخش مسابقات بزرگ ورزشی پرداخت شود، تنها از طریق درآمدهای بزرگ تبلیغاتی قابل پرداخت اند، که تنها فرستنده های بزرگ و یا تجار بین المللی می توانند به آن دست یابند. از سوی دیگر تنها تولید کنندگانی که در تمامی مناطق پخش برنامه ها حضور دارند و بیش از همه کنسرن های چند ملیتی به تبلیغات تلویزیونی و یا اجاره ی برنامه ها علاقه نشان خواهند داد. در آلمان تنها ده شرکت بزرگ تقریبا یک چهارم کل تبلیغات تلویزیونی را بخود اختصاص داده اند. (۱۲) هزینه ی ۹۰ ثانیه تبلیغ بین المللی برابر حد متوسط هزینه ی تهیه ی یک فیلم سینمایی اروپایی است. (۱۳)

شرکت های تبلیغاتی از ارائه تصاویر میهن مورد آرزوی مشتریانشان سود می برند. توده های تماشاچی آلمانی دیگر نیویورک و غرب وحشی را چنان دوست دارند که فرستنده ی تلویزیونی ا.ر.ت. ال. بیش از نیمی از تبلیغاتش را در زمان بخش مسابقات فینال فوتبال جام قهرمانی اروپا در ماه مه ۱۹۹۶، به کلیشه های این دنیای ظاهرا آشنای دور اختصاص داده بود. (۱۴) اکنون دیگر قرص خورشید به جای آنکه در کاپری غروب کند، از پشت پل طلایی گیت به دریای آجیوی مارک "بکس" فرو می رود. و یا صدای ترمز لاستیک های مارک کنتیننتال نه در نزدیکی های نوربورگ آلمان یعنی محل تولیدشان ، بلکه با برش های زیرکانه ی فیلم ، بر روی آسمان خراش های مانهاتان به گوش می رسد.

رشد جهان بشریت را به عقب برمی گرداند. آنگونه که هنرمندی نیویورکی بنام روی استون پیش بینی می کند محصول نهایی منطقی این رشد در حوزه ی فرهنگی ، طنین واحد و یکنواخت دنیای دلخراش آمریکایی خواهد بود. (۱۵) سال هاست که این جوان آوانگارد که به تدریج شهرتی جهانی می یابد برای تأیید این امر نمایشگاه هایی از جزئیات زندگی نیویورک بیست سال پیش در نقاط مختلف جهان از سبیری گرفته تا وین و لیسابون بر پا می کند. در این نمایشگاه ها تا آنجا که ممکن است از رنگهای تند، قدم های تقلا گونه و صفحه های پر سر و صدای تلویزیونی استفاده می شود. چه اتمسفر خسته کننده ای.

(۱۶) سکوت در زمانی که همه چیز در فریاد است ، شاید بدیلی بسیار تحریک آمیز تر و قابل لمس تر باشد. سه اپرای خوان معروف به نام های خوزه کاررا، پلاسیدو دومینگو و لوسیاپاوتی در سفرهای هنری جهانی خویش در سال ۱۹۹۶ به این نظریه ی " دنیای دلخراش " روی استون واقفیت بخشید. در کنسرت های مختلفی که برگزار گردیدند و بلیط های تمامی آنها به فروش رسیده بودند، تماشاچیان به زحمت قادر بودند چیزی از محتوای ملودی های اپرا دریابند. ملودی هائی که غالبا یکسان و در همه جا یک مشخصه ی ویژه داشتند و آن این بود که می باید به خریداران کارت ورودی این احساس را منتقل می کردند که گویا واقعه ای بی نظیر را تجربه می کنند. در این برنامه ها خوانندگان برحسب قلمرو فرهنگی

تماشاچیان ، با خواندن آهنگ هائی آن ها را باصطلاح در هم گذاشتند. برای ژاپنی ها آهنگ " کواکو ناگاره نایومی " (افتان و خیزان تا به رود روان ابدیت) را خواندند. در سواحل دانوب ، دانوبی که هیچگاه آبی نبوده است ، در استادیوم پراتر در حضور بیش از صد هزار گوش غالباً متعلق به نوثر و تمدن آلمانی و چکی و مجاری ترانه ی مبتذل " وین ، وین ، فقط تو را تنها" را اجرا نمودند. (۱۷)

این سه خواننده ی شور و شادی آفرین با تحریک حساب شده ی احساسات ملی شنوندگانشان از روش تبلیغاتی نوشابه بی همتای جهان یعنی کواکولا پیروی نمودند. کنسرن غول آسای کواکولا معجون قهوه ای رنگ خویش را در چین و ژاپن با طعم های مختلف عرضه می کند و شیرینی آن را به نسبت علائق سنتی و ویژه گی های هر بخش از کشور برمی گزیند. (۱۹) کواکولا در بازی های المپیک سال ۱۹۹۶ یک فیلم تبلیغاتی فراره ای را برای طرفداران ورزش برگزید. در هوای شرجی آتلانتا این کنسرن تماشاچیان غرق در تماشای مسابقات را از طریق جمله ای که با خط درشت بر روی سینه ی ورزشکاران نوشته شده بود، چنین مورد خطاب قرار می داد: "تشویق کردن کاری عطش انگیز است." (۲۰)

در اروپا نیز پدیده ی فرهنگی ورزش بگونه ای چشمگیر به وسیله ای تقریبی برای جامعه ی خوشگذران طرفدار بسته بندی های گول زننده تبدیل گشته است. یوآئو هاوانز رئیس فدراسیون جهانی فوتبال مایل است که در مسابقات فوتبال نیز همچون مسابقات راگبی آمریکایی وقت بیشتری برای پخش آگهی های تبلیغاتی در نظر گرفته شود. (۲۱) لیگ فوتبال سرتاسری باشگاه های دسته ی یک آلمان هویت جدیدش را در نزدیکی با بسکتبال آمریکا می جوید.

شوق دستیابی به مقام قهرمانی جای احساس تعلق فرهنگی را می گیرد. باشگاه بایر مونیخ در شهر هامبورگ بیشتر از مجموعه ی طرفداران دو باشگاه هامبورگی سن پاولی و ها. اس. فا. تریکو می فروشد. درآمد کنونی این باشگاه از محل فروش تریکوها و دیگر اجناسی که به طرفدارانش عرضه می کند بیشتر از کل درآمدش در اوایل سال های دهه ی نود می باشد. هانس یوت اشترنلنورک محقق ورزشی می گوید: "از آنجاکه رقابت های ورزشی سننا از مقابله ی تیم های فوتبال شهرهای مختلف بوجود آمد ، پس امروزه می باید این رقابت ها بطور مصنوعی ایجاد گردند. یعنی بازیکن در مقابل بازیکن ، بازیکن در مقابل مربی و مربی در مقابل رئیس باشگاه." (۲۲)

سیل کالاهای ناشی از میلیاردها نوع تقاضای جهانی شده در فروشگاه های مراکز خرید تمامی شهرهای جهان تل انبار گردیده است. و جمله ی طنز آلودی که ایوان ایلچ منتقد تجاری زمانی در این مورد گفته بود به واقعیت می پیوندد که: "عطش به صورت نیاز به نوشیدن کواکولا تغییر شکل داده است." (۲۳) در متروپل های جهان تابلوهای تبلیغاتی کنسرن هایی چون کالوین کلاین و کداک و لوئیس ویوتون غالب اند. شکل ارائه محصولات نیز با یکدیگر همسان می شوند و این امر برای کسانی که کالایشان را هنوز بشکل سنتی کشورشان ارائه می دهند، غالباً با سرعتی نابود کنند صورت می پذیرد. تازه ترین قربانی این مسئله شهر وین این پایتخت فرهنگی اروپا است. از زمان ورود اتریش به بازار مشترک اروپا در سال ۱۹۹۶ ، مغازه های کوچک بیشمار که با انواع محصولات استثنایی درون و بیرون هایشان به مرکز شهر وین فضای مطبوعی بخشیده بودند، به علت لغو قوانین شدید نرخ گذاری ناچار به تعطیل گردیده اند. فروشگاه های زنجیره ای بین المللی بهترین مکان ها را تصاحب نموده اند. رستوران های سرپایی ، شرکت های عرضه کننده ی لباس های سکسی و فروشگاه های لوازم

بهداشت و آرایش بی بو و بی خاصیت شعبه های سترون خود را در این مکان ها افتتاح نموده اند.

دوران شهرها

شهروندان متعلق به اقشار میانی مراکز اقتصادی شکوفا، چه در سفرهای شغلی و چه در مرخصی هایشان با بدیهیت غیر مترقبه ای بر روی کره ی آبی رنگ در حال پژمرده شدنمان حرکت می کنند. تا کنون نود میلیون نفر به طور منظم از اینترنت جهان تغییر دهنده استفاده می نمایند و هر هفته نیم میلیون نفر به این تعداد افزوده می گردد. (۲۴) یک بانوی عکسبردار اهل وین امروزه محله ی براودی نیویورک را بهتر از شهر اینسبروک اتریش می شناسد. یک صراف لندن خود را به همکاران هنگ کنگی نزدیکتر احساس می کند تا به رئیس شعبه ی یک بانک هامپتون جنوبی. همه ی آن ها خود را شهروندان خوش فکر جهان می دانند، غافل از اینکه پیوندهای جهانی شدنی شان غالباً بسیار شهرستانی و محدود به محیط زندگی شان می باشد. سفرهای خبرنگاران، متخصصین سیستم های رایانه ای و هنرپیشگان بیشتر و پرمشقت تر از سفرهای دیپلمات ها و کارمندان وزارت امور خارجه است. پیش از ظهر در شهرکی در مجارستان در نزد یک مشتری ناامید و یا همنشین دلربا، بعد از ظهر قرار ملاقاتی در هامبورگ، عصر همصحبتی با دوست دختری جدید و تقریباً دوباره از دست رفته در پاریس، روز بعد در مرکز شرکت در یک جایی از جهان و بعد پرواز به طرف ایالات متحده و یا آسیای جنوب شرقی. آنکس که در هنگام بیدار گشتن از خواب به چند ثانیه ای وقت نیاز دارد تا به خاطر بیاورد که آن شب را در کدام قاره به صبح رسانیده است، در زمره ی پیشقراولان کلپ مسافران دائمی جهان می باشد. چنین کسانی همچون هاینس دیتربش گنشر وزیر امور خارجه ی گذشته ی آلمان در جمع دوستان کمی که دارند به شوخی می گویند: "باید مواظب باشی که در هنگام عبور از بخش کنترل فرودگاه با خودت که داری دوباره از سفر باز می گردی روبرو نشوی." این شوخی تنها چیزی است که در درماندگی این انسان ها برایشان باقی می ماند. معذالک هستند بسیاری که به حال چنین انسان هایی غبطه می خورند. به انعطاف پذیریشان، به در آمدشان و به جهان گردیشان.

لیکن این پیک های همیشه در حرکت جهانی شدنی اگر در آخر شبی در رستوران یکی از معروفترین هتل ها مثلاً در رافلز سنگاپور، در ساوی مسکو و یا در قصر کوپاکاپانای ریو د ژانیرو بطور اتفاقی مثلاً با یک همکلاسی قدیمی شان که هر چند سال یک بار به عنوان توریست به نقطه ای از جهان پهناور سفر می کند روبرو شوند، دردهای دلشان را بیرون می ریزند و به دور از همه چیز حتی خویشتن خویش، از پوچی فلج کننده و انزوایی که حد اکثر بعد از هشتمین پرواز میان قاره ای سالیانه شان بر آنها غلبه می کند شکوه می کنند. مخده ای که مسافران دائمی پروازهای بیشمار بر روی آن لمیده اند گر چه جهانی شده، لیکن یکنواخت و بی انعطاف است: آن ها در سراسر جهان در فرودگاه های بگونه ای نفرت انگیز معتبر، لیکن بینهایت شبیه به هم، در هتل ها و رستوران های رنجیره ای، در اتاق های مجهر به تهوه ی مطبوع، لیکن بد بوی هتل ها، بیحس گشته از دیدن فیلم های یکنواخت ویدیویی، زندانی اند. روان این در مانده ها به سرعت تن هایشان سفر نمی کند. در روان آن ها نیروی لازم برای راه دادن به پدیده های دیگرگونه، ناآشنا و واقعا جدید یا هرگز وجود نداشته است و یا آنکه دیر زمانست که دیگر از بین رفته است. بدین طریق آن ها ظاهراً در همه جا هستند، لیکن در واقع

در يك مكان واحد باقي مانده اند. ظاهر ا همه چيز را مي بينند، اما در اصل تنها همان چيز هايي را مي بينند كه مي شناسند و بدین گونه همچون كساني كه در خانه هایشان مانده اند و كارت هاي تلفن ، تمبر و يا درهاي شیشه هاي آجو جمع مي كنند، بليط هاي شركت هاي هواپيمايي را جمع مي كنند.

معدالك اينگونه در حركت بودن ها، حداقل براي انسان هاي جهت شناس ، راهي را كه بشارت دهنده ي نظام جهاني مهيج جديد مي باشد، نشان مي دهد.

كمي بعد از پا نهادن به قرن جديد بافت تنگي از شبكه هاي الكترونيكي ، تلفن هاي ماهواره اي ديجيتال ، فرودگاه هاي پر ظرفيت و مجموعه هاي صنعتي داراي معايفت هاي مالياتي تقريبا سي شهر بزرگ جهان را كه در هر يك از آن ها هشت تا بيست و پنج ميليون نفر زندگي خواهند نمود، به هم متصل مي نمايند. اهالي اين متروپل ها كه همچون نقطه هاي نوراني كه به طور اتفاقي بر روي كره ي زمين پخش گرديده اند، به نظر مي رسند، از وراي هزاران كيلومتر فاصله خود را به يكديگر نزديك تر احساس مي كنند تا به اهالي شهر هاي همسايه شان در كشوري كه تا كنون تاريخ آن ها را رقم زده است. ريكاردو پترلا آينده شناس ايتاليائي معتقد است كه در آينده قدرت در دست "اتحاديه اي از بازرگانان و شهرداري ها قرار خواهد داشت كه قبل از هر چيز آن دسته از كمپاني هاي جهاني را تقويت مي نمايند كه در خود جا داده اند." (۲۵)

همين حالا نيز متروپل های آسيائي در همه جادرحال سبقت گرفتن اند. در تامي قاره ها جوانان در مقايسه با والدينشان در شهر هايي كه توسط جهاني شدن كاملا تغيير چهره داده اند، پرورش مي يابند. ديگر پاریس و لندن و نيويورك يا مسكو و شيكاگو به عنوان شهر هاي درجه يك جهان جلوه اي ندارند. بلندترين آسمان خراش جهان از ماه مارس سال ۱۹۹۶ در كوالامپور پايخت مالزي سايه افكن است. در حال حاضر بيشتري جرتقيل ها نه در برلين ، بلکه در پکن و شانگهاي بر پا ايستاده اند.

در حفاصل ميان پاكستان و ژاپن يك دوجين مناطق پرجهش اقتصادي به عنوان بازيگران جديد صحنه ي رقابت هاي جهاني وجود دارند كه در تب تسخير نقش هايي هستتدكه شهر هاي دنياي غرب تاكنون بازي کرده اند. بانكوك مي خواهد نقش ديترويت را به عنوان متروپل توليد اتومبيل به عهده بگيرد.

كمپاني هاي توليد كننده ي اتومبيل هاي تويوتا، هوندا، ميسويشي و ايزوسو مدت هاست كه اتومبيل هایشان را در تایلند مونتاژ مي كنند. كريسلر و فورد شعبه هاي تایلند خود را به عنوان پاياگاه هاي اصلي كنسرن خويش در آسيائي جنوب شرقي گسترش مي دهند.

تايبه خود را جانشين "سيليكان ولي" مركز رايانه ي آمريكا مي داند. مالزي مي خواهد به مركز صدور تكنيك هاي پيچيده تبديل گردد. از سوي ديگر بمبي با توليد ساليانه ي ۸۰۰ فيلم سينمائي چهار بار بيشتري از هاليوود فيلم توليد مي كند. اجاره ي دفاتر كار در سنگاپور تامي ركوردهاي تاكنوني ژاپن را شكسته است.

سنگاپور بيشتري از همه سعي دارد كه نقش اصلي را به عنوان گره عصبي شهر هاي عظيم جديد آسيا و رقيب توكيو و نيويورك به عهده گيرد. هو يانگ سهانو رئيس بخش اقتصادي كميسون شهرسازي سنگاپور در اين مورد مي گويد : " ما مي خواهيم تا سال ۲۰۱۰ مركز مالي بين المللي غرب اقيانوس كبير گرديم." بزرگترين تجديد چهره ي تاريخ شهرسازي از زمان خلق مجدد پاریس توسط بارون هاوسمن در قرن نوزدهم ، در شانگهاي صورت مي گيرد.

تقریباً تمامی این شهر به کلی خراب می گردد و به جایش یک شهر جدید ساخته می شود. دویست و پنجاه هزار خانوار تاکنون ناچار به ترک مرکز شهر بوده اند. ششصد هزار خانوار دیگر نیز تغییر مکان داده خواهند شد. به جای آن ها دفاتر ۴۰ شرکت از ۱۰۰ شرکت چند ملیتی جا داده می شوند.

کمپانی زمینس می خواهد در ساختمان مترو سهمی گردد. فولکس واگن شانگهای امسال دویست و بیست هزار اتومبیل تولید می کند. از سال ۲۰۰۰ تولیدش به دو میلیون اتومبیل در سال می رسد. هنگ کنگ که در سال ۱۹۹۷ به جمهوری خلق چین باز داده خواهد شد، می خواهد با شانگهای رقابت کند. کلینت مارشال یکی از بانکداران بزرگ می گوید: "شرایط جغرافیایی به نفع ماست. فقط ۲۰ کیلو متر دورتر ایالت در حال شکوفایی چین یعنی کوان دونگ قرار دارد که از هم اکنون به بازارهای جهانی جنس صادر می کند. (۲۶)

در این میان ترقی اقتصادی چین یک امر سرتاسری شده است. حتی اگر بعضی اتفاقات غیرمنتظره ی تلخ و شیرینی را نیز عرضه کند. چین می تواند در سال ۲۰۰۰ با "اقتصاد سوسیالیستی" دنگ سیائو پینگ به دومین قدرت اقتصادی جهان تبدیل گردد. قبل از ژاپن و آلمان. در سال های دهه ی ۸۰ معلمین دبیرستان های اروپایی شاگردان خود را از "خطر زرد" بر حذر می داشتند، اما اتفاقی نیفتاد، لیکن اکنون مردان چینی به اروپا آمده اند. کارگران کنسرن فولاد سازی مایهان شانگهای تقریباً به صورت بیست و چهار ساعته در شهر ناپل مشغول به کار هستند. آن ها یک دستگاه ریختگری بیست و چهار تپی را در محوطه ی ۱۰۰ هکتاری کارخانه ی تعطیل شده ی کنسرن ایتالیایی باگنولی از هم باز می کنند. در تابستان ۱۹۹۷ می باید این قطعات چهارده هزار کیلومتر دورتر در شهر ساحلی نانینگ در کنار رودخانه ی یانگتسه دوباره به هم جوش داده شوند. کنسرن فولاد سازی تیزن آلمان نیز یکی از کوره های فولادپزی خود را که کل ظرفیتش نمی تواند در آلمان مورد استفاده قرار گیرد، برای صدور به هندوستان از هم باز می کند. شرکت فوست-آلپینه اتریش تمامی یک کارخانه ی فولاد سازی مدل ال-د-۲ را از شهر لینتس به مالزی منتقل می نماید. مشتریان آسیای جنوب شرقی طالب کالاها مرغوب اند. آنها آخرین کسانی هستند که از میلیاردها مارک کمک های مالی دولت به صنعت فولاد سازی اروپا در چند دهه ی گذشته، بهره می برند.

جهانی شدنی با چنین سرعت غیرقابل تصویری به پیش می رود. یکی از اقتصاددانان آمریکایی به نام ادوارد لوت واک دوران جدید را چنین توصیف می کند: جهان شدنی با سرعتی غیر قابل تصور به پیش می رود و از اتحاد "آبگیرها، نهرها، دریاچه ها و دریاچه های اقتصاد روستایی، شهری، منطقه ای و ملی، یک اقیانوس واحد اقتصادی جهانی شده را بوجود می آورد که مناطق کوچک رابه جای امواج کوچک و جز و مدهای آرام گذشته، دچار امواج عظیم و خروشان رقابت های اقتصادی می نماید. (۲۸)

تمامی جهان یک بازار واحد است و ظاهر تجارت صلح آمیز شکوفا می گردد. آیا بدینوسیله یکی از رویاهای بشر به واقعیت می پیوندد؟ آیا ما ساکنین کشورهای تا کنون مرفه صنعتی نمی باید از ترقی این همه کشورهای در حال توسعه خوشحال باشیم؟ آیا صلح جهانی در دسترس قرار نگرفته است؟ نه.

روای مارشال مک لاهان اندیشمند کانادایی در مورد "دهکده ی جهانی" بمثابة یک دهکده ی متجانس بهیچوجه برآورده نشده است. همزمان با اینکه مفسرین و سیاستمداران این استعاره را بیوقفه به کار می برند، معلوم می گردد که جهان واقعی چقدر کم به هم جوش خورده است. گر

چه بیش از يك ميليارد بينندگان تلویزيون تقريباً همزمان مسابقه ي بکس میان آکسل شولتس و مايکل مورو را در ماه ژوئن ۱۹۹۶ در استودیوم وست فال دورتموند تماشا کردند. یا آنکه برنامه ي افتتاحیه ي المپیک آتلانتا با سه و نیم ميليارد بيننده ، بزرگترین واقعه ي تلویزيونی هزاره ي کنونی محسوب مي گردد، لیکن از يك دنیا تصویری جهانی شده در مسابقات بکس و یا رقابت های ورزشی المپیک هنوز نمی تواند يك مرآده ي متقابل ، يك با هم بودن دائمی به وجود آید. نزدیکی تلویزيونی و همزمانی پخش این وقایع بهیچوجه به معنی وابستگی فرهنگی و یا مساوات اقتصادی نیست.

تجلی المپیکي

بیش از آنکه ترور پوشیده یعنی ترور شاخص راست نور زننده ي نفاق اجتماعی موجود در کشور آمریکا را بر بازی های تلویزيونی المپیک آتلانتا بیاندازد، خود برگزارکنندگان این بازی ها بطلان همبستگی ملی خود را آشکار نمودند. آن ها ابتدا بیشرمانه مقام ۸۵ هزار تماشاچی را که ۶۳۶ دلار برای هر کارت ورودی پرداخته بودند تا حد سیاهی لشکری تنزل دادند که می باید برای سیل تصاویر سحر انگیز تلویزيونی دستمال ها، چراغ قوه ها و مقواهای رنگینی را طبق دستور و متناسب با جای دوربین ها، تکان می دادند. کلمه ي "رویا" که مبلغین جامعه ي آمریکایی به آن حتی بیشتر از آزادی سوگند می خوردند، به تک ستاره ي درخشان مراسم افتتاحیه المپیک تبدیل گردید. دفترچه ي پر حجم و مبتذل برنامه ي بازی ها اعلام می نمود که آتلانتا مقیاسی برای "رویا"ها می باشد. آوازه خوانی به نام سلین دیون آهنگ "نیروی رویاها" را خواند. شعری از ادوارد آلن پو بر روی تابلوی الکترونیکی اعلانات

برای دقیقی به تماشاچیان گوشزد می کرد: "چنان رویاهایی داشته باشید که هیچ کس تا کنون جرئت داشتن آن ها را نداشته است." سرانجام صدای مبارز سیاهپوست آمریکایی مارتین لوتر کینگ با جمله ي معروفش که می گوید: "من رویایی داشتم" در سراسر استادیوم طنین افکند.

(۲۹)

کدام رویا را؟ آیا این رویا را که سه دهه بعد از قتلش در استادیوم جدید و زیبایی زادگاهش تماشاچیان مرفه و تقریباً تماماً سفیدپوست هنگام شنیدن صدای پارتعاش لیکن نامفهوم و ی از يك ضبط صوت ، در خود احساس لرزش مطبوعی نمایند؟ آیا مارتین لوتر کینگ حتی در رویاهایش نیز می توانست تصور این مسئله را بکند که به خاطر بازی های المپیک تمامی بی خانمان های آتلانتا را که تقریباً همه سیاهپوست بودند - برای آنکه تیم های تلویزيونی بین المللی چهره ي واقعی آمریکا را نبینند - از مرکز شهر جمع آوری نموده و با اتوبوس به نقاط دور افتاده برده بودند؟

به هر جهت در این متروپل ایالت جنوبی آمریکا که با فقیرآباد های تمیز گشته و آسمان خراش های عظیم خود آن چنان فاسد به نظر می رسید، همچون در کوالاامپور پایتخت در حال ترقی مالزی ، سیاهان و فقیران همچنان گمنام باقی می مانند. باربارا پیل تولید کننده ي حساس طبع برنامه های تلویزيونی و یکی از مدیران کنسرن ارتباطی تد تورنر در آتلانتا که انحصار پخش را دیو- تلویزيونی بازی ها را داشت ، با طنز از خود دفاع کننده ای می گوید: " تا کنون در

میان آسمانخراش های کوکاکولا و سی.ان.ان. چند محله ی فقیر نشین با آپارتمان های ارزان قیمت وجود داشت. ساکنین این آپارتمان ها به خاطر ساختن دهکده ی المپیک قرن ، توسط کنسرن ای.بی.اند تی. از خانه و کاشانه ی خویش رانده شدند و در آینده کارکنان این کنسرن ها می توانند بدون هرگونه مزاحمتی میان مراکز کنسرن خویش قدم بزنند. (۳۰)

ادامه دارد

Socialistha@ois-iran.com

www.ois-iran.com