

بسم الله الرحمن الرحيم

# ارتباطات فرا ملی و جهان سوم



تهران: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، پلاک ۱۳، صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵

تلفن: ۸۷۳۷۲۴۸، ۸۷۳۵۴۳۹، دورنگار: ۸۷۳۰۴۷۷

Email: info@rasaneh.org

www.rasaneh.org



# ارتباطات فرا ملی و جهان سوم

ویراستاران: جerald ساسمن و . جان. ای. لنت

مترجم: طاهره ژیان احمدی

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها

۱۳۸۷

این اثر ترجمه‌ای است از:  
*Trasnational Communications*  
*Wiring The Third World*  
Edited by Gerald Sussman John A. Lent  
Sage Publications, 1991

سرشناسه: ایران. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.  
عنوان و نام پدیدآور: ارتباطات فراملی و جهان سوم / ویراستاران جرالد ساسمن و جان ای. سنت؛ مترجم طاهره ژیان احمدی.  
مشخصات نشر: تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۸۷.  
978-964-6757-30-1 شابک:  
وضعیت فهرست نویسی: فیبا  
Transnational Communication : Wiring the third world, c19991. یادداشت:  
یادداشت: چاپ دوم.  
یادداشت: کتابنامه: ص ۱۵۵-۱۵۶.  
موضوع: مخابرات - کشورهای در حال رشد.  
موضوع: تکنولوژی اطلاعات -- کشورهای در حال توسعه.  
، ویراستار. Sussman, Gerald. شناسه افزوده: ساسمن، جرالد،  
، ویراستار. Lent, John A. شناسه افزوده: لت، جان،  
شناسه افزوده: ژیان احمدی، طاهره  
، مترجم.  
HE رده‌بندی کنکره: ۱۳۸۷ ۴ الف / ۸۶۳۵



دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

ارتباطات فراملی و جهان سوم

ویراستاران: جرالد ساسمن / جان ای. لت

مترجم: طاهره ژیان احمدی

چاپ اول: ۱۳۷۴

چاپ دوم به صورت e-book: ۱۳۸۷

شابک ۹۷۸-۹۶۴-۶۷۵۷-۳۰-۱-۹۷۸-۹۶۴-۶۷۵۷-۳۰-۱ ISBN



تقدیم به توده‌های محرومی که به  
«انقلاب ارتباطی»  
دعوت نشده‌اند.

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۶	مقدمه ناشر .....
۷	شرح حال نویسندگان .....
۸	مقدمه .....
	دیدگاه‌های انتقادی نسبت به ارتباطات و توسعه جهان سوم
۲۷	۱. جامعه اطلاعاتی .....
	زمینه اقتصاد فرا ملی و پیامدهای آن
۳۹	۲. مکزیک و ماهواره مورلوس .....
	درمسیر خود سامانی؟
۵۳	۳. تله ماتیک در مالزی .....
	جایگاهی در نوک هرم برای برگزیدگان
۸۱	۴. رسانه‌های گروهی، فرهنگ و ارتباطات در برزیل .....
	میراث وابستگی
۹۳	۵. ارتباطات، فرهنگ و انفورماتیک در برزیل .....
	چالش‌های جاری
۱۰۹	۶. اقتصاد سیاسی تلویزیون .....
	دولت، طبقه، و نفوذ شرکت‌ها در هند
۱۳۵	۷. «ببری» از شهر شیر .....
	جایگاه سنگاپور در تقسیم جدید بین‌المللی ارتباطات و اطلاعات



پیامدهای جنگ جهانی دوم تغییرات ژرفی در جغرافیای سیاسی جهان بوجود آورد. رقابت دو بلوک شرق و غرب در ابعاد ایدئولوژیک و سیاسی از یک طرف، و استقلال کشورهای مستعمره یکی پس از دیگری از طرف دیگر فضایی را به وجود آورد که در دوران آن «نظریه‌های توسعه» شکل گرفت. کشورهای تازه استقلال یافته (جهان سوم) که بدنبال توسعه و جبران عقب‌ماندگی‌های خود بودند، با روی آوری به نظریه‌های توسعه در صدد برآمدند که خود را از دام توسعه‌نیافتگی‌های رهایی بخشند، و این در حالی بود که برخی از نظریه‌پردازان، توسعه را در استحکام پایه‌های اقتصادی می‌دانستند، گروهی آن را نتیجه ساختار مناسب و مردم سالارانه سیاسی می‌پنداشتند، و عده‌ای آن را پی‌آمد نوسازی شرایط اجتماعی و فرهنگی قلمداد می‌کردند، دسته‌ای که با دانش روبه رشد ارتباطات آشنایی داشتند آن را کلید اصلی توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی به حساب می‌آوردند.

پیوند میان ارتباطات و توسعه، و پیامدهای آن به صورت گوناگون مورد بحث نظریه‌پردازان توسعه قرار گرفته است. آنان آگاهی مردمان را از توانایی‌های خود و نیز روابط حاکم بر خویش برای فراگرد توسعه امری اساسی می‌دانستند، و معتقد بودند که این مهم از طریق رسانه‌ها و دانش ارتباطات امکان‌پذیر است. البته چون غالب این نظریه‌پردازان، توسعه را به معنای رواج ارزش‌های غربی می‌دانستند، خودبه‌خود تکنولوژی‌های ارتباطی و رسانه‌ای را ابزاری در دستیابی به این هدف تلقی و گسترش آن را توصیه می‌کردند. اینان باور داشتند که توسعه رسانه‌ها و امکانات ارتباطی از یک سو به شکل‌دهی شخصیت انسان‌ها که خود مهم‌ترین عامل توسعه در یک جامعه به‌شمار می‌روند، مدد می‌رساند و از سوی دیگر دولت‌ها و جوامع را مهیای پذیرش ارزش‌های تازه می‌کند. در سایه چنین روندی می‌توان انتظار داشت که زمینه برای دگرگونی هر چه بیشتر در ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی بومی فراهم گردد، و در نتیجه رسانه‌های گروهی زمینه‌ساز استقرار و توجیه حضور شرکت‌های چند ملیتی در کشورهای جهان سوم شده، و با تغییر نظام استعمار کهنه به استعمار نو، تقسیم بین‌المللی کار را به گونه‌ای جدید بازسازی و تکامل دهند. بدون شک نظام نو استعماری و یا آنچه این روزها «نظم نوین جهانی» خوانده می‌شود، جز در سایه سیطره عظیم ارتباطات و گسترش امواج میسر نبوده و نخواهد بود، و این کار تنها با توسل به نظریه‌های فردی و اجتماعی ارتباطات شدنی است. با توجه به شرایط موجود بین‌المللی و گسترش پهنه امواج ارتباطی، و دشواری‌های فرهنگی و اجتماعی حاکم بر کشورهای توسعه نیافته و از آنجا که کشور ما به لحاظ پایبندی به ارزش‌های دینی و بومی از موقعیت و جایگاه ویژه‌ای در این میان برخوردار است، آگاهی از نحوه عملکرد رسانه‌ها و گستره ارتباطات برای دانش‌پژوهان، سیاست‌گذاران، و توده مردم امری واجب و ضروری است که تا سر حد توان باید بدان پرداخت.

این مرکز در ادامه کارهای قبلی خود کوشش کرده است که به این نیاز مهم و ضروری جامعه پاسخگو باشد. کتابی را که پیش‌رو دارید، در برگیرنده مطالبی ارزنده در همین زمینه است. امید است که این اثر ارزنده مقبول طبع پژوهشگران علوم ارتباطات، اقتصاد، جامعه‌شناسی توسعه، مدیریت و علاقه‌مندان به مسایل اجتماعی قرار گیرد. بر خود لازم می‌دانیم که از سرکار خانم طاهره زیان احمدی مترجم کتاب، و کلیه همکارانی که در چاپ این اثر شرکت داشتند، تشکر و قدردانی نمائیم. نظرات و پیشنهادات خوانندگان گرامی مدرسان ما در ادامه کار خواهد بود.

#### دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها

## شرح حال نویسندگان

۱. جرالد ساسمن. استادیار علوم سیاسی کالج امرسن، در بوستن است. اقتصاد سیاسی ارتباطات و توسعه جهان سوم، ویژگی‌های اجتماعی و اثرات تکنولوژی‌های ارتباطاتی، و اقتصاد سیاسی آسیای جنوب شرقی از حوزه‌های مطالعاتی مورد علاقه اوست. سال‌ها در فیلیپین و آسیای جنوب شرقی بوده است. اقتصاد سیاسی اطلاعات، مورد فیلیپین از جمله آثار اوست. با بسیاری از روزنامه‌ها همکاری قلمی دارد و یکی از سردبیران نشریه *اقتصاد رسانه‌هاست*.
۲. جان ای. لنت. از پیشگامان مطالعه ارتباطات جهان سوم است و ۳۷ کتاب در این زمینه نوشته یا ویرایش کرده و بیش از ۳۰۰ مقاله در این باره نگاشته است. از نخستین هماهنگ‌کنندگان برنامه ارتباطات رسانه‌ای در دانشگاه سانیس مالزی بوده و خود، این رشته را در دانشگاه‌های مالزی ایجاد کرده است. با بورس فولبرایت در فیلیپین تحقیق کرده و استاد دانشگاه‌های آمریکا است. سردبیر و بنیانگذار بریتا (Berita) و سردبیر اداری ویتی ورلد: مجله کارتون بین‌المللی است. در ضمن ریاست گروه مطالعاتی مالزی - سنگاپور - بروئی را بر عهده دارد.
۳. ویلیام ملودی. مدیریت (CIRCIT) در ملبورن استرالیا را بر عهده دارد و در کالج سنت آنتونی، آکسفورد انگلستان، استاد اقتصاد اطلاعاتی است.
۴. جورج بوره‌گو. دانشجوی رشته دکترای برنامه تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در دانشگاه ساسکس انگلستان است.
۵. اومار (عمر) سوکی اولیویرا. دانشیار ارتباطات در دانشگاه فدرال میناس گرایس برزیل است.
۶. آناماریا فادال. استاد تکنولوژی ارتباطاتی مدرسه ارتباطات و هنر دانشگاه سائوپولو برزیل است.
۷. جوزف استرابار. دانشیار ارتباطات دانشگاه ایالتی میشیگان و استاد میهمان دانشگاه سائوپولو برزیل می‌باشد.
۸. مانجونات پنداکور. استادیار فیلم، رادیو - تلویزیون در نورث وسترن یونیورسیتی ایوانستون، ایلینویز است.



## مقدمه

جرالد ساسمن - جان. ای. لنت

### دیدگاه‌های انتقادی نسبت به ارتباطات و توسعه جهان سوم

مقاله‌های این مجموعه همگی از یک دیدگاه انتقادی آغاز می‌شود. در این مقاله‌ها تکنولوژی ارتباطات و انتقال رسانه‌های گروهی به جهان سوم در یک چارچوب مفهومی مورد تحلیل قرار می‌گیرد که این چارچوب، نیروهای تاریخی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی را مد نظر دارد. مقاله‌ها، به درجات مختلف و با تأکید کمتر یا بیشتر، در بردارنده نقد نظریه‌هایی هستند که حاصل تحلیل‌های وابستگی، مارکسیستی، نظام - جهانی و دیگر نگرش‌های اقتصاد سیاسی است. اما از ظاهر سازی اثبات‌گرایانه یا راست‌اندیشی جبرگرایانه پرهیز می‌کند. امروزه در مقایسه با دهه ۱۹۵۰ شاید مداخله مستقیم ابرقدرت‌ها، از جنبه‌های خاصی برای کشورهای جهان سوم آن قدرها وحشت‌آور نباشد، اما در این عصر فراملی‌گرایی، خصوصی‌سازی و عقلایی کردن همه جنبه بازار به منظور کالایی کردن تقریباً همه ابعاد زندگی روزمره، ضرورت تحلیل تکنولوژی ارتباطات و رسانه‌های گروهی، از دیدگاه مردم، اهمیت خود را از دست نداده است.

افزایش امکانات در زمینه تمرکز بازار برای کسانی که قادر به بهره‌گیری از امکانات پرمادانه تکنولوژی‌های ارتباطاتی جدید هستند - یعنی شرکت‌های فراملی - پیدایش رشته‌های فرعی «اقتصاد اطلاعات» (information economics) را تشویق کرده است. به نظر اقتصاددانان «نومحافظه‌کار» (neoconservatives) علاقه‌مند به ارتباطات بین‌المللی، اقتصاد اطلاعات، «مزایای نسبی» / شرکت‌های فراملی در مقابل کشورهای جهان سوم را، از جهت کنترل ارتباطات و تکنولوژی‌های اطلاعاتی، به عنوان «کارآمدترین» وسیله توسعه عوامل تولید، در جهانی با «وابستگی‌های متقابل» توجیه می‌کند. نومحافظه‌کاران به ندرت پیامدهای اجتماعی این نوع ترقی را بر می‌شمارند و در استدلال خود بیشتر به آن دسته فرمول‌های دگرگونی تکیه می‌کنند که ریشه تکنیکی دارند. نومحافظه‌کاران، در انطباق با سایر تعهدات ایدئولوژیکی و نوعی خود، بر «مدیریت» اطلاعات، تجارت آزاد اطلاعات، حق تعیین قیمت در بازار و سایر مکانیزم‌های بازار تمرکز می‌کنند.

برخلاف روش شناختی‌های انتقادی، جهان نومحافظه‌کاران، جهانی است متشکل از «قوانین» معاملات اجتماعی مبتنی بر فرمولهای ریاضی که بر اساس یک «منطق عقلایی» اداره می‌شود؛ جهانی است که در واقعیت، تا حد زیادی ریشه‌های تاریخی - اجتماعی و نابرابری‌های اقتصادی موجود بین اعضای آن را نادیده می‌گیرد. نگرش انتقادی به مسئله قدرت و تخصیص و بسیج آن برای دستیابی به هدف‌های مورد نظر، از جمله به تأثیر طراحی و استفاده‌های مختلف از تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی بر تر در متمایز ساختن تعداد محدودی از بازیگران ذی‌نفع، توجه دارد.

در مقابل دیدگاه فعلی نومحافظه‌کاران که طرفدار وضعیت ممتاز شرکت‌های ثروتمند است، پژوهشگران انتقادی ارتباطات عمدتاً در مسایلی چون برابری، مشارکت عمومی، توزیع اقتصادی، توزیع قدرت، مزایای رفاهی، مسئولیت اجتماعی و حمایت از حق حاکمیت ملی، فرهنگی، سیاسی و فردی توجه دارند. نومحافظه‌کاران به زبانی صحبت می‌کنند که بر ابزار متمرکز است، منتقدان دانشگاهی بر بازیگر تکیه دارند. نومحافظه‌کاران به شیوه‌های «فارغ از ارزش‌گذاری» (value-free) معتقدند، منتقدان دانشگاهی تکنیک را در چارچوب ملاحظات گسترده‌تر تاریخی، طبقاتی، اجتماعی، فرهنگی، قومی، نژادی و



ارزش‌های رهایی‌بخش فردی می‌بینند. برای «نومحافظه‌کاران»، مصنوعات ارتباطی و اطلاعاتی «پیشرفته» از تبار نیروهای هستند که به واسطه عامل تکنولوژیکی تعیین شده‌اند؛ نیروهایی که سبب پیدایش تلفن از بطن تلگراف شدند، و به همین ترتیب رادیو به وجود آمد، تلویزیون پا به عرصه وجود نهاد و ... در این دیدگاه، با توجه به گزینه‌های مردم جهان سوم، لازم است جوامع «توسعه نیافته»، جوامعی که «دیر» به مرحله «دومین انقلاب صنعتی» رسیدند، یا اصلاً نرسیدند، از مربیان عصر «مابعد صنعتی شدن» در جهان اول، به خوبی درس بگیرند تا در مسابقه تکنولوژیکی کمتر عقب بمانند.

مطالب منتشر شده درباره نقش نظام‌های ارتباطی و اطلاعاتی در جهان سوم، از بعد از جنگ جهانی دوم زیر سیطره یک تعصب «توسعه‌گرایانه» (developmentalist) بوده که عمدتاً در ایالات متحده آمریکا شکل گرفته و برای رسانه‌های گروهی - و در مرحله بعدی ارتباط از راه دور - در باز تولید ساختارهای رفتاری، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، و نهادی «پیشرفته» غرب یک نقش محوری قائل بوده است. از آن زمان تاکنون برای بسیاری از افراد روشن شده است که این نگرش تکنیک‌گرایانه (technicist) «نومحافظه‌کارانه» نه تنها گمراه‌کننده است بلکه شالوده‌های سیاسی، اقتصادی، و تاریخی نابرابری‌های فزاینده، وابستگی جهانی و جابه‌جایی اجتماعی را در هم می‌ریزد، ضمن این که برداشت‌های عامیانه، نادرست و تحقیرآمیز استعماری را از مردم جهان سوم و فقر آنها تقویت می‌کند.

در این فصل می‌خواهیم به عنوان راهی برای تنظیم مباحث متضاد مربوط به این موضوع و توضیح نگرش‌های انتقادی مطرح شده در فصل‌های بعدی، بعضی از نوشته‌های مهم مربوط به نظام‌های ارتباطی جهان سوم را مورد بررسی قرار دهیم. ما از دیدگاهی تاریخی حرف می‌زنیم، تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی در حال پیدایش و بحث‌های مربوط به مزایای نسبت داده شده به آنها را در چارچوب قدرت فزاینده و سیاست خارجی تهاجمی ایالات متحده آمریکا و متحدانش در دوره پس از جنگ و در چارچوب مبارزات مختلفی که از سوی نیروهای جهان سوم برای رسیدن به حق حاکمیتی و رای تعاریف رسمی و استعماری آن به عمل آمده، قرار می‌دهیم.

### «نوسازی» به منزله سیاست خارجی (modernization)

اکنون بنا بر برداشت غالب، کسانی که در اوایل دوره پس از جنگ، انتخاب نظام‌های رسانه‌ای - ارتباطی غربی، به‌ویژه آمریکایی، برای کشورهای جهان سوم را تشویق کردند، به طور رسمی یا غیررسمی نمایندگان یک سازه ایدئولوژیکی بودند که به شیوه‌ای اغراق‌آمیز «نوسازی» نامیده می‌شد. اولین و برجسته‌ترین آنها دانیل لرنر (Daniel Lerner) از مؤسسه تکنولوژی ماساچوست (MIT) بود که کتابش تحت عنوان *زوال جامعه سنتی* (۱۹۵۸)، تاب مهم‌ترین کتاب مرجع برای شروع کار بررسی روش‌شناختی نوسازی شد. کتاب او، همراه با تحقیقات اولیه‌اش در زمینه شگردهای تبلیغاتی بین‌المللی، بر راه‌های بازتولید تجارب عینی آمریکا و ایجاد نهادهای اجتماعی با ثبات، و ارتباط دادن اینها با گسترش رسانه‌های گروهی تجاری، متمرکز بود. بعضی دیگر از محققان برجسته مؤسسات آموزشی معتبر و صاحب نام، از جمله دیوید مک‌کلند (David Mc Clelland) (هاروارد)، ای تی یل دوسو لاپول (Ithiel de sola pool) (از مؤسسه تکنولوژی ماساچوست)، لوسین پای (Lucien pye) (مؤسسه تکنولوژی ماساچوست)، ویلبر شرام (Wilbur schramm) (استنفورد)، و کارل دویچ (Karl Deutsch) (هاروارد) با تعقیب بعضی از ابعاد مضمون‌های عام هویت، الگوبرداری و پذیرش همدلانه ارزش‌ها و رفتارهای تولید غربی به طرفداران نوسازی کمک کردند.

آثار این محققان نه تنها در آمریکا و اروپای غربی بلکه حتی در کشورهای جهان سوم در سطح گسترده‌ای جزو اصلی و محوری مفهوم ارتباطات به عنوان الگوی توسعه و یک دوره آموزشی استاندارد برای دستیابی به توسعه تلقی می‌شد. در اینجا توضیح همه انگیزه‌های فردی مؤثر بر این شیوه نگرش به دگرگونی اجتماعی در جهان سوم ضروری نیست. به علاوه، سلطه

یک ایدئولوژی را صرفاً و عمدتاً به طرز تفکر تعداد محدودی از افراد نسبت دادن، به معنی داشتن یک برداشت نابخردانه از این دوره تاریخی است؛ دوره روزهای آرام قدرت نسبتاً لگام گسیخته و سرکش ایالات متحده آمریکا در جهان. ایالات متحده آمریکا از نظر تولید ناخالص ملی، بازده صنعتی، سلطه مالی، مازاد تجاری، سرمایه‌گذاری خارجی، نیروی نظامی، کنترل نظامی و به طور فزاینده‌ای، انتقال صنایع فرهنگی قدرتمند بود. احساس غرور ناشی از این دستاوردها که غالباً تعصب‌آمیز هم بود، به تدریج جای خود را به واقعیت‌های ناراحت‌کننده‌ای داد که در واقع بخشی از «صلح» بزرگ «آمریکایی»<sup>۱</sup> بودند. اسناد بازسازی شده دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ که در آن زمان افراد معدودی نسبت به آنها آگاهی داشتند، نقش مهمی در برداشت مفهومی ما از مناسبات آمریکا با جهان سوم، در رابطه با سیاست‌های ارتباطاتی، دارد.

این اسناد، ضمن بیان چیزهای دیگر، نشان می‌دهد کارگزاری‌های مختلف آمریکا تقریباً به طور مداوم در فعالیت‌های غیرقانونی جمع‌آوری اطلاعات جاسوسی برای سیا، اقدامات ضد شورشی، توطئه‌های سوءقصد نسبت به سران کشورها، ایجاد بی‌ثباتی، جلوگیری از جریان اطلاعات یا پخش اطلاعات نادرست، مبارزات تبلیغاتی علیه مبارزان سیاسی مستقل، تهیه لیست‌های سیاه محرمانه و پرونده سوابق سیاسی دولتمردان، هنرمندان و روشنفکران خارجی (و آمریکایی)، تاکتیک‌های از هم پاشاندن اتحادیه‌ها و توطئه‌ها و دسیسه‌های متعدد دیگر علیه ناسیونالیست‌های تسلیم‌ناپذیر جهان سوم (مثل مصدق در ایران، لومومبا در کنگو، سوکارنو در اندونزی، کاسترو در کوبا، آلنده در شیلی، ولاسکو در پرو، آربنز در گواتمالا و بوش در جمهوری دومینیکن) دست داشته‌اند. سوسیالیست‌ها و دیگر کسانی که نمی‌توانستند اصول و مبانی جنگ سرد یا استدلال‌های «جهان آزاد» در مقابل «پرده آهنین» را بپذیرند نیز هدف این گونه دسیسه‌ها بودند. مطمئناً انگیزه‌های خیرخواهانه خاصی هم در بافت سیاست خارجی آمریکا تنیده شده بود که معمولاً از طریق پرسنل پزشکی داوطلب، اعضای کلیساها، گروه‌های صلح و دیگر گروه‌های کمکی داوطلب اجرا می‌شد، اما آگاهی ذهنی و برداشت غالباً معصومانه این افراد نسبتاً معدود از مناسبات گسترده‌تر قدرت فراملی قادر به تغییر ماهیت نظام اقتصادی سیاسی نبود، نظامی که بیشتر به تصرف منابع انسانی و مادی جهان سوم توجه داشت. جان کندی رئیس جمهور وقت آمریکا آنچه را که در پشت لفاظی‌ها و شعارهای انسان‌دوستانه توجیه نگرش ایالات متحده آمریکا نسبت به جهان سوم نهفته بود بدین نحو آشکار می‌سازد:

نقشی که ارائه زود و به موقع کالاها و مهارت‌های آمریکایی، و نحوه انجام کارها به سبک آمریکایی در شکل‌گیری علائق و سلیقه‌های ملت‌های جدید و در حال پیدایش دارد، به حد کافی مورد توجه قرار نگرفته است - و همین‌طور این حقیقت که حتی وقتی کمک‌ها متوقف شد تقاضا برای کالاهای ما ادامه می‌یابد و مناسبات تجاری تا مدت‌ها پس از خاتمه کمک‌های ما دوام می‌آورد.

نیویورک تایمز، ۱۸ سپتامبر ۱۹۶۳، انتشارات شرکت نیویورک تایمز

نوام چامسکی در کتاب‌های جدیدتر خود (*Manufacturing consent*, 1988, *Necessary Illusion*, 1989) که کتاب اخیر با همکاری ادوارد هرمن نوشته شده است، قاطعانه استدلال می‌کند که نهادهای ایدئولوژیکی غالب در جامعه آمریکا، به‌ویژه رسانه‌های خصوصی، به پرورش نوع خاص و پیچیده‌ای از سوء تفاهم، یک «توهم لازم»، یا برداشت نادرست از هدف‌های عینی اقتصاد سیاسی عام کمک می‌کند، و ساختار تحریف شده و سیاست‌زدایی شده‌ای (depolitized) از جهان اجتماعی را جایگزین آن می‌نماید، ساختاری که بر مبنای مفروضاتی در مورد مقاصد نوع دوستانه، صلح‌آمیز و آزادی‌طلبانه دولت بنا شده است. اشاره چامسکی به سیاست‌های مداخله‌گرانه ایالات متحده آمریکا، با تصویر آمریکا به عنوان یک برادر بزرگ و خیرخواه در مناسبات با سایر کشورهای جهان به شدت مغایر است، تصویری که چاپلوسانه در مفاهیم نوسازی و «اشاعه نوآوری» (در کتاب راجرز، ۱۹۷۱) مجسم شده است.

برخورد غیرتاریخی لرنر با شهرنشینی سبک غربی، آموزش، مشارکت سیاسی، ارزش‌های غیردینی، استفاده از رسانه‌ها و قراردادن تصاویر روستایی نیمه فنودال، بیسواد، سنت‌گرا، و ایستا در کنار اینها، فرض اولیه او را تأیید می‌کند: کسانی که طبیعتاً یک «شخصیت نوآور» دارند و به چیزهای خوب زندگی متمایل هستند، سبک زندگی غربی را می‌پسندند و می‌پذیرند، همان عاملان دگرگونی‌های «جدید» هستند که می‌توانند تغییرات اجتماعی گسترده‌ای را در چارچوب پذیرفته شده هنجارهای جهانی پیشرفت مادی به انجام برسانند.

بسیاری از منتقدان چگونگی همخوانی این نگرش را با الگوی یکپارچه‌ای از کشورهای جهان سوم مورد توجه قرار داده‌اند، الگویی که طبق آن کشورهای مزبور می‌باید تحت تابعیت نظام بازار جهانی، ساختار مدیریت رسانه‌ای و اردوگاه سیاسی - نظامی زیر سلطه آمریکا در می‌آمدند (نگاه کنید به ماتلارت، ۱۹۷۹؛ شیلر، ۱۹۷۶؛ اسمایس ۱۹۸۱ (mattelart, schiller, smythe)، در واقع سرآغاز مطرح شدن ارتباطات و توسعه به‌عنوان یک روش‌شناسی سیاسی - روان‌شناختی، به تجربه‌های لرنر در مقام کارشناس تبلیغاتی در جنگ روانی ایالات متحده آمریکا علیه جهان دوم (کشورهای کمونیستی) برمی‌گردد. در آن زمان لرنر به عنوان سردبیر شاخه جاسوسی دپارتمان جنگ روانی، وابسته به ارتش کار می‌کرد و پایان‌نامه دکترای او کتابش *جنگ روانی (sykewar)* (۱۹۴۹) را هم در همان‌جا نوشت. ظاهراً انگیزه نوشتن کتاب بعدی‌اش، «*زوال جامعه سنتی*» و نیز بسیاری از اطلاعات جمع‌آوری شده، یک کار تحقیقاتی محرمانه برای «صدای آمریکا» بوده که در جهت مقاصد تبلیغاتی ایالات متحده آمریکا در خاورمیانه و ایجاد و جمع‌آوری شنودگانی برای رادیو «صدای آمریکا» صورت گرفته است (نگاه کنید به ساماراجیو (samarajiva) ۱۹۸۵، ص ۷-۶). سولاپول، همکار لرنر و استاد میهمان در مؤسسه تکنولوژی ماساچوست، ضمن نوشتن کتابی به هزینه صدای آمریکا، تحت عنوان «نوسازی: پویای‌های رشد» که توسط آژانس اطلاعاتی آمریکا در سراسر جهان توزیع شد، با شور و شوق بسیار کشف کرد که در جهان سوم «دسترسی به رسانه‌های ارتباطاتی افزایش‌یافته» و ضمن «مطالعات همبسته‌ای متقاعد شد که متغیرهای معدودی می‌توانند به اندازه قرار گرفتن در معرض رسانه‌های گروهی مبین و منادی نوسازی باشند». از این رو، سولاپول بر آن بود که رادیو به هر کجا برود، نگرش‌های مبتنی بر نوسازی نیز به آنجا خواهد رفت (صفحات ۱۰۷-۱۰۶). سولاپول با تکیه بر نظریه لرنر و مک‌کلند (۱۹۶۱) در مورد قدرت هویت روانشناختی، ادعا کرد که «رسانه‌های جدید دامنه درک پرشور و شوق انسان را از آن شیوه‌هایی از زندگی که شخصاً تجربه نکرده است گسترش می‌دهد و به او امکان می‌دهد تصور درستی از زندگی یک حاکم، یک خارجی، یک میلیونر یا یک هنرپیشه سینما داشته باشد» (ص ۱۱۰). بنابراین دستاوردها به طور ناخودآگاه برحسب میزان «شور و شوق» (empathy) مردم جهان سوم به اسطوره‌شناسی نخبگان جهان اول، و البته بدون شرط عمل متقابل از جانب مردم جهان اول، اندازه‌گیری می‌شد.

لرنر، سولاپول، ویلبر شرام، لوسین پای و بعضی از شاگردان آنها هسته اصلی مدافعان الگوی انتقال رسانه‌ها، و به طور کلی آن نگرشی بودند که در برخورد با مشکلات جهان سوم، بر توسعه به کمک آمریکا تکیه می‌کرد. گسترش مناسبات با جهان سوم، در چارچوب آموزه ترومن و «واقع‌گرایی» و مکتب «محاصره» (containment) اتحاد شوروی، گسترش حضور بین‌المللی آمریکای بعد از جنگ در گرداب استعمارزدایی شده به جا مانده از کشورهای اروپایی و ژاپن، و بهره‌گیری از پیوندهای اقتصادی مناطق کمتر توسعه‌یافته با اقتصاد سرمایه‌داری جهانی، مورد بررسی قرار می‌گرفت (شیلر، ۱۹۸۹، صفحات ۱۳۷ - ۹). در این چشم‌انداز ایالات متحده آمریکا تنها نبود، بلکه تا زمان احیای زیربنای نظام سرمایه‌داری جهانی، یعنی حدوداً تا سال ۱۹۶۰، این ابرقدرت نظامی و اقتصادی از طریق مناسبات دوجانبه و چندجانبه (کارگزاری‌های سازمان ملل، بانک جهانی، صندوق بین‌المللی پول و گات) نقش رهبری جهان را به عهده می‌گرفت. همچنان که هربرت شیلر (۱۹۸۹)



می‌گوید، طنز قضیه در آنجاست که در این چشم‌انداز گاه طرفداران توسعه به شدت بر کیفیت‌های تأثیرپذیر مردم جهان سوم، قدرت هیپنوتیزم‌کننده رسانه‌های الکترونیکی، استخدام خبرنگاران و خبررسانان و مبلغان با استعداد جهت جلب مردم جهان سوم به گرایش‌های موافق آمریکا از طریق «انتخاب» آزادانه خودشان و «انتقال تشویقی روشنگری» تکیه می‌کردند (صفحات ۴۰-۱۳۹).

در واقع دولت ایالات متحده آمریکا بزرگ‌ترین عامل‌اشاعه اطلاعات به جهان سوم بوده است. در سال‌های پس از جنگ، شاخه‌ها و «مراکز فرهنگی» شبکه جهانی آژانس اطلاعاتی آمریکا، صدای آمریکا (همراه با شبکه‌های رادیویی خواهر مثل رادیو اروپای آزاد و رادیو آزادی و ایستگاه‌های تلویزیونی پایگاه‌های نظامی آمریکا در خارج) سیستم‌های نظامی و دیپلماتیک ارتباط از راه دور، حضور گسترده اما عمدتاً مخفی رسانه‌های سیا، کمک‌های دولتی به کانون صدور فیلم‌های آمریکایی و به شبکه‌های جهانی و چند جانبه پخش اطلاعات، مثل یونسکو، حمایت فعالانه‌اش از کارگزاری‌های خبری غربی، به‌خصوص آنهایی که در ایالات متحده آمریکا مستقر بودند، از طریق نظریه «جریان آزاد اطلاعات» (که نهایتاً و پس از دمکراتیک‌تر شدن فرایندهای انتخاباتی در یونسکو، منجر به کناره‌گیری آمریکا از این نهاد شد)، همه و همه در ایجاد یک جو سیاسی و فرهنگی موافق آمریکا سهیم بوده‌اند. این اقدامات با استراتژی‌های اقتصادی «بازار آزاد»، یعنی کناره‌گیری عناصر طرفدار سیاست‌های حمایتی و یا نگرش‌های سوسیالیستی هم دمساز بوده است.

صدای آمریکا از همان آغاز وسیله‌ای برای پیشبرد آموزه جنگ سرد ترومن بود، و تا زمانی که طرفداران ریگان قدرت را به دست گرفتند، تقریباً از هر عنصر مغایر با جنگ ایدئولوژیکی پاک شده بود. در «درگیری‌های خفیف» با رژیم‌های چپ‌گرا، رادیو صدای آمریکا فعالانه مورد استفاده قرار می‌گرفت. مثلاً تأمین هزینه رادیو مارتی توسط این شبکه خبری، بخشی از جنگ تبلیغاتی آمریکا علیه کوبا بود. نویسنده‌ای، رادیو مارتی را «خلیج خوک‌های الکترونیک»<sup>۲</sup> توصیف کرده است (الکساندر ۱۹۸۸، ص ۱۳۹). حالا کوبایی‌ها ناچارند نه تنها صدای آمریکا، بلکه ورود امواج تصویری آمریکا (تلویزیون مارتی) را به محدوده فضایی کشورشان تحمل کنند.

به موازات حضور فعال رسانه‌ای دولت آمریکا، رسانه‌های شرکت‌های خصوصی آمریکای شمالی به سرعت گسترش یافتند. آسوشیتدپرس و یونایتدپرس اینترنشنال به عنوان قدرتمندترین منابع تلکس خبری بین‌المللی از رویتر پیشی گرفتند (تانستال به‌طور مستند به این مطلب پرداخته است، ۱۹۷۷). بعضی از محققان جهان سوم نشان داده‌اند که چگونه این انحصار خصوصی بر خطوط خبری بین‌المللی، ارتباطات کشوری و منطقه‌ای را از طریق برداشت‌های از صافی گذشته خبرنگاران در آمریکای شمالی تحریف می‌کند (نگاه کنید به بلتران ۱۹۷۷، رایس - ماتلا ۱۹۷۶ (Beltran..Ryes matla)). مثلاً کلمبیایی‌ها عمدتاً از طریق اخبار سانسور شده آسوشیتدپرس و یونایتدپرس اینترنشنال، و نه از طریق مجلات و روزنامه‌های خودشان، از اخبار رویدادهای روزانه در آرژانتین با خبر می‌شوند. منتقدان برآنند که قشرهای تحصیل‌کرده کشورهای جهان سوم عموماً از رسانه‌های از نوع آمریکایی ناراضی هستند، زیرا کشورشان رابه نحو اغراق‌آمیزی مستعد فروپاشی و ویرانی تصویر می‌کند.

از طرف دیگر، رسانه‌های آمریکای شمالی در انتقال اخبار و تصاویر مورد علاقه‌شان به مردم کشورهای جهان سوم هیچ مشکلی نداشته‌اند. مطالعات متعددی به طور مستند رخنه تاریخی شبکه‌های تلویزیونی آمریکا، تایم، ریدرز دایجست و سایر بنگاه‌های رسانه‌ای به جهان سوم، جنبه‌های مختلف کنترل مالی خارجی بر این فعالیت‌ها، و پیامدهای فرهنگی و اجتماعی این جریان یک‌طرفه را مورد بررسی قرار داده‌اند. شبکه‌های تلویزیونی آمریکایی از دهه ۱۹۵۰ به طور مرتب فیلم‌های تلویزیونی و نوارهای ویدئویی خود را در کشورهای آمریکای لاتین و حوزه کارائیب، و ایستگاه‌های تلویزیونی آسیایی که در کنترل دارند، پخش کرده‌اند. ارگان‌های فراملی تبلیغاتی آمریکایی با استفاده از شبکه‌های سخن پراکنی و سینما، بخش اعظم بازارهای جهان سوم را برای مشتریان بزرگ خود (کلگیت - پالمولیو، یونی لیور، پراکتروگمبل و غیره) حفظ کرده‌اند. یکی از اثرات این نوع

ارتباط آن است که تقاضا برای کالاهای مصرفی آمریکایی را افزایش می‌دهد، امکانات صنعتی و تکنولوژیکی داخلی را تضعیف می‌کند، و ذخایر پولی و سایر منابع ارزشمند و کمیابی را که می‌باید صرف گسترش تولیدات داخلی شود می‌بلعد (بونس ۱۹۷۶، دوکاردونا ۱۹۷۷، ولز ۱۹۷۲). (Bunce, decardona Wells) نوردن استرنگ ۱۹۷۴ و واریس (Nordenstreng, varis)، ۱۹۸۶ سلطه ده ساله آمریکا بر جریان جهانی برنامه‌های تلویزیونی (و میزان بسیار پائین برنامه‌های خارجی وارداتی ایالات متحده آمریکا) را نشان داده‌اند. همه اینها، طبق الگوی نوسازی، می‌باید به «خیزش» اقتصادی کشورهای اشباع شده با رسانه‌های سرمایه‌داری منجر می‌شد، اما گذشت سال‌ها نشان می‌دهد که برعکس، تفاوت در درآمدها و در شاخص‌های کیفیت زندگی بیشتر شده است. اگر این اختلاف‌ها و افزایش فقر مطلق را با توجه به تضاد طبقاتی داخل کشور بسنجیم جنبه آشکارتری پیدا خواهند کرد. لرنر و شرکا که طرفدار شهری شدن بودند، در واقع به تشکیل زاغه‌نشین‌های اطراف شهر و بدتر شدن وضعیت خدمات اجتماعی اکثریت مردم کمک کرده‌اند.

بعضی از معماران این اسوه (paradigm) نهایتاً مجبور می‌شوند به غلط بودن آن اعتراف کنند. مثلاً شرام (۱۹۷۹)، در گزارش کمیسیون مک برای (McBride commission) که به‌طور گسترده توزیع نشد، کتاب خودش، «رسانه‌های گروهی و توسعه ملی» (۱۹۷۴) را مورد انتقاد قرار داده است. شاید قبلاً هم به فکر تجدیدنظر در آن افتاده بود، چون در «رسانه‌های بزرگ، رسانه‌های کوچک» (۱۹۷۷) در مورد مزایای توسعه‌ای معرفی تلویزیون برای جوامع جهان سوم اظهار تردید کرده بود. اما در ۱۹۷۹ می‌گوید که «در مورد به کارگیری الگوهای غربی توسعه بدبین‌تر بوده»، و اضافه می‌کند که می‌باید «نسبت به پیوند دادن رسانه‌های گروهی با فعالیت‌های محلی» و مقتضیات اجتماعی و عدم قطعیت و ناپایداری‌های توسعه، به‌ویژه تفاوت‌های فرهنگی بین - کشوری توجه بیشتری نشان می‌داد. شرام می‌گوید حالا معتقد است که استراتژی توسعه باید بیشتر جماعت محور (centered community) باشد، چون «رسانه‌های بزرگ» واکنش به نیازهای محلی آنی درست عمل نمی‌کنند (شرام ۱۹۷۹). راجرز (۱۹۷۹) هم، که برای مدتی کوتاه تحت تأثیر گروهی از محققان طرفدار نگرش‌های مردمی نسبت به ارتباطات و توسعه قرار گرفته بود، بعضی از ایده‌های اشاعه‌گرایانه قبلی خود را (diffusionist) رد می‌کند.

### نگرش متداول: برقراری دوباره صدای جامعه

الگویی که در دهه ۱۹۷۰ بر ارتباطات و توسعه اعمال می‌شد تا حد زیادی بر فلسفه فرایر، شوماخر، دیات بورد ناوه و فوگل سانگ (و عده‌ای دیگر متکی بود. این مدل که (Freir, Schumacher, Diaz bordenave, fugle sang) ویژگی آن تأکیدش بر مشارکت مردم، اعتماد به نفس و ایمان به توانایی افراد در یادگیری و تغییر بود، جریان افقی اطلاعات را بر جریان عمودی ترجیح می‌داد و اهمیت کانال‌های سنتی و بین - شخصی را می‌پذیرفت. به جای یک برداشت صرفاً اقتصادی از توسعه، ارزش‌ها، اعتقادات، نظرات، گرایش‌ها و نیازهای اجتماعی مردم را به عنوان اجزای اصلی توسعه مورد تأیید قرار می‌داد.

فرایر در «پداگوژی ستم‌دیدگان» (۱۹۷۰) می‌گوید در آمریکای لاتین به علت وجود احساس حقارت و اسارت در مردم، و گرایش آنها به عدم شناخت خودشان به عنوان موجوداتی برابر با فرد ستمگر، چرخه سرکوب (cycle of oppression) تقویت می‌شود. او خواستار یک نگرش انقلابی، اومانستی و آموزشی نسبت به توسعه شد که بر اصول زیر متکی باشد: الف. ایمان به توانایی مردم در یادگیری، دگرگونی وضعیت ستمگرانه جهل، فقر و استثمار، و رها شدن انسان‌ها از قید این وضعیت؛ ب. مداخله مستقیم ستم‌دیدگان در واقعیت‌های موجود زندگی‌شان، مشکلات ناشی از آن، و تحلیل فشارها و محدودیت‌هایی که ساختار اجتماعی و ایدئولوژی رسمی به آنها تحمیل می‌کند؛ ج. از بین بردن تفاوت‌های ادراکی و معرفتی بین تعلیم‌دهندگان و تعلیم‌بینندگان تا جایی که هر یک از اینها دانش‌آموز آن دیگری باشد؛ د. گفت‌وگوی آزاد و باز؛ ه. مشارکت



در فعالیت‌های آزادیبخشی که به بازسازی محیط اجتماعی آنها منجر می‌شود. شوماخر (۱۹۷۳) پیشنهاد می‌کند به عنوان گزینه‌ای برای توسعه اقتصادی و راهی برای باز پس‌گیری ابتکار کار فرمایانه از ساختارهای قدرتی شرکت‌های فراملی غالب، از یک تکنولوژی بُرد متوسط استفاده شود. «تکنولوژی مناسب» باید بر معیارهای کوچکی، سادگی، دسترسی به سرمایه‌های ارزان، و در برگیری ارزش‌های غیر خشونت‌آمیز متکی باشد. لنت (۱۹۷۸) علاوه بر اطلاق این مفاهیم به ارتباطات معیار دیگری را هم وارد می‌کند: ملایمت.

دیث بورد ناوه، محقق آمریکای لاتین (۱۹۷۷)، حاکمیت ارتباطاتی را یک نیاز اولیه انسانی می‌داند و خوش‌بینانه، و احتمالاً به‌طور زودرس می‌گوید: رسانه‌ها «از نظر مشارکت جمعیت روستایی در برنامه‌های بیشتر قابل دسترسی شده‌اند» (صفحات ۲۳ - ۲۴). فوگل سانگ ضمن ترغیب الگوهای جماعتی و فرایندهای «تفکر معجزه‌آسای» روستاییان در روند توسعه، نقش رسانه‌های گروهی در دگرگونی‌های اجتماعی را رد نموده و آنها را به جغ‌جغه‌های پر سر و صدایی تشبیه می‌کند که ضمن یابوہبافی‌های پوچ و پر سر و صدا، و مطرح کردن مسایل آموزشی نامربوط، اطلاعات غلط هم عرضه می‌کنند (فوگل سانگ و چندلر (chandler)، ۱۹۸۶، ص ۲). حاصل تلاش‌های به عمل آمده برای به مفهوم درآوردن این‌ها، گزینه‌هایی بود چون روستایی کردن رسانه‌های بزرگ‌تر و رسمی‌تر، استفاده از رسانه‌های عامیانه، تکیه بیشتر بر ارتباطات بین - شخصی، بهره‌گیری از تکنولوژی رسانه‌ای کوچکتر، و بازگشایی خطوط قدیمی ارتباطی بین کشورهای نیمکره جنوبی.

### نقد نظریه‌های وابستگی

در حالی که محققان انتقادی، طرفداران «نوسازی» را توجیه‌کنندگان وضعیت موجود و اشکال نو استعماری کنترل به شمار می‌آورند، تلاقی عوامل تاریخی به شکل‌گیری دسته بندی نارضایتی‌ها و اعتراض‌های جهان سوم در آثار نظریه‌پردازان «وابستگی»، به‌ویژه نظریه‌پردازان آمریکای لاتین کمک کرد. زمینه کلی‌تر همانا مبارزات استقلال‌طلبانه کشورهای جهان سوم، مخصوصاً گسترش جنبش کشورهای غیرمتعهد بود. استقلال رسمی، از نظر «نمایندگی» در هیئت‌های بین‌المللی بعد از جنگ که بر مبنای اصل یک کشور یک رأی تشکیل شده بودند، یک دگرگونی عمیق ایجاد نمود و در زمینه حق رأی فرصت‌های بهتری را برای کشورهای جهان سوم در سازمان ملل فراهم کرد. به رغم استقلال سیاسی این کشورها، کنترل‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی به بیشتر رهبران جدید کشورهای جهان سوم (نپرو، سوکارنو، بن‌بلا، مائو، کاسترو، هوشی‌مین، لومومبا، ناصر و غیره) نشان داد که ناسیونالیسم و عدم تعهد از نظر تاریخی مناسبترین شکل ایدئولوژیکی مقاومت جمعی در برابر امپریالیسم و سلطه در دوره پس از استقلال می‌باشد. این دوره استراتژی‌های تهاجمی، و غالباً تحریف شده ترومن، آیزنهاور، و رؤسای جمهور بعدی ایالات متحده آمریکا در زمینه خنثی‌سازی یا از بین بردن گرایش‌های حاد، جهان سوم را تقویت کرد.

برای ترومن که از یک سو بین مجریان و دست‌اندرکاران سیاست خارجی مترقی روزولت و عناصری از حزب دموکرات مخالف جنگ سرد، و از سویی دیگر نفوذ فزاینده افراطی‌های حزب جمهوری‌خواه گرفتار شده بود، مفهوم «واقع‌گرایی سیاسی» اساساً به معنی «محاصره» اتحاد شوروی بود. همین مسئله دولت او را به سوی جنگ کره، منزوی ساختن چین (یکی دیگر از مهره‌های از دست رفته)، حمایت از امپریالیسم فرانسه در ویتنام، سازماندهی عملیات جاسوسی در سراسر جهان، بازسازی جمهوری فدرال آلمان، و یک برنامه بلند پروازانه تسلیحات اتمی سوق داد. در بین نخبگان، نوعی وفاق در زمینه گسترش شعارهای مربوط به «خطر شوروی» به وجود آمده بود که با گزارش محرمانه شورای امنیت ملی - ۶۸ - تقویت شد و کمک‌های مالی و دولتی و سودهای کلانی را برای ماشین جنگی صنعتی - نظامی آمریکا فراهم آورد.

در سال‌های حکومت آیزنهاور، کنترل برادران دالس بر سیا و وزارت خارجه، همراه با توسل فزاینده به عملیات آشکار به عنوان یکی از ابزارهای سیاست خارجی، سبب گسترش جهاد علیه اتحاد شوروی و سوسیالیسم شد.

دولت قانونی مصدق در ایران سرنگون شد و سلطنت پهلوی به کمک سیا جایگزین آن گردید. نگودین دیم در ویتنام و ماگاپاگال در فیلیپین هم با مداخله آشکار سیا به قدرت رسیدند. نظامی‌ها، نیروهای پلیس و جوخه‌های مرگ آموزش دیده در ایالات متحده آمریکا به ابزارهای وحشیانه حکومت‌های نظامی در سراسر جهان سوم تبدیل شدند، در حالی که دولت‌های مختلف آمریکا یکی پس از دیگری توطئه‌هایی برای سرنگونی یا قتل رهبران استقلال‌طلب کشورهای جهان سوم را طرح‌ریزی می‌کردند، از جمله آرنبنز (گواتمالا)، لومومبا (کنگو یا زئیر کنونی)، ولاسکو (پرو)، سوکارنو (اندونزی)، و کاسترو (کوبا). این نوع سیاست‌های ایجاد بی‌ثباتی در سراسر سال‌های حکومت کندی، جانسون، نیکسون و فورد ادامه یافت. کارتر با پشتیبانی کنگره که در کنترل لیبرال‌های حزب دموکرات بود، محدودیت‌های خاصی را بر سیا اعمال کرد، اما ریگان و بوش به سبک قدیمی سیاست خارجی و توسل به زور برگشتند. سال‌ها سازماندهی مخفیانه، مسلح‌سازی و کمک مالی به کنتراها در نیکاراگوئه سرانجام توان و محبوبیت سان‌دنیست‌ها را تضعیف کرد و آنها در سال ۱۹۹۰ انتخابات را به یک دولت ائتلافی به رهبری ویولتا چامارو باختند، خانم چامارو پایان دادن به جنگ‌های چریکی وحشیانه تحت سازماندهی سیا، قحطی و تحریم تجاری تحمیل شده به این کشور توسط ریگان - بوش را وعده داده بود. از نظر بسیاری از افراد این هم پیروزی تبلیغاتی دیگری برای سرکردگی ایالات متحده آمریکا بود.

نویسندگان وابستگی نه تنها شاهد این اقدام‌های سیاسی عربیان در جهت مداخله مستقیم نیروهای خارجی بوده‌اند، و بعضی از آنها در نتیجه همین مداخله‌ها سال‌های زیادی را در تبعید گذرانده‌اند، بلکه متوجه شده‌اند که کشورهای سرمایه‌داری صنعتی (مرکز یا متروپل) کمتر در مورد کنترل گزینه‌های توسعه اقتصادی جهان سوم (حاشیه‌ای یا وابسته) صحبت می‌کنند. نارضایتی جهان سوم از افت شرایط مادی که با تهاجم فاجعه‌آمیز آمریکا به ویتنام همراه بود، شدت گرفت. نمودهای فرهنگی، سیاسی و اقتصادی ناسیونالیسم را تقویت کرد. بارزترین و چشم‌گیرترین تریبون این نارضایتی که در دهه ۱۹۶۰ آغاز شد، سازمان ملل متحد بود. با فرارسیدن دهه ۱۹۷۰ تقاضاهای شدیدی برای یک نظم نوین اقتصادی بین‌المللی به شیوه عادلانه‌تر مطرح شد. این اصطلاحی بود که جنبش غیرمتمعه‌ها ابداع کرد.

در اواخر دهه ۱۹۷۰ نظم نوین اقتصادی بین‌المللی در سالن‌ها و اتاق‌های یونسکو و سازمان جنبش کشورهای غیرمتمعه‌د به افزایش تقاضای منطقی برای یک نظم نوین ارتباطاتی و اطلاعاتی جهانی انجامید. نظم نوین ارتباطاتی و (NWICO)



(New world Information and communication order) اطلاعاتی جهانی در واقع تقاضایی برای بازسازی کلی و دمکراتیک امکانات اطلاعاتی جهانی و همکاری کشورهای جهان اول و شرکت‌های فراملی در زمینه حمایت از مؤسسات ارتباطی مستقل در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، و خودداری آنها از بهره‌گیری از جریان تقریباً یک طرفه اطلاعات، تبلیغات سیاسی، آگهی‌های بازرگانی و محتویات رسانه‌های گروهی بود. بلتراند و فاکس دوکاردونا (۱۹۷۶) نشان می‌دهند که چگونه شرکت‌های فراملی آمریکایی و سیا به طور مرتب «جریان آزاد» رسانه‌ها و اطلاعات را به وسیله‌ای برای کسب مزیت‌های اقتصادی و سیاسی در آمریکای لاتین تبدیل کردند. شون مک براید (Sean McBride)، برنده جوایز نوبل و نین، که ریاست یکی از کمیسیون‌های یونسکو را برعهده داشت، در سال ۱۹۸۰ گزارشی (صداها، متعدد، جهان واحد) را منتشر ساخت که گرچه همراه با سوء نیت و از بسیاری جهات، از نظر سیاسی، سرهم بندی شده و تا حدی به دور از واقعیت‌ها بود، نظرات گوناگون و اعتراض‌آمیز بسیاری از اعضای این نهاد بین‌المللی را در واکنش به مسئله نظم نوین ارتباطی و اطلاعاتی جهانی بازتاب می‌نمود. این گزارش اساساً فراخوانی بود برای «حق ارتباط» و دریافت اطلاعات، دسترسی بیشتر زنان، جوانان، اقلیت‌های قومی، زبانی و مذهبی به رسانه‌ها، لغو سانسور (از جمله لغو ایجاد شرایط رشد خود سانسوری) آگاهی از ویژگی‌های نظام‌های رسانه‌ای و بین‌المللی جهان (جریان یک طرفه اطلاعات، تمرکز و خصوصیات بازاری، تجاری و شرکتی)، دسترسی بیشتر به اطلاعات علمی و تکنولوژیکی، محدودیت در زمینه ایجاد بی‌ثباتی سیاسی توسط دولت‌های خارجی و اصل دسترسی برابر به برش‌های فضایی در مدار و طیف‌های الکترومغناطیسی بود. (خلاصه شده در کتاب سینگ و گراس ۱۹۸۴، صفحات ۵۱-۴۴۸).

در مجموع منتقدان چپ معتقد بودند گزارش به حد کافی از زمینه شرکت‌های فراملی انتقاد به عمل نیاورده است - زمینه‌ای که بر پیشنهاد‌های انتقال تکنولوژی ارتباطی حاکم بوده و بر الگویی از تغییر مبتنی بر وابستگی اتکا دارد که تکنولوژی تعیین‌کننده آنست (گارسیا، مارکز و سوموایا Garcia Marquez & somavia, ۱۹۸۰، ص ۲۸۱)؛ (گراس و سینگ Gross & Singh, ۱۹۸۴، ۳-۵۱). نمایندگان ایالات متحده آمریکا در کمیسیون مک براید در دوره حکومت کارتر عموماً از آنچه که راه‌حل‌های تکنولوژیکی «کمتر بحث‌انگیز» برای عدم توازن‌های رسانه‌ای و اطلاعاتی تلقی می‌شد (یعنی ایجاد یک برنامه بین‌المللی برای توسعه ارتباطات) حمایت می‌کردند، و از هر تلاشی برای اعمال شرط داشتن جواز یا کنترل بر شرکت‌های مطبوعاتی خصوصی در آمریکا طفره می‌رفتند، گرچه در این زمان کمیسیون تحقیق مجلس سنای آمریکا به این نتیجه رسیده بود که بسیاری از «گزارشگران» خارجی باید با فعالیت‌های جاسوسی دولت همکاری کنند. از آن هنگام تاکنون رسانه‌های آمریکایی عموماً تقاضای جهان سوم در زمینه مناسبات رسانه‌ای و اطلاعاتی عادلانه‌تر با قدرت‌های بزرگ را نادیده گرفته‌اند و در ۱۹۸۵ از اقدام دولت ریگان برای خروج از یونسکو حمایت کردند.

گرچه اتحاد شوروی در بحث‌های نظام نوین ارتباطی و اطلاعاتی جهان از مواضع تند جهان سوم پشتیبانی کرد، اما عمدتاً روشنفکران و نظریه‌پردازان وابستگی در جنبش کشورهای غیرمتعهد نظریه «امپریالیسم فرهنگی» را مطرح و تعقیب می‌کردند، (نظریه‌ای که بعداً گسترش یافت و «امپریالیسم اطلاعاتی» (Information Imperialism) را نیز دربر گرفت). در دهه ۱۹۷۰، بحث‌های مربوط به «امپریالیسم فرهنگی و رسانه‌ای» با مشارکت مسمودی (Masmoudi) ماتالارت، شیلر، دورفمان (Dorfman)، تانستال، ولز، محققان (ILET) در مکزیک و جمعی دیگر از منتقدان، در صف مقدم قرار گرفت. آنها در برنامه‌های ایالات متحده آمریکا، متحدانش، و شرکت‌هایی که نمایندگی اینها را داشتند طرح‌های امپریالیستی متعددی را می‌دیدند. عده‌ای معتقد بودند «امپریالیسم فرهنگی و رسانه‌ای»، طرح آگاهانه قدرت‌های بزرگ برای همگون‌سازی فرهنگی بر پایه تصورات خودشان بود، و عده‌ای دیگر می‌گفتند انگیزه هجوم فراورده‌های فرهنگی و رسانه‌ای تعداد محدودی از کشورهای متروپل صرفاً مصلحت‌اندیشی اقتصادی است، در حالی که بارنت (۱۹۷۱)، و مالکوم (Malcolm) (۱۹۷۳) بر آن بودند که معرفی این فراورده‌ها اقدامی برای جایگزین کردن فرهنگ‌های استعماری با تمدن مسیحی غربی می‌باشد. فانون



(۱۹۶۵) بیشتر گفته بود که رسانه‌های گروهی در دنیای مستعمرات، برای حفظ ارتباط استعمارگران با تمدن - «تمدن خودشان» - شکل گرفت.

یکی از پیامدهای بحث‌های مربوط به نظم نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی جهانی در زمینه امپریالیسم رسانه‌ای و جریان اخبار، ایجاد یا گسترش کارگزاری‌های خبری متمایل یا وابسته به جهان سوم در سراسر دنیا بود. آژانس خبری غیرمتعهدها، مستقر در یوگسلاوی، خبرهای ۸۵ کشور عضو و ۴۱ آژانس خبری وابسته به این مجموعه را پخش می‌کند، اما نتایج حاصله ناموزون بوده است. آژانس خبری کارائیب از ژانویه ۱۹۷۶ رشد زیادی کرده است، و آژانس خبری پان‌آفریکن درگیر مبادله اخبار کشورهای عضو سازمان وحدت آفریقا بوده است. یکی دیگر از این مؤسسات، اینترپرس (Interpress) سرویس است که مقر آن در رم می‌باشد، و یک ماهواره خبری جهانی برای انتقال اخبار مطرح نشده و داستان‌های مجلات و روزنامه‌ها در اختیار دارد. اینترپرس سرویس در بیش از ۶۰ کشور دفتر و خبرنگار دارد و حتی با «چهار شرکت بزرگ» (The Big Four) خدمات تلکس قراردادهای مبادله و فروش منعقد ساخته است. (استیونسون ۱۹۸۸، ص ۵۳-۵۱ و ۷۹-۸۷). شاید مهم‌ترین دستاورد بحث‌های نظم نوین ارتباطاتی و اطلاعاتی جهانی افزایش آگاهی در زمینه رابطه قدرت اطلاعاتی با سلطه سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در سطوح جهانی و بین‌المللی باشد که منجر به برداشتهای پیچیده‌تر و پیشرفته‌تری از تداوم قدرت و مشروعیت دولت‌ها می‌شود.

### نوسازی ارتباطات: بازگشت امپراتوری

به هر حال بعد از انتشار گزارش مک براید در دهه ۱۹۸۰ عملاً تغییر چندانی صورت نپذیرفت. فراملی شدن و فشار فزاینده مجامع اقتصادی بین‌المللی، صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی برای خصوصی‌سازی صنایع، از جمله ارتباط از راه دور، و نیز فشار دولت‌های ریگان و تاجر، بسیاری از کشورهای جهان سوم را به سوی پیوندهای اقتصادی عمیق‌تر و وابسته‌تر با قدرت‌های صنعتی سوق داده و آنها را به تشدید تولید صادراتی، کاهش کمک‌های مالی دولت، کاهش هزینه‌های اجتماعی، تعدی پلیس به حق طبع، فروش دارایی‌های دولتی به بخش خصوصی و حذف موانع باقی مانده در مقابل تجارت و سرمایه‌گذاری واداشت. کشورهایی که این شیوه پیوند اقتصادی را تجربه کرده‌اند زیر بار فشار بدهی‌هایی که هرگز قادر به بازپرداخت آن نخواهند بود خم شده و با کاهش ذخایر ارز خارجی و مشکلات عمده‌ای در زمینه عدم تراز پرداخت‌ها روبه‌رو گردیده‌اند. در نتیجه، گرفتار یک رشته برنامه‌های بازسازی اقتصادی شده‌اند که از خارج به آنها تحمیل می‌شود و فقط یکی از نتایج آن، به تعویق افتادن ارائه نظام‌های اطلاعاتی به مصرف‌کنندگان فقیر است، در حالی که در سرمایه‌گذاری‌های عمومی در زمینه ارتباطات، اولویت با مصرف‌کنندگان فراملی می‌باشد (ماتلارت ۱۹۷۹). شرایط وابستگی آنها هیچ‌گاه تا این حد حاد نبوده است.

به رغم این تحولات، کتاب‌ها و مقالاتی که در دهه ۱۹۸۰ در زمینه ارتباطات نوشته شد کمتر به نقد اقتصاد سیاسی و نظریه‌های وابستگی پرداخت و بیشتر نظریه «مابعد صنعتی» دانیل بل (۱۹۷۳)، الوین تافلر (۱۹۸۰)، ویلسون دیزارد (۱۹۸۲) و اورت راجرز (۱۹۸۶) (Daniel Bell, Alvin Toffler, Wilson Dizard, Euerett Rogers) را مورد بحث قرار می‌داد. اینها همه با الهام از پیشرفت‌های تکنیکی در سبیرنتیک و تکنولوژی ارتباط از راه دور در دهه ۱۹۷۰، دگرگونی اجتماعی را به کمک یک دیدگاه تاریخی اغراق‌آمیز و تعیین شده به واسطه تکنولوژی بررسی می‌کردند. همچنان که راجرز به صراحت می‌گوید: «نیروی محرکه جوامع در حال پیدایش مبتنی بر اطلاعات، تکنولوژی‌های جدید ارتباطی است» (ص ۲۴۵)، اما ملاحظات به همان اندازه جبرگرایانه راجرز - اینکه شکاف بین فقیر و غنی نیز عمیق‌تر می‌شود - شور و شوق او را تعدیل می‌نماید (ص ۲۴۶). مارشال مک لوهان (Morshall MC Luhan) طرفداری از این الگو و تحسین شگفتی‌های ابزارهای



رسانه‌ای جدید مفاهیم چندی را باب کرد: اینکه سخت‌افزارهای رسانه‌ای راه‌های واکنش مردم به محیطشان را شکل می‌دهند (یعنی پیام‌ها را دریافت می‌کنند)، و اینکه تکنولوژی الکترونیک بیش از آنکه ابزاری برای حفظ منافع صاحبان قدرت باشد، اصلی‌ترین نیروی پویایی «سیستم عصبی مرکزی» جامعه شده است.

هربرت شیلر (۱۹۸۹) در کتاب جدیدش به یکی دیگر از گرایش‌های مکرر در تحقیقات مربوط به ارتباطات اشاره می‌کند که همان تز «مخاطبان فعال» است، به موجب این تز مخاطبان، و نه بنگاه‌های سخن‌پراکنی، معنی و مفهوم و موارد استفاده متنهای رسانه‌ای را تشکیل می‌دهند و محتوای برنامه‌های تلویزیونی را به سطح یک «گفت‌وگویی» متقابلاً فعال بین تولیدکننده و مصرف‌کننده ارتقاء می‌دهند. به همین حیث رسانه‌ها نمی‌توانند تأثیرهای فرهنگی، ایدئولوژیکی و اجتماعی داشته باشند. از نظر شیلر توجه آکادمیک به رفتار مخاطبان نوعی دل‌مشغولی در تحقیقات ارتباطاتی است که اهمیت جامعه‌شناسی و ساختارهای قدرت سازمان‌یافته در پس محتوای رسانه‌های گروهی را دست کم می‌گیرد.

از نظر جبرگرایان تکنولوژیکی (technological-determinist) نظیر بل، یا موج جدید «مابعد ساختارگرایی»، (post-structuralists) سلطه شرکت‌های رسانه‌ای بر چاپ، سخن‌پراکنی، شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای، نوارهای موسیقی، فیلم‌های سینمایی، آگهی و روابط عمومی (مثلاً نگاه کنید به باجیکیان (Bagdikian)، ۱۹۸۹) و مدیریت بازار (تقسیم مخاطبان) شبه صنایع فرهنگی از طریق اشرافیت‌های ثروت و قدرت (تایم، ادغام مارداک، ماکسول، ادغام شرکت‌های سینمایی - تلویزیونی در سطح جهانی و غیره) توجه چندانی را نمی‌طلبد.

مکتب نومحافظه‌کار «اقتصاددانان اطلاعاتی» (information economists)، متخصصان «توسعه ارتباطات» بودجه دولتی، و طرفداران «تکنولوژی برتر» از جمله یوساوالا (۱۹۷۶)، اسنو (۱۹۸۷)، مارتین (۱۹۸۷)، دی. اسمیت (۱۹۷۶) نایس بیت (۱۹۹۰) و کتاب‌های تألیفی و تدوینی فارستر (Jussawalla, snow, Martin. D.smith, Naisbit forester) (۱۹۸۷، ۱۹۸۵، ۱۹۸۱) نیز ملاحظات مربوط به قدرت را نادیده می‌گیرند (یا آن را یک موضوع فوق‌رشته‌ای تلقی می‌کنند). نومحافظه‌کارانی که به «سیاسی کردن» (politicization) ارتباطات، یا به تعبیر دوتن از نمایندگان این مکتب (یوساوالا و چیا، (cheah) ۱۹۸۷، ص ۲۳) «سانسور انتقال آزاد اطلاعات» ایراد می‌گیرند، طرفدار «جریان آزاد» اطلاعات هستند که همان تباری دولت‌های ایالات متحده آمریکا، انگلستان و ژاپن با شرکت‌های فراملی برای سانسور سیاست‌های ملی‌گرایانه کشورهای جهان سوم، کنترل رسانه‌ها، مخابرات راه دور و بازارهای اطلاعاتی آنها می‌باشد. آنها در عمل وضعیت موجود، یا فراملی شدن ارتباطات را به عنوان یک هنجار می‌پذیرند و سعی می‌کنند بحث‌های مربوط به پیامدهای اجتماعی آن سیاست‌زدایی (depoliticized) شده باشد (یعنی عوامل قدرت را تکذیب می‌کنند).

نومحافظه‌کاران، اقتصاد را (به مفهوم تخصیص «عقلایی» منابع)، در همان نقش کارکردگرایانه تکنولوژی (یعنی اساساً یک کار تکنیکی، غیر سیاسی و بحث‌انگیز) می‌بینند که عرفاً در آن درگیر شده‌اند، و «جایگزین فعالیت‌های سیاسی مناقشه‌آمیز در صحنه بین‌المللی می‌شود» (اسنو ۱۹۸۷ ص ۲-۱۳۱). و تلاقی این دو را موضوع الگویی و زبانی، بازیگر و موتور دگرگونی اجتماعی می‌دانند. بنابراین چنین تصور می‌شود در جهان تکنو - اقتصادی مابعد سیاسی (technoe conomi) (postpoliticaluniverse)، حتی در نبود دموکراسی اجتماعی، ساختارهای مدیریت کارگری یا دیگر تضمین‌های مبتنی بر مشارکت، تکنولوژی اطلاعات بتواند کارگر را آزاد سازد: «همچنان که کامپیوتر مقادیر بسیار زیادی اطلاعات را جمع‌آوری، تحلیل و موشکافی می‌کند، امکان آزادسازی کارگران را نیز فراهم می‌سازد» (یوساوالا در نظرات مرکز [ایست - وست سنتر، هونولولو]، ژوئیه - اوت ۱۹۸۹، ص ۵).

ارتباطات راه دور به عنوان یک بازیگر می‌تواند پزشکان شهری را با بیماران روستایی، کشاورزان را با بازارها، مشاغل کوچک را با تأمین‌کنندگان قطعات در ارتباط قرار دهد. اینها فقط معدودی از خصیصه‌های شبه انسانی تکنولوژی است. مثلاً

یوساوالا (۱۹۷۹) در ترکیب جبرگرایی تکنولوژی می‌گوید «ارتباط از راه دور یک راه ارتباطی دو جانبه فراهم می‌سازد که از طریق آن، مردم مناطق عقب افتاده یک کشور می‌توانند در فرایند توسعه اقتصادی مشارکت کنند» (همانجا ص ۷). آیا باید چنین برداشت کنیم که گوشی تلفن در یک دهکده روستایی یا مزرعه دور افتاده یک خانواده کشاورز می‌تواند در صورت نیاز آنها به «تأمین مادی» یا «مراقبت» به کمکشان بیاید؟

در این طرح بیش از حد هیجان‌انگیز و خارج از متن نوسازی، چیزی که یوساوالا و دیگران قادر به درک آن نیستند بی‌جانی (inanimate) تکنولوژی است؛ تکنولوژی عمل یا انتخاب نمی‌کند؛ مردم و نمایندگان سازمان یافته آنها هستند که تصمیم می‌گیرند (نگاه کنید به نقد ۱۹۷۶ ویزن‌بام (wiezenbaum) از تکنولوژی به عنوان بازیگر پداگوژی). مطمئناً اگر کسانی که قدرت را برای توزیع خدمات بهداشت عمومی و سایر خدمات مردم - سوبه (people-oriented) به کار می‌گیرند از نظر سیاسی و ایدئولوژیکی خود را متعهد به این کار بدانند احتمال بروز چنین تغییراتی بیشتر خواهد شد. اقتصاددانان نومحافظه‌کار در اقدام جهت «سیاست‌زدایی کردن تکنولوژی» (به عنوان بخشی از حمله همه جانبه به «مداخله» دولت) توانایی‌های ابزاری را با دنیای موجود مزایای نخبگان و تضادهای اجتماعی اشتباه می‌گیرند.

ضمن اینکه نومحافظه‌کاران گه‌گاه به امکان استفاده‌های سرکوبگرانه از تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات توجه می‌کنند، بیشتر به مادیت‌یافتن (reifying) یک الگوی مبتنی بر جبرگرایی تکنولوژیکی گرایش دارند که در آن «سیستم‌ها» حاکمند، و به جای یافتن هزینه‌های اجتماعی واقعی و مزایای حاصل از ارتباطات در پی نتایج کمی هستند. ملاحظاتی مربوط به فواید عامه نوعاً یک مقوله پس‌مانده تلقی می‌شود. حفره‌ای است که باید قطره‌قطره در آن ریخت.

کمیسیون متلند (Maitland commission) اتحادیه بین‌المللی ارتباطات از راه دور (ITU) در ۱۹۸۴ با اشاره به اختلاف بسیار زیاد سطح دسترسی به ارتباطات از راه دور بین کشورهای جهان اول و جهان سوم، توصیه کرد شرکت‌های فراملی در انتقال ارتباطات از راه دور به مناطق فقیرتر جهان مشارکت کنند، اما متأسفانه اتحادیه بین‌المللی ارتباطات از راه دور نتوانسته است حتی به ناچیزترین تقاضاهای کشورهای کمتر توسعه‌یافته پاسخ دهد، و جای تعجب هم نیست. بدیهی است در نبود تحلیل‌های سیاسی - اقتصادی، و نه فقط اقتصادی (یعنی هزینه - کارایی)، و وجود موانع متعدد بر سر راه مبادله مبرم دانش، اتحادیه بین‌المللی ارتباطات از راه دور یا کمیسیون‌های سازمان ملل، حتی با بهترین نیت‌ها، در انتقال تکنولوژی مناسب به مناطق روستایی موفقیتی نداشته‌اند و نخواهند داشت.

مدافعان اسوه‌های غالب، مثل تالکوت پارسونز (۱۹۶۷) و دانیل بل (۱۹۷۳)، با درهم آمیختن مفاهیم اثبات‌گرایانه و ایده‌آلیستی تکنولوژی مستقل و برخورد با مسئله توسعه به عنوان انگیزه کارکردگرایانه تکنوکرات‌های تحصیل‌کرده و بی‌طرف، معمولاً این تکنولوژی‌های جدید را خارج از حوزه ارزش‌های سیاسی اقتصادی سودطلبی قرار داده‌اند، در حالی که این تکنولوژی‌ها برای همین ارزش‌ها طراحی شدند، بودجه گرفتند، اشاعه یافتند و راه‌اندازی شدند. ایمان اغراق‌آمیز به «دست‌های ناپیدای» حوزه‌های اقتصادی و علمی منجر به ادعاهای بی‌پایه در مورد تقدس مؤسسات علمی و تکنولوژیکی و بی‌طرفی آنها در تمرین‌های روزمره دموکراسی شده است.

در این دیدگاه جهانی گسترده‌تر، بیشتر نویسندگان اصلی مسائل مربوط به ارتباطات از طرفداران برجسته و سرافراز «جامعه اطلاعات» شده‌اند. از نظر اقتصاددانان انتقادی‌تر، تبدیل سیستم‌های تلفن به شبکه‌های دیجیتالی خدمات به هم پیوسته، که یکی از کارهای جاری است، صرفاً یک دستاورد بی‌غرضانه نیست، بلکه نتیجه آگاهانه و عمدی تحقیقاتی است که برای خدمت به منافع انحصاری و راندن مصرف‌کنندگان کوچک از «بازار» طراحی شده‌اند (ملودی (Melody)، ۱۹۸۷، ص ۱۳۳۵). عده‌ای دیگر از منتقدان بر افسانه‌هایی که گرد تکنولوژی جدید اطلاعات شکل گرفته (توانایی تکنولوژی در ایجاد یک دهکده



جهانی، ارتقای صلح و برادری، کمک به کشورهای جهان سوم، و جا انداختن اصول دمکراتیک) اشاره می‌کنند (روزاک، ۱۹۸۶ و جایاویروا Roszak, Jayaweera, ۱۹۸۶) و الگوی جدید تکنولوژی - سویه (techndogy-oriented) توسعه را مورد انتقاد قرار می‌دهند و می‌گویند که تکنولوژی و مناسبات اجتماعی در یک ارتباط دورانی و مبتنی بر همزیستی قرار دارند. تکنولوژی فارغ از ارزش‌گذاری نیست و در جایی با مناسبات اجتماعی در تعارض قرار خواهد گرفت. به موازات سرعت گرفتن [رشد] تکنولوژی در غرب، آن مناسبات اجتماعی که خود خلق کرده بود به سوی «یکپارچگی مترقیانه تمامی جهان در یک اقتصاد غالب واحد، یک جامعه سیاسی واحد و یک فرهنگ واحد» متمایل می‌شود (ص ۷).

ایدئولوژی «اشاعه‌گرایان» (diffusionists) معاصر در آمریکا با ایدئولوژی طرفداران اولیه «نوسازی» کمی تفاوت دارد، شاید تفاوت اصلی در طرز تفکر کم و بیش محتاطانه «اشاعه‌گرایی» نسبت به اثرات فرهنگی انتقال رسانه‌های گروهی باشد، اما نه از اشاعه تکنولوژی و سرمایه‌داری در جهان سوم کمتر حمایت می‌کند و نه برنامه‌های سیاسی - اقتصادی کمک‌های آمریکا را که تنها به نفع خود آمریکاست، مورد انتقاد قرار می‌دهد. تفاوت دیگر در این است که طرفداران اولیه نوسازی، گروهی از محققان اجتماعی بودند که رادیو و تلویزیون را به جهان سوم سوق می‌دادند، در حالی که «اشاعه‌گرایان» معاصر عمدتاً تکنوکرات‌هایی هستند که بدون یک نگرش نقادانه، مزیت‌های کامپیوتر و ماهواره را مورد تحسین و تمجید قرار می‌دهند.

واژه تازه‌ای که ورد زبان اشاعه‌گرایان شده «وابستگی متقابل» (interdependence) است، دیدگاه جدیدی که اقتضا می‌کند کشورهای جهان سوم از سیاست‌های حمایتی در زمینه فروش اطلاعات «ارزش افزوده» (Value-edded)، سرمایه‌گذاری خارجی، داد و ستد و نیز خدمات مالی و غیره اجتناب کنند. خوان اسپرو (Joanspero) (۱۹۸۹) استدلال کرده است که کشورهای جهان سوم باید «به نهادهای داخلی اجازه دهند به آخرین تکنولوژی‌ها و تجهیزات ارتباطاتی دسترسی پیدا کنند تا بتوانند قدرت رقابت داشته باشند». اسپرو به شیوه‌ای تقریباً مکاشفه‌ای، اصرار دارد که هر نگرشی جز نگرش مبتنی بر درهای باز به معنی محکوم کردن نهادهای مالی داخلی به کهنگی ابدی و ازلی است (ص ۱۱۶).

اسپرو (که تصادفاً معاون امریکن اکسپرس و از بازیگران اصلی صنایع ارتباطاتی است) و سایر مبلغان آموزه «مزیت تطبیقی» (Comparative advantage) و «وابستگی متقابل» یک نکته را مورد توجه قرار نمی‌دهند، این که چه کسی می‌خواهد بعد از بنا شدن این زیربنای تجهیزات ارتباطاتی، از آن استفاده کند. آنها ظاهراً اشکال جدید وابستگی را، وابستگی‌های تکنولوژیکی که وارد متن مناسبات کاملاً نابرابر مبادله شده‌اند، نادیده می‌گیرند و تحریف‌ها و ناهنجاری‌های اقتصادی را که در نتیجه زیربنای اطلاعاتی و ارتباطی موجود برای استفاده طبقات ثروتمند و دارا و شرکت‌های خارجی تشدید شده، بررسی نمی‌کنند. نویسندگان مقالات این کتاب با روش‌شناختی نقادانه و یافته‌های تجربی و عینی خود نشان می‌دهند که مزیت اجتماعی کاربردهای غالب تکنولوژی‌های جدید ارتباطاتی یک جنبه فرعی قضیه است. ارزش یک نگرش سیاسی اقتصادی نقادانه آنست که با تأکید بر واقعیت‌های برنامه‌ریزی، اشکال مشروعیت و تصرف، و ساختارهای مشارکتی که همگی هزینه و سود اجتماعی واقعی را روشن می‌کنند، به فراسوی اجزا تکنولوژی فنی یا اقتصاد خرد می‌نگرد.

### چشم‌انداز سیاسی اقتصادی

در حال حاضر تعداد زیادی موارد مطالعه خاص در دست است که نشان می‌دهد ضمن اینکه بعضی از مزایای داخلی مشروط به منافع اجتماعی جهانی است، پرسودترین موارد استفاده تکنولوژی‌های ارتباطاتی، به بانک‌ها و سایر مؤسسات مالی فراملی، شرکت‌های بازرگانی و تولیدی، فعالیت‌های ارتباطاتی و حمل و نقل، صنایع جهانگردی، و دولت‌های خارجی، از جمله ارتش‌های آنها، مربوط می‌شود. بنابراین، در نبود برنامه انتقال تکنولوژی ارتباط از دور، بیش از همه شرکت‌های فراملی و دولت‌های نومرکانتیلیستی (neomercatelist) آنها زیان خواهند کرد، درست همان‌طور که اگر سرمایه‌داران داخلی آمریکایی یک

قرن قبل، توسعه نظام تلگراف و استفاده از آن را خصوصی نکرده بودند، سود سرشاری را از دست می‌دادند (دابوف Du Boff ۱۹۸۳). نقش رهبری فکری با صاحب‌نظران تئوری‌های وابستگی بوده است، کسانی چون کاردوزو (۱۹۷۳)، ایوانز (۱۹۷۹)، فرانک (۱۹۶۶)، فورتادو (۱۹۷۰)، امین (۱۹۷۷) و دوس سانتوس (cardoso, Evans, Frank, Furtado, ۱۹۷۰) Amin, Dos santos که در برملا ساختن نادرستی‌های ساختاری - کارکردی «نوسازی» و مفروض‌های نو استعماری، تک خطی و غیر تاریخی آن در مورد توسعه پیشگام بوده‌اند. اما تحلیل‌های وابستگی از جهت عدم تمرکز بر پویایی طبقات داخلی، توسعه نیافتگی اقتصادی، و ثروت مداری حاشیه‌ای، به‌ویژه از سوی محققان مارکسیست مورد انتقاد واقع شده است. برای مثال پل باران و پُل سوییزی (۱۹۶۶)، جیمز پتراس (۱۹۷۸) و جیمز اوکونر (۱۹۷۳) بر نقش ایالات متحده آمریکا در سازماندهی قدرت اقتصادی و نقش کنترل‌کننده دستگاه دولتی حاکم در بسیج سرمایه تأکید کرده‌اند. گالتونگ (۱۹۷۱)، نظریه‌پرداز غیرمارکسیست، در مقاله خود درباره «ساختارهای امپریالیسم» می‌گوید بین طبقات اقتصادی سیاسی حاکم در مرکز و در مناطق حاشیه‌ای یک همخوانی منافع وجود دارد. در جایی که مقاومت ملی‌گرایانه ضعیف باشد، توسعه یکپارچه یا به قول سانتوس (۱۹۷۰)، «وابسته»، توسعه‌ایست که اولویت‌های مادی و فرهنگی کشورهای مرکز را بازتاب می‌کند. مفهوم «سرپل» (bridgehead) گالتونگ نیز، تا آنجا که زد و بند نخبگان جهان سوم را، در ارتباط با پروژه‌های امپریالیستی جذب - سرمایه‌های حاشیه‌ای برای ادارات مرکزی شرکت‌های کشورهای مرکز، مورد تأکید قرار می‌دهد، یک نقد ضمنی از ادبیات وابستگی است. کشورهای جهان سوم، به‌ویژه «کشورهای تازه صنعتی شده» و آنهایی که در آرزوی رسیدن به این مرحله از توسعه هستند، به عنوان بازارهای اصلی و جدید تجهیزات مخابراتی و کامپیوتر هدف و آماج مؤسسات صنعتی، تجاری و مالی فراملی، از جمله بانک جهانی، بانک توسعه آسیایی، بانک اکزیم ایالات متحده آمریکا و سایر بانک‌ها و کارگزاری‌های حمایتی دولتی واقع شده‌اند. تا پیش از وفور عرضه نفت در دهه ۱۹۸۰، مصر، اندونزی و عربستان سعودی می‌توانستند با استفاده از سودهای دهه ۱۹۷۰ قراردادهای بزرگی در زمینه مخابرات منعقد سازند. فروش تجهیزات مخابرات توسط شرکت‌های فراملی در واقع، زیربنای اصلی تقاضا برای سایر فراورده‌های متنوع ارتباطاتی (خدمات پایگاه‌های اطلاعاتی، فروش فیلم و غیره) را فراهم ساخت که مجموعه اینها تحمیل ارزش به بعضی از مصرف‌کنندگان داخلی بود، اما مانع از اختصاص منابع و بذل توجه به نیازهای حاد اجتماعی و اقتصادی داخلی می‌شد. همان‌طور که جایاویرا (b ۱۹۸۶) گفته است، نیاز شرکت‌های فراملی به یافتن منابع ارزان نیروی انسانی در جهان سوم، زیربنای اصلی «مزیت نسبی» کشورهای کمتر توسعه‌یافته را تشکیل می‌دهد (ص ۵۳). بازارهای جدید شرکت‌های فراملی در اروپای شرقی احتمالاً سبب تضعیف امتیازهای محدودی خواهد شد که تعداد انگشت‌شماری از کشورهای جهان سوم تاکنون به دست آورده‌اند، و در نتیجه، فشار فزاینده‌ای بر درآمدهای متوسط کارگران در سنگاپور، کره جنوبی و بخش‌هایی از برزیل وارد خواهد آمد.

شرکت‌های فراملی تا حد زیادی اشکال قدیمی استعمار و تقسیم بین‌المللی کار را تغییر داده و تکامل‌یافته‌تر ساخته‌اند. نظریه «نظام - جهانی» امانوئل والرشتاین (Immanuel wallerstein) (۱۹۷۹b و ۱۹۷۹a) بر این مفهوم کلی متکی است که نیروی توسعه‌طلبانه اقتصاد کلان سرمایه‌داری نهایتاً بر همه صورت‌بندی‌های سیاسی چپ و راست، از جمله ساختارهای دولتی تحت رهبری اتحاد شوروی و انگلستان - آمریکا تأثیر خواهد گذاشت. او به درستی فروپاشی قدرت حزب کمونیست چین، اتحاد شوروی و اروپای شرقی را پیش‌بینی می‌کند، یا دست کم چنین به نظر می‌رسد. در واقع، بدون تقویت و گسترش تقسیم بین‌المللی کار با استفاده از عوامل مولد و قابل اعتمادی که مجارستان، لهستان، آلمان شرقی و شاید تعداد دیگری از کشورهای سوسیالیستی می‌توانند در اختیار سرمایه‌داری جهانی قرار دهند، شکوفایی و رشد سرمایه‌داری مستعد بحران یا سوسیالیسم دستخوش رکود غیر قابل تصور است.

از نظر تاریخی، این فرایند زور یا انتخاب آزادانه، تا حد زیادی نخبگان مناطق پیرامونی را به عنوان زیر دست در ساختارهای اجرایی استعماری جذب کرده و آنها را از مزایای ناشی از کسب چنین موقعیتی بهره‌مند ساخته است. پیوندهای رسمی و غیررسمی سیاسی، اقتصادی و اجتماعی گرچه در دوره بعد از استقلال تغییر پیدا کرده، اما همچنان شالوده اقتصاد سرمایه‌داری جهانی معاصر، از جمله اجزا زیربنایی ارتباطات و اطلاعات را تشکیل می‌دهند. تغییر چشم‌انداز ارتباطاتی از طریق مشارکت دولت - شرکت‌های خصوصی در پژوهش و توسعه، انتقال حجم زیادی از اطلاعات به صورت «زمان واقعی» (real-time) یا انتقال ایده‌های فرامرزی از طریق پست تصویری، تلکس، کامپیوتر و تجهیزات کمکی، کابل‌های دریایی، ماهواره‌های مستقر در مدار، کابل‌های تارهای نوری (Fiber-optic) زمینی و سیستم‌های میکروویو را برای کسانی که قدرت پرداخت هزینه استفاده از این خدمات را دارند میسر ساخته است.

این به معنای آن نیست که طبق الگوی مزبور در کشورهای جهان سوم (یا جهان دوم) هیچ گونه توسعه مادی به وقوع نخواهد پیوست. همان طور که امین (۱۹۷۷) گفته است، توسعه‌ای که صورت می‌گیرد شاید ناموزون و نابرابر باشد؛ به تخصیص غیرعادلانه منابع منجر شود، مسیر توسعه را منحرف کند، و سبب قطبی شدن فزاینده ثروت و فقر گردد. بنابراین «مزیت نسبی» بیش از آنکه برقراری مناسبات مبتنی بر مبادله برابر یا تعهد به عدالت اجتماعی را در نظر داشته باشد، یک توجیه ایدئولوژیکی برای وضعیت موجود است. همچنان که در جای دیگر اشاره شد، اگر انگلستان پیگیرانه سیاست مورد علاقه‌اش - تجارت آزاد - را دنبال کرده بود، هند مرکز جهانی صنایع بافندگی، و جزایر بریتانیا سرزمین شبانان شده بود. کار برجسته لرنر و شوق آکادمیک او به «توسعه ارتباطات»، توسعه را از اثرات سیاسی اقتصادی آن جدا کرده و یک تمثیل تکنوکراتی را به عنوان گزینه مطرح نموده است، تمثیلی که از پیامدهای ناراحت‌کننده بررسی زیربناهای تاریخی توزیع ثروت و قدرت می‌گریزد و قادر به درک معنی آزادی انسانی، و امکانات موجود برای تحقق کامل رضامندی از ارتباطات انسانی نیست.

آرماند ماتلارت (۱۹۷۸) خاصیت سرکوبگرانه و فریبکارانه فن‌گرایی را مورد بحث قرار می‌دهد: «ایدئولوژی فن‌مدارانه - که جهان هر روزه را در چکامه‌ها ارائه می‌کند - به عامی کردن پایگاه‌های سلطه اجتماعی گرایش دارد، و با تبدیل شدن به ایدئولوژی واقعیت روزمره .... به سبک دوستانه و اشاعه یابنده‌ای بر این سلطه پرتو می‌افکند و تسلیم سرکوب شدگان به آن را سهل‌تر می‌سازد (ص ۲۸). آنتونیوگرامشی هم قبلاً به چنین بینشی دست یافته بود. همان‌طور که والر شتاین (۱۹۷۹ a) به صراحت می‌گوید، «مشکل قشر ستم‌دیده این نیست که با جهان چگونه ارتباط برقرار سازد بلکه چگونه آن را سرنگون کند» (ص ۱۳۳).

دیگران گفته‌اند جریان ارتباطات و فرهنگ خارجی برای جوامع جهان سوم پیامدهای مثبتی هم داشته است. گرچه ارزیابی این نکته مشکل است، اما دست کم می‌توان به تأثیر کم و بیش ارزش‌های دنیوی سرمایه‌داری جهانی بر تضعیف بعضی از ارزش‌های ابلهانه شبه فئودالی، جایگزین کردن هنجارهای جامعه - محور حاوی عناصر قوی‌تر آگاهی ملی و استقلال‌گرایی، حمایت از هویت‌های فرافامیلی، فرا قومی، فرامنطقه‌ای و گرایش‌های اجتماعی آیینی، ناحیه‌ای و طایفه‌ای اشاره کرد. اتفاق نظر بعضی از محققان محافظه‌کار و مارکسیست در این زمینه تعجب‌آور است. خود مارکس سرنگونی قدرت فئودالی در اروپا را، دست کم تا اندازه‌ای، به اشاعه طرز تفکر و روش‌شناختی علمی نسبت می‌داد که از نظر ایدئولوژیکی به کمک سرمایه‌داری اولیه رشد کرده بود (نگاه کنید به مارکس ۱۹۶۷).

یکی از مشکلات این فرمول‌بندی، تک خطی بودن ضمنی آن است و اینکه کشورهای جهان سوم جریان لیبرال دمکراتیک سرمایه‌داری اولیه را تکرار خواهند کرد. هر چند مطمئناً، رژیم‌های نظامی دست راستی «توسعه‌گرا» در برزیل، آرژانتین، کره جنوبی، تایوان، فیلیپین و سایر نقاط تضعیف شده‌اند و به نظر می‌رسد که این مسئله نشانه آن باشد که دولت‌های

سرکوبگر دهه ۱۹۷۰ که به سرمایه‌های فراملی دست اتحاد داده بودند، از نظر عملکردی دچار اختلال گردیده و در مقابل شورش‌های بورژوا دمکراتیک دهه ۱۹۸۰ آسیب‌پذیر شده‌اند. اگر قرار است به تاریخ سرمایه‌داری استناد شود، بدیهی است که قدرت‌های صنعتی پیشرفته امروزی برای توسعه مادی و فرهنگی خود هرگز تا بدین پایه به نفوذ اقتصادی، ارتباطاتی و اطلاعاتی خارجی وابسته نبودند. گرچه پیش‌بینی بسیار مشکل است، اما انتظار می‌رود رژیم‌های لیبرال جهان سوم، ضمن تشویق مشارکت بیشتر و گسترده‌تر سرمایه‌داری داخلی و با ممنوع کردن ایدئولوژی‌های سیاسی توده‌ای که صراحتاً با مشارکت نخبگان محلی و شرکت‌های فراملی مخالفند، پیوندهای ارتباطاتی با خارج را حفظ کنند. این گشایش‌های سیاسی، گرچه بر اثر آرایش قدرت و توافق‌های گسترده‌تر محدود می‌شود، اما مادام که موجود است می‌تواند فضای مناسب‌تری برای بحث‌های دمکراتیک‌تر در زمینه سیاست‌های ارتباطاتی فراهم کند.

شاید دولت‌ها کمی بیشتر از سرمایه‌های خصوصی یا نیروهای نظامی نسبت به نیازهای توسعه اجتماعی احساس مسئولیت کنند. تکنوکرات‌های دولتی کشورهای جهان سوم، در آرزوی اتحاد بیشتر با سرمایه‌های جهان اول، به اثرات گاه مخرب و کجروی‌های اقتصادی ناشی از معرفی کالاهای ارتباطی پیشرفته خارجی توجه کافی مبذول نمی‌دارند. کار مونتاژ تراشه‌های کامپیوتر توسط زنان کارگر مالزیایی و فیلیپینی که کاری پر مخاطره و کم دست‌مزد است، کار وارد کردن اطلاعات [به بانک اطلاعاتی] و انتقال داده‌ها که چشم را خسته می‌کند و عمدتاً به کارگران آسیایی و حوزه کارائیب سپرده شده است؛ کنترل و بازرسی مخفیانه کار اپراتورهای تلفن راه دور به کمک تجهیزات استاندارد دیجیتالی، دریافت برنامه‌های ماهواره‌ای مسابقات بوکس و انتخاب ملکه زیبایی، همه و همه انرژی و توجه شهروندان کشورهای جهان سوم را صرف سبک زندگی مردمی می‌کند که خیلی دورتر از مرزهای آنها به سر می‌برند. کارگران جهان سوم سهم چندانی از «انقلاب» علوم و تکنولوژی الکترونیکی نبرده‌اند، گرچه استثمار نیروی کار آنها، کامپیوتر و مزایای ناشی از آن را به دامن مصرف‌کننده‌های حمایت شده غربی ریخته است.

تغییری هم اگر در کار بوده در انسجام بیشتر ساختارهای بنیادین سلطه فرهنگی و اطلاعاتی بوده است. گرایش‌های خصوصی‌سازی (privatization) و مقررات‌زدایی (deregulation) از کشورهای بزرگ صنعتی نشانه پیدایش مرحله جدیدی از سرمایه‌داری، با فرصت‌های بی‌نظیر و جدید برای ادغام‌های فراملی، امتیازها یا سرمایه‌گذاری‌های مشترک است. از جمله ادغام آی‌تی‌تی (آمریکا) با ال‌کاتل (فرانسه)، ا‌تی‌اند‌تی (آمریکا) با فیلیپس (هلند)، ا‌تی‌اند‌تی و ا‌لی‌وتی (ایتالیا)، جی‌تی‌ای (آمریکا) و زیمنس (آلمان غربی)، آی‌بی‌ام (آمریکا) و ان‌تی‌تی (ژاپن)، هانی‌ول (آمریکا) و بول (فرانسه)، و ان‌ای‌سی (ژاپن) با ... که فقط معدودی از شرکت‌های پخش اطلاعات / ارتباطات را تشکیل می‌دهند. اتحاد شرکت‌های فراملی به معنی رقابت کمتر و گزینه‌های معدودتر منابع تکنولوژیکی و کمک‌های مالی برای کشورهای جهان سوم، و مشکل‌تر شدن مقاومت در برابر جاذبه اقتصادی و نهایتاً فرهنگی است.

مطمئناً گزینه‌های کشورهای جهان سوم به سفید و سیاه محدود نمی‌شود. تکنولوژی پیامدهای ناخواسته‌ای هم دارد. طراحی و معماری باز بسیاری از تکنولوژی‌های ارتباطی جدید هجوم زیر گروه‌های کوچک (یعنی انجمن‌های انسان‌دوستانه طرفدار صلح و مخالف مداخله) را میسر ساخته است، گروه‌هایی که برای حق رأی همگانی و سهم شدن فزاینده در منابع اطلاعاتی مترقیانه در فراسوی مرزهای منطقه‌ای و ملی از تله‌ماتیک<sup>۳</sup> استفاده می‌کنند. حتی گفته می‌شود اعضای ارتش خلقی جدید کمونیست‌ها در فیلیپین، در مبارزه‌شان علیه دولت مانیل که معتقدند در جبهه منافع امپریالیستی است، از طرفداران پرشور کامپیوتر هستند. در نهایت عامل تعیین‌کننده، نفس ارتباطات یا سایر تکنولوژی‌ها نیست، بلکه نیروهای اجتماعی است که کنترل و هدایت «عقلایی کردن»، طراحی، توسعه و کاربرد این تکنولوژی‌ها را در دست دارند. دانشجویان و دست‌اندرکاران



علاقه‌مند به نقش تکنولوژی در مقاصد اجتماعی رهایی بخش باید بر اولویت ترتیبات سیاسی اقتصادی و ارزش‌های نهفته در انتخاب تکنولوژی و تصمیم‌گیری تأکید داشته باشند.

واقعیت دیگر آن است که مشکلات داخلی فزاینده، از جمله تقاضای بیشتر برای نمایندگی سیاسی اقتصادی و توزیع مجدد، و فشار برای دسترسی به «بازار آزاد»، حکام کشورهای جهان سوم را در یک موقعیت متزلزل و خطرناک قرار می‌دهد. بانک جهانی که در بیشتر کشورهای جهان سوم محبوبیتی ندارد، حالا برای اولین بار در تاریخ ۴۵ ساله‌اش با عدم پرداخت اقساط وام از سوی کسانی روبه‌رو است که بزرگ‌ترین وام‌دهندگان به این نهاد به شمار می‌آیند. در حال حاضر بسیاری از اقتصاددانان، برخلاف نظریه‌های رایج در زمینه تداوم رشد، معتقدند احتمال رویاروشدن قدرت‌های بزرگ با یک رکود بزرگ بسیار زیاد است، رکودی نظیر آن چه در دهه ۱۹۳۰ پیش آمد و به جنبش‌های انقلابی و ناسیونالیستی رادیکال در کشورهای جهان سوم دامن زد. چنین پیامدی رهبران جدیدی را به صحنه سیاست بین‌المللی خواهد آورد، و احتمالاً منجر به دور جدیدی از استعمارزدایی اقتصادی خواهد شد. احتمال زیادی هست که با تحکیم و تقویت موقعیت سوسیالیست‌های تجدید سازمان‌یافته در کشورهای جهان سوم، اقتصاد عرضه - محور (supply-side) ایالات متحده آمریکا و بریتانیا جای خود را به نیروهای لیبرال دولت‌گرا و متعهد به رفاه اقتصادی و احیای داخلی بدهد. جان کلام اینکه شرایط معامله، به شکلی که قبلاً با آن آشنا بودیم، روی سنگ حک نشده است.

شاید بررسی قدرت، بصیرت و بینش لازم برای درک چگونگی تأثیرپذیری مردم عادی از پذیرش رویدادها یا پیش‌بینی تأثیر رسانه‌های جدید بر «مخاطبان» را فراهم نسازد. از طرف دیگر، غیر منطقی است که فکر کنیم مردمی که روزانه ۶ تا ۸ ساعت را در مقابل تلویزیون می‌گذرانند، یا شرکت‌هایی که بیشتر جنبه‌های زندگی رسانه زده ما را کنترل می‌کنند و میلیاردها دلار را صرف برنامه، تبلیغ، انتقال صدا و اطلاعات برای تضمین اخلاقیات پرهیزکاری مصرف‌کننده می‌نمایند، در شکلی از ارتباطات درگیر نیستند. همچنین غیرمنطقی است که استدلال کنیم این جریان متمرکز و یکطرفه اطلاعات و انگاره‌ها اجزا تشکیل دهنده یک «مناظره» هستند.

آیا در نظم ارتباطاتی موجود وسیله مؤثرتری برای سلطه فرهنگی بر جهان سوم یا کنترل اطلاعات، سوای انحصار کارکردی فراملی شده بر تولید و دستیابی به ابزارهای ارتباطی، وجود دارد؟



## پی‌نوشت

۱. Pax Americana «صلح آمریکایی» اقتباسی است از «صلح رومی». دولت روم در اوج قدرت خود اعلام کرد از آنجا که روم ابرقدرت جهان است نیازی به جنگ کردن نمی‌بیند بلکه شرایط صلح خود را به دولت‌های دیگر دیکته می‌کند و این دولت‌ها به خاطر ترس از درگیر شدن با روم شرایط صلح را می‌پذیرد.
۲. اشاره‌ای است به حمله آمریکا به کوبا در زمان جان کندی از راه خلیج خوک‌ها به منظور سقوط رژیم فیدل کاسترو، این حمله به شکست کامل آمریکا منجر گردید - م.
۳. تله ماتیک از دو کلمه تله کامیونیکیشن و انفورماتیک ترکیب شده و به معنی اطلاعات مبتنی بر ارتباطات راه دور می‌باشد - م.

## منابع

- Alexandre, L. (1988). *The Voice of America: From détente to the Reagan doctrine*. Norwood, NJ: Ablex.
- Amin, S. (1974). *Accumulation on a world scale: A critique of the theory of underdevelopment*. New York: Monthly Review Press.
- Amin, S. (1976). *Unequal development: An essay on the social transformations of peripheral capitalism*. New York: Monthly Review Press.
- Amin, S. (1977). *Imperialism and unequal development*. New York: Monthly review Press.
- Bagdikian, B. (1989, June 12). *The lords of the global village*. *Nation*, pp. 805-820.
- Baran, P. & Sweezy, P. (1966). *Monopoly capital: An essay on the American economy and social order*. New York: Monthly review Press.
- Barnet, R. J., & Muller, R. E. (1974). *Global reach: The power of the multinational corporations*. New York: Simon & Schuster.
- Barnett, S. (1971). *Silent evangelism: Presbyterians and the mission press in China, 1807-1960*. *Journal of Presbyterian History*, 49, 282-302.
- Bell, D. (1973). *The coming of post-industrial society*. New York: Basic Books.
- Beltran, L. R. (1977). *National communication policies in Latin America: A glance at the firststep*. In S. A. Rahim & J. Middleton (Eds.), *Perspective in communication policy and planning* (pp. 185-228). Honolulu: East-West Center.
- Beltran, L. R., & Fox de Cardona, E. (1976). *Latin America and the U.S.: Flaws in the free flow of information*. In J. Richstad (Ed.), *New perspectives in international communication* (pp. 85-127). Honolulu: East-West Center.
- Bunce, R. (1976). *Television in the corporate interest*. New York: Praeger.
- Cardoso, F.H. (1973). *Associated-dependent development: Theoretical and practical implications*. In A. Stepan (Ed.), *Authoritarian Brazil: Origins and future*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Chomsky, N. (1989). *Necessary illusions: Thought control in democratic societies*. Boston: South End.
- De Cardona, E. (1977). *American television in Latin America*. In G. Gerbner (Ed.), *Mass media policies in changing cultures* (pp. 57-62). New York: John Wiley.
- Deutsch, K. W. (1963). *The nerves of government: Models of political communication and control*. New York: Free Press.
- Diaz Bordenave, J. E. (1977). *Communication and rural development*. Paris: UNESCO.
- Dizard, W. (1982). *The coming information age: An overview of technology, economics, and politics*. New York: Longman.
- Dos Santos, T. (1970, May). *The structure of dependency*. *American Economic Review*, pp. 231-236.
- DuBoff, R. (1983). *The telegraph and the structure of markets in the United States, 1845-1890*. In P. Welding (Ed.), *Research in economic history* (pp. 253-277). Greenwich, CT: JAI.
- Evans, P. (1979). *Dependent development: The Alliance of multinational, state, and local capital*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Fanon, F. (1965). *Studies in a dying colonialism*. New York: Grove.
- Forester, T. (Ed.). (1981). *The microelectronics revolution: The complete guide to the new technology and its impact on society*. Cambridge: MIT Press.
- Forester, T. (Ed.). (1985). *The information technology revolution*. Cambridge: MIT Press.
- Mattelart, A., & Siegelau, S. (Eds.). (1978). *Communication and class struggle*. New York: International General.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Melody, W. H. (1987, September). *Information: An emerging dimension of institutional analysis*. *Journal of Economic Issues*, pp. 1313-1339.
- Naisbitt, J. (1990). *Megatrends 2000: Ten new directions for the 1990s*. New York: Morrow.
- Nordenstreng, K., & Schiller, H. I. (Eds.). (1979). *National sovereignty and international communications*. Norwood, NJ: Ablex.
- Nordenstreng, K., & Varis, T. (1974). *Television traffic: A one-way street?* (UNESCO Reports and



- Papers on Mass Communication No. 70). Paris: UNESCO.
- O'Connor, J. (1973). The fiscal crisis of the state. New York: St. Martin's.
- Parsons, T. (1967). Sociological theory and modern society. New York: Free Press.
- Petras, J. (1978). Critical perspectives on imperialism and social class in the Third World. New York: Monthly Review Press.
- Pool, I. de S. (1966). Communications and development /. In M. Weiner (Ed.), Modernization: The dynamics of growth. Washington, DC: Voice of America.
- Reyes-Matta, F. (1976). The information bedazzlement of Latin America. Development Dialogue, 2, 29-42.
- Rogers, E. M., with Shoemaker, F. (1971). Communication of innovations. New York: Free Press.
- Rogers, E. M. (1978, Winter). The rise and fall of the dominant paradigm. Journal of Communication, pp. 64-69.
- Regers, E. M. (1986). Communication technology: The new media in society. New York: Free Press.
- Rostow, W. W. (1960). The stagas of economic growth: A non-communist manifesto. New York: Cambridge University Press.
- Rozzak, T. (1986). The cult of information: The folklore of computers and the true art of thinking. New York: Pantheon.
- Samarajiva, R. (1985, April-July). Tainted origins of development communication. Communication (New Delhi), pp. 5-9.
- Saunders, R. J., Warford, J. J., & Wellenius, B. (1983). Telecommunications and economic development. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Schiller, H. I. (1976). Communication and cultural domination. New York: International Arts & Sciences.
- Schiller, H. I. (1981). Who knows: Information in the age of the Fortune 500. Norwood, NJ: Ablex.
- Schiller, H. I. (1984). Information and the crisis economy. Norwood, NJ: Ablex.
- Schiller, H. I. (1989). Culture, Inc.: The corporate takeover of public expression. Oxford: Oxford University Press.
- Schramm, W. (1964). Mass media and national development. Stanford, CA: UNESCO and Stanford University Press.
- Schramm, W. (1976). An overview of the past decade. In W. Schramm & D. Lerner (Eds.), Communication and change: The last ten years and the next. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Schramm, W. (1977). Big media, littele media. Beverly Hills, CA: Sage.
- Schramm, W. (1979). Mass media and national development, 1979. Paris: UNESCO, International Commission for the Study of Communication Problems.
- Schumacher, E. F. (1973). Small is beautiful: Economics as if people mattered. New York: Harper & Row.
- Singh, K., & Gross, B. (1984). The MacBride Report: The results and response. In G. Gerbner & M. Siefert (Eds.), World communications: A handbook (pp. 445-456). New York: Longman.
- Smith, A. (1937). An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations. (Original work published 1776)
- Smith, D. D. (1976). Communication via satellite: A vision in retrospect. Leyden, Netherlands: A. W. Sijthoff.
- Smythe, D. W. (1981). Dependency road: Communications, capitalism, consciousness and Canada. Norwood, NJ: Ablex.
- Snow, M. S. (1987). The International Satellite Organization (Intelsat): Economic and institutional challenges facing an international organization. Baden-Baden, Germany: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Spero, J. E. (1989). The information revolution and financial services: A new North-South issue. In M. Jussawalla et al., Information technology and global interdependence (pp. 107-117). New York: Greenwood.
- Stevenson, R. L. (1988). Communication, development, and the Third World. New York: Longman.
- Sussman, G. (1984, Summer). The global impact of telecommunication infrastructure: Theoretical considerations. Media, Culture and Society, pp. 289-300.
- Toffler, A. (1980). The third wave. New York: William Morrow.
- Tunstall, J. (1977). The media are American. New York: Columbia University Press.
- Varis, T. (1984). The international flow of television programs. Journal of Communication, 34(1). 143-152.
- Varis, T. (1986, July). Trends in international television flow. International Political Science Review, pp. 235-249.
- Wallertein, I. (1979a). The capitalist world-economy. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wallerstein, I. (1979b). The modern world-system (Vols. 1-). New York: Academic Press.
- Weizenbaum, J. (1976). Computer power and human reason: From Judgment to calculation. San Francisco: W. H. Freeman.
- Wells, A. (1972). Picture tube imperialism? New York: Maryknoll.

## جامعه اطلاعاتی: زمینه اقتصاد فراملی و پیامدهای آن

ویلیام. اچ. ملودی

موضوع ارتباطات .... در سازماندهی و اداره دولت و از این روی در امپراتوری‌ها و تمدن غربی جایگاه بسیار مهمی دارد. اینیس (Innis) (۱۹۵۰/۱۹۷۲، صفحه ۵)

بیش از یک دهه مضمون مورد پسند علوم اجتماعی و بطور کلی کتاب‌ها و مطبوعات توجه به این نکته بوده است که اقتصادهای پیشرفته از نظر تکنولوژیکی در فرایند حرکت به فراسوی سرمایه‌داری صنعتی و رسیدن به اقتصاد مبتنی بر اطلاعات هستند، حرکتی که دگرگونی‌های ژرفی را در شکل و ساختار نظام اقتصادی آنها ایجاد خواهد کرد (نگاه کنید به بل، ۱۹۷۳؛ پورات (porat) ۱۹۷۸). پیشرفت‌های سریع در تکنولوژی‌های کامپیوتر و ارتباط از راه دور، کسب اطلاعاتی را که قبلاً غیر قابل حصول بودند، انتقال سریع و همزمان آنها به سراسر جهان، و در مواردی، فروش آنها در بازارهای اطلاعات را ممکن ساخته‌اند. بعضی از نویسندگان مدعی‌اند که در حال حاضر نیز تعدادی از کشورهای توسعه‌یافته بخش اعظم منابع اقتصادی خود را به فعالیت‌های مربوط به اطلاعات و [اطلاع‌رسانی] اختصاص داده‌اند (مکلاپ (Machlup) ۱۹۸۰/۱۹۸۴؛ پورات ۱۹۷۸). در بین صنایع جهانی، صنایع کامپیوتر، ارتباط از راه دور و اطلاعات سریع‌ترین رشد را داشته‌اند و انتظار می‌رود در آینده نزدیک نیز چنین باشد. بسیاری از حکومت‌های ملی امیدوارند این صنایع محرک اولیه رشد آتی آنها را فراهم کند.

از مدت‌ها پیش اقتصاددانان به این نکته پی برده‌اند که مهم‌ترین منبع تعیین‌کننده کارایی اقتصادی هر اقتصاد، هر صنعت، هر فرایند تولید و یا هر خانواری، اطلاعات و مبادله مؤثر آن است. ویژگی‌های اطلاعات و اطلاع‌رسانی معرف وضعیت علمی و معرفتی است که خود مبنای همه فرایندهای اقتصادی و ساختارهای تصمیم‌گیری را تشکیل می‌دهد. دگرگونی‌های اساسی در ویژگی‌های اطلاعات [و اطلاع‌رسانی]، و تغییر نقش آن در اقتصاد باید محور مطالعات مربوط به مسائل اقتصادی باشد، اما متأسفانه چنین نیست.

وضعیت اطلاعات در اقتصاد اثرات گسترده‌ای بر کارکرد کلی اقتصاد دارد. اطلاعات بر آن بخش‌هایی که کالاها و خدمات اطلاعاتی ارائه می‌دهند، مثل مطبوعات، رادیو، تلویزیون، سینما، پست، کتابخانه، بانک‌ها، دواير اعتباری، بانک‌های اطلاعاتی و دیگر «عرضه‌کنندگان اطلاعات» - نامی که اکنون به آن شهرت یافته‌اند - تأثیر بسیار زیادی داشته است (ملودی ۱۹۸۳؛ اسمایس ۱۹۸۱). و پیدایش بازارهای اطلاعات، برداشت‌های متفاوت و در حال تغییری از اطلاعات عمومی و خصوصی و نیز حق مالکیت نسبت به اطلاعات قابل عرضه در بازار را مطرح کرده است (ساماراجیوا ۱۹۸۴؛ شیلر ۱۹۸۱). این فصل بعضی از مهم‌ترین پیامدهای نقش دگرگون شده ارتباطات و اطلاعات را در ارتباط با مؤسسات اقتصادی، توسعه و سیاست، و اثرات آن بر کشورهای کمتر توسعه‌یافته را مورد بررسی قرار می‌دهد.

## کارایی اقتصادی و گسترش بازار

نظریه اقتصادی بازار حاکی از آن است که گسترش اطلاعات موجود، همراه با توسعه و بهبود مخابرات، باید تصمیم‌گیری مؤثرتر و توسعه بازارها تا فراسوی مرزهای جغرافیایی و صنعتی را میسر سازد و رقابت را افزایش دهد. تخصیص سریع‌تر و کارآمدتر منابع را امکان‌پذیر کند. جایی که بازارها با در دست داشتن اطلاعات کامل و شرایط خالی از اصطکاک عمل می‌کنند، وضعیت بازارهای واقعی باید با فرض‌های نظریه بازار همخوانی بیشتری داشته باشد. در واقع غالب نوشته‌های مربوط به اقتصاد اطلاعات برآنند که این تحولات مزایای مطلق و غیر قابل تردیدی برای همه جامعه دارد (پول، ۱۹۸۳).

اما بررسی دقیق‌تر نشان می‌دهد که مزایای این تکنولوژی‌ها بین همه بازارها به نحو یکسان تقسیم نمی‌شود، بخش‌های خاصی از جامعه به‌طور مطلق و به‌طور نسبی فقیرتر می‌شوند، و ساختار بازار در بسیاری از صنایع دستخوش دگرگونی‌های اساسی می‌گردد (ملودی ۱۹۸۵ / ۱۹۸۳). این تکنولوژی‌های جدید گسترش بازارها در سطح بین‌المللی و جهانی را میسر می‌سازند. اما فقط بزرگترین شرکت‌های ملی و فراملی و سازمان‌های دولتی به این امکانات جدید نیاز دارند و می‌توانند حداکثر استفاده را از آنها بنمایند. برای این شرکت‌ها مرزهای جغرافیایی بازار تمام کشورهای جهان را در برمی‌گیرد، و توانایی آنها را در اداره و کنترل کارآمد و مؤثر بازارهای جهانی از یک نقطه مرکزی افزایش می‌دهد.

نحوه به انجام رسیدن این تحولات تکنولوژیکی به شکلی است که برای ورود همه کشورها و شرکت‌ها به این حوزه، به استثنای بزرگ‌ترین آنها، موانع بزرگی ایجاد نموده و بدین وسیله گرایش به سوی تمرکزگرایی را تقویت می‌کند (هرمن (Herman)، ۱۹۸۱). در واقع بیشتر شرکت‌ها و کشورهای کوچک‌تر از این تحولات تکنولوژیکی جدید صدمه دیده‌اند. مثلاً در بسیاری از کشورهای از نظر تکنولوژیکی پیشرفته، به خاطر پاسخگویی به نیازهای حجیم و چند منظوره مصرف‌کنندگان جهانی به اطلاعات دیجیتالی از نظر فنی بسیار پیچیده، نظام‌های ارتباط از راه دور از نو طراحی شده‌اند. نظام‌های جدید برای استفاده‌کنندگان کوچک‌تر با نیازهای ارتباطاتی ساده‌تر و سنتی‌تر نیز، مثل خدمات اولیه تلفنی، اما با هزینه‌ای به مراتب بیشتر کاملاً مناسب است (ملودی ۱۹۸۹). گزینه‌های موجود در زمینه ارتباط از راه دور منعکس‌کننده نیازهای شرکت‌ها و مؤسسات مالی کوچک محلی یا حتی منطقه‌ای نیست. نیازهای ملی و جهانی بزرگ‌ترین شرکت‌ها و کارگزاری‌های دولتی دامنه و مقیاس این گزینه‌ها را دیکته می‌کند. برای پاسخگویی به نیازهای آنها نظام‌های کارآمد ارتباط از راه دور به نظام‌های از نظر تکنولوژیکی پیشرفته‌تر تبدیل می‌شوند.

در بیشتر صنایع، رقابت جدید صرفاً رقابت تشدید شده مبتنی بر انحصار چند قطبی است که بین شرکت‌های فراملی در سطح جهانی به وجود آمده است. شرکت‌هایی که قادر به جهش از روی مرزهای بازار هستند هم‌اکنون نیز در زمینه کالاهای خود و مرزهای جغرافیایی مربوطه دست بالا را دارند. ورود آنها به بازارهای جهانی تغییر عمده‌ای در ساختار بخش عرضه بازار ایجاد کرده و شرکت‌های مسلط سابق را به یک واکنش دفاعی واداشته است. این رقابت، آنطور که در نظریه بازار فرض می‌شود، رقابتی ذره‌ای در واکنش به نیروهای بازار نیست که تقاضای مشتریان را منعکس می‌کند، بلکه نوعی نیزه بازی قرون وسطایی برای کنترل ارضی است.

رقابت بین شرکت‌های فراملی برای نفوذ به بازارهای ملی جدید اساساً و از جنبه‌های مختلف با نظریه سنتی بازار تفاوت دارد. نخست اینکه، قیمت‌های تهاوری بازار در کوتاه مدت نقطه محوری رقابت را تشکیل نمی‌دهد.

سیاست‌های قیمت‌گذاری کوتاه مدت فقط یکی از ابزارهای متعدد استراتژیک برای رسیدن به یک هدف بلند مدت است. این رقابت، حوزه‌ای بس فراتر از حوزه رفتار قیمت‌گذاری کوتاه مدت را در بر می‌گیرد که نظریه سنتی انحصار چند قطبی مورد بررسی قرار داده است.

دوم، مزایای رقابتی عمدتاً از برتری یک کالا در نظر تک‌تک مصرف‌کنندگانی که حق انتخاب دارند ناشی نمی‌شود، بلکه حاصل تشویق مؤثر رهبران دولتی کشورهای خارجی است. هدف، برخورداری از موقعیتی ویژه برای ورود به بازارهای داخلی کشورهای خارجی است. بعداً سیاست‌های ملی کشور خریدار در مورد مسائلی چون پروانه / جواز، مالیات، تعرفه، مبادله ارزی، بازگرداندن سرمایه و ایجاد مانع برای ورود رقبای، این موقعیت برتر را تضمین می‌کند.

شرکت‌های فراملی در تلاش به منظور برخورداری از این موقعیت‌های برتر در بازار، از کمک‌های دولت خودی نیز برخوردارند. دولت‌های خودی سیاست‌هایی را می‌پذیرند و مواضعی را اتخاذ می‌کنند که در جهت منافع شرکت‌های فراملی آنها باشد، و گاه حتی در بازاریابی نهادی برای آنها مشارکت می‌کنند. بنابراین رقابت مبتنی بر انحصار چند قطبی بین شرکت‌های فراملی دارای یک عنصر قوی ناسیونالیستی است که مداخله دولت در مبادلات بازاری را، در زمینه عرضه و تقاضا هدایت می‌کند.

پذیرش تکنولوژی‌های جدید اهمیت هزینه‌های ثابت را افزایش می‌دهد. علت این امر فقط فعالیت‌های اطلاع‌رسانی و ارتباط از راه دور نیست، بلکه با تمرکز افزون‌تر کارها و جایگزینی کار با سرمایه (مثلاً روبات‌ها) نیز ارتباط دارد. بنابراین بی‌ثباتی ذاتی موجود در بازار انحصار چند قطبی با بی‌ثباتی ناشی از افزایش هزینه‌های ثابت تشدید می‌شود.

در مجموع، این تغییرات عناصر مخاطره بار جدیدی را وارد صحنه می‌کند. اما در عین حال فرصت‌های جدیدی برای دور کردن این خطرات از سرمایه‌گذاران و مدیران شرکت‌های فراملی و انتقال آنها به سمت محلهای خاص، جایی که تولید صورت می‌گیرد و مؤسساتی که در آنجا ساکن هستند فراهم می‌کند، یعنی مخاطرات را به حکومت‌های محلی و کارگران و مصرف‌کنندگان این مناطق منتقل می‌سازد. شرکت‌های فراملی در عین حال می‌توانند با گسترش اندازه مطلق و پوشش جغرافیایی خود به اقدامات مخاطره‌آمیز ممکن تنوع بخشند. هرچه شرکت فراملی بزرگ‌تر باشد منابع بیشتری برای تخصیص در داخل شرکت در اختیار دارد و بنابراین، فقط به بازارهای سرمایه متکی نیست. هرچه پوشش جغرافیایی شرکت بیشتر باشد امکان تنوع اقدامات مخاطره‌آمیز بیشتر است، گرچه این اقدامات می‌توانند برای هر منطقه خاصی از تولید که به شرکت فراملی وابسته است فاجعه‌بار باشند. به علاوه، افزایش قدرت بازار توانایی شرکت‌های فراملی را در بهره‌گیری از منابع و بازارهای مصرفی تقویت می‌کند. از آنجا که تکنولوژی‌های جدید، انتقال سریع انواع جدید اطلاعات را امکان‌پذیر ساخته‌اند، اتخاذ تصمیم‌های کوتاه مدت و مکرر توسط مدیران شرکت‌های فراملی نیز میسر شده است. در بازارهای جهانی شرایط مبادله، نرخ مبادله ارز، نرخ بهره و سرعت گردش پول برای سودآوری واقعی نیز به اندازه تولید عینی و عملی کالاها و خدمات اهمیت پیدا کرده‌اند. با امکانات جدید برای تصمیم‌گیری‌های کوتاه مدت احتمال دارد بر نقل و انتقال‌های مالی روزانه - اگر نگوئیم کنترل جاری معامله‌گری و سفته بازی مداوم - تأکید بیشتری صورت گیرد (ظاهراً سقوط بازار سهام در اکتبر ۱۹۸۷ در نتیجه این تحولات تشدید شد). تغییرات کوتاه مدت در بازارهای مالی و ارزی، برای هر عرضه‌کننده به‌خصوص منابع یا هر محل تولیدی که در وضعیت مطلوب قرار نداشته باشد زمینه دیگری برای بی‌ثباتی فراهم می‌کند.



از نظر تاریخی، انقلاب اخیر در تکنولوژی ارتباطات راه دور را می‌توان از جنبه‌های خاصی با اثرات معمول شدن تلگراف بر ساختار بازارها در ایالات متحده آمریکا در دوره ۹۰-۱۸۴۵ مقایسه کرد. دابوف (۱۹۸۳) در بررسی خود از این تحولات می‌گوید: «تلگراف، عملکرد بازارها را بهبود بخشید و رقابت را تشدید کرد. اما همزمان، نیروهای دست‌اندرکار نوسازی را تقویت نمود. فعالیت‌های تجاری پرمخ‌تر، پنهان‌کاری و کنترل و تمرکز فضایی همه در نتیجه ارتباط از طریق تلگراف افزایش یافتند.» (ص ۲۷۰)

در واقع او می‌گوید افزایش اندازه بازار به «سازندگان امپراتوری‌ها» کمک کرد تا مزایای اولیه‌ای را که شاید در ابتدا چندان قابل توجه نبود گسترش دهند. (ص ۲۷۰) ارزیابی دابوف ملاک مفیدی برای بررسی تحولات جاری جهانی فراهم آورده است، تحولاتی که اثرات اقتصادی مشابهی دارند اما مهم‌تر و تعدیل یافته‌ترند.

### نقش حکومت‌های ملی

برای شرکت‌های فراملی، بازارهای داخلی در کشور خودی سکوی پرشی است به سوی بازارهای جهانی. دولت‌ها آشکارا نسبت به موفقیت‌های بین‌المللی شرکت فراملی خودی احساس نزدیکی می‌کنند چون معتقدند موفقیت این قبیل شرکت‌ها نقش مهمی در اقتصاد داخلی کشور دارد.

دولت‌های خودی نسبت به قدرت انحصاری افزایش‌یافته این شرکت‌ها در داخل کشور انعطاف بیشتری نشان می‌دهند چون این انحصار، قدرت شرکت‌های فراملی خودی را در بازارهای بین‌المللی افزایش می‌دهد. دامنه این انعطاف‌پذیری از تأکید کمتر بر اعمال قوانین ضد تراست و ضد کارتل تا تشویق عملی کارتل‌های داخلی کشیده می‌شود. مثلاً در ایالات متحده آمریکا، قانون وب - پومرنس (Webb-pomernce)، برای مدتی حدود ۷۰ سال به بازارهای خارجی مصونیت ضد تراستی داد. بیشتر کشورهای اروپای غربی، کانادا و چندین کشور دیگر در بعضی صنایع، قدرت انحصاری داخلی شرکت‌هایی را که انتظار می‌رود در سطح جهانی قدرت رقابت با شرکت‌های بزرگ فراملی، عمدتاً آمریکایی، اروپای غربی و ژاپنی، را داشته باشند تقویت کردند تا این شرکت‌ها بتوانند در بازارهای جهانی حضور بیشتری پیدا کنند.

امروزه دولت ایالات متحده آمریکا بشدت نگران مشکلات دسترسی شرکت‌های فراملی آمریکایی به بازارهای خارجی است. حمایت دولت از تجارت آزاد جهت گشودن بازارهایی برای بعضی از صنایع، به‌ویژه کامپیوتر، ارتباط از راه دور و صنایع مبتنی بر اطلاعات است. محدودیت‌های مربوط به واردات نیمه‌رساناها و اتومبیل ژاپنی نشان دهنده یک واکنش دفاعی قابل قیاس است.

با شدت گرفتن رقابت مبتنی بر انحصار چندقطبی در بازارهای جهانی، حکومت‌های ملی فعالانه در صدد هستند تا شرایط رقابت بین‌المللی را به نفع شرکت فراملی تحت تابعیت خود تغییر دهند. بنابراین شرکت‌های فراملی از طریق کمک‌های مالی در زمینه تحقیق و توسعه، امتیازهای مالیاتی، شرایط گمرکی، توافقات تجاری و سایر سیاست‌ها به ابزارهای بی‌واسطه‌تر سیاست اقتصاد کلان تبدیل می‌شوند. یعنی حکومت‌های ملی با قبول مخاطرات بازار در شکل تضمین سرمایه‌گذاری، تأمین مالی تحقیق و توسعه، سرمایه‌گذاری‌های مشترک دولت - صنایع، و اعمال فشارهای سیاسی به کشورهای خارجی در مذاکرات مربوط به بازارهای بین‌المللی به شرکت‌های فراملی خودی کمک می‌کنند. امروزه این نوع مداخله دولت به «سیاست صنعتی» معروف است. مدت‌های مدیدی است که بعضی از انواع سیاست صنعتی پیش شرط بقای بعضی از کشورها شده است زیرا اقتصاد آنان تحت سلطه شرکت‌های فراملی خارجی

و کشورهای بزرگ‌تر و قدرتمندتر می‌باشد. توجه اخیر به سیاست صنعتی در ایالات متحده آمریکا تا حدی واکنش به این مسئله است، اما در عین حال کاهش سلطه این کشور در بازارهای جهانی نیز در آن نقش داشته است. این نگرش جدید بازتاب تغییر در نقش دولت است، یعنی دولت به جای برانگیختن و به تحرک واداشتن محیط بازار، به پذیرش سیاست‌های متمرکزتری جهت کمک به شرکت‌های خاصی روی آورده است. با این حساب نگرش جدید منعکس‌کننده مداخله مستقیم در بازار است؛ رونق و رفاه اقتصادی کشور را با موفقیت‌های مالی شرکت‌های فراملی آن کشور یکی می‌داند. پس دولت در نقش جدید خود با استفاده از قدرت سیاسی قوانینی را از تصویب می‌گذراند و به تبع آنها بازار به نفع آن شرکت‌های فراملی کار می‌کند که دولت قصد حمایت از آنها را دارد. در بعضی کشورها این را «انتخاب برنده‌ها» می‌گویند. این سیاست‌ها برای ورود شرکت‌هایی که انتخاب نشده‌اند، یعنی همه شرکت‌های داخلی که آنقدر بزرگ نیستند که توانایی بهره‌گیری از بازارهای بین‌المللی را داشته باشند، موانع حادی ایجاد می‌کند.

در این شرایط، رقابت در بازارهای داخلی را می‌توان خطری بالقوه برای موفقیت شرکت‌های فراملی خودی در بازارهای رقابتی جهانی تلقی کرد. سیاست‌های ضد تراست و سیاست‌های موافق رقابت در داخل اهمیت خود را از دست داده‌اند - اگر نگوییم قدیمی شده‌اند. ممکن است ایجاد انحصار و رفتار کارتلی مورد تشویق قرار نگیرد اما در هر حال مجاز است. حتی استثمار انحصارگرایانه مصرف‌کنندگان داخلی تحت عنوان تقویت قدرت، نیرو و منابع لازم برای رقابت موفقیت‌آمیز در بازارهای جهانی توجیه و تحمل می‌شود (نگاه کنید به مانسل (Mansell) ۱۹۸۵ و ۱۹۸۴). از نظر سیاسی برای دولت‌ها آسان‌تر آنست که به جای از سرگذراندن فرایندهای دست و پاگیر سیاسی، یعنی ابتدا مالیات بستن بر شرکت‌ها و سپس دادن کمک‌های مالی، با مجاز گذاشتن شرکت‌های فراملی در بهره‌گیری از قدرت انحصاری در بازارهای داخلی به این شرکت‌ها کمک کنند.

در این فضای سیاسی اقتصادی جهانی، شاید مفهوم منافع عمومی در داخل یک کشور هم تغییر کند. توجه سنتی نسبت به قیمت‌ها و کیفیت خدمات عمومی و همگانی بودن پوشش این خدمات کمتر شده است. مثلاً در ایالات متحده آمریکا، کمیسیون ارتباطات فدرال خدمات تلفنی اولیه را به عنوان یک اولویت سیاست اجتماعی، اگر نگوییم کنار گذاشته، زیر سؤال برده است.

موفقیت بین‌المللی شرکت‌های فراملی خودی از نظر میزان فروش، سود و موازنه مثبت پرداخت‌ها، هدف اصلی سیاست عمومی دولت شده است. این موفقیت محرک اشتغال در داخل، بهره‌وری، و ثروت ملی به‌شمار می‌آید. تصور بر آن است که مصرف‌کنندگان داخلی و سیاست‌های اجتماعی از جریان تدریجی مزایای ناشی از داشتن شرکت‌های فراملی موفق بهره ببرند. در حالی که سیاست‌های دولت بیشتر متوجه حمایت مالی از فعالیت‌های رقابتی این شرکت‌ها در بازارهای جهانی است تا مالیات بستن بر سودهای انحصاری آنها، این به صورت یک راز سر بسته باقی می‌ماند که هزینه‌های خدمات اجتماعی چگونه از محل این ثروت انباشت شده توسط شرکت‌های فراملی تأمین خواهد شد. تغییر واقعی، همانندی هرچه بیشتر منافع ملی و عمومی با منافع مالی شرکت‌های مسلط فراملی بومی است. طنز قضیه در اینجاست که سیاست‌های صنعتی نوعاً با استناد به آدام اسمیت و شرایط رقابت بازار آزاد توجیه می‌شوند. اما در واقع آنها معرف یک سوءظن اساسی نسبت به بازار آزاد هستند. لازم به یادآوری نیست که اسمیت ۱۷۷۶ / ۱۹۷۷ می‌گوید آن چه بر ثروت ملل می‌افزاید تشویق رقابت داخلی است، و نه فدا کردن آن در مقابل ضوابط نزدیک‌بینانه موافقت‌های سوداگرانه. می‌توان پرسید آیا طبق این نگرش میان شرکت‌های فراملی امروزی، مثل آی.تی.تی،



آی.بی.ام.ان.ای. سی، فوجیتسو، فیلیپس، نوردن تلی کوم، زیمنس و آلکاتل، با کمپانی‌های هند شرقی و خلیج هودسن در دوره‌های اولیه توسعه معماری تفاوتی وجود دارد؟

به علاوه، سیاست‌های ملی دولت که به منظور افزایش قدرت شرکت‌های فراملی در بازارهای جهانی تدوین می‌شود می‌تواند تمرینی جهت خودکشی تدریجی باشد. ماهیت و سمت و سوی هدف‌های سیاست‌های دولت همیشه و تا اندازه‌ای از طریق شرایط بازار، قدرت شرکت‌ها و سایر واحدهای بزرگ اقتصادی تعیین می‌شود و اینها می‌توانند از اجرای کارآمد و مؤثر سیاست‌های دولت جلوگیری کنند. بیشتر کشورهای کوچک طی نسل‌ها سعی کرده‌اند سیاست‌های اقتصادی و فرهنگی مستقلی را به اجرا درآورند. اما در مقابل سلطه شرکت‌های فراملی و کشورهای بزرگ‌تر قدرت سیاسی و اقتصادی لازم برای اجرای مؤثر این سیاست‌ها را نداشته‌اند. حکومت‌های ملی هر چه بیشتر خود را به تقویت قدرت شرکت‌های فراملی خودی متعهد کنند، میزان آزادی خود را در اتخاذ سیاست‌های ملی و بین‌المللی مغایر با منافع شرکت‌های فراملی بیشتر کاهش داده‌اند.

### نظریه بازار و مناسبات وابستگی

نظریه سنتی بازار توجیه کاملی برای این توسعه قدرت بازار شرکت‌های فراملی فراهم می‌کند. این نظریه فرض را بر این می‌گذارد که تکنولوژی مستقل و مفید است؛ رقابت انحصار چند قطبی برای کسب موضع برتر بلند مدت در بازارهای کشورهای خارجی همان رقابت بازار است؛ و قیمت تهاوری بازار که در کوتاه مدت سود را به حداکثر می‌رساند، مطلوب‌ترین شکل تخصیص منابع را به دست می‌دهد، در حالی که این فرض‌ها همگی صرفاً وضعیت کوتاه مدت قدرت بازار شرکت‌های غالب را منعکس می‌کند. مفاهیم اقتصادی چون «موازنه»، «هزینه نهایی» و «مازاد مصرف‌کننده» در کاربرد ذهنی کاملاً انعطاف‌پذیرند. در واقع، در این چارچوب نظری، هیچ اقدامی در بازار، مادام که با برجسب‌های نظریه‌ای مناسب کار کند، غیر قابل قبول نخواهد بود.

مناسب‌ترین الگوی بازار برای بررسی پیامدهای «رقابت» در عصر اطلاعات، الگویی نامعین، ناپایدار و مبتنی بر انحصار چند قطبی است که بر اساس آن شرکت‌های فراملی، برای رسیدن به قدرت انحصاری و سنگربندی در بازارهای داخلی و خارجی، عمدتاً سیاست قیمت‌گذاری کوتاه مدت را به کار می‌گیرند. برای تحلیل دقیق تحول این نوع الگوی بازار باید به نوشته‌های کارل مارکس، جوزف شومپتر (Joseph schumpeter)، هارولد اینیس، جان.ار. کامانز (John.R.Commons) و سایر نهادگرایان پیرو این سنت رجوع کرد. در این الگوی انحصار چند قطبی، بازار، برای مذاکراتی که می‌تواند اثرات بلند مدت و کوتاه مدتی بر این پیامدها داشته باشند، فضای کافی و طیف گسترده‌ای از امکانات فراهم آورده است. بنابراین باید به ساختارها و معیارهای گزینه مذاکره توجه داشت، و این حوزه‌ای است که هنوز به حد کافی توسعه نیافته و تحلیل نشده است.

بازار جدید انحصار چند قطبی را نمی‌توان بدون اشاره به نظریه وابستگی تعریف کرد. گنجانیدن امکان مناسبات بازاری وابسته صرفاً تأیید این مسئله است که خریداران و فروشندگان بخشی از یک بازار یکپارچه و همگن نیستند. شاید جدایی جغرافیایی عملکردهای اقتصادی کامل باشد. چون محل منابع، تولید، مصرف، تحقق سود و کنترل بر تخصیص‌های دوباره منابع در کشورهای مختلف واقع شده است. بسیاری از مناطق به یک کارخانه تولید تخصصی شرکت‌های فراملی که بازارهای قاره‌ای دیگری را تأمین می‌کنند وابسته‌اند. در واقع، به‌طور کلی نظام‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی مختلف یا مزایای ویژه‌ای برای یک شرکت فراملی فراهم می‌کنند و یا موانع مهمی در راه



تولید و بازاریابی آنها ایجاد می‌نمایند. در «عصر اطلاعات» مناسبات وابستگی در بازارهای جهانی اهمیت تازه‌ای کسب کرده‌اند.

نظریه‌های وابستگی تفاوت‌های چشمگیری با هم دارند (پالما، ۱۹۷۸)، اما در عین حال همه آنها بر فرض وجود شرایط مشابه خاصی متکی‌اند (اینیس ۱۹۷۲، ۱۹۵۶، ۱۹۵۰؛ والر شتاین، ۱۹۷۶). کنترل بر مرکز بازار اعمال می‌شود. توسعه مناطق حاشیه‌ای یا دورتر، عمدتاً به منظور تأمین منافع مراکز بزرگ قدرت از طریق بهره‌گیری از منابع طبیعی، پایین بودن هزینه کار یا سایر عناصر مزیت نسبی (Comparative advantage) صورت می‌گیرد. کنترل مؤثر بر نوع، جهت و نرخ توسعه در دست مرکز است. بنابراین مناطق حاشیه‌ای به مراکز قدرت وابسته‌اند.

کارایی و ثبات ظاهری و کوتاه مدت بازارهای مرکزی به بهای بی‌ثباتی و توسعه تحریف شده مناطق دورافتاده بدست می‌آید. اقتصاد مناطق حاشیه‌ای را هم خطر تغییر شرایط کوتاه مدت بازار در مرکز و هم خطر بالقوه از دست دادن مزیت نسبی یا تخصصی نسبت به سایر مناطق حاشیه‌ای تهدید می‌کند. اما حتی این آرایش بازار نمی‌تواند بازار مرکزی را از بی‌ثباتی درازمدت مصون دارد و در بعضی شرایط، حتی ممکن است ضرورت تعدیل شدیدتر و پردوام‌تر این بی‌ثباتی را تشدید کند. اینیس (۱۹۵۶) از مطالعات خود چنین نتیجه می‌گیرد که «تاریخ اقتصادی کانادا تحت الشعاع اختلاف بین تمدن غربی در مرکز با حاشیه بوده است».

گسترش شرکت‌های فراملی از طریق استفاده از تکنولوژی‌های اطلاعاتی سبب شده است تا این شرکت‌ها بتوانند وابستگی خود را به یک منبع واحد تأمین مواد اولیه، یا محل تولید کاهش داده و بدین وسیله قدرت مذاکره (یا چانه‌زنی) با تک تک دولت‌ها، اتحادیه‌ها و سایر گروه‌ها را افزایش دهند. آنها می‌توانند بخش زیادی از مخاطرات را متوجه تأمین‌کنندگان منابع اولیه و مناطق تولید بنمایند. این کار از طریق اعمال فشار در زمینه‌های زیر عملی می‌شود: الف. گرفتن کمک‌های مالی، امتیازهای مالیاتی و مقرراتی که مزایای ویژه‌ای برای این شرکت‌ها در نظر می‌گیرد، و حتی زیر فشار گذاشتن دولت برای گرفتن کمک‌های مستقیم؛ ب. پایین نگاه داشتن دستمزد نیروی کار ماهر و تخصصی از طریق اشتغال بی‌ثبات؛ پ. مستثنی بودن از کنترل اجتماعی، مثل ضوابط بهداشتی و محیطی؛ ت. داشتن موضع برتر در بازارهای داخلی کشورهای تولیدکننده حاشیه‌ای.

به علاوه، امکان دارد شرکت‌های فراملی بتوانند با مذاکره در مورد انواع خاصی از امتیازهای ویژه، بخش دیگری از خطرات را متوجه کشور مبدأ بنمایند. بنابراین تکنولوژی اطلاعات وسیله مهمی در دست شرکت‌های فراملی برای تقویت قدرتشان در بازار و استقلال‌شان در مذاکره با کشورهای تولیدکننده حاشیه‌ای و کشور مبدأ است. وانگهی، با وجود امکان پخش مستقیم از طریق ماهواره و ایستگاه‌های تلویزیونی متعدد که تا آن سوی مرزهای ملی کشیده می‌شود، تبلیغات شرکت‌های فراملی از طریق رسانه‌های گروهی می‌تواند بشدت کارایی سیاست‌های رسمی دولت‌ها را در جهت محدود کردن دسترسی شرکت‌های فراملی به بازارهای داخلی و جلوگیری از تجاری شدن جوامع‌شان تضعیف کند. شاید الگوی تجدیدنظر شده‌ای از وابستگی بتواند بر شرکت‌های فراملی در مرکز و چگونگی ارتباط آنها با کشورهایی که در مراحل مختلف وابستگی قرار گرفته‌اند تمرکز کند.

هنگامی که زیان‌های یک اقدام مخاطره‌آمیز متوجه خود اقدام‌کننده نباشد و گاه حتی به سود او تمام شود، می‌توان پیامدهای مهمی را انتظار داشت. این مسئله سبب شده است شرکت‌های فراملی به استقبال خطراتی بروند که بسی گسترده‌تر و بزرگتر از خطراتی است که در شرایط معمولی بازار یا در تخصیص عقلایی منابع متحمل می‌شوند. شاید این امر بتواند اقدام بانک‌های آمریکایی و اروپایی در سال ۱۹۸۱ را به نقض مقررات خودشان در مورد



اعطای وام به کشورهای جهان سوم توجیه کند، اقدامی که در جهت استفاده از نرخ‌های بسیار بالای بهره وام‌های کوتاه مدت به عمل آمد. با توجه به این حقیقت که رقابت انحصار چند قطبی برای سنگر بندی دراز مدت در بازارهای ملی قمار است که بازده خوبی دارد، انگیزه سرمایه‌گذاری زیاد، چه در مورد تسهیلات تولید و چه در زمینه ایجاد بازار، بسیار بالاست. در جایی که هزینه‌های ثابت بالا و تقاضا دستخوش نوسان است، احتمال بی‌ثباتی ذاتی نظام اقتصادی افزایش می‌یابد.

در این شرایط، هیچ دلیلی وجود ندارد که انتظار داشته باشیم نظام قیمت‌گذاری در جهت کارایی درازمدت تخصیص منابع عمل کند. ممکن است قیمت‌ها در کوتاه مدت نوسان چشمگیری داشته باشند، که این خود ظرفیت مازاد، کمبودهای کوتاه مدت یا فرصت‌های استثمار انحصاری را نشان می‌دهد، اما بازار هیچ محدودیتی برای سرمایه‌گذاری بیش از حد فراهم نمی‌کند. در واقع شاید دوره‌های رونق و رکود سرمایه‌گذاری در راه آهن و کانال‌ها در بیش از یکصد سال پیش بهترین مرجع تاریخی برای تحلیل موج‌های آتی سرمایه‌گذاری در کامپیوتر، ارتباط از راه دور و صنایع اطلاعاتی باشد. تجارب اخیر در مورد نیروی هسته‌ای، استخراج و اکتشاف نفت و بانکداری بین‌المللی نمی‌تواند این اطمینان را ایجاد نماید که در این زمینه نظام اقتصادی حالا بهتر از یک یا دو قرن پیش عمل می‌کند. مطمئناً یکی از الگوهای مناسب برای تحلیل بازارهای آتی جهانی در ارتباطات، بازار جهانی نفت است - اما در این الگو شرکت‌های فراملی به منزله اوپک صنایع ارتباط از راه دور هستند.

بی‌تردید افزایش ناپایداری نظام اقتصادی جهانی منافع همه را تحت تأثیر قرار خواهد داد. بنابراین شاید توانایی شرکت‌های فراملی در انتقال خطر، آنها را تشویق به اتخاذ نوعی سیاست قیمت‌گذاری یا سرمایه‌گذاری‌هایی را کند که بی‌ثباتی و خطرات بیشتری بدنبال داشته باشد، به حدی که دیگر شرکتهای فراملی هم قادر به انتقال آن نباشند. این پدیده با تعاریف استاندارد بی‌ثباتی در نظریه نوکلاسیک انحصار چند قطبی سازگار است. کار تحلیل اقتصادی در واقع آنست که مستقیماً مشکل تخصیص بلند مدت منابع را تحت شرایط انحصار چند قطبی ناپایدار و پیامدهای سیاست‌هایی که برای مهار کردن بدترین احتمالات طراحی شده‌اند مطرح سازد.

روشن است که این تحولات خبر از حفظ مفاهیم سنتی یا منافع عمومی یا مصرف‌کننده در بازارهای داخلی را نمی‌دهد. احتمال دارد کارگزاری‌های دولتی موجود در زمینه تنظیم و کنترل این مسائل در آینده حتی کمتر از حالا کارایی داشته باشند. در حالی که ضرورت حمایت از منافع عمومی و منافع مصرف‌کننده بیشتر خواهد شد. دو دیدگاه عمده وجود دارد که لازم است در بحث‌های سیاسی مطرح شود، اما متأسفانه چنین نیست. یکی دیدگاه گروه‌هایی از جامعه است که احتمال دارد به شدت تحت تأثیر سیاست‌های اتخاذ شده قرار گیرند، اما منافع مالی آنها آنقدر سازمان‌یافته نیست که در بحث‌ها و تصمیم‌گیری‌های سیاسی ملحوظ شود. برای اینکه در موازنه نهایی منافع، که پایه بیشتر تصمیم‌های مربوط به سیاست‌گذاری است، ملاحظات مربوط به منافع بخش‌های مهمی از مردم نادیده گرفته نشود، حضور نمایندگان این دیدگاه و این منافع نمایندگی نشده ضروری است. دیدگاه دوم به طور کلی به جامعه مربوط است که مستقیماً بر ساختار کلی منافع، هزینه‌ها و پیامدهای آن برای جامعه تمرکز دارد. این دیدگاه آن پیامدهایی را که خارج از حیطه معمولی تصمیم‌گیرندگان منافع خاص است مورد بررسی قرار می‌دهد و بیرونی بودن اقتصاد، و پیامدهای اجتماعی و فرهنگی گزینه‌های سیاست‌گذاری را ارزیابی می‌کند. به هر حال، طرفداران و مبلغان منافع عمومی می‌توانند از طریق فرایندهای قانونگذاری و قضایی کشورهای غالب و کارگزاری‌های بین‌المللی در جست‌وجوی راه‌های دیگر نمایندگی باشند.

به نظر می‌رسد کشورهای جهان سوم مجبورند فشار خطرات و بی‌ثباتی‌های ناشی از تکنولوژی‌ها و بازارهای صنایع اطلاعاتی را تحمل کنند. آنها به عنوان تولیدکننده در مناطق حاشیه‌ای، کنترل کمی بر محصول یا سود حاصل از کار یا سایر منابع خود را دارند، البته اگر اصولاً کنترلی داشته باشند. به علاوه، در بازاریابی جهانی، موفقیت شرکت‌های فراملی اقتضا می‌کند که رهبران جهان سوم به وارد کردن آخرین و پیشرفته‌ترین سیستم‌های کامپیوتر و مخابرات تشویق شوند. جهان سوم بخش بسیار مهمی از یک بازار بالقوه را تشکیل می‌دهد. اما کشورهای جهان سوم با خرید این تکنولوژی‌ها در واقع یک وابستگی بلند مدت را پذیرفته‌اند، که این خود در کسری‌های کوتاه مدت موازنه پرداخت‌ها مؤثر بوده و نهایتاً اقتصاد ملی آنان را زیر فشار می‌گذارد.

### گزینه خدمات عمومی ملی

بیشتر بحث‌های دانشگاهی در مورد تکنولوژی‌ها و تحولات جدید ظاهراً از پیش فرض‌های ایدئولوژیکی سرچشمه می‌گیرد که در مقابل واقعیت رنگ می‌بازند. از نظر عده‌ای، راه حل مسئله، از بین بردن محدودیت‌های دولتی در تمام سطوح است تا بازار بتواند در پاسخگویی به نیازهای همه آزاد باشد. در این فصل نشان داده شد که در اقتصاد جهانی اطلاعات، بازارهای واقعی چقدر با افسانه بازارهای ذهنی ایده‌آل تفاوت دارند و خواهند داشت.

به همین دلیل، لازم است توانایی و کارایی گزینه خدمات عمومی دولتی، که سال‌هاست در بسیاری از کشورهای پیشرفته و در حال توسعه در بخش ارتباطات ارائه می‌شود. به طور انتقادی مورد بررسی قرار گیرد. یکی از مهم‌ترین بخشهای خدمات دولتی که برای منظور فعلی ما نیز بسیار مناسب است پست و تلگراف و تلفن می‌باشد که برای ارائه خدمات عمومی همگانی و به عنوان انحصارهای دولتی ایجاد شده‌اند. متأسفانه، بطور کلی تجربه کاربرد الگوی خدمات عمومی انحصاری بسیار بد، و حتی بدتر از انحصارهای خصوصی است. مثلاً، تا یک دهه پیش، یعنی تقریباً پس از یک قرن فعالیت، نرخ گسترش خطوط تلفن خانگی در بیشتر کشورهای اروپایی بین ۳۰ تا ۷۰ درصد بود. از زمانی که شرکت مخابرات بریتانیا (Telecom) خصوصی شد، نرخ اشاعه خانگی آن نیز از ۶۵ به ۸۰ درصد افزایش یافت، ضمن اینکه شرکت هم سود برده است.

در بیشتر کشورهای جهان سوم نرخ گسترش خطوط تلفنی بین ۱ تا ۱۰ درصد است، با یک فهرست انتظار چند ساله برای خدماتی که به نحو خارق‌العاده‌ای کارآمد نیستند. در بیشتر مناطقی که خدمات عمومی پست و تلگراف و تلفن در دست انحصارهای دولتی است نوعاً شاید اکثریت جمعیت با نزدیک‌ترین تلفن همگانی بیش از دو ساعت فاصله داشته باشند، و تازه معلوم نیست که این تلفن کار می‌کند یا نه. در بسیاری از کشورها، انحصارهای دولتی پست و تلگراف و تلفن خود بخش اعظم مشکل را تشکیل می‌دهد نه راه حل آن را. در واقع عدم کارایی، عدم قابلیت و بهره‌گیری از موقعیت سلطه که در بسیاری از دیوانسالاری‌ها وجود دارد، از مدت‌ها قبل به اثبات رسیده است. بعید می‌نماید که در جهان واقعیت‌ها، رسیدن به هدف‌های خدمات مخابراتی فراگیر از طریق انحصارهای دولتی پست و تلگراف و تلفن میسر باشد. نابرابری‌های امروزی در توسعه نظام‌های مخابراتی در سطح جهانی حاصل شکست‌ها و ناتوانی‌های قبلی این انحصارهای دولتی بوده است.

برداشت‌های ساده‌انگارانه از مفهوم‌های آرمانی «بازارهای رقابتی» یا «انحصارهای خدمات عمومی» غالباً بحث‌های سیاسی را از مسائل اصلی منحرف می‌کند. آنچه که ضرورت دارد تحلیل‌های عمیق‌تر از آن دسته ساختارهای نهادی است که می‌توانند در رسیدن به هدف‌های دوگانه کارایی اقتصادی و خدمات عمومی تحت شرایط



فعلی و آتی تکنولوژیکی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مفید باشند.

در سال‌های اخیر، تحول درجاتی از رقابت در بخش ارتباط از راه دور در روشن کردن و به بحث گذاشتن مقررات اجرایی و روبنای سیاست‌هایی که تاکنون به عهده معدودی متخصص در اتاقهای در بسته مذاکره گذاشته بود، تأثیر داشته است. به تدریج معلوم می‌شود که رقابت نمی‌تواند جان‌شین مقررات و سیاست عمومی گردد. رقابت از ابزارهای بالقوه سیاست است که در بعضی شرایط می‌تواند دستیابی به هدف‌های مربوط به کارایی اقتصادی و خدمات عمومی همگانی را تسهیل کند، و تحت شرایطی دیگر تأثیری بر هیچ یک از اینها نداشته باشد. وظیفه پژوهش‌ها و تحلیل‌های مربوط به سیاستگذاری آن است که شرایط را بررسی کند و مناسب‌ترین نقش را برای رقابت تعیین نماید. نقش فزاینده نیروهای بازار در آینده اجتناب‌ناپذیر است و شاید، در بعضی از بازارها و خدمات، بیشتر شدن نقش رقابت فعالانه مطلوب باشد. اما این پایان کار مقررات و سمت و سوی سیاست‌ها نیست، بلکه یک تغییر در ساختار مقررات اجرایی و نیروهای بازار و موازنه بین آنها است. به رغم یک جا به جایی قطعی به سوی بیشتر شدن نقش نیروهای بازار، تحولات آتی متأثر از «دست‌نپیدای» بازار رقابتی نخواهد بود، بلکه تحت تأثیر دست‌های آشکارتر تصمیم‌های قانونی و سیاست‌های حرفه‌ای دولت و صنایع خواهد بود.

### تحقیق در زمینه سیاستگذاری و قدرت مذاکره

با نگاهی به کشورهایی که در آنها نرخ باسوادی کمتر از ۵۰ درصد، نرخ گسترش تلفن کمتر از ۵ درصد و میانگین درآمد سرانه سالانه کمتر از هزینه یک ترمینال کامپیوتری است، می‌توان اولویت تکنولوژی‌های جدید، که دسترسی آنی به اطلاعات بانکی در نیویورک و لندن را فراهم می‌کنند، زیر سؤال برد، البته به استثنای مواردی که کنترل شرکت‌های فراملی بر منطقه را تسهیل می‌نمایند.

از عصری که سیاست توسعه اقتصادی منعکس کننده جاذبه تکنولوژی‌های بالقوه حمل و نقل بود ضرب المثلی وجود دارد که می‌گوید «همه جاده‌ها به بندر ختم می‌شوند». تکنولوژی‌ها و خدمات گسترش یافته ارتباط از راه دور عموماً پاسخگوی نیازهای شرکت‌های فراملی و مراکز پیشرفته تکنولوژیکی همه کشورها هستند. شرکت‌های فراملی و مراکز پیشرفته تکنولوژیکی شرکایی هستند که منافع آشکاری در تبدیل نظام‌های ساده قدیمی تلفن به شبکه‌های دیجیتالی خدمات متراکم (integrated services digital networks) (ISDN) (جهانی) دارند. اگر سیستم‌های مخابراتی در مناطق کمتر توسعه یافته در نتیجه توسعه بیرونی تکنولوژی و خدمات پا به عصر شبکه‌های دیجیتال خدمات متراکم (ISDN) بگذارند، آیا احتمال دارد مناطق و کشورهایی که در وضعیت نامساعدتری هستند، در منطقه خود در مقابل شرکت‌های فراملی و مناطق پیشرفته تر موقعیت رقابتی بهتری پیدا کنند؟ یا اینکه نظام‌های بهتر مخابراتی فقط منافع اقتصادی کشورها و شرکت‌های خارجی غالب در مناطق حاشیه‌ای را تأمین می‌کند؟ شاید برای اینها دسترسی آسان تر به آن مناطق، و برای مناطق حاشیه‌ای مزایای نسبی محلی و منطقه‌ای را به همراه داشته باشد؟ شاید نظام کارآمدی برای استفاده از مزایای اقتصادی و فرصت‌هایی که در غیر این صورت در منطقه ایجاد می‌شد فراهم کند؟ عدم موازنه تجاری نامساعدی که در نتیجه واردات تجهیزات، خدمات و اطلاعات ایجاد می‌شود به شدت گزینه‌های تخصیص منابع داخلی را محدود می‌کند. اگر کشورهای پیشرفته با کمبود نیروی کار ماهر روبه‌رو شوند پیامدهای آن برای کشورهای کمتر توسعه یافته چه خواهد بود؟ آیا می‌توان گفت نظام مخابراتی بهتر شاهراه‌هایی ایجاد می‌کند که حتی به بندرها هم نیازی نباشد؟

اگر قرار است کشورها و مناطق کمتر توسعه یافته شبکه های مخابراتی و خدمات اطلاعاتی را به کار گیرند که منافع آنها را در توسعه اقتصادی محلی و منطقه ای تأمین کند، نظام های ارتباطی جدید باید شبکه های ارتباطی و اطلاعاتی منطقه ای و محلی را با توجه به ویژگی های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی منطقه گسترش دهند. نظام های جدید باید این انگیزه را ایجاد کنند که فعالیت های اقتصادی، قبل از آنکه متوجه خارج شوند زمینه های داخلی را مورد بررسی قرار دهند. بدیهی است شبکه های کارآمد پست و تلفن و تلکس داخلی در این راستا کار می کنند. این مسائل بررسی مفصل تر و دقیق تر همه ابعاد مهم شرایط اقتصادی محلی و منطقه ای، نقش ویژه شبکه های اطلاعاتی و ارتباطی در تقویت شبکه های محلی و منطقه ای، و اولویت آنها بر شبکه های بین المللی و جهانی را ایجاب می کند.

خوشبختانه در رقابت مبتنی بر انحصار چند قطبی در بازار جهانی، که برای کشورهای کوچک گونه های جدیدی از مناسبات بازاری مبتنی بر همکاری و رقابت ایجاد کرده است، جای زیادی برای مذاکره وجود دارد. در بعضی حوزه ها، کشورهای نامتحد گام های مهمی در راستای همکاری برداشته اند. شاید آنها به خاطر اختلاف در میزان قدرت سیاسی و اقتصادی از مواضع «چانه زنی» یکسانی برخوردار نباشند. اما در هر حال این تفاوت ناشی از ساختار بازار نیست. بی ثباتی ذاتی انحصارهای چند قطبی رقیب زمینه آسیب پذیری توان شرکت های فراملی غالب را فراهم آورده است. مثلاً اگر جهان سوم تصمیم بگیرد این تکنولوژی های جدید را نخرد، این صنایع در مراکز شرکت های فراملی دست کم با بی ثباتی و احتمالاً با سقوط و ورشکستگی کوتاه مدت روبه رو خواهند بود.

کشورهای در حال توسعه می توانند از این قدرت «چانه زنی» بهره گیرند و سعی کنند به کارگیری این تکنولوژی های جدید را به راهی هدایت کنند که با هدف های بلند مدت توسعه سازگار باشند، یا می توانند روند حرکت شان را کند کنند. آنها می توانند کاربرد تکنولوژی های جدید را در جهت ارتقای شبکه های ارتباطی ملی، منطقه ای و محلی کشور خود هدایت کنند و بدین وسیله شالوده ای برای تقویت اقتصاد ملی در چارچوب اقتصاد جهانی فراهم آورند. می توانند در بخش ارتباطات و اطلاعات دست به ایجاد صنایع داخلی بزنند، و وابستگی های نامطلوب را به وابستگی های مطلوب تبدیل کنند. باید تحقیقات بیشتری در زمینه ساختارهای مذاکره، ضوابط و گزینه های سیاست گذاری برای کشورهای در حال توسعه و مناطق در حال توسعه در داخل کشورها انجام گیرد. اگر کشورها و مناطق در حال توسعه بتوانند از قدرت مذاکره و چانه زنی خود بهره کامل بگیرند، می توان تکنولوژی های جدید ارتباط از راه دور را یک امتیاز مثبت تلقی کرد و آنها را به شیوه ها و تحت شرایطی به کار گرفت که با نیازها و هدف های درازمدت همخوانی بیشتری داشته باشد.

به هر حال، بدون شناخت گزینه های ممکن سیاست گذاری و آگاهی از دامنه و پیامدهای آنها نمی توان از این فرصت ها استفاده کرد. این آگاهی که با تحقیق در زمینه سیاست گذاری و تحلیل ساختار مشکلات به دست می آید، افق گزینه های قابل تصور سیاست گذاری را گسترش می دهد و پیامدهای سیاست های انتخاب شده را ارزیابی می کند. این کار چالشی سخت، اما فرصتی بی نظیر برای جامعه تحقیقاتی به شمار می آید.

## منابع

Bell, D. (1973). The coming of post-industrial society: A venture in social forecasting. New York: Basic Books.



تهران: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، پلاک ۱۳، صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵

۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۷۳۵۴۳۹، ۸۷۳۷۲۴۸، Email: info@rasaneh.org

www.rasaneh.org



- DuBoff, R. B. (1983). The telegraph and the structure of markets in the United States, 1845-1890. *Research in Economic History*, 8, 253-277.
- Herman, E. S. (1981). *Corporate control, corporate power: A Twentieth Century Fund study*. New York: Cambridge University Press.
- Innis, H. A. (1972). *Empire and communications* (M. Q. Innis, Ed.). Toronto: University of Toronto Press. (Original work published 1950)
- Innis, H. A. (1956). *Essays in Canadian economic history*. Toronto: University of Toronto Press.
- Machlup, F. (1980-1984). *Knowledge: Its creation, distribution, and economic significance* (Vols, 1-3). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Mansell, R. E. (1984). *Industrial strategies and the communication/information sector: An analysis of contradictions in Canadian policy and performance*. Unpublished Doctoral dissertation, Simon Fraser University.
- Mancell, R. E. (1985, Spring). Contradictions in national communication/information policies: The Canadian experience. *Media, Culture and Society*, pp. 33-53.
- Melody, W. H. (1983, December 12-16). Development of the communication and information industries: Impact on social structures. Paper prepared for the symposium. *Cultural, Social, And Economic Impact of Communication Technology*, sponsored by UNESCO and Istituto della Enciclopedia Italiana, Rome.
- Melody, W. H. (1985). The information society: Implications for economic institutions and market theory. *Journal of Economic Issues*, 19, 523-539.
- Melody, W. H. (1989). Policy issues in the evolution of ISDN. In J. C. Armbak (Ed.), *ISDN in Europe*. Amsterdam: North Holland.
- Palma, G. (1978). Dependency: A formal theory of underdevelopment or a methodology for the analysis of concrete situation of underdevelopment. *World Development*, 6, 881-924.
- Pool, I. de s. (1983). *Technologies of freedom*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Porat, M. U. (1978). Global implications of the informations society. *Journal of Communication*. 28, 70-80.
- Samarajiwa, R. (1984, August). Information and property rights: The case of the news agency industry. Paper presented at Fourteenth Conference of the International Association for Mass Communication Research, Prague, Czechoslovakia.
- Schiller, H. I. (1981). *Who knows: Information in the age of the Fortune 500*. Norwood, NJ: Ablex.
- Smith, A. (1977). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations* (5<sup>th</sup> ed.). New York: Modern Library. (Original work published 1779)
- Smythe, D. W. (1981). *Dependency road: Communications, capitalism, consciousness, and Canada*. Norwood, NJ: Ablex.
- Wallerstein, I. (1976). *The modern world-system: Capitalist agriculture and the origins of the European world-economy in the sixteenth century*. New York: Academic Press.

## مکزیک و ماهواره مورلوس: در مسیر خودسامانی؟

بلا مودی - جورج بوره

در سال ۱۹۸۵ مکزیک اقدام به خرید نظام ماهواره داخلی (دامست) (domsat) کرد. نظام مزبور شامل یک سفینه فضایی دورگه (باند C و ku) بود که از شرکت هواپیمایی هیوز از ایالات متحده خریداری و از پایگاه فضایی ناسا به فضا فرستاده شد. چرا مکزیک اقدام به خرید ماهواره داخلی کرد در حالی که کشور با بدترین بحران اقتصادی دست به گریبان بود و برای تأمین مالی طرح پول نداشت؟ چرا مکزیک بخش اعظم تجهیزات زمینی ماهواره را وارد کرد، در حالی که قابلیت‌های فنی کشور طی پنج سالی که فکر داشتن یک ماهواره داخلی مطرح بود پیشرفت زیادی کرده بود؟ چرا مکزیک کمتر از نیمی از ظرفیت «مورلوس» را مورد بهره‌برداری قرار می‌دهد در حالی که تقاضا برای بیش از این حد است؟

برای پاسخگویی به این سؤالات پژوهشی ابتدا باید مکزیک را بشناسیم. سپس به عقب بر می‌گردیم تا تحلیل کنیم چرا مکزیک تن به پذیرش تکنولوژی ماهواره داد. الگوی رشد اقتصادی مکزیک شباهت زیادی به الگوی تحلیلی کاردوزو و فالئو (falleto) (۱۹۷۹)، یعنی مدل «توسعه وابسته مشارکتی» (associated dependent development) دارد. از سال ۱۹۴۰ تا ۱۹۸۰ اقتصاد کشور رشد مداومی داشته که میانگین سالانه آن ۶ درصد بوده است. بنابراین اقتصاد رشد کرده اما الگوی تولید، و کسانی که از آن نفع برده‌اند، از طریق روابط مورد مذاکره قرار گرفته (بر اساس تلاقی منافع) بین سرمایه ملی (مثلاً تلویزا) (Televisa)، سرمایه خارجی (هیوز، ان ای سی، ساینتیفیک آتلانتا، بانک صادرات و واردات آمریکا)، و دولت مکزیک تعیین شده است. مثل همیشه، با شعارهای پر زرق و برق و مردم پسند حول محور منافع ملی، روی گروه‌های جمعیتی، مناطق و بخش‌های اقتصادی کنار گذاشته شده و حاشیه‌ای «کار شد». متأسفانه تولید و اشتغال با نیازهای گروه‌های حاشیه‌ای جمعیت متناسب نبود (جتلمن، ۱۹۸۴). ما معتقد نیستیم که مکزیک بازتاب ایستای سلطه خارجی است، چون قدرت‌های اقتصادی داخلی، حزب‌های سیاسی و دولت به طور مداوم به باز تعریف روابط خویش با یکدیگر می‌پردازند تا در برابر شرایط در حال دگرگونی وابستگی خارجی واکنش نشان داده باشند. این فصل ضمن تحلیل محتوایی موضوع، تأثیر عوامل داخلی و خارجی را بر نحوه عمل یک کشور در حوزه مخابرات نشان می‌دهد.

از سال ۱۹۸۲ تولید ناخالص ملی مکزیک دستخوش رکود بوده و در پاره‌ای از سال‌ها تا حد ۴ درصد انقباض داشته است. مکزیک‌ها شاهد کاهش درآمد واقعی خود به میزان ۴ درصد بوده‌اند، تورم از مرز ۱۶ درصد گذشته و صدها هزار شغلی که به سختی مورد نیاز بوده از بین رفته است.

مکزیک بیش از صد میلیارد دلار بدهی خارجی دارد و از این حیث در میان کشورهای در حال توسعه، بعد از برزیل، مقام دوم را به خود اختصاص داده است. بازپرداخت این وام‌ها و بهره و خدمات مربوطه ۴ درصد کل صادرات مکزیک را می‌بلعد. اقتصاد بحران زده کشور موجب شد تا آرای انتخاباتی به میزان بسیار پایین ۷/۵۰

درصد برسد و حزب حاکم، یعنی حزب انقلاب نهادین (party for Institutional Revolution) برای بار دوم با این میزان رأی قدرت را حفظ کند. کوآتموک کاردناس (Cuathemoc cardenas)، رهبر جبهه مخالف دولت که مدعی است برنده واقعی انتخابات سراسر تقرباً ۶ ژوئیه ۱۹۸۸ بوده در نظر داشت پرداخت بدهی‌ها را به تعلیق بیندازد و بار دیگر در مورد بازپرداخت آنها مذاکره کند. اعاده کنترل عمومی بر صنایع به تازگی خصوصی شده، محدود کردن صادرات نفت و اولویت دادن به تأمین نیازهای داخلی از دیگر برنامه‌های کاردناس بود.

همسایه بزرگ شمالی مکزیک اوضاع این کشور را از نزدیک زیر نظر دارد. سیاست بازار آزاد رئیس جمهور سالیناس مورد استقبال آمریکا قرار گرفته است. دولت ریگان یک اعتبار ۳۵ میلیارد دلاری در اختیار رئیس جمهور منتخب و مرجع خویش یعنی سالیناس قرار داد تا مشکلات مکزیک حل شود و سیاست‌های لیبرالیسم اقتصادی ۶ سال گذشته ادامه یابد. آمریکا و متحدانش در هیئت مدیره بانک جهانی با تشکیل یک بلوک یکپارچه، تضمین کردند در آینده نزدیک وام سنگینی در اختیار مکزیک گذاشته شود، گرچه نظر و توصیه کارکنان بانک جز این بود.

### تحلیل محتوایی

بازسازی بعدی رویدادها، بر اساس اسناد دولتی، نوشته‌های مطبوعات و مصاحبه‌های شخصی، بررسی اقتصاد داخلی و خارجی، مناسبات فرهنگی، سیاسی و علمی - فنی مؤثر بر تصمیم مکزیک در خرید ماهواره را مد نظر دارد. همچنین، با در نظر داشتن ماهیت اقدامات بر عهده گرفته شده و نادیده گرفته شده، پخش و اشاعه این تکنولوژی از طریق نظام اجتماعی مورد تحلیل قرار خواهد گرفت. ناپیوستگی نقش بازیگران و عوامل مختلف که از الگوی مطالعه هندوستان تبعیت می‌کند (مودی، ۱۹۸۷)، تحلیل مقایسه‌ای پذیرش و به کارگیری تکنولوژی ارتباط ماهواره‌ای توسط کشورهای جهان سوم را امکان‌پذیر خواهد ساخت.

تحلیل محتوایی مکرراً نشان می‌دهد که پذیرش یک تکنولوژی خاص، بیش از آنکه با ملاحظات مربوط به مزایای فنی و کارایی هزینه ناشی از نوآوری، ارتباط داشته باشد به نیروهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی محیط پیرامون و کنش متقابل نیروها بر یکدیگر مربوط می‌شود. بازیگران و عوامل اقتصادی مؤثر در پذیرش تکنولوژی اطلاعاتی عبارتند از: شرکت‌های سخن‌پراکنی داخلی، سازندگان تجهیزات در خارج، صنایع تجهیزات مخابراتی در داخل و بانک‌های بین‌المللی مثل بانک صادرات و واردات آمریکا. در عرصه سیاسی، گروه‌های قدرت منافع داخلی و خارجی عبارتند از حزب حاکم، ماهیت دولت و سیاست ابرقدرت‌ها. عامل دیگری که در پذیرش و اقتباس تکنولوژیکی مداخله دارد ترس کشورها از آن است که بعدها نتوانند در مدار محدود استوایی یک مدار ماهواره‌ای خاص خود داشته باشند.

نیروهای علمی - فنی مؤثر بر اقتباس تکنولوژی عبارتند از: پیشگامان پژوهش و توسعه ماهواره در سطح بین‌المللی (مثلاً ناسا)، صاحبان صنایع هوایی خارجی، مهندسان و دانشمندان داخلی، پست و تلگراف و تلفن و گروه‌های منافع خصوصی پخش در کشور. از جمله نیروهای فرهنگی می‌توان فشار نخبگان داخلی جویای جدیدترین تکنولوژی (که آنان را در تراز همتایان نیویورکی‌شان قرار دهد)، گروه‌های منافع «ملی‌گرا» که خواهان گسستگی با نظام سوداگری جهانی‌اند، دانشگاه‌های خارجی، بنیادها و انجمن‌های انسان دوستانه‌ای که مصرانه خواهان به کارگیری تکنولوژی نوین در آموزش و پرورش و توسعه‌اند، و کارگزاران تبلیغاتی ابرقدرت (مثلاً کارگزاری‌های اطلاعاتی ایالات متحده آمریکا) را نام برد.



تحلیل زمانی تصمیم‌گیری در مورد این اقتباس خاص، نقش نیروهای مختلف را در خرید ماهواره مکزیکی نشان می‌دهد. هدف، ایجاد بحثی پیچیده‌تر به منظور فراتر رفتن از اتهام‌های تک بُعدی و تعمیم‌های ناپخته است. در واکنش به پرتاب اسپوتنیک در سال ۱۹۵۷ وزارت ارتباطات و ترابری مکزیکی یک برنامه موشکی آزمایشی را آغاز کرد. از سال ۱۹۶۲ پژوهش‌های فضایی در مکزیکی حالت جدی به خود گرفت و اداره فضای بیرونی دایر گردید (که در سال ۱۹۷۶ به بخش مطالعات فضا تغییر نام داد). این اداره در مؤسسه ژئوفیزیک اونام (دانشگاه استقلال ملی مکزیکی) (UNAM) (Unversided Nacional Autonomade Mexico) که یکی از دانشگاه‌های قدیمی نیمکره شمالی است دایر شد. اولین دانشگاه مکزیکی، اونام، نخستین دانشکده علوم، و مؤسسه‌های نجوم، ریاضی، فیزیک و ژئوفیزیک را ایجاد نمود.

هدف عمده اونام آموزش دادن دانشمندان بلند پایه و پیشبرد فعالیت‌های تکنولوژی فضایی برای پاسخگویی به نیازهای ملی بود. این کار در پرتو چالشی صورت می‌گرفت که کشورهای پیشرفته در عصر نوین فضایی به راه انداخته بودند. هدف دیگر در ارتباط با هدف نخستین، دور شدن از وابستگی به کشورهای پیشرفته صنعتی بود. در این زمینه به‌خصوص یکی از دانشمندان فضایی اونام با قاطعیت از تحول تکنولوژی فضایی بومی با در نظر گرفتن نیازهای خاص کشور در ارتباط با توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی طرفداری می‌کرد.

نیاز به توسعه مستقل تکنولوژی فضایی که توسط دانشمندان گوشزد می‌شد مورد توجه چهره‌های قدرتمند سیاسی آن سال قرار گرفت و به موجب فرمان ریاست جمهوری «کمیسون ملی فضای بیرونی» (CONEE) (National commission for ovtr space) ایجاد گردید. کانی، به عنوان یک گروه بین کارگزاری، (Interagency group) از اونام، مؤسسه ملی پلی تکنیک (آی پی ان)، وزارت ارتباطات و ترابری (مسئول مخابرات)، و وزارت امور خارجه تشکیل می‌شد. عملکرد کانی در زمینه سیاستگذاری توسعه فضایی خوب نبود، چون هر یک از کارگزاری‌های تشکیل‌دهنده منافع خود را برتر از منافع ملی قرار می‌داد (گال (Gall) و همکاران، ۱۹۸۷). دعوای بین کارگزاری‌ها نیز بر مشکلات کانی می‌افزود. به عنوان مثال، مهندسان وزارت ارتباطات و ترابری معمولاً از میان فارغ‌التحصیلان آی پی ان استخدام می‌شدند و آی پی ان با اونام و روشنفکرانش خصومت دیرینه داشت. دعوای کارگزاری‌های متشکله کانی که جزو خصیصه‌های دیوانسالاری‌های حکومتی است، منجر به الغای این نهاد پر ارزش هماهنگ‌کننده در سال ۱۹۷۶ یعنی ۱۴ سال بعد از شکل‌گیری آن گردید و در نتیجه، مکزیکی برخلاف هند و برزیل نتوانست از دانشمندان فضایی خود در استفاده داخلی از تکنولوژی ماهواره‌ای بهره‌گیرد، هر چند که پاره‌ای از دانشمندان کشور در سطح جهانی شناخته شده بودند.

پس از انحلال کانی، فعالیتهای فضایی ادامه یافت اما هر گروه به صورت جداگانه کاری انجام می‌داد. از جمله این گروه‌ها بخش مطالعات فضایی اونام، آی پی ان، منابع کشاورزی و سدبندی، وزارت امور خارجه، شورای ملی علوم و تکنولوژی و دانشگاه مستقل باخا کالیفرنیا (Baja California) را می‌توان نام برد. هر چند علوم فضایی در سطح ملی رشد کرد اما این رشد بدون هر نوع سیاستگذاری ملی صورت گرفت. حاصل امر «فرار مغزها» یعنی دانشمندان فضایی مکزیکی، پراکنده شدن منابع و هدف‌ها میان سازمان‌های مختلف پژوهشی، و نبود انگیزه هماهنگ برای رسیدن به خودکفایی ملی در زمینه فضایی بود.

تا سال ۱۹۸۵ که ماهواره داخلی مکزیکی خریداری شد، در بینش ملی جنبش و واکنشی پدید نیامده بود. در آن سال اونام گروه بین رشته‌ای فعالیتهای فضایی را ایجاد کرد و پژوهشگران بلند پایه در علوم فضایی کاربردی و



پایه، ارتباطات، تاریخ، مهندسی و توسعه تکنولوژی را به کار گرفت. ریکاردو پرالتا فابی (Ricardo peralta fabi) یکی از اعضای گروه، بنا به قول مشهور توانسته است نخستین ماهواره ارتباطاتی مکزیک به نام یونی ست (Unisat) را در داخل کشور بسازد.

فکر ماهواره داخلی مکزیک را دو استفاده‌کننده بالقوه ماهواره در اوایل دهه ۱۹۸۰ مطرح کردند: یکی مهندسان مخابرات وزارت ارتباطات و ترابری - اداره کل مخابرات (SCT/DGT) که از اینتل‌سیت (Intelsat) فرستنده - گیرنده اجاره می‌کرد و دیگری تلویزا یعنی شرکت غول‌آسای خصوصی سخن پراکنی که از ارائه برنامه‌های ماهواره به مخاطبان ملی سود می‌برد.

ایده اولیه ماهواره برای ارتباط داخلی را اداره کل مخابرات مطرح کرد زیرا بر شبکه ماکروویو که در سال ۱۹۶۸ ایجاد گردیده بود بار سنگینی تحمیل می‌شد. اقتصاد پویایی که به دنبال رونق نفتی سال‌های ۱۹۷۷ - ۸۲ پدید آمد تقاضا را برای خدمات مخابراتی بالا برد و با امکانات زیر بنایی موجود امکان ارائه چنان خدماتی وجود نداشت. علاوه بر این، بیست میلیون روستانشین مکزیک تا آن زمان از خدمات مخابراتی بی‌بهره بودند. سیاست جایگزینی واردات که بعد از جنگ جهانی دوم اتخاذ شد بیشتر به سود مناطق توسعه‌یافته و صنعتی شهری بود. به موجب بررسی سال ۱۹۷۸ که برای برنامه ملی تلفن روستایی صورت گرفت معلوم شد یک ماهواره داخلی می‌تواند ابزاری انعطاف‌پذیر و برخوردار از کارایی هزینه برای ارائه خدمات مخابراتی به هزاران روستای ۵۰۰ تا ۲۵۰۰ نفری باشد (سانچز رويس Sanchez Ruiz) (۱۹۸۵). در مارس ۱۹۸۰ ژاپنی‌ها اولین ایستگاه زمینی داخلی مکزیک را برای مدرسه ملی مخابرات وابسته به وزارت ارتباطات و ترابری ایجاد کردند. تجهیزات مربوطه را نیز تأمین نمودند و کادر محلی را برای بهره‌برداری از آن آموزش دادند. این اهدائیه ژاپن سرآغازی برای شبکه ملی ماهواره داخلی مکزیک شد و هشت ماه بعد رئیس جمهور مکزیک، خوزه لوپز پورتیلو (Jose Lopez portillo)، به وزارت ارتباطات و ترابری مأموریت داد طرح ماهواره‌ای با نام ایل هویکاهووا یا فرمانروای آسمان‌ها (Ilhuicahua=lord of Thesbies) را تهیه کند. ژاپن بازار دیگری را نیز برای فراورده‌های خود به وجود آورد. نخستین سفارش مکزیک ۳۱ ایستگاه زمینی از شرکت الکتریکی نیپون (ان ای سی) بود. بدین ترتیب مکزیک در سال ۱۹۸۱، برای پاسخگویی به نیازهای مخابراتی کشور که بسی فراتر از توان شبکه ماکروویو زمینی بود اقدام به اجاره گیرنده - فرستنده فضایی از انتیل ست نمود.

از نظر قانونی هیچ چیز مانع از آن نبود که بخش خصوصی در کنار ماهواره وزارت ارتباطات و ترابری، ماهواره‌ای به هوا بفرستد. برای این کار تلویزا یک امکان طبیعی بود که ۴ کانال تلویزیونی، یک نظام تلویزیون کابلی در مکزیکوسی، استودیوهای فیلمبرداری، شرکت نشر، شرکت ضبط و نمایندگی‌هایی برای پخش ویدئو داشت. تلویزا با پخش بازی‌های المپیک جهانی سال ۱۹۶۸ پیشگام استفاده از ماهواره شد. بدین ترتیب مسئولیت سنتی دولت در تغییر و تحول جامعه از سوی تلویزا مورد چالش قرار گرفت. تلویزا در بسیاری موارد ارزشهای فرهنگی عوام را موعظه می‌کند و این ارزش‌ها با ارزش‌های اعلام شده نخبگان سیاسی و روشنفکر رژیم در تعارض است. اکنون، چنان‌که وزارت فرهنگ، آموزش و پرورش و اطلاعات مکزیک می‌گوید، تلویزیون و تلویزا عوامل مؤثر بر گرایش‌های فرهنگی، سیاسی و اقتصادی در سطح جمعیت مکزیک‌اند. عمده‌ترین شکوه‌ای که از تلویزا می‌شود آن است که با تبلیغ راه و رسم زندگی آمریکایی، که با مصرف‌گرایی بسیار بالا قابل حصول است، از چهره مکزیک، ملیت‌زدایی (denationalize) می‌کند. سرویس یونی ویژن (Univision) تلویزا، توزیع‌کننده برنامه در سراسر کشورهای اسپانیایی زبان جهان، بدون دسترسی به ماهواره قادر به چنان کاری نبود. ماهواره داخلی به سود شرکت تلویزیون کابلی تلویزا

بود چون برنامه‌ها را از مرز مکزیک - ایالات متحده آمریکا دریافت می‌کرد و با ماهواره به مکزیکوسی می‌فرستاد. بدیهی است یک ماهواره داخلی زیر نظارت تلویزا می‌توانست مشکلات درگیری با دیوانسالاری مکزیکی (SCT/DGT) دیوانسالاری ایالات متحده آمریکا (کمیسیون ارتباطات فدرال)، و دیوانسالاری انیتلست را تا حدی کاهش دهد. تلویزا با توجه به دید مصلحت‌گرایانه‌اش تشخیص داد که روشنفکران و سیاستمداران چپ‌گرا خواهان مصادره‌اند. چون معتقدند تلویزا دشمن اصلی فرهنگی و سیاسی دولت مستقل مکزیک است. بنابراین لازم دید در زمینه داخلی به نوعی هماهنگی و سازش برسد زیرا تلویزیون یک امتیاز دولتی بود.

تلویزا به جای پیشنهاد دو ماهواره داخلی، حاضر شد در پروژه فرمانروای آسمان‌ها با وزارت ارتباطات و ترابری همکاری کند، و ۴۴ ایستگاه زمینی خود را در اختیار شبکه ملی وزارت ارتباطات و ترابری بگذارد (توافق وزارت ارتباطات و ترابری - تلویزا، اکتبر ۱۹۸۰)، در عوض خدمات مخابراتی و اولویت در انتقال برنامه‌ها به تلویزا داده شود (مصاحبه‌ای که بوره‌گو در سپتامبر ۱۹۷۸ ترتیب داد این مطلب را تأیید کرد اما گفته می‌شد تعداد واقعی ایستگاه‌های زمینی کمتر از ۴۴ بوده است). بدین ترتیب دیجی ست. اس. آ (Digisats.A)، شرکت گروه تلویزا، ایستگاه‌های زمینی را از شرکت آمریکائیش، ساینتیفیک آتلانتا، خریداری کرد و هر جا که شرکت خواهر در مکزیک تعیین کرده بود نصب نمود و در چارچوب مجموعه شرکت‌ها به کار اقتصادی خود ادامه داد.

در پایان سال ۱۹۸۱ که بازار جهانی نفت متزلزل شد مکزیک‌ها متوجه شدند که در یک اقتصاد ساختگی زندگی می‌کنند که ارزش پول آن دائماً در حال کاهش است. ارزش پزوی مکزیک به شدت پایین آمد. در فوریه سال ۱۹۸۲ نخستین کاهش جدی و زیاد در ارزش پزو ایجاد شد و بسیاری از برنامه‌های اولویت‌دار دولت متوقف گردید. بنا بود ساختن ماهواره در ژوئیه آن سال آغاز شود و مقامات وزارت ارتباطات و ترابری بیم آن را داشتند که به علت کمی بودجه پروژه متوقف شود (ساعت لایت ویک (satellite week) ۱۹۸۲). شایعه‌ای نیز پخش شد که مورد تأیید قرار نگرفت: گفته می‌شد حال که دولت قادر به تأمین بودجه ماهواره داخلی نیست تلویزا حاضر است این کار را بکند (توافق وزارت ارتباطات و ترابری - تلویزا، ۵ ژوئیه ۱۹۸۲).

به طور سنتی، در آخرین سال ریاست جمهوری تصمیم‌های بزرگی چون خرید ماهواره معلق می‌ماند تا انتخابات برگزار شود و رئیس جمهور بعدی تعیین گردد. اما در این مورد پورتیلو و حزب حاکم آنقدر مصمم بودند که روال فوق را نادیده گرفتند و خرید ماهواره داخلی در بوته تعلیق نماند. دو ماه قبل از روی کار آمدن دولت و رئیس جمهور جدید، در اکتبر ۱۹۸۲ وزارت ارتباطات و ترابری اعلام کرد شرکت آمریکایی هیوز کامیونیکیشن اینترنشنال در مناقصه تولید ماهواره داخلی مکزیک برنده شده و قرارداد را امضا کرده است. وزارت مزبور مدعی شد که هیوز بهترین قیمت را پیشنهاد کرده و بودجه فنی را نیز تأمین نموده است. تقریباً همزمان و به دنبال دو سال مذاکره بین‌المللی موقعیت مناسبی برای ماهواره در مدار زمین - ایستگاهی (geostationary) ۱۳/۵ و ۱۱۶/۵ (درجه) در نظر گرفته شد. با این مدار مناسب، ماهواره داخلی می‌توانست به سایر مناطق، خاصه آمریکای مرکزی، حوزه کارائیب و قسمت‌هایی از آمریکای جنوبی، که بازارهای توزیع برنامه‌های تلویزا بودند، خدمات بدهد.

رابطه تلویزا و دولت پورتیلو با اداره کل مخابرات و مدیر کل انتصابی آن رابطه‌ای پرنوسان بود اما اساس رابطه مبتنی بر حمایت بود و این رابطه در زمان ریاست جمهوری میگل دلا مادرید (Miguel Dela Madrid)، جانشین پورتیلو، نیز ادامه یافت. با این همه احتمال اینکه شرکت بزرگ و غول‌آسایی مثل تلویزا در صورت دستیابی به ماهواره از این هم قوی‌تر گردد در درون حزب حاکم منجر به ایجاد فشارهایی برای افزودن اصلاحیه‌ای به قانون



اساسی شد. یکی از مباحثی که در زمینه اصلاح قانون اساسی مطرح شد، این بود که گزینه سودجویی تلویزا بارها موجب شده است تا این شرکت مواضع خود را به ایالات متحده آمریکا نزدیکتر سازد تا به مواضع مکزیکی، و همین امر شایعاتی را در مورد تبنی شرکت مزبور بر سر زبانها انداخته و باعث بی‌اعتمادی شده بود. در دسامبر ۱۹۸۲، چند روزی بعد از تعیین دولت جدید، کنگره مکزیکی با اصلاح ماده ۲۸ قانون اساسی موافقت کرد ( به موجب این ماده بخش‌های استراتژیک در انحصار دولت قرار گرفتند) و ارتباطات از طریق ماهواره از کارکردهای انحصاری دولت قلمداد شد (فادول و همکاران، ۱۹۸۶؛ مارتینز (Fadul, Martinez), ۱۹۸۶). از دسامبر ۱۹۸۲ تا فوریه ۱۹۸۳ دولت جدید با بحران اقتصادی در سطح کشور دست و پنجه نرم می‌کرد و تأمین بودجه ماهواره نیز یکی از مشکلات دولت بود. در مارس آن سال فرمانروای آسمانها، مورلوس (Morelos) نامگذاری شد. مورلوس نام نخستین تدوین‌کننده قانون اساسی مکزیکی است. نظام پیشنهاد شده تعدیل شد و مدیران انتصابی رئیس جمهور در وزارت ارتباطات و برنامه‌ریزی، نظام کم هزینه‌تر دو ماهواره‌ای را پذیرفتند. اکزیم بانک ایالات متحده آمریکا با توجه به وضعیت اقتصادی مکزیکی وامی در اختیار وزارت ارتباطات و ترابری قرار داد.

وزارت ارتباطات و ترابری در ماه ژوئن دست به یک مبارزه رسانه‌ای در سطح ملی زد تا مزایای نظام ماهواره‌ای داخلی را توجیه کند. از جمله این مزایا گسترش خدمات مخابراتی، تلویزیون، تلفن، انتقال اطلاعات، استفاده بالقوه در مسائل اجتماعی، مثل آموزش و پرورش، تلفن روستایی و تعلیم بهداشت را می‌توان نام برد. تدارکات دیگر وزارت ارتباطات و ترابری برای مورلوس، اعزام چهل مهندس برای کارآموزی دوساله بود. با بازسازی داخلی وزارت خانه مزبور، بخش‌های جدیدی ایجاد گردید و برای تأمین نیازهای خدماتی مورلوس در بخش‌های دولتی، رسانه‌ها، بانک‌ها و صنایع خصوصی برآوردهایی صورت گرفت.

یک موشک ناسا مورلوس ۱ را با موفقیت در مدار قرار داد (ژوئن ۱۹۸۵). مورلوس ۲ نیز در «مدار ذخیره» قرار گرفت تا از سال ۱۹۸۸ به بعد مورد استفاده قرار گیرد. بدین ترتیب بر طول عمر نظام ماهواره‌ای افزوده شد و این نظام برای تأمین نیازهای آتی کشور آماده گردید.

در آغاز تنها از ۱۵ درصد ظرفیت ماهواره استفاده می‌شد. در دومین سال فعالیت مورلوس ۱، از ۳۲ درصد ظرفیت آن استفاده به عمل می‌آمد (مارتینز، ۱۹۸۶). استفاده‌کنندگان اولیه عبارت بودند از شبکه تلفن، تلویزا، شبکه دولتی ایمدیوژن (IMEVISION (Insituto MexiCanode la Television) (مؤسسه مکزیکی تلویزیون)، سه شبکه رادیویی و شبکه‌های اطلاعات شرکت‌ها (مثلاً کرایسلر، فورد، تلویزا). طب از راه دور تنها مورد استفاده از خدمات مورلوس در زمینه بهداشت بود. آموزش و پرورش متوسطه از طریق ماهواره نیز به تحقق نپیوست. چنین انتظار می‌رفت که در سومین سال از عمر ۱۰ ساله مورلوس ۱، از ۷۵ تا ۸۰ درصد ظرفیت آن استفاده شود اما این نیز عملی نشد. بدیهی است کاربردهای اجتماعی ماهواره برای گروه‌هایی که از نظر تاریخی از خدمات کافی محروم بوده‌اند، مورد اعتنای اتحاد سه‌گانه‌ای که در مکزیکی اتخاذ تصمیم می‌کند، نبود.

## نیروهای زمینه‌ای

کدام نیروهای داخلی و خارجی بر تصمیم مکزیکی در خرید ماهواره - از مرحله برنامه‌ریزی فرمانروای آسمانها در سال ۱۹۸۰ تا مرحله عملیاتی با ظرفیت کم مورلوس در ۱۹۸۷ - تأثیر گذاشتند؟

## عوامل داخلی

تاکنون از دو نیروی عمده داخلی مؤثر بر تصمیم دولت مکزیک در اقتباس و به کارگیری برنامه‌های ماهواره نام برده‌ایم: یکی وزارت ارتباطات و ترابری - اداره کل مخابرات که مسئول عملیاتی شبکه مخابراتی مکزیک بود و دیگری تلویزا - مجموعه شرکت‌های ارتباطی ملی که عمدتاً در تملک سه خانواده سرشناس بود. در هندوستان کارگزار پژوهش فضایی ناچار بود به عنوان محرک اولیه، کارگزاری‌های سخن‌پراکنی را به استفاده از ماهواره مورد حمایت خود تشویق نماید. اما در مکزیک، برعکس، دو کارگزاری که از ماهواره سود می‌بردند با ابتکار خود و به نفع شرکت یا اداره خویش در پیشبرد هدف اقدام کردند.

اعتقاد عمومی بر این بوده است که تلویزا از المپیک سال ۱۹۶۸ راه‌اندازی یک نظام ماهواره‌ای متعلق به خود را در سر می‌پرورانده است و با در نظر گرفتن فعالیت‌های متنوع ارتباطی، چنان بلندپروازی‌هایی در مسیر توسعه‌طلبی شرکت معنی‌دارتر می‌شود. به رغم رابطه نزدیک تلویزا با دولت و دو رئیس جمهور - از زمان اچه وریا (Echeverria) رئیس جمهور سلف پورتیلو - خرید ماهواره ارتباطی توسط شرکت با ظرفیتی که <sup>۱</sup> جهان را زیر پوشش می‌گرفت، از نظر سیاسی برای دسته‌هایی از حزب حاکم یک تهدیدی جدی به شمار می‌رفت. وزارت ارتباطات و ترابری طرح مالکیت ماهواره از سوی تلویزا را نوعی نفوذ و مداخله می‌دانست. راز موفقیت تلویزا در یک اقتصاد مختلط آن است که به قدر کافی بزرگ است، امکان رشد دارد، و قانون دست و پایش را نبسته است. تلویزا که به خوبی از این رمز آگاهی داشت از پیشنهاد - از نظر سیاسی - غیر عملی ایفای نقش حمایتی برای وزارت ارتباطات و ترابری دست برداشت - هر چند برای کارایی شرکت پیشنهاد بسیار مطلوبی بود - و در عوض تلاش کرد به کانال‌های مخابراتی که برای فعالیت‌های متنوعش لازم داشت دسترسی پیدا کند.

وزارت ارتباطات و ترابری یکی از بزرگ‌ترین وزارتخانه‌های مکزیک است. به دلیل مسئولیتی که اداره کل مخابرات در توسعه و پیشبرد زیربنایی مخابراتی و ترابری دارد، بودجه کلانی به آن اختصاص داده می‌شود و به همین سبب نفوذ سیاسی آن نیز زیاد است. اداره مزبور که به عنوان یک کارگزاری مقدم تلقی می‌گردد برخلاف سایر وزارتخانه‌ها با مشکل کسر بودجه دست به گریبان نیست. اهمیت وزارتخانه‌ها از آنجا پیداست که وزیر آن را رئیس جمهور تعیین می‌کند. قبلاً گفتیم که باتوجه به بار بیش از حد شبکه زمینی، و مسایل ناشی از گیرندگی - فرستندگی از اینتل‌سِت و سایرین در زمان مناسب و با قیمت مناسب، بسیار طبیعی بود که وزارت ارتباطات و ترابری - اداره کل مخابرات - در انتظار ماهواره‌ای از آن خود باشد.

در ابتدا سه عامل سیاسی مکزیک را در به کارگیری ماهواره تشویق کردند. اولی نیاز به متصل کردن ۳۳ درصد جمعیت کشور به شبکه ملی بود (اینان تا آن زمان به مخابرات میکروویو دسترسی نداشتند). عامل دوم احتمال حاکمیت دولت مرکزی بر جزایری در ۲۰۰ مایلی ساحل کشور بود. چون ایالات متحده آمریکا، همسایه مکزیک، تنها یک منطقه ۱۲ مایلی دریایی را جزو حاکمیت کشورها می‌داند، این امر موجب کشمکش بالقوه با کشور همسایه شده است. مکزیک‌ها از آن می‌ترسیدند که ماهواره‌های آمریکایی پخش مستقیم، تمامی مناطق دور دست مکزیک و جزایر این کشور را زیر پوشش بگیرند، و بنابراین مکزیک نیز باید ماهواره‌ای «مکزیک» داشته باشد («آمریکایی شدن» ارزش‌های مکزیک از طریق ماهواره‌های پخش مستقیم آمریکایی مطلبی است که بارها و بارها به عنوان یک مسئله نگران‌کننده یادآوری شده است، با وجودی که این دقیقاً همان کاری است که نظام تلویزیون کابلی مکزیکوسیتی از طریق پخش برنامه‌های وارداتی آمریکا انجام می‌دهد). هنگامی که وزارت ارتباطات و ترابری برای نخستین بار ۳۵



ایستگاه زمینی ژاپنی در شمال کشور ایجاد کرد هدفش مقابله با تهدید نفوذ بالقوه آمریکا در مناطق مرزی دو کشور بود. عامل سوم این بود که اگر مکزیک در برشهای مداری زمین - ایستگاهی فضایی از آن خود نداشته باشد دیگران جاهای مناسب را به خود اختصاص خواهند داد. صرفنظر از نادرستی این نگرانی‌ها در عمل، واقعیت آن است که این مسایل در برانگیختن احساسات و عواطف مردم بسیار مؤثر بودند (سانچز رویس، ۱۹۸۵).

گذشته از کاربرد سیاسی بحث‌های حفاظت فرهنگی و هویت ملی، نظام متنوع‌تر مخابراتی، فرصتی را در اختیار تلویزیون منطقه‌ای قرار می‌داد. دولت‌های محلی بر این عقیده بودند که استفاده‌های منطقه‌ای از تلویزیون موجب حفظ و انعکاس آن فرهنگ‌ها خواهد شد.

### جدول ۳-۱ - ماتریس عوامل - بازیگران مؤثر بر سیستم ماهواره مورلوس

اقتصادی	علمی و فنی	سیاسی	فرهنگی
خارجی	هیوز؛ ان.ای.س، ساین تیفیک اتلانتا، بانک اکزیم آمریکا	ناسا، هیوز، ساتی - سایت کارآموزی ژاپنی هیوز	دولت‌های فرانسه و ایتالیا شبکه تلویزیون‌های آمریکا
ملی	وزارت ارتباطات و ترابری تلویزا، نافین سا	وزارت ارتباطات و ترابری اونام، ازیم یو ام سی ز سیم	تلوویزا و ملمی حاکمیت و استقلال ملی همگونی منطقه‌ای
منطقه‌ای	دولت‌های ایالتی شهرهای مرزی	همگونی منطقه‌ای	حفظ فرهنگ منطقه‌ای

شایان ذکر است که کارگزاری‌های آموزش و پرورش، بهداشت و سایر کارگزاری‌های اجتماعی در تصمیم مربوط به استفاده از ماهواره دخالتی نداشتند. آنها سرانجام در سومین سال پروژه، و تا حدی به این علت که از ظرفیت مورلوس در حد ناچیزی استفاده می‌شد به بهره‌گیری از آن تشویق شدند. تا همین اواخر تنها استفاده اجتماعی از مورلوس برنامه هفتگی بیمارستان کودکان بوده که برنامه را از یک نقطه به چند نقطه مخابره می‌کرد و در دسترس پزشکان قرار می‌داده است. بنا بود در اواخر دهه ۱۹۸۰ برنامه آموزش متوسطه از باند سب مورلوس به مدارس فرستاده شود که سرانجام عملی نشد (ای مونس A.Munoz مسئول منطقه‌ای، معاون بهره‌برداری از ماهواره‌های ملی، DGT/SCT مصاحبه شخصی، سپتامبر ۱۹۸۷).

### عوامل خارجی

در چارچوب نظام دولت سرمایه‌داری وابسته مکزیک، دولت، سرمایه ملی و سرمایه خارجی لزوماً با یکدیگر همکاری دارند. میان دو عضو داخلی از اعضای سه گانه اتحاد، تنش‌هایی پدید آمد، اما چون هر دو برای پروژه مزبور

به سرمایه و تکنولوژی خارجی نیاز داشتند سعی کردند مشکلات را از پیش پا بردارند. در مکزیک، نمایندگان و سازندگان تجهیزات آمریکایی، نظیر هیوز، شرکت هوایی فورد، آئرو اسپیشال و دیگران، به فراخور خویش در حوزه‌های داخلی، دولت و بخش خصوصی حضور داشتند. شرکت‌های یاد شده نیازی به ایفای نقش مستقیم نداشتند و اگر هم یک نقش مستقیم خارجی وجود داشت نقش ژاپن بود که پژوهش بازار را با کمک‌های خارجی درهم آمیخته بود و همین امر سبب می‌شد که ژاپن در زمان مناسب (که نظام میکروویو زمینی به حد اشباع رسیده بود) در جای مناسب (مکزیک) حضور داشته باشد. این زمانبندی خوب به برنامه‌ریزی نظام‌یافته برای بازاریابی جهانی نیاز دارد و به هیچ‌رو تصادفی نیست. تلاش ژاپن در ارائه کمک‌های خارجی در این زمینه‌ها و هدایای استراتژیکی آنان در ایجاد بازارهای جدید، پدیده‌ای شناخته شده است.

مثال بارز همکاری و کمک کارگزاری‌های دول خارجی (مثلاً اکزیم بانک) در تقویت صنایع خویش (مثلاً هیوز) در کشورهای جهان اول و دوم را می‌توان در منابعی دید که در راه تکمیل فروش ماهواره به مکزیک صرف کردند، خاصه با در نظر گرفتن این مطلب که مکزیک در آن موقع توان تأمین مالی طرح را نداشت. مزایای این امر برای سرمایه خارجی و اتاق‌های بازرگانی داخلی را از آنجا می‌توان فهمید که تلویزا برای دستیابی به شبکه‌های ملی وزارت ارتباطات و ترابری به یک شرکت خواهر و شریک ساینتیفیک آتلانتا از آمریکا سفارش ایستگاه‌های زمینی را داد. بدین ترتیب شرکت داخلی و خارجی هر دو از سیاست دولت مکزیک و درگیر کردن سرمایه‌های خارجی سود می‌بردند.

نیروهای علمی و فنی مؤثر بر تصمیم مکزیک و اجرای آن تصمیم، شامل اجرای موفق برنامه آزمایشی با استفاده از تکنولوژی ماهواره‌ای ناسا بود. سایر خارجیانی که تسهیلاتی در اختیار مکزیک گذاشتند عبارت بودند از مهندسان فرانسوی و آمریکایی که برای مشاوره در زمینه بررسی‌های مربوط به عملی بودن طرح استخدام شدند و ویژگی‌های طرح را مشخص کردند؛ هیوز که سازنده ماهواره و تله متری آن بود؛ کام تست (Comtsat) که بر تمامی مراحل نظارت داشت؛ مک دانل داگلاس (MCDonell Douglas) که مودول کمکی پرتاب ماهواره را ساخت؛ و موشک فضایی ناسا که ماهواره را به فضا پرتاب کرد. وابستگی شدید به تکنولوژیست‌های خارجی در مرحله طرح و تحویل سخت‌افزارها موجب شد که مکزیک ۵ سال زودتر از هند یا برزیل - که فرایند تولید ماهواره در داخل را ترجیح دادند - برنامه را به انجام برساند.

البته نباید خیلی دور رفت و این قبیل پیوندها را نشانه دست‌های توطئه‌گر نیروهای سیاسی یا فرهنگی اجنبی در رابطه با طرح یا به کارگیری ماهواره مکزیک قلمداد نمود. حداکثر اینکه می‌توان گفت نقش سیاست خارجی بیشتر از آنکه نقشی فوری و مربوط به حال باشد به آینده مربوط می‌شد، یعنی به جای نقش سنتی، ابرقدرتی، نظامی یا شکل مداخله‌گرانه کمک‌های خارجی، ترس از دست دادن مسیر مناسب برای مدار ماهواره به نفع آمریکا یا کانادا، و ترس از امپریالیسم فرهنگی در برابر ماهواره‌های پخش مستقیم از آمریکا در این تصمیم‌گیری عامل مؤثرتری بوده است. سوءظن ایجاد شده توسط رسانه‌های گروهی مکزیک به جای خود، اما منابع واقعی قدرت که مسئول تعیین مدار بودند و نیز مسئله امپریالیسم، به همان اندازه - اگر نه بیشتر - که محرک خارجی داشتند بر اثر عوامل داخلی بسیج می‌شدند.

## پیامدها



تهران: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، پلاک ۱۳، صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵

۸۷۳۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۷۳۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org

www.rasaneh.org



اندکی بیش از ۵ سال، یعنی از مطالعات اولیه در سال ۱۹۸۰ تا پرتاب ماهواره در سال ۱۹۸۵، طول کشید تا مکزیک به سیستم ماهواره مجهز گردد. اما در برزیل و هند این روند ۲۰ سال به طول انجامید. بیست سال طول کشید تا دو کشور مزبور توانستند با ساخت ماهواره در داخل از این تکنولوژی استفاده کنند. ببینیم پیامدهای این به کارگیری سریع ماهواره در مکزیک چه بوده است.

با در نظر گرفتن نیاز مبرم وزارت ارتباطات و ترابری و مصرف‌کنندگان پرتوان‌تر تلویزا به ماهواره، عجله مکزیک در تهیه سخت‌افزار ماهواره قابل درک است. وزارت ارتباطات و ترابری نیازی به این نمی‌دید که ابتدا یک طرح عظیم آزمایشی به راه بیندازد تا امکانات استفاده گسترده از تکنولوژی را به رأی‌العین نشان دهد. و هر چند مبارزه وزارتخانه مزبور در سال ۱۹۸۳ شدت گرفت و وعده استفاده از ماهواره در مسایل اجتماعی را به مردم می‌داد، اما در مسیر ترغیب یا اثبات این امکان بالقوه اقدام چشمگیری صورت نداد. از همین رو استفاده‌کنندگان مورلوس همان‌هایی بودند که قبلاً از انتقال‌دهنده فضایی استفاده می‌کردند. یعنی تنها کسانی که در مورد قابلیت ماهواره تجربه دست اولی داشتند.

بعد از ۲ سال، ۳۳ درصد ظرفیت مورلوس ۱ مورد استفاده تلویزیون، تلفن، رادیو و انتقال داده‌ها قرار گرفت. در بالا گفتیم که کاربرد اجتماعی برنامه‌های ماهواره که بنا بود ۳۰ درصد ظرفیت آن را به خود اختصاص دهد به نمایش برنامه هفتگی بیمارستان کودکان محدود شد که ۱۹ بیمارستان را در سراسر کشور زیر پوشش برنامه بهداشت از راه دور می‌گرفت. در سال ۱۹۸۷ اداره کل مخابرات با استفاده از باند سب انتقال‌دهنده فضایی، روستاییانی را که زیر پوشش تلفنی نبودند به طور آزمایشی زیر پوشش گرفت و به ۲۰ میلیون نفری که از تلفن محروم بودند ۵۰ هزار خط تلفن داد. بنا بود سال بعد نیز با استفاده از باند ku انتقال‌دهنده فضایی، آموزش متوسطه مناطق روستایی از طریق ماهواره تأمین شود. چون عمر ماهواره محدود است استفاده نظام‌یافته و برنامه‌ریزی شده از آن امری حیاتی است. این برنامه‌ریزی در مکزیک انجام نشد و مورلوس به خاطر استفاده ناقص از ظرفیت‌های آن، روزانه ۲۰۵۴۸ دلار ضرر می‌داد (مارتینز ۱۹۸۶). در این ضمن مورلوس ۲ در مدار مناسب ذخیره‌ای قرار گرفت تا انرژی خود را حفظ کند و همراه با گسترش تقاضا برای خدمات اضافی مخابراتی شروع به کار کند.

قابل درک است که برنامه‌ریزان مخابرات یک کشور که مدام در محاصره تقاضا برای سیستم میکروویو خود می‌باشند و اضافه بار این سیستم را به دوش انتقال‌دهنده‌های فضایی اجاره‌ای اینترنت می‌اندازند قادر به پیش‌بینی تقاضا برای ماهواره و بهره‌برداری از سیستم مزبور نباشند. تلاش وزارت ارتباطات و ترابری در برآورد تقاضاها در اکتبر ۱۹۸۰ (بولتن داخلی وزارت ارتباطات و ترابری - اداره کل مخابرات، شماره ۱۰، ۱۹۸۰، صفحات ۱ و ۱۲)، و بار دیگر در سال ۱۹۸۴ به پیش‌بینی‌های حیرت‌آوری انجامید: پیش‌بینی شده بود که تعداد انتقال‌دهنده‌های فضایی مورد نیاز در سال ۱۹۸۵ به ۲۰ دستگاه، در سال ۱۹۹۰ به ۳۴ دستگاه و در سال ۱۹۹۵ به ۴۴ دستگاه برسد. اما در سال ۱۹۸۵ تنها ۴ انتقال‌دهنده فضایی مورد استفاده قرار گرفت که همگی از گالکسی ۱ و اینترنت است اجاره شده بودند؛ و دو سال بعد تنها بخشی از ۱۲ انتقال‌دهنده فضایی برای مورلوس ۱ به کار گرفته می‌شدند.

تغییر شرایط اقتصادی بر شرایط و هزینه‌های دستیابی به نظام مخابراتی اثر گذاشت و بدین وسیله تقاضا را تحت تأثیر قرار داد. شاید مطالعات و بررسی‌های وزارت ارتباطات و ترابری به حد کافی به اطلاعات مربوط به بحران اقتصادی و سایر گزینه‌های ممکن نپرداخته بود. خدماتی که وزارت ارتباطات و ترابری به مشتریان می‌دهد مطلوب نیست. مثلاً هر کس باید ایستگاه‌های زمینی را خودش تهیه کند، چون وزارت مزبور با مشکل بودجه روبه‌روست و



حق خرید این قبیل وسایل را ندارد. اما چون وزارت ارتباطات و ترابری تنها سازمان مجاز به خرید این دستگاه‌هاست مشتری باید دستگاه را بخرد و به وزارتخانه تحویل دهد و بابت استفاده از ماهواره هم مبلغی به وزارتخانه بپردازد. این مبلغ همان میزانی است که ایتل ست قبلاً از مشتریان وصول می‌کرد.

مصرف‌کنندگان خدمات مخابراتی در مکزیک قبل از مجهز شدن این کشور به ماهواره در وضعیت بهتری بودند. شَمّ بازاریابی در انحصارهای دولتی نظیر مکزیک بسیار پایین است و این قبیل انحصارها به کار کردن با اقتصاد بازار آشنایی ندارند. اکنون کارگزاری‌های متقاضی خدمات مخابراتی، بر اثر بحران اقتصادی فلج شده‌اند. جز دو شرکت فورد و کرایسلر بقیه در صورت ارزان‌تر شدن بهای خدمات، متقاضی خواهند بود. از اینها گذشته، عدم آمادگی وزارت ارتباطات و ترابری برای ماهواره مورلوس را از آنجا می‌توان فهمید که برای شش ماهه اول کار مورلوس (که بین ۷ تا ۱۰ سال عمر می‌کند) نرخ چاپی خدمات در دسترس نبود. شعبه بهره‌برداری ماهواره ملی تابع وزارت ارتباطات و ترابری تنها با دو کارمند قدرت چندانی برای ارائه پیشنهاد ندارد، چون در عین حال بخش ناچیزی از اداره کل مخابرات محسوب می‌شود که این خود شاخه‌ای از وزارت ارتباطات و ترابری است. وزارت مزبور ۴۰ هزار کارمند دارد اما شرکت‌ها و نهادهای دیگری جز مورلوس هم در حوزه قدرت آن قرار می‌گیرند.

### سؤالات بعد از ماجرا

اکنون با نگاهی به گذشته می‌توانیم چند پرسش را مطرح کنیم: آیا سعی در برنامه‌ریزی ماهواره داخلی به شیوه بین کارگزاری در نهادی نظیر نهاد مُنحله کانی منجر به بهره‌برداری بیشتر و بهتر از مورلوس و پیامدهای مهم اجتماعی نمی‌شد؟ یا به بحث‌های تند و تیزی می‌انجامید که وزارت ارتباطات و ترابری با نظام میکروویو بیش از حد اشباع شده‌اش فرصتی برای آنها نداشت؟ آیا انتقاد از وزارت ارتباطات و ترابری منصفانه است؟ آیا می‌توان این وزارتخانه را به خاطر عدم موفقیت در کاری که سایر کارگزاری‌ها نیز از انجامش عاجز مانده‌اند (یعنی انطباق پیدا کردن با اوضاع و احوال متغیر، آن هم در یک اقتصاد نابه‌سامان) سرزنش کرد؟ آیا اگر اقتصاد سالمی بر مکزیک حکفرما بود وزارت ارتباطات و ترابری می‌توانست از حداکثر ظرفیت مورلوس بهره‌برداری کند؟ آیا اگر سازمان‌های کشاورزی، بهداشت، آموزش و پرورش و سایر بخش‌های مربوطه دولتی در برنامه‌ریزی اولیه ماهواره شرکت داده می‌شدند، امکان زیر پوشش قرار دادن مناطق دور دست مکزیک به وجود نمی‌آمد؟

انتقاد می‌شد که خرید «حاضر و آماده» مورلوس از یک شرکت خارجی سازنده ماهواره موجب شده است که مهندسان مکزیکی چیز زیادی در مورد راه‌اندازی و نگهداری آن فرا نگیرند. از همین رو اونام، آی پی ان، و وزارت ارتباطات و ترابری از این رهگذر چیز چندانی در مورد طراحی سخت‌افزار ماهواره بومی نیاموختند. اندونزی هم که از شرکت ماهواره‌سازی هیوز ماهواره خرید با چنین مشکلی روبرو بود در حالی که روند درازمدت تولید ماهواره در هند و برزیل چنین مسائلی را مطرح نکرد. هندوستان ابتدا روی طرح آزمایشی کار کرد، کاربردهای اجتماعی آن را توسعه داد، و در خود کشور در زمینه طراحی سخت‌افزارهای ماهواره مهارت زیادی کسب کرد و با آنکه بخشی از ماهواره از خارج خریداری شد این کشور توانست نسل بعدی ماهواره‌ها را تا حد زیادی در داخل تولید کند.

در مکزیک هم مدام در این باره سخنانی گفته می‌شد و از چنان طرح‌هایی هواداری به عمل می‌آمد، اما هیچ اقدامی صورت نمی‌گرفت و به همین سبب بلافاصله این سؤال به ذهن متبادر می‌شود که آیا دلیل شتابزدگی مکزیک، اوضاع جغرافیایی، سیاسی و اقتصادی کشور و نیز نزدیکی شدید و وابستگی به ایالات متحده آمریکا نبوده است؟



سؤالات دیگری هم به ذهن خطور می‌کند: آیا این مشکل مکزیکی را باید مشکل زمینه‌ای فراملی تلقی کرد؟ آیا درگیری مداوم دانشمندان فضایی او نام - که خواهان تولید ماهواره در داخل مکزیکی بودند - راه را برای تلاش در فراگیری علمی با استفاده از روابط با تولیدکننده خارجی هموار نمود؟ آیا منصفانه است اگر بگوییم وابستگی تکنولوژیکی گسترده‌تر مکزیکی (در مقایسه با هند و برزیل) به طراحان نظام خارجی ماهواره‌ای، تابع ملاحظات داخلی و نیروهای اقتصادی، سیاسی و علمی مکزیکی در ارتباط با مورلوس بوده است؟

در اقتصاد مختلط مکزیکی، تلویزا به عنوان یکی از اجزای بخش خصوصی نظام ماهواره داخلی، منابع خود را هشیارانه و با انعطاف زیاد، با در نظر گرفتن اوضاع در حال دگرگونی اقتصادی و سیاسی حفظ کرد. نیاز عمده تلویزا دسترسی قابل اطمینان به ماهواره به منظور پخش برنامه‌های داخلی و بین‌المللی بود و می‌خواست مداخلات دولت در این مورد را به حداقل ممکن برسد. هنگامی که دولت از عهده تأمین بودجه طرح مورلوس برنیامد تلویزا پیشنهاد کمک کرد و اقدام به خرید ایستگاه‌های زمینی نمود تا دسترسی خود به ماهواره را تضمین نماید.

می‌پرسیم وزارت ارتباطات و ترابری منافع چه کسی را نمایندگی می‌کند؟ واکنش این وزارتخانه همان مسیر فنی - اداری خاص پست و تلگراف و تلفن و نظارت بر شبکه‌های مخابرات بود؛ هنگامی که شبکه میکروویو آن نیاز به مکمل پیدا کرد، به عنوان راه حل موقت (به دلیل بالا بودن تعرفه‌ها و در دسترس نبودن دائمی) ماهواره ایتل ست را اجاره کرد تا زیر نظر وزارت ارتباطات و ترابری آماده بهره‌برداری شود (بهترین راه حل).

در بحث‌های مربوط به مورلوس از بلند نظری‌هایی مثل کاهش وابستگی تکنولوژیکی کشور، پیشبرد استقلال ملی، خدمت به منافع عمومی، طراحی کاربردهای اجتماعی ماهواره خاص شرایط اقتصادی، جمعیتی و سیاسی مکزیکی خبری نبود. این پدیده با نظر کاردوزو در مورد نقش دولت در جوامع بسته مطابقت دارد: تحول و توسعه را نیازهای سرمایه خارجی تعیین می‌کنند نه گروه‌های ملی محروم از خدمات. در میان کشورهای در حال رشد امکان پیروی از راه برزیل و هند، یعنی ازدیاد قابلیت تحقیق و توسعه در داخل و روح همکاری فنی پدید نیامد. شاید از نظر وزارت ارتباطات و ترابری سرمایه‌گذاری ۲۰ ساله در توسعه فوت و فن و دانش فنی چندان مزیتی نداشت.

در بخش پرهزینه‌تر زمینی، بی‌برنامگی و فقدان بینش وزارت ارتباطات و ترابری امری حساستر بود. هزینه بخش فضایی ماهواره فقط ۱۴۰ میلیون دلار بود. اما بخش‌های زمینی به مراتب پرهزینه‌تر بودند و به ۱۲۰۰۰ ایستگاه زمینی نیاز داشتند. علاوه بر بشقاب، اجزای مکانیکی و بعضی از اجزای گیرنده، وسایل پیشرفته و بسیار پیچیده زمینی ماهواره از خارج وارد می‌شود - برخلاف برزیل و هند که اینها را در داخل ساختند - در حالی که اگر برنامه‌ریزی می‌شد، طی ۵ سال مکزیکی توان تولید همه این وسایل را به دست می‌آورد. اگر وزارت ارتباطات و ترابری رابطه تکنولوژیکی خوبی با برزیل برقرار می‌کرد، شرکت‌های مکزیکی می‌توانستند اجزای اصلی ماهواره را هم برای مصرف داخلی و هم به منظور صدور بسازند. برزیل صدور این نوع تکنولوژی را در برنامه خود گنجانده بود اما مکزیکی ترجیح داده است با ان ای سی ژاپن معامله کند. شرکت برزیلی تله‌براس (Telebras) با پیگیری تحقیق و توسعه در محل به این هدف دست یافت.

## جمع‌بندی

در این مقاله به کارگیری تکنولوژی ارتباطاتی ماهواره در مکزیکی را بررسی کردیم و کنش متقابل نیروهای مختلف در تولید مورلوس را نشان دادیم. کنش یا بی‌عملی این نیروها کاربردهای محدود اجتماعی را در خلال نیمه اول عمر

مورلوس ۱ تعیین کرده است و بر روابط زمینه‌ای در سطح کلان (ماکرو) تأثیر نهاده و این روابط را پیش برده است. از جمله این روابط، وابستگی تکنولوژیکی مکزیک به ماهواره سازان ایالات متحده آمریکا است. در نخستین نظریه‌های وابستگی، از سلطه مرکز به عنوان یک متغیر توضیح‌دهنده روابط وابستگی نام برده می‌شد اما مورد مکزیک نشان داد که چگونه یک نیروی مسلط اقتصادی (مثل تلویزا) و یک نیروی مسلط سیاسی (مثل دولت)، الگوی روابط تکنولوژیکی وابسته را در صنایع شرکت‌های فراملی تداوم بخشیده‌اند.

سازمان پروژه مورلوس در وزارت ارتباطات و ترابری، در اوایل دهه ۱۹۹۰ نیاز به این دارد که به زمینه‌های اجتماعی بیشتر توجه کند و کارآیی خویش را در این حوزه‌ها به ثبوت رساند، سازمانی همانند دبیرخانه ویژه اطلاعات برزیل ایجاد کند تا بر شرایط دریافت تکنولوژی مربوطه نظارت نماید. تحقیق و توسعه در تکنولوژی فضایی را در ارتباط با انتقال تکنولوژی به صنایع داخلی پیش ببرد. آیا یک کارگزاری دولتی می‌تواند از دام «اتحاد سه گانه» رها شود (ایوانس، ۱۹۷۹)؟

سود مطالعه مورد مکزیک آن است که موانع و مشکلات همانند در کشورهای جهان سوم را به خوبی نشان می‌دهد. هنگامی که به کارگیری تکنولوژی‌های پیچیده با ابتکار قدرت‌های مسلط داخلی صورت می‌گیرد و اینها هم در زمینه تغییر روابط قدرت شم خاصی ندارند، نتیجه امر چیزی جز تقویت وضع موجود یعنی وابستگی داخلی و خارجی نخواهد بود. مشکلات و راه حل آن در تکنولوژی نیست، بلکه در ائتلاف سیاسی - اقتصادی تعیین شده توسط نیروهای خارجی و نگه داشتن یک ملت در روابط دائمی وابستگی است. دلیل این امر نیز سابقه تاریخی، نبود اراده ملی برای تغییر تاریخ، و خودبینی منافع توسط شرکت‌های داخلی است.



- Cardoso, F. H., & Faletto, E. (1979). Dependency and development in Latin America (M. Uriguidi, Trans.). Berkeley: University of California Press.
- Evans, P. (1979). Dependent development: The alliance of multinational state and local capital in Brazil. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Fadul, L. M., et al. (1986). Satelites de communication en Mexico, In Las actividades espaciales en Mexico: Una revision critica (pp. 121-159). Mexico City: Fondo de Cultura Economica.
- Gall, R., et al. (1987). Las actividades espaciales en Mexico: Una revision critica. Mexico City: Fondo de Cultura Economica.
- Gentleman, J. (1984). Mexican oil and dependent development. New York: Peter Lang.
- Martinez, J. (1986, July 30). EL sistema Morelos: Un proyecto subutilizado que emplea apenas el 15% de su potencial. El Financiero Reportaje, pp. 20-21.
- Mody, B. (1987). Contextual analysis of a communication technology: The case of satellites in India. Telematics and Informations, 4(2).
- Sanchez Ruiz, M. E. (1985). Key issues in satellite communication: The Mexican satellite programme, In H. Hudson (Ed.), New directions in satellite technology: Challenge for North and South. Artec House.

## تله ماتیک<sup>۱</sup> در مالزی: جایگاهی در نوک هرم برای برگزیدگان

جان ای.لنت

توسعه و تحول تله ماتیک در آسه آن (جامعه کشورهای آسیای جنوب شرقی) در دهه ۱۹۸۰ آن چنان سریع بود که منطقه، در زمینه ارتباطات نوین، «الگوی» کشورهای جهان سوم شد. شروع این جریان به دهه ۱۹۷۰ بر می‌گردد، یعنی هنگامی که بخش‌هایی از منطقه توجه خود را به ارتقای سطح ارتباطات معطوف نمودند. در سال ۱۹۷۶، اندونزی به یاری کمک‌های فراوان خارجی؛ ششمین کشور دارای ماهواره داخلی (به نام پالاپا) (palapa) شد و سال بعد دولت‌های عضو آسه آن با استفاده از این الگوی همسایه خود، اندونزی، رؤیای شاهراه مخابرات آسیایی را به تحقق نزدیک ساختند (۱). در آغاز دهه ۱۹۸۰ آسه آن به سیستم تلفن خودکار بین شهری (STD) مجهز شد که مکالمات راه دور، عملیات تلکس خودکار و برنامه ایجاد سیستم ماهواره محلی را میسر می‌ساخت. در مورد سیستم ماهواره‌ای، استفاده از پالاپا بویژه مورد استقبال اندونزی واقع شد، چون این کشور می‌توانست بخشی از هزینه‌های صرف شده برای ایجاد ماهواره داخلی را جبران کند («برای آسه آن»، ۱۹۸۰).

یک دهه بعد سنگاپور در زمینه استفاده از شبکه دیجیتال خدمات یکپارچه (آی.اس.دی.ان) و تار نوری، پیشرو کشورهای منطقه شد و مالزی نیز درصدد بود ۱۵۰۰ خط تار نوری بر خطوط موجود بیفزاید. شش کشور عضو آسه آن یک شبکه کابل زیردریایی تارنوری ۲۷۵ میلیون دلاری نیز داشتند که آنها را با یکدیگر ارتباط می‌داد (۲). مخابرات سنگاپور، جدا از کشورهای آسه آن و به کمک مخابرات فرانسه، به منظور ارتباط دادن آسیای جنوب شرقی با اروپا، اقدام به بررسی عملی بودن احداث خط زیردریایی تارنوری در منطقه اقیانوس هند نمود.

دلایل این گسترش‌طلبی، فراوان و متنوع هستند. در مواردی از تکنولوژی اطلاعاتی پیشرفته و قابلیت آن، در جذب شرکت‌های فراملی به عنوان واسطه صنعتی شدن دفاع می‌شد. در موارد دیگر از تکنولوژی یاد شده به عنوان عامل همگون‌ساز ملی یا منطقه‌ای یاد می‌کردند. در سنگاپور و مالزی، تکنولوژی اطلاعاتی نوین را به چشم وسیله‌ای برای تبدیل این دولت‌ها به مراکز ارتباطات منطقه‌ای می‌نگریستند.

استفاده‌کنندگان از شبکه زیربنایی قوی ارتباطاتی در آسه آن از مرز این شش کشور آسیایی بسی فراتر می‌روند. شاید فروشندگان وسایل مخابراتی بیش از همه از این جریان سود می‌برند، چرا که بازار یک میلیارد دلاری آسه آن، با ۱۰ درصد رشد سالانه، در اختیارشان است. آگاهی از این اطلاعات و ارقام احتمالاً موجب شد تا سازمان آمریکایی پژوهش پیرامید (pyramid Research) (هرم) در سال ۱۹۸۹ به فروشندگان ابزار توصیه کند متوجه آسیای جنوب شرقی و بازارهای آینده‌اش باشند. بسیاری از شرکت‌های فراملی مستقر در آسیای جنوب شرقی نیز در امر انباشتن



منطقه با تکنولوژی اطلاعاتی سهیم بودند، شرکت‌هایی که تعداد زیادی از آنها در جزایر اطراف ساحل منطقه دارای کارخانه‌های پارچه بافی و ابزار الکترونیکی هستند و همگی به نظام‌های ارتباطی پیشرفته نیاز دارند. مالزی یکی از کشورهای آسه آن است که در ارتقای تکنولوژی اطلاعاتی سهم برجسته‌ای داشته است. در این فصل زیربنای اطلاعاتی مالزی را ضمن تحلیل مخابرات، کامپیوتری شدن، و ارتباط جمعی بررسی می‌کنیم. هدف مطالعه، قرار دادن توسعه بخش‌های ارتباطی و اطلاعاتی در درون چارچوبی است که میزان و نوع سرمایه‌گذاری‌های مربوطه را زیر سؤال نمی‌برد، بلکه سؤال اساسی‌تری را مطرح می‌سازد: چه کسی مالک آنهاست، آنها را در کنترل دارد و در نهایت از آنها سود می‌برد؟ مردم مالزی در مجموع در سیاست‌گذاری‌ها و فعالیت‌های ارتباطی و اطلاعاتی عمومی و خصوصی سهم زیادی داشته‌اند اما تنها بخش کوچکی از نخبگان مالزیایی و شرکای فراملی‌شان به نوک هرم دسترسی دارند.

### جهش بزرگ اقتصادی مالزی

ماهاتیر محمد نخست‌وزیر مالزی در پی به قدرت رسیدن در سال ۱۹۸۱ تصمیم گرفت مالزی را در صف کشورهای تازه صنعتی شده آسیا، یعنی کره جنوبی، سنگاپور، هنگ‌کنگ و تایوان درآورد. بیانات ماهاتیر، معاون او، موسی هیت و سایر مقام‌های برجسته کشور نیز چگونگی نحوه دستیابی به این هدف را مشخص می‌سازد. ماهاتیر از همان ابتدا می‌گفت «به شرق نگاه کنید» و از عادات کاری ژاپنی‌ها سرمشق بگیرید بی‌اینکه یکباره تسلیم غرب شوید. حاصل سیاست او آن شد که در پایان سال ۱۹۸۳ سرمایه‌گذاری ژاپن در مالزی به ۷۶۰ میلیون دلار رسید. همزمان، پیام دولت ماهاتیر محمد به ایالات متحده آمریکا هم رسید. او از آمریکا خواسته بود برای تجارت و سرمایه‌گذاری به آسیا توجه کند. در سال ۱۹۸۴ موسی هیت در دانشگاه تافت خطاب به گروهی از آمریکاییان چنین گفت: «بدین وسیله به سوداگران آمریکایی توصیه می‌کنم که ما بفروشند، از ما بخرند و در مالزی سرمایه‌گذاری کنند. به آمریکاییان توصیه می‌کنم که به کشور ما روی آورند». علاوه بر این، نخست‌وزیر، سیاست خود را برای خصوصی کردن و پیوند دادن مالزی با اقتصاد جهانی به سرعت پیش برد، یعنی مدیریت «پاکیزه، کارآمد و مورد اعتماد» از طریق «رهبری نمونه» و ازدیاد جمعیت مالزی از ۱۵ میلیون در دهه ۱۹۸۰ به ۷۰ میلیون در سال ۲۱۰۰ به منظور ایجاد بازار آن چنان بزرگی که موفقیت سرمایه‌گذاری در صنایع را تضمین نماید (جومو Jomo، ۱۹۸۹).

طی دهه ۱۹۸۰ پیام ماهاتیر محمد تغییر چندانی نکرد. به اعتقاد او، رمز موفقیت اقتصادی، در سرمایه‌گذاری و تجارت بود. علاوه بر ایالات متحده آمریکا، چین و سایر کشورهای آسیایی و اروپایی نیز به سرمایه‌گذاری در مالزی و داد و ستد با این کشور تشویق شدند. در نیمه‌های دهه ۱۹۸۰ آمریکا بعد از ژاپن و سنگاپور سومین شریک تجاری مالزی شد. در سال ۱۹۸۴ حجم فروش مالزی به آمریکا به ۲۱۷ میلیارد دلار رسید که ۷۷ درصد آن کالاهای صنعتی بود. در رأس این کالاهای صادراتی که ۳۵ درصد کل صادرات مالزی را تشکیل می‌داد، اجزا و قطعات الکترونیکی قرار داشت (مدارهای یکپارچه، دیودها، ترانزیستورها، نیمه‌رساناها و اجزاء نیمه‌رساناها)، که عمدتاً فرآورده‌های سرمایه‌گذاری شرکت‌های الکترونیکی آمریکایی در مالزی بودند (مالزی دایجست (Malasian Digest)، ۳۰ ژوئن ۱۹۸۵، ص ۵). صادرات تجهیزات مخابراتی و ضبط و پخش صوت (تلویزیون، رادیو، میکروفون، بلندگو و تقویت‌کننده) بعد از اقلام بالا مقام دوم را در صادرات مالزی به خود اختصاص می‌داد.

در همان حال که شرکت‌های خارجی به سرمایه‌گذاری در مالزی تشویق می‌شدند دولت به موجب سیاست نوین اقتصادی (New Economic policy) از آنها می‌خواست برای نشان دادن حسن نیت، در مقام بازسازی مالکیت و مدیریت خویش برآیند و نقش شناسایی شرکت‌های خارجی مناسب برای بازسازی را به دولت مالزی بسپارند. این بازسازی به قول یکی از رهبران مخالف دولت به نفع نخبگان مالایایی و همدستان غیر مالایایی‌شان تمام شد (لیم، سینگ، چاندر، Lim, singh, chandra, Tan) ۱۹۸۴ (ص ۱۴). اسماً گروه قومی مالایایی - نه چینی‌ها و هندی‌ها که تقریباً نیمی از جمعیت مالزی را تشکیل می‌دهند - از همه برنامه‌های اقتصادی کشور سود برده‌اند. اما عملاً تنها جزء کوچکی از این قوم به خاطر صنعتی شدن کشور یا به اصطلاح سیاست نوین اقتصادی سود سرشاری برده است. در نیمه دهه ۱۹۸۰، ۶۰ درصد مردم بی‌زمین که در کنار مراکز اجرای طرح روغن نخل یا کائوچو زندگی می‌کردند از قوم مالایا بودند. ۳۴ درصد خانوارهای مالایایی در فقر به سر می‌بردند هر چند در برنامه چهارم مالزی (۱۹۸۱ - ۱۹۸۵) سهم مالایایی‌ها (یا بومی پوتراها Bumiputra) در بخش صنعتی و شرکت‌ها به ۱۸/۷ درصد بالغ شد و انتظار می‌رفت در اوایل دهه ۱۹۹۰ به ۲۶ درصد برسد (۳).

از نام Aznam و مک دونالد (۱۹۸۹) ضمن شرح چگونگی منتفع نشدن مالایایی متوسط از اقتصاد قومی می‌گویند: از نظر مالایایی متوسط، سهم بومی پوترا از ثروت شرکت‌ها هنوز هم تا حد زیادی جنبه اسمی و نمادی دارد. هنوز هم این ثروت در کنترل تراست‌های گوناگون است ... تراست‌ها نیز مورد سوء استفاده قرار گرفته‌اند. خرید شرکت‌ها و مداخله مستقیم دولت در سطوح ایالتی و فدرال موجب شده است تا مالایایی‌هایی که از نظر سیاسی ارتباط‌های خوبی دارند - اما لزوماً شایسته نیستند - به مدیریت و پست‌های اجرایی منصوب شوند (ص ۳۰). چاندر مظفر Chandra Muzaffar (۱۹۸۹) از منتقدان پر قدرت سیاست‌های دولتی، نشان داده است که از اصلاحات اقتصادی دولت - که حاصل صنعتی شدن صادرات - واردات است - چه کسانی سود می‌برند. عمده‌ترین اینان، شرکت‌های خارجی‌اند چون صنعتی شدن صادرات، وابستگی به سرمایه، سرمایه‌گذار، تکنولوژی، و بازارهای خارجی را افزایش می‌دهد. چاندر می‌گوید از آنجا که مالزی باید با سایر کشورهای جهان سوم که روند مشابهی از توسعه و تحول را پشت سر گذاشته‌اند رقابت کند، باید شرایط مناسب حال مهمانان سرمایه‌گذار فراملی را فراهم سازد، یعنی مرزها را تا حد امکان پایین بیاورد، نیروی کار رام و نرمش‌پذیری ایجاد کند، اتحادیه‌های کارگری را تضعیف نماید و ترتیبی دهد که درآمدهای بادآورده و سرشار به راحتی از کشور خارج شود، جو سیاسی نیز مساعد باشد. سه شرط اخیر بسیار مهم هستند. برای مثال موقعی که مالزی در دهه ۱۹۸۰ با مشکلات عظیم اقتصادی دست به گریبان بود، دولت در برابر منتقدان اجتماعی کشور حالت خصمانه‌تری به خود گرفت (چاندر، ۱۹۸۶).

چاندر میان توسعه اقتصادی و حقوق سیاسی رابطه‌ای می‌بیند و می‌گوید سنخ تحول مالزی موجب بقا و حفظ منافع مسلمی می‌شود که به طور جدی دموکراسی را تهدید می‌کند. به زعم او «تحول نامتوازن در حوزه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی راه را برای پیدایش گروه‌ها یا طبقه‌هایی هموار می‌سازد که خواهان حفظ موقعیت خویشند، چرا که موقعیت‌شان ممتاز و پر منزلت است» (ص ۳۴۴). این عوامل نمی‌توانند بسیج مردم به سوی جامعه عادلانه‌تر یا پیشبرد حقوق اقتصادی و سیاسی توده‌ها را تحمل کنند، یا به فساد و حرص و آز پایان بخشند زیرا منفعت خودشان به مخاطره می‌افتد.

چاندر (۱۹۸۶) در توضیح خود می‌افزاید که صنعتی شدن صادرات، و طبق معمول یکجانبه بودن آن به سود نخبگان، «موجب پیدایش رقابتی فشرده در میان گروه‌ها طبقات میانی یا بالایی می‌شود، فرقه‌ها یا دار و



دسته‌هایی را به وجود می‌آورد که طالب قدرت سیاسی و اقتصادی هستند چنانچه دار و دسته کنترل‌کننده، موقعیت خود را از ناحیه دسته رقیب در خطر ببیند به طرز فزاینده‌ای حالت سرکوبگرانه به خود می‌گیرد» (ص ۳۴۵). دسته‌ها برای حفظ و نگهداری خویش به منابع اقتصادی و سیاسی نیاز دارند. در دهه ۱۹۸۰ در مالزی، بسیاری از میلیونرها و سلاطین اقتصادی برای به جان هم انداختن دسته‌ها از همین موقعیت استفاده می‌کردند.

دولت ائتلافی باریسان (Barisan) با اکثریت چهار پنجم در پارلمان، در کنار تغییرات ناشی از پیدایش و افزایش طبقه‌های متوسط و بالا در مالزی و سخت‌تر شدن بسیاری از مقررات، تقریباً بر تمامی نظام اقتصادی و سیاسی مالزی سلطه دارد. جومو (۱۹۸۹) در این باره می‌نویسد: پیدایش «سیاست پول» و سایر پدیده‌هایی که منعکس‌کننده رابطه نزدیک قدرت سیاسی و فرصت‌های سوداگرانه است پیوند آشکاری با مداخله فزاینده دولت در اقتصاد و تمرکز قدرت دارد. (ص ۲). و می‌افزاید که در نتیجه این امر، گروه‌های پر نفوذ مشخصی از ثمرات سیاست‌های اقتصادی بهره می‌برند، با استفاده از فرصت و رفیق‌بازی، پست‌هایی را در رده سیاسی اشغال می‌کنند و میان منافع اقتصادی و قدرت سیاسی رابطه حسنه‌ای پدید می‌آید که راه را برای فساد در مقیاس گسترده و متعدد هموار می‌نماید.

ماهاتیر محمد در کنار صنعتی کردن صادرات، «نگاه به شرق»، و «سیاست پول»، مبارزه در راه خصوصی کردن را با جدیت ادامه داد. در توضیح سیاست اخیر گفته می‌شود که به منظور مهارکردن انرژی بخش خصوصی به شیوه‌ای کارآمد و دادن نقشی فراتر از یک تنظیم‌کننده یا سگ پاسبان به دولت، خصوصی کردن امری ضروری است. دولت مالزی می‌گفت به خوبی درک کرده است که نمی‌تواند در اقتصاد نقش مسلطی را ایفا کند و در عین حال خدماتی با کیفیت بالا عرضه نماید.

به اعتقاد یکی از منابع آگاه، دولت طی سال‌های سال در همه سوداها دست داشته اما در هیچ زمینه سود چشمگیری عایدش نشده است. دست کم ۱۱۵ هیئت قانونگذار، مؤسسه پژوهشی، شرکت دولتی و سایر نهادها زیر نظر وزارتخانه‌های فدرال بوده و خود اینها بر ۵۰۰ شرکت فرعی و تابعه نظارت داشته‌اند که تماماً یا بخشی از مالکیت آنها با دولت بوده است (اسمیت، ۱۹۸۳، ص ۷۰).

هنگامی که در سال ۱۹۸۳ برای نخستین بار پیشنهاد خصوصی کردن مطرح شد، هدف از پیشنهاد، تقویت روابط دولت و صنایع خصوصی، یعنی انتقال بخش‌های بزرگ اقتصادی و زیربنایی از دولت به بخش خصوصی اعلام گردید. تا سال ۱۹۸۵، دولت با در نظر گرفتن مشوق‌هایی کوشید بخش خصوصی را به صورت موتور محرک رشد درآورد. یکی از نخستین طرح‌های خصوصی کردن، تلویزیون ۳ بود که در ماه اوت ۱۹۸۳ مطرح شد. امتیاز این نخستین ایستگاه تلویزیونی خصوصی به شرکت مشترکی شامل گروه فلیت، شرکت سرمایه‌گذار دولتی سازمان ملی مالزیای متحد و سهامداران کنترل‌کننده در گروه روزنامه‌نگاران نیواستریتز تایمز، دو گروه دیگر روزنامه‌های برجسته (یکی چینی و یکی مالایایی)، و یک بنیاد خصوصی اعطا گردید، هر گروه ۲۰ درصد سهام را داشت. ۱۰ درصد نیز در اختیار دایم زین الدین (عضو پارلمان که در ۱۹۸۲ ریاست فلیت را عهده‌دار گردید) و دولت قرار گرفت (اسمیت، ۱۹۸۳، ص ۷۰).

این کانال از ابعاد مختلف مورد انتقاد قرار گرفت، از جمله مالکیت آن که عمدتاً در دست اعضای حزب حاکم و «دوستان» دولت قرار داشت و بیش از ۷۵ درصد برنامه‌های آن خارجی و مورد تکفیر مبلغان جامعه اسلامی بود. یکی دیگر از موارد انتقاد، عدم توجه کافی به منافع اقلیت در کشور چند ملیتی مالزی بود (مک دانیل Mc daniel، ۱۹۸۶). اما وجود این کانال موجب شد تا دولت نیز به نوسازی شبکه‌ها و برنامه‌ریزی‌های خود مبادرت ورزد. در سال ۱۹۸۹



ملوار (Melewar) تقاضای تأسیس دومین فرستنده تلویزیونی خصوصی را به دولت داد و سیاریکات مادوس (Syarikat Mados) پروانه احداث نخستین فرستنده رادیویی خصوصی را دریافت کرد.

جاباتان تلکوم مالزی (جی تی ام) (Jabatan Telekom Malaysia) (JTM) یا وزارت مخابرات نیز از ۱۹۸۳ صحبت درمورد خصوصی کردن را آغاز نمود و قصد دولت را مبنی بر جلب سرمایه‌گذاری خصوصی در نظام‌های مخابرات اعلام داشت (۴). در ماه ژوئیه وزارتخانه یاد شده اجازه فروش دستگاه‌ها و تجهیزات تلفن و تله پرنیت را داد. سال بعد اعلام شد که وزارت مخابرات به صورت یک شرکت عمومی و از روی مدل پتروناس (Petronas)، شرکت نفتی دولتی، بازسازی خواهد شد. مقرر گردید که شرکت مزبور بعضی تسهیلات را به شرکت‌های بومی‌ترا اجازه دهد و انتقال داده‌ها، پست تصویری و سایر خدمات را برای این شرکت‌ها امکان‌پذیر سازد.

در سال ۱۹۸۶ رادیو و تلویزیون مالزی نیز تصمیم به خصوصی‌سازی واحد آگهی‌های خود گرفت. علت این امر بحران عمومی اقتصادی و رقابت تلویزیون ۳ بود. در ۲۳ مارس ۱۹۹۰ آسیاویک اعلام کرد تاکنون ۲۳ شرکت دولتی به فروش رفته (Asiaweek) و پیش‌بینی کرد که از ۴۵۰ شرکت باقی‌مانده نیز ۲۵۰ شرکت برای خصوصی‌سازی مناسب باشد.

ماهاتیر محمد که انتظار انتقاد مخالفان را می‌کشید، در سال ۱۹۸۴ اعلام کرد به دنبال اجرای سیاست خصوصی‌سازی کنترل اقتصاد به دست عده معدودی از افراد یا شرکت‌ها نخواهد افتاد و با رد نظر مخالفان در این باره، مدعی شد که شالوده و زمینه مالزی با شالوده و زمینه کشورهای که زیر سلطه الیگارش‌ی بوده‌اند تفاوت دارد. در این فصل با استناد به مطالب لارل‌کندی (Laurel Kennedy) (۱۹۸۹) خواهیم گفت که تضمین‌های ماهاتیر چندان قابل اطمینان نبود.

برنامه خصوصی‌سازی مالزی با گرایش جهانی خصوصی‌سازی تناسب داشت. بانک جهانی، صندوق بین‌المللی پول و کارگزاری توسعه بین‌المللی ایالات متحده آمریکا در ردیف حامیان درجه اول خصوصی‌سازی، مخابرات بودند. به نوشته شیلر (۱۹۸۶) این کارگزاری‌ها خصوصی‌سازی را به صورت یک «راست اندیشی رایج» (Reiningothodoxy) «داروی شفابخش همه دردها» تبلیغ کردند و «منافع مسلم آن را برای طیف گسترده‌ای از فعالیت‌ها برشمردند» (ص ۱۶). و به طور قطع یکی از این فعالیت‌ها افزایش فروش تجهیزات تکنولوژیکی وابسته به غرب بود.

به زعم شیلر کارگزاری‌های عمده توسعه‌ای که با شرکت‌های فراملی ارتباط دارند از پیشبرد خصوصی‌سازی به عنوان وسیله حل و فصل دیون بین‌المللی استفاده می‌کنند. او می‌گوید از طریق فروش شرکت‌های دولتی، پول نقدی فراهم می‌شود که با آن می‌توان دیون خارجی را بازپرداخت کرد. تنها باید بانک‌ها را تشویق‌نمود تا بخشی از بدهی‌های کشورهای کمتر توسعه‌یافته را به صورت سهام صنایع به تازگی خصوصی شده دریافت کنند. شیلر می‌افزاید خصوصی‌سازی زیر لوای توسعه اقتصادی و از طریق نوسازی مخابرات توجیه می‌شود. اما این ادعاها «مورد تردیدند و خودخواهانه» به نظر می‌رسند (ص ۱۸).

شیلر ضمن هشدار دادن درمورد خصوصی‌سازی مخابرات کشوری، خاصه در کشورهای فقزرده معتقد است خصوصی‌سازی به سرمایه خصوصی اجازه می‌دهد بر «شبکه خبری و اطلاعاتی» سیطره پیدا کند. او معتقد است که: شبکه تمرکز یافته اطلاعاتی، فرصت‌های شرکت‌های فراملی را چند برابر خواهد کرد تا شرایط تجاری خود را در



مورد طیف کامل فرآورده‌ها و خدمات اطلاعاتی مورد نیاز شبکه به کشورهای توسعه نیافته‌تر دیکته کنند (ص ۲۰).

جومو (۱۹۸۹، ص ۶) با هدف‌های اعلام شده مالزی در مورد خصوصی‌سازی موافق نیست و می‌گوید انتقال مالکیت به بخش خصوصی لزوماً به نفع مصرف‌کننده نیست. او می‌گوید انحصارات خصوصی شده نیز فوت و فن سوءاستفاده از قدرت را می‌دانند و چون تنها و تنها به سرمایه‌گذاری‌های سودآور فکر می‌کنند، فعالیت‌های بدون سود را به دولت‌ها وا می‌گذارند و بدین وسیله صندوق دولت را تهی‌تر می‌سازند (ص ۷). به‌رغم این قبیل هشدارها، مالزی در حالی به دهه ۱۹۹۰ وارد شد که می‌خواست هدف‌های توأمان خصوصی‌سازی بعضی از بخش‌های دولتی و درآمدن به صورت یک جامعه اطلاعاتی را همزمان جامه عمل بپوشاند.

### مالزی به عنوان یک جامعه اطلاعاتی

دولت مالزی در نظر داشته است در جهش اقتصادی به پیش در قالب سیاست نوین اقتصادی (۱۹۷۰ - ۱۹۹۰)، بخش‌های ارتباطات و اطلاعات را به صورت بخش‌های کلیدی کشور درآورد. در هر یک از برنامه‌های پنج‌ساله اقتصادی و به دنبال آشوب نژادی خونین سال ۱۹۶۹، صنایع یاد شده روز به روز از اولویت بیشتری برخوردار بوده‌اند. سرمایه‌گذاری سنگین در تله‌ماتیک در سال‌های آخر دهه ۱۹۷۰ شالوده رشد سریعی را بنا نهاد که در دولت ماهاتیر محمد به ثمر نشست. از ۱۹۶۶ تا ۱۹۷۰، هر ساله ۹/۱ درصد بودجه ملی صرف مخابرات شد. دولت وقت در سیاست وارداتی لیبرالی عمل کرد. با فروشندگان داخلی و خارجی به یکسان رفتار شد. در نتیجه فروشندگان خارجی مخابرات، مثل ال. ام. اریکسون (LME.RICSSON) وارد صحنه شدند (اونگ ong، ۱۹۸۹، ص ۸۵). با وجود این، هنگامی که اداره مخابرات در سال ۱۹۷۰ نخستین ایستگاه زمینی ماهواره را احداث کرد مدعی شد که تمامی سیستم و طراحی و مهندسی را مهندسان تلکوم بدون یاری گرفتن از خارج انجام داده‌اند.

در سال ۱۹۷۸ مخابرات زیر نظر وزارت انرژی، مخابرات و پست قرار گرفت و تصمیم گرفته شد که تا حد امکان از تمرکز کاسته شود. در دوره ۱۹۷۶ - ۱۹۸۴ پول زیادی صرف تغییر سیستم‌های مخابراتی گردید و نتیجه امر آن شد که هزینه عملیاتی از درآمد پیشی گرفت. هر چند درآمدها چهار برابر شد و از ۲۸۲ میلیون دلار مالزی در سال ۱۹۷۶ به ۱۲۳۱ میلیون دلار مالزی در سال ۱۹۸۴ بالغ گردید، اما هزینه عملیاتی ۵ برابر شد یعنی به ۷۲۳ میلیون دلار مالزی رسید. هزینه‌های توسعه نیز هشت برابر شد و به ۱۶۰۳ میلیون دلار مالزی بالغ گردید. مخابرات به جای آنکه خودکفا شود در سال ۱۹۸۴ حدود یک میلیارد دلار مالزی کسر بودجه داشت (اونگ، ۱۹۸۹، ص ۸۶).

در اواخر دهه ۱۹۷۰، مخابرات از جنبه‌های مختلف بهتر شده بود. دومین ایستگاه زمینی ماهواره ساخته شد و ایستگاه اول نیز توسعه یافت. از اوائل سال ۱۹۸۰ ماهواره پالپای اندونزی را اجاره کردند تا بین شبه جزیره مالایا و صباح و ساراواک<sup>۱</sup>. ارتباط تلویزیونی برقرار سازند. کابل‌های زیردریایی نیز افزایش یافت تا غرب مالزی را با شرق کشور و نیز با هنگ‌کنگ و آسیای جنوب شرقی مرتبط سازد «ارزان‌ترین سیستم تلفنی جهان» Worlds cheapest Telephone system (۱۹۷۹، ص ۲۶). از آنجا که دولت مالزی از همان آغاز صنایع الکترونیکی و مخابراتی را در صدر اولویت‌های سیاست صنعتی شدن خود قرار داده بود بیش از ۲۰ درصد تجهیزات مورد استفاده در مخابرات در اواخر دهه ۱۹۷۰ در داخل کشور تولید می‌شد. وقتی دولت در سال ۱۹۷۸ بودجه مخابرات را دو برابر کرد تا به نیازهای تلفنی پاسخ داده شود، اقدامش تا حدی موفقیت‌آمیز بود. در دسامبر ۱۹۸۰ مالزی ۳۹۶/۰۰۰ خط تلفنی داشت

اما ۱۳۳/۰۰۰ درخواست تلفن همچنان در نوبت انتظار مانده بود (ساندرز و همکاران saunders et al, ۱۹۸۳، ص ۱۲). برنامه چهارم مالزی که از آغاز دهه ۱۹۸۰ شروع شد کشور را به سوی تبدیل شدن به جامعه اطلاعاتی سوق داد. در ۱۹۸۳ در گزارشی برای وزارت اطلاعات آمده بود که مالزی به دلیل تعهد جدی‌اش احتمالاً یکی از نخستین کشورهایی خواهد بود که سیاست ارتباطاتی ملی جامعی را اتخاذ خواهد کرد. در گزارش آمده بود که مالزی به خوبی به سوی جامعه ارتباطاتی پیش می‌رود چون تکنولوژی‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی پیشرفته‌ای را معمول می‌دارد و آنها را در برنامه توسعه سراسری و کلی ادغام می‌کند (هاملینک Hamelink, ۱۹۸۳). البته قبل از رسیدن به چنان موقعیتی پرش از چند مانع ضروری به نظر می‌رسید. رکود جهانی دهه ۱۹۸۰ به معنای کم شدن هزینه‌های بخش عمومی از جمله مخابرات در مالزی نیز بود. اداره مخابرات این مشکل را بدین طریق حل کرد که با بستن مقاطعه‌های دست دوم و استفاده از شرکت‌هایی نظیر ال.ام. اریکسون و فوجیتسو Fujitsu توانست تجهیزات مخابراتی مربوط به مصرف‌کننده نهایی را خریداری و نصب کند. از آنجا که دولت مدام صنعت ارتباطات محلی را رشد می‌بخشید، به مقاطعه‌کاران دست دوم توصیه شد سرمایه سهام خود را در صنایع محلی مخابرات به کار اندازند. اریکسون (اریکسون مالزی که بعدها به پرویرا اریکسون perwire Ericsson تغییر نام داد و فوجی‌کورا Fujikuro (کابل فدرال) این توصیه را به کار بستند.

به‌رغم بحران و رکود اقتصادی، هدف‌های برنامه چهارم عظیم و بلندپروازانه بود. توسعه پوشش رادیو و تلویزیون، بهبود و توسعه شبکه، مشترکان محلی و مکالمه خودکار، شبکه‌های اصلی و فرعی، و گسترش خدمات تلفن بین‌المللی از جمله این هدف‌ها بود. وزیر انرژی، مخابرات و پست در سال ۱۹۸۴ اعلام کرد هدف مخابرات دوبرابر کردن تعداد تلفن‌ها از ۵ به ۱۰ درصد (ونصب ۲/۱ میلیون تلفن اضافی)، و ارائه خدمات تلکس به ۱۵۰۰۰ مشترک و خصوصی کردن مخابرات است. برنامه گسترش که یکی از بلندپروازانه‌ترین طرح‌های منطقه نامیده می‌شد خود شامل سه قسمت بود: (الف) یک تعهد ۸۶۰۲۲۰۰۰۰ دلاری برای جایگزینی تجهیزات دیجیتالی (که عمدتاً از NEC ژاپن وارد می‌شد)؛ (ب) توسعه یک میلیارد دلاری شبکه محلی اتصال کابل و حرکت به سوی تارنوری، و (پ) بهبود و توسعه ۳۰۰ میلیون دلاری انتقال و ارتباط میکروویو (کلد Clad, ۱۹۸۴، الف، ص ۷۸). گزارشی که از نقش حساس و واسطه‌ای مخابرات در سیاستگذاری‌های دولتی یاد کرده، می‌گوید بودجه خدمات ارتباطاتی در فاصله سال‌های ۱۹۸۳ - ۱۹۸۴ به میزان ۶۵ درصد رشد کرده در حالی که بودجه دفاعی، آموزش و پرورش، مسکن، کشاورزی و بهداشت یا ثابت مانده و یا سیر نزولی داشته است. (کلد، ۱۹۸۴، الف، ص ۷۸؛ و نیز رحیم و پنینگز pennings, ۱۹۸۷، ص ۲۴). مالزی امیدوار بود از طریق گسترش تکنولوژی مخابراتی به بلوک کشورهای تازه صنعتی شده ملحق گردد چون دسترسی فوری و سرعت زیادی که این تکنولوژی‌ها ایجاد می‌کردند برای تجمع شرکت‌های فراملی و حفظ منطقه تجارت آزاد ضروری بود. از این گذشته، تکنولوژی به مالزی کمک می‌کرد تا به هدف‌های برنامه خود که درآمدن به صورت مرکز مهم مالی در آسیای جنوب شرقی و کانون تولید و توزیع رسانه‌های منطقه بود برسد. در رابطه با هدف دوم، مالزی در سال‌های ۵- ۱۹۸۴ جای سنگاپور را به عنوان توزیع‌کننده فیلم‌های خبری تلویزیون در حوزه آسیا - اقیانوس آرام و در سیستم موسوم به آسیا ویزین Asi vision گرفت و نیز در آنکس ANEX (مبادله خبری آ سه آن) جای مانیل را اشغال کرد و مرکز توزیع خبر شد. در ۱۹۸۹ مالزی پیشنهاد کرد که به صورت مرکز فرعی اسلام ویزین Islam vision یا شبکه مبادله خبری تلویزیون جهان اسلام درآید.



تنها در ۱۹۸۳ سه نوع تسهیلات در انتقال داده‌ها ایجاد گردید: یکی تله فاکس (Telefax) (پست تصویری راه دور)؛ دیگری بوروفاکس (Bureafax) (اداره خدمات پست تصویری در پست‌خانه‌ها)؛ و سومی داتل (Datel) (انتقال داده‌ها از طریق خطوط تلفنی مُدِم) [madem دستگاه‌های دادگان]. با پایان گرفتن برنامه چهارم مالزی، رسانه‌های گروهی این کشور دو ایستگاه ارتباطی زمینی برای ماهواره داشت که پخش زنده برنامه‌ها از راه دور را امکان‌پذیر می‌ساختند. با استفاده از ماهواره پالاپای اندونزی، تلویزیون مالزی قادر بود برنامه‌هایش را در سراسر خاک مالزی پخش کند و در مبادله اخبار و برنامه‌های تلویزیونی همسایگان عضو آسه‌آن تسهیلاتی ایجاد نماید. بریتکس، نظام تله‌تکس در نیو استریتز تایمز، به مشترکان خود امکان داد از راه دور به امور بانکی، خرید، رزرو جا در هتل‌ها، و غیره اقدام کنند، و نیو اسکن، روزنامه ویدئویی آژانس خبری برناما از طریق تلویزیون رنگی، بانک‌ها، هتل‌ها، رستوران‌ها، میکده‌ها، قهوه‌خانه‌ها و مراکز مسافری را زیر پوشش گرفت. گذشته از این، دست کم چهار روزنامه دستگاه‌های خود را به کامپیوتر مجهز کردند و بعد از سال ۱۹۸۴ برنامه نخستین آژانس خبری ملی در آسیا بود که کاملاً کامپیوتری شده بود. در ژانویه ۱۹۸۵ اداره مخابرات کشور سیستم تلفنی سیار خودکار جدیدی به نام آتور (تلفن خودکار با استفاده از رادیو Automatic Telephone using Radio) ایجاد کرد که امکان ارائه خدمات تلفنی در روستاها را به وجود آورد (محمد حمدان عدنان، ۱۹۸۵، صفحات ۱۶۶، ۱۶۴، ۱۶۲).

برنامه‌های دیگری نیز در دستور کار بود: اقدام جی تی ام و استاندارد الکترونیک لورنز آی تی تی در ایجاد سیستم انتقال میکروویو دیجیتال بلند، نخستین مرحله برنامه جامع مالزی جهت گسترش و ارتقاء خدمات تلفنی داخلی و بین‌المللی بود (مینگ Ming ۱۹۸۵، ص ۷)؛ ایجاد نخستین شرکت خصوصی ارتباط ماهواره در آسیای جنوب شرقی، که رابطه‌ای بود بین سراتو تکنیکال سرویس serunto Technical service مالزی و گروه منافع غیرنظامی اندونزی نزدیک به رئیس جمهور سوهارتو (کلد، ۱۹۸۵، ص ۴۷)؛ و مؤسسه مالزیایی میکرو الکترونیک سیستم؛ طرح مورد نظر ماهاتیر محمد که ضمن سایر کارها طراحی تراشه‌های کامپیوتری مالزی را نیز در برمی‌گرفت.

در اواخر دهه ۱۹۸۰ (برنامه پنجم مالزی) شتاب تله ماتیک مالزی بسیار چشمگیر بود. پاره‌ای از این تحولات را می‌توان ناشی از خصوصی‌سازی جی تی ام (ایجاد سیاریکات تلکوم مالزی - اس تی ام) دانست اما بخش عمده آن مرهون بودجه ۹/۶ میلیارد دلاری تخصیصی دولت برای هزینه‌های سرمایه‌ای آن بود.

در سال ۱۹۸۷ اس. تی. ام و کیبل اندوایرلس Cable&wirless در مورد ایجاد یک شرکت مشترک به توافق رسیدند (۵۱ درصد سهام از اس تی ام و ۴۹ درصد از شرکت کیبل). کار این شرکت احداث، نگهداری، و راه‌اندازی کارخانه تولید تارنوری به هزینه ۱۰۰ میلیون دلار آمریکا بود که شبه جزیره مالایا را با ساراواک و صباح مرتبط می‌ساخت. اس تی ام به عقلایی کردن سیستم پرداخت، امری که در مسیر تلاش دولت به منظور یکپارچگی ملی و رشد اقتصادی و نیز در تحول کشور به عنوان یک مرکز مخابراتی عمده در منطقه، حائز اهمیت بسیاری بود. همزمان، در زمینه پزشکی نیز مدی بیس (Medibase) ایجاد گردید که پایگاه داده‌ها بود و به تمامی پزشکان مالزیایی در مورد بیماری‌ها، و درمان و دارو اطلاعات کامل می‌داد. سال بعد یک ایستگاه زمینی دیگر ایجاد شد و مالزی به صورت آپراتور پنج ماهواره بین‌المللی و ۱۲ ایستگاه زمینی ملی در آمد.

نظام خدماتی از قبل موجود، مشتمل بر خدمات انتقال داده‌ها، پست تصویری (از جمله می پاک، داتل، تلینتا، تله فاکس، خدمات مدار اجاره‌ای داخلی، آتور، بریتکس و نیواسکن) (۵)، سرویس تلفن خودکار بین شهری و بین‌المللی

که به مشترکان داخلی و خارجی خدمات می‌داد، تلفن اتومبیل، تلفن سیار رادیویی، خدمات پیچ رادیویی و خدمات اجاره کابل تلفن رادیویی، با طرح‌های خدماتی انجام شده در برنامه پنجم تکمیل شد.

در سال ۱۹۸۹ یک تحول دیگر نیز روی داد و اس تی ام دست به ایجاد تله‌میل (Telemail) یعنی پست الکترونیکی زد. با این اقدام مشترکان می‌توانستند پیام خود را از راه کامپیوتر به سراسر مالزی و ایالات متحده آمریکا بفرستند («در مالزی»، ۱۹۸۹، ص ۵۷). طرح‌های دهه ۱۹۹۰ عبارت بودند از: سومین سیستم خدمات تلفنی سیار کشور، دیجیتالین؛ یعنی خط اجاره‌ای سریع برای مصاحبه از راه دور و سایر خدمات؛ و گسترش دادن جنبه تجاری شبکه خدمات به هم پیوسته دیجیتالی (integrated services Digital Network (ISDN تا سال ۱۹۹۳ و در نتیجه ارائه مجموعه‌ای از خدمات (تلفن، تلکس، پست تصویری و ...) در یک خط واحد. انتظار می‌رفت در پایان سال ۱۹۹۱ تعداد خطوط جدید تلفنی ۵۰ درصد افزایش یابد.

### خصوصی‌سازی و لیبرالی کردن مخابرات

در دهه ۱۹۸۰ لیبرالی کردن و خصوصی‌سازی مخابرات به اوج خود رسید. این روند با سیاست ریگان در آمریکا و تاجر در بریتانیا همخوانی کامل داشت. جریان‌های یاد شده معتقد بودند که خصوصی‌سازی راه حل معضلات توسعه اقتصادی است. در مالزی هم مثل جاهای دیگر بانک جهانی در زمینه خصوصی‌سازی اعمال فشار می‌کرد. به نوشته لاری کندی (۱۹۸۹):

اما آنچه که از سابقه سیاست‌گذاری بخش تلکوم بر می‌آید ... آن است که لیبرالی کردن و خصوصی‌سازی نوآوری در سیاست‌گذاری محسوب نمی‌شد که نیروهای خارجی ارائه کرده باشند. اینها عمدتاً ابزارهایی (البته باب روز) بودند که نخبگان سیاسی در رهگذر پیشبرد و مشروعیت بخشیدن فرایند تاریخی باز توزیع ثروت از دولت به اعضای نخبگان، از آنها استفاده می‌کردند (ص ۷).

جاباتان تلکوم مالزی رسماً در یکم ژانویه ۱۹۸۷ خصوصی شد، اما توسل به خصوصی‌سازی در این بخش به اوایل دهه ۱۹۷۰ بر می‌گردد که سیاست اقتصادی نوین دولت مشوق گسترش امکانات بخش خصوصی در مالزی بود (۶). برای مثال، پرناس، یک شرکت تجاری ملی، در سال ۱۹۷۳ دست به ایجاد شرکت سهامی پرناس ان ای سی زد تا به تولید ابزارهای نیمه‌رسانا و مولتی پلکس (مخبره همزمان چند خبر) پردازد. ال. ام. اریکسون نیز شرکت پرویرا اریکسون را ایجاد نمود تا ابزارهای کلیدی سوئیچینگ بسازد.

لاری کندی (۱۹۸۹) مدعی است که جی تی ام مقاطعه‌های پر سودی با شرکت‌های مالزیایی منعقد کرد به طوری که وقتی به پایان دهه ۱۹۷۰ می‌رسیم:

یک صنعت مخابراتی خصوصی سالم پا گرفته است که مالایایی‌ها در آن سلطه دارند. اما در عناصر سازنده این صنعت به ناچار دست به ایجاد ارتباط‌های سیاسی زدند و این اقدام در دوره نخست‌وزیر ماهاتیر محمد به نفع آنها تمام شد. در نیمه‌های دهه ۱۹۸۰ بخش تلکوم در زمینه انعقاد قرارداد تنها اختیارات اسمی داشت. این بخش زیر سیطره مهندسانی بود که از سوی مقام‌های دولتی به پست‌های مهمی منصوب شده بودند. با اجرای سیاست خصوصی‌سازی غنای بیشتری توزیع شد. در اینجا اجرای سیاست خصوصی‌سازی چیزی بیش از فرایند بلند مدت توزیع ثروت و قدرت میان معدودی انگشت شمار نبود (ص ۸).



مخابرات مالزی از نظر کیفیت خوب انتقال و گسترش خدمات تلفنی سابقه طولانی داشت و سرمشقی برای سایر کشورهای در حال توسعه بود و بانک جهانی نیز به این قبیل کشورها توصیه می‌کرد از مالزی سرمشق بگیرند. اما جی تی ام دیگر نمی‌توانست پا به پای توسعه کشور، نیازهای شتاب گرفته متقاضیان را برآورده سازد. در سال ۱۹۸۰ تعداد متقاضیان تلفن که در نوبت مانده بودند بیش از تعداد سال ۱۹۷۲ بود. سازمان از تأمین بودجه حقوق کارکنان رو به ازدیاد خود عاجز بود. تعداد زیادی از اینان تنها بدان منظور استخدام شده بودند که به بیکاران مالایایی شغلی داده باشند و از مهارت و آموزش کافی برخوردار نبودند (کندی ۱۹۸۹، ص ۱۱). با این کارکنان، جی تی ام نتوانست به موقع و به سرعت در شبکه‌های ارتباطی داده‌های عمومی و سایر تکنولوژی‌های برتر وارد شود. کرافورد (۱۹۸۴) می‌نویسد: تلکوم خود را یک نهاد خدمات عمومی در مفهوم سنتی (crowford) می‌دانست. اما ظاهراً خود را راهبر و پیشگامی که مأموریتش وارد کردن اقتصاد مالزی به مرحله تکنولوژی برتر و استراتژی بلند مدت توسعه باشد تلقی نمی‌کرد (ص ۱۳).

شاید نخستین حرکت جی تی ام در زمینه خصوصی‌سازی در ۱۹۷۲ بود که شرکت به خاطر خرابکاری در تلفن‌های سکه‌ای ناچار شد نصب، گردآوری و نگهداری را به یونیفون اس دی ان بی اچ واگذار کند. یونیفون یکی از شرکت‌های تابعه یونایتد موتور ورکز (united motor works) بود که به سرعت شکل گرفت. معامله را یک مالایایی به نام شمس‌الدین قادر انجام داد که سال قبل جی تی ام را ترک کرده و به یونایتد موتور ورکز پیوسته بود. شمس‌الدین قادر بلافاصله بعد از این معامله، یونیفون را خرید و با توسعه و گسترش بیشتر، آن را به صورت یک شرکت مخابراتی درآورد (کندی، ۱۹۸۹، ص ۱۲ و ۱۳).

به اعتقاد کندی این معامله چراغ سبزی بود که «نهایتاً به ایجاد صنعت تلکوم خصوصی زیر سلطه بومی پوترا انجامید» (ص ۱۲). کندی می‌گوید ۴ شرکتی که سرانجام رهبری این بخش را به چنگ آوردند (ساپورا هولدنینگ، بینافون، الکتروسکان و سری کامیونیکیشنز) همگی در تملک کارکنان سابق جی تی ام - مثل شمس‌الدین قادر - بود که حوزه کار را به خوبی می‌شناختند و می‌دانستند که ظرفیت مخابرات تا چه اندازه است، و از این مهم‌تر، از نقش موافق بومی پوترا - که سیاست نوین اقتصادی تضمین آن بود - بهره‌برداری شایانی کردند.

در نیمه‌های دهه ۱۹۷۰ این سوداگران بومی پوترا با فروشندگان خارجی شریک شدند تا فوت و فن و دانش، و حمایت مالی و نهادی آنها را کسب کنند، از جمله سوپرا هولدنینگ شریک مادر یونیفون، با زمینس آلمان؛ و بینافون با ان کی اف کابل، شرکت هلندی شریک شد (کندی، ۱۹۸۹، ص ۱۳). اوانگ (۱۹۸۹) از چند شرکت مختلف مادر نام می‌برد: فیلیپس شرکت مادر بینافون، سومی تومو شرکت مادر یونیفون (ساپورا)؛ اریکسون شرکت مادر الکتروسکان و تأمین‌کننده کمک‌های خارجی برای سری کامیونیکیشنز (sri communications) (ص ۹۶). عبدالکریم اکرام یکی دیگر از کارکنان پیشین جی تی ام بود که توانست بخشی از صنعت را به تملک خود درآورد. او شرکت زال (Zal Enterprise) را به منظور تولید وسایل کابینت‌های اتصالاتی برای جی تی ام ایجاد کرد. بویانگ عبدالله، مدیر کل جی تی ام نیز قبل از بازنشستگی تا حد امکان بر نقش مقاطعه‌کاران خصوصی در مخابرات افزود و خود نیز سریعاً مقاطعه‌کار شد (کندی، ۱۹۸۹، ص ۱۴). سیاست بویانگ در واگذاری مقاطعه‌های دولتی بر مبنای درخواست کتبی به مقاطعه‌کاران به ثبت رسیده (جدول نرخ‌ها و قیمت‌ها) اثرات دیر پا و بلند مدتی داشت. در دور اول مقاطعه‌های سال ۱۹۷۵ در میان مقاطعه‌کاران به ثبت رسیده، نام شمس‌الدین، عبدالکریم و نیز مختر محی‌الدین، یکی دیگر از کارکنان با

سابقه جی تی ام به چشم می خورد. شرکت هایی که بویانگ و زاهاری حسن - یکی دیگر از بازنشتگان جی تی ام - ایجاد کردند نیز بلافاصله به این مقاطعه کاران پیوستند (کندی، ۱۹۸۹، ص ۱۵).

مدیر کل جی تی ام در سال ۱۹۷۹ تغییر اندکی در سیاست های جدول نرخ ها و قیمت ها ایجاد کرد و ترتیبی داد که وزارت دارایی بتواند سهام و کارکنان هر شرکت درخواست کننده را بررسی کند و جی تی ام نیز به کارشناسان هر شرکت دسترسی داشته باشد. شرکت ها بر مبنای این برآوردها دسته بندی شدند. دسته الف می توانست کارهای پیچیده و پیشرفته را در مقاطعه های بالای یک میلیون دلار انجام دهد؛ دسته ب مقاطعه های تا حداکثر یک میلیون دلار را و دسته پ حداکثر مقاطعه های تا ۵۰۰ دلار را بگیرد. از همان ابتدا تنها شرکت هایی که در ردیف الف قرار گرفتند شرکت های متعلق به شمس الدین، عبدالکریم و مختار بودند.

به زعم کندی (۱۹۸۹) اهمیت نظام جدید جدول نرخ ها و قیمت ها را نباید دست کم گرفت چون:

در حد زیادی تلاش رقابت آمیز مقاطعه کاران را تحت الشعاع قرار می داد و امر واگذاری مقاطعه ها را به دست دیوان سالاران می سپرد ... در ثروت ها و درآمدهای مقاطعه کاران شرکت کننده تغییراتی ایجاد می کرد. نظام جدید تا حد زیادی منبع درآمدهای سرشار بود. یکی از مقاطعه کاران می گوید شرکت او از سال ۱۹۷۶ تا ۱۹۸۰ سالانه بین ۲ تا ۳ میلیون دلار مالزی درآمد داشته است ... بسیاری از شرکت ها که در مورد مقاطعه کاری های آتی مطمئن شده بودند و تلاش های دولت نیز در جهت رفع موانع توسعه شان عمل می کرد، شعبه های جدیدی در عرصه های تازه مخابرات دایر کردند (ص ۱۶). مقاطعه های جدول نرخ ها و قیمت ها به مقاطعه کاران امکان می داد به تولید کالاهایی مثل تیر تلفن، پوشش جدار لوله ها و غیره روی آورند.

دولت نتوانست، پا به پای این اقدام های خصوصی سازی، بودجه کافی برای توسعه جی تی ام فراهم نماید. طی سه برنامه اقتصادی (۱۹۶۶ - ۱۹۸۰) جی تی ام هرگز بیش از نیمی از بودجه مورد درخواست را دریافت نکرد. سرانجام، در برنامه چهارم مالزی (۱۹۸۱ - ۸۵) تمامی بودجه درخواستی ۱۳۹۹ میلیون دلاری جی تی ام بدان اختصاص داده شد به این شرط که کل نظام را بار دیگر رو به راه کند.

هنگامی که در سال ۱۹۸۱ ماهاتیر محمد به جای حسین عون نخست وزیر مالزی شد، برنامه از پیش تعیین شده مربوط به کارایی و انضباط را به اجرا گذاشت. «نگاه به شرق» یکی از مسایلی بود که وی در مبارزات انتخاباتی مطرح کرده بود. جی تی ام به خاطر گسترش بیش از حد و عدم مهارت کارکنان و در نتیجه عدم کارایی اش سخت مورد توجه نخست وزیر جدید واقع شد. قبل از پایان سال به مدیران جی تی ام دستور داده شد از مقاطعه کاران خصوصی برای مقاطعه در بست<sup>۳</sup> استفاده کنند. در میان این مقاطعه کاران ۴ شرکت درجه الف مقاطعه های ۱ تا ۵ میلیون دلاری به ارزش کلی ۶۳۶ میلیون دلار مالزی دریافت کردند. کندی (۱۹۸۹) نشان می دهد که مقاطعه های در بست چه تأثیر «مخرب و آنی» بر مخابرات داخلی داشته، چون ۴ شرکت مقاطعه کار، شرکت های فرعی دایر کردند تا از طریق آنها مصالح و کار لازم را تأمین کنند، و اینها (عملاً به کاری که توسط تعدادی شرکت کوچک انجام می شد پایان دادند) (ص ۲۱). او می گوید شریک شدن این ۴ شرکت درجه الف با شرکت های خارجی موجب تضعیف باز هم بیشتر شرکت های خرده پا شد و در نتیجه تعداد شرکت های مزبور از ۳۸ به ۶ و بعداً به ۸ رسید (ص ۲۱).

در سال ۱۹۸۳ شرکت مشاوران آمریکایی آرتور دی لیتل مأمور شد عملی بودن سیاست خصوصی سازی جی تی ام را بررسی کند. همان طور که انتظار می رفت شرکت مزبور خصوصی سازی را توصیه کرد و با اصرار از دولت



خواست بازار شبکه‌های ارزش افزوده را سریعاً لیبرالی سازد. آن چهار شرکت درجه الف از جریان لیبرالی کردن سود بسیار بردند. ساپورا هولدننگ متعلق به شمس‌الدین پروانه‌های صنعتی زیادی از شرکت‌های خارجی اخذ کرد و یکی از شرکت‌های تابعه‌اش به نام کامل در اغلب بازارهای پر سود تلفن سیار با کیلیاتکوم شریک شد. کیلیاتکوم خود تابع یک مقاطعه‌کار دربست بود. الکتروسکان، سومین مقاطعه‌کار دربست، توزیع‌کننده عمده تجهیزات پایانه «ترمینال» الکترونیکی است و آن هم مانند الکترونیک سیستم با گروه فلیت ارتباط‌هایی دارد. به زعم کندی (۱۹۸۹)، «خلاصه اینکه امتیاز واگذاری خدمات پرسود به قدرتمندان سیاسی داده شد و غنایم کمتر به چهره‌های کم نفوذتر رسید» (ص ۲۴).

خصوصی‌سازی بخش مخابرات از ۱۹۸۷ آغاز گردید، یعنی بعد از آنکه جی تی ام از تملک دولت خارج شد و سیاریکات تلکوم مالزی، اس تی ام نامگذاری گردید. به اعتقاد اونگ (۱۹۸۹) هدف‌های خصوصی‌سازی شامل موارد زیر بود:

کاستن از بار مالی و اداری دولت، پیشبرد رقابت و بهره‌وری؛ ایجاد تحرک در بخش خصوصی و احیای اقتصادی؛ کاهش مداخله بخش دولتی در اقتصاد؛ نیل به هدف سیاست اقتصادی نوین از طریق افزایش دادن مشارکت بومی پوترا در بخش‌های شرکتی نوین (ص ۹۶).

امتیاز اس تی ام را وزیر «انرژی، مخابرات و پست» صادر کرد که خود از ۱۹۸۱ ریاست جی تی ام را برعهده داشت. وزارت مزبور از اختیارات زیادی برخوردار بود. از جمله می‌توانست اعضای هیئت مدیره را منصوب کند و «به میل خود» شرایط امتیازهای بهره‌برداری را تغییر دهد. در حال حاضر دولت تمامی سهام اس تی ام را دارد. سرانجام سهام شرکت در بازار بورس کوالالامپور به فروش گذاشته خواهد شد.

به گفته کندی، در تداوم سیاست خصوصی‌سازی، فعالیت‌های اس تی ام هنوز هم بر مبنای «نوبتی» (یا اول آنکه اول آمد) انجام می‌شود. پروانه عملیات سی‌سی‌بی (تلفن‌های سکه‌ای) به عنوان تابعه شرکت ساپورا هولدننگ، به صورت یک انحصار ملی ۱۵ ساله و بدون مناقصه صادر شد و در ۱۹۸۹ اس تی ام به قرار گزارش‌های رسیده زیر فشار دائم بوده تا با گروه فلیت در تولید رادیو سلولار (Cellular radio) همکاری کند. کندی می‌گوید یک تفاوت وجود دارد و آن اینکه آن اکنون اس تی ام برخلاف سلف خود باید بخش‌های مهمی از خدمات را به رقیبان واگذارد. کندی هشدار می‌دهد که:

این رقیبان از طریق فرایند غیررقابتی و توسط یک هیئت قانونی نوپا در دستگاه دیوانسالاری فوق‌العاده سیاسی شده برگزیده می‌شوند. چنانچه دولت اس تی ام را از خدمات پیشنهادی‌اش عاری سازد تازه متوجه خواهد شد چه امتیازهایی به نخبگان حاکم داده و در عوض اس تی ام را آن چنان تضعیف کرده که بار دیگر ملی کردن آن امری لازم می‌شود (ص ۲۶).

کندی تردیدی در این ندارد که برندگان خصوصی‌سازی در مرحله شتابزده اول چه کسانی بوده‌اند. او صحنه را چنین ترسیم می‌کند:

دولت با ایجاد نخبگانی در صنعت تلکوم، ابتدا از طریق محدود کردن حوزه بازیگران به بومی پوتراها، و بعد جدا کردن بزرگترها از کوچک‌ترها به یاری مقاطعه‌های دربست، با فشار فزاینده‌ای روبه‌رو بود که منابع را با شتاب



بیشتری به نخبگان واگذار. خصوصی سازی، همراه با محدودیتهای ناشی از مقررات جدید دیوانسالاری در ارتباط با ورود به بازار، به ضرورت، یک مکانیسم مشروعیت یافته تقسیم غنایم را میان بازیگران کلیدی ایجاد نمود. هر نوع بحث و استدلال در زمینه پیشبرد هدفهای سیاست اقتصادی نوین را باید در رابطه با طبیعت تبعیض آمیز پیامدها بررسی کرد. پیامدها به روشنی نشان می دهند که بعضی از بومی پوتراها بیش از بقیه سود برده اند (ص ۲۶).

بیشتر گفتیم که یک مجمع محلی بیش از پیش به صورت پیش شرط مطلوب واگذاری مقاطعه های بزرگ اواخر دهه ۱۹۷۰ و اوایل دهه ۱۹۸۰ در آمد. نگرش مرجح، مجمعی بود که منفعت بومی پوترا را در نظر بگیرد. اقلام از مراکز زیر خریداری می شد: تجهیزات کلیدی (سویچینگ) از زیمنس و هیتاچی؛ کابل اصلی و اتصالات از فدرال کابل (فوجی کورا) محلی؛ و ۷۵ درصد بقیه از ژاپن، گره، هلند و هندوستان؛ تجهیزات شبکه انتقال از فوجیتسو، جی تی ای، ان ای سی، آی تی تی؛ و سیستم های جی ای سی، پی سی ام از تله ترا و مارکنی ایتالیا؛ مبادله تلکس از زیمنس، فیلیپس، اریکسون، فوجیتسو، پله سی و ان ای سی؛ تلفن های دکمه ای - فشاری از نوردن تلکوم، زیمنس و فاسه (ایتالیا)؛ تجهیزات ارتباطات سیار از موتورولا، ان ای سی، فیلیپس، پای و آراف سیستم (استرالیا)؛ تله پرنیت از زیمنس و شرکت های دیگر.

در اوایل تا نیمه های دهه ۱۹۸۰ از تعداد فزاینده ای شرکت خارجی دعوت شد در پیشبرد سریع مخابرات مالزی شرکت کنند. به درخواست دولت مالزی، شرکت های دانمارکی و سوئدی امکان تولید تجهیزات تلفنی را بررسی کردند (مالزین دایجست، ۱۵ مه ۱۹۸۳، ص ۷). در سال ۱۹۸۴ اریکسون سوئد در یکی از مقاطعه های بزرگ ایجاد شبکه تلفن دیجیتالی برنده شد. سال بعد اریکسون یک کارخانه در کوتابارو احداث کرد تا سالانه ۱۰۰ هزار خط مبادله دیجیتالی تولید کند. این کارخانه یک سرمایه گذاری مشترک بود و ۴۰ درصد سهام پرویرا اریکسون، شرکت محلی، به اریکسون تعلق داشت (بارتولوميو Barthdomew، ۱۹۸۵، ص ۵۷). از کانادا نیز درخواست کمک شد. دولت کانادا اعلام آمادگی کرده بود تا وامی با شرایط آسان برای طرح های مخابراتی در اختیار مالزی قرار دهد و بخش خصوصی متعهد شد کارشناسان طرح را تأمین نماید (مالزین دایجست، ۳۱ مه ۱۹۸۳، ص ۵).

هنگامی که جی تی ام تصمیم گرفت به منظور ایجاد ستون فقرات نظام مخابرات راه دور مالزی یک شبکه میکروویو ایجاد کند با استاندارد الکترونیک لورنتس ای جی، شعبه آی تی تی آلمان غربی، یک قرارداد ۲۰۰ میلیون دلاری منعقد کرد. استاندارد الکترونیک ضمن همکاری با مقاطعه کاران دست دوم محلی کار را شروع کرد (مینگ ۱۹۸۵، ص ۷).

در سال ۱۹۸۴ مالزی یک قرارداد ۵ ساله با شرکت سیستم ارتباطی و دفاعی ایتالیایی به نام مارکنی ایتالیا منعقد کرد تا در کداه (Kodah) یک کارخانه مونتاژ به منظور تولید تجهیزات انتقال دیجیتالی و ارائه خدمات به مشترکان تلفنی دایر کند. شرکت در مالزی شعبه ای داشت به نام مارکنی مالزی اس دی ان، بی اچ دی (marconi malaysia sdn. Bhd) که خود شعبه جی. ای. اس ای ان. بی اچ ای. بود. ارزش پنج سال اول قرارداد تقریباً ۲۰۰ میلیون دلار آمریکا بود (مالزین دایجست، ۳۰ ژوئن ۱۹۸۴، ص ۴).

سال اولی که اس تی ام به مالکیت بخش خصوصی درآمد تا حدی تزلزل داشت. تعداد متقاضیان تلفن در لیست انتظار به ۱۵۰ هزار نفر رسید، سودها به دلیل قیمت زیاد مکالمات خارجی، و نیز به سبب واگذاری امتیاز خدماتی که



خود اس تی ام به آسانی قادر به ارائه آن بود، کاهش یافت («ناموفقیت»، ۱۹۸۸). درآمد خالص از ۵۹ میلیون دلار آمریکا در سال ۱۹۸۶ به ۱/۸ میلیون دلار در سال ۱۹۸۷ کاهش یافت. اما خوشبختانه سال بعد باز وضعیت عوض شد و درآمد شرکت به ۶۶/۹۴ میلیون دلار بالغ گردید. بخش بزرگی از این درآمد صرف بازپرداخت دیون ۱/۶ میلیارد دلاری شرکت اس تی ام در سال ۱۹۸۸ شد («در مالزی» ۱۹۸۹، ص ۵۷). در سال ۱۹۸۸ تعداد تلفن‌هایی که به مشترکان داده شد ۱۲/۹ درصد افزایش داشت و به ۱۲۴۵۶ خط رسید. تلفن‌های سیار نیز ۵۷ درصد افزایش یافت و به ۲۷۳۰۲ مشترک تلفن سیار داده شد. می پاک ۴۴ درصد افزایش داشت یعنی به ۷۶۳ مشترک خدمات می داد. رشد پست تصویری از همه بیشتر بود که سه برابر شد یعنی به ۱۳۶۶۳ مشتری خدمات پست تصویری داده شد. اونگ (۱۹۸۹) ضمن مذاکره‌های خصوصی با مقام‌های دولتی درگیر در طرح خصوصی‌سازی، متوجه وجود نارضایتی در زمینه‌های زیر شد:

نخست اینکه واگذاری، صرفاً انتقال یک انحصار دولتی به اس تی ام، یعنی یکی دیگر از انحصارهای متعلق به دولت بود. هیچ نوع واگذاری سرمایه به اس تی ام در کار نبود و اس تی ام هم همانطور که می‌دانیم از هر لحاظ یک شرکت دولتی است ... دوم، اس تی ام هنوز هم انحصار شبکه عمومی اتصال (راه‌گزینی) تلفن، (public switched telephone net work) خاصه خدمات تلفن، تلکس داخلی و بین‌المللی را اختیار دارد. با در نظر گرفتن نبود رقابت در خدمات شبکه، معلوم نیست اس تی ام تا چه حد ناچار است کارایی نظام تحویل و توزیع را بهبود بخشد ... سوم، اس تی ام هنوز باید مسایل مربوط به سبک و سنگین کردن انگیزه سودبری با مسئولیت اجتماعی ارائه خدمات تلفنی و تلگرافی را حل کند (صفحات ۹۷ - ۸).

در رابطه با نکته اخیر، اونگ متعقد است اس تی ام هم‌اکنون در انجام وظایفش در رابطه با مردم روستاها قصور می‌ورزد. او می‌گوید برنامه آتور (ATUR) در آغاز به منظور ارائه خدمات تلفنی به روستاها تدوین شد، اما هزینه‌های سنگین نصب، موجب شد تا آتور خدمات را «تنها به سوداگران و به صورت تلفن سیار در اتومبیل» ارائه کند. در سال ۱۹۸۹ اس تی ام به تجدید قرارداد واگذاری ۱۵ ساله نصب و نگهداری تلفن‌های سکه‌ای به یونیفون شدیداً اعتراض کرد. اس تی ام با واگذاری حق امتیاز مخالفت داشت و مدعی بود که در اصل امتیاز مزبور به این شرط به یونیفون داده شد که اس تی ام مسئولیت‌های اجتماعی و از جمله نصب تلفن در روستاها - با ضرر و زیانهایش - را عهده‌دار شود («در مالزی»، ۱۹۸۹، ص ۵۸).

### رشد کامپیوتری شدن

ماهاتیر محمد هم مانند هم‌تایانش در میان سیاستگذاران آسیای جنوب شرقی، به اهمیت کامپیوتری شدن در بهبود تصمیم‌گیری مدیریت، بهره‌وری شرکت، ارتباطات اداری و تجاری، و کنترل متمرکز بخوبی واقف بود (رحیم و پنینگز، ۱۹۸۷، ص ۵۴). مالزی و سنگاپور طرح استفاده از ارتباطات کامپیوتری را نه تنها در حوزه آسه آن، بلکه در سراسر آسیا در نظر داشتند. گرچه نخستین کامپیوتر در «هیئت الکتریسته ملی» مالزی در ۱۹۶۶ به کار گرفته شد، اما نخستین نسل کامپیوترهای اصلی ابتدا در بخش خصوصی به کار گرفته شد (رحیم و پنینگز، ۱۹۸۷، ص ۶۰). تقاضا برای گزارش و نقل و انتقال داده‌ها در اوایل دهه ۱۹۷۰ مطرح گردید. در آن هنگام داده‌پردازی از راه دور توسط شرکت‌های چند ملیتی که در پنانگ کارخانه دایر کرده بودند مورد استفاده قرار می‌گرفت (رادزی منصور،

۱۹۸۶، ص ۸). در سال ۱۹۷۳ دولت مالزی یک کمیته مشورتی برای داده‌پردازی خودکار در سازمان‌های دولتی ایجاد کرد که کارش توصیه و موافقت با نوع کامپیوتری بود که می‌بایست در ادارات دولتی نصب و به‌کار گرفته شود (این کمیته در سال ۱۹۸۴ به سطح ملی ارتقاء یافت و جاباتان پروسان دیتانگارا نامیده شد که کارش سیاستگذاری در زمینه خرید، به‌کارگیری، توسعه و هماهنگی کامپیوترها و موارد استفاده از آنها در سازمان‌های دولتی بود).

از سال ۱۹۷۷ تا دست کم ۱۹۸۴، رشد سالانه نصب کامپیوتر در کارگزاری‌های دولتی ۲۵ درصد بود و در فاصله سال‌های ۸۴-۱۹۷۸ جمع ارزش وارداتی سخت‌افزار کامپیوتر چهار برابر شد و به ۳۰ میلیون دلار رسید (لیم ۱۹۸۴). مثالی در مورد رشد جریان کامپیوتری شدن می‌آوریم. در سال ۱۹۸۰ تعداد کامپیوترهای بزرگ بخش‌های دولتی و خصوصی به ترتیب ۹۶ و ۱۹۹ بود. این رقم دو سال بعد به ۱۵۳ و ۴۷۲ رسید. در پایان سال ۱۹۸۶ بیش از ۱۲۰۰ کامپیوتر بزرگ و ده‌ها هزار کامپیوتر کوچک در مالزی مورد استفاده بود (صدیقی، ۱۹۸۷، صفحات ۱۰۴ و ۱۰۵).

شاید بتوان بخشی از این رشد را به تصمیم مقام‌های بالای دولتی و رؤسای اتاق‌های بازرگانی نسبت داد که در گردهمایی‌های اوایل دهه ۱۹۸۰ اعلام کردند تکنولوژی اطلاعاتی باید بخشی از منابع ملی مالزی شود. در راستای این تصمیم‌گیری اعلام کردند برای متوقف کردن سرعت اطلاعات باید اقداماتی صورت گیرد که از انتقال داده‌های حیاتی کشور به خارج جلوگیری کند و برای بخش‌های عمومی و خصوصی پایگاه داده‌ها ایجاد شود.

سایر عواملی که در این رشد دخالت داشتند عبارتند از: بخشودگی ۳۵ درصد مالیات بر کامپیوترهای وارداتی، معافیت یکساله مالیاتی برای سرمایه‌گذاری در کامپیوتر (کرافورد، ۱۹۸۴، ص ۱۱)، تغییر اولویت جی تی ام، توجه و علاقه شخص ماهاتیر محمد به کامپیوتری شدن، دایر کردن برنامه‌های کامپیوتری دانشگاهی و برنامه‌های پژوهشی مربوطه.

تا قبل از این، بخش مخابرات برای توسعه شبکه نقل و انتقال داده‌ها اولویت کمی قائل بود و خدماتی که در این زمینه‌ها ارائه می‌داد تنها به اجاره مدارهای نقطه به نقطه درجه صدا محدود می‌شد. در سال ۱۹۷۹ شبکه داده‌ها کنار نهاده شد زیرا برآوردهای بازاری نشان می‌داد که تقاضای کافی و نیز استانداردهای بین‌المللی برای چنان شبکه‌ای وجود ندارد. اما در اوایل دهه ۱۹۸۰ جی تی ام تصمیم گرفت شبکه‌های داده‌های عمومی را با استفاده از تکنولوژی جعبه اتصال (راه‌گزینی) (Packet switched Technodoge Trans mission on The switched Telephone network) به‌کار گیرد و در حد محدودی انتقال داده‌ها در شبکه اتصال تلفن (داتل) (Data=Data) را باب کند. نخستین سیستم بیش از آنکه خدماتی ارائه کند در نقش حامل داده‌ها عمل می‌کرد و در آغاز کار پایگاه‌های داده‌های موجود، خارجی بود. طی یک مدت کوتاه جی تی ام خدماتی را عرضه کرد که انتقال داده‌ها، پست تصویری و غیره را امکان‌پذیر ساخت (قبلاً در این باره صحبت کردیم).

ماهاتیر محمد از همان آغاز شخصاً به کامپیوتری کردن دستگاه‌های دولتی توجه داشت و بر سودمند بودن آن در پیشبرد رشد اقتصادی و توسعه ملی تأکید می‌کرد. وی به وزیران کابینه توصیه می‌کرد «در مورد کاربرد کامپیوتر در همه عملیات سازمان‌های دولتی فدرال و محلی بررسی و اقدام کنند» (کرافورد، ۱۹۸۴، ص ۳۲). در عمل هم پاره‌ای از سازمان‌های دولتی (مثلاً سازمان الکتریسته ملی، بانک نگارا، صندوق صرفه‌جویی کارکنان، سازمان آمار) در استفاده از کامپیوتر پشگام بودند، و سابقه این استفاده به اوایل دهه ۱۹۷۰ بر می‌گردد. جان چین، مدیر عامل کامپیوتر سیستم، ضمن برشمردن خطوط سیاستگذاری طرح شده توسط ماهاتیر محمد می‌گوید، نخست‌وزیر مسئله کامپیوتری شدن را تأیید نمود و مقام‌های برجسته‌ای را به منظور نظارت بر نیازمندی‌های نیروی انسانی در امر تکنولوژی

کامپیوتر و اطلاعات تعیین کرد. دولت مالزی به رهبری ماهاتیر محمد بودجه کارآموزی کامپیوتر در داخل یا خارج را افزایش داد، تدریس برنامه‌های کامپیوتری در مدارس را تشویق نمود و از همه وزیران خواست در زمینه کامپیوتر تعلیم بگیرند (کرافورد، ۱۹۸۴، ص ۱۳).

استراتژی‌های ماهاتیر در زمینه کاربرد فزاینده کامپیوتر در دستگاه‌های دولتی به منظور افزایش کارایی و کاهش هزینه‌های دولتی بود، او می‌خواست دولت در این زمینه سرمشق بخش‌های دیگر شود و صنعت خدمات کامپیوتری را در کشور تشویق نماید (کرافورد، ۱۹۸۴، ص ۳۳). دفتر نخست‌وزیر به مرکز ترویج کامپیوتر تبدیل شد. این دفتر که یکی از بزرگ‌ترین سیستم‌های کامپیوتری مالزی را در خود جای داده بود مقر کارگزاری‌هایی بود که مسئول بهبود سیستم‌های مدیریت اطلاعات و استفاده از وسایل داده‌پردازی الکترونیکی در دستگاه‌های دولت و کنترل و مدیریت فعالیت‌های موجود بودند. سرانجام، شایان یادآوری است که دولت مالزی به اهمیت تکنولوژی اطلاعاتی در طرح‌های توسعه پی برده بود. سه تیا (ات) (SETIA)، یک کارگزاری دولتی که در ۱۹۸۴ برپا گردید، به عنوان نظام اطلاعاتی یکپارچه عمل می‌کرد و تمامی کارگزاری‌های دولتی می‌توانستند در امر برنامه‌ریزی و کنترل طرح‌های توسعه از آن استفاده کنند. پایگاه داده‌های سه تیا با تولید طرح‌ها و ثبت آنها، تخصیص بودجه طرح، و گزارش پیشرفت مرحله به مرحله فیزیکی و مادی طرح‌ها سر و کار دارد (عبدالله عزیز و همکاران، ۱۹۸۶، ص ۳۲). سایر کارگزاری‌های پیشبرد امر کامپیوتری شدن نیز در دفتر نخست‌وزیری حضور داشتند. نظام مدیریت اطلاعات رؤسای اجرایی (یا اس ام پی کی ای) که در گردآوری و توزیع تصمیمات مهم وزارتخانه‌های گوناگون و بخش‌های دولتی از کامپیوتر استفاده می‌کرد، یکی دیگر از این کارگزاری‌ها بود.

با تغییر اولویت‌های دولت در زمینه کامپیوتری کردن در دهه ۱۹۸۰، کارآموزی و پژوهش در این زمینه نیز شدت گرفت. در سال ۱۹۷۹ تنها دو دانشگاه، علوم کامپیوتری را تدریس می‌کردند. پنج سال بعد از پنج دانشگاه مالزی چهار دانشگاه علوم کامپیوتر را در برنامه خود گنجانده بودند. سپس مدارس عالی نیز به کامپیوتر روی آوردند و مؤسسه دولتی علوم کامپیوتری همه کارآموزی‌ها را هماهنگ می‌کرد (معروف ۱۹۸۴). به‌رغم این همه پیشرفت کارکنان ناکارآموده به صورت یک معضل کلیدی باقی ماندند. در سال ۱۹۸۵ به دلیل نبود پرسنل متخصص در کامپیوتر ۸۸۰۰ پست خالی مانده بود (صدیقی، ۱۹۸۷، ص ۹۴).

در سال ۱۹۸۵، آی بی ام مالزی به منظور پیشبرد خدمات کامپیوتری و آموزشی در دانشگاه علوم مالزی و دانشگاه تکنولوژی مالزی ۸۰۰ هزار دلار در زمینه نرم‌افزار، سخت‌افزار و مهندسی سیستم هزینه کرد. سایر سازمان‌های فراملی نیز در پیشبرد آموزش کامپیوتر فعال بودند: ان ای سی، آی سی ال و هلوت پاکارد از جمله این سازمان‌ها بودند. بعضی نیز واحد آموزش‌دهنده را گسترش دادند و کارآموزی داده‌پردازی و برنامه‌ریزی در اختیار عموم قرار گرفت، چون به سود حاصله از فروش به مردمی که با کامپیوتر آشنا شده باشند به‌خوبی واقف بود.

ادبیات کامپیوتر از راه‌های دیگر وارد زندگی مردم شد. روزنامه‌ها هر هفته دو صفحه را به اخبار کامپیوتر اختصاص دادند و در رادیو و تلویزیون نیز برنامه‌هایی برای آشنایی و مهارت در امور کامپیوتری ارائه شد. جوانان و نوجوانان نیز می‌توانستند به طور خصوصی آموزش کامپیوتر ببینند. در کل، محافل سوداگری نفوذ و تأثیر زیادی بر سیاستگذاری تله ماتیک اعمال کردند و در باشگاه‌هایی مثل جامعه کامپیوتر مالزی، یا انجمن صاحبان صنایع مالزی، تربیون‌هایی برای مسائل کامپیوتری ایجاد کردند و دوره‌هایی نیز تدارک دیدند. البته چشم‌اندازهای حساسی که به افسانه‌های مربوط به کامپیوتری کردن اشاره داشتند از برنامه آموزشی حذف شده بودند.

ظاهراً همه این کارها به زحمتش می‌ارزید. در دهه ۱۹۹۰ عامه مردم مالزی نسبت به تکنولوژی اطلاعاتی واکنش مساعد و همه جانبه‌ای نشان داد. دست کم در میان شهرنشینان مرفه، داشتن یک کامپیوتر، یک VCR و یک مونیتر تلویزیونی برای ضبط و دریافت نیواسکن برنامه و برتیکس نیو استرتیز تایمز مد روز بود.

در سال ۱۹۸۵ دو دولت ژاپن و مالزی در مورد توسعه مؤسسه ملی کامپیوتر و پیشبرد آموزش تکنولوژی اطلاعاتی قراردادی امضا کردند. طرح از سه قسمت تشکیل می‌شد: کارآموزی فنی در ژاپن، اعزام کارشناسان ژاپنی به مالزی و تدارک مواد و تجهیزات، تهیه زمین، ساختمان، تسهیلات و پرسنل محلی، و همه هزینه‌های عملیاتی را دولت مالزی بر عهده می‌گرفت (عبدالله عزیز و همکاران، ۱۹۸۶، ص ۳۲).

در سال‌های اخیر در کنار تلاش به منظور ایجاد جامعه آشنا با کامپیوتر، دانشگاه‌های مالزی و سایر کارگزاری‌های کشور با آهنگی فزاینده به عرصه پژوهش و توسعه وارد شده‌اند. برنامه پنجم مالزی (۱۹۸۶ - ۱۹۹۰) در معرفی برنامه‌های خود، برای نخستین بار طرح توسعه علوم و تکنولوژی را به مثابه بخشی از مبارزه و تلاش ملی مطرح کرد. برنامه در خلال ۵ سال ۴۰۰ میلیون دلار را به پژوهش و توسعه فزاینده در عرصه‌های الکترونیک خرد، تکنولوژی لیزری، الکترونوری، زیست تکنولوژی و تکنولوژی نرم‌افزار اختصاص داد. با مطرح شدن این نیازها، مؤسسه مالزیایی سیستم‌های الکترونیک خرد ایجاد گردید تا ضمن همکاری با دانشگاه‌ها در پیشبرد آموزش کامپیوتر و تکنولوژی الکترونیک تلاش کند (عبدالله عزیز و همکاران، ۱۹۸۶، ص ۲۷).

با آغاز دهه ۱۹۹۰ بر دامنه و سطح کامپیوتری کردن مالزی افزوده شد، و مالزی به یمن استراتژی‌های دولت در زمینه معافیت‌های مالیاتی برای کامپیوتر و وجود امکانات زیربنایی کافی، در عرصه کامپیوتر به حد بلوغ نزدیک شد. استفاده از کامپیوتر نه تنها در ادارات بلکه در خانه‌ها نیز متداول گردید.

در سال ۱۹۸۷ رشد صنعت کامپیوتر از همه صنایع مالزی بیشتر و سریع‌تر بوده است و بیش از ۵۵۰ شرکت درگیر این صنعت بوده‌اند. در فاصله سال‌های ۱۹۷۹ تا ۱۹۸۷ درآمد ناشی از این صنعت چهار برابر شد و از ۱۳۰ میلیون دلار مالزی به ۵۹۰ میلیون دلار مالزی رسید، و میانگین نرخ رشد ۲۱ درصد بوده است (بولتن ارتباط جمعی آسیایی، مارس - آوریل ۱۹۸۹، ص ۷). در سال ۱۹۸۷ مالزی چهارمین مصرف‌کننده بزرگ کامپیوتر در آسیا بود، و سال قبل از آن نیز شاهد ۲۸ درصد رشد در استفاده از کامپیوتر در بخش عمومی و ۲۰ درصد رشد در بخش خصوصی بود.

برنامه‌های اوایل دهه ۱۹۹۰ حتی رشد بیشتری را نشان می‌دهد، چون دولت استفاده از کامپیوترهای کوچک را در ادارات نقاط دور افتاده معمول کرده، شبکه‌های کامپیوتر خرد و کامپیوتر بزرگ را به اجرا نهاده و استفاده از کامپیوتر خرد را در آموزش کامپیوتری معمول ساخته است. بین سال‌های ۱۹۸۸ تا ۱۹۹۳، تنها وزارت آموزش و پرورش طرح ایجاد کامپیوتر در ۱۱۶۵ دبیرستان را در برنامه خود گنجانده است (بولتن ارتباط جمعی آسیایی، ژانویه - فوریه ۱۹۸۸، ص ۴).

انجمن صنایع کامپیوتری مالزی (PIKM) در تلاش برای تشویق مصرف‌کنندگان و خریداران کامپیوتر و مجهز کردن آنها به آخرین تکنولوژی کامپیوتری، و قطع واردات کامپیوترهای کهنه و ابزار دست دوم، در سال ۱۹۸۹ از دولت خواست مالیات بر واردات و فروش تجهیزات جدید را ۱۰ درصد کاهش دهد. در سال‌های ۱۵ درصد ۱۹۸۷ - ۱۹۸۸ از ۶۰۰ میلیون دلار مالزی که صرف سخت‌افزار شد به خرید تجهیزات دست دوم اختصاص یافته بود.



مالزی از سال ۱۹۸۵ به بعد از طریق همکاری و سرمایه‌گذاری مشترک شرکت ملاوار مالزی و شرکت آکسنت تکنولوژی آمریکا خود به تولید کامپیوتر پرداخته است. انتظار می‌رفت اکسنت ۲۰۰۱ بتواند ۱۵ درصد و ۱۰-۸ درصد بازار سنگاپور را به خود اختصاص دهد. به موجب قرارداد مشارکت ملاوار - اکسنت، مالزی تکنولوژی، امتیاز ساخت، کامپیوترها و اجزاء و قطعاتی را که می‌باید وارد می‌شد خریداری می‌کرد، و اکسنت کار سرمایه‌گذاری و مشاوره را عهده‌دار می‌گردید. ملاوار با شرکت طراحی لینگمن از ایالات متحده آمریکا نیز قراردادی منعقد کرد و شرکت مزبور متعهد شد در تأسیس کارخانه سازنده کامپیوتر در مالزی، به این شرکت خدمات مشاوره‌ای بدهد (مالزین دایجست، ۱۵ سپتامبر ۱۹۸۵، ص ۵).

با وجود این همه دستاورد، ایرادهایی نیز بر این سیاست وارد شده که یکی از آنها به کمی تولید نرم‌افزار در محل مربوط است. در نتیجه از سال ۱۹۸۵ مالزی برای نرم‌افزار در مقابل سخت‌افزار اولویت قایل شد. مالزی از همان سیاست آسه آن، یعنی اولویت دادن به نرم‌افزار، تبعیت کرد (پیرس Pearce، ۱۹۸۵، ص ۷۳). در سال ۱۹۸۵ تعداد شرکت‌های تولیدکننده، فروشنده و اجاره‌کننده نرم‌افزار در مالزی به ۵۰ بالغ می‌شد. انتظار می‌رفت صنعت ۹۰ میلیون دلاری نرم‌افزار تا سال ۱۹۹۰ سی درصد رشد داشته باشد (پیرس، ۱۹۸۵، ص ۷۳).

ایراد دیگر، فقدان یک سیاست صریحاً اعلام شده در مورد تله ماتیک بود. در دهه ۱۹۸۰ بارها در مورد سیاست کامپیوتری ملی و نیز کمک به ازدیاد حجم، سرعت و دقت کار برنامه‌ریزی و اداری دولت سخنانی ایراد شد. در سال ۱۹۸۵ کمیته داده‌پردازی خودکار کشور مأموریت یافت سیاست کامپیوتری کشور را تدوین کند و تضمینی به وجود آورد که از تکنولوژی کامپیوتر در مدیریت نوسازی و توسعه ملی استفاده شود، سیستم‌های مختلف اطلاعاتی دولت را یکپارچه کند، رشد صنعت کامپیوترسازی داخلی را سرعت بخشد و از ایجاد مهارت و پژوهش در این زمینه حمایت به عمل آورد (عبدالله عزیز و همکاران، ۱۹۸۶، ص ۲۷). مأموریت کمیته بررسی، معضلاتی نظیر بهره‌برداری کمتر از ظرفیت کامپیوترها در بخش عمومی، نبود پرسنل کامپیوتری ماهر، ایجاد قابلیت دولتی، از طریق کاربرد کامپیوتر، به منظور کنترل و استفاده ماهرانه از اطلاعات به نفع اقلیت ممتاز بود (صدیقی، ۱۹۸۷، ص ۱۰۸).

اینها و معضلات دیگر در ارتباط با کامپیوتری شدن مالزی در مصاحبه سال ۱۹۸۷ صدیقی با رده‌های بالای حکومتی، دانشگاهی، رسانه‌ای، و بخش خصوصی انعکاس یافته است. صدیقی علاوه بر مقام‌های طرف مصاحبه در ۹ سازمان دولتی و ۱۲ سازمان غیر دولتی درگیر در امر اطلاعات، طی پنخس پرسشنامه‌ای در ۸۷ شرکت استفاده‌کننده از کامپیوتر به نتایج قابل توجهی رسید. نتایج مطالعه نشان می‌دهد که هر چند پاسخ‌دهندگان کلاً پیدایش زیربنای ارتباطی قوی‌تر را ارج می‌نهند اما عده‌ای نیز به طور جدی پیامدهای اجتماعی و اخلاقی کامپیوتری کردن را زیر سؤال برده‌اند. نور ابراهیم، وزیر آموزش و پرورش به صدیقی گفت استفاده‌کنندگان از تکنولوژی اطلاعاتی باید در مورد محسنات و مضرات عصر اطلاعات بحث و مناظره کنند و این مناظره تنها به زمینه‌های سیاسی و اقتصادی محدود نشود بلکه پیامدهای اجتماعی و اخلاقی را نیز در نظر بگیرد (این کار برای همه اعضا آسه آن ارزشمند است، چون در مورد کامپیوتر به عنوان یک پدیده قدرتمند، انسانی و مقبول تبلیغ می‌شود اما از پیامدهای اجتماعی و فرهنگی استفاده از آن سخنی به میان نمی‌آید). یکی دیگر از مقامات دولتی گفته است ۴۹ درصد مردم مالزی زیر خط فقر زندگی می‌کنند و هیچ‌گونه نفعی از تکنولوژی جدید عاید آنها نمی‌شود و در همان حال دیگران به یمن پنج‌ساله ما قبل [مصاحبه] و تکنولوژی اطلاعاتی آن، عدم موازنه اجتماعی ایجاد کردند و اقلیت انگشت‌شمار و ممتاز انحصار فزاینده‌ای را بر اقتصاد اعمال نمودند. مدیر کل می‌موس (Mimos) نگران بود که تکنولوژی جدید اطلاعاتی به سرعت جامعه مالزی را

غرب زده کند. یک دانشگاهی می‌گفت نبود سمت‌گیری و نگرش خاص نسبت به برخورد با این تکنولوژی‌ها می‌تواند موجب حداکثر سر در گمی در جامعه بشود. او معتقد بود که کنترل خارجی بر اقتصاد مالزی با آهنگی سریع زیاد می‌شود، و شرکت‌های چند ملیتی روند توسعه مالزی را دیکته می‌کنند (صدیقی، ۱۹۸۷، صفحات ۱۲۳ و ۱۲۵).

رئیس کنگره اتحادیه کارگری مالزی با دیدگاه اخیر موافقت داشت:

در نبود سیاست تهاجمی برای ایجاد قابلیت‌های تکنولوژیکی در داخل کشور، به طوری که محافل اقتصادی محلی بتوانند نقش مهمی را ایفا کنند، این نگرانی وجود دارد که شرکت‌های چند ملیتی بر صحنه مسلط شوند. سیاست امروزی تله‌ماتیک (اگر اصولاً چنان سیاستی وجود داشته باشد) در مجموع به نفع شرکت‌های چند ملیتی است و برای سوداگران داخلی سودی ندارد (صدیقی، ۱۹۸۷، ص ۱۳۸).

یکی دیگر از مقام‌های دولتی که رو راست‌تر صحبت می‌کرد (و صحبت‌هایش جنبه اتهامی داشت) می‌گفت: شرکت‌های چند ملیتی مبالغ کلانی پول به حساب پاره‌ای از وزیران ما به بانک‌های سوئیس واریز می‌کنند و اینان در عوض به نفع آنها کار می‌کنند و سود کلانی عایدشان می‌سازند ... نیروهای واقع‌پشت‌صحنه سیاستگذاری تله‌ماتیک، شرکت‌های چند ملیتی و فراملی‌اند و نه دولت (صدیقی، ۱۹۸۷، ص ۱۳۸).

رحیم و پنینگز (۱۹۸۷) که دیدگاه‌های آسه آن را بررسی کرده‌اند می‌گویند تنها درصد اندکی از کامپیوترها در مقاصد توسعه به کار گرفته شد: از ۲۴۰۲ دستگاه کامپیوتر تنها ۹۱ دستگاه مورد استفاده واقع شد (ص ۹۳). به زعم این محققان، ۳ درصد کامپیوترهای آسه آن در مناطقی مثل کشاورزی، آموزش و پرورش، بهداشت، ترابری، منابع آب، فواید عامه، ارتباطات، پست، جمعیت و توسعه شهری - روستایی به کار گرفته شده‌اند. سرشناس‌ترین استفاده‌کنندگان پر مصرف کامپیوتر، ارتش، شاخه‌های اجرایی حکومت، شرکت‌های فراملی، دانشگاه‌های بزرگ و مؤسسه‌های پژوهشی‌اند (ص ۸۲).

در بررسی آماری مالزی معلوم شد مقام‌های دولتی به کاربرد خاص تکنولوژی اطلاعاتی در زمینه توسعه ملی، خود اتکایی، رشد اقتصادی، ارتباطات و آموزش بهتر و افزایش اشتغال اعتقادی نداشته‌اند. دلیل این امر را نبود یک سیاست صریحاً تعریف شده تله‌ماتیک و تمرکز کامپیوتر در شهرها دانسته‌اند (مناطق روستایی به فراموشی سپرده شده‌اند) (صدیقی، ۱۹۸۷، صفحات ۱۳۹ و ۱۴۱). آنها معتقد بودند امید دولت در زمینه استفاده از تکنولوژی اطلاعاتی و همگن‌سازی جماعت‌های مختلف در یک ملت، بر باد رفته است و نه تنها این امید برآورده نشده بلکه تنش‌های قومی در دهه ۱۹۸۰ شدت بیشتری به خود گرفته‌اند.

## بازسازی رسانه‌های گروهی

هنگامی که ماهاتیر محمد برنامه خود را در مورد تغییر سیاست اقتصادی مالزی اعلام کرد از انتظاراتش در مورد رسانه‌های گروهی نیز سخن گفت. او انتظار داشت رسانه‌ها حتی بیش از رسانه‌های چاپلوس بعد از سال ۱۹۶۹ از دولت پشتیبانی کنند.

ماهاتیر محمد در یک سخنرانی، بدون ذکر مأخذ، از یک کتاب قوم محور بسیار قدیمی آمریکایی به نام چهار نظریه مطبوعات مطالبی «عاریه گرفت» تا به مخاطبان بگوید چرا نظریه «مسئولیت اجتماعی» مناسب‌ترین نظریه برای مالزی است:



تا هنگامی که مطبوعات از خودآگاه است و می‌داند که تهدیدی را متوجه دموکراسی می‌سازد و آگاهانه به محدود کردن اعمال حق خود مبادرت می‌ورزد، باید گذاشت بدون مداخله دولت به کارش ادامه دهد (مالزین دایجست، ۱۵ اکتبر ۱۹۸۵، ص ۱).

ماهاتیر گفت رسانه‌ها باید آزاد باشند اما در مقابل قدرتمندان با خضوع رفتار کنند، و اضافه کرد، درست همان‌گونه که رسانه‌ها تابع و فرمانبردار سه قوه حکومتی نیستند، این سه قوه هم نباید تابع رسانه‌ها باشند. نخست‌وزیر بر نکته‌ای تأکید کرد که قبلاً هم درباره‌اش سخن گفته بود: آزادی مطبوعات، یعنی حق معدودی سردبیر و هیئت تحریریه که «دیدگاه‌ها و پیشداوری‌های» خود را بیان می‌کنند. و افزود:

مطبوعات نهادی نیست که در بهشت برین ایجاد شده و فطرتاً از فضایل برخوردار باشد. مطبوعات قلمرو منحصر به فرد فضیلت‌ها نیست. توسط مردانی ایجاد و اداره می‌شود که آنها هم مثل همه افراد دیگر، به حکم آرمان‌هایشان عمل نمی‌کنند بلکه نیازها و احساسات پست نیز راهنمای عمل آنها می‌باشد. توان یک روزنامه‌نویس در تأثیرگذاری بر روند حوادث، ناشی از حق فردی او به عنوان شهروند یک جامعه دموکراتیک است (مالزین دایجست، ۱۵ اکتبر ۱۹۸۵، ص ۱).

ماهاتیر در ارتباط دادن این فلسفه با مالزی می‌گوید:

در جامعه‌ای که بر لبه تیغ حرکت می‌کند و موازنه بس شکننده‌ای دارد، و باید بگویم مالزی در چنین موقعیتی است، جایی که یک واژه نادرست یا حتی درست منجر به فاجعه می‌شود، اگر اجازه دهیم آن واژه گفته شود از نظر کیفی مسئولیم (مالزین دایجست، ۱۵ اکتبر ۱۹۸۵، ص ۱).

در سخنرانی دیگری ماهاتیر محمد و معاونش موسی هیتام اعلام کردند که خودسانسوری - و حتی سرکوب - مطبوعات لازم است. آنها بعضی از روزنامه‌های جدید را متهم کردند که موضوع‌های حساسیت برانگیزی را مطرح می‌کنند تا خودشان مطرح باشند و تیراژشان بالا برود؛ گفتند که نقش مطبوعات به عنوان واسطه و میانجی تحول، باید بر آرمان‌های حقوق دموکراتیک، نظیر برداشت غرب از آزادی مطبوعات اولویت یابد و مطبوعات به جای اینکه خصم آرمان‌های حکومتی باشند حامی آنها گردند. در همین اواخر، یعنی فوریه ۱۹۹۰، ماهاتیر محمد به روزنامه‌نگاران گفت: «خوب است به یاد داشته باشید که ما اگر درباره بعضی چیزها مطلبی ندانیم نمی‌میریم. در مورد حق دانستن، زیاد تعصب به‌خرج ندهید» (ازنام، ۱۹۹۰، ص ۲۰).

ماهاتیر در ژوئیه ۱۹۸۱ در روزنامه نیو استرتیز تایمز نوشت «روزنامه‌نگاران غالباً از ترند صالح بودن به عنوان حربه‌ای برای حفظ حرفه خویش - و نه به خاطر دموکراسی - استفاده می‌کنند؛ جماعت مطبوعاتی از آن رو نفوذ زیادی دارند که کسی به آنها رأی نداده و انتخاب‌شان نکرده است؛ تجربه روزنامه‌نگاری در غرب (خاصه آمریکا) با وضعیت مالزی سازگار نیست؛ آزادی مطبوعات افسانه‌ایست که «آن به اصطلاح لیبرال‌های غربی» اختراع کرده‌اند تا مقاصد خود را پیش ببرند؛ خبرنگاران خارجی معمولاً بر جریان اطلاعات به مالزی اعمال انحصار می‌کنند؛ و غالباً این جریان اطلاعات دقیق نیست (ماهاتیر محمد، ۱۹۸۱، و نیز مالزین دایجست، ۳۰ نوامبر ۱۹۸۱، ص ۲). اینها فلسفه نخست‌وزیر مالزی بوده که با گذشت زمان نیز عوض نشده و در مناسبت‌های مختلف آن را ابراز کرده است.

ماهاتیر محمد به‌خصوص از دست مطبوعات خارجی دلخور است. او و همکارانش رسانه‌های خارجی را متهم می‌کنند که تلاش‌های مسلمانان در مسیر توسعه را ناچیز وانمود می‌کنند، از اسلام چهره نادرستی ارائه می‌نمایند، و در کنترل «صهیونیست‌ها» هستند (ازنام، ۱۹۸۶). در مارس ۱۹۸۴؛ دولت به منظور خنثی‌سازی تعداد روز افزون



گزارش‌های خارجی که به شاه تازه انتخاب شده مالزی توهین کرده بودند، کمیته‌ای بر پا ساخت. در اوائل دهه ۱۹۹۰ یکی از هدف‌های آشکار دولت مالزی ارائه تصویر مثبتی از کشور در مطبوعات بود. در آن هنگام دولت مالزی برش‌های خبری را در اختیار خبرگزاری‌های اروپا و آمریکا قرار می‌داد تا بینندگان آنها تصویر «درستی» از رویدادهای مالزی در اختیار داشته باشند. بی‌اعتمادی ماهاتیر به مطبوعات غربی در اقدام‌هایی که در سال‌های ۱۹۸۴ و ۱۹۹۰ اتخاذ شد منعکس گردید. در این سال‌ها، برنامه، یعنی خبرگزاری زیر کنترل دولت، تنها توزیع‌کننده خبر از خبرگزاری‌های خارجی بود.

دولت ماهاتیر، در کنار تقویت نقش برنامه در مخابرات و جریان‌های خبری محلی، منطقه‌ای و داخلی، به شیوه‌های دیگر نیز بر ارتباطات اعمال کنترل کرده است. ترتیباتی داده شده که شرکت‌های رسانه‌ای کلیدی زیر کنترل آئین دولت یا حزب حاکم بازسازی گردند؛ مقررات و قوانینی وضع کرده که بر رسانه‌ها تأثیر زیادی گذاشته‌اند؛ روزنامه‌نگارانی چند را توقیف کرده؛ بعضی از نشریات داخلی را تعطیل نموده، و پاره‌ای از انتشارات خارجی را در فهرست سیاه قرار داده است.

### تقویت خبرگزاری دولتی

همگام با تصمیم دولت در این مورد که برنامه به صورت تنها توزیع‌کننده اخبار خارجی درآید، خبرگزاری مزبور ارتقاء پیدا کرده و خدمات مختلفی را عرضه می‌کند. در این نوسازی، کامپیوتری کردن نقش حیاتی داشته است. برنامه در ۱۹۸۴ با صرف یک میلیارد دلار آمریکا نخستین خبرگزاری ملی آسیا - و یکی از نخستین خبرگزاری‌های جهان سوم - بود که کاملاً کامپیوتری شد (۷). اما همزمان با این توسعه، دولت مالزی در اجرای کاهش سراسری بودجه، سهم بودجه خبرگزاری را کاهش داد و برنامه مجبور شد بازارهای دیگری برای متاع خود بیابد. در نخستین روزها دولت ۱۰۰ درصد بودجه برنامه را تأمین کرد اما در سال ۱۹۸۹ کمک دولت تنها ۳۰ درصد بودجه برنامه را تشکیل می‌داد.

قدر مسلم این که برنامه نمی‌توانست به پایگاه رسانه‌ای کوچک مالزی به عنوان منبع حمایتی قناعت کند (۳۰) روزنامه، که تنها ۵ یا ۶ تایی آنها تیراژ بالایی دارند). ۲۰ درصد هزینه برنامه را رسانه‌ها تأمین کردند (احمد، ۱۹۸۵). برنامه تنوع‌طلبی را در دستور کار خود قرارداد، ابتدا سرویس خبری مالی ایجاد نمود: برنامه آسوشیتدپرس - داوجونز تهریت (Bernama Ap/Dow Jones Telerate) در ۱۹۸۴ به منظور استفاده جامعه شرکت‌های بین‌المللی مقیم مالزی به راه افتاد. نیواسکن آخرین اخبار را وارد پایانه ویدئویی کرد؛ این کار در آغاز، یعنی در سال ۱۹۸۵ به منظور استفاده در هتل‌ها، رستوران‌ها، بانک‌ها و سایر کانون‌های خدماتی شروع شد. سرانجام نیواسکن به دو شاخه هتل اسکن و کورپورت اسکن تقسیم شد، که دومی عمدتاً به فعالیت‌های پولی و بازاری مربوط می‌شد (۸). دولت به برنامه توصیه کرد ارتباط تنگاتنگ خود را با بورس اوراق بهادار کوالالمپور و بورس کالاهای کوالالمپور حفظ کند تا بتواند اطلاعاتی به مشترکان خارج از پایتخت عرضه نماید (راجان Rajan، ۱۹۸۵، ص ۲۲۰). در فاصله سال‌های ۱۹۸۴ و ۱۹۸۷ تعداد خدمات جدید به سرعت رشد کرد. از جمله این خدمات بونیکوت بود که اخبار بازارهای مالی و کالاها در سراسر جهان را به صورت «زمان واقعی» (real.time) در دسترس قرار می‌داد؛ سرویس خبرهای خارجی برنامه که به قول خبرگزاری برنامه «کامل‌ترین سرویس خبری جهان» در مالزی بود؛ خدمات تلکس و تله پرنیتر که ۲۴ ساعته در دسترس تمامی سازمان‌ها و رسانه‌ها بود؛ آرشیوهای آ سه آن که اخبار منطقه را در اختیار متقاضیان قرار می‌داد؛



سرویس خبرهای داخلی برنامه؛ سرویس خبری ژاپن (به زبان ژاپنی و انگلیسی خلاصه خبرها و اطلاعات بازار را به قصد ایجاد پیوند بین مراکز تجاری بزرگ با مالزی و آسه آن پخش می‌کرد)؛ سرویس اقتصادی برنامه اخبار لحظه به لحظه اقتصاد ملی و بین‌المللی را از خبرگزاری‌ها می‌گرفت؛ خدمات کتابخانه‌ای و اطلاعاتی برنامه، یک شبکه اطلاعاتی که اخبار و اطلاعات سرویس‌های خبر برنامه و روزنامه‌های گوناگون را در برمی‌گرفت. سرویس بسته‌بندی برنامه که مجموعه اطلاعات بسته‌بندی شده (روزانه یک میلیون کلمه) را در اختیار روزنامه‌نگاران «متخصص و گروه‌های منافع» قرار می‌داد؛ و برنامه یو. ان. اس. که نوعی روابط عمومی برای معرفی فرآورده‌ها و خدمات در سطح جهان بود.

بدیهی است ایجاد این همه بولتن در طیف پایان‌ناپذیر موضوع‌ها بسیار پرهزینه بود و خبرگزاری در سال ۱۹۸۷ از نظر مالی وضع نابه‌سامانی داشت و در «زمینه بازپرداخت بدهی‌هایش به بعضی از خبرگزاری‌های خارجی با مشکل روبه‌رو بود»، خبرگزاری‌هایی که از سال ۱۹۸۴ اخبارشان از طریق برنامه پخش شده بود (فار ایسترن اکونومیک ریویو (far Eastern Economic Review)، (۵ فوریه ۱۹۸۷). سال بعد برنامه تمامی گزارشگران خارجی را سریعاً کنار گذاشت و تمامی خبرنگاران خود را از پایتخت‌های آسه آن، به جز سنگاپور - فراخواند (همان منبع، ۳۱ مارس ۱۹۸۸).

برنامه موفق شد که بودجه خود را از ۱/۸۴ میلیون دلار آمریکا در سال ۱۹۸۶ به ۴۹۰ هزار دلار در سه سال بعد کاهش دهد اما مدام درصدد یافتن منابعی برای حصول به خودکفایی بود. در سال ۱۹۹۰ اصلاحیه‌هایی بر نظامنامه برنامه افزوده شد تا برنامه بتواند درآمد بیشتری کسب نماید. اصلاحیه‌ها در اساس حق انحصاری دریافت خبرهای پولساز را به برنامه دادند، البته برنامه از سال ۱۹۸۴ این کار را به یاری بخشنامه‌های دولتی انجام می‌داد. به دلیل ابهام در عبادت‌پردازی اصلاحیه‌ها و تمایل مالزی به ازدیاد کنترل بر مطبوعات، انتقادهای زیادی از اصلاحیه به عمل آمد. خبرگزاری، تنها یکی از تشکیلات رسانه‌ای است که دولت یا گروه‌های بسیار نزدیک به آن، مالکیت یا کنترل آن را بر عهده دارند. طی دهه ۱۹۸۰ مالزی هم مانند همسایه‌اش سنگاپور، در این حوزه کنترل زیادی را اعمال نمود.

### بازسازی مالکیت رسانه‌ها

به دنبال اصلاحیه مطبوعات چاپی در سال ۱۹۷۴، که خواستار اکثریت داشتن مالکیت محلی در رسانه‌های گروهی بود، روزنامه‌ها به بازسازی ساختار مالکیت و نسبت سهام خود اقدام نمودند، و در این راستا غالباً از یکی از اجزا و عناصر دولت باریسان - عمدتاً سازمان ملی مالایای متحد (یوامان ا.) یا انجمن چینی‌های مالزی (ام سی ای) - کمک گرفتند. مثلاً انتشارات استار در ۱۹۷۷ توسط هوارن هولدینگ - شرکت سرمایه‌گذاری خصوصی ام سی ای - خریداری شد و مجموع سهام حزب به ۷۵ درصد رسید (لنت ۱۹۸۴، ص ۲۸). شرکت کامون تینگ (Kamunting) در سال ۱۹۸۹ مالتی پریژ هولدینگ (Multipurpose Holdings) را که شاخه بدهکار ام سی ای بود (مالک شد و در اواخر سال ۱۹۸۹ کنترل انتشارات استار را به چنگ آورد و سهم خود را تا ۵۱ درصد افزایش داد. حالا دیگر لازم بود میان مالکان جدید و ام سی ای در مورد کنترل تحریریه روزنامه تفاهمی صورت گیرد (بولتن ارتباط جمعی آسیایی، نوامبر - دسامبر ۱۹۸۹، ص ۴). یو. ام. ان. ا. از مدت‌ها پیش درصدد بود انتشارات استار را بخرد و عده‌ای از منتقدان معامله سال ۱۹۸۹ را ادامه همان نیت دانستند چون کامون تینگ از قبل با دیم زین‌الدین وزیر دارایی روابطی داشت («کامون تینگ معامله می‌کند»، ۱۹۸۹).

مطبوعات گروه نیو استرتیز تایمز و گروه یوتاسان از نظر مالکیت و مدیریت به وسیله شبکه پیچیده‌ای از شرکت‌ها و افراد به یو. ام. ان. ا. مربوط می‌شدند. روزنامه‌های دیگر نیز، از جمله نانیانگ سیانگ پائو، سین چو جیبت بوه و تونگ بائو با یو ام ان ا یا ام. سی. ای پیوندهای محکمی دارند و سه روزنامه تامیل زبان در سیطره یکی دیگر از شرکای عمده باریسان، یعنی کنگره هندیان مالزی، قرار دارند.

در سال ۱۹۸۳ در مدیریت نیو استرتیز تایمز تغییرات گسترده‌ای پدید آمد و یک رشته انتصاب‌های سیاسی صورت گرفت. تغییرات هنگامی روی داد که در مدیریت «فلیت هولدنیکز» (و شرکت یو. ام. ان. ا.) و بازویش گروه فلیت که مالک نیو استرتیز تایمز بود، تغییرات عمده‌ای روی داد. حاصل تغییرات آن شد که در ژوئیه ۱۹۸۲ هر دو شرکت فلیت تحت ریاست دیم زین‌الدین، نماینده کداه در پارلمان قرار گرفت. زین‌الدین در سال ۱۹۸۴ وزیر دارایی شد و در بسیاری از سودهای رسانه‌ای و غیررسانه‌ای دست داشت. نام او و نام موسی هیت، معاون نخست‌وزیر، به عنوان منابع سیاسی و اقتصادی هارین‌ناسیونال، روزنامه باهاسا - مالزی زبان که از ژانویه ۱۹۸۴ دایر شده بود - مدام تکرار می‌شد.

در بازسازی نیو استرتیز تایمز از هفت عضو هیئت مدیره، پنج نفر کنار رفتند و هیئت مدیره چهار نفری جدید جای آنها را گرفت. از اعضای باقی‌مانده در هیئت، یکی داتوک یونس‌الدین، سردبیر سابق تان سری لی سیویی (Tan Sri lee siew yee) بود. یونس‌الدین دستیار و مشاور تانکو رزالی حمزه وزیر دارایی وقت مالزی، بدان سبب در پست هیئت مدیره ابقا شد که با مقاطعه‌کاران پیوند محکمی داشت. انتصاب دو عضو تازه هیئت مدیره، جنبه سیاسی داشت. عزت کمال‌الدین حقوقدانی بود که پست کوچکی در یو ام ان ا داشت. برادر او نیز منشی معاون نخست‌وزیر بود. سلیم قاسم پزشک و عضو هیئت مدیره کی دیسکانت هوس بود. داتوک عثمان هاشم بانکدار نیز در هیئت مدیره دیسکانت و فلیت هولدنیکز عضویت داشت. دولت مدعی بود این تغییرات در راستای ازدیاد کارایی بوده، اما منتقدان می‌گفتند ماهاتیر محمد نخست‌وزیر خواسته است بدین وسیله چهره‌های همدلانه‌تری را در هیئت تحریریه روزنامه جاسازی کند و بر قدرت و نقش زین‌الدین بیفزاید. زین‌الدین در تصمیم‌های روزمره نیو استرتیز تایمز مداخله فعال داشت (سیگال / segal / ۱۹۸۲).

ارتباط روزنامه‌ها با دولت و نخبگان حزب حاکم مستلزم ارتباط‌گیری با تعدادی از شرکت‌های داخلی و فراملی بود. برای مثال نشنال اکو، و شین مین دیلی نیوز در مالیکت تان کونسوان، رئیس ام سی ای بود که قبل از توقیف شدن به اتهام فساد، در دهه ۱۹۸۰، صدها شرکت را مالک بود که در زمینه‌های مختلف، از جمله نجات کشتی‌ها، مستغلات، سرمایه‌گذاری، کشت و صنعت، هتل، قمارخانه، تجارت، مالیه و کشتیرانی فعالیت داشتند (۹). ریاست هیئت اجرایی مالی پرئز هولدنیکز، یک مجموعه متنوع و گسترده، و یکی از واحدهای سرمایه‌گذاری ام سی ای، که با فیکام پی ال سی پیوندهایی داشت، با تان بود. فیکام ۵۰ شعبه در اروپا داشت و در ساخت ابزارهای علمی و ویدئویی فعالیت می‌کرد.

اما درهم تنیدگی دولت و شرکت‌های بزرگ در هیچ کجا به پای نیو استرتیز تایمز نمی‌رسد. گروه فلیت، شرکت مادر نیو استرتیز تایمز، ابتدا به منظور خارج کردن رسانه‌های چاپی از کنترل چینی‌ها و خارجیان به وجود آمد. در سال ۱۹۷۲ شرکت ۱۴/۶ میلیون دلار آمریکا بابت ۸۰ درصد سهام نیو استرتیز تایمز پرداخت کرد و آن را از استرتیز تایمز سنگاپور خرید. ۲۰ درصد بقیه هم در سال ۱۹۸۳ توسط دازا، شرکت متعلق به زین‌الدین خریداری شد. دازا این سهام را به نیابت فلیت خرید. سال بعد فلیت، دازا را خرید و چنین شایع شد که نیو استرتیز تایمز با استفاده از



پول‌های خود سهام خویش را خریداری کرده است - که این در واقع نقض ماده ۶۷ قانون شرکت‌ها بود (سی وارد ۱۹۸۷a / SEAWARD).

تا اواخر دهه ۱۹۸۰، گروه فلیت و نیو استرتیز تایمز از طریق مالکیت ۱۵۰ شرکت مخابراتی، روابط عمومی، مجله، کامپیوتر، ترابری، تأسیسات تفریحی ساحلی، هتل، بیمه، توسعه و بانکداری به هم پیوند خوردند. فلیت تنها در سال ۱۹۸۷ اقدام به خرید مجموعه مرلین هتل کوالامپور کرد که ۱۱۰ میلیون دلار ارزش معامله بود، و سهام خود را در نخستین تلویزیون خصوصی مالزی تلویزیون ۳ (TV-3) به ۷۰ درصد افزایش داد. سیستم تلویزیون مالزی، شرکت مادر تلویزیون ۳ در ۱۹۸۸، ۲۲ درصد سهام کولد استوریج مالزی را خریداری کرد. ۱۰ درصد از سهام کولد استوریج نیز به گروه مطبوعاتی نیو استرتیز تایمز تعلق گرفت. مدیران صندوق‌های خارجی از این معامله به خشم آمدند و گفتند اس تی ام هیچ وجه اشتراکی با کولد استوریج که شرکت سازنده، توزیع‌کننده و فروشنده مواد و فرآورده‌های غذایی است، ندارد (سی وارد، ۱۹۸۸ b، ص ۶۷).

ابر تیره‌ای بر بسیاری از فعالیت‌های فلیت سایه افکند که تا حدی به دلیل ارتباط دیم با گروه بود. فلیت به نفع دولت ماهاتیر در روزنامه دخل و تصرف می‌کرد، نحوه خرید گروه نیز علت دیگر این مشکل بود. نقش دیم در رسانه‌ها، فعالیت اقتصادی و دولت در دهه ۱۹۸۰ نقشی بحث‌انگیز بوده است. دیم به عنوان نامزد یو ام ان اُ رئیس فلیت و به نوبت رئیس نیو استرتیز تایمز، تلویزیون ۳، گروه مالکان هتل یعنی فابر مرلین بود. به عنوان نامزد دولت، رئیس پر ملابی اچ دی بود. علاوه بر اینها، او و شرکت‌های تحت کنترل خانواده‌اش در عملیات مربوط به زمین، صنعت، کشت و صنعت و بانکداری دست داشتند. یو ای پی، بنگاه معاملات زمین و مسکن که در نوع خود بزرگ‌ترین شرکت محسوب می‌شد، از دارایی‌های شخصی او بود. یو ای پی ۳۶ درصد زنجیره سینمایی برادران شاو را نیز در تملک داشت.

در سال ۱۹۸۴ کل دارایی‌های دیم در فهرست شرکت‌های بورس سهام به ۱۵۱ میلیون دلار آمریکا بالغ می‌شد. اما برآورد می‌شد که مجموع دارایی‌هایش به ۲۵۹ میلیون دلار برسد («سلطان خجل کابینه» cabinet shy Tycoon, ۱۹۸۴). سؤالاتی در رابطه با ارتباط‌های دیم و ماهاتیر محمد و نیز قرار گرفتن او در پست‌های مولد ثروت، قدرت و دارایی مطرح گردید. یکی از صاحب‌نظران نوشت: دیم در پست وزرات دارایی «آنچنان آلوده خواست‌ها و معاملات تجاری شخصی و غیرقانونی شد که اصلاحات اداری و سیاستگذاری او در بوته ابهام باقی ماند» (سی وارد، ۱۹۸۸ a، ص ۵۲). رسانه‌های مالزی که اکثر در مالکیت هواداران حزب حاکم‌اند بسیاری از این مباحث را ناشنیده گرفتند و هر خبرنگار خارجی که قصد گزارش این مسائل را داشت اخراج گردید.

سال‌های سال رسانه‌های مطبوعاتی استرتیز تایمز متهم بودند که بلندگوی دولتند و به مخالفان دولت فرصت ابراز نظر نمی‌دهند. این امر هنگامی کاملاً بدیهی شد که دسته رازالی رهبری ماهاتیر محمد را به مبارزه طلبید، ولی نتوانست نظر خود را از طریق مطبوعات به گوش مردم برساند. سردبیر نیو استرتیز تایمز، منیر محمد، در ۱۹۸۶ دیدگاه هیئت حاکمه را به‌خوبی بیان کرده است:

می‌دانم که ما به طرفداری از دولت، محافظه‌کاری و کتمان حقایق مشهور شده‌ایم. اما ما نمی‌توانیم با احساسات مردم بازی کنیم یا هشدارهای بیهوده بدهیم. ما به جای ضربه‌زدن به اساس کشور، در ساختن آن نقش داریم («نبرد به خاطر خوانندگان انگلیسی مالزی»، ۱۹۸۶)

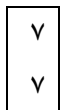
عملیات سوداگرانه فلیت نیز همه را مظنون کرد. گفته می‌شد فساد و فعالیت‌های غیرقانونی فلیت در شکل ارسال مخفیانه پول به خارج و موارد پیش گفته، خرید سهام نیو/استرتیز تایمز با پول‌های نیو/استرتیز تایمز بوده است. گروه فلیت در سال‌های ۱۹۸۶ - ۸۷ از طریق فروش املاک، با مساعده‌های کوتاه مدت از پول‌های فراوان نیو/استرتیز تایمز، مبلغ ۱۹۸ میلیون دلار مالزی به چنگ آورد (سی وارد، b ۱۹۸۷، ص ۵۹).

### قانونگذاری و محدودیت‌های مطبوعات

بسیاری از قوانین مطبوعات در دهه ۱۹۸۰، مکملی بر زرادخانه از پیش موجود قوانین مطبوعات بود که ماهاتیر محمد به یاری آن مطبوعات را کنترل می‌کرد. قانون بنیادین نشر و چاپ، یعنی قانون مطبوعات و انتشارات چاپی (پی پی پی آ = PPPA) در ۱۹۸۴ و ۱۹۸۷ اصلاح شد. قانون امور محرمانه و قانون پخش نیز به ترتیب در سال‌های ۱۹۸۶ و ۱۹۸۷ تقویت گردیدند. اصلاحیه ۱۹۸۴ پی پی پی آ که به منزله تهدید تعرض‌آمیزی به آزادی مطبوعات تلقی شد مطبوعات و انتشارات محلی و خارجی را از نشر مطالب توهین‌آمیز به اصول مالزیایی منع می‌کرد. به موجب اصلاحیه، مسئولیت مطالبی که در مالزی منتشر می‌گردد با چاپ‌کنندگان است. اصلاحیه می‌افزاید که اگر یک نشریه خارجی به نظم عمومی، اخلاق، امنیت، روابط با هر دولت یا کشور خارجی، منافع ملی یا عمومی پیشداوری داشته باشد می‌توان جلو نشر آن را گرفت. ناشران خارجی باید قبل از پخش مطالب منتشره خویش در مالزی، سپرده‌ای نزد دولت مالزی بسپارند و چنانچه مقررات دولتی مالزی رعایت نشود این سپرده ضبط خواهد شد (لنت ۱۹۸۹).

اصلاحیه مزبور موجب انسجام قانون‌های قبلی مطبوعات: پی پی پی آ ۱۹۴۸ (تجدید نظر شده در ۱۹۷۱)؛ قانون کنترل مطالب چاپ شده وارداتی ۱۹۸۵ (تجدید نظر شده در ۱۹۷۲)؛ و ماده ۲۲ قانون امنیت داخلی گردید و اعتراض‌هایی را به دنبال آورد. منتقدان، حتی افراد هوادار دیدگاه‌های دولت می‌گفتند این نوع انسجام به معنی نقض قانون اساسی و گاهی به سوی حکومت خودکامه است. آنها نیازی به قانونگذاری بیشتر نمی‌دیدند و معتقد بودند قوانین ۱۹۴۸ و ۱۹۵۸ به قدر کافی کارایی دارند (کلد، b ۱۹۸۴).

اندکی قبل از تصویب اصلاحیه ۱۹۸۴، دولت قانون امور محرمانه را نیز به نحوی اصلاح کرد که باعث مرعوب شدن مطبوعات گردید. به موجب اصلاحیه مزبور مقام‌های دولتی موظف بودند به محض آگاهی از اینکه کسی به اطلاعات طبقه‌بندی شده نزدیک شده است به پلیس گزارش دهند. مقاماتی که در این امر قصور ورزند به حبس تا ۵ سال محکوم خواهند شد. در تعریف محرمانه گفته شده است: هر نوع اطلاعاتی که به طور محرمانه از سوی یک مقام دولتی در اختیار مقام دیگر گذاشته شده باشد و یا کسی به خاطر مقامش در دستگاه‌های دولتی کسب کرده باشد. ارتباط با یک «عامل خارجی» موجب می‌شود که فرد تحت پیگرد قانونی قرار گیرد، اعم از اینکه اطلاعاتی به او داده باشد یا نداده باشد. حداکثر مجازات این جرم ۷ سال حبس یا ۱۰ هزار دلار جریمه است. مخالفان این قانون می‌گویند عبارت‌بندی قانون طوری است که موجب محدودیت دسترسی به اطلاعات می‌گردد ولو اینکه امنیت ملی در خطر نباشد و بنابراین دیوانسالاری می‌تواند با توسل به حربه این قانون اقدام به سوء استفاده نماید. قانون امور محرمانه و اصلاحیه‌هایش دوبر در ۱۹۸۵ علیه روزنامه‌نگاران به کار گرفته شدند. اصلاحیه سال ۱۹۸۷ پی پی پی آ به وزیر کشور اختیار تام می‌دهد تا از نشر یا ورود هر نوع مطلب چاپی «که احتمال خطری را برای افکار عمومی دارد» جلوگیری کند و برای «چاپ بدخواهانه اخبار نادرست» مجازات‌های سنگینی در نظر گرفته است. تغییر در قانون پخش به وزیر اطلاعات اختیارات تام داده است تا همه برنامه‌های رادیو تلویزیون را زیر نظر بگیرد و مطمئن شود که «با سیاست



دولت انطباق دارند».

دولت ماهاتیر محمد مطبوعات را در چند مورد سرکوب کرد: در ۱۹۸۳ نشریه ماهانه *نادی/انسان* را به جرم چاپ مقالاتی علیه روابط دیپلماتیک مالزی و همسایگان توقیف نمود؛ ناشر و سردبیر *وطن* را توقیف و زندانی کرد؛ توزیع *وال استریت ژورنال* آسیا را به مدت سه ماه در سال ۱۹۸۶ قلعن ساخت، چون مقالاتی در مورد فساد بانکی و سوء مدیریت اقتصادی دولت نگاشته بود؛ از اکتبر ۱۹۸۷ تا مارس ۱۹۸۸/ستار، *وطن*، *سین* چو جیت پوه را به خاطر دامن زدن به اختلافات نژادی توقیف نمود.

موارد دیگری از سانسور یا اقدام به سانسور وجود داشته که بحث‌انگیزتر از همه تلاش در منع انتشار اخبار مربوط به رسوایی مالی بومی پوترا مالزی فینانس به مبلغ یک میلیارد دلار آمریکا بود. قوانین پارلمانی متعدد و سایر سیاستگذاری‌ها محدودیت‌هایی را در مالزی ایجاد کرده است. برای مثال، حقوق بنیادین مذکور در قانون اساسی را مشروط یا تعدیل کرده‌اند و در این راه یک‌هزار اصلاحیه قانون اساسی، پارلمانی، قدرت اضطراری و اقدامات دولتی تصویب شده است. از اینها که بگذریم، قوانین متعدد مربوط به اعلام وضع فوق‌العاده که در خلال بحران‌ها به تصویب رسیده هنوز به قوت خود باقی مانده است، از آن جمله‌اند قوانین خشنی چون قانون امنیت داخلی، مقررات اختیارات ضروری، قانون اجتماعات ۱۹۸۱ (اصلاح شده در ۱۹۸۲)؛ قانون دانشگاه‌ها و دانشکده‌ها (لنت، ۱۹۸۴ a، ۱۹۸۹).

### جمع بندی

بازسازی و طراحی مجدد زیربنای اقتصادی و سیاسی مالزی در دهه ۱۹۸۰ به‌رغم ادعاهای استراتژیست‌های توسعه، عمدتاً به سود داراها و به زیان نادارها تمام شد. سیاست صنعتی شدن صادرات، قدرت زیادی را در دست‌های نخبگان سیاسی و اقتصادی قرارداد، نخبگانی که عمدتاً به حزب حاکم وابسته بودند و حزب حاکم نیز قدرت تقریباً انحصاری خود را بر همه بخش‌ها اعمال نمود. سایر سیاست‌ها نیز بطور جنبی به رده فوقانی جامعه کمک کردند. برنامه‌های خصوصی‌سازی عمدتاً به معنای آن بود که مالکیت از دست دولت به دست مجموعه‌ها و شرکت‌های داخلی یا بین‌المللی افتاده، ضمن اینکه تحول یک جامعه اطلاعاتی بیش از آنکه به نفع توده‌ها باشد به سود شرکت‌های بزرگ بوده است. صنایع در حال رشد مخابراتی و کامپیوتری به نوبه خود در انحصار اقلیتی انگشت‌شمار از افراد و گروه‌ها قرار گرفت.

در رابطه با ورود شتابزده مالزی به عصر اطلاعات مسایل چندی مطرح شده است، از جمله نبود یک برنامه دقیقاً تعریف شده سیاستگذاری تله ماتیکی؛ اینکه قابلیت دولت در امر استفاده از کامپیوتر به منظور کنترل اطلاعات - یا دخل و تصرف در آن - به سود اقلیت ممتاز تمام شده است؛ پذیرش نفوذ و تأثیر فرهنگ غربی؛ و مبارزه گروه‌های نخبه رقیب برای کنترل توده‌ها، به جای تلاش هماهنگ برای ارتقای توده‌های مبارز.

### پی‌نوشت

۱. شاهراه مخابراتی آسیا پیوند ارتباطی - مخابراتی آسیا با غرب از راه ماهواره و دور زدن کابل آتلانتیکی است.

۲. این طرح، بزرگترین شرکت‌های مخابراتی جهان را که در سنگاپور گرد آمدند تا نحوه شرکت خود در طرح را ارزیابی کنند، جذب نمود. سه‌بخش نخست این شبکه سنگاپور، مالزی، برونئی و فیلیپین را در بر می‌گرفت و بنا بود تا دسامبر ۱۹۹۱ تکمیل شود.
۳. جامعه چینی‌ها مدعی است که درصد بومی پوترا از بخش شرکت‌های خصوصی بالاتر از اینهاست. آنها می‌گویند در سال ۱۹۸۳ بومی پوتراها ۵۰ درصد کل معادن؛ ۴۵ درصد شرکت‌های کشاورزی؛ ۷۰ - ۸۰ درصد مالیه و بانک؛ ۱۸ درصد تولید صنعتی؛ و ۱۵ - ۱۰ درصد صنایع ساختمان را در کنترل داشتند (فار ایسترن اکونومیک ریویو، ۲۲ ژوئن ۱۹۸۶، ص ۲۹).
۴. در سال ۱۹۸۳ جو گسترش طلبانه‌ای بر این بخش حکمفرما بود و انتظار می‌رفت ۱/۶ میلیون تلفن طی دو سال عرضه شود. بنا به پیش‌بینی طرح تعداد خط‌های تلفن در کوالالامپور از ۱۸ برای هر صد خانوار به ۴۲ افزایش می‌یافت، اما طرح، هزینه سنگینی داشت. برای مثال بودجه توسعه بخش مخابرات در سال ۱۹۸۱ به ۶۳۰ میلیون دلار بالغ می‌شده است.
۵. می‌پاک در نوامبر ۱۹۸۴ گشایش یافت و کار آن، انتقال داده‌ها میان کامپیوترها و پایانه‌های داده‌ها در مالزی و سایر کشورها بود. در ژوئیه ۱۹۸۹ اس تی ام خدمات اطلاعاتی می‌سیس Maycis را راه‌اندازی کرد و به جای استفاده از تکنولوژی جعبه اتصال (راه‌گزینی) از تکنولوژی مدار اتصال استفاده می‌نمود. داتل توسط بخش مخابرات، در سال ۱۹۸۳، دایر شد تا داده‌های کم حجم را از طریق شبکه عمومی اتصال تلفنی بین کامپیوتر و پایانه‌های داده‌ها منتقل سازد. تلینا، سیستم اتصال متن - تصویر است. یعنی اطلاعات پایگاه داده‌های کامپیوتری را از طریق خطوط تلفن خانگی منتقل می‌کند. تلینا که با بریتکس از گروه فلیت پیوند دارد، می‌تواند به ۳۰۰ هزار مصرف‌کننده خدمات بدهد. تله ماکس، خدمات پست تصویری طبق ضوابط بین‌المللی، مشترکین را از طریق دستگاه‌های تصویربرداری و از راه شبکه عمومی اتصال تلفنی به هم ارتباط می‌داد. این وسیله آسانی برای انتقال نمودارها، گرافیک‌ها، عکس‌ها، اسناد و یادداشت‌های دست‌نویس است. سرویس مدار اجاره‌ای قاره‌ای، بر مبنای اجاره و از طریق مدارهای نقطه به نقطه درجه صدا، صداها و داده‌ها را انتقال می‌دهد. آتور، به طوری که قبلاً گفتیم، ارتباط تلفنی بین وسایل نقلیه موتوری، غیرموتوری و مکان‌های ثابت را تأمین می‌نماید. سرویس دهی به سازمان‌ها، به جز اس‌تی‌ام، و از جمله بریتکس را نیو استرتیز تایمز از گروه فلیت در سال ۱۹۸۵ آغاز کرد. برتیکس اولین سرویس تلکسی مالزی، جز هزینه دستگاه تلویزیون یا ماشین رمزگشا هزینه‌ای ندارد و رایگان است. اخبار، اطلاعات توریستی، بازرگانی و تفریحات سالم و سرگرمی‌ها را در اختیار متقاضی می‌گذارد. به دلیل گرانی دستگاه‌های گیرنده، تعداد مشتریان اندک است، در اواخر سال ۱۹۸۶ به ۱۲۰۰۰ نفر می‌رسید. نیو اسکن برنامه توسط بانک‌ها، رستوران‌ها و پایانه‌های حمل و نقل مورد استفاده قرار می‌گیرد. برنامه خدمات مالی دیگری هم دارد، از جمله اسو شیتدپرس - داوجونز تلریت و خدمات مونیتر رویتر - بونیکوت. در سال ۱۹۸۷ حدود ۶۰ درصد شرکت‌های الکترونیکی، کامپیوتری و مخابراتی مالزی از یک یا چند سرویس یاد شده استفاده می‌کردند (صدیقی، ۱۹۸۷، ص ۸۹).
۶. سیاست اقتصاد نوین (نپ) در ۱۹۹۰ به پایان رسید. هدف آن برابری فرصت‌های اقتصادی برای همه مالزیایی‌ها بود. اما همگان برآند که از طریق سویسید، وام‌های مناسب، سهمیه‌بندی مشاغل و دانشگاه‌ها، و مقررات اعطای پروانه و سهام، به ازدیاد ثروت قوم مالایایی کمک کرده است.
۷. کامپیوتری شدن دست کم در ۴ روزنامه مالزی نیز صورت گرفته است. سه تا از این روزنامه‌ها توانستند به یاری کامپیوتر، چاپخانه‌هایی در خارج از کوالالامپور دایر سازند و در نتیجه اخبار بیشتری از آن مناطق گردآوری کنند. برنامه‌هایی در دست است که برای سال ۱۹۹۳ اداره تلویزیون ملی کامپیوتری دایر سازند و سازمان‌های دولتی و بخش خصوصی بتوانند متون را از انگلیسی، چینی و ژاپنی به باهاسا مالزی و برعکس ترجمه کنند. هدف از این کار ازدیاد میزان مطالب خواندنی در حوزه‌های حرفه‌ای است که در حال حاضر از این نظر غنی نیستند زیرا منابع ترجمه شده به قدر کافی وجود ندارد. (بولتن ارتباط جمعی آسیایی، سپتامبر - اکتبر ۱۹۸۹، ص ۱۱).
۸. نظام مشابه دیگر در مالزی برتیکس است که به نیو استرتیز تایمز تعلق دارد و توسط آن اداره می‌شود. این نظام که در ژانویه ۱۹۸۵ راه‌اندازی شد روزانه ۱۰۰۰ صفحه را از طریق تکه‌تکه منتقل می‌سازد. این یک واکنش تشویق‌آمیز خاصه از ناحیه سوداگران به دنبال آورد و حاصل آن فروش ۱۰ هزار گیرنده تا ژوئن ۱۹۸۶ بود (محمد حمدان عدنان و سانکاران، ۱۹۸۶، ص ۱۱-۱۲).
۹. در سال ۱۹۸۷ آسیا ویک گزارش داد که شین مین دلی نیوز در مالکیت نیو استرتیز تایمز قرار دارد («بقای انساب»، ۱۹۸۷).
۱۰. از ترکیب دو نیمه واژه تله کامیونیکیشن و اینفورماتیک واژه تله ماتیک ساخته شده که به معنی مخابرات - اطلاعات است.
۱۱. بخش‌هایی از فدراسیون مالزی که خارج از شبه جزیره مالایا قرار دارند. - م.

۱۲. turnkey مقاطعه‌ای که مقاطعه‌کار انجام همه کارهای طرح را از اول تا به آخر و آماده بهره‌برداری شدن بر عهده می‌گیرد. - م.

## منابع

- Abdullah Aziz b. M. Y., et al. (1986, December 2-5). The impact of new technologies in governmental systems: "The Malaysian experience." Paper presented at a conference at the Asian and Pacific Development Center, Manila.
- Ahmad R. A. (1985, December-January). A newsroom on line: The Bernama story, *Jurnal Kewartawanan Malaysia*, pp. 25-26, 32.
- Aznam, S. (1986, September 4). What is fit to print? *Far Eastern Economic Review*, p. 13.
- Aznam, S. (1990, March 15). The news channel. *Far Eastern Economic Review*, pp. 20-21.
- Aznam, S., & McDonald, H. (1989, June 22). The corporate cake. *Far Eastern Economic Review*, pp. 29-30.
- Bartholomew, J. (1985, October 31). Europe hangs on to its long telephone lead. *Far Eastern Economic Review*, pp. 57-58.
- Battle for Malaysia's English readers. (1986, February 23). *Asiaweek*, p. 33.
- Cabinet's shy tycoon. (1984, July 27). *Asiaweek*, p. 28.
- Chandra, M. (1986). *Freedom in fetters*. Penang: Aliran.
- Clad, J. (1984a, September 6). Ambitious, three-part expansion. *Far Eastern Economic Review*, pp. 78-79.
- Clad, J. (1984b, April 12). Vigilance is needed. *Far Eastern Economic Review*, pp. 34-35.
- Clad, J. (1985, July 25). Ringing in the changes. *Far Eastern Economic Review*, p. 47.
- Crawford, M. H. (1984). *Information technology and industrialization policy in the Third World: A case study of Singapore, Malaysia, and Indonesia*. Cambridge, MA: Harvard University, Program on Information Resources Policy.
- For ASEAN, a satellite system. (1980, April 25). *Asiaweek*, p. 10.
- Hamelink, C. (1983, May 14). Report to the Ministry of Information, Government of Malaysia. Kuala Lumpur: Government of Malaysia.
- In Malaysia, dial p for profit. (1989, September 15). *Asiaweek*, pp. 57-59.
- Jomo. (Ed.). (1989). *Mahathir's economic policies*. Kuala Lumpur: Incan.
- Kamunting makes bid for Malaysia's Star. (1989, September 28). *Far Eastern Economic Review*, p. 14.
- Kennedy, L. B. (1989, October 5). Privatization as a method of wealth redistribution: The case of Malaysian telecoms. Paper presented at the Conference on Culture and Communication, Philadelphia.
- Lent, J. A. (1984a). Human rights in Malaysia. *Journal of Contemporary Asia*, 14(4), 442-458.
- Lent, J. A. (1984b, October-December). Restructuring of mass media in Malaysia and Singapore: Pounding in the coffin nails? *Bulletin of Concerned Asian Scholars*, pp. 26-35.
- Lent, J. A. (1989, April). Human rights and freedom of expression in Malaysia and the Philippines. *Asian Profile*, pp. 137-154.
- Lim H. T. (1984, March 27-30). The computer and knowledge information development in Malaysia: Some perspectives. Paper presented at a workshop on the computer and information development in ASEAN, Singapore.
- Lim K. S., Singh, K., Chandra, M., & Tan, P. (1986). *Human rights in Malaysia*. Kuala Lumpur: Democratic Action Party.
- Maarof, A. B. (1984). *Informations for development in Malaysia*. Unpublished manuscript, Kuala Lumpur.
- McDaniel, D. (1986, October 9). Privatization of television in Malaysia. Paper presented at the Conference on Culture and Communication, Philadelphia.
- Mahathir Mohamad. (1981, July 9). Freedom of the press: Fact or fantasy. *New Straits Times*.
- Ming, V. N. (1985, November 15). Microwave network to boos long-link telecommunications. *Malaysian Digest*, p. 7.
- Mohd. Hamdan Adnan. (1985). The mass media in Malaysia. *Media Asia*, 12(3), 161-169.
- Mohd. Hamdan Adnan & Sankaran Ramanathan. (1986, August 25-29). Microcomputers and media education in Malaysia: Positive developments in the use of communication technology. Paper presented at the meeting of the International Association for Mass Communication Research, New Delhi, India.
- Notgetting through in K.L. (1988, June 10). *Asiaweek*, P.58.
- Ong F. C. (1989, Spring). The Malaysian telecommunications services industry: Development perspective and prospects. *Columbia Journal of World Business*, pp. 83-100.
- Pearce, F. (1985, October 31). ASEAN pushes hard in a major bid to go "soft." *Far Eastern Economic Review*, pp. 73-75.
- Radzi Mansor. (1986, January-March). Policy issues of a national data communication system: The Malaysian perspective. *Jurnal Kewartawanan Malaysia*, pp. 8-11.
- Rahim, S. A., & Pennings, A. J. (1987). *Computerization and development in Southeast Asia*. Singapore: AMIC.
- Ragan, S. N. (1985). Use of media technology by a Third World news agency. *Media Asia*, 12(4), 220-222.



- Saunders, R. J., et al. (1983). Telecommunications and economic development. Baltimore: Johns Hopkins University Press for World Bank.
- Schiller, D. (1986, June 12-14). Pathways to digitalization in international telecommunications. Paper presented at the Institute of Social Sciences, Seoul, Korea.
- Seaward, N. (1987a, September 3). A sense of mission-and missing shares. Far Eastern Economic Review, pp. 61-62.
- Seaward, N. (1987b, September 3). Fleet group sails into heavy weather. Far Eastern Economic Review, pp. 58-59.
- Seaward, N. (1988a, September 1). The Daim stewardship. Far Eastern Economic Review, pp. 52-55.
- Seaward, N. (1988b, October 6). UMNO's money machine. Far Eastern Economic Review, pp. 66-67.
- Segal, J. (1982, September 10). Publish and be damned. Far Eastern Economic Review, pp. 92, 94.
- Siddiqi, M. A. (1987). An assessment of the evolving telematics policies in Malaysia. Unpublished doctoral dissertation, Temple University.
- Smith, P. (1983, September 15). New for Malaysia (private) Inc. Far Eastern Economic Review, pp. 69-75.
- Survival of the fittest. (1987, September 27). Asiaweek, p. 46.
- The world's cheapest telephone system? (1979, December 7). Far Eastern Economic Review, pp. 62-63.

۵

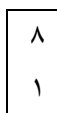
## رسانه‌های گروهی، فرهنگ و ارتباطات در برزیل

اومار سوکی اولیویرا Omar souki oliveira

### میراث وابستگی

شما کشوری مثل برزیل دارید که از نظر منابع طبیعی و امکانات جغرافیایی یکی از ثروتمندترین کشورهای جهان است. در آنجا ثروت و صنعت حول مثلث بسیار کوچکی متشکل از ریودو ژانیرو، بلوهوریزونته، و سائوپولو متمرکز شده است، در حالی که بقیه کشور همچنان با عقب‌ماندگی و فقر وحشتناک دست به گریبان می‌باشد. پُل سوئیزی (۱۹۸۶، ص ۱۰۲)

به نظر می‌رسد در برزیل رشد رسانه‌های گروهی و وابستگی با هم همگام هستند. ضرورت فروش محصولات و مشروعیت دادن به ایدئولوژی وابسته گروه‌های غالب، در گسترش رسانه‌های گروهی کشور نقش تعیین‌کننده‌ای داشته است. مجلات و روزنامه‌ها، و بویژه رادیو و تلویزیون، به منظور یکنواخت کردن عادات خرید و علائق و سلیقه‌های مصرف‌کنندگان، طی تلاشی فزاینده به مخاطبانی در اقصی نقاط این سرزمین وسیع (تقریباً به اندازه ایالات متحده آمریکا) می‌رسند. این امر سبب تمرکز تولیدات رسانه‌ای در سائوپولو و ریودو ژانیرو شده است، دو شهری که رویهم بیش از ۲۰ میلیون نفر جمعیت دارند. از سال ۱۹۸۵، پخش علائم تلویزیونی از طریق دو ماهواره ارتباطاتی داخلی



تهران: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، پلاک ۱۳، صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۶۵۹۷



انجام گرفته است که بی‌وقفه امواج تصاویر رنگی را به سراسر کشور ارسال داشته‌اند. با این حال، نوآوری‌های تکنولوژیکی عمدتاً مورد استفاده گروه‌های قدرت و در راه تأمین هدف‌های سیاسی و اقتصادی آنها بوده است. رسانه‌های گروهی به ندرت بر خواست‌ها و نیازهای واقعی برزیلی‌ها، مثل آموزش بهتر و ارتقای فرهنگ منطقه‌ای، تکیه می‌کنند. در این فصل میراث و پیامدهای کشدار وابستگی رسانه‌ای، ارتباطاتی و فرهنگی در برزیل مورد بررسی قرار می‌گیرد.

با نگاهی به آگهی‌های تجاری تلویزیون برزیل، تابلوهای تبلیغاتی نصب شده در خیابان‌ها و آگهی‌های مجلات، ناگهان این احساس به انسان دست می‌دهد که در یک جهان صنعتی قرار گرفته است. آگهی‌ها، و نیز برنامه‌های تلویزیونی، در مجلل‌ترین زمینه و فضای قابل تصور جریان پیدا می‌کنند. بیشتر شخصیت‌ها سفید پوست هستند، در تعطیلات پرهزینه به سر می‌برند، با جت شخصی سفر می‌کنند و کمیاب‌ترین نوع ویسکی اسکاچ را می‌نوشند. تابلوهای تبلیغاتی بدن‌های زیبا و نیمه‌عریانی را نشان می‌دهند که انواع معروف و بین‌المللی ماست‌های رژیمی را تبلیغ می‌کنند، و یا لذت یک زوج جوان از نوشیدن «کوکاکولا» را به نمایش می‌گذارند. مجلات حتی از این هم پیشتر می‌روند. آنها در مورد جدیدترین تجهیزات سمعی و پیشرفته‌ترین کامپیوترهای شخصی تبلیغ می‌کنند، اقلامی که همه «آدم حسابی‌ها!» باید داشته باشند. اما واقعیت خیابان‌ها چیز دیگریست. حدود ۷ میلیون کودک بی‌سرپرست در مناطق پرجمعیت حاشیه شهرها آواره و سرگرداند، و ۶۰ میلیون برزیلی در نزدیکی مرز گرسنگی به سر می‌برند (NoBrasil، ۱۹۸۸).

در برزیل دو دنیای متفاوت در کنار یکدیگر وجود دارد. یکی دنیای صنعتی است مرکب از طبقه ثروتمند و طبقه متوسط بالا که تقریباً ۱۵ درصد کل جمعیت ۱۴۰ میلیونی کشور را شامل می‌شود: بازاری که این ۲۱ میلیون مصرف‌کننده ایجاد می‌کند بزرگ‌تر از بازار تمامی کشورهای اسکاندیناوی است، و سطح زندگی آنها هیچ تفاوتی با زندگی یک شهروند اروپای غربی یا آمریکایی متوسط ندارد. اما چه بر سر سکنه آن جهان سوم درون برزیل، آن ۱۱۹ میلیون محروم برزیلی می‌آید؟ رسانه‌ها و ماهواره‌های ارتباطاتی با وجود این شکاف اجتماعی، چگونه عمل می‌کنند؟ آیا رسانه‌ها و تکنولوژی پیشرفته ماهواره‌ای وضعیت را بهتر می‌کنند یا بدتر؟ اینها بعضی از مسائلی است که در این فصل مطرح خواهد شد.

### مروری بر رسانه‌ها

بعد از کودتای نظامی ۱۹۶۴، دولت، تلویزیون را به منزله یکی از ابزارهای مهم مشروعیت بخشیدن به حکومت خود به کار گرفت. زیربنای ارتباط از راه دور کشور به سرعت نوسازی شد، و برای دسترسی داشتن به دورافتاده‌ترین نقاط برزیل ارتباط‌های میکروویوی کشور مورد استفاده قرار گرفت. در سال ۱۹۶۷ حکومت نظامی، شرکت مخابرات از راه دور برزیل (امبراتل Embratel) را تشکیل داد و با استفاده از اعتبارات دولتی این نظام را توسعه بخشید. اداره و کنترل ارتباط‌های زمینی و ماهواره‌ای داخلی مورد استفاده شبکه‌ها با امبراتل است. نظام ۲۱۰ میلیارد دلاری ماهواره برزیل که در سال‌های ۱۹۸۶ و ۱۹۸۵ شروع به کار کرد، از دو ماهواره ساخت کانادا تشکیل می‌شود. با این دو ماهواره هر فرد برزیلی می‌تواند عملاً از تلویزیون استفاده کند (ترنر Turner، ۱۹۸۸، ص ۷). در سال ۱۹۸۵ حدود ۱۲۵ ایستگاه تلویزیونی وجود داشت که به شرح زیر بین شبکه‌های ملی تقسیم می‌شد: گلوبو (۵۰)، باندیرانتس (۲۶)، سیستم برزیلو تلویزیون - SBT - (۲۲)، منچت (۹)، اجوکیتوا (Globo, Bandeirantes, sistema, Brasileiro de

(Televisao, Manchete, Educative) (۹) و ایستگاه‌های مستقل (۹) (آموریم، ۱۹۸۵، ص ۸۵). در سال ۱۹۸۸ تعداد ایستگاه‌ها به ۱۴۰ رسید و انتظار می‌رود این سیر صعودی همچنان ادامه یابد. از ۱۹۸۷ تا ۱۹۹۰ دولت ۸۵۰ مجوز جدید رادیو و تلویزیون را صادر کرد. به‌رغم سلطه تلویزیون، ایستگاه‌های رادیویی هم در سراسر کشور به‌سرعت گسترش یافته‌اند و تعداد آنها به ۲۱۰۰ رسیده است (۱۴۰۰ موج متوسط و ۷۰۰ ایستگاه موج اف ام umcongestiona men to politico، ۱۹۸۸). فرستنده‌های رادیو تلویزیونی به علت فشارهای شبکه منحصرأ از نوع پنخش ماورای جو هستند.

گرچه دولت بر امواج هوایی فرمانروایی می‌کند، اما مالکیت امواج با بخش خصوصی است. به جز چند ایستگاه رادیو تلویزیونی دولتی، اکثریت قاطع خدمات سخن پراکنی در برزیل دارای مالکیت خصوصی است و از نظر مالی با پنخش آگهی‌های تجارتي تأمین می‌شود. مطبوعات نیز در دست بخش خصوصی است. پخواننده‌ترین مجلات، مثل و جا و ایستو سنهور Istoe senhor (مشابه تایم و نیوزویک)، و نیز روزنامه‌هایی مثل ژورنال دو برزیل و فولها دو سائوپلو (Folha de sao paub) (مشابه نیویورک تایمز و واشنگتن پست) در سائوپولو و ریو دوژانیرو تهیه و از طریق آگهی‌های ملی و بین‌المللی تأمین می‌شوند.

یک بررسی تازه نشان می‌دهد برزیلی‌ها به طور متوسط در هفته ۱۸ ساعت از وقت خود را به تلویزیون، ۱۶ ساعت را به رادیوی موج متوسط، ۱۶ ساعت به رادیو موج اف ام، ۵ ساعت به روزنامه و ۴ ساعت را به خواندن مجله اختصاص می‌دهند. تقریباً ۹۶ درصد از پاسخ‌دهندگان گفتند هفته قبل تلویزیون تماشا کرده بودند، ۴۷ درصد به رادیو موج متوسط و ۶۱ درصد به رادیو افام گوش کرده بودند، ۵۸ درصد روزنامه و ۵۰ درصد مجله خوانده بودند، ۷۸ درصد پاسخ‌دهندگان شبکه تلویزیونی گلوبو را می‌پسندیدند (اولیورا، ۱۹۸۸). گلوبو به شبکه‌های تلویزیونی آمریکایی شباهت دارد، بدین معنی که برنامه‌های سرگرم‌کننده را به برنامه‌های جدی ترجیح می‌دهد.

طبق این بررسی، دومین شبکه تلویزیونی از نظر میزان محبوبیت، منچت است (۱۲ درصد) که از ابتدای کارش در ۵ سال پیش بیشتر به محتوای برنامه‌ها و ژورنالیسم تحقیقی گرایش داشته است. میزان محبوبیت سایر شبکه‌ها به شرح زیر است: باندیرانتس ۵/۵ درصد، تات ۳ درصد و اجوکیتیو ۱/۵ درصد (اولیورا ۱۹۸۸). ایستگاه تلویزیونی اجوکیتیوا متعلق به دولت است اما بخشی از هزینه آن از طریق آگهی‌های بازرگانی تأمین می‌شود. دولت - هم دولت نظامی و هم دولت غیرنظامی تازه تشکیل شده (از ۱۹۸۴) - برای پیشبرد و ارتقای ایدئولوژی خود، همه این شبکه‌ها را به کار می‌گیرد.

به زعم ماتوس Mattos (۱۹۸۴) «دولت در سطوح فدرال، ایالتی و شهری به بزرگ‌ترین آگهی‌دهنده در کشور تبدیل شده است» (ص ۲۱۱). دولت‌های فدرال و ایالتی ۶ درصد وقت آگهی شبکه‌ها را می‌خرند (آموریم Amorim، ۱۹۸۵، ص ۷۸). اما «بزرگ‌ترین گروه آگهی‌دهنده، شرکت‌های چند ملیتی هستند که بین ۶۰ تا ۹۵ درصد هزینه‌های تبلیغاتی خود را به تلویزیون اختصاص می‌دهند». (ماتوس، ۱۹۸۴، ص ۲۱۱). شرکت‌های فراملی مثل فورد، فولکس واگن، جنرال موتورز، گیسو لور، نستله و کُلگیت - پالمولیو از اواخر دهه ۱۹۶۰ تاکنون جزو ۱۰ شرکت بزرگ آگهی‌دهنده در کشور بوده‌اند. به طور کلی، کالاهای تبلیغ شده عمدتاً اقشاری را هدف می‌گیرند که از نظر اقتصادی - اجتماعی در سطح بالاتری قرار دارند. بیشتر این کالاها اقلام مصرفی یا خدمات مالی - بانکی هستند که ارتباط چندانی با نیازهای اولیه اکثریت مردم ندارند (سیمونس، کوستا و کل simoes, Costa & keh، ص ۲۱۲).



شرکت‌های داخلی و بین‌المللی، به عنوان اصلی‌ترین ابزار بازاریابی در برزیل که از نظر اندازه هشتمین اقتصاد بزرگ دنیا به شمار می‌رود، تلویزیون را ترجیح می‌دهند. تولید ناخالص داخلی برزیل از تولید ناخالص داخلی ۲۸۰ میلیارد دلاری آمریکا بیشتر است (برزیل، ۱۹۸۷، ص ۳) و هزینه‌های تبلیغاتی در سال ۱۹۸۶ به ۱۹۵۸ میلیون دلار رسید (نیکلسون، ۱۹۸۸، ص ۱۲۲). دولت برزیل و شرکت‌های خصوصی برای تبلیغ ایدئولوژی و محصولات خود، مجموعاً ۲۵ درصد وقت سخن پراکنی را در اختیار می‌گیرند (کاپارلی، ۱۹۸۲، ص ۷۷). بقیه وقت بین برنامه‌های سرگرم‌کننده، ورزش، اخبار، آموزش و نمایش‌های مذهبی تقسیم می‌شود.

اجرا و پیشبرد یک الگوی وابسته توسعه اقتصادی در برزیل منوط به توسعه گسترده رسانه‌های گروهی، بویژه تلویزیون ماهواره‌ای است. از زمان رایج شدن تبلیغات در سال ۱۹۶۰، نوعی حرص و آز تبلیغاتی گریبان کشور را گرفته است. برای حمایت از گسترش شرکت‌های فراملی آمریکایی در برزیل، تکنیک‌های تبلیغاتی تهاجمی لازم بود، و استفاده از این تکنیک‌ها خود به وسیله‌ای نیاز داشت که سلیقه‌ها را در سطح ملی شکل دهد (کاپارلی، ۱۹۸۲، ص ۷۹). در اواخر دهه ۱۹۵۰، تلویزیون فقط ۱ درصد هزینه‌های تبلیغاتی را جلب می‌کرد. یک دهه بعد، یعنی پس از تأسیس فرستنده گلوبو، این رقم به ۴۳ درصد (کاپارلی، ۱۹۸۲، ص ۸۳)، و در ۱۹۷۷ به ۶۳ درصد رسید. و اگر فقط ۱۰ شرکت از بزرگ‌ترین شرکت‌های تبلیغاتی را در نظر بگیریم، تلویزیون ۸۵ درصد بودجه تبلیغاتی آنها را به خود اختصاص می‌دهد، که از این میزان گلوبو بیشترین سهم را دارد: ۸۵ درصد (سیمونس، ۱۹۸۶، ص ۲۱۲).

با این حال، به نظر می‌رسد دامنه عظیم نظام رسانه‌ای برزیل، همراه با تکنولوژی جدید، سهمی در بهبود کلی شرایط زندگی ملت نداشته است. برعکس، شواهد حاکی از آن است که فرایند نوسازی، که به کمک رسانه‌های گروهی و ماهواره‌های سخن پراکنی به جریان افتاد، در جهت تداوم وابستگی، افزایش تمرکز ثروت و تشدید تفاوت‌های اجتماعی در برزیل بوده است.

### رسانه‌ها، ماهواره و وابستگی

بعضی از کشورهای پیرامونی (مثل آرژانتین، برزیل، مکزیک، کره جنوبی و هنگ‌کنگ) در واقع به کشورهای صنعتی تبدیل شده‌اند. با این حال تنها ۲۰ درصد از جمعیت کشورهای پیرامونی قادر به خرید کالاهای با دوامی هستند که خود این کشورها برای مصرف توده‌ها در کشورهای مرکز تولید می‌کنند (کاردوسو و فالتو، ۱۹۷۹، ص ۲۸). در واقع اداره مرکزی بیشتر صنایعی که در کشورهای پیرامونی دست‌اندر کار تولید کالاهای مصرفی هستند در شمال است. آنها از مزیت تولید در مقیاس انبوه به عنوان وسیله‌ای برای توزیع همزمان محصولاتشان در بسیاری از مناطق جهان بهره‌مند هستند. جهت ایجاد و افزایش علاقه به این کالاها در افراد مختلف با فرهنگ‌های گوناگون، یکنواخت کردن گزینه‌های مصرفی در سطح جهانی منطقی به نظر می‌رسد (فورتادو، ۱۹۸۲، ص ۱۰۶). کارگزاری‌های تبلیغاتی آمریکایی دقیقاً به خاطر «آموزش» دادن مصرف‌کنندگان جهانی در صحنه ظاهر شده و رسانه‌ها را در مقیاس بسیار وسیعی به کار گرفته‌اند.

آژانس‌های تبلیغاتی مصرف اقلام تجملی را بالا می‌برند و وابستگی کشورهای پیرامونی به مرکز را تقویت می‌کنند (موسکو و هرمن Mosco, Herman، ۱۹۸۱). حدود ۱۸ درصد برنامه‌های تلویزیون مکزیک و ۲۵ درصد برنامه‌های تلویزیون برزیل به آگهی‌های تجارتي اختصاص دارد (کاپارلی، ۱۹۸۲، ص ۷۷). قدرت فراملی از طریق تبلیغات، که وابستگی فرهنگی و اقتصادی را تشویق می‌کند، افزایش می‌یابد (ژانوس Janus، ۱۹۸۱). الگوهای

مصرفی کشورهای صنعتی که به داخل خانه‌های مناطق عقب افتاده نفوذ کرده، نمایانگر آینده‌ای است که زیر سیطره تکنولوژی غربی خواهد بود (سودره sodre، ۱۹۷۷، ص ۱۰۰). به سخن وزیر فرهنگ کشور برزیل: پدیده سلطه فرهنگی به سطح بی‌سابقه‌ای رسیده است. اکنون تمامی جوامع ما عمدتاً مصرف‌کننده فرهنگ، و دیگران تولیدکننده فرهنگ هستند (وزارت فرهنگ برزیل، ۱۹۸۶، ص ۴). بنابراین رسانه‌ها، در فرایند وابستگی فرهنگی و اقتصادی، یک نقش کلیدی دارند. آن دسته مطالعات مربوط به ارتباطات گروهی که وابستگی را در چارچوب نظری کار خود قرار می‌دهند، بر جریان بین‌المللی پیام‌ها و تأثیر آن بر جوامع صنعتی تأکید دارند. بنا به بعضی از این مطالعات، محصولات فرهنگی خارجی، ضمن داشتن یک تأثیر منفی بر فرهنگ‌های سنتی (ماتلارت، ۱۹۷۸؛ شیلر ۱۹۷۶؛ ولز ۱۹۷۲)، پیوندهای وابستگی به مرکز را هم تقویت می‌کند (تانستال ۱۹۷۷؛ انکتاد ۱۹۷۸). به طور کلی، کسانی که استطاعتش را دارند، به کمک رسانه‌ها سبک زندگی غربی را می‌پذیرند، و آنهایی که امکان بهره‌مندی از این فرصت‌ها را ندارند سرخورده می‌شوند.

در کنار مناسبات اقتصادی شمال و جنوب یک مبادله نابرابر فرهنگی نیز، به‌ویژه در زمینه برنامه‌های تلویزیونی، وجود دارد (اسمیت ۱۹۸۰، واریس ۱۹۸۴). بیشتر کشورهای جهان سوم به پخش برنامه‌های وارداتی بیش از برنامه‌های محلی گرایش دارند (کاتز و وِدِل، ۱۹۷۷، واریس ۱۹۷۴، ۱۹۸۴؛ ولز ۱۹۷۲). سال‌هاست که این پدیده مشاهده می‌شود. مثلاً کاتز و وِدِل (۱۹۷۷) به این نتیجه رسیدند که در یازده کشور مورد بررسی، ۳۰ تا ۷۰ درصد برنامه‌های تلویزیون از کشوری پیشرفته، و عمدتاً ایالات متحده آمریکا وارد می‌شود. معدود برنامه‌هایی که در داخل تولید می‌شود معمولاً تقلیدی از برنامه‌های کشورهای غربی است. جریان اخبار نیز یکطرفه و از مرکز به پیرامون است. آژانس‌های خبری که پخش اخبار را در کنترل خود دارند عبارتند از AFP, AP, UPI و رویتر. کاتز و وِدِل (۱۹۷۷) برای این سلطه سه دلیل اقامه می‌کنند: وابستگی کشورهای عقب افتاده به تکنولوژی غربی، هزینه بالای تولید برنامه‌های تلویزیونی و مشکلاتی که در تصویر کردن زندگی سنتی بر صفحه تلویزیون وجود دارد.

واریس (۱۹۸۶) از سال ۱۹۷۳ سرگرم بررسی این مسئله بود، یعنی از زمانی که متوجه شد گرایش غیرقابل انکاری نسبت به جریان یکطرفه برنامه‌های تلویزیونی کشورهای پیشرفته به سایر نقاط جهان، و نسبت به برنامه‌های سرگرم‌کننده وجود دارد. ده سال بعد، تحقیق دیگری را شروع کرد و بیش از ۵۰ کشور را مورد بررسی قرار داد. این بررسی نشان داد برنامه‌های وارداتی به طور متوسط یک سوم یا بیشتر از یک سوم وقت برنامه‌های تلویزیونی را به خود اختصاص می‌دهند. در بعضی مناطق، مثل آمریکای لاتین، سه چهارم شوهای تلویزیونی، وارداتی و متعلق به آمریکاست. در حالی که برنامه‌های خارجی تلویزیون آمریکا تنها ۲ درصد برنامه‌ها را تشکیل می‌دهد. مختصر اینکه عدم تعادل مشاهده شده در سال ۱۹۷۳، تا یک دهه بعد هم همچنان وجود داشت (واریس، ۱۹۸۶، ص ۵۶).

خشتی کردن این عدم موازنه مبادلات فرهنگی برای بیشتر کشورهای دریافت‌کننده بسیار مشکل بوده است (واریس، ۱۹۸۴، ص ۱۵۲). در این زمینه، رسانه‌ها همچون کارگزاران قدرتمندی هستند که سبک زندگی وارداتی را در کشورهای پیرامونی ترغیب می‌کنند (اولیویرا، ۱۹۸۶، ولز ۱۹۷۲). درست همان‌طور که شوهای تلویزیونی، فیلمها و موسیقی وارداتی سبک زندگی آمریکای شمالی را به تصویر می‌کشند، مصرف کالاهای مصرفی بادوام مثل اتومبیل، یخچال، تهویه مطبوع، کامپیوترهای کوچک و بازیهای ویدئویی را نیز تشویق می‌کنند (ماتلارت، ۱۹۷۸، ۱۹۸۳ شیلر ۱۹۷۶).



تلویزیون گلوبوی برزیل مصرف اقلام تجملی را تشویق می‌کند، اقلامی که فقط طبقات ممتاز و کسانی که وجه اشتراک چندانی با بقیه جمعیت ندارند، قادر به خرید آن هستند (سودره ۱۹۷۷، ص ۱۱۶). این موضوع در مورد سایر شبکه‌های خصوصی نیز مصداق دارد، شبکه‌هایی که همراه با گلوبو، با استفاده از سیستم ارتباطات ماهواره‌ای برزیل، حتی دورافتاده‌ترین مناطق شمال برزیل را زیر پوشش می‌گیرند و با مخاطبان خود تماس برقرار می‌کنند.

در سال ۱۹۸۱ دولت نظامی برزیل تصمیم به ایجاد یک نظام ماهواره‌ای ملی گرفت و سال بعد قرارداد خرید تجهیزات را با دولت کانادا به امضا رسانید. اما از سال ۱۹۷۸، امبراطل به منظور گسترش امکانات ارتباطاتی در جهت شمال و منطقه آمازون، از ایتل ست (یک نظام ماهواره‌ای بین‌المللی تحت کنترل آمریکا) انتقال‌دهنده‌های فضایی اجاره کرده بود (مک‌آنانی MCAnany، ۱۹۸۹، ص ۷). فکر تشکیل یک نظام ماهواره‌ای ارتباطات در برزیل به سال ۱۹۶۹ بر می‌گردد. در آن هنگام یکی از طرح‌های فنی دانشگاه استانفورد در زمینه آموزش ملی، توسط کمیسیون ملی فعالیت‌های فضایی به سرپرستی فرناندو مندونچا Fernando Mendonco، محقق برزیلی با سابقه کار در ناسا، با توجه به نیازهای بومی تعدیل و تنظیم شد. مطالعه مزبور بر آن بود که به لحاظ فواصل جغرافیایی زیادی که مناطق مختلف کشور را از هم جدا می‌کرد و به خاطر شکاف عظیم آموزشی در کشور، برزیل بتواند از این تکنولوژی سود ببرد. بنا به پروژه مندونچا، یکی از موارد استفاده از ماهواره مبارزه با بیسوادی در عقب افتاده‌ترین مناطق شمالی و شمال شرقی برزیل بود، مناطقی که امکان دسترسی به آنها به هر طریق دیگری جز ماهواره بسیار مشکل بود (Lá Vai O Brasil sat)، (۱۹۸۵، ص ۱۵).

به‌رغم آرمان‌گرایی مندونچا و نیاز واقعی مردم برزیل، دولت نظامی با طرح اولیه مخالفت کرد. اما پس از گذشت بیش از یک دهه، ارتش دوباره به این مسئله برگشت، منتها از دیدگاهی که کمتر آرمان‌گرایانه بود. امبراطل برای توجیه هزینه ۲۱۰ میلیون دلاری خرید ماهواره برای برزیل، دلایل اقتصادی، فنی، سیاسی و استراتژیک ارائه کرد. قبل از شروع به کار برزیل ست ۱ و برزیل ست ۲ در سال‌های ۱۹۸۵ و ۱۹۸۶، برزیل به ایتل ست وابسته بود و از این سیستم هفت انتقال‌دهنده فضایی اجاره کرده بود. در سال ۱۹۸۴ این کار ۸ میلیون دلار آمریکا هزینه در بر داشت، و به ادعای تکنسین‌های امبراطل، اگر در سال‌های ۱۹۸۵ و ۱۹۹۲ نظام ماهواره‌ای برزیل تشکیل نشده بود، کشور باید تقریباً مبلغ ۱۵۵ میلیون دلار آمریکا بابت اجاره انتقال‌دهنده‌های ایتل ست صرف می‌کرد. این مبلغ معادل بیش از ۷۰ درصد کل هزینه ایجاد یک نظام داخلی با مالکیت ملی بود (ص ۹ و ۱۹۸۵) (Lá Vai O Brasil Sat).

مسئله استراتژیک فضای پارکینگ مناسب در مدار نیز به طور جدی مورد توجه بود. در آن زمان ایالات متحده حدود ۴۰ نقطه را اشغال کرده بود، و دولت نظامی برزیل از آن می‌ترسید که تأخیر در تصمیم‌گیری سبب اشغال بهترین نقاط توسط سایر کشورها شود (وزارت ارتباطات برزیل، ۱۹۸۷، ص ۳). وانگهی، یک ماهواره ملی علاوه بر کاربردهای نظامی مستقیم، حضور فرهنگی برزیل در مناطق کم جمعیت مرزهای غربی را نیز تضمین می‌نمود (مک‌آنانی، ۱۹۸۹، ص ۷).

امبراطل، واردکننده و مالک این دو ماهواره است و بخشی از ظرفیت انتقال‌دهنده‌های خود را به مصرف‌کنندگان نهایی ارتباطات از دور (انتقال اطلاعات، تلفن، تلکس و غیره) و شبکه‌های سخن پراکنی اجاره می‌دهد. حتی قبل از شروع به کار سیستم، حدود ۵۰۰ بشقاب ماهواره‌ای منتظر دریافت علائم تلویزیونی بودند. این آنتن‌ها عمدتاً به ۴ شبکه تجارتي ملی تعلق داشتند.

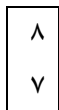
دولت امکانات بالقوه این تکنولوژی را در زمینه برنامه‌های اجتماعی مورد نیاز در یک مقیاس منطقه‌ای یا ملی، نادیده می‌گرفت. وزیر آموزش و وزیر بهداشت هیچ طرحی برای استفاده از ماهواره در حوزه فعالیت خودشان ارائه ندادند. از همان ابتدا معلوم بود که یک چنین نظام پیچیده و گران قیمتی که با بودجه دولتی ایجاد شده بود، به دست شرکت‌های خصوصی و شبکه‌های سخن پراکنی تجارتي خواهد افتاد (Lá Vai O Brasil sat) (۱۹۸۵، ص ۱۷).

در ۱۹۸۸، مهم‌ترین گروه‌های ذی‌نفع در تکنولوژی ماهواره، شبکه‌های تلویزیونی خصوصی، استفاده‌کنندگان از تلفن و شرکت‌های فراملی بودند. رؤیای مندوینچا برای استفاده از این تکنولوژی در جهت مقاصد توسعه‌ای به تحقق نپیوست. به زعم مک‌آنانی (۱۹۸۹، ص ۸) علت این امر آن بود که «با به کارگیری تکنولوژی‌های جدید، ساختار قدرت در یک کشور خاص تغییر نمی‌کند بلکه تقویت می‌شود».

### اثرات رسانه‌های گروهی در مناطق پیرامونی

به سخن ولز (۱۹۷۲) «تلویزیون قبل از ایجاد کارخانه و شاهراه‌های سراسری، قبل از رسیدن ماشین‌های ظرفشویی و لباسشویی به بخش نوین، و قبل از بهره‌مندی همگانی از آب لوله‌کشی تصفیه شده وارد کشورهای فقیر می‌شود» (ص ۵). تأثیر کلی این امر آن است که تبلیغات تلویزیون مصرف کالاهای غربی را تشویق می‌کند و کاری به مصرف کالاهای محلی یا سنتی ندارد، کالاهایی که با شرایط کشورهای جهان سوم تناسب بیشتری دارند (ولز، ۱۹۷۲، ص ۱۳۹). الیوت و گلدینگ (۱۹۷۴) نیز بر (Elliot & Golding) ارتباط بین قرار گرفتن در معرض تبلیغات تلویزیون‌های غربی و مصرف‌گرایی تأکید کرده‌اند. رسانه‌ها نقش آموزگاران عادات مصرفی را، که در نهایت به نفع شرکت‌های فراملی است، به عهده گرفته‌اند (نوردنز استرنگ Nordenstreng، ۱۹۷۳). در واقع، بیشترین سرمایه‌گذاری تبلیغاتی شرکت‌های فراملی، در آمریکای لاتین بوده است (بلتران و کاردونا Beltrin & Cardona، ۱۹۸۲، ص ۶۲). ارائه برنامه‌های رادیو تلویزیونی، ارزش‌های فرهنگی ایالات متحده آمریکا را به جهان سوم انتقال می‌دهد (شیلر، ۱۹۷۶)، ارزش‌هایی که ارتباط چندانی با واقعیت‌های روزمره مردم مناطق پیرامونی ندارد. تحقیقات مختلف تأثیر منفی برنامه‌های تلویزیونی وارداتی را در آمریکای لاتین نشان می‌دهد. در یکی از بررسی‌های انجام شده، ۳۰ درصد زنانی که با آنها مصاحبه شد، گفتند فرزندانشان از شخصیت‌های محبوب برنامه‌های تلویزیونی آمریکایی تقلید می‌کنند. مطالعه دیگری نشان داد که صددرصد قهرمانان برنامه‌های وارداتی، آمریکایی هستند (بلتران، ۱۹۷۸، ص ۶۴).

میلانزی Milanesie (۱۹۸۵) می‌گوید تلویزیون تغییراتی در رژیم غذایی برزیلی‌ها به وجود آورده است. به گفته او، تلویزیون غذاهای کارخانه‌ای را سالم‌تر، مقوی‌تر، پرویتامین‌تر، خوشمزه‌تر و عملی‌تر تصویر می‌کند، و این پیام‌ها گرایش و وابستگی به غذاهای آمیخته شده را تقویت می‌نمایند، مضافاً بر اینکه مصرف‌کننده بتدریج شیوه‌های سنتی تهیه غذا را فراموش می‌کند. این وضعیت شدیداً با شرایط زندگی دست کم ۴۰ میلیون تماشاچی تلویزیون در برزیل مغایر است، چهل میلیون نفری که حتی قادر به تأمین حداقل نیازهای غذایی خود نیستند (بارتو، Barreto، ۱۹۸۱، ص ۳۹). در سال ۱۹۸۶ یک طرح تحقیقاتی را در ارتباط با بلوه‌وریزوتته، سومین شهر بزرگ برزیل با بیش از ۲ میلیون نفر جمعیت، به اجرا درآوردیم، و با یک گروه ۱۹۸ نفری که به طور تصادفی انتخاب شده بودند در مورد رسانه‌ها مصاحبه کردم. نتیجه نشان می‌داد که روزنامه‌ها، مجلات و رادیوی موج افام رسانه‌هایی هستند که ارتباط نزدیکی با مصرف واقعی دارند، استفاده از روزنامه و مجله نیز ارتباط نزدیکی با سطح آموزش و



درآمد دارد. این رسانه‌ها عمدتاً مورد استفاده قشرهای اجتماعی - اقتصادی بالاتر است که نوعاً کالاهای مصرفی با دوام بیشتری در اختیار دارند. همان‌طور که فورتادو (۱۹۸۳) اشاره کرده است، تنها همان ۵ درصد قشر بالای جهان سوم احتمالاً می‌تواند مثل یک اروپایی یا آمریکایی متوسط زندگی کند، و بر واردات تکنولوژی برتر متکی باشد. در واقع، در بررسی بلوهوریزونته از میان پاسخ‌دهندگان، تنها ۴ درصد گفتند (VCR)، دوربین فیلمبرداری، یا اجاق مکرویو دارند. گرچه اینها بخش بسیار کوچکی از جمعیت جهان سوم را تشکیل می‌دهند، اما الگوهایی هستند با نقش طبقات ممتاز که برای بقیه جمعیت هنجارهای فرهنگی و اقتصادی وضع می‌نمایند. توده‌ها سرخ‌الگوهای رفتاری خود را از بین قشرهای بالاتر می‌گیرند.

از طرف دیگر، بین تماشا کردن تلویزیون و گوش دادن به رادیوی موج متوسط، و مصرف واقعی، یک ارتباط منفی وجود دارد. ظاهراً این ناقص تئوری است. اما نکته در اینجاست که هر دوی این رسانه‌ها با درآمد نیز ارتباط منفی دارند. هر چه درآمد خانواده کمتر باشد، اعضای خانواده گرایش بیشتری به تماشای تلویزیون و گوش دادن به رادیوی موج متوسط دارند. این بینندگان و شنوندگان قدرت مصرفی نسبتاً کمی دارند. به نظر می‌رسد تماشای تلویزیون تمایل به مصرف را افزایش دهد، اما اگر شخصی وسیله خرید کالاهای تبلیغ شده را نداشته باشد، مصرف تحقق پیدا نمی‌کند. با مقایسه‌ای که بین تمایل به اقلام کارخانه‌ای و تماشای تلویزیون به عمل آمد معلوم شد رابطه مثبتی بین اینها وجود دارد که از نظر آماری هم چشمگیر است. در این صورت می‌توان انتظار داشت که تماشاچیان فقیر در صورت امکان کالاهای تبلیغ شده را خریداری کنند.

وقتی رفتارهای واقعی مورد سنجش قرار گرفت، نتیجه کار، رابطه مورد انتظار بین تماشای برنامه‌های تلویزیونی و مصرف را تأیید نمی‌کرد، اما وقتی تمایل و اولویت مورد بررسی قرار گرفت، ارتباط مثبت بود. این نتایج نشان می‌دهد بین رفتار و گرایش تفاوتی وجود دارد. بین آرزوی داشتن چیزی و مصرف عملی آن، متغیر میانجی و بسیار قدرتمند درآمد قرار می‌گیرد. پس، در این مورد، گرایش فقط در میان افراد قشرهای بالای اجتماعی اقتصادی به صورت مصرف واقعی تحقق پیدا می‌کند. متأسفانه، بینندگان پر و پا قرص برنامه‌های تلویزیونی در مناطق پیرامونی کسانی هستند که بیش از همه به مصرف تمایل دارند اما از حداقل امکانات برای عملی ساختن خواست خود محرومند.

### رسانه‌های گروهی و تفاوت‌های اجتماعی

همچنان که اسمایس (۱۹۸۲) شرح داده است، رسانه‌های گروهی بر توجه و علائق اکثریت مردم سیطره دارند. افراد در جایی بین اولویت‌های شخصی خود و اولویت‌های ارائه شده توسط «صنعت آگاهی» (Consciousness industry) زندگی می‌کنند. به نظر اسمایس، رمز رشد فوق‌العاده این صنعت را می‌توان در موارد زیر یافت:

۱. ارتباط تبلیغات با اخبار، برنامه‌های سرگرم‌کننده و مواد اطلاعاتی در رسانه‌های گروهی؛
۲. ارتباط مواد اطلاعاتی و تبلیغات با کالاها و خدمات مصرفی واقعی، نامزدهای سیاسی و مسایل عامه؛
۳. ارتباط تبلیغات و کالاها و خدمات مصرفی با مردمی که آنها را مصرف می‌کنند و ...؛
۴. کنترل کارآمد زندگی مردم، که شرکت‌های سرمایه‌داری انحصاری با استفاده از این سه رشته ارتباط سعی در تثبیت و حفظ آن دارند (ص ۷).



نظر متداول آن است که هدف از ارائه برنامه‌های تبلیغاتی صرفاً حمایت مالی از فعالیت‌های رسانه‌ای است، و اینکه برنامه‌هایی که بر صفحه تلویزیون می‌آیند، آوازه‌هایی که از رادیو شنیده می‌شوند، و خلاصه محتوای همه رسانه‌های گروهی، به شکلی از اقلام مصرفی جدا هستند. اما به نظر اسمایس (۱۹۸۲) این یک توهم است زیرا:

«رسانه‌های گروهی تجاری در کلیت خود تبلیغاتی هستند. پیامدهای تبلیغاتی حاوی خبر (اینکه کالاهای خاص چیز «جدیدی» دارد که بدل توجه شنونده، خواننده یا بیننده را جلب می‌کند)، سرگرمی (بسیاری از برنامه‌های تبلیغاتی تلویزیون سرگرم‌کننده‌تر از اصل برنامه هستند)، و اطلاعات درباره قیمت و کیفیت کالاهای تبلیغ شده شرکت «آگهی دهنده» می‌باشند. و تبلیغات و «محتوای برنامه» - هر دو - اهمیت قاطعی در فروش کالا و خدمات دارند، تجلی آنها هستند و آنها را در هاله‌ای از رمز و راز فرو می‌برند» (ص ۸).

جهان سوم با تسلیم شدن به این تهاجم فرهنگی، وابستگی بیشتری به تکنولوژی وارداتی پیدا می‌کند (کاپارلی، ۱۹۸۲، فورتادو ۱۹۸۳). اما فقط تعداد محدودی از جمعیت مناطق پیرامونی توان مالی تقلید از سبک زندگی وارداتی را دارند. سطوح درآمد در کشورهای مرکز به طور متوسط ده برابر سطح درآمد در مناطق پیرامونی است. بنابراین آن دسته از افراد این مناطق که می‌توانند مثل یک آمریکایی یا اروپایی زندگی کنند باید درآمدی ده برابر درآمد سرانه هموطنانشان داشته باشند. این ۵ درصد افراد صاحب امتیاز چیزی نزدیک به یک سوم درآمد جهان سوم را به خود اختصاص می‌دهند (فورتادو، ۱۹۸۳، ص ۷۲-۳). در نتیجه، فرایند وابستگی، علاوه بر عمیق‌تر کردن شکاف بین کشورهای فقیر و غنی، تفاوت بین دارا و ندار در جهان سوم را نیز افزایش می‌دهد.

بنا بر مطالعات بنیاد راکفلر، با نرخ رشدی معادل نرخ رشد دهه ۱۹۷۰، مصرف فردی در ایالات متحده آمریکا، تا پایان قرن به دو برابر خواهد رسید (کی key، ۱۹۷۴، ص ۲)، پیش‌بینی‌ای که در آستانه تحقق است. مثلاً یک شهروند متوسط آمریکایی در طول زندگی تقریباً ۵۴ برابر یک هندی منابع جهانی را به مصرف می‌رساند. کشورهای مرکز فقط ۳۰ درصد جمعیت جهان را در خود جای می‌دهند، در حالی که ۸۰ درصد مصرف انرژی به آنها اختصاص دارد (ایالات متحده آمریکا با ۶ درصد جمعیت جهان ۳۰ درصد انرژی موجود را مصرف می‌کند) (اسمایس، ۱۹۸۲، ص ۳).

راموس (Ramos) (۱۹۸۶، ص ۱۷) به نقش متناقض رسانه‌ها در برزیل اشاره می‌کند، رسانه‌هایی که بر مصرف کالاهای بادوام تأکید دارند، در حالی که درآمد بیش از ۶۴ درصد جمعیت شاغل برزیل کمتر از ۷۰ دلار در ماه است. برای ایجاد بازاری که بتواند از فرایند صنعتی شدن حمایت کند، به موازات برنامه «نوسازی» دهه ۱۹۶۰، یک سیاست تمرکز درآمدها نیز دنبال شد. بین ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰، سهم ۱۰ درصد افراد ثروتمند برزیلی از کل درآمدها از ۳۹/۶ درصد به ۵۰/۹ درصد رسید، در حالی که سهم ۵۰ درصد جمعیت که فقیرترین قشر را تشکیل می‌دهند، از ۱۷/۴ درصد به ۱۲/۶ درصد کاهش یافت (نگاه کنید به جدول ۵ - ۱). طنز قضیه در اینجاست که سهم گروه اول در مشارکت اقتصادی، که تا آن زمان نیز به طور بی‌تناسبی بسیار بالا بود، تقریباً ۳۰ درصد افزایش یافت، در حالی که سهم گروه دوم، که همان موقع هم تعریفی نداشت، به همان اندازه، یعنی ۳۰ درصد کاهش پیدا کرد (ساپلیسی Suplicy، ۱۹۸۷). تعداد فزاینده‌ای از اقتصاددانان، این پدیده را بخشی از منطق سرمایه‌داری وابسته می‌دانند.

به گفته فورتادو (۱۹۸۳، ص ۸۲)، تمرکز درآمدها مهم‌ترین پیامد تجلیل از مصرف‌گرایی در رسانه‌های گروهی است. فشارهای «نوسازی» به جای تشویق توسعه اقتصادی اصیل و واقعی، قشرهای ثروتمند و نخبگان قدرت را به



سوی باز تولید الگوهای مصرفی جهان پیشرفته سوق داده است. این فشارها به ایجاد تنوع در مصرف انجامیده و انواع تکنولوژی‌های پذیرفته شده در روند صنعتی شدن را تعیین می‌کند. تکنولوژی مصرف - سوبه (Consumption-oriented) (و پویایی طبقاتی (Classdynamics) که محرک استفاده از آنها شد)، همراه با ذخیره فراوان کارگر غیرماهر و کم دستمزد جهان سوم، تأثیر قاطعی بر تمرکز درآمدها دارد. تولید برای مصرف نخبگان مستلزم پذیرش شیوه‌های نوینی است که بر استفاده زیاد از سرمایه و کارگر ماهر متکی‌اند - منابعی که معمولاً در مناطق پیرامونی کمیاب هستند. از طرف دیگر، اگر تولید غذا، پوشاک و مصالح ساختمانی - مواد مورد نیاز طبقات فقیر بیشتر در اولویت قرار می‌گرفت، زمین و کارگر غیرماهر بیشتری به کار گرفته می‌شد - منابعی که در جهان سوم نوعاً در وضعیت عرضه مازاد قرار دارد (فورتادو، ۱۹۸۳، ص ۸۳).

#### جدول ۵ - ۱ درآمد جمعیت از نظر اقتصادی فعال در برزیل: کل مشارکت (%)

۱۹۸۰	۱۹۷۰	۱۹۶۰	
۱۲/۶	۱۴/۹	۱۷/۴	۵۰ درصد قشر پایین
۵۰/۹	۴۶/۷	۳۹/۶	۱۰ درصد قشر بالا
۳۷/۹	۳۴/۱	۲۸/۳	۵ درصد قشر بالا
۱۶/۹	۱۴/۷	۱۱/۹	۱ درصد قشر بالا

منبع: ساپلیسی (۱۹۸۷، ص ۲۲-A)

در هر حال، انتخاب با کشورهای پیرامونی نیست، انتخاب توسط مرکز به آنها دیکته می‌شود. چنین به نظر می‌رسد که فرآورده‌های فرهنگی (تبلیغات شرکت‌های فراملی، موسیقی، برنامه‌های تلویزیونی، فیلم‌های سینمایی، کتاب‌ها، مجلات و غیره) که در کشورهای صنعتی تهیه می‌شود در افکار، اذهان و قلب‌های مردم جهان سوم رخنه کرده است. استعمار زیرکانه‌تر، اما با همان قساوت ۴۰۰ سال قبل به پیش می‌رود. نخبگان جهان سوم، زیر بمباران مداوم رسانه‌های وارداتی، به تولید کالاهای مصرفی بادوامی روی می‌آورند که تکنولوژی غربی، سرمایه‌های جدید و کارگران ماهر را به کار می‌گیرد. بنابراین وابستگی خود را تشدید می‌کنند، چون مناطق پیرامونی نه سرمایه لازم را در اختیار دارند و نه نیروی کار ماهر را. سرمایه، تکنولوژی غربی و فرایندهای جدید تولید باید با هزینه‌های بسیار گزاف از خارج وارد شود، خلاصه اینکه انتخاب کالایی که می‌باید تولید شود، چگونگی تولید آن را نیز تعیین می‌کند، و هر دوی اینها از

الگوهای مصرفی طرح شده در رسانه‌های گروهی، و القا شده به نخبگان و تصمیم‌گیرندگان کشورهای پیرامون سرچشمه می‌گیرند.

از سال ۱۹۶۴ تا ۱۹۷۳، زمانی که دولت نظامی پایه‌های قدرت خود را در برزیل تحکیم می‌نمود، آگهی‌های تجارتي و دولتي به شدت افزایش پیدا کردند. از نظر هزینه‌های تبلیغاتی برزیل در جهان به مقام هفتم رسید، در حالی که از نظر سرمایه‌گذاری‌های آموزشی در مقام هجدهم باقی ماند. از طرف دیگر، قدرت خرید حداقل دستمزد طی دوره معروف به «معجزه برزیل» (Brazilian miracle) ۵۰ درصد کاهش یافت (باره‌تو، ۱۹۸۱، ص ۱۶ - ۱۷).

برنامه‌ریزی برای معرفی محصولات جدید به بازار برزیل، با توجه به اندازه بازار صورت می‌گیرد، بازاری با ۲۵ تا ۳۰ میلیون مصرف‌کننده که درآمدشان بین ۶ تا ۳۳ برابر حداقل دستمزدهاست (تقریباً ۳۰۰ تا ۱۷۰۰ دلار آمریکا در ماه) (پی یترو کولا Pietrocalla ۱۹۸۷، صفحات ۴۶ - ۴۷). بنابراین، برنامه‌ریزی و تولید کالاهای مصرفی، آن ۱۰۵ میلیون نفر برزیلی را که سطح درآمدشان زیر ۶ برابر حداقل دستمزد در ماه است نادیده می‌گیرد، و بنا به ادعای بلتران و کاردونا (۱۹۸۲، ص ۶۸)، پیام‌های ارسال شده توسط رسانه‌های گروهی مستقیماً متوجه اقلیت ثروتمندی است که امکان برخورداری از الگوهای مصرفی نخبگان را دارند. پس رسانه‌ها نیازهای قومی، فرهنگی، اجتماعی و اطلاعاتی توده‌های برزیلی یا آمریکای لاتینی را مورد توجه قرار نمی‌دهند.

### جمع بندی

در مجموع، به نظر می‌رسد عقب‌افتادگی فرایندی است مرکب و مشتمل بر صنعتی شدن وابسته، رسانه‌های گروهی، تبلیغات جهانی، الگوهای مصرفی وارداتی و تمرکز درآمدها. رسانه‌ها و تبلیغات (که اساساً یکی هستند) یک جو مبتنی بر مصرف ایجاد می‌کنند که سبب افزایش درآمد گروهی معدود و کاهش درآمد اکثریت جمعیت می‌شود.

به‌رغم دگرگونی‌های ایجاد شده در اقتصاد جهانی، وابستگی هنوز هم زنده و صحیح و سالم است. این واقعیت که تعداد محدودی از کشورهای جهان سوم صنعتی شده‌اند به معنی آن نیست که ماهیت روابط شمال - جنوب تغییر کرده است. این مطلب در مورد محصولات فرهنگی نیز مصداق دارد. تعدادی از کشورهای آمریکای لاتین خودشان برنامه‌های تلویزیونی تهیه کرده و از طریق ماهواره پخش می‌کنند، اما این امر نقش رسانه‌ها در این جوامع را تغییر نداده است، جوامعی که همچنان به تکنولوژی وارداتی وابسته‌اند.

به طور کلی نقش رسانه‌ها در کشورهای پیرامونی، فروش ایدئولوژی مصرف به کسانی بوده که استطاعت آن را داشته‌اند. مصرف، به صورت هدف اصلی این جوامع در آمده است. تصمیم‌گیرندگان به منظور خدمت به طبقات متوسط بالا، تکنولوژی غربی را با هزینه گزاف وارد کشور می‌کنند، در حالی که نیازهای اساسی اکثریت مردم (خوراک، پوشاک، مسکن، بهداشت و آموزش) عمدتاً نادیده گرفته می‌شوند.

به نظر می‌رسد رسانه‌های تجاری و جدیدترین تکنولوژی‌های اشاعه و انتقال، مثل تلویزیون‌های ماهواره‌ای، به عمیق‌تر شدن شکاف بین کشورهای توسعه یافته و عقب‌افتاده، بین کشورهای فقیر و غنی کمک کرده است. انجام تحقیقات ارتباطاتی و مطرح کردن بحث‌های مربوط به نیازهای اساسی اکثریت محروم کشورهای آمریکای لاتین و



سایر مناطق جهان سوم ضروری می‌نماید. حرکت‌های رسانه‌ای گزینه و گروه‌های مقاومت فرهنگی در جنوب باید شناسایی، بررسی و تشویق شوند.

- Amorim, J. S. D. (1985). Television, crisis economica y cambio politico en Brasil. *Comunicacion my Cultura*, 13, 75-95.
- Barreto, R. M. (1981). Analise transnacional da propaganda. Sao Paulo: Summus.
- Beltran, L. R. (1978). TV etchings in the minds of Latin Americans: Conservatism, materialism, and conformism. *Cazette*, 24, 61-85.
- Beltran, L. R., & Cardona, E. F. (1982). Comunicacao dominada: Os Estados Unidos e os meios de comunicaco na America Latina. Rio de Janeiro: Paz & Terra.
- Brazil. (1987, April 25). *Economist*, pp. 3-26.
- Brazilian Ministry of Communocations/Embratel. (1987). Brasilsat 2. Brasilia : Author.
- Brazilian Ministry of Culture. (1986). Pronunciamento do Senhor Ministro da Cultura Celso Furtado na abertora do seminario interno do instituto de promocao cultural em 24 nov. 1986. Brasilia: Author.
- Caparelli. S. (1982). Televisao e capitalismo no Brasil. Porto Alegre: L & PM.
- Cardoso, F. H., & Faletto, E. (1979). Dependency and development in Latin America. Berkeley: University of California Press.
- Elliot, P. & golding, P. (1974). Mass communication and social change: the imagery of development and the development of imagery. In E. de Kadt & G. Williams (Eds.), *Sociology and development* (pp. 224-254). London: Tavistock.
- Furtado, C. (1982). A nova dependencia. Rio de Janeiro: Paz & Terra.
- Furtado, C. (1983). O mito do desenvolvimento economico. Rio de Janeiro: Paz & Terra.
- Furtado, C. (1983). O mito do desenvolvimento economico. Rio de Janeiro: Paz & Terra.
- Janus, N. (1981). Advertising and the mass media in the era of the global corporations. In E. McAnany et al. (Eds.), *Camunication and social change* (pp. 287-314). New York: Praeger.
- Kats, E., & Wedell, G. (1977). Broadcasting in the Third World. Cambridg, MA: Harvard University Press.
- Key, W. B. (1974). Subliminal seduction. New York: Signet.
- La vai o Brasilsat. (1985). *Revista Brasileira de Informatica*, 6(70), 8-24.
- Mattelart, A. (1978). Agresion desde el espacio. Mexico City: Siglo XXI.
- Mattelart, A. (1983). Transnationals and the Third World: The struggle for culture. South Hadley, MA: Bergin & Garvey.
- Mattos, S. (1984). Advertising and government influences: The case of Brazilian television. *Communication Research*, 11, 203-220.
- McAnany, E. G. (1989). Brazil, satellites and debt: Who trades what to acquire new technologies? *Media Development*, 36(1), 6-9.
- Milanesi, L. A. (1985). O paraíso via Embratel. Rio de Janeiro: Paz & Terra.
- Mosco, V., & Herman, A. (1981). Radical social theory and the communications revolution. In E. Katz & I. Szesko & I. Szesko (Eds.), *Mass media and social change* (pp. 58-84). Beverly Hills: Sage.
- Nicholson, P. (1988, May). Asia' s space invaders. *South*, 91, 122-123.
- No Brasil, 60 milhoes tem racao alimentar inadequada. (1988, October 28). *Estado de Minas*. P. 13.
- Nordenstreng, K. (Ed.). (1973). Informational mass communication. Helsinki: Tammi.
- Oliveira, O. S. (1988). Brazilian media usage as a test of dependency theory. *Canadian Journal of Communication*, 13, 16-27.
- Oliveira, O. S. (1986). Satellite TV and dependency: An empirical approach. *Gazete*, 38, 127-145.
- Pietrocolla, L. G. (1987). Sociedade de consume. Sao Paulo: Global.
- Ramos, R. (1986). Gra-finos na Globo. Petropolis: Vozes.
- Schiller, H. (1976). Communication and cultural domination. Armonk, NY: M. E. Sharp.
- Simoes, I, F., Costa, A. H., & Kehli, M. R. (1986). Um pais no ar. Sao Paulo: Brasiliense.
- Smith, A. (1980). The geopolitics of information. New York: Oxford University Press.
- Smythe, D. (1982). Dependency road: Communications, capitalism, consciousness and Canada. Norwood, NJ: Ablex.
- Sodre, M. (1977). O monopolio ga fala. Petropolis: Vozes.
- Suplicy, E. M. (1987, June 1). Brasil, campeao de desigualdade. *Folha de Sao Paulo*, P. A-22.
- Sweezy, P. (1968). The future of capitalism. In D. Cooper (Ed.), *To free a generation* (pp. 95-109). New York: Collier.
- Tunstall, J. (1977). The media are American . New York: Columbia University Press.
- Turner, R. (1988, April). Callers hang on for new lines . *South*, 90, 71-71.
- Um congestionamento politico. (1988, November 2). *Istoe' Senhor*, pp. 26-27.
- UNCTAD. (1978). Technological dependence. In K. Sauvant & H. Hasenpflug (Eds.), *The new international economic order* (pp. 265-280). Boulder, CO: Westview.
- Varis, T. (1974). Global traffic in television. *Journal of Communication*. 24, 102-109.
- Varis, T. (1984). The international flow of television programs. *Journal of Communication*, 34, 143-152.



Varis, T. (1986). Patterns of television program flow in international relations. In J. Becker, B. Hedebrø, & L. Paldan, (Eds.), *Communication and domination* (pp. 55-65). Norwood, NJ: Ablex.

Wells, A. (1972). *Picture tube imperialism?* New York: Orbis.

## ارتباطات، فرهنگ و انفورماتیک در برزیل چالش‌های جاری

آناماریا فادال Anamaria fadul – جوزف استر Joseph straubhaar

غالباً از برزیل به خاطر سیاست‌های ملی‌گرایانه ارتباطاتی و انفورماتیک خود، با دیدگاهی مثبت یا منفی، یاد می‌شود. در این فصل منطق سیاسی، تاریخی و فنی این سیاست‌ها، مشکلات برزیل در تعقیب یک رشد خود اتکا، تثبیت پایگاه کشور در اقتصاد جهانی، و نیز واکنش به نیازهای اجتماعی مردم مورد بررسی قرار می‌گیرد. مقاله در عین حال مورد مطالعه خاصی مربوط به استفاده از مداخله دولت در زمینه تضمین گزینه‌های ملی‌گرایانه توسعه است.

### زمینه: یک دموکراسی دشوار

برزیل در دهه ۱۹۸۰ صحنه دگرگونی‌های بزرگ سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بود. پس از یک دوره بیست و چند ساله محدودیت آزادی‌های سیاسی در دولت‌های نظامی مختلف بین سال‌های ۱۹۶۴ تا ۱۹۸۵، اکنون وضعیت نهادهای مدنی، مثل احزاب سیاسی، اتحادیه‌های کارگری، جنبش‌های دگرگونی اجتماعی و رسانه‌های گروهی رو به بهبود می‌رود. قانون اساسی جدید که در اکتبر ۱۹۸۸ به تصویب رسید، شکل جدیدی از حکومت را روی کار آورد. قانون اساسی قبلی در سال ۱۹۶۷ توسط حکومت نظامی تدوین شده بود.

اما کشور در مقابل این دستاوردهای سیاسی، با یکی از حادث‌ترین بحران‌های اقتصادی تاریخ خود رو به روست؛ وضع تراز پرداخت‌ها وخیم‌تر شده و میزان بدهی‌های خارجی به بالاترین سطح در تاریخ برزیل رسیده‌است، نرخ تورم بالا (حدود ۱۵۰ درصد در سال ۱۹۸۹)، میزان رشد اقتصادی بسیار پایین و گاه حتی منفی، و درصد بیکاری هم بسیار بالاست. وضعیت موجود حاصل الگوی توسعه‌ای است که در پی کودتای نظامی ۱۹۶۴ در کشور پیاده شد. سیاست اقتصادی تغییر کرد، بدین معنی که به جای تأکید بر مثلث اقتصادی متشکل از شرکت‌های بزرگ دولتی، شرکت‌های فراملی و شرکت‌های خصوصی داخلی، تنها دو بازیگر اول - دولت و شرکت‌های فراملی - مورد توجه قرار گرفتند.

این وضعیت همچنان باقی است. گزارش جدیدی در مورد درآمد شرکت‌ها حاکی از آن است که مقام اول و دوم به دو شرکت دولتی مربوط می‌شود و رتبه‌های بعدی به شرکت‌های فراملی تعلق دارد، و فقط مقام دهم به یک شرکت خصوصی داخلی اختصاص می‌یابد (وجا، ۲۱ سپتامبر ۱۹۸۸، صفحات ۱۰۸ - ۱۰۹). اما در حال حاضر، این روند به مبارزه طلبیده شده است. در مبارزات انتخاباتی ریاست جمهوری در سال ۱۹۸۹، که پس از ۲۸ سال صورت می‌گرفت، نقش شرکت‌های دولتی یکی از موارد بحث‌انگیز بود، و تعجب‌آور اینکه تعدادی از نامزدهای جناح‌های چپ میانه تا راست، طرفدار خصوصی‌سازی بودند.

رشد و نوسازی برزیل را نمی‌توان انکار کرد، اما توسعه این کشور همراه با کجروی‌های جدی چندی صورت گرفت. همانطور که خوآو سایاد (Joao Sayad) (۱۹۸۶)، وزیر سابق برنامه‌ریزی دولت سارنی Sarney گفته است: در آغاز دهه ۱۹۵۰، میزان درآمد سرانه ملی ۱۶۰ دلار آمریکا بود، که برزیل را در زمره فقیرترین کشورهای جهان غرب قرار می‌داد. در سال ۱۹۸۰، در پایان یک دوره تاریخی توسعه، درآمد سرانه به ۲۰۰۰ دلار آمریکا رسیده بود. اما توزیع درآمدها همچنان ناموزون بود که حتی پس از گذشت یک دوره ۴۵ ساله پیشرفت و توسعه سریع، تقریباً ۵۰ درصد برزیلی‌ها از گرسنگی، سوء تغذیه، فقدان مسکن مناسب و حداقل شرایط بهداشتی رنج می‌برند (ص ۱۹۳).

### ارتباط از راه دور و انفورماتیک

یکی از عناصر اصلی در روند نوسازی برزیل، سه مرحله متمایز ایجاد ساختار ارتباطاتی است. در دهه ۱۹۶۰ یک نظام نوین ارتباط از راه دور ایجاد شد؛ در دهه ۱۹۷۰ صنایع فرهنگی متعددی پدید آمد، و در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ صنایع ملی تکنولوژی اطلاعاتی ایجاد شد. هر یک از این مراحل جنبه‌هایی از چندین مسئله مهم را آشکار می‌سازند: نقش دولت، تأثیر ویژه گرایش‌های نظامی و امنیتی ملی، تعادل بین بخش خصوصی، عمومی و شرکت‌های فراملی در نظام سرمایه‌داری برزیل، تغییر وابستگی، و تناسب کارایی الگوی صنعتی شدن به شیوه جایگزینی واردات با انواع و سطوح مختلف تکنولوژی ارتباطاتی از آن جمله‌اند.

برزیل تا حد زیادی از گرایش‌های جهانی تبعیت می‌کرد. در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ مسایل کلیدی عبارت بودند از: ایجاد زیربنا، ایجاد امکانات برای دسترسی به رسانه‌ها، و ایجاد و حفظ یک هویت ملی. در برزیل، مثل جاهای دیگر، ارتباطات شاخص اصلی توسعه تلقی می‌شد. کشوری پیشرفته به حساب می‌آمد که یک نظام ارتباطاتی جدید داشت.

این دو دهه شاهد اجرای طرح‌های توسعه‌ای بزرگی بودند که ایجاد امکانات برای دسترسی گسترده به ارتباطات را مد نظر داشتند. از آنجا که کشورهای در حال توسعه شدیداً به ارتباطات امید بسته بودند، کارگزاری‌های ملی و بین‌المللی هزینه‌های مالی پروژه‌های نوسازی کشاورزی برزیل از طریق نظام ارتباطاتی را متقبل شدند.

پس از کودتای ۱۹۶۴، از نظر ارتش، ارتباطات یکی از عناصر اصلی امنیت ملی نیز به‌شمار می‌رفت. ارتش بر آن بود که ایجاد زیربنا و کنترل و حفظ انگاره یا مفهوم ملت، دو بُعد از ابعاد امنیت ملی را تشکیل می‌دهند. از این رو، در زمینه ارتباطات از راه دور، هم ارتباط تلفنی و هم ارتباط‌های میکروویو/ ماهواره‌ای برای شبکه‌های سخن پراکنی، سرمایه‌گذاری‌های سنگینی به بار آورد. کشور به یک نظام ارتباطاتی نیاز داشت که بتواند این عناصر را به هم پیوند دهد، کانالی فراهم سازد که به کمک آن تصویری از برزیل ترسیم شود که الگوی توسعه اقتصادی مورد نظر ارتش را تأیید کند. قبل از کودتا، مطبوعات، رادیو، تلویزیون و سینما از عناصر اصلی اداره فعالیت‌های مخالف دولت لیبرال بودند (دریفوس Dreyfuss، ۱۹۸۰). بعد از کودتا، رسانه‌های گروهی، به‌ویژه تلویزیون، در حمایت از رژیم جدید بسیج شدند. نظارت ایدئولوژیکی بر رسانه‌ها، از طریق سانسور، و در مورد رسانه‌های سخن پراکنی، از طریق کنترل مجوز، انجام می‌گرفت. خلاصه اینکه سیاست وقت، ایجاد زیربنا و امکان دسترسی، و در عین حال تداوم کنترل ایدئولوژیکی دولت بر رسانه‌ها بود که سبب بروز کشمکش‌های شدید با نیروهای سیاسی مخالف می‌شد.

پس از این مرحله از راه‌اندازی و کنترل شبکه ارتباطاتی برزیل، مرحله دوم، یعنی تأکید بر فرهنگ آغاز شد. این مرحله با تبعیت از الگویی که کاتز و وِدِل (۱۹۷۷) به آن اشاره کرده‌اند، پیش می‌رفت، الگویی که در آن به جای توجه



به یکپارچگی ملی و توسعه رسانه‌های جهان سوم، بر تعریف و کنترل فرهنگ تأکید می‌شد. در برزیل این مرحله، مرحله توسعه صنایع فرهنگی در ارتباط با توسعه سرمایه‌داری بود. الگوهای وابستگی علنی به منابع مالی خارجی، فرآورده‌های فرهنگی، الگوهای محتوایی و اجرایی، همه تغییر کردند و به اشکال پیچیده‌تر توسعه وابسته تبدیل شدند. تلویزیون که نشان داده بود تنها وسیله قابل دسترسی در سطح ملی است، عمدتاً از طریق ایجاد نظام‌های ملی ارتباط از راه دور توسط دولت‌های نظامی، مورد تأکید قرار گرفت. کمک‌های مالی از طریق تبلیغات شرکت‌های ملی و فراملی، و دولتی و خصوصی تأمین می‌شد. نقش رسانه‌های گروهی در تبلیغات، به‌ویژه نقش رادیو و تلویزیون در کمک به ایجاد یک بازار داخلی، به عنوان یکی از اجزای اصلی الگوی اقتصادی برزیل، بخش صریحی از سیاست ارتباطاتی را تشکیل می‌داد.

سومین مرحله به مقوله دیگری مربوط می‌شد؛ اطلاعات و نقش آن، مقوله‌ای بود که در دهه ۱۹۸۰ اهمیت زیادی پیدا کرد. در سطح جهانی، یک انقلاب اقتصادی واقعی به وقوع پیوسته که اطلاعات را به یک فرآورده اصلی تبدیل نموده است. در برزیل هم با شروع سیاست صنعتی در دهه ۱۹۷۰، صنایع انفورماتیک به عنوان هسته اصلی توسعه کشور مطرح شد. نقش کامپیوتر و صنایع وابسته به آن، در دستیابی به حاکمیت اقتصادی ملی، یک نقش کلیدی به شمار می‌رفت. بنابراین، امروزه اعتقاد بر آن است که توسعه باید بر ایده و مفهوم اطلاعات متمرکز باشد، و اینکه هر کشور فاقد استقلال در عرصه اطلاعات عقب‌افتاده تلقی می‌شود. ایدئولوژی انقلاب اطلاعاتی، وارداتی بود اما به میزان زیادی با ناسیونالیسم اقتصادی درهم آمیخت، چیزی که به مبارزات قبلی برای ملی کردن نفت و نیروگاه‌های برق شباهت داشت.

در مورد برزیل، شاید بتوان گفت سیاست ملی انفورماتیک به معنی فرصتی است برای دولت برزیل تا برنامه «معجزه اقتصادی» را عملی سازد، معجزه‌ای که در خلال صنعتی شدن وعده داده شده اما هنوز به واقعیت نپیوسته بود. از دهه ۱۹۵۰ الگوهای اقتصادی پیشنهادی بر صنعتی شدن مبتنی بر جایگزینی واردات، به‌ویژه در صنایع اتومبیل‌سازی متکی بود. این الگو شرکت‌های چند ملیتی را به عنوان شریک انتخاب می‌کرد - و در مقابل تأمین سرمایه و تکنولوژی، با ممنوع کردن واردات، یک بازار داخلی برای آنها فراهم می‌نمود. الگوی مزبور باعث رشد شد اما نتوانست کشور را به یک قدرت جهانی تبدیل کند. راه‌حل پیشنهاد شده دست کشیدن از فکر صنعتی شدن مبتنی بر جایگزینی واردات نبود، اجتناب از بعضی از اشتباهات گذشته، و کنترل شرکت توسط شرکای خارجی و وابستگی به تکنولوژی و سرمایه خارجی بود. و در این عصر جدید انفورماتیک، تنها راه گریز از وابستگی، توسعه تکنولوژی برزیلی توسط شرکت‌های برزیلی بود، و این فکری بود که برای ارتش (باز هم به دلایل مربوط به امنیت ملی)، رهبران سرمایه‌ها و شرکت‌های ملی، تکنیسین‌های کامپیوتر و ملی‌گرایان چپ جاذبه داشت.

بخش‌های بعدی این فصل مشکلات مربوط به ارتباطات، صنایع فرهنگی (Cultural industry) انفورماتیک را بررسی کرده و تعارض‌ها و تضادهای موجود در برزیل را از یک دیدگاه تاریخی انتقادی مطرح می‌نماید. هدف، ارزیابی چشم‌اندازهای برزیل در دهه آتی، و پرتو افکندن بر بعضی از مسایل عام مربوط به سیاست‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی در کشورهای جهان سوم است.



## ارتباطات و امنیت ملی

تصمیم‌گیری‌های مربوط به سیاست‌های ارتباطاتی در برزیل، به‌ویژه از سال ۱۹۶۴، با توجه به برنامه‌های نوسازی کشور و تأمین امنیت ملی به تعبیر دولت صورت می‌گرفت (ماتوس، ۱۹۸۲). ارتباطات سریع و کارآمد در کمک به ایجاد فکر یا انگاره ملت بسیار مؤثر بود. ارتش از منطقه‌گرایی سنتی وحشت داشت و فکر می‌کرد که احتمال دارد مناطق دورافتاده مرزی جذب جامعه و هویت برزیلی نشوند. یکپارچه‌کردن برزیل یکی از هدف‌هایی بود که ارتش کاملاً به آن دست یافت.

ارتباط از راه دور، هم از جهت توسعه زیربنا برای ارتباط بین شرکت‌ها و هم از نظر گسترش یک بازار مصرفی ملی (که همگی جزو هدف‌های امنیت ملی به شمار می‌آمدند) تأثیر بسیار عمیقی نیز بر اقتصاد داشته است. اما تحکیم صنایع ملی در این بخش بسیار جزیی بود. فعالیت‌های مربوط به خدمات ارتباط از راه دور و زیربنای مورد نیاز آن، ملی شد و گسترش یافت. شرکت‌های متعلق به دولت فدرال، مثل امبراتل و تله براس (Telebras) در سطح ملی، و شرکت‌هایی چون تلسپ (Telesp) در ساووپولو در سطح ایالتی، ارائه خدمات را برعهده داشتند. اما صنایع ساخت تجهیزات به شرکت‌های بزرگ فراملی، مثل اریکسون، زیمنس و ان. ای. سی. واگذار شده بود. شرکت‌های دولتی و خارجی انحصار این صنایع را در دست داشتند و چنان‌که یکی از صاحب‌نظران گفته است «کشور بین (امتیازهای انحصاری به) شرکت‌های چند ملیتی تقسیم شده بود و کوچک‌ترین نشانی از مفهوم رقابت به منزله بهترین وسیله خدمت به مصرف‌کننده، دیده نمی‌شد». (روجریو سرکوئیرا لایت (Rogerio Cerqueira Leite)، به نقل از (Diario do comercio e industria) (حس ۴ ژوئیه ۱۹۸۴).

رئیس سابق تله براس، شرکت دولتی راه‌اندازی مخابرات از راه دور، در بررسی توسعه ارتباط از راه دور، با این ارزیابی نقادانه مخالف است. او از گسترش این بخش به عنوان یک گام اساسی در توسعه کشور دفاع می‌کند: بخش ارتباط از راه دور، از سلامت اقتصادی فوق‌العاده‌ای برخوردار است. استفاده از ارتباط از راه دور در حال رشد است و تقاضا برای آن به سطح انفجارآمیزی رسیده است. این صنعت می‌تواند با استفاده از تولیدات ملی در سطحی نسبتاً بالا، بازار را راضی کند. جامعه اطلاعاتی در حال تکوین، نظام مخابراتی بهتری را طلب می‌کند. کشور نمی‌تواند از رشد دست بکشد، اما در همه زمینه‌ها هم قابل رشد نیست. باید زمینه‌هایی را انتخاب کند که بیشترین امکانات را فراهم می‌سازند (تله کامیونیکیشن، ۱۹۸۲).

مروری بر تاریخ ارتباط از راه دور در برزیل، به حل بعضی از این مسائل کمک می‌کند. در ابتدا نقش دولت جزیی بود، هیچ‌گونه آئین و مقررات رسمی و حقوقی وجود نداشت. و ارائه خدمات در سطح منطقه‌ای پراکنده و زیر کنترل شرکت‌های خارجی بود. حتی قبل از روی کار آمدن دولت نظامی، این وضعیت، نامطلوب ارزیابی می‌شد و در نتیجه دومین مرحله [سیاست ارتباطاتی] با قانون سخن پراکنی برزیل، شماره ۴۱۱۷ در ۲۷ اوت ۱۹۶۲، و ایجاد یک شورای اجرایی - کانتل (CONTEL) (شورای ملی ارتباط از راه دور) آغاز گردید. طبق این قانون در سال ۱۹۶۵، برای راه‌اندازی شبکه مخابراتی کشوری و بین‌المللی یک شرکت اجرایی، امبراتل، ایجاد شد که هزینه آن از بودجه مخابرات ملی تأمین گردید.

طی یک رشته اصلاحات اداری که مبین اولویت‌های دولت نظامی بود وزارت ارتباطات به منظور تقویت موقعیت کانتل تشکیل شد. امبراتل در مقام خود باقی ماند تا کار ادغام مراکز ایالتی و سایر مناطق در شبکه ارتباطی را

تا سال ۱۹۷۲ به پایان برساند. در آن سال بر اساس قانون ۵۹۷۲ تله براس تأسیس شد تا امبراتل و سایر شرکت‌های عملیاتی کشوری و منطقه‌ای را هماهنگ کند. در سال‌های بعد نظام ارتباطاتی کشور توسعه بیشتری یافت، و طرح‌های خدمات ارتباطاتی، انتقال علائم تلویزیونی ۲۱ ایستگاه داخلی ماهواره‌ای، به آب اندازی ۳ کابل زیردریایی، معرفی ویدئوتکست، سیستم‌های آزمایشی انتقال تارهای نوری بین ریودوژانیرو و سائوپولو؛ پرتاب دو ماهواره ملی (برزیل ست ۱ و ۲) و برنامه‌ریزی برای پرتاب دو ماهواره دیگر به اجرا در آمد. اما از سال ۱۹۸۵ و جایگزینی دولت نظامی با یک رژیم غیرنظامی، سرمایه‌گذاری دولت فدرال و دولت‌های ایالتی در این زمینه کاهش پیدا کرده است. خوب یا بد، دولت غیرنظامی جدید اولویت را به مسائل دیگری داده و در بعضی موارد منابع حاصل از شبکه مخابراتی را صرف سرمایه‌گذاری در سایر حوزه‌ها می‌کند.

از بُعد خدماتی، توسعه ارتباط از راه دور تا اندازه‌ای موفق بوده است. بیشتر روستاها از خدمات تلفنی بهره‌مند شده‌اند. نرخ استفاده از تلفن در برزیل از بیشتر کشورهای جهان سوم بالاتر است و شبکه نسبتاً کارآمدی برای استفاده مصرف‌کنندگان در بخش فعالیت‌های اقتصادی پیشرفته فراهم شده است. اما در حال حاضر احساس می‌شود که یک وضعیت بحرانی در حال تکوین است. ۵ سال پیش نویسنده‌ای نوشته است: نرخ تراکم از ۶ درصد به ۳۰ درصد رسیده است. میزان تقاضای ارضاء نشده به ۵ میلیون خط تلفن افزایش یافته و قیمت یک خط تلفن در بازار آزاد ممکن است به ده هزار دلار آمریکا برسد. علت این امر آنست که دولت در این بخش سرمایه‌گذاری نکرده است، و سرمایه‌گذاری نکرده چون فاقد عزم سیاسی لازم بوده است (سکوئیر Siqueira ، ۱۹۸۹). در حوزه تجهیزات کارخانه‌ای، نتیجه دلسردکننده‌تر بوده است. اودیلون سالموریا (Odilon Salmoria)، نماینده دولت فدرال گفته است (۱۹۸۶):

برای ارتباط از راه دور بازار خوبی وجود دارد، اما همان طور که قبلاً گفته شد، این بازار، تنها برای جمع شرکت با به اصطلاح سرمایه‌گذاری مشترک است. الگوهای ارتباط از راه دور در زمینه جلب مصرف‌کننده موفق بوده‌اند، اما در توسعه تکنولوژی ملی، چیزی که ما واقعاً برای انفورماتیک می‌خواهیم، موفقیتی نداشته‌اند (ص ۸۵).

## تکنولوژی اطلاعات و حاکمیت ملی

در خلال دهه ۱۹۷۰، سیاستگذاران برزیلی هر چه بیشتر متقاعد می‌شدند که تکنولوژی اطلاعاتی اهمیت استراتژیکی برای امنیت ملی و توسعه اقتصادی مستقل دارد. سیاست ملی انفورماتیک طی مراحل مختلف شکل گرفت، اما نهایتاً بر ایجاد صنعت تکنولوژی کامپیوتر در داخل متمرکز شد. در سیاست مزبور گام متهورانه دیگری نیز برداشته شد: حذف شرکت‌های فراملی از عرصه صنایع کامپیوتر، با استناد به این اصل که اگر برزیل می‌خواهد روند حرکت به سوی استقلال ملی بیشتر را حفظ کند، باید پا به عرصه صنایع تکنولوژی برتر بگذارد.

تصمیم به گسترش قابلیت‌های تکنولوژیکی در زمینه اطلاعات، گامی فراتر از سیاست‌های وارداتی قبلی و وارد کردن تکنولوژی از طریق سرمایه‌گذاری‌های شرکت‌های چندملیتی بود. هدف سیاست‌های قبلی، ضمن قبول کنترل خارجی بر سخت‌افزار، آن بود که با توسعه قابلیت‌های نرم‌افزاری و محتوایی، وابستگی فرهنگی را کاهش دهد. بحث‌انگیزترین بخش سیاست مزبور حفظ تمامی بازار برزیل برای آن دسته از شرکت‌های برزیلی است که در حوزه‌های زیر فعالیت می‌کنند: کامپیوترهای بزرگ و کوچک، تجهیزات مخابراتی - ارتباطاتی، نرم‌افزار و هر گونه وسیله‌ای که از تراشه‌های ریز پردازنده کامپیوتری استفاده می‌کند. این قبیل سیاست‌ها مستلزم استفاده از پایگاه‌های داده‌های (data bases) ملی است و جریان‌های فرا مرزی اطلاعات را محدود می‌کند. سیاست ملی انفورماتیک در یکی



از هدف‌های اصلی خود موفقیت قابل توجهی کسب کرد که همان عرضه کامپیوترهای بزرگ و کوچک به بازار داخلی بود. در عین حال، این مورد نشان‌دهنده آن است که مقاومت در برابر فشارهای صنایع کامپیوتر آمریکای شمالی که از طریق سیاست‌های تاکتیکی دولت آمریکا نیز حمایت می‌شوند، تا چه اندازه مشکل و طاقت‌فرساست. مورد برزیل مجموعه مشکلات دیگری را نیز نشان می‌دهد؛ مشکلات مربوط به قطع وابستگی به سلطه تکنولوژیکی کشورهای صنعتی در زمینه‌هایی چون تکنولوژی اطلاعات که بر طیف گسترده‌ای از سایر کاربردهای صنعتی اثر می‌گذارد. پیامدهای سیاست حاضر، تا آنجا که تلاش‌های برزیل الگویی برای توسعه تکنولوژی برتر در سایر کشورهای آمریکای لاتین فراهم می‌کند، به فراسوی مرزهای ملی کشیده می‌شود. صنایع کامپیوتر آمریکای شمالی به سرعت خطری را که متوجه منافعشان بود احساس کردند. در سال ۱۹۷۷ رئیس «کنترل دیتا» اشاره کرد که «موفقیت این قبیل سیاست‌ها در برزیل، به‌طور قطع در آینده، سایر کشورها را به گام نهادن در راستایی مشابه، در زمینه کامپیوترهای کوچک و تجهیزات الکترونیکی تکنولوژی برتر تشویق می‌کند». (به نقل از Folhad esao paulo، ۱۲ ماه مه ۱۹۷۷، ص ۸).

دو محقق آمریکای لاتین در بررسی فعالیت‌های برزیل در زمینه تولید تارهای نوری برای ارتباط از راه دور، اشاره می‌کنند که مورد برزیل معرف یک چالش و یک مشوق است: سایر کشورهای آمریکای لاتین باید تجربه برزیل را مورد توجه قرار دهند، زیرا برزیل در حال گذراندن مراحل از توسعه است که در بیشتر کشورهای در حال توسعه معمول است. علاوه بر این، برزیل باید در زمینه انفورماتیک که ارتباط مستقیمی با تارهای نوری دارد، با ایالات متحده آمریکا مبارزه می‌کرد. با خواندن بحث‌های مربوط به این موضوع در قبل و بعد از قانون انفورماتیک ۱۹۸۴، شخص احساس می‌کند که باید مقاومت مقامات برزیلی را در مقابل دولت ایالات متحده و شرکت‌های آمریکایی تحسین کند، شرکت‌هایی که به علت حمایت قانون مزبور از شرکت‌های برزیلی، سالانه ۳۵۰ - ۴۵۰ میلیون دلار را از دست می‌دادند. اگر در سال ۱۹۸۶ یک رشته گفت‌وگوهای رسمی بین نمایندگان دولت آمریکا و برزیل در گرفت، به خاطر آن بود که برزیل ۶۰ درصد بازار تکنولوژی اطلاعاتی آمریکا در آمریکای لاتین را تشکیل می‌داد (فرناندز و فادال Fernandez & Fadul، ۱۹۸۸).

### سرآغاز و تحول سیاست ملی انفورماتیک

برای درک سیاست ملی انفورماتیک، شناخت پیشینه نیروهای تأثیرگذار بر سیاست‌های ملی انفورماتیک ضروری است. اولین مرحله از این تاریخ نشان می‌دهد که ریشه سیاست ملی انفورماتیک به امنیت ملی و مسایل اجرایی دولت بر می‌گردد. نیروی دریایی به تکنولوژی اطلاعات نیاز داشت و می‌خواست تکنسین‌ها در داخل کشور آموزش ببینند، به نحوی که بتوانند دست کم تجهیزات مربوطه را در جایی مطمئن تعمیر کنند. مسئله دوم به هدر دادن منابع کامپیوتری توسط دولت مربوط می‌شد. این دو مسئله در سال ۱۹۷۲ به تشکیل کمیسیون هماهنگی فعالیت‌های پردازش الکترونیکی کاپری (Coordinating Commission for Electronic processing) دبیرخانه برنامه‌ریزی انجامید (نگاه کنید به تیگره (Tigre Activities) (CAPRE)، ۱۹۸۴، ویانا (Viana)، ۱۹۸۰). هدف این کمیسیون استفاده عقلایی از کامپیوتر توسط شرکت‌ها و کارگزاری‌های دولتی بود.

مرحله دوم در سال ۱۹۷۶ آغاز شد، یعنی هنگامی که «به دلیل واضح جلوگیری از واردات (کامپیوتر)، حتی در بخش خصوصی، به منظور پیشگیری از بدتر شدن موازنه پرداخت‌ها که در نتیجه اولین بحران بین‌المللی نفت وضعیت

وخمی پیدا کرده بود»، مأموریت کاپری هم سنگین تر شد (دایتز Dytz، ۱۹۸۵، ص ۲۲). علاوه بر این ضرورت‌های کوتاه مدت و آشکار، احساس می‌شد اصلاح توانایی‌های برزیل در زمینه انفورماتیک، اهمیت اجتماعی، اقتصادی و استراتژیکی زیادی دارد. کاپری کار گسترش دامنه سیاست ملی انفورماتیک و تعیین جهت‌های اصلی میکروانفورماتیک را به عهده گرفت. یکی از این مسایل سیاست بحث‌انگیز حفظ بازار برای کامپیوترهای کوچک و ریز، و ایجاد نقطه عطفی در تاریخ صنایع انفورماتیک برزیل بود. تا آن سال (۱۹۷۷)، حوزه کامپیوترهای کوچک و ریز تحت کنترل شرکت‌های چندملیتی قرار داشت (باربوسا Barbosa، ۱۹۸۵، ص ۵۶). ایجاد کبرا (COBRA)، اولین مرکز ساخت کامپیوترهای داخلی که می‌باید الگویی برای صنایع کامپیوتر برزیل فراهم می‌ساخت، این طرح جدید راتقویت می‌کرد، بنابراین، بخش انفورماتیک ملی، برخلاف سایر صنایع، در نتیجه نیازها و فشارهای دولت به وجود آمد.

در مرحله سوم، سیاست ملی انفورماتیک بیشتر تحت تأثیر مسائل مربوط به امنیت ملی واقع شد. کاپری که تحت نظر دبیرخانه برنامه‌ریزی (سپلان!) (SEPLAN) (Plannig secretariat) بود، در سال ۱۹۷۹ جای خود را به دبیرخانه ویژه انفورماتیک (سی) (SEL) (Special secretariat for informatics) داد، و سی تحت نظارت مستقیم شورای امنیت ملی قرار گرفت. کادر سی عمدتاً از افسران قدیمی ارتش تشکیل می‌شد و اداره این مرکز عملاً و رسماً با ارتش بود. واگذاری مسئولیت اجرای کامل سیاست حفظ بازار به این نهاد و این که صنایع داخلی صددرصد از سرمایه و تکنولوژی داخلی استفاده کنند، قدرت سی را افزایش داد. سی بر همه جنبه‌های برنامه تکنولوژی انفورماتیک کنترل داشت به استثنای حوزه ارتباط از دور که تحت نظارت وزارت ارتباطات بود. وزیر ارتباطات خواستار سیاست لیبرال‌تری بود که سرمایه‌گذاری‌های مشترک را مجاز سازد. اما نظامیان و غیرنظامیانی که بر منافع ملی تأکید داشتند، با این تقاضای وزارت ارتباطات مخالف بودند.

این سیاست در مقایسه با سیاست قبلی جایگزینی واردات که معمولاً ورود شرکت‌های چند ملیتی منتخبی را برای تأمین سرمایه و تکنولوژی لازم در زمینه‌هایی مثل سویچینگ، ارتباط از راه دور، صنایع اتومبیل و هواپیما مجاز می‌دانست، خیلی محکم‌تر بود. توجیه اصلی این تغییر آن بود که تکنولوژی‌های پیشرفته انفورماتیک، به لحاظ ضرورت‌های امنیتی از اهمیت استراتژیکی برخوردارند، و به دلیل هزینه سنگینی که دارند در رابطه با نرخ‌های مبادله، مشکلات بیشتری ایجاد می‌کنند. «وابستگی تکنولوژیکی، تا حدی که برزیل را تحت انقیاد سایر کشورها در آورد، تهدیدی علیه حاکمیت ملی است» (باربوسا، ۱۹۸۵، ص ۶۰).

به نظر اولین دبیر سی، سیاست انفورماتیک برای کشور حیاتی بود: «انفورماتیک، که استفاده از آن سالانه ۳۰ درصد افزایش می‌یابد، نه تنها از جنبه‌های اقتصادی، که احتمال می‌رود تا پایان سده حاضر صنعت اصلی جهان بشود، بلکه به لحاظ وابستگی شدید ما، یک مسئله استراتژیک تلقی می‌شود. ما عمدتاً هیچ تکنولوژی نداریم و هیچ چیز تولید نمی‌کنیم» (باربوسا، ۱۹۸۵، ص ۶۰).

در اواخر دهه ۱۹۷۰ و اوایل دهه ۱۹۸۰، به رغم بحران اقتصادی، سیاست ملی انفورماتیک در زمینه گسترش سریع بخش صنایع داخلی کامپیوتر ثمرات چشمگیری به بار آورد. تعداد شرکت‌هایی که طرح‌هایشان مورد تصویب کاپری قرار گرفت از ۵ مورد در سال ۱۹۷۶ به تقریباً ۳۰۰ شرکت در سال ۱۹۸۳ رسید (تاوارز Tavaraz، ۱۹۸۶). در سال‌های آخر این دوره، ۴۶ درصد بازار داخلی توسط تولیدکنندگان داخلی تأمین می‌شد. این دستاورد مهمی بود چرا که قبلاً ژاپن (۵۴ درصد) و ایالات متحده آمریکا (۹۰ درصد) تنها کشورهایی بودند که بیشترین نیازهای کامپیوتری برزیل را تأمین می‌کردند (Dadose Ideias، ۱۹۸۳).



در خلال سال‌های ۴-۱۹۸۳ و در فرایند بازگشت دموکراسی، یک حکومت غیرنظامی روی کار آمد و سیاست ملی انفورماتیک موضوع بحث‌های مجلس شد. عده‌ای طالب آن بودند که وابستگی سیاست ملی انفورماتیک به شورای امنیت ملی قطع شود و محور فعالیت‌های آن از مسائل عمدتاً تکنیکی، اقتصادی و نظامی به ملاحظات مربوط به پیامدهای سیاسی و اجتماعی تغییر یابد. این سرآغاز مرحله چهارم تحول سیاست ملی انفورماتیک در برزیل بود. کاهش نفوذ ارتش بر سیاست ملی انفورماتیک، مطرح شدن منافع گوناگون در بحث‌های قانونگذاری را میسر ساخت. عده‌ای طرفدار گشودن بیشتر مرزها در برابر سرمایه و تکنولوژی فراملی بودند، اما اکثریت افراد درگیر در بحث‌های مربوط به سیاست انفورماتیک همچنان از سمت‌گیری‌های موجود پشتیبانی می‌کردند. کریستینا تاوارز (Christina Tavares) (۱۹۸۶)، نماینده فدرال، سیاست ملی انفورماتیک برزیل را با اشاره به مسایل مشابه دولت‌های اروپای غربی توجیه می‌کرد: «بسیاری از دولت‌های اروپایی نگرانند که یک شریک (فراملی) جدید، یعنی آی بی ام، مخلاً حاکمیت ملی آنها باشد، زیرا این شرکت به تنهایی ۶۰ تا ۷۰ درصد بازار جهانی انفورماتیک را کنترل می‌کند». در ۲۹ اکتبر ۱۹۸۴، مجلس بسیار دمکراتیک برزیل، قانون شماره ۷۲۳۲ را به تصویب رساند که سیاست ملی انفورماتیک را از حوزه آئین‌نامه‌های هیئت وزیران خارج نمود و تحت سرپرستی کنگره قرار داد و موقعیت سیاست ملی انفورماتیک را به عنوان یک نهاد مشروع تثبیت نمود. بر اساس ماده یک این قانون: ضوابط، وظایف و خطوط اصلی سیاست ملی انفورماتیک، و نیز هدف‌ها و مکانیزم‌های آن را تعیین می‌کند. شورای ملی انفورماتیک (National Informatics Council) را تشکیل می‌دهد، حوزه‌های صدور تکنولوژی را تعریف می‌نماید، بر پایی مرکز تکنولوژیکی انفورماتیک را مجاز می‌دارد، و برنامه‌های ملی انفورماتیک و اتوماسیون، و نیز صندوق ویژه‌ای برای انفورماتیک در اطلاعات را بنا می‌نهد (Atos do poder Legislativo). (۱۹۸۴).

این قانون کنترل سیاست ملی انفورماتیک را از شورای امنیت ملی گرفته و به نهاد، ریاست جمهوری واگذار می‌کند؛ رئیس شورای ملی انفورماتیک باید گزارش کار خود را به ریاست جمهوری بدهد. بدین ترتیب یک ارگان تصمیم‌گیری به وجود آمد که از سی (SEI) جدا بود؛ در مقابل شورای ملی انفورماتیک پاسخگو بود و قوانین را به اجرا در می‌آورد. یکی از مسائل بسیار مهم این است که قانون مزبور سمت‌گیری‌های سال‌های ۱۹۷۷ - ۸۴ را حفظ می‌کند. ماده ۲ می‌گوید «هدف سیاست ملی انفورماتیک گسترش قابلیت کشور در فعالیت‌های انفورماتیکی به منظور توسعه اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، تکنولوژیکی و اقتصادی جامعه برزیل است». در حالی که ماده ۱۷ می‌گوید «دولت برای تشویق فعالیت‌هایی که از نظر دفاع ملی جنبه استراتژیک دارند یا برای توسعه ملی حیاتی هستند، از آنها حمایت نموده و مزایای موقت ویژه‌ای به آنها اعطا می‌کند». این ماده تعریف شرکت‌های ملی را مورد تأیید مجدد قرار می‌دهد: شرکت‌های ملی شرکت‌هایی هستند که اساسنامه آنها در کشور صادر شده، دفتر مرکزی آنها در داخل کشور قرار دارد، و کنترل آنها منحصراً و بدون قید و شرط، به طور مستقیم یا غیرمستقیم با افراد ساکن و مقیم در کشور یا با نهادهای دولتی است. منظور از کنترل ۱. کنترل در تصمیم‌گیری ... ۲. کنترل تکنولوژیکی ... و ۳. کنترل سرمایه است. (Alos do Poder Legislativo), (۱۹۸۴).

مرحله پنجم مربوط می‌شود به قانون نرم‌افزار و فشارهایی که ایالات متحده آمریکا برای تعدیل یا حذف بعضی از - یا همه - این سیاست‌های حفظ بازار به عمل آورد. تولیدکنندگان آمریکایی نرم‌افزار و سخت‌افزار از آن می‌ترسیدند که به دلیل سیاست حفظ بازار، پتانسیل فروش خود را از دست بدهند. زیان آنها در سال ۱۹۸۵ حدود ۷۰۰ میلیون دلار آمریکا برآورد می‌شود (رایدینگ Riding, ۱۹۸۵). اعمال نفوذ و چک و چانه‌های آمریکا، پیامدهای پیچیده‌ای داشت. گرچه در مراحل، به‌ویژه هنگام تهیه قانون اساسی ۱۹۸۸، گروه‌های فشار آمریکا با مداخله خود سبب رنجش و خشم عمومی شدند، به نظر می‌رسد این فشارها در قانون نرم‌افزار ۱۹۸۷، که حق انحصاری تولیدکنندگان خارجی را بیشتر مورد حمایت قرار می‌داد، نقش مهمی داشته است. به‌ویژه این که قانون شماره ۱۸ ( ۶۴۶۷/۷ دسامبر ۱۹۸۷) از مسئله مالکیت فکری بر برنامه‌های کامپیوتری حمایت کرده و مقررات فروش آنها را تنظیم می‌کند.

به طور کلی شرکت‌های آمریکایی به خاطر از دست رفتن فرصت‌های موجود در بازار برزیل ناراحت بودند؛ اعمال نفوذ گروه‌های رابط بر حمایت از حق انحصار متمرکز بود چون بعضی از تولیدکنندگان کلیدی سخت‌افزار (به‌ویژه ای بی ام و اپل Apple) و نرم‌افزار (مخصوصاً میکرو سافت Micro soft با سیستم عامل داس برای کامپیوتر شخصی ای بی ام) متوجه شده بودند که محصولات آنها به طور غیرقانونی و در حد گسترده‌ای در برزیل تکثیر می‌شود. بیشتر کامپیوترهای شخصی در برزیل با استفاده از تکنولوژی (IBM PC/XT یا Apple 11) ساخته شده‌اند. ای بی ام توانسته است با تولید و فروش کامپیوترهای بزرگ در برزیل کسب و کار پر سودی راه بیندازد، بنابراین شکایت‌های خود را تعدیل کرده است. اما میکرو سافت به تکثیر سریع داس ۳ اعتراض کرد و اپل برای جلوگیری از موافقت سی با فروش نمونه‌ای از کامپیوترهای مکینتاش توسط یونیترون برزیل شدیداً از گروه‌های فشار خود استفاده نمود. در هر دو مورد، سی ابتدا تقاضای حمایت از حق انحصاری را رد کرد، و این امر سبب تشدید فشارهای دولت آمریکا شد. اعمال فشار در سال‌های مختلف، اشکال متفاوتی داشته است، اما همیشه خطر مقابله به مثل در مورد تعدادی از کالاهای برزیلی مطرح وجود داشت و شعار «جنس آمریکایی بخر» تمهیدی بود در برابر موانع بازرگانی ایجاد شده توسط سیاست ملی انفورماتیک برزیل (کریستین ساینس مانیور، ۱۶ نوامبر ۱۹۸۷، ص ۳).

قانون نرم‌افزار در برزیل، هم از نظر محتوا و هم به لحاظ شکل تصویب قانون سخت مورد انتقاد قرار گرفت. مجموعه قوانینی که سیاست ملی انفورماتیک سال ۱۹۸۴ را مورد تأیید قرار می‌داد از پشتیبانی ملی برخوردار بود و توسط جنبش تکنولوژی اطلاعاتی برزیل رهبری می‌شد، در حالی که قانون نرم‌افزار بدون این‌گونه بحث‌ها و مشورت‌ها به تصویب رسید. یکی از سردمداران صنعت کامپیوتر و طرفدار سیاست ملی انفورماتیک گفته است که این قانون «بدون مشارکت طرفداران سیاست ملی انفورماتیک تصویب شد. قانون مزبور موضوع تکنیکی بسیار پیچیده و بحث‌انگیز سرقت ادبی و کپی رایت (حق انحصاری) را تنظیم می‌کند. اما بدون مشورت آکادمیک و تکنیکی مناسب تدوین شده است» (فرگنی Fregni, ۱۹۸۸). کنوانسیون قانون اساسی، که در سال ۱۹۸۸ قانون اساسی جدید را تدوین کرد در تازه‌ترین اقدام قانونگذاری، سیاست ملی انفورماتیک را مورد تأیید دوباره قرار داد. ماده ۲۳۲ به صراحت دفاع از بازار برزیل را تحت عنوان یکی از جنبه‌های حاکمیت ملی تعریف می‌کند: «بازار داخلی بخشی از منابع ملی ماست و باید در جهت پیشبرد توسعه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، رفاه مردم و استقلال تکنولوژیکی ملی و در انطباق با قانون فدرال تقویت شود». قانون اساسی، تعریف قانون انفورماتیک از صنعت برزیل را نیز تأیید می‌کند، و ماده ۱۷۷ تصریح می‌نماید که دولت «باید از فعالیت‌هایی که برای توسعه کشور جنبه استراتژیک دارد حمایت کرده و

برای این قبیل فعالیت‌ها مزایای موقت ویژه‌ای در نظر بگیرد» (Folha de saopaulo, ۲۵ اوت ۱۹۸۸، ص ۶).

۱  
۰  
۳

امید می‌رود این مواد قانون اساسی، حمایت دائمی از توسعه علمی و تکنولوژیکی برزیل را تضمین نماید (FINEP.n.d).

### مبارزه برای حفظ استقلال تکنولوژیکی

سیاست ملی انفورماتیک برزیل از همان ابتدای به اجرا در آمدنش در سال ۱۹۷۶ موضوع بحث و جدل‌های فراوان بود. اما با شدت گرفتن بحث بین منافع گروه‌های مختلف، که خود از فرایندهای جدید قانونگذاری ریشه می‌گرفت، بحث بر سر سیاست ملی انفورماتیک نیز شعله‌ورتر شد. یکی از اولین و مهم‌ترین مسائل این است: آیا سیاست حفظ بازار که سرمایه‌گذاری‌های مشترک با شرکت‌های فراملی را محدود می‌کند، بهترین راه رسیدن به خودکفایی تکنولوژیکی در برزیل به شمار می‌رود؟ الوین تافلر (Alvin Toffler) در جریان سفری به برزیل در سال ۱۹۸۴ می‌گوید: «اگر برزیل بخواهد توسعه تکنولوژیکی مستقل داشته باشد، در عرصه اطلاعات عقب خواهد افتاد». او در دفاع از حضور شرکت‌های فراملی در برزیل دیدگاه خود را چنین توجیه می‌کند:

در عصر حاضر دگرگونی‌های تکنولوژیکی بسیار سریع است و کشورهای کمتر توسعه یافته به سختی می‌توانند با این دگرگونی‌ها همگام باشند و قدرت رقابت خود را در بازار حفظ کنند. در نتیجه، کارکردن با بقیه کشورهای جهان به توسعه تکنولوژیکی آنها کمک می‌کند. ضرورت حال یک فرایند بین‌المللی است و نه یک فرایند ملی (به نقل از Falha de sao paulo، ۱۰ سپتامبر ۱۹۸۴، ص ۷).

اما از نظر بسیاری از برزیلی‌ها استدلال تافلر صرفاً نمایانگر منافع دولت آمریکا، شرکت‌های فراملی و متحدان آنها در برزیل است.

در برزیل انتقادهای مزبور بر پایه استدلال‌های مختلف صورت می‌گیرد اما معمولاً به یک نتیجه می‌رسند: سیاست حفظ بازار تاکنون سبب استقلال تکنولوژیکی برزیل نشده است. یکی از استدلال‌های فوق این مسئله را زیر سؤال می‌برد که آیا برزیل مشغول توسعه و تکمیل تکنولوژی برزیلی است یا صرفاً به بازسازی تکنولوژی‌های موجود می‌پردازد. به‌طور کلی سرمایه‌گذاری برزیل در عرصه توسعه تکنولوژیکی پائین بوده است. با وجود تصمیم رئیس جمهور سارنی مبنی بر سرمایه‌گذاری ۳ درصد تولید ناخالص ملی برای تکنولوژی، از جمله تکنولوژی انفورماتیک، میانگین سرمایه‌گذاری واقعی در این زمینه ۶ درصد بود که برزیل را در رده‌بندی جهانی در مقام بیست و پنجم قرار می‌دهد (رودریگوس، ۱۹۸۹). باربوسا (۱۹۸۵) می‌گوید:

قول داده بودند صنایع بومی طی ۵ سال تکنولوژی خاص خود را ایجاد کنند. اما نتوانستند به این وعده وفا کنند. گروه‌های اقتصادی بزرگ این بخش سود زیادی می‌بردند، چون مجبور نبودند در زمینه تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری کنند، در نتیجه هزینه‌هایشان پایین آمده و سود بالا رفته است (ص ۶۰).

یکی دیگر از انتقادات آن است که سیاست ملی انفورماتیک تا حد بسیار زیادی به مسئله حفظ بازار محدود بوده است. سیاست ملی انفورماتیک باید در صدد دستیابی به هدف‌هایی فراتر از منافع تجاری خاص بوده و ایجاد یک حوزه تکنولوژیکی مستقل را مد نظر داشته باشد. بهترین تجربه‌های بین‌المللی حاکی از آن است که سیاست انفورماتیک باید عامل یکپارچگی سیاست‌های بخش‌های مختلف تشکیل‌دهنده حوزه‌های گوناگون باشد. از آن جمله است: سیاست آموزش منابع انسانی در زمینه تکنولوژی انفورماتیک، آموزش متخصصان و آموزش عامه مردم؛ سیاست ارتباط از راه دور، که بتدریج نیاز بیشتری به تکنولوژی اطلاعات پیدا می‌کند (به‌ویژه جریان‌های اطلاعاتی تله ماتیک



و فرا مرزی؛ سیاست صنعتی؛ استفاده از همکاری تکنولوژیکی به حد اکثر میزانی که تکنولوژی اطلاعات میسر می‌سازد (ماشین‌های خودکار و روبات‌ها)؛ سیاست اشتغال، که ساختار و سطح آن در نتیجه به کارگیری تکنولوژی اطلاعات در فرایندهای تولیدی واردات به تدریج تعدیل شده است؛ و سیاست فرهنگی، جایی که تکنولوژی اطلاعات رفتار انسانی را در حوزه‌هایی مثل پردازش تصویر، ویدئو تکست (text video)، بازی‌های الکترونیکی (کامپیوتری) و ذخیره و ثبت اطلاعات شخصی به شدت تحت تأثیر قرار داده است.

یکی دیگر از انتقادهای مهم آن است که برزیل در تلاش برای دستیابی به استقلال تکنولوژیکی بیشتر، به فراسوی سطح کلی توانایی‌های فنی و صنعتی خود می‌رود، و این امر بر کارایی و قابلیت رقابت طیف گسترده‌ای از صنایع برزیل تأثیر می‌گذارد. سناتور روبرتو کامپوس (Roberto Campos)، وزیر سابق برنامه‌ریزی و منتقد دیرینه سیاست ملی انفورماتیک، گفته است سیاست ملی انفورماتیک نمایانگر برداشت مطلقاً غلطی از چگونگی سیاست صنعتی است:

حفظ بازار به حفظ بی‌صلاحیتی تبدیل شده است. فقط نخبگان [برزیلی] کامپیوترهای شخصی دارند، در حالی که در جهان صنعتی از این نوع کامپیوترها در مدارس ابتدایی استفاده می‌کنند. از آنجا که تعاریف انفورماتیک دربرگیرنده تمامی تکنولوژی دیجیتالی مبتنی بر نیمه‌رساناهاست، یک عقب‌افتادگی تکنولوژیکی بر همه بخش‌های کارخانه‌ای تحمیل شده است ... همین تظاهر توخالی به «استقلال تکنولوژیکی» به حوزه‌های تخصصی شیمی، ژنتیک زیستی و ماشین‌های دقیق نیز کشیده شده و انجام سرمایه‌گذاری‌های مشترکی را که می‌تواند راه سریعی برای رسیدن به نوگرایی باشد، مشکل‌تر می‌سازد (به نقل از OE staso de sao panulo ۲۴ ژوئیه ۱۹۸۸، ص ۲).

انجمن تولیدکنندگان اتومبیل که یکی از بزرگ‌ترین مخالفان سیاست ملی انفورماتیک است، نظرات کامپوس را تأیید کرد. سیاست حفظ بازار و کنترل سی بر همه ریز پردازنده‌ها (microprocesso) سبب کندی دسترسی صنایع اتومبیل به آخرین و جدیدترین ریز پردازنده‌های مربوط به تعدادی از کاربری‌های اتومبیل‌سازی شده و قابلیت رقابت صنایع اتومبیل برزیل را کاهش داده بود (جیانتی Giannetti, ۱۹۸۹ b). انجمن صنایع نیز خط کلی سیاست ملی انفورماتیک را به همین دلایل زیر سؤال برده است. به طور کلی، مطالعه آرتور اندرسون در زمینه صنایع بزرگ نشان می‌دهد که اینها معتقدند هزینه تجهیزات اطلاعاتی بسیار بالا و سطح تکنولوژیکی بسیار پایین است. تقریباً همه این صنایع بر آنند که قانون انفورماتیک باید هنگام بررسی قانون مزبور در سال ۱۹۹۲ مورد تجدید نظر قرار بگیرد (ص ۶-۱۹۸۸، Constituicao Brasileira).

از سوی دیگر، تعدادی از گروه‌های بانکی بزرگ تولید سیستم‌های خودکار بانکی و سایر تجهیزات مربوطه را آغاز کرده‌اند. بنابراین صنایع بانکی منافع مشترکی با تولیدکنندگان صنایع اطلاعاتی دارند. این بدان معناست که شاید سیاست‌های سرمایه‌گذاری به شکل بی‌پرواتری بتواند این تنگناها را از میان بر دارد.

قیمت کامپیوترهای شخصی در برزیل، مثل سایر کالاهای صنعتی تکنولوژیکی، در نتیجه سیاست جایگزینی واردات، گران‌تر و سطح متوسط تکنولوژی آنها پایین‌تر از میانگین جهانی است. در اکتبر ۱۹۸۹، در برزیل معمولی‌ترین کامپیوترهای کوچک از نوع ای بی ام، پی سی / ایکس تی بودند، یعنی ارزان‌ترین نوع این کامپیوترها با هارد دیسک ۲۰ مگا بیتی و به قیمت ۲۴۳۰ دلار آمریکا، یعنی تقریباً ۵/۲ برابر قیمت آنها در ایالات متحده آمریکا (Guia de Compras, ۱۹۸۸). در کنار مشکل قیمت بالا و سطح تکنولوژیکی پایین محصولات داخلی،



مشکل قاچاق کامپیوترهای شخصی، دستگاه‌های فاکس و اجزا و قطعات آنها نیز وجود دارد. در سال ۱۹۸۸ سردبیر نشریه بازرگانی (Revista Nacional de Telematica) برآورد کرد که تقریباً نیمی از ۳ میلیون کامپیوتر شخصی موجود در سائوپولو احتمالاً قاچاق بوده‌اند (مکاتبات شخصی ای. سکوئیرا، ۵ سپتامبر ۱۹۸۸).

کسانی که سیاست‌های جایگزینی واردات را تشویق می‌کنند همیشه می‌دانسته‌اند که هزینه تولید داخلی سبب بالاتر بودن قیمت کالاها در مقایسه با کالاهای مشابه وارداتی می‌شود، اما بنا را بر این می‌گذارند که در مجموع این امر به نفع روند کلی توسعه صنعتی و رفاه اقتصادی مردم خواهد بود. کلودیو مامانا (Claudio Mamaua)، رئیس انجمن تولیدکنندگان کامپیوتر و ابزارهای کامپیوتری خاطر نشان می‌سازد که قیمت اتومبیل و سایر کالاهای برزیلی نیز دو سه برابر قیمت فروش همان کالا در خارج است، به طوری که هزینه جایگزینی واردات در زمینه انفورماتیک بیشتر از همین هزینه در مثلاً صنایع اتومبیل نیست (جیاتنی، ۱۹۸۹ a، ص ۴۸). به هر حال، بحث بر سر این است که آیا انفورماتیک بر چنان طیف گسترده‌ای از صنایع و خدمات در برزیل اثر می‌گذارد که پیامدهای اقتصادی و صنعتی کلی آن منفی باشد.

نظرات نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری ۱۹۸۹ در مورد سیاست ملی انفورماتیک تصویر مقطعی خوبی از مواضع مختلف در ارتباط با این سیاست را نشان می‌داد. مطرح شدن مسئله سیاست ملی انفورماتیک در مبارزات انتخاباتی ماه نوامبر اهمیت ویژه‌ای دارد. از بین ۹ نامزد انتخاباتی، سه نفر با داشتن گرایش‌های لیبرالی در زمینه اقتصاد، موافق حذف سیاست حفظ بازار بودند، در حالی که ۲ تن از نامزدها، با سمت‌گیری‌های ناسیونالیستی‌تر، از ابقاء آن طرفداری می‌کردند. بقیه هم معتقد بودند که سیاست مزبور باید به دقت مورد ارزیابی مجدد قرار گیرد - به نحوی که از سوءاستفاده از سیاست‌هایی حمایتی ممانعت گردد - سطح تکنولوژیکی ارتقا یابد، و مداخله دولت محدود شود. به جز چند استثنا، همه اینها سؤالاتی را مطرح می‌کرد (Info، سپتامبر ۱۹۸۹، صفحه ۳۴۵). به طور کلی، به نظر می‌رسد مبارزات انتخاباتی مجموعه سؤالاتی را در مورد نقش دولت و صلاحیتش برای کنترل هدایت اقتصاد مطرح می‌کند (در اکتبر ۱۹۸۹، فولاهو دو سائوپولو مجموعه مقالاتی با عنوان «دولت کوچک‌تر، فقر کمتر» به چاپ رساند). در مورد تمرکز بر سیاست جایگزینی واردات نیز سؤالاتی مطرح بود. تعدادی از این نامزدها و گروه‌های رسانه‌ای بزرگ به طور ضمنی الگوی صادرات - سویه «ببرهای آسیا Tigers of Asia» (کره جنوبی، تایوان، هنگ‌کنگ و سنگاپور) را تحسین می‌کردند. شاید مهم‌ترین مسئله همان اتفاق نظر همه نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری در این نکته بود که سیاست ملی انفورماتیک به شکوفایی بعضی از این صنایع، ایجاد مشاغل، توسعه منابع انسانی و صنعتی و شکوفایی و رشد توسعه تکنولوژیکی، در مقایسه با قبل، کمک کرده است. در اساس، بحث‌های مربوط به سیاستگذاری در برزیل حول محور تحلیل‌های هزینه - سود صورت می‌گیرد، اما به ایجاد صنایع ملی انفورماتیک متعهد است.

سیاست ملی انفورماتیک، به رغم مشکلاتی که داشته، مبین یک حرکت مهم در جهت تغییر الگوهای توسعه اقتصادی ارائه شده توسط شرکت‌های فراملی است. بحث‌های دموکراتیک دهه ۱۹۸۰، نه تنها از نظر اصلاح مشکلات مربوط به اجرای سیاست مزبور، بلکه به لحاظ عمیق‌تر کردن آگاهی ملت نسبت به اهمیت توسعه مستقل و خودتکایی، بسیار با ارزش بوده است. اما در هر حال نباید سبب نادیده گرفته شدن دو مشکل اصلی بشود: ضرورت پرهیز از دادن شعارهای توخالی درباره مواضع مخالف، و داشتن یک سیاست حمایتی حفظ بازار که واقعاً راه مؤثری برای ارتقای سطح کارایی تکنولوژی برزیل باشد، و همین طور ضرورت یافتن راه‌هایی که این سیاست صنعتی را به

سایر حوزه‌های فعالیت‌های تولیدی تسری دهد، به طوری که فرایند گسترده‌تر و یکپارچه‌تری از پیشرفت تکنولوژیکی ایجاد گردد.

### مبارزه برای ارتباطات، فرهنگ و اطلاعات

بدیهی است که برزیل در ایجاد یک ساختار ارتباط از راه دور پیشرفت‌های زیادی کرده است، ساختاری که از بعضی جهات به انسجام مناطق و تبدیل آنها به یک کشور واحد کمک کرده است. تحول صنایع فرهنگی، دست کم در حوزه تلویزیون، نقش مهمی در توسعه هویت فرهنگی ملی داشته است. شاید بهتر بود سیاست ملی تکنولوژی اطلاعات به شکلی تنظیم شود که طیف گسترده‌تری از نیازهای توسعه صنعتی را در بر گیرد. اما اکثریت برزیلی‌ها اتفاق نظر دارند که تصمیم بر محدود کردن نقش شرکت‌های فراملی در این بخش استراتژیک و ایجاد زیربنای لازم برای توسعه مستقل تکنولوژی برتر تصمیم مثبتی بوده است. آیا این به معنای آن است که توسعه ارتباطات در برزیل در دهه آینده هم باید به همین شکل باشد؟

مضمون اصلی مقاله حاضر آن است که برزیل باید جهت‌گیری‌های سیاست ارتباطی خود را اساساً تغییر دهد. در یک سطح، سیاستی که تحت‌الشعاع هدف‌های یکپارچگی ملی، بسیج قدرت اجرائی متمرکز و صنعتی شدن باشد باید تأکید بیشتری بر تحول مداوم دموکراسی مبتنی بر مشارکت داشته باشد. این امر نیاز به نوع دیگری از یکپارچگی ارتباطات ملی دارد که شاید اداره آن مشکل‌تر و تعارض‌آمیزتر باشد، اما نسبت به تحول فرهنگی و انسانی حساس‌تر و پذیراتر خواهد بود.

اما در سطحی عمیق‌تر، لازم است برای همیشه مفهوم توسعه به عنوان یک گسترش کمی در ارتباط با تعداد و نوع کالاهای تولید شده کنار گذاشته شود. ما باید توسعه را بر حسب معیارهای کیفی‌تر (more qualitative) از نو و به شرح زیر تعریف کنیم: نیازهای اولیه انسانی مثل آموزش، مسکن آبرومندانانه برای یک زندگی خانوادگی، احساس تعلق به یک جماعت، احترام به فقرا و اقلیت‌های بومی، حفظ محیط زیست و بوم‌شناسی و حس بیشتر اتحاد و یکپارچگی فرهنگی و اجتماعی بین کشورهای جهان سوم. این برداشت از توسعه، به لحاظ پذیرش نیازهای اولیه مردم و بوم‌شناختی کشور - و نه تقاضاهای اقتصاد سیاسی بین‌المللی - به‌عنوان نقطه شروع، برداشتی درون‌زا (endogenous) و قائم به ذات است. ما با این نظر مخالفیم که توسعه بر حسب دو قطب متضاد تعریف شود؛ در مرحله اول، واکنشی نسبت به ارضای نیازهای کمی و مادی، و در مرحله بعدی، ارضای نیازهای انسانی، فرهنگی و معنوی کیفی‌تر. مسئله کیفیت باید در همه مراحل مطرح باشد. برای اعمال این بُعد کیفی قبل از هر چیز باید بر ابعاد فرهنگی توسعه بیشتر تأکید شود. در برزیل، باید این بُعد کیفی‌تر از جهات متعددی مورد توجه قرار گیرد، اما موارد زیر مهم‌ترین آنها و نمونه‌های خوبی برای جهت‌گیری جدید است.

### تمرکززدایی (decentralization) رسانه‌ها و سایر شکل‌های ارتباطات

سیاست‌های بیست سال گذشته، بیشتر موافق زیربناهای ارتباطی کنترل شده از مرکز و شبه انحصار (quasi-monopoly) صنایع فرهنگی بوده‌اند. تلویزیون گلوبو و شرکت انتشاراتی ادیتورا ابریل (Editora Abril)، که یکی از مهم‌ترین مجلات خبری برزیل، و جا، و بسیاری دیگر از مجلات برزیل را منتشر می‌کند، نه تنها سلطه فرهنگی خود را اعمال کرده بلکه از سیاست دولت مرکزی هم حمایت نموده‌اند.



در حال حاضر فشارهایی برای تمرکززدایی و منطقه‌ای کردن رسانه‌ها، به‌ویژه تلویزیون، وجود دارد. این کار به سیاست‌های حمایتی بیشتری نیاز دارد. ناپدید شدن این شبکه‌های بزرگ در دهه آتی بعید می‌نماید، اما اگر قانون جدید سخن پراکنی از چنین سیاستی حمایت کند، شاید ما شاهد برپایی شبکه‌های یو اچ اف محلی و ایستگاه‌های تلویزیونی منطقه‌ای باشیم. معرفی تکنولوژی‌های ارتباطاتی جدید در برزیل، مثل ماهواره، آنتن شلجمی (Parabolic)، ویدئو تکست، تارهای نوری و کاربری‌های کامپیوتری اهمیت زیادی دارد، چون این تکنولوژی‌ها نه تنها مورد استفاده مناطق مادر شهری بزرگ است، بلکه به شهرستان‌ها، شهرهای کوچک و مناطق روستایی نیز خدمات می‌دهد. با تقویت رسانه‌های منطقه‌ای و محلی، شاید آن بخش‌هایی از جمعیت که هنوز فاقد تلویزیون هستند دسترسی بیشتری به امکانات ارتباطی پیدا کنند. در گذشته، هم در رژیم‌های نظامی و هم غیرنظامی، امتیاز ایجاد شبکه‌های رادیو و تلویزیونی بر پایه روابط شخصی و سیاسی اعطا می‌شد. نبود سیاستی در جهت منافع و ملاحظات جماعتی، فرهنگی و آموزشی یکی از کمبودهای اصلی سیاست سخن پراکنی برزیل است.

این تمرکززدایی، از نظر فرهنگی ابعاد کیفی مهمی دارد زیرا سبب می‌شود هویت‌های منطقه‌ای بیشتری به صحنه آمده و نقش قوی‌تری در توسعه فرهنگ ملی ایفا کنند.

تمرکززدایی تنها از نظر جغرافیایی مهم نیست بلکه از جنبه طبقات اجتماعی نیز اهمیت دارد. طی ۲۵ سال گذشته، میزان استفاده از رسانه‌ها در جنبش‌های مردمی و پرطرفدار، رشد قابل توجهی داشته است. زیربنای رسانه‌های فعلی از نظر ایستگاه‌های رادیویی، روزنامه‌های کوچک، مراکز مستندسازی با نشریات کوچک، شبکه‌های تولید و مبادله ویدئویی و مراکز نمایش عمومی بسیار غنی است. همه اینها از نظر آموزش اولیه، تبیین فرهنگ مردمی و بهره‌مند ساختن این بینش‌ها از یک بار دمکراتیک در فرایندهای سیاسی ارزش زیادی داشته است. به دنبال برقراری دموکراسی، جنبش‌های مردمی، به‌حق خواستار نفوذ بیشتر و صدای رساتری در سیاست ارتباطی کشور و جلب حمایت بیشتر از اقدامات خود در زمینه رسانه‌ها خواهند بود. مثلاً تلویزیون داس ترابال هادورز، وابسته به حزب کارگر نوارهای ویدئویی توزیع می‌کند و می‌تواند وقتی را که تلویزیون به طور رایگان در اختیارش می‌گذارد، به شرح و بسط نظرات تشکیلات کارگری بپردازد، اما می‌خواهد برای ایجاد یک ایستگاه تلویزیونی یو اچ اف در سائوپولو مجوز بگیرد. باند یو اچ اف تلویزیونی به تازگی راه‌اندازی شده است و برای شبکه‌های تلویزیونی وابسته به تشکیلات مردمی، فرصت دسترسی به رسانه‌ها را فراهم می‌سازد. انتقاد می‌شود که شبکه‌های تلویزیونی ملی، مثل گلوبو، بر افکار عمومی سیطره دارند. اما تحقیقات انجام شده توسط لیز دا سیلوا (Lins da Silva) (۱۹۸۷) و دیگران در زمینه دریافت برنامه‌های خبری گلوبو، ژورنال نشنال، در جوامع کارگری نشان می‌دهد که میزان تأثیر برنامه‌ها بر این گروه‌ها کمتر از آن است که تصور می‌شد. یکی از دلایلی که این قبیل گروه‌ها می‌توانند قضاوت مستقل‌تری داشته باشند آن است که از طریق شبکه‌های رسانه‌ای خود به اطلاعات گزینه دسترسی دارند.

## سمت و سوی سیاست انفورماتیک

اکنون روشن شده است که زیربنای مادی ارتباطات و تکنولوژی اطلاعات به شکل پیشنهاد شده در الگوهای توسعه دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ برای ایجاد یک جامعه دموکراتیک کافی نیست. زیربنا و تکنولوژی مزبور باید پیوند نزدیکتری با بازیگران اجتماعی جدید، مطالبات جنبش‌های مردمی برای وزن سیاسی بیشتر و توسعه فرهنگی داشته باشد.

با توجه به رهنمودهای اساسی سیاست کسب استقلال در تکنولوژی‌های اطلاعاتی پیشرفته، سیاست ملی انفورماتیک باید به فراهم ساختن و توزیع منابع اطلاعاتی بیشتر توجه کند. این به معنی مثلاً، گسترش بانک‌ها و پایگاه‌های اطلاعاتی کشور است. باید چگونگی تأمین دسترسی آزادانه به تکنولوژی اطلاعات در برزیل مورد مطالعه قرار گیرد. شاید سیاست حفظ بازار و بالاتر بودن میانگین قیمت کامپیوتر در برزیل قابل توجیه باشد، اما باید در مورد مدارس، کتابخانه، سازمان‌های اجتماعی و سایر نهادهای عمومی امتیازهایی قایل شود تا اینها بتوانند در زمینه دسترسی به اطلاعات برای قشرهای کم درآمدتر امکانات برابری فراهم سازند.

مسائل مربوط به خصوصی بودن اطلاعات در سطح داخلی در قانون اساسی جدید مطرح شده و به پیش‌بینی بند «فراخوانی اطلاعات» در ارتباط با دسترسی به پایگاه‌های اطلاعاتی منجر گردد. برزیل با اعمال کنترل شدید بر جریان اطلاعات به بیرون مرزها، از خصوصی بودن اطلاعات حمایت کرده است، که این خود به سیاست حفظ بازار، و فشار در جهت پیشبرد داده‌پردازی data-processing در سطح ملی، و نه بین‌المللی، مربوط می‌شود. نظر دولت برزیل آن است که کنترل جریان اطلاعات بازرگانی، قانونی است و باید از آن دفاع شود.

با وجود دستاوردهای برزیل در زمینه زیربنای ارتباطی - مخابراتی و خدمات مربوطه از دهه ۱۹۵۰ تا دهه ۱۹۷۰، سرمایه‌گذاری در این حوزه کاهش یافته و میزان تراکم تلفنی از ۶ درصد در سال ۱۹۸۵ به تقریباً ۳۰ درصد در سال ۱۹۸۹ افزایش یافته است (تلسپ، ۱۹۸۹). این خود نشان می‌دهد که باید در سرمایه‌گذاری برای ارتباط از راه دور و تکنولوژی‌های اطلاعاتی پیشرفته‌تر تعادل مناسبی وجود داشته باشد.

## مبارزه در راه یکپارچگی آمریکای لاتین

در ۲۵ سال گذشته آگاهی ملی برزیل نسبت به رابطه متقابل ارتباطات، فرهنگ ملی و اطلاعات رشد چشمگیری داشته است. توسعه صنایع فرهنگی ملی، گرچه عمدتاً به تلویزیون محدود بوده است اما خود یک گام مهم به شمار می‌آید. تمایل به محدود کردن نفوذ شرکت‌های فراملی یکی دیگر از نقطه عطف‌هاست. از دیگر دستاوردهای اخیر، حرکت به سوی دموکراتیزه شدن است خاصه این که حرکت مزبور عمدتاً توسط جنبش‌های توده‌ای و با استفاده از ارتباطات مردمی گزینه صورت می‌گرفت.

البته فشارهای ناشی از کشورهای صنعتی، به‌ویژه ایالات متحده آمریکا روند مزبور را مورد تهدید قرار می‌دهد. این مسئله ارتباط مستقیمی با مذاکرات مربوط به بدهی‌های خارجی برزیل و سیاست‌های صندوق بین‌المللی پول دارد. یکی از موضوع‌هایی که غالباً بدان اشاره می‌شود این است که به منظور ترغیب بانک‌های فراملی، صندوق بین‌المللی پول و کشورهای اعتباردهنده به مذاکره درباره بدهی‌ها، برزیل باید سیاست ملی انفورماتیک خود را تعدیل کند.

به هر حال، نمی‌توان فراموش کرد که بحران برزیل بخشی از بحران تمامی منطقه آمریکای لاتین است. توسعه برزیل طی ۲۵ سال گذشته تا حد زیادی متأثر از روحیه ملی‌گرایانه خود برزیل بوده است. اما در حال حاضر این به تنهایی کافی نیست. برزیل باید همکاری اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی با سایر کشورهای آمریکای



لاتین را در اولویت قرار دهد. چالش اصلی ده سال آتی، پس از برداشتن گام‌های لازم در جهت برقراری دوباره دموکراسی، تفکر در مورد توسعه بیشتر ارتباطات، فرهنگ و تکنولوژی در جهت یکپارچگی منطقه‌ای آمریکای لاتین خواهد بود.

## منابع

- Atos do poder Legislativo. (1984, October 29). Law No. 7,232, p. 102.
- Barbosa, C,R.F. (1985). A informatica: situacao e desempenho. In R. Benakouche (Ed.), A questao de no Brasil. Sao Paulo: Brasiliense.
- Constituicao Brasileira [Special edition]. (1988, July 1). Folha de Sao Paulo. Edition).
- Dados e Ideias. (1983, August ).[Survey of 100 largest companies in informatics]. No. 63.
- Dreyfuss.R.(1980).1964:O Goloe contro o estado. Petropolis: Vozes.
- Dytz. E. (1985). Informatica: o modelo institucional brasileiro. In R. Benakouche (Ed.), A questao de informatica no Brasil. Sao Paulo: Brasiliense.
- Fernandes, F..& Fadul, M.L.(1988).?Puede America Latina producer fibras opticas? Diazlogos , 21.
- FINEP.(n.d). Agenda-Informative,56,10.
- Fregni.E. (1988). [Speech]. Presented at the 8<sup>th</sup> Congresso da Sociedade Brasileira de Computacao, Rio de Janerio.
- Giannetti, R. 91989a, May). Momento de reflexao para a informatica. Revista Nacional de Telematica, pp. 48.
- Giannetti,R . (1989b.August). Carro eletronico: esta corrida Brasil perde . Revista Nacional de Telematica, pp. 8-17.
- Guia de Compras [Shopping guide]. (1989, September 27). Folha de Sao Paulo, p. H-6.
- Katz, E., Wedell, G. (1977). Bradcasting in the Third World. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Lins Silva, C. E. (1987). Muito Alem do Jardim Boranico. Sao Paulo: Summus.
- Mattos, S. (1982). The impact of Brazilian military governments on Brazilian television. San Antonio, TX: Klingensmith.
- Riding, A. (1986, May 5). [Article]. New York Times, p. D8.
- Rodrigues, L. (1989, May). Falta a politica de ciencia e tecnologia. Revista Nacional de Telematica, pp. 58-59.
- Salmoria, O. (Ed.). (1986). A informatica e a nova republica. Sao Paulo: Hucitec.
- Sayad, J. (1986). Proridade social e desenvolvimento tecnologica. In O. Salmoria (Ed.), A informatica e a nova republica. Sao Paulo: Hucitec.
- Siqueira, E. (1989, May). Editorial. Revista Nacional de Telematica, p. 3.
- Tavares, C. (1986). A informatica e o contorole da sociedade. In O. Salmoria (Ed.), A informatica e a nova republica. Sao Paulo: Hucitec.
- Telecomunicacoes, um setor viavel. (1982, July 23). Folha de Sao Paulo.
- Telesp (Sao Paulo telephone operating company). (1989, October 5). Presentation at Seminar on ISDN, Sao Paulo.
- Tigre, P. B. (1984). Computador Brasileiro: industria tecnologia e dependencia. Rio de Janeiro: Campus.
- Viana, D. M. M. (1980). Processo decisorio no setor de informatica nos ultimos dez anos. Unpublished master's thesis, Instituto Universitario de Pesquisas do Rio de Jan

## اقتصاد سیاسی تلویزیون

نوشته: مانجونات پنداکور (Manjunath pendakur)

دولت، طبقه و تلاقی شرکت‌ها در هند<sup>۱</sup>. از مشخصه‌های هند دهه ۱۹۸۰، در گرفتن مباحث زنده و داغ پیرامون تکنولوژی تلویزیون و هدف‌های آن در کشوری فقیر بود که به سرعت به سوی صنعتی شدن پیش می‌رفت. در این فصل به پیامدهای سیاسی و اجتماعی سیاست ملی تلویزیون توسط دولت می‌پردازیم. آیا اصولاً هند باید تلویزیون داشته باشد؟ آیا هند استطاعت برخورداری از تلویزیون رنگی را دارد؟ آیا چنان تلویزیونی باید اولویت را به آموزش بدهد و غیرتجاری باشد؟ چه کسی باید برنامه‌هایش را تولید کند؟ آیا برنامه‌های آن باید وارداتی باشد؟ رابطه تلویزیون با دولت چگونه باید باشد؟ ساختار نهادین آن چه می‌شود؟ اینها سؤالات مهمی هستند که در کانون سیاستگذاری ارتباطاتی اغلب کشورهای آسیایی - آفریقایی قرار دارند.

در کشوری که تقریباً ۸۳۵ میلیون نفر جمعیت دارد و از تنوع فرهنگی، زبانی و آداب و رسوم برخوردار است، اکثریت مردم قویاً خواهان نهادهای نامتمرکز هستند، اما دولت مرکزی و حزب حاکم نیز برای محدود کردن این تفاوت‌ها و تنوع‌ها در مرزهای تنگ دولت ملی و سیطره جو، قویاً مصمم است. دولت مرکزی با توجه به پیشینه تاریخی (نهادهای استعماری بریتانیا)، و اقتدار قضایی - حقوقی منطبق با موازین قانون اساسی، از چنان قدرتی برای حفظ مرکزیت برخوردار می‌باشد. در نتیجه، بخش ارتباطات، شامل پست و تلگراف، راه آهن، خطوط هوایی، رادیو، تلویزیون و فیلم مستند از سوی دولت کنترل می‌شود. هر یک از اینها در دیوانسالاری متمرکز سازمان دهی شده و در معرض سوءاستفاده از سوی حزب حاکم می‌باشد(۱).

هندوستان ۴۳ سال بعد از کسب استقلال از حکومت استعماری بریتانیا، هنوز درگیر کشمکش میان تجدد و سنت‌خواهی است. روابط اجتماعی فئودالی نظیر کاربندگی، رباخواری، تابعیت زن از مرد، مهریه و کاست همگی به‌رغم دموکراسی مستحکم و پا بر جای سرمایه‌داری، با سخت‌جانی به بقای خود ادامه می‌دهند(۲). همزمان، فرهنگ متضادی در میان مردمی که بیش از همه بازنده بوده‌اند رشد می‌کند. تضاد به قدری حاد است که شرارت‌های ماشین دولتی یا زمینداران علیه تهیدستان، ادیواسی‌ها (Adivasis) (بومیان) و دالیت (Dailits) (نچس‌های سابق) موضوع روزمره مطبوعات هند شده است. «شب بی‌پایان (Endless Night)»، (۱۹۸۷، ص ۴). در چنین هنگامه‌ای و به منظور تثبیت و

ای در هند نوشته شده است. هزینه کارهای آوری شده برای طرح بزرگی در زمینه فرهنگ توده ۱. این فصل با استفاده از اطلاعات جمع‌عهده مؤسسه اسمیتسونین، مؤسسه آمریکایی مطالعات مربوط به هند، و مؤسسه ارتباطات نوین دانشگاه نورث وسترن میدانی من به آنجلس که بوده است. نسخه اولیه این فصل در سومین کنفرانس دو سالانه اتحاد برای ارتباطات دموکراتیک، دانشگاه ایالتی کالیفرنیا، لوس‌آنجلس از ۲۷ فوریه تا ۱ مارس ۱۹۸۷ برگزار گردید تهیه شده بود.



تبلور این مناسبات اجتماعی بهره‌کشانه، پیرامون مسایل تحول و توسعه، توفانی در گرفته است که در حال از میان برداشتن کنترل‌های اجتماعی نمادین است، کنترل‌هایی که طی دو دهه گذشته در اقتصاد کشور اعمال شده است. این توفان همانا ملی کردن بخش‌های کلیدی صنعت، بانکداری و مدیریت بازار از طریق نظام پروانه، تعرفه و سهمیه است. با این جریان که با لفظ محترمانه «لیبرالی کردن» سیاستگذاری اقتصادی مشخص می‌شود، بسیاری از کشورهای جهان سوم در حال کنار زدن این کنترل و باز کردن درهای کشور خود به روی سرمایه مستقیم خارجی‌اند. مصر در زمان انور سادات و هند در زمان ایندیرا گاندی نمونه‌های بارز این ادغام اقتصادی ملی در سرمایه بین‌المللی بودند. تعهد قانون اساسی به بنای جامعه‌ای بر مبنای یک «الگوی سوسیالیستی» جای خود را به «مسابقه با غرب» و «جفتک چهارکش» با تکنولوژی برتر داد. الگوی «نوسازی» بسیاری از روشنفکران غربی به صورت بینش رایج میان نخبگان اقتصادی سیاسی در آمده است. این گرایش در تفکر سیاسی هند منجر به بالا گرفتن سریع همکاری با سرمایه‌داران فراملی، در شکل سرمایه‌گذاری مستقیم در انرژی، حمل و نقل و بعضی از شاخه‌های تکنولوژی برتر از جمله نرم‌افزار کامپیوتر شد. شراکت سرمایه ملی و بین‌المللی در شکل سرمایه‌گذاری‌های مشترک نیز افزایش یافته و منجر به رونق بازار کالاهای کارخانه‌ای مصرفی شده است.

در جریان این تعلق خاطر به سرمایه خارجی، نیازهای اساسی - خوراک، آب تصفیه شده، مسکن، شغل، آموزش - تقریباً ۳۰۰ میلیون نفر هندی (۴۰ درصد جمعیت) عمدتاً نادیده گرفته شده است. به علاوه، اعمال و اجرای نیم بند قوانین مربوط به تضمین ایمنی و بهداشت کارگران و بهزیستی جوامعی که در اطراف کارخانه‌ها واقع شده‌اند، در این مرحله و پس از اجرای سیاست «لیبرالی کردن» کمتر مورد توجه بوده است.

از طرف دیگر، دولت در سال ۱۹۸۲ تصمیم گرفت تلویزیون رنگی را در کشور معمول سازد. در سال ۱۹۸۳ برنامه‌هایی را در این زمینه متعهد شد و طرح بزرگی را برای گسترش برد علائم تلویزیونی و زیر پوشش گرفتن تمامی کشور از تصویب گذراند. دولت با استفاده از یک ماهواره ارتباطاتی که میلیون‌ها دلار هزینه دربر داشت، کشور را زیر پوشش برنامه‌های عامه پسند تلویزیونی، سریال‌ها، مسابقات، برنامه‌های ورزشی، اخبار و فیلم‌های سینمایی قرار داده است که عمدتاً در داخل تولید می‌شوند. اما تعدادی از برنامه‌ها نیز وارداتی است - و همه این برنامه‌ها در فواصل بین تبلیغات و آگهی‌های تجارتي پخش می‌شوند. تلویزیون که با تجربه‌ای اندک در زمینه برنامه‌های آموزشی، دهه ۱۹۵۰ را پشت سر گذاشت، در دهه ۱۹۸۰ به یک نیروی اجتماعی بسیار مهم تبدیل شد. از ۱۶۰ میلیون خانوار هندی، ۲۷ میلیون دارای دستگاه تلویزیون هستند که البته بیشتر اینها در دهه ۱۹۸۰ از مزیت داشتن تلویزیون برخوردار شدند. تعدادی از خانواده‌های طبقات ممتاز نیز حدود ۱ میلیون (Video-cassett-Recorder) VCR و دستگاه‌های ضبط و پخش خریداری کرده‌اند. به‌رغم دسترسی محدود، تعداد بینندگان بالقوه تلویزیون در مدتی کوتاه به تقریباً ۲۰۰ میلیون نفر بالغ شد (جدول ۱-۷). این رشد چشمگیر تعداد بینندگان صاحب درآمد نسبتاً بالا برای خرید کالاهای مصرفی، رشد بی‌سابقه صنایع تبلیغاتی را به همراه داشته است.

گرچه اهمیت و تأثیر برنامه‌ها بر بینندگان هنوز بدرستی شناخته نشده است (۴)، در این فصل سعی داریم که چگونگی تغییر نهادهای ارتباطاتی هند به وسیله طبقات قدرتمند داخلی و خارجی را تحلیل کنیم. ماهیت و دامنه توسعه تلویزیون در هند از نظر تاریخی بررسی می‌شود و ابعاد اقتصاد سیاسی این توسعه مورد تحلیل قرار می‌گیرد. نشان می‌دهیم که دولت‌های ملی در انتخاب تکنولوژی مناسب، چه در کشاورزی و چه در ارتباطات، با مشکل روبه‌رو هستند چرا که هر انتخاب منعکس‌کننده نیازها و اولویت‌های گروه‌های مختلف قدرت در داخل و خارج کشور است.



منابع، که شاید هم کمیاب باشند، به طور نابرابر اما بر مبنای نیازها و تقاضاهای طبقات رقیب از سوی دولت توزیع می‌شوند. در چنین زمینه‌ای از اولویت‌های متناقض، سیاست ارتباطاتی می‌تواند قدرت یک گروه را در مقابل گروهی دیگر، و یا انباشت سرمایه در دست یک گروه را در مقابل گروه دیگر افزایش دهد.

## ورود تلویزیون

به نظر می‌رسد تلویزیون بیشتر در نتیجه ابتکار و اقدام بین‌المللی، و نه منافع خاص اولین دولت‌های دوره بعد از استعمار وارد هند شده باشد (۵). کمبود ارز مدت‌ها مانع از فعالیت دولت در این زمینه شد، اما فرستنده رادیویی تحت کنترل دولت به خوبی جا افتاده بود. عده‌ای معمول شدن تلویزیون و توسعه آن در خلال سال‌های بعدی را نوعی ندانم کاری بوروکراتیک وزارت اطلاعات و سخن‌پراکنی و رادیوی سراسری هند - دو بازوی دولت مرکزی برای اجرای سیاست ملی در ارتباطات جمعی - می‌دانند (دوگال Duggal، ۱۹۸۰، ماسانی Masani، ۱۹۷۶). واقعیت هر چه که باشد، معمول شدن تلویزیون و توسعه بعدی آن با شرکت‌های الکترونیکی فراملی و کارگزاری‌های «یاری رسان» بین‌المللی پیوند بسیار نزدیکی دارد.

تکنولوژی تلویزیون سیاه و سفید در سال ۱۹۵۵ در جریان برگزاری نمایشگاه صنعتی دهلی نو وارد هند شد (دوگال، ۱۹۸۰، صفحه ۸۰). فیلیپس (هلند) و رادیو کورپوریشن (آمریکا) دستگاه‌های گیرنده - فرستنده، دوربین و سایر تکنولوژی‌های استودیوی تلویزیونی را به نمایش گذاشتند. اما اولین علایم نخستین ایستگاه تلویزیونی در دهلی نو در ۱۵ سپتامبر ۱۹۵۹ ارسال شد، هنگامی که سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی سازمان ملل (یونسکو) ۲۰ دلار در اختیار دولت گذاشت تا یک کار تحقیقی در مورد استفاده از تلویزیون برای آموزش اجتماعی را به انجام برساند.

برنامه دولت آن بود که مرکز دهلی را به عنوان یک ایستگاه تلویزیونی آزمایشی راه‌اندازی کند. هدف از این کار آموزش پرسنل و تا حدی پی بردن به این مطلب بود که تلویزیون در توسعه و آموزش جامعه چه نقشی می‌تواند داشته باشد (انجمن سخن‌پراکنی مشترک‌المنافع، ۸۰ - ۱۹۷۹، ص ۵۰). ایستگاه آزمایشی دهلی جمرکز دهلی خود را - دو روز در هفته - با پخش برنامه‌هایی برای تعداد معدودی گیرنده در مراکز شهری، که به صورت کلوب‌های تلویزیونی و استودیوهای منفرد طراحی شده بودند، شروع کرد. مشخصه اولین دهه فعالیت این شبکه‌گندی توسعه آن بود - ۲۱ ساعت برنامه در هفته پخش می‌شد. نیمی از برنامه‌ها ویژه مدارس دهلی و نیمی دیگر برای کلوب‌های تلویزیونی و بینندگان تلویزیونی در خانه‌ها بود (شرام و نلسون Nelson، ۱۹۶۸، ص ۷). در ۱۹۶۷ یک کلوب تلویزیونی روستایی به نام کریشی دارشان (Krishi Darshan) با همکاری سازمان انرژی اتمی، مؤسسه تحقیقات کشاورزی هند، تلویزیون دهلی و دولت ایالتی هاریانا و اوتار پرادش، ۷۹ روستای اطراف دهلی را زیر پوشش می‌گرفت. هر روز عصر روستاییان می‌توانستند حدود ۹۰ دقیقه تا دو ساعت برنامه‌هایی را در مورد نوآوری‌های کشاورزی تماشا کنند (۶).

در سال ۱۹۶۵، در پی انتصاب ایندیرا گاندی به عنوان وزیر اطلاعات و سخن‌پراکنی، دولت شدیداً به رادیو و تلویزیون علاقمند شد. خانم گاندی که از نتیجه تحقیقات انجام شده توسط سازمان خوار و بار و کشاورزی در پنجاب در مورد پخش برنامه‌های روستایی سخت به وجد آمده بود، به یکی از دوستان آمریکایی خود نامه نوشت و برای جلب همکاری سازمان‌های بین‌المللی به منظور توسعه تلویزیون از او کمک خواست:

۱  
۱  
۳

تهران: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، پلاک ۱۳، صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵

۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۷۳۷۲۴۸، ۸۷۳۵۴۳۹، Email: info@rasaneh.org

www.rasaneh.org



احساس می‌کنم فرصت بی‌نظیری برای پخش برنامه‌هایی در زمینه شیوه‌های بهتر کشاورزی و تنظیم خانواده از طریق تلویزیون فراهم آمده است، چون تأثیر بصری خیلی بیشتر از صحبت کردن است ... به دلیل کمبود حادّ ارز، در حال حاضر دولت قادر به افزایش واردات نیست. طبعاً اگر بتوانیم برای این کار از هر سازمان علاقه‌مند به تنظیم خانواده یا افزایش تولید کشاورزی کمکی دریافت کنیم، وضعیت بهتر خواهد شد (نورمن Norman، ۱۹۸۵، صفحات ۱۱۲-۱۱۳).

مسئله کمبود ارز در سراسر دهه ۱۹۶۰ بزرگ‌ترین معضل هند بود. رادیوی سراسری هند (All Indian Radio (AIR در دهه ۱۹۷۰ پیشنهاد کرد صد هزار دستگاه گیرنده عمومی [تلویزیون همگانی] به هزینه تقریبی ۴۰ میلیون روپیه (۳/۶ میلیون دلار آمریکا) در اختیار جوامع روستایی هند بگذارد. اما این طرح به لحاظ فقدان پول مورد نیاز هرگز عملی نشد. در ۱۹۷۴ در مناطق شهری و روستایی دهلی به ترتیب ۱۶۳ و ۷۶ گیرنده [عمومی] وجود داشت. در مقایسه، تعداد تلویزیون‌های دارای مالکیت خصوصی تنها در خود دهلی بیش از ده هزار بود (ماسانی، ۱۹۷۶، ص ۸۳). بینندگان مرفه‌تر که از کیفیت و محتوای برنامه‌های تلویزیون دهلی راضی نبودند دولت را برای پخش برنامه‌های سرگرم‌کننده‌تر و کاهش ساعات برنامه‌های آموزشی زیر فشار گذاشتند. تقریباً ۶۲ درصد برنامه‌ها جنبه سرگرم‌کننده پیدا کرده بودند (ماسانی، ۱۹۷۶، ص ۸۵). در سال ۱۹۷۴ به نظر می‌رسید که این گروه موفق شده‌اند. چون با اینکه تلویزیون هنوز آگهی‌های تجارتي پخش نمی‌کرد، اما معلوم بود تلاش برای ارضای بینندگان شهری، الگوی استفاده از تلویزیون به منزله یک وسیله آموزش اجتماعی را تغییر خواهد داد.

### رقابت نهادی و منافع خارجی

ماهیت و دامنه تلویزیون هند و نهایتاً تجاری شدن آن، نتیجه وجود منافع رقیب ملی و بین‌المللی بود. به نظر می‌رسید آنچه که باعث شد اساساً در سیاست‌گذاری برای تلویزیون، تأکید بر برنامه‌های آموزشی جای خود را به تولید برنامه‌های تفریحی و سرگرم‌کننده بدهد، در مقتضیات سیاست داخلی هند ریشه داشت.

خانم ایندیرا گاندی که از سال ۱۹۶۷ تا ۱۹۷۸ و از ۱۹۸۰ تا ۱۹۸۴ نخست‌وزیر بود، کمی بعد از نخست‌وزیر شدن در سال ۱۹۶۷ اولویت خاصی برای تلویزیون قائل شد. در این زمینه دولت طرح‌های متعددی را به عهده گرفت، از جمله جدا کردن بودجه توسعه زیربنایی تلویزیون در چهارمین برنامه ۵ ساله که از سال ۱۹۶۹ شروع می‌شد (نگاه کنید به جدول ۲-۷). به علاوه، مؤسسات قدرتمند ملی و بین‌المللی برای شکل دادن به سیاست ملی هند در رابطه با استفاده از تلویزیون صف‌آرایی کردند. در سطح داخلی ار و وزارت انرژی مهم‌ترین نیروهای رقیب بودند، در حالی که در سطح بین‌المللی کارگزاری‌های «یاری رسان»، شرکت‌های فراملی، دولت آمریکا و متحدان فکری آنها نقش داشتند. شرکت‌های الکترونیکی بزرگ، جنرال الکتریک، هیوز ار کرافت، وستینگهاوس، الکتریک اینترنشنال و کنسرسیوم ماهواره ایالات متحد، کومست (متشکل از اتی و تی، ار سی ا، وسترن یونیتون و آی تی تی) - که همه عمیقاً به بازار بالقوه بزرگ هند علاقه‌مند بودند - بررسی‌های لازم را خود انجام دادند (شرام و نلسون، ۱۹۶۸، صفحات ۲۴۵-۲۳۳). ظاهراً این شرکت‌ها توصیه کردند که هند «نمونه کادیلاک» (Cadillac version) [تکرار تجربه کادیلاک در هند در زمینه تلویزیون] نظام تلویزیونی را خریداری کند (ل. نلسون، مکاتبات شخصی، ۱۳ ژانویه ۱۹۸۹). اما کارهای زیربنایی توسط هیئت کارشناسی یونسکو، با همکاری هند در سال ۱۹۶۷ انجام شد و هیئت به این نتیجه رسید که شرایط هند برای یک آزمایش ماهواره‌ای مناسب است (ماسانی، ۱۹۷۶، ص ۸۸؛ یونسکو، ۱۹۶۸).

این کار با تحقیق بزرگ دیگری به نام ماهواره ارتباطی برای آموزش و توسعه: مورد هند، توسط ویلبر شرام و لایل نلسون در اوت سال ۱۹۶۸ و با حمایت‌های مالی کارگزاری آمریکایی توسعه بین‌المللی (U.S.A gency for International Deelopmint) دنبال شد. مطالعات مزبور نیازهای فنی هند، هزینه و کاربردهای آموزشی نظام تلویزیون را مورد بررسی قرار می‌داد. در برآوردهای آنان از هزینه‌های سرمایه‌ای و هزینه‌های سالانه مورد نیاز برای اداره شبکه، اختلاف قابل توجهی وجود داشت (داوان Dhawan, ۱۹۷۴، ص ۲۸). گزارش شرام و نلسون بسیار دقیق و تشویق‌آمیز است. آنها پیش‌بینی می‌کنند تلویزیون نقش ارتباطی قاطعی در نوسازی کشور داشته باشد؛ از جمله در یکپارچگی ملی، اصلاح تربیت معلم و آموزش در مدارس، آموزش از راه دور (به‌ویژه آموزش عالی و حرفه‌ای)، اشاعه اطلاعات مربوط به کنترل جمعیت و سوادآموزی، و دلچسب کردن زندگی روستایی به نحوی که مانع از مهاجرت به شهرها بشود. مهم‌تر از همه، آنها بر یکپارچگی ملی به‌عنوان «اولین و مهم‌ترین» گام در روند «نوسازی» انگشت گذاشتند و استدلال نمودند که تلویزیون می‌تواند نقش مؤثری در این فراگرد داشته باشد:

هیچ یک از رهبران هند - حتی جماها‌ت‌ماج گاندی و نهرو - نتوانستند با همه مردم هند صحبت کنند. تنها بخش بسیار کوچکی از جمعیت توانسته‌اند در رویدادهای بزرگ حیات ملی مشارکت داشته یا شاهد آن باشند. تحرک و جابه‌جایی حتی برای نخبگان بسیار مشکل بوده و افراد نسبتاً معدودی توانسته‌اند با فرهنگ‌ها، مشکلات و زبان سایر ایالت‌ها و مردم آشنا شوند. اما تلویزیون می‌تواند جایگزینی برای تحرک‌پذیری فراهم آورد تا به وسیله آن مردم از رویدادهای کشور با خبر شوند، رهبران ملی را ببینند، به سراسر هند سفر کنند و بر مبنای دانش نسبتاً مشترکی تصمیم‌گیری نمایند (ص ۴۷).

این جملات، پژواک گفته‌های نخبگان هند است. فرضیه اصلی این الگوی استفاده از تلویزیون آن است که صلاح و مصلحت توده‌های فقیر و بیسواد را نخبگان بهتر می‌دانند. دولت به نفع تمامی ملت و خیرخواهانه از این واسطه جدید استفاده خواهد کرد. این الگو بر سلطه عناصر سیاسی و بوروکراتیک کنترل‌کننده دولت می‌افزاید و بدین وسیله قدرت آنها را تقویت می‌کند. مخاطبان را، نه به عنوان مشارکت‌کنندگانی که نوع و روند تغییر را تعیین می‌کنند، بلکه به خاطر ایجاد تغییرات رفتاری هدف می‌گیرد.

با توجه به چنین نقش مداخله‌گرانه‌ای از بالا، انتخاب یک نظام پخش تلویزیونی، مقید و مشروط به استطاعت ملت می‌شود. شرام و نلسون یک نظام پخش مختلط، مرکب از تکنولوژی ماهواره‌ای و نظام‌های میکروویو زمینی را پیشنهاد کردند که پیش‌بینی می‌شد که توسعه و تحول آن یک دوره ۲۰ ساله طول بکشد. سرمایه اولیه و هزینه‌های راه‌اندازی طی این ۲۰ سال حدود ۴۳۶/۵ میلیون دلار برآورد شد (ص ۱۶۲). هند باید طی ۲۰ سال معادل ۰,۰۰۰ ۲۷ دلار گیرنده خریداری می‌کرد تا روستاها که تقریباً ۸۴ درصد کل جمعیت را تشکیل می‌دادند به تلویزیون دسترسی پیدا کنند (ص ۱۵۰). به هر حال، شرام و نلسون به مسئله منابع مالی نپرداختند و این تنها نقطه ضعف بررسی دقیق و موشکافانه آنهاست.

ظاهراً مطالعات یونسکو و کارگزاری آمریکایی توسعه بین‌المللی، دست کم تا حدی، دستور کار نهایی برنامه‌ریزان هند را تعیین کردند. این مؤسسات بین‌المللی، متحدان قدرت‌مندی چون ویکرام‌سارابهایی (Vikram sarabhai)، که سرپرستی سازمان انرژی اتمی و سازمان تحقیقات فضایی را بر عهده داشت، و نخست‌وزیر، خانم گاندی را هم در کنار خود داشتند. سارابهایی از یک خانواده پرنفوذ سیاسی از احمدآباد در غرب هند بود که پیوند

۱  
۱  
۵



نزدیکی با جواهر لعل نهرو، اولین نخست‌وزیر هندوستان - و دخترش ایندیرا گاندی داشت، و به خاطر همین ارتباط نزدیکی با گاندی می‌توانست بر تصمیم‌گیری‌های او تأثیر بگذارد.

سارابهایی خواستار نظامی مثل کریشی دارشان بود که عمدتاً در هدف‌های آموزشی مورد استفاده قرار گیرد. ار خواستار یک نظام زمینی معمولی بود که طی یک دوره ۲۰ ساله با برنامه‌ریزی متمرکز، تحت کنترل و تغذیه شده از طرف استودیوهای خودش تکمیل شود. سارابهایی نه این همه صبر و تحمل داشت و نه به ار و توانایی‌اش در پیشبرد چنین پروژه عظیم و مهمی معتقد بود. در این مبارزه، سارابهایی متحد بزرگی چون ایندیرا گاندی را در کنار خود داشت که نهایتاً بودجه دولت را کنترل می‌کرد. اما، در حالی که سارابهایی در فکر تلویزیون ماهواره‌ای برای مقاصد آموزشی بود، گاندی آن را وسیله ارزشمندی برای حل مشکلات سیاسی کشور می‌دید. در جریان ملاقاتی با هیئت‌کارشناسی یونسکو، خانم گاندی گفت: «آیا فوق‌العاده نیست اگر همه هند بتوانند رژه روز استقلال در دهلی‌نو را ببینند؟» (مراسمی که همه ساله به مناسبت سالگرد جنبش استقلال ملی انجام می‌گیرد و طی آن سنتاً نخست‌وزیر سخنرانی می‌کند) (نلسون، مکاتبات شخصی، ۱۳ ژانویه ۱۹۸۹). با توجه به طرز تفکر نخست‌وزیر، به نظر نمی‌رسد سارابهایی و سایر متخصصان مشکلی در متقاعد کردن او برای توسعه تلویزیون داشته‌اند.

در این زمینه منافع متخصصان بین‌المللی با منافع متخصصان فضایی کشور همخوانی داشت. شرام، با تجربه‌ای که در خلال جنگ جهانی دوم در زمینه جنگ روانی کسب کرده بود و با علاقه‌اش به اصلاحات رفتاری از طریق ارتباطات، و سارابهایی با علاقه‌اش به آموزش روستایی از طریق تلویزیون، هر دو در یک راستا حرکت می‌کردند. در سال‌های بعد، سارابهایی (۱۹۷۴) مسئله تلویزیون ماهواره‌ای را در چند کنفرانس مهم مطرح کرد تا نظر مخالفان - جامعه روشنفکری روزنامه‌نگاران و سیاستمداران - را جلب کند (صفحات ۳۸ - ۶۵). رقابت‌های نهادی نقش قاطعی در این قضیه داشت، اما ضرورت‌های سیاسی به آن قطعیت داد.

### تجربه تلویزیون آموزش ماهواره‌ای

یکی از پیامدهای اصلی این اقدام‌ها امضای توافق نامه‌ای بین سازمان انرژی اتمی هند و ناسا آمریکا در سال ۱۹۶۹ به منظور همکاری در آزمایش‌های ماهواره‌ای بود. کمیته ملی هند در امور تحقیقات فضایی و ناسا، به دنبال چند ملاقات در مورد یک پروژه آزمایشی در ارتباط با استفاده از تلویزیون ماهواره‌ای در مقیاسی به مراتب گسترده‌تر از تلاش‌های قبلی به توافق رسیدند. هزینه این پروژه برای هند حدود ۶/۶ میلیون دلار آمریکا برآورد می‌شد (شرام و نلسون، ۱۹۶۸ ص ۲۳۲).

ناسا در مقابل سهم شدن در اطلاعات جمع‌آوری شده، ماهواره (ATS.6) تا خود را به مدت یک‌سال کامل به هند قرض می‌داد. ایستگاه‌های زمینی از یک آنتن بشقابی فقط گیرنده (با ۸ تا ۱۰ پا قطر)، و تجهیزات تبدیل و تقویت علائم برای تغذیه یک تلویزیون سیاه و سفید ۲۵ اینچی تشکیل می‌شد. هزینه هر ایستگاه زمینی حدود ۵۰۰ دلار برآورد می‌شد («RCAITD»، ۱۹۷۳). این نظام پخش مستقیم، ضرورت برج‌های رله پر هزینه و گران قیمت را که می‌بایست به فاصله ۳۰ مایل از یکدیگر قرار می‌گرفتند، منتفی ساخت. برنامه بلند پروازانه تجربه تلویزیون آموزشی ماهواره‌ای (سایت Satellite Instructional Television Experiment از ۱۱ اوت ۱۹۷۵ تا ۳۱ ژوئیه ۱۹۷۶ دوام آورد. در خلال این تجربه و بعد از آن کارگزاری‌های مختلف دولتی برای تصویب برنامه‌های خود در ارتباط با تلویزیون سخت مبارزه می‌کردند. گرچه سارابهایی، سخنگوی اصلی این طرح در گذشته بود، متخصصان مرکز

کاربردهای فضایی (SAC) از چهره‌های برجسته این صحنه نبرد شدند. (Space Applications Center) سایت آنتن بشقابی و گیرنده مورد نیاز ۲۴۰۰ روستای واقع در ۶ ایالت همجوار - اوریسا، مادیاپرادش، بیهار، راجستان، آندرا پرادش و کارناتاکا - را فراهم کرد. این مناطق به دلیل عقب‌ماندگی اقتصادی انتخاب شده بودند. به‌علاوه در ۲۵۰۰ شهر و روستا تلویزیون‌های معمولی وجود داشت که برنامه‌ها را از طریق فرستنده‌های زمینی دریافت می‌کرد. از که مسئول تهیه برنامه‌ها بود، در دهلی، حیدرآباد و کاتاک مراکز جهت تولید برنامه دایر نمود (پنداکور pendakur, ۱۹۷۵). کمیته‌های تخصصی متعددی از وزارتخانه‌ها و ادارات ذی‌ربط، دولت مرکزی و دولت‌های ایالتی در مورد موضوع برنامه به ار خدمات مشاوره‌ای می‌دادند. متخصصان و کارشناسان دانشگاه‌های کشاورزی، کالج‌های تربیت معلم و مؤسسات تأمین اجتماعی نیز در این کمیته‌های تخصصی شرکت داشتند. تنی چند از متخصصان بین‌المللی، از جمله پروفیسور شرام، نیز در این زمینه به دولت کمک می‌کردند.

سایت روزانه ۴ ساعت در ارتباط با بهداشت، آموزش، کنترل موالید، فنون کشاورزی و همبستگی ملی برنامه‌هایی پخش می‌کرد. همچنان که بیشتر گفته شد، مرکز کاربردهای فضایی به توانایی ار در ارائه برنامه‌های مورد نیاز سایت اطمینان نداشت. به همین سبب، یک واحد تولید با نام بخش آموزش سمعی و بصری ایجاد نمود. دو سازمان، یکدیگر را به خاطر تأخیر در کارها سرزنش می‌کردند و حتی قبل از اینکه نتیجه کارها معلوم شود، مرکز کاربردهای فضایی از دولت تقاضا کرد طرح پرتاب یک ماهواره زمین ایستگاهی را تصویب نماید (ماسانی، ۱۹۷۶، ص ۹۱). اما طرح به علت کمبود منابع مالی تصویب نشد. قدرت‌گیری اوپک و بالا رفتن قیمت نفت ذخیره ارزی بسیاری از کشورها، از جمله هند را به شدت تحلیل برد. در هر حال، با شروع دهه ۱۹۸۰ هند برنامه‌های فضایی بلند پروازانه خود را توسعه داد، و دگرگونی‌های عمیقی را در چشم‌انداز تلویزیونی کشور تدارک دید.

### سیاست پخش رنگی

تصمیم دولت به تغییر سیستم پخش و استفاده از فرستنده‌های رنگی حاصل ملاحظات سیاسی خاصی بود. در واقع پخش تلویزیونی رنگی در سالگرد مراسم روز استقلال در ۱۵ اوت ۱۹۸۲، در ردفورت Red Fort دهلی و با پخش سخنرانی خانم گاندی خطاب به ملت آغاز شد. در سال‌های ۳-۱۹۸۲ برگزاری سه رویداد بین‌المللی در دهلی‌نو از طریق تلویزیون رنگی پخش شد و بدین‌وسیله اعتبار حزب حاکم را بالا برد. مهم‌ترین این رویدادها آسیاد ASIAD (بازی‌های آسیایی) در نوامبر و دسامبر ۱۹۸۲ بود (مرکز اسناد ملی، ۱۹۸۳، ص ۴). هند میزبان هفتمین کنفرانس جنبش کشورهای غیرمتعهد و اجلاس سران کشورهای مشترک‌المنافع نیز بود. خانم گاندی ریاست جنبش کشورهای غیرمتعهد را به‌عهده داشت و کشور هند از اعضای برجسته جامعه مشترک‌المنافع بود. دولت منعکس کردن این رویدادها را در اولویت قرار داده بود تا بدین وسیله توانایی تکنولوژیکی و سازمانی هند را به نمایش بگذارد و در جامعه بین‌المللی کسب اعتبار نماید. پسر خانم گاندی، راجیو گاندی به ریاست کمیته برگزاری بازی‌های آسیایی منصوب گردید و مسئولیت‌های سازمانی این رویداد کلاً به او سپرده شد. این رویدادها سیاسی مهم، علاوه بر کسب یک اعتبار بین‌المللی برای دولت، می‌توانست به‌بهرتر شدن تصویر دولت در جبهه داخلی نیز کمک کند. اجرای موفقیت‌آمیز برنامه‌هایی چون بازی‌های آسیایی هم تصویر حزب و هم تصویر راجیو گاندی را که می‌رفت نخست‌وزیر بعدی هند شود، بهبود می‌بخشید. بنابراین جمعیت شهری هند باید جشن و سرور و مراسم مربوط به بازی‌ها را می‌دید.



سیاست به کارگیری فرستنده‌های رنگی بحث‌های داغی به وجود آورد. یکی از منتقدان، بی. جی. ورگاس B.G.Vergheese (۱۹۸۰) روزنامه‌نگار صاحب نام می‌نویسد: پاسخ ماری آنتوانت به کمبود نان، توزیع کیک [بین مردم] بود. دیگران نیز گه‌گاه به سیاست‌های نمایشی متوسل شده‌اند. این بار توهم نوآورانه آقای واسانت ساته Mr. Vasant sathe تلویزیون رنگی بوده است (ص ۶). ساته که در آن زمان وزیر اطلاعات و سخن پراکنی بود، می‌گفت تلویزیونهای سیاه و سفید، قدیمی و از مد افتاده هستند و پخش برنامه‌های آموزشی به شکل رنگی نتیجه مثبت‌تری به بار خواهد آورد. او می‌گفت کشورهای دیگر، مثل نیجریه، سریلانکا و چین هم از فرستنده‌های رنگی استفاده می‌کنند و هند نباید از آنها عقب بماند. به علاوه، دولت استدلال می‌کرد که برای ارسال تصاویر بازی‌ها به سازمان‌ها و مؤسسات سخن پراکنی خارجی باید از پخش رنگی استفاده کند و این تنها در صورتی امکان داشت که سازمان پخش تلویزیونی دوردارشان (Doordarshan) می‌توانست تجهیزات لازم را وارد کند (سینها Sinha، ۱۹۸۶، ص ۱۰۰). به هر حال این امکان وجود داشت که تجهیزات و خدمات مورد نیاز برای پخش این برنامه‌ها برای این یکبار از تأمین‌کننده‌های بین‌المللی خریداری شود. می‌شد تجهیزات تولید و دانش فنی لازم از شرکت‌های اروپایی و امکانات لازم برای پخش ماهواره‌ای از ایتل ست (سازمان ماهواره‌ای بین‌المللی که هند هم عضو آن بود) اجاره شود. جایی که به پخش برنامه‌های آموزشی ضروری‌تر مثل سوادآموزی بزرگسالان و بهداشت و سلامت کارگران توجهی نمی‌شد، این قبیل توجیه‌ها برای مصرف‌گرایی آشکار، از نظر منتقدان قانع‌کننده نبود.

### شبکه ملی

همزمان با به کارگیری فرستنده‌های رنگی، دولت طرح جدید را اعلام کرد؛ ایجاد یک شبکه تلویزیونی سراسری از طریق پرتاب ماهواره «این ست ۱» «Insat I» که بنا بود از اول ژوئن ۱۹۸۳ راه‌اندازی شود. زمان پخش روزانه در ابتدا حدود یک تا یک ساعت و نیم و شامل برنامه‌های تفریحی، آموزشی و اطلاع‌رسانی بود (دیلی تله‌کست Daily Telecast، ۱۹۸۲، ص ۷). بدیهی است هدف از این کار جمع‌آوری مخاطبان بیشتر برای بازی‌های آسیایی و سایر رویدادهای دهلی‌نو بود که در اواخر سال ۱۹۸۲ شروع شد. حدود ۴۰ فرستنده از جمله ۲۰ فرستنده کم‌قدرت در نوامبر ۱۹۸۲ ساخته شدند و برنامه‌های رنگی را به سراسر کشور ارسال نمودند (مرکز اسناد ملی، ۱۹۸۳، ص ۵). موفقیت پخش تلویزیونی بازی‌های آسیایی سبب حرکت‌های جسورانه بعدی دولت شد. دو سال بعدی نیز سرشار از فعالیت‌های عنان‌گسیخته و دیوانه‌وار برای توسعه شبکه سراسری و زیر پوشش گرفتن منطقه‌ای وسیع‌تر و فراهم آوردن امکانات بیشتر برای خرید تلویزیون توسط افراد بود.

همانطور که جدول ۱-۷ نشان می‌دهد، تا سال ۱۹۷۱ تنها یک فرستنده تلویزیونی در کشور وجود داشت که محل آن در دهلی‌نو بود. فرستنده‌های جدید در مراکز مادر شهری بزرگ مثل بمبئی، سریناگار، کلکته، مدرس، لوکتو، آمریتار و جالاندار ساخته شدند (دولت هند، ۱۹۸۲-۳، ص ۲۶). بین سال‌های ۱۹۷۳ تا ۱۹۸۳، تعداد کل فرستنده‌های کشور بیش از ۸ برابر شد. اما از سال ۱۹۸۳ تا ۱۹۸۵ این گسترش واقعاً چشم‌گیر بود، ۱۳۳ فرستنده جدید راه‌اندازی شد. طرح ویژه توسعه تلویزیون زیر نظر اس. اس. گیل S.S.Gill وزیر وقت اطلاعات و سخن پراکنی به اجرا درآمد. هدف از این طرح تدارک پوشش تلویزیونی برای ۷۰ درصد جمعیت کشور از طریق ۲۶ فرستنده پرقدرت (۱۰ کیلو وات) مستقر در شهرهای بزرگ و ۱۱۸ فرستنده کم‌قدرت (۱۰۰ وات) در شهرهایی با جمعیت دست کم صد هزار نفری بود (مرکز اسناد ملی، ۱۹۸۳، ص ۷). از آنجا که علائم مخابره شده از فرستنده‌های پرقدرت در یک شعاع ۱۰۰

مایلی و علائم مخابره شده از فرستنده‌های کم قدرت در شعاع ۲۰ مایلی قابل دریافت است، دولت تصمیم گرفت با پخش تلویزیونی رنگی به قلب روستاهای هند نفوذ کند.

جدول ۱-۷ توسعه چشم‌گیر تلویزیون‌هند در فاصله سال‌های ۱۹۷۱ تا ۱۹۸۵ را در رابطه با جمعیت و بُرد برنامه‌های تلویزیونی نشان می‌دهد. برنامه‌های تلویزیونی در سال ۱۹۷۱ فقط نیم میلیون نفر را زیر پوشش می‌گرفت اما در ۱۹۸۵ آن چنان گسترش یافته بود که برای ۳۹۶ میلیون یا تقریباً ۶۰ درصد جمعیت امکان دسترسی به تلویزیون را فراهم می‌ساخت. این فرستنده‌ها، بخشی توسط شرکت‌های خصوصی و بخشی توسط شرکت‌های تحت مالکیت دولت در هند ساخته می‌شدند. هزینه این فرستنده‌ها به تنهایی حدود ۹۵۰ میلیون روپیه، یا ۸۶ میلیون دلار آمریکا برآورد می‌شد. (مرکز اسناد ملی، ۱۹۸۳، ص ۷). در سال ۱۹۸۸ تعداد فرستنده‌های تلویزیونی به ۲۵۸ رسید که ۷۲ درصد مساحت کشور را تحت پوشش قرار می‌دادند. طرح‌های دیگری هم برای افزایش تعداد فرستنده‌ها به ۵۵۸ و تحت پوشش قرار دادن ۸۳ درصد خاک هند در دست اجرا بود («طرح‌های دولت برای دو برابر کردن» [تعداد فرستنده‌های تلویزیونی]، ۱۹۸۸، ص ۱۰).

۱  
۱  
۹

تهران: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، پلاک ۱۳، صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۶۵۹۷



جدول ۱-۷ برآورد رشد جمعیت، پوشش امواج تلویزیونی و تعداد بینندگان

سال	جمعیت	فرستنده (میلیون)	برد امواج تلویزیونی (میلیون)	بیننده (میلیون)
۱۹۷۱	۵۴۸	۱	۰/۵	۰/۰۵
۱۹۷۳	۵۷۶	۵	۴۴	۱/۷
۱۹۷۵	۶۰۱	۸	۸۸	۵/۱
۱۹۷۷	۶۳۰	۱۴	۱۲۷	۸/۵
۱۹۷۹	۶۵۶	۱۸	۱۵۶	۱۲/۴
۱۹۸۱	۶۸۵	۱۹	۱۶۷	۱۶/۴
۱۹۸۳	۷۱۹	۴۲	۲۱۰	۳۰/۳
۱۹۸۵	۷۵۶	۱۷۵	۳۹۶	۶۰
۱۹۸۸	۸۳۵	۲۵۸	--	۲۱۶

(برآورد)

منبع:

India Handbook(1985), New Delhi; Government of India Press; and Television in India (1985), New Delhi: Audicence Research unit. Doordarshan Kendra.

جدول ۲-۷ بودجه و هزینه‌های سخن پراکنی در کشور، ۱۹۴۸ - ۱۹۷۹ (به میلیون روپیه)

برنامه	بودجه تخصیص یافته	هزینه
پیش برنامه (۱۹۴۸-۵۱)	۳۶/۴	--
برنامه اول (۱۹۵۱-۵۶)	۴۹/۴	۲۱/۹
برنامه دوم (۱۹۵۶-۶۱)	۸۰	۵۶/۷
برنامه سوم (۱۹۶۱-۶۶)	۱۴۰	۷۶/۴
سه برنامه سالانه (۱۹۶۶-۷۰)	۱۴۶/۷	۱۰۰/۸
برنامه چهارم (۱۹۶۹-۷۴)	۶۸۰/۱	۲۷۱/۲
	۴۵۱ برای رادیو و	۱۵۶/۷ برای رادیو و
	۲۲۹ برای تلویزیون	۱۱۴/۵ برای تلویزیون
برنامه پنجم (۱۹۷۴-۷۹)	۸۹۳/۸	--
	۳۸۴ برای رادیو و	
	۵۰۹/۸ برای تلویزیون	

منبع: دولت هند، (۱۹۷۸)، جلد ۲، ص ۸-۱۰۷.



این رشد عظیم زیربنای تلویزیون همچنان که در جدول ۲-۷ نشان داده شده است، در نتیجه تخصیص منابع مالی قابل توجه به طرح‌های مختلف توسعه ملی صورت پذیرفته است. بزرگ‌ترین جهش در کل بودجه سخن پراکنی مربوط به برنامه چهارم می‌شود، اما برتری تلویزیون از برنامه پنجم آغاز شد (۱۹۷۸-۱۹۷۴)، به هنگامی که دولت بودجه آن را از ۲۲۹ میلیون روپیه (۲۰ میلیون دلار آمریکا) به ۵۰۹ میلیون روپیه (۴۶/۷ میلیون دلار آمریکا)، یعنی به بیش از دو برابر افزایش داد. در برنامه ششم، ۸۶۹ میلیون روپیه (۷۹ میلیون دلار) تنها به توسعه تلویزیون اختصاص داده شد (دولت هند، ۳-۱۹۸۲، صفحات ۱۳-۱۲).

جدول ۳-۷ رشد افزایش قابل توجه تعداد گیرنده‌های تلویزیونی کشور، بین سال‌های ۱۹۸۳ و ۱۹۸۵ را نشان می‌دهد، نیاز به توضیح بیشتر دارد. دولت، با توجه به اولویت ویژه‌ای که برای ایجاد شبکه‌های ملی قائل شده بود، اقدام‌های چندی به عمل آورد: تعدیل محدودیت‌های وارداتی، تعدیل مقررات گمرکی، کاهش مالیات بر واردات و مقررات ویژه‌ای که اجازه می‌داد هندیان مقیم خارج برای بستگان خود در هند تلویزیون بفرستند. در این دوره حدود یک میلیون دستگاه تلویزیون وارد هند شد. دولت با صدور مجوز برای ورود تکنولوژی کیت‌های تلویزیونی از خارج و مونتاژ آنها در داخل که به دلیل هزینه پائین‌تر کار به صرفه بود، مقررات مربوط به تولید تلویزیون در داخل را نیز تعدیل کرد (مرکز اسناد ملی، ۱۹۸۳، ص ۹-۱۱). بدین ترتیب دولت سیاست اولیه خود مبنی بر تقویت تحقیق و توسعه در زمینه تکنولوژی بومی برای تولید تلویزیون را کنار گذاشت. این عوامل و سیاست توسعه زیربنا منجر به افزایش قابل توجه تعداد تلویزیون‌های موجود کشور شد.

در هر حال گستردگی پوشش تلویزیونی تا آنجا اهمیت دارد که دسترسی به دستگاه گیرنده (تلویزیون) هم میسر باشد. چنان که جدول ۳-۷ نشان می‌دهد تعداد تلویزیون‌های کشور از ۴۰۰ در سال ۱۹۷۱ به ۶/۸ میلیون در ۱۹۸۵ رسید. یکی از بررسی‌های اخیر تعداد خانواده‌های تلویزیون‌دار را ۲۷ میلیون برآورد می‌کند (دا کانها Dacanha ۱۹۸۹، ص ۱۱۱)، که تقریباً ۱۶/۸ درصد کل خانوارهای کشور است. از آنجا که دعوت دوستان و بستگان به تماشای تلویزیون پدیده کاملاً رایجی است، یک تلویزیون خانگی به طور متوسط ۸ بیننده دارد. از این رو می‌توان تعداد بینندگان بالقوه را حدود ۲۱۶ میلیون نفر یا ۲۵ درصد کل جمعیت برآورد کرد.

مانع اصلی افزایش تعداد تلویزیون‌های خانگی، قیمت گران تلویزیون در مقایسه با دستمزدهای پائینی است که به کارگران پرداخت می‌شود. در ۱۹۸۵ قیمت متوسط یک تلویزیون سیاه و سفید ۲۰ اینچی حدود ۳۵۰۰ روپیه (۲۰۰ دلار آمریکا) و یک تلویزیون رنگی با همین اندازه، بسته به مارک و سایر ویژگی‌های آن، بین ۷۰۰۰ تا ۱۲۰۰۰ روپیه (۴۰۰ - ۷۰۰ دلار آمریکا) بود (یادداشت‌های شخصی نویسنده از کارهای میدانی در هند، دسامبر ۱۹۸۵). یک ماشین‌نویس شهری باید همه درآمد سالانه خود را بدهد تا یک تلویزیون سیاه و سفید بخرد، و یک معلم مدرسه یا یک کارگر کارخانه باید همه درآمدش را کنار بگذارد تا یک تلویزیون رنگی خریداری کند. کارگران کشاورزی که روزانه ۳/۵ روپیه (۲۰ سنت) دستمزد می‌گیرند و کارگران غیرماهر که روزانه ۱۰ روپیه (کمتر از ۱ دلار) دریافت می‌کنند حتی نمی‌توانند تصور کنند که با یک عمر صرفه‌جویی و پس‌انداز، قادر به خرید تلویزیون باشند. این عوامل دست کم تا اندازه‌ای میزان نسبتاً پایین تعداد تلویزیون‌های موجود کشور را توجیه می‌کند.

آیا سیاست تدارک تلویزیون‌های همگانی به منظور ایجاد امکان دسترسی فقرا به تلویزیون درست است؟

دولت تصمیم داشت تا سال ۱۹۸۲ حدود ۲۰۰۰ تلویزیون وی اچ اف را در اختیار مراکز عمومی تماشای

۱  
۲  
۱

تهران: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، پلاک ۱۳، صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵

تلویزیون قرار دهد (دولت هند، ۱۹۸۲ - ۳، ص ۲۶ - ۲۷). حتی اگر تعداد این مراکز عمومی تا پایان دهه به ۲۰۰۰۰ برسد، باز هم کمتر از ۱ درصد تلویزیون‌های خصوصی کشور خواهد بود.

در کشوری مثل هند چه کسانی هزینه نظام‌های ارتباطی پیشرفته را می‌پردازند؟ هزینه تخمینی ماهواره ارتباطی این ست ۱ - B که در فوردها ائروسپیس (Ford Aerospace) ساخته و در اوت ۱۹۸۳ توسط ناسا پرتاب شد، حدود ۱۵۰ میلیون دلار بود («دهکده جهانی»، ۱۹۸۵). جدول ۲-۷ بودجه دولت برای ساخت زیربنای تلویزیونی (و رادیویی) کشور بر اساس طرح‌های توسعه‌ای مختلف را نشان می‌دهد. این مبلغ حدود چند میلیارد روپیه است. درست همان‌طور که در آمریکا هزینه ساخت و نگهداری شاهراه‌ها بر دوش آمریکاییان متوسط افتاد تا سازندگان بزرگ اتومبیل از سودهای کلان بهره‌مند شوند، و میلیاردها دلار برای تحقیق و توسعه در زمینه فضا سرمایه‌گذاری شد تا سرمایه خصوصی، از جمله مجتمع نظامی - صنعتی بتواند از بازارهای ماهواره و سایر بازارها بهره‌کشی کند، اکثریت هندیان طبقات پائین هزینه زیربنای تلویزیون (و رادیو) را می‌پردازند. خانم ایندیرا گاندی هنگام شرکت در مراسم بیست و پنجمین سال تأسیس مؤسسه مطالعات اجتماعی ا.ان. سینها (A.N.Sinha) در شهر پاتنا در ۴ ژانویه ۱۹۸۴ به این واقعیت تلخ و ظالمانه اشاره کرد که «نُه دهم همه منابع مورد نیاز برای توسعه از پس‌اندازهای داخلی و عمدتاً از طرف فقرا، نه ثروتمندان، بوده است.» (دولت هند، ۱۹۸۵، جلد ۱، ص ۳۷).

### جدول ۳-۷ رشد تعداد دستگاه‌های تلویزیون و تعداد بینندگان، ۸۵-۱۹۷۱

سال	تعداد تلویزیون	تعداد بیننده (به میلیون)
۱۹۷۱	۰/۰۰۴	۰/۵
۱۹۷۳	۰/۱۶	۱/۷
۱۹۷۵	۰/۴۵	۵/۱
۱۹۷۷	۰/۶۷	۸/۵
۱۹۷۹	۱/۱	۱۲/۴
۱۹۸۱	۷/۱	۱۶/۴
۱۹۸۳	۲/۸	۳۰/۳
۱۹۸۵	۶/۸	۶۰
۱۹۸۸	۲۷	(برآورد) ۲۱۶

منبع: واحد پژوهش مربوط به بینندگان

### به نفع چه کسی؟

شالوده مادی (اقتصاد سیاسی) این توسعه عظیم تلویزیون دولتی هند چیست؟ با وجود نیازهای حاد اکثریت مردم مناطق شهری و روستایی، دولت مبالغ هنگفتی را به ایجاد زیربنای مناسب برای تلویزیون رنگی اختصاص داده است.

حتی هنگامی که در نیمه سال ۱۹۸۳ طرح ویژه گسترش سریع بُرد امواج تلویزیونی از دهلی نو تصویب می‌شد، نخست‌وزیر به وجود این نیازهای حاد اکثریت مردم هند اذعان داشت. گاندی در سخنرانی خود در کنفرانس علوم هند در رانچی (Ranchil) در ۳ ژانویه ۱۹۸۴ اظهار داشت:

اولویت اول فراهم ساختن مقادیر کافی غذا، پوشاک، سوخت، خدمات بهداشتی و طیف وسیعی از اطلاعات برای همه، به‌ویژه برای اقشار ضعیف‌تر در هر گروه است ... برنامه هفتم باید ما را قادر سازد از همه سرمایه‌گذاری‌هایی که شده و قابلیت‌هایی که تاکنون به دست آمده است، حداکثر استفاده را نموده و همه توجه خود را صرف تخفیف فقر نمائیم (دولت هند، ۱۹۸۵، جلد ۱، صفحه ۳۷).

آیا برنامه گاندی برای توسعه تلویزیون صرفاً اشاعه قدرت سحرآمیز و افسانه‌ای خانواده حاکم بود؟ اگر برنامه‌های خبری روزانه و پوشش تلویزیونی سفرهای نخست‌وزیر به پایتخت‌های کشورهای جهان و روستاهای هند را تحلیل کنیم، پاسخ به این سؤال به طور قطع مثبت خواهد بود. اما در هر حال، چنین تحلیلی از چگونگی خدمت تلویزیون به اشکال مختلف قدرت در جامعه، یک تصویر ناقص به دست می‌دهد. شاید قبل از همه اینها، دولت به نیازهای سایر نیروهای قدرتمند - ملی و بین‌المللی - یعنی طبقه متوسط جدید، بخش‌های مختلف سرمایه داخلی، و بخش‌های خاصی از سرمایه بین‌المللی پاسخ می‌دهد. برای شناخت تارهای درهم تنیده این نیروها و چگونگی صف‌آرایی آنها در مقابل تلویزیون رنگی به بررسی تفصیلی چشم‌انداز اقتصاد سیاسی هند نیاز داریم.

در صحنه داخلی ابعاد متعددی باید مورد توجه قرار گیرد ایندیپندنت گاندی که در سال ۱۹۶۷ به عنوان رهبر حزب حاکم و نخست‌وزیر به قدرت رسید، توانست با موفقیت دومین ارتش بزرگ آسیا (پس از چین) (۸) و دیوانسالاری عظیمی را به وجود آورد که نخبگان آن از طریق تعهدات سنگین دولتی در زمینه تولید کالای صنعتی و بخش‌های خدمات سنتی، از جمله حمل و نقل، پست، تلگراف، تلفن و دیگر نظام‌های ارتباطاتی تغذیه می‌شدند. اصلاحات ارضی و سایر قوانینی که برای درهم شکستن قدرت انحصاری طبقات دارا در مناطق روستایی و شهری طراحی شده بود عموماً بی‌تأثیر و عملاً به معنی نفوذ فزاینده اشرافیت زمیندار بود. استفاده موفق از داده‌های تکنولوژیکی جدید در کشاورزی و ایجاد پروژه‌های آبیاری توسط دولت (که غالباً «انقلاب سبز» (Green Revolution) نامیده می‌شد)، کالایی شدن بیشتر زمین و انباشت بیشتر سرمایه در دست‌های طبقات زمیندار را تسهیل کرد. این بدان معنا بود که دختران و پسران این زمینداران روستایی تازه ثروتمند شده، هسته جوانان شهری طالب آموزش و دیگر امکانات را تشکیل خواهند داد، و به طبقات ممتاز هند، به نخبگان دیوانسالاری، نظامی و مالی خواهند پیوست.

با فرارسیدن نیمه‌دهه ۱۹۷۰ یک طبقه متوسط بزرگ به وجود آمده بود که حدود ۲۰ درصد (برآوردها بین ۵ تا ۳۰ درصد است) جمعیت را تشکیل می‌داد و خواهان استفاده بیشتر از کالاها و خدمات بود («خیزش طبقه متوسط»، ۱۹۸۵). این طبقه متوسط جدید که در دهه ۱۹۶۰ دوچرخه و رادیوی ترانزیستوری و در دهه ۱۹۷۰ موتور سیکلت و یخچال خریده بود، در دهه ۱۹۸۰ تشنه خرید تلویزیون رنگی و دیگر کالاهای الکترونیکی بود. طالب کالاهای مرغوب و با کیفیتی بود که سرمایه‌داری انحصاری تحت حمایت دولت و شرکت‌های وابسته به بخش دولتی قادر به ارائه آن نبودند. این طبقه به موازات رشد صنایع مصرف سویه و کارگزاری‌های تبلیغاتی، نیروی قدرتمندی را تشکیل می‌داد که در شکل دادن به سیاست دولت در مورد تلویزیون بسیار مؤثر بود.



مزایای ثانویه توسعه، مثل برق ارزان قیمت، بذرهای جدید دارای بازده بالاتر، کودهای شیمیایی، تسهیلات اعتباری، جاده‌ها و سایر مسایل زیربنایی در حالی که به نفع اشرافیت زمیندار بوده، سبب فقر بیشتر بی‌زمین‌ها و کارگران مهاجر شده است. بعضی از اینها برای رهایی از ستم فئودال‌های روستایی، کار اجباری، رباخواری و سلطه کاست به شهرها گریختند. از طرف دیگر، در سال ۱۹۷۸ و در پی یک دوره ۱۸ ماهه اعلام حالت «فوق‌العاده در کشور» که طی آن همه آزادی‌های مدنی لغو شد و هزاران تن از دانشجویان و فعالان سیاسی، رهبران اتحادیه‌ها و هر کسی که تهدیدی علیه دولت به شمار می‌آمد، دستگیر و زندانی شد، گاندی از پست نخست‌وزیری کنار زده شد.

مخالفت فزاینده‌ای که منجر به «اعلام حالت فوق‌العاده در کشور» شد عمدتاً از ناحیه گروه‌های دانشجویی، کارگران و توده‌های شهری که از میزان بالای بیکاری، فقر روستاییان، نرخ‌های بالای تورم و توزیع نابرابر ثروت ناراضی بودند، بر می‌خاست. گرچه خانم گاندی بار دیگر در ۱۹۸۰ به قدرت بازگشت، اما هنوز هم مجبور بود با این گروه‌های ناراضی مقابله کند. شاید این شرایط و اعتقاد او به جاذبه بصری تلویزیون (نورمن، ۱۹۸۵، ص ۱۱۳) او را متقاعد می‌کرد که یک نظام ملی و سراسری تلویزیون رنگی می‌تواند به ایجاد تصویری از یک کنترل کامل و کارآمد کمک کند و دولت را قادر سازد بر طیف گسترده‌ای از جمعیت تأثیر بگذارد.

هند به خاطر اخراج غول‌های فراملیتی نظیر آی بی ام و کوکاکولا در ۱۹۷۸، یعنی هنگام «تبعید» سیاسی کوتاه مدت گاندی، در غرب شهرتی به هم زده بود. بازگشت او به قدرت علاقه دوباره به سرمایه بین‌المللی را مطرح ساخته بود، گرچه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی آمریکا در هند هرگز به سطح بعضی از کشورهای جهان سوم نرسید. (۹) سرمایه‌گذاری خصوصی آمریکا در هند حدود ۵۰۰ میلیون دلار، یعنی تقریباً ۳ درصد سرمایه‌گذاری خصوصی آمریکا در جهان تخمین زده می‌شود. («هند»، ۱۹۸۲، ص ۳۶). صندوق بین‌المللی پول در سال ۱۹۸۰ یک وام ۸۲۲۰ میلیون روپیه‌ای (۷۴۷ میلیون دلار آمریکا) به هند را تصویب کرد و بدین وسیله اعتمادش را به سیاست اقتصادی هند پس از بازگشت گاندی نشان داد. (۱۰) هند به گرفتن وام‌های سنگین از صندوق بین‌المللی پول، بانک جهانی و سایر بانک‌های تجاری ادامه داد. برآوردهای اخیر نشان می‌دهد که کل بدهی هند (از جمله بدهی‌های کوتاه مدت) بین سال‌های ۱۹۸۵ - ۱۹۸۹ بیش از دو برابر شد و به ۹۶۰ میلیارد روپیه (۶۴ میلیون دلار آمریکا) رسید («بدهی‌های خارجی»، ۱۹۸۹، ص ۲۱۱۲).

ظاهراً سیاست آغوش باز (open-arms policy) در مقابل سرمایه خارجی امتیازی بود که خانم گاندی می‌باید در ازای وام صندوق بین‌المللی پول می‌داد. سیاست دولت مبنی بر کنار گذاشتن فعالیت‌های تحقیق و توسعه در زمینه صنایع الکترونیک و دعوت شرکت‌های فراملی خارجی برای ارتباط از راه دور یکی از این موارد است. این مورد در روزنامه‌ها و مجلات به طور گسترده‌ای به عنوان یک فرصت ۵/۱۲ میلیارد دلاری گزارش می‌شد، فرصتی که تا آن زمان شرکت‌های فراملی به آن دسترسی نداشتند. اما اکنون سرمایه خارجی می‌توانست در توسعه و نوسازی نظام ارتباط از راه دور هند مشارکت داشته باشد. (۱۱) در ۱۹۸۴ آی تی تی، جنرال الکترونیک، نوردن کامیونیکیشن کانادا، پلی بریتانیا، ال. ام. اریکسون سوئد و سایر شرکت‌های فرانسوی، ایتالیایی و ژاپنی برای داشتن سهمی از این بازار، رقابت می‌کردند («آغاز کار بخش خصوصی»، ۱۹۸۴، ص ۲۰ - ۱؛ «تله کامیونیکیشن»، ۱۹۸۳، صفحات ۶۶ - ۶۷)، و بدین ترتیب نفوذ شرکت‌های فراملی در اقتصاد هند افزایش یافت.

یک هیئت بازرگانی آمریکایی به رهبری معاون وزیر توسعه تجارت، چارلز ای. کاب (Charles E. Cobb) در ۱۹۸۸ گزارش کرد که بازار ارتباط از راه دور هند بزرگ‌تر از مقیاس پیش‌بینی شده است. هیئت اطلاع داشت که دولت

هند قصد دارد طی ۱۲ سال آینده حدود ۴۰ میلیارد را به ایجاد زیربنای ارتباط از راه دور اختصاص دهد. هند تصمیم داشت حدود ۸۰ درصد بودجه این طرح را از داخل کشور تأمین کند، اما حدود ۳/۹ میلیارد دلار آن باید طی ۷ سال از خارج تأمین می‌شد. هیأت با مسرت تمام پی برد که حدود ۴۰ درصد این بودجه به واردات مستقیم تکنولوژی ارتباط از راه دور اختصاص یافته است (شفرفین Sheffrin، ۱۹۸۸، ص ۲۰)، که این نتیجه سیاست اقتصاد آزاد دهه ۱۹۸۰ بود. این اطلاعات ضمن اینکه دلیل هجوم گسترده سرمایه فراملی به اقتصاد هند در دهه ۱۹۸۰ را به وضوح نشان می‌دهد، آگهی‌ها و تبلیغات مجلات هند نیز شاخص‌های قابل توجهی از همین پدیده به دست می‌دهند. مثلاً به این آگهی یکی از بانک‌های هند که هندیان مقیم آمریکا را به سرمایه‌گذاری دلارهایشان در هند دعوت می‌کند توجه کنید:

جنرال فودز - دویونت - بوش - لادا - توشیا - پژو - اسنم - همگی مقیم هند شده‌اند. به عنوان یک هندی غیرمقیم باید بدانید چرا بسیاری از شرکت‌های چند ملیتی بزرگ جهان در توسعه هند مشارکت می‌کنند زیرا به استعدادهای بالقوه و توانایی رشد این کشور اعتماد دارند ... بله شما هم باید در رشد و توسعه کشور خود مشارکت داشته باشید. اندوخته‌های شما می‌تواند برای شما و برای کشور شما کار کند - با مشارکت و بسیا بانک (هند امروز، ۳۱ ژانویه ۱۹۸۷، صفحات ۲۸ - ۲۹).

همه می‌دانند که شرکت‌های فراملی برای سرمایه‌گذاری عمدتاً به سرمایه بومی تکیه می‌کنند، اما در این مورد طالب سرمایه‌گذاری دلارهایی هستند که نیروی کار آزموده و علمی هند [مغزهای متفکری که هند به خارج از کشور صادر کرده است] در خارج پس‌انداز کرده است. آمار موجود نشان می‌داد که میزان این سرمایه‌گذاری‌ها افزایش قابل توجهی داشته است و از ۳۸/۱۹ میلیارد روپیه (۲/۵۴ میلیارد دلار آمریکا) به ۱۴۱/۵۴۰ میلیارد روپیه (۹/۴۳ میلیارد دلار آمریکا) افزایش یافته است («بدهی‌های خارجی»، ۱۹۸۹، ص ۲۱۱۱). به راحتی می‌توان تصور کرد که آخر و عاقبت این اندوخته‌های به خانه برگشته چه خواهد شد.

راجیو گاندی، که از زمان ترور مادرش در ۱۹۸۴ نخست‌وزیر هند شد، مرتب راجع به «وارد کردن» هند به قرن بیست و یکم از طریق یک انقلاب مبتنی بر کامپیوتر صحبت می‌کرد، مضمونی که در میان طبقه متوسط و بالای شهری و روستایی طنین خاصی پیدا می‌کرد. سیاست‌های راجیو گاندی دقیقاً برای پاسخگویی به تقاضاهای این طبقات برای کالاها و خدمات بهتر طراحی شده بود. به نظر می‌رسد تغییر جهت سیاست جاری و گرایش نسبت به نظام‌های تلویزیونی دارای پایگاه شهری و کنترل شده از مرکز (دهلی) با برنامه‌های سرگرم‌کننده، بخشی از همین مجموعه است. این سیاست در بخش در حال رشد شرکت‌های بخش خصوصی و از جمله در صنایع تبلیغاتی نیز که در ایجاد یک فرهنگ مصرفی نقشی کلیدی دارد، طرفداران و متحدانی خواهد داشت.

### قدرت شرکت‌های خصوصی و تجاری شدن تلویزیون

در دهه ۱۹۷۰ دولت هند در تلاش برای ادغام شدن بیشتر در سرمایه بین‌المللی و تسریع روند صنعتی شدن بر مبنای اصول سرمایه‌داری در جهت بالا بردن بهره‌وری ملی، کشور را در مسیر تازه‌ای قرار داد. در سال ۱۹۷۹ هند از نظر تولید کالاهای صنعتی در مقام دهم و از نظر تعداد محقق و مهندس در مقام سوم (پس از آمریکا و ژاپن) قرار گرفت. بعضی از شرکت‌های بزرگ خصوصی و عمومی جنبه صادراتی پیدا کرده‌اند (مثلاً، انجام پروژه‌های مربوط به کشیدن راه آهن، ساخت هتل، خانه‌های پیش ساخته و چندین پروژه بزرگ مهندسی در آفریقا و خاورمیانه). صادرات

۱  
۲  
۵



کالاهای مصرفی تولید شده توسط شرکت‌های فراملی هند، مثل صابون و لوازم آرایش نیز بازار بیشتری پیدا کرده‌اند. بخش مصرفی / صنعتی از نظر تعداد پروانه‌های صادر شده برای شرکت‌های جدید بین سال‌های ۱۹۸۰ تا ۱۹۸۵ بیش از ۸۸ درصد رشد داشته و از ۵۸۰۰۰ شرکت جدید به ۱۱۰۰۰۰ رسیده است. نه تنها تعداد شرکت‌ها افزایش یافته، بلکه سرمایه بیشتری نیز در دست شرکت‌های بزرگ انباشت شده است. مثلاً، در این دوره ۵ ساله، سرمایه پرداخت شده شرکت‌های عام با مسئولیت محدود ۸۷ درصد افزایش داشت و از ۱۴۵۰۰۰ میلیون به ۲۷۵۰۰۰ میلیون روپیه رسید (هند امروز، ۳۱ ژانویه ۱۹۸۷، ص ۵۳). این توسعه با رشد صنایع تبلیغاتی همگام بوده است.

به موازات صنعتی شدن بیشتر در راستای اصول سرمایه‌داری، تحقیقات مربوط به بازار و تبلیغات - دو بازوی ایجاد تقاضا و مدیریت آن - نیز ضرورت پیدا کرده است. تنها بخش صنایع به مطالعات، جمعیت‌شناسی و روان‌شناسی طبقه متوسط هند علاقه‌مند نیست، بلکه دولت راجیو گاندی هم در زمینه تحقیقات مربوط به بازار، هزینه‌هایی را متحمل شده است، از جمله مطالعات و بررسی‌های پژوهشی چندی توسط وزارتخانه‌های بهداشت، جهانگردی و دارایی به عمل آمده است. سرپرست یکی از شرکت‌های تحقیقاتی برجسته، گروه بازاریابی و پژوهش، این مسئله را مورد تأیید قرار می‌دهد:

این دولت تصور می‌کند که ما می‌توانیم تقریباً همه چیز را پیش‌بینی کنیم. مهم‌تر این که یک روشن‌بینی واقعی و خالی از تعصب وجود دارد. کاری که سال گذشته برای دولت انجام شد بیش از مجموع کارهایی بوده که طی ۵ سال قبلی انجام گرفته است («تحقیقات بازار» ۱۹۸۶، ص ۷۴).

به نظر می‌رسد نیازهای رژیم جدید برای ایجاد و اداره وفاق و مشروعیت بخشیدن به خود در جامعه‌ای که در ۴۰ سال گذشته روی لبه تیغ حرکت می‌کرده و از ۱۹۷۴ در حال از هم گسیختن بوده، همچنین نیاز نخبگان صنعتی به ایجاد فرهنگ مصرفی، به گسترش صنعت تلویزیون و تبلیغات دامن زده است. ناخدایان صنعت و دولت «دموکراتیک» برای جلب مخاطب - رأی‌دهنده - مصرف‌کننده نهایتاً از سلاح‌های ایدئولوژیکی و تکنولوژیکی (مشابهی استفاده خواهند کرد).

رشد و افزایش قدرت کارگزاری‌های تبلیغاتی یکی از شاخص‌های سنجش «توسعه اقتصادی» و از جمله رشد صنعتی، کالایی شدن، فرهنگ مصرفی و رخنه سرمایه خارجی است. اطلاعات موجود در مورد وضعیت صنایع تبلیغاتی در هند، که در بخش خصوصی و به شکل آمیزه‌ای از شرکت‌های ملی و فراملی توسعه یافته‌اند، اهمیت فزاینده این صنعت را نشان می‌دهد. صورتحساب‌های ناخالص همه شرکت‌های تبلیغاتی از ۱۰ میلیون روپیه (۱/۶ میلیون دلار آمریکا) در ۱۹۵۵ به تقریباً ۲ میلیارد روپیه (۱۸۲ میلیون دلار آمریکا) در ۱۹۸۰ افزایش یافت، در حالی که تعداد شرکت‌های مجاز کشور از ۶۲ در سال ۱۹۵۸ به ۱۶۸ در ۱۹۷۸ رسید (بیزینس ایندیا، ۹ - ۲۲ ژوئن ۱۹۸۰). جدول ۴-۷ فهرست ۱۵ شرکت تبلیغاتی بزرگ هند و صورت‌حساب ناخالص آنها در سال‌های ۸۷-۱۹۸۲ را نشان می‌دهد. صنایع تبلیغاتی هند آشکارا زیر سیطره شرکت‌های فراملی است. رهبری آنها با لیتاس (Lintas) است اما شرکت‌های دارای مالکیت هندی نیز به تدریج اهمیت بیشتری پیدا کرده‌اند.

جدول ۴-۷ صورت حساب ناخالص شرکت های تبلیغاتی بزرگ، ۱۹۸۲-۱۹۸۷ (به میلیون روپیه)

شرکت	۱۹۸۲	۱۹۸۳	۱۹۸۴	۱۹۸۵	۱۹۸۶	۱۹۸۷
تبلیغات و افزایش فروش	۷۲/۵	۸۶	۱۰۰/۳	۱۱۰/۴	۱۲۱/۵	۱۳۱/۲
تبلیغات چاپترا	۷۶/۵	۱۱۰/۸	—	۱۱۹/۵	۱۶۳/۳	۱۸۰/۶
خدمات تبلیغات کلاریون	۱۶۰/۲	۱۹۳/۵	—	—	—	۲۹۷/۱
داکانها	—	—	۴۶	۵۹/۷	۸۰/۲	۱۰۸
اورست	۸۳/۶	—	۹۵/۳	۱۳۰	۱۹۹/۴	۲۸۲
گرانته، کنیون واکهارت	۵۸/۸	۶۱/۶	۶۰/۸	—	—	—
تامسون هندوستان	۲۷۲/۷	۲۷۵/۳	۳۱۷/۹	۳۶۳/۸	۴۴۴/۱	۶۴۴/۴
تبلیغاتی جیسون	۶۱/۸	۷۱/۲	۹۴/۹	—	۱۰۹/۶	—
لیناس ایندیا	۱۵۸/۴	۲۱۶/۳	۲۳۷/۳	۲۸۳/۱	۳۹۶/۸	۶۵۶/۲
مودرا	۲۱	۳۷	۸۰	۱۵۰	۲۸۰	۴۰۰
اوگی لوی، نسون و مدر	۱۰۰	۱۲۵/۵	۱۴۶/۸	۱۷۸/۲	۲۴۵/۲	۳۰۷
ردیفیوژن	—	—	۱۲۴	۱۸۱/۴	—	—
آر.کی.سوامی	—	—	۱۰۰	۱۴۵	۱۸۰	۲۵۰
شیلپی	۴۷/۳	۶۴/۷	—	—	۸۳/۳	—
تبلیغاتی اولکا	۸۲/۵	۹۰	۱۱۰	۱۳۵	—	۲۵۴/۹

منبع: (ص ۵۳ و ۱۹۸۹) Sarkar (Advertizing Age Various dates: for Mudra's billings.see Sarkar)

توجه: این ارقام تقریبی هستند، چون پایان سال مالی شرکت های مختلف متفاوت است. سعی شده همه ارقام نزدیک به عدد صحیح باشند.

سخنگویان این صنعت در توجیه عقب نشینی سرمایه خارجی در مقابل سرمایه بومی در صنایع تبلیغاتی، دو دلیل مهم را ارائه می کنند. به موجب قانون ۱۹۷۴ ارز، اکثریت سهام همه شرکت ها باید متعلق به هندیان باشد. به علاوه، دولت که خود یکی از آگهی دهندگان بزرگ است، با شرکت هایی که مالکیت غیر هندی داشته باشند معامله نمی کند (و. و. منون V.V. menor، مکاتبات شخصی، ۲۱ اوت ۱۹۸۰). وانگهی، رشد صنایع تبلیغاتی تا حد زیادی نتیجه رشد بخش مصرفی داخلی در دهه ۱۹۸۰ بود. شرکت هایی مثل مودرا کامیونیکیشن که به شرکت های عمده بومی - ری لی یانس کورپوریشن - گره خورده بودند رشد سریع تری داشته اند (سرکار Sarkar، ۱۹۸۹). مشکل بتوان گفت که با وجود سیاست فعلی آغوش باز در مقابل سرمایه خارجی، شرکت های دارای مالکیت داخلی قادر به حفظ موقعیت خود خواهند بود یا نه، به ویژه اینکه شرکت های فراملی عادتاً با شرکت های تبلیغاتی فراملی معامله می کنند که پیوندهایی هم با بازارهای داخلی آنها دارند.

۱  
۲  
۷

تهران: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، پلاک ۱۳، صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵

یکی دیگر از نکات قابل توجه (نگاه کنید به جدول ۴-۷) آن است که صورت حساب همه این شرکت‌ها به جز یکی (گران، کنیون و اکهارت) (Grant, kenyon, Ekhardt) طی این دوره ۶ ساله افزایش داشته است. ترازنامه بعضی از آنها، مثل مودرا، ۲۰ برابر شده است.

جدول ۵-۷ نحوه سرشکن شدن هزینه‌های تبلیغاتی مابین رسانه‌های مختلف را نشان می‌دهد. هر چند اطلاعات، مربوط به یک دوره مشابه نیست. شایان توجه است که این داده‌ها یک تصویر ناقص از هزینه‌های رسانه‌ای ارائه می‌کند، چون کمیسیون فعالیت‌های تجاری انحصاری و انقباضی، تنها فعالیت ۱۳ شرکت تبلیغاتی در این سال‌ها را بررسی کرده است. در هر حال، این داده‌ها نشانه آنند که از نظر شرکت‌های تبلیغاتی سینما و تلویزیون اهمیت بیشتری پیدا کرده‌اند. در حالی که هزینه‌های شرکت‌های تبلیغاتی در دوره ۷۷-۱۹۷۴ در بخش مطبوعات ۱۵۹ درصد بالا رفته، افزایش هزینه‌ها در بخش تلویزیون ۱۹۸ درصد و در رادیو و تلویزیون ۱۹۲ درصد بوده است. اگر برای سال‌های بعدی هم اطلاعات مشابهی در دست داشتیم احتمالاً می‌دیدیم که با کاهش تماشاگران سینماها و افزایش تماشاگران تلویزیون، هزینه شرکت‌های تبلیغاتی در بخش تلویزیون بالاتر رفته است. مدیر یکی از شرکت‌های تبلیغاتی برآورد می‌کند که در سال ۱۹۸۶ هزینه سرانه پیام‌های بازرگانی تلویزیون که برای ۱۲ میلیون بیننده بالغ پخش می‌شد ۱۰ روپیه (۷۵ سنت آمریکا) بود.

#### جدول ۵-۷ هزینه‌های شرکت‌های آگهی‌دهنده برای استفاده از رسانه‌ها، ۷۷-۱۹۷۴ (به میلیون روپیه)

سال	مطبوعات	سینما	رادیو و تلویزیون	و سایر رسانه‌ها	کل
۱۹۷۴	۱۶/۶	۴/۲	۴/۷	۵/۳	۳۰/۷
۱۹۷۵	۳۲/۲	۷/۹	۱۰/۴	۶/۹	۵۷/۵
۱۹۷۶	۴۰/۳	۱۱/۴	۱۲/۲	۱۰	۷۴
۱۹۷۷	۴۳	۱۲/۲	۱۳/۸	۹	۷۸/۳
درصد افزایش	۱۵۹	۱۹۸	۱۹۲	۷۰	۱۵۴

منبع: کمیسیون انحصارها و فعالیت‌های تجاری محدودکننده، دهلی نو

این داده‌ها تصویری ناقص از هزینه‌های رسانه‌ای ارائه می‌کند، چون کمیسیون فقط ۱۳۰ شرکت تبلیغاتی را در یک دوره چهار ساله مورد بررسی قرار داده است.

بینندگان - مصرف‌کنندگان این کالاها و خدمات، قشرهای فقیر و بی‌زمین نیستند بلکه طبقات دارا و نخبگان نظامی دیوانسالاری هستند. وقتی برنامه‌های تلویزیون و رادیو، سرگرم‌کننده باشد، این مشتریان بهتر و با هزینه کمتر قابل دسترسی هستند. جدول ۶-۷ فهرست شرکت‌های تبلیغاتی و هزینه‌های تبلیغاتی آنها در سال ۱۹۸۵ را نشان می‌دهد. بسیاری از کالاها و خدمات آنها برای اکثریت مردم شهرنشین یا روستایی قابل دسترسی نیست. شرکت‌های تبلیغاتی نه تنها خواستار افزایش برنامه‌های سرگرم‌کننده تلویزیون هستند بلکه از مزاحمت برنامه‌های آموزشی روستایی در شبکه‌های تجاری تلویزیون شکایت دارند (دولت هند، ۱۹۷۸، جلد ۱، ص ۸۵). دولت که بین



تقاضاهای شرکت‌های تبلیغاتی [بازرگانی] و اولویت‌های خود در مورد تبلیغات [سیاسی] گرفتار شده است، برنامه‌های مربوط به کارگران کشاورزی و صنعتی را در فواصل برنامه‌های سرگرم‌کننده پخش می‌کند.

از آنجا که بیشتر دارندگان تلویزیون طالب برنامه‌های آموزشی نیستند، برنامه‌های تفریحی و سرگرم‌کننده بینندگان بیشتری دارد. دوردارشان در سال ۱۹۸۲ بررسی‌ای در ارتباط با بینندگان انجام داد که نشان می‌داد بیشتر تماشاگران تلویزیون طرفدار فیلم‌های بلند (۷۳ - ۸۴ درصد)، مصاحبه با شخصیت‌های فیلم‌ها و برنامه‌های فیلم - آواز (۶۸ - ۸۱ درصد) هستند (میترا، ۱۹۸۲، ص ۱۷). در ۱۹۸۲ دولت برای جایگزینی برنامه‌های آموزشی با برنامه‌های تفریحی اعلام آمادگی کرد. و اسانت سانه (Vasant sathe)، وزیر وقت اطلاعات و سخن‌پراکنی گفت: «بگذارید از تلویزیون عایدات بیشتری داشته باشیم تا بتوانیم مبالغ بیشتری صرف توسعه کنیم» (میترا، ۱۹۸۲)، که منظور، توسعه زیربنایی تلویزیون بود. انعکاس سخنان او را در کلمات پرشور سورش چاولا، مسئول رسانه‌ای شرکت هندوستان تامپسون می‌توان دید که می‌گفت «فیلم و برنامه‌های مبتنی بر فیلم باید در صدر برنامه‌های تلویزیون باشد ... فیلم، رادیو و تلویزیون را حفظ می‌کند. اگر فیلم را از اینها بگیرید هر دو از بین می‌روند» (میترا، ۱۹۸۲). احتمالاً منظور او این است که در نبود برنامه‌های سرگرم‌کننده مثل فیلم، شرکت‌ها نمی‌توانند بینندگان - مصرف‌کنندگان را جلب کنند. در چنین وضعیتی تلویزیون هیچ فایده‌ای برای صنایع تبلیغاتی نخواهد داشت.

صنایع تبلیغاتی از طریق سازمان‌های واسطه و گروه‌های فشار خود مثل باشگاه تبلیغات و انجمن تبلیغات هند، دولت را برای افزایش زمان پخش و وقت اختصاص داده شده به برنامه‌های تبلیغاتی، گسترش نفوذ رادیو و تلویزیون به مناطق روستایی و برنامه‌های سفارشی شرکت‌ها زیر فشار می‌گذاشت (دولت هند، ۱۹۷۸، جلد ۱، ص ۸۵).

سازندگان تلویزیون نیز که می‌خواستند تلویزیون‌های بیشتری بفروشند، برای تغییر سیاست دولت در زمینه برنامه‌ها و اختصاص وقت بیشتر به برنامه‌های سرگرم‌کننده به دولت فشار می‌آوردند (وری بیٹی، ۱۱ اکتبر ۱۹۷۸). در سال ۱۹۸۳ برای اولین بار اجازه پخش یک سریال تلویزیونی به سفارش و هزینه شرکت‌های خصوصی و به منظور تبلیغ برای شرکت خصوصی صادر شد و این امر تلویزیون هند را به مسیر تازه‌ای کشاند. اولین سریال، هوم لاگ یا ما مردم موفقیت بزرگی کسب کرد. سریال‌های وارداتی مثل «من لوسی را دوست دارم» و «ضربه‌های متفاوت» قبلاً پخش شده بود، اما حالا برنامه‌های سرگرم‌کننده تلویزیون واقعاً ساخت داخل بود. چون هیچ کانال رقیبی وجود نداشت، بیندگانی هم که این سریال‌ها را دوست نداشتند مجبور بودند با آنها بسازند.

### جدول ۶-۷ سفارش دهندگان و آگهی دهندگان اصلی تلویزیون، ۱۹۸۵

مقام	نام شرکت آگهی دهنده	مبلغ پرداخت شده (به روپیه)
۱	کلگیت پالمولیو	۳۴۰۱۵۰۰
۲	فود اسپشالیتیز	۳۸۸۵۰۰۰
۳	هیندوستان لوور	۲۳۱۰۰۰۰
۴	خایتان فنز	۷۷۰۰۰۰

۱  
۲  
۹

تهران: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، پلاک ۱۳، صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵

۲۵۵۵۰۰۰	ویکولب	۵
۸۴۰۰۰۰	پارل اکسپورتز	۶
۴۹۰۰۰۰	ام/اس پریمامارکتینگ	۷
۲۵۵۵۰۰۰	گوجرات کواوپریتیز	۸
۱۷۸۵۰۰۰	تاتااویل میلز	۹
۷۵۰۰۰	ریچارد سون هیندوستان	۱۰
۷۶۵۰۰۰	پوندز	۱۱
۵۹۰۰۰۰	دابور	۱۲
۳۰۷۵۰۰۰	گودریج	۱۳
۹۱۰۰۰۰	مایورپن	۱۴
۱۹۲۵۰۰۰	جنو فری منر	۱۵
۱۶۸۰۰۰۰	کوبری	۱۶
۱۰۵۰۰۰	ویپ چمپیون	۱۷
۷۷۰۰۰۰	ریلینس تکستایل	۱۸
۱۵۴۰۰۰۰	بمبئی اویل میلز	۱۹
۱۸۵۵۰۰۰	باجاج	۲۰
۷۴۳۰۰۰	سایرین	۲۱

منبع: Screen (۶ دسامبر ۱۹۸۵، ص ۱۲)

نرخ مبادله حدود یک به سیزده محاسبه شده است.

سریال ما مردم یک نقطه عطف محسوب می‌شد چرا که برنامه‌های تلویزیونی نوع وارداتی و عامه‌پسند را وارد تلویزیون هند کرد. در مورد اثرات اجتماعی و فرهنگی برنامه‌های سرگرم‌کننده وارداتی مطالب زیادی نوشته شده است. اما درباره ارتباط دقیق بین برنامه‌های سرگرم‌کننده و چگونگی گرفتار شدن بینندگان - سیاستگذاران در استفاده‌های خاص از تلویزیون، که همه نهایتاً به شکلی در خدمت منافع تجاری هستند، چندان صحبتی نمی‌شود. بعد از ما مردم سریال دیگری پخش شد به نام خاندان که نسخه سریال داینستی (dynasty) (خاندان) آمریکایی بود. سریال‌های کم‌دی، مسابقات تلویزیونی و سایر برنامه‌های سبک وارداتی نیز به تدریج جای خود را باز کردند. سریال ما مردم در عین حال الگویی برای نزدیک کردن دولت، شرکت‌های تبلیغاتی و بینندگان را فراهم ساخت، و موفقیت آن پخش برنامه‌های سفارش شرکت‌های خصوصی از تلویزیون هند را تثبیت کرد. ما مردم حاصل یک ارتباط بین‌المللی مرموز بود که جزئیات آن هنوز هم روشن نیست. هدف، تولید سریالی در مورد کنترل جمعیت بود و طرح آن را مؤسسه جمعیت نیویورک ریخته بود. دولت که متوجه شده بود داستان‌های تلویزیونی در آمریکای لاتین محبوبیت زیادی کسب کرده‌اند، کارآموزانی را به مؤسسه تلویزیونی مکزیک فرستاد (دولت هند، ۱۹۸۲ - ص ۳، ص ۳). سریال به هزینه تاتاس، یکی از شرکت‌های صنعتی هند، پخش شد. بنابراین ما مردم و سایر برنامه‌های سرگرم‌کننده

سفارشی تلاقی منافع - سرمایه ملی و بین‌المللی و متحدان سیاسی آنها و حمایت گسترده‌تر دولت هند برای دستیابی به هدف‌های تبلیغاتی اش - را نشان می‌دهد.

ظاهراً دولت پس از گسترش شبکه و افزایش ساعات روزانه پخش برنامه‌ها در جریان مسابقات آسیایی در تنگنایی گرفتار شده بود و نمی‌توانست برای پر کردن ساعات پخش، برنامه‌های مطلوب و مورد پسند تولید کند. وی. ان. گاجیل، وزیر اطلاعات و سخن‌پراکنی در ۱۹۸۵ به عدم آمادگی دولت برای تهیه برنامه اعتراف کرد: نوشته روی دیوار کاملاً واضح بود. ما همیشه خواسته‌ایم مردم را از طریق تلویزیون آموزش دهیم، سرگرم کنیم و مطلع سازیم. اما پس از توسعه (تلویزیون) در جریان بازی‌های آسیایی به این نتیجه رسیدیم که اگر برنامه‌ها فاقد روح و شور زندگی باشد هیچ یک از این هدف‌ها تأمین نخواهد شد (میترا، ۱۹۸۵، ص ۱۹۱). دولت برای پاسخگویی به تقاضای سیری ناپذیر شبکه تلویزیونی گسترش یافته، نه منابع مالی لازم را در اختیار داشت و نه تشکیلات پخش، یعنی دوردارشان، از عهده‌چنین کاری برمی‌آمد. به علاوه، ساختار سراسر بوروکراتیک آن با خلاقیت درون‌زا و مشارکت هنرمندان خارج از سازمان در تهیه برنامه‌های زنده و پرهیجان سازگار نیست. (۱۲) شاید ساختار اجرایی متمرکز شده در دست معدودی از مسئولان بلند پایه و کنترل آن از دفتر نخست‌وزیر عالی باشد، اما نسبت به نیازها و خواست‌های محلی و منطقه‌ای حساس نیست. گاجیل با اشاره به نوع توصیه‌هایی که دولت از مشاوران و متخصصان برنامه‌های تلویزیونی دریافت می‌کند، نبود خلاقیت در دوردارشان را برملا می‌سازد. او می‌گوید:

آنها سه نوع برنامه تجاری پیشنهاد می‌کردند: برنامه‌هایی که توسط خود آگهی‌دهنده تولید می‌شود، برنامه‌هایی که در دوردارشان تهیه و به آگهی‌دهنده پیشنهاد می‌شود، و برنامه‌های خارجی وارد شده توسط آگهی‌دهنده. نخست‌وزیر فقید خانم ایندیرا گاندی، ضمن انتقاد از برنامه‌های کسل‌کننده، منفعل و غیرمبتکرانه دوردارشان، معتقد بود که ذوق و استعداد رایباید در خارج [از دوردارشان] پیدا کرد. گسترش دادن پایه و اساس برنامه به استفاده از منابع [هنرمندان] بیرون از سازمان نیز تصمیم‌او بود (ستی و میترا، ۱۹۸۵، ص ۱۳۶).

محبوبیت ما مردم و سایر سریال‌ها سبب واکنش مشتاقانه کارگزاری‌های تبلیغاتی و شرکت‌ها شد. ویکو لب (Viccolab)، تولیدکننده خمیر دندان و سایر کالاهای مصرفی بهداشتی که با پخش یک سریال کم‌دی (yeh Jo Hai Zindagi) کالاهای خود را تبلیغ می‌کرد، اعلام نمود که میزان فروشش ۸۰۰ درصد بالا رفته است. هیندوستان لوور، سریال کوزموس را پخش می‌کرد، فیلمی از زندگی کارل ساگان متخصص فیزیک نجومی، محصول PBS، و جهان بقا، فیلمی از حیات وحش محصول کشور بریتانیا.

در مدتی کوتاه دوردارشان هم از نظر ظاهر و هم از نظر عملکرد به شدت تغییر کرد. در عرض سه سال از بازار خریدارها به بازار فروشنده‌ها منتقل شد. رشد قابل توجه درآمد دوردارشان در نتیجه فروش برنامه‌ها و پخش برنامه‌های سفارشی شرکت‌های بازرگانی خود دال بر تغییر وضعیت آن است (به جدول ۷ - ۷ نگاه کنید)، این درآمدها از ۶۴/۰ میلیون دلار در سال ۱۹۷۶، زمانی که دوردارشان پخش پیام‌های بازرگانی را پذیرفت، به ۱۹/۲۶ میلیون دلار در سال ۱۹۸۴ رسید، و سال بعد تقریباً دو برابر یعنی ۵۱/۹۲ میلیون دلار شد. در ۱۹۸۸ این درآمدها به ۱۰۷/۳ میلیون دلار افزایش یافت (جین Jain، ۱۹۸۹، ص ۹۲).



جدول ۷-۷ درآمد ناخالص دوردارشان از تبلیغات، ۸۵-۱۹۷۵ (به میلیون دلار)

سال	درآمد ناخالص
۱۹۷۵	—
۱۹۷۶	۰/۶۴
۱۹۷۷	۱/۷۳
۱۹۷۸	۴/۱۴
۱۹۷۹	۵/۱۳
۱۹۸۰	۶/۷۳
۱۹۸۱	۹/۳۹
۱۹۸۲	۱۳/۲۵
۱۹۸۳	۱۶/۵۰
۱۹۸۴	۲۶/۱۹
۱۹۸۵	۵۱/۹۲
۱۹۸۷	۹۰/۶۶
۱۹۸۸	۱۰۷/۳۳

منبع: واحد پژوهش بینندگان (۱۹۸۵)، ۱۹۸۸ و ۱۹۸۹، جین (۱۹۸۹، ص ۹۲)  
 نرخ مبادله روپیه یک به پانزده محاسبه شده است.

جدول ۶-۷ فهرست بزرگترین شرکت‌های آگهی‌دهنده در تلویزیون در سال ۱۹۸۵، و پول صرف شده برای جلب بینندگان را نشان می‌دهد. جای تعجب نیست وقتی می‌بینیم غول‌های صنایع غذایی و آرایشی از غرب، و در کنار آنها سردمداران بومی صنعت (تاتاس، گودریچ، باجاج، ریلانیس) و لوازم آرایش (ویکولب) در صدر جدول قرار دارند. اینها برای جلب ۲۰۰ میلیون تماشاچی / مصرف‌کننده رقابت می‌کنند.

### جمع بندی

این تحول تاریخی، قرارداد یک شبکه تلویزیونی ملی بسیار عظیم در اختیار بخش رو به رشد شرکتی و دولت سیطره جو، مبین شکل کاملاً جدیدی از همکاری، و آمیزه‌ای از منافع گروه‌های مختلف قدرت در جامعه هند است. هدف دو گانه دولت از آموزش اجتماعی - افزایش مشارکت شهروندان در طرح‌های توسعه‌ای دولت، و نیز مشروعیت بخشیدن به سلطه حزب بر دستگاه دیوانسالاری - به جای خود باقی است. تفاوت اصلی آن است که دولت، به دلایلی که گفته شد، تصمیم گرفته است مشارکت نزدیک‌تری با بخش در حال رشد شرکت‌های خصوصی داشته باشد. توجه تلویزیون هند به باز تعریف نقش‌های بیننده - شهروند را می‌توان به صورت فرایندی دید که نشان می‌دهد دولت هند چگونه همیشه از انباشت سرمایه و قدرت در دست عده‌ای معدود حمایت کرده و در عین حال با شعارهای توخالی خدمت به فقرا این وضعیت را توجیه نموده است. با اینکه سیاست فوق موقتاً طبقات خاصی از

جامعه هند را راضی کرده است اما تضادهای خاص خود را نیز دارد. مثلاً، هنوز به تقاضای گروه‌های مختلف زبانی برای پخش برنامه‌های سرگرم‌کننده به زبان بومی پاسخ مثبت داده نشده است. خواست‌های ایالتی مختلف نیز، به‌خصوص در مناطقی که احزاب رقیب در قدرت هستند، برآورده نشده است. اینها مسائلی هستند که بررسی بیشتری را می‌طلبند. استفاده دولت مرکزی از بخش خبر تلویزیون برای جا انداختن اسطوره‌ای که خانواده گاندی را به عنوان ناجی ملت مطرح می‌ساخت، مورد توجه بینندگان طبقه متوسط در سراسر کشور بوده است. سوءاستفاده آشکار حزب حاکم از تلویزیون، بحث و جدل‌های داغی در مطبوعات به وجود آورده است. واکنش بیننده - شهروند نسبت به این سوءاستفاده دولت ایجاب می‌کند در آینده، مطالعات دقیق‌تری به عمل آید. منافع غالب طبقات ممتاز و دولت که تغییر در سیاست تلویزیون نماد آن است، توسط یکی از دست‌اندرکاران ناسیونالیست صنایع تبلیغاتی به مبارزه طلبیده شده است:

در دهه ۱۹۳۰، هنگامی که گاندی امپریالیسم اقتصادی صنایع لانکاشایر را نشانه گرفته بود، صحبت کردن از اقتصاد روستایی قابل درک بود. نمی‌دانم در دهه ۶۰، هنگامی که سیطره اقتصادی امپریالیسم بریتانیا جای خود را به غارتگری شرکت‌های چند ملیتی داده است، اگر مهاتما زنده بود چه واکنشی نشان می‌داد (کاترک Katrak، ۱۹۸۷، ص ۷۷).

او اشاره می‌کند که امروزه انقلابی در حال شکل‌گیری است:

در بازار به آهستگی و در رسانه‌ها با سر و صدا. پایگاه این [انقلاب] دهکده مورد توجه گاندی نیست، همه شهرهای بزرگ و کوچک این سرزمین است. رده‌ای جدید، نسبتاً غیرمکانیکی و کار طلب از تدوین‌کنندگان و بسته‌بندی‌کنندگان که در اتاقک‌ها کار می‌کنند، مدام پایه‌های صنعت غول‌آسای چند ملیتی را فرسوده می‌سازد (ص ۷۷).

هنوز نمی‌توان گفت که سرمایه‌داران هندی در شرایط سیاست اقتصادی آزاد، قدرت شرکت‌های فراملی را تضعیف خواهند کرد. تجربه بیشتر اقتصادهای وابسته خلاف این مطلب را ثابت می‌کند. موافقت دولت با ورود پیسی کولا به بازار هند در سال ۱۹۸۸ به هیچ وجه نشانه پیروزی سرمایه داخلی نیست. پس از خروج کوکاکولا از هند در یک دهه پیش، چندین شرکت هندی انواع و اقسام نوشابه‌های غیرالکلی را به بازار ۶۰۰۰ میلیون روپیه‌ای (۴۰۰ میلیون دلاری) نوشابه‌های غیرالکلی وارد کرده بودند و نیازی به دعوت یک شرکت خارجی نبود تا ارزش خارجی کمیاب کشور را به خارج منتقل کند (دواداس Devadas، ۱۹۸۸، ص ۶۲ - ۳). به علاوه، سرمایه‌گذاری در حرفه‌ای را که اساساً بر میزان غذاها و نوشابه‌های غیرالکلی آمایش شده می‌افزاید، و در هر حال تجملی و برای مصرف ثروتمندان است، چگونه می‌توان توجیه کرد؟ انواع تازه‌تر نوشابه و چیپس در حالی که بازار عرضه می‌شود که مشکل اساسی ارائه خدمات تغذیه‌ای و بهداشتی به توده‌های مردم فقیر هنوز باقی است.

همزمانی دعوت پیسی کولا به هند و اختصاص دادن تلویزیون به استفاده‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی به نفع طبقات ممتاز تکان‌دهنده است. ظاهراً برنامه‌ریزان دولت برای تلویزیون هند سیاستی تدوین کرده‌اند که به طور همزمان پاسخگوی نیازهای تبلیغاتی و خواست‌های سرمایه‌داران فراملی و نیز تقاضای طبقات متوسط بالا برای برنامه‌های سرگرم‌کننده است، در حالی که نیازهای ارتباطی و سایر خواست‌های اکثریت مردم هند نادیده گرفته شده است. یکپارچگی و اتحاد قدرت بورژوازی فراملی و بورژوازی بومی و ارزش‌های اجتماعی مشترک آنها نشان

۱  
۳  
۳

تهران: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، پلاک ۱۳، صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵

۸۷۳۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۷۳۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org

www.rasaneh.org



نمی‌دهد که سیاست تلویزیون دولت به منظور اصلاحات اجتماعی برای اکثریت مردم هند طراحی شده یا حتی تصادفاً ربطی به آنها داشته باشد.

## پی‌نوشت

۱. حزب کنگره از بدو استقلال هند در سال ۱۹۴۷ بر نهادهای سیاسی کشور سلطه داشته است. تنها یک دوره ۲ ساله از ۱۹۷۸ و بار دیگر در نوامبر ۱۹۸۹ دولت‌های ائتلافی بر سر کار آمده‌اند. در دوره دوم دولت ائتلافی اقلیت به نخست‌وزیری وی. پی. سینگ تشکیل شد.
۲. بنا به برآورد بنیاد صلح گاندی در سال ۱۹۸۶، در هند تعداد ۲۶۰ هزار کارگر بنده وجود داشته است که رقم خوش‌بینانه‌ای می‌باشد. چون انجمن ضد بردگی - مستقر در لندن - و کمیسیون بین‌المللی حقوق‌دانان برآورد کرده‌اند که در هندوستان ۵ میلیون نفر به خاطر عدم استطاعت در پرداخت قروض خویش به صورت کارگر - بنده در آمده‌اند. گزارش اینها به کمیته فرعی حقوق بشر سازمان ملل متحد در ۱۹۸۳ اشاره می‌کند که بسیاری از کودکان ۱۰-۹ ساله مجبورند بدون دریافت مزد کار کنند تا هنگامی که دین پدر و مادرشان ادا گردد (آرشیو معاصر کیسینگ، ۱۹۸۳، ص ۳۲۴۴). دولت مرکزی با تصویب قانون الغای کار بندگی در سال ۱۹۷۶ گامی در این مسیر برداشت اما چون اغلب کسانی که از کار بنده استفاده می‌کنند از زمینداران ثروتمندند و قدرت سیاسی زیادی دارند مانع اجرای قانون شدند («وقتی که بندگی مرجح شمرده می‌شود»، ۱۹۸۷، ص ۶).
۳. برخورد دولت هند با فاجعه انفجار کارخانه یونیون کاربید در بوپال را به هیچ عنوان جز واسطه‌گری برای سرمایه بین‌المللی نمی‌توان توجیه کرد. در یکی از بزرگ‌ترین تراژدی‌های صنعتی تاریخ در سراسر جهان بیش از دو هزار نفر در اثر پخش گازهای شیمیایی جان باختند و هزاران نفر دیگر دچار نقص عضو و بیماری‌های دیگر شدند، و دولت از دیوان عالی هند خواست تا به یونیون کاربید کمک کند. به جای پرداخت تقریباً ۴ میلیارد دلار خسارت، برای درمان قربانیان و خانواده‌های آنان، که گروه‌های شهری روی آن توافق کرده‌اند، دولت فقط ۷۰۰ میلیون دلار از یونیون کاربید گرفت.
۴. در این زمینه بررسی‌های بیشتری در حال انجام است. نگاه کنید به وینالینام ۱۹۸۹ (۱۹۸۸)، و پنداکار (۱۹۸۹).
۵. هند در ۱۵ اوت ۱۹۴۷ خود را از سلطه بریتانیا رها کند و کسب استقلال نمود.
۶. پوشش تلویزیونی حدود ۶۰۰ دهکده اطراف دهلی‌نو را در بر می‌گرفت که از این تعداد فقط ۳۰۰ دهکده برق داشتند. سیاست دولت در زمینه برق‌رسانی به تقریباً ۵۰۰۰۰۰ دهکده هندی به دلایل مختلف از جمله به دلیل کمبود منابع مالی و افزایش مصرف در شهرها دچار اشکال شده است. این یکی دیگر از مشکلاتی است که باید حل شود تا تلویزیون مخاطبان سراسری پیدا کند.
۷. وقتی پولی به دلار آمریکا تبدیل می‌شود معنی و مفهوم خود را، به علت تفاوت در نرخ دست‌مزدها و قدرت خرید در دو کشور، از دست می‌دهد. مثلاً در ۱۹۸۵ یک رادیوی ترانزیستوری تک باند موج متوسط تقریباً ۱۵۰ روپیه بود که معادل حقوق هفتگی یک کارگر کارخانه و دست‌مزد ماهانه یک کارگر کشاورزی است.
۸. طبق آمار رسمی هزینه‌های دفاعی و هزینه‌های سرمایه‌ای دولت هند از ۹۶۸۰ میلیون روپیه در ۱۹۶۷ - ۶۸ به ۲۵۴۴۰ میلیون روپیه در سال ۱۹۷۶ - ۷۷ رسیده است. این آمار محتاطانه هزینه‌های صرف شده برای تأسیسات اتمی نیروهای شبه نظامی را در بر نمی‌گیرد (سلبورن، ۱۹۷۷، ص ۴۳۶).
۹. در حال حاضر دریافت ارزی سالیانه برای کارمزد بدهی‌های هند به تقریباً ۸/۲۲ درصد عایدات صادراتی سالانه رسیده است و از آنچه که اقتصاددانان نقطه خطر نامیده‌اند، یعنی ۲۰ درصد گذشته است (هند امروز، ۱۵ ژانویه ۱۹۸۷، ص ۴۷).
۱۰. صندوق بین‌المللی پول دو نوع اعتبار جداگانه به دولت هند اعطا کرده است. یکی به مبلغ ۵۴۰۰ میلیون روپیه از محل وجوه امانی صندوق و یکی به مبلغ ۲۸۲۰ میلیون روپیه از محل تسهیلات جبرانی صندوق بین‌المللی پول. بازپرداخت‌های اینها طی یک دوره ده ساله به پایان می‌رسید (آسیا ریدر، ۱۵، ۹ سپتامبر ۱۹۸۰، صفحات ۱۵۶۴۰-۱۵۶۳۹).
۱۱. وزارت ارتباط از راه دور در ۱۹۸۶ برآورد کرد که نیازهای سرمایه‌ای هند برای تدارک امکانات ارتباط دور کافی تا سال ۲۰۰۰ حدود ۵۵۰۰۰۰ میلیون روپیه است. در برنامه هفتم هزینه سرمایه‌ای برای اصلاح و گسترش شبکه ارتباط از دور ۴۰۰۰ میلیون روپیه بود (هند امروز، ۳ سپتامبر ۱۹۸۶، ص ۷۰).

۱۲. من در سال‌های ۱۹۸۵ و ۱۹۸۶ با بسیاری از کارکنان دوردارشان - تولیدکنندگان، نویسندگان، فیلم‌پردازان و غیره - در مدرس، بمبئی بنگالور مصاحبه کردم. گرچه نمی‌خواستند نامشان فاش شود، اما همگی در انتقاد از کنترل بیش از حد مرکز (دهلی)، دیوان‌سالاری عظیم، و کینه‌توزی و انتقام مقام‌های بالاتر به خاطر داوری مستقل در موضوع‌های نو و خلاق، که همه از دلایل اصلی توسعه کند دوردارشان به‌شمار می‌آیند، یک صدا بودند.

## منابع

- Audience Research Unit, Doordarshan Kendra. (1985). Television in India. New Delhi: Author. Behl, N. (1988). Equalizing status: Television and tradition in an Indian village. In J. Lull (Ed.), World families watch television (PP. 136-157). Newbury Park, CA: Sage.
- Commonweath Broadcasting Association. (1979-1980). Handbook. Delhi: Author.
- Da Cunha, S. (1989, August 21-September 3). Who watches TV ads? Business India.
- Daily telecast of national programs proposed. (1982, April 24). The Hindu.
- Devadas, D. (1988, September 15). Pepsi - Cola: Fizzing again. India Today.
- Dhawan, B. D. (1974). Economics of television in India. New Delhi: S. Chand.
- Duggal, K. S. (1980). What ails Indian broadcasting? New Delhi: Marwah.
- Endless night in Dabi Pada. (1987, January 25). Indian Express Magazine.
- External debt: Long and short of it. (1989). Economic and Political Weekly, 24 (26-29).
- Global village. (1985, January 22). Nova. Public Broadcasting System.
- Government of India, Ministry of Information and Broadcasting. (1978, February). Akash Bharati National Broadcasting Trust: Report of the Working Group on Autonomy for Akashvani and Dordarshan (Vols. 1-2). New Delhi: Publications Division.
- Government of India, Ministry of Information and Broadcasting. (1982-1983). Annual report. New Delhi: Publications Division.
- Government of India, Ministry of Information and Broadcasting. (1985, March). An Indian personality for television: Report of the Working Group on Software for Doordarshan. New Delhi: Publications Division.
- Government plans to double TV transmitters. (1988, May 22). Indian Express.
- India Handbook. (1985). New Delhi: Government of India Press.
- India: Reviving the welcome for U.S. business. (1982, March 1). Business Week.
- Jain, M. (1989, August 31). Doordarshan: Going to the movies\_ Mandi House Iures major filmmakers. India Today, P. 92.
- Katrak, K. (1987, August 15). The neo- Swadeshis. India Today.
- Keesing's Contemporary Archives. (1983). Record of world events (Vol. 29). London: Long- man.
- Market research: Boom time. (1986, November 15). India Today.
- Masani, M. (1976). Broadcasting and the people. New Delhi: National Book Trust.
- Mitra, S. (1982, May 31). Doordarshan: The tedium is the message. India Today.

۱  
۳  
۵

تهران: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، پلاک ۱۳، صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵



- Mitra, S. (1985, December 31). Television: The spreading screen. India Today.
- National Documentation Centre on Mass Communication, Research and Reference Division. (1983, April). Colour television. Unpublished manuscript (mimeo), Ministry of Information and Broadcasting, New Delhi.
- Norman, D. (1985). Indira Gandhi: Letters to an American friend, 1950-1984. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Pendakur, M. (1975, August). [Notes from fieldwork on the Satellite Instructional Television Experiment. Karnataka and Andhra Pradesh].
- Pendakur, M. (1989, October 27). Television in an Indian village: Modes of production and women viewers Paper presented at the annual meeting of the Union for Democratic Communications, New York.
- Private sector opened to telecommunication. (1984, March 30). India Abroad.
- RCA Limited brings TV to Indian villages. (1973, May). Communications news.
- Rise of the middle class. (1985, December 31). India Today.
- Sarabhai, V. (1974). Science policy and national development (K. Chowdhry, Ed). New Delhi: Macmillan.
- Sarkar, K. (1989, May 30-June 12). Mudra Communications: Into the big League. Business India.
- Schramm, W., & Nelson, L. (1968). Communication satellites for education and development: The case of India (Vol. 2). Washington, DC: U.S. Agency for International Development.
- Selbourne, D. (1977). An eye to India: The unmasking of a tyranny. Middlesex, England: Penguin.
- Sethi, S., & Mitra, S. (1985, July 15). Television serials: Soap opera success. India Today.
- Shefrin, I. H. (1988, August 1). U. S. telecommunication mission finds opportunities in India, Business America.
- Sinha, B. K. (1982, November). Television. In Mass media in India 1980-81. New Delhi: Ministry of Information and Broadcasting, Research and Reference Division.
- Telecommunications: The gold rush. (1984, September 30). India Today.
- UNESCO. (1968). Preparatory study of a pilot project in the use of satellite communication for national development purposes in India (jointly prepared by a UNESCO expert mission in cooperation with a national counterpart team appointed by government of India). Paris: Author.
- Vergheese, B. G. (1980, August 21). The case against colour TV. Indian Express.
- Vilani, J. (1989). Television advertising and the Indian poor. Media, Culture and Society, 11(4).
- When serfdom is prefdom to freedom. (1987, January 25). Indian Express Magazine.



## «ببری» از شهر شیر

جایگاه سنگاپور در تقسیم‌بندی بین‌المللی جدید ارتباطات و اطلاعات.<sup>۱</sup>

نوشته: جرالد ساسمن

### پیش‌کسوتان «جامعه اطلاعاتی»

کتاب‌های دانشگاهی، سنتی و بازاری مربوط به تکنولوژی اطلاعات همچنان سرشار از شور و شوق در مورد پدیده‌ای است که الوین تافلر، نویسنده مشهور آمریکایی تحت عنوان «چیزی در حد یک انقلاب جهانی» و «اولین تمدن انسانی واقعی در تاریخ مدون» تصویر کرده است (ص ۲۷ - ۲۸). این پیش‌بینی‌های توخالی و ساده‌لوحانه «انقلابی» که بیشتر به دل خوش‌کنک می‌ماند تا تاریخ اجتماعی، مشارکت واقعی و شرایط مادی، به‌ویژه سهم نیروی کار جهان سوم

۱. یادداشت نویسنده: با تشکر از کالج امرسون که برای انجام این تحقیق بورسی در اختیار من گذاشت.



را که تولید و پخش تجهیزات و خدمات ارتباطی / اطلاعاتی را میسر ساخته است، چندان مورد توجه قرار نمی‌دهد. به نظر می‌رسد نظریه‌پردازان «عصر جدید» تلاقی‌ها و تعارض‌های قدرت اجتماعی را نادیده گرفته و در تصور ظهور مسیح تکنولوژی موعود هستند، ماشینی شبیه انسان که ضمن ایمن ساختن جهان برای اصول شرکت‌گرایی، دگرگونی و پیشرفت را به ارمغان می‌آورد. یکی دیگر از نظریه‌پردازان «تکنولوژی به مثابه بازیگر»، یا در مفهومی کاملاً تحت‌اللفظی، به مثابه «موتور توسعه»، تاریخ‌نگار آمریکایی دانیل بورستین (Daniel Boorstin) (۱۹۷۸) است که می‌گوید همان طور که اولین شبکه آبیاری به عنوان اولین «معمار» ذی‌روح یک تمدن شناخته شد، الکترونیک دیجیتال هم ناجی عصر حاضر شده است.

مضمون آموزه تافلر، بورستین، بل، نایس بیت Naisbit و سایر تکنیک‌مداران Technocentrics این است که تحول «ما بعد صنعتی» قدرت‌های اقتصادی شمالی، جدایی بنیادین از سیاست و اصول اقتصاد سیاسی را اجتناب‌ناپذیر می‌سازد، و ظاهراً جهان سوم را از گرفتار شدن در تنگنای تکنولوژی‌های منسوخ اعصار گذشته نجات می‌دهد. به نظر می‌رسد تکنیک‌مداران بر پایه «نظریه مرحله‌ای» توسعه، چندان درکی از مناسبات گذشته و جاری اقتصادهای استعمارگر و مستعمرات سابق ندارند، اقتصادهایی که به خاطر داشتن تاریخ مشترک، هر چند متعارض پیوندهای اندام‌واری با یکدیگر دارند. پیشرفته‌ترین و ظاهراً پیشگام‌ترین تکنولوژی‌های عصر «ما بعد صنعتی»، حتی کامپیوترهای شخصی آی بی ام که نماد صنایع «قرن آمریکایی» است، از اجزا و قطعاتی تشکیل می‌شود که حداقل ۷۰ درصد آن در خارج، عمدتاً در شمال شرقی / جنوب شرقی آسیا تولید شده‌اند، و رقبای فراملی آی بی ام در صنایع کامپیوتر و مخابرات از راه دور نیز نیروی کار جهان سوم را دست کم می‌گیرند. در آسیا عامل کار با حمایت ماشین دولتی / نظامی سرکوبگر، که از نظر سیاسی متحد قدرت‌های سرمایه‌داری صنعتی در مرکز است، بسیج شده است.

این مسئله ارتباط کاملاً مستقیمی با تمامی نظریه «جامعه اطلاعاتی» دارد، چرا که شورش‌های کره جنوبی و فیلیپین و تنش‌های حاصل از مطالبات دمکراتیک در سایر نقاط نشان می‌دهد نیروهای سیاسی و کارگران مبارز و از بند گسیخته، تقسیم‌بندی بین‌المللی کار را به مبارزه طلبیده و خواهان آزادی بیشتر در تعیین سرنوشت خویش هستند. آمریکایی‌ها، کم و بیش، و بیشتر شهروندان سایر کشورهای صنعتی، در مورد ساختار تولید ارتباطات و سایر فعالیت‌های صنعتی که تأثیر مستقیمی بر زندگی آنها دارد، اطلاع چندانی ندارند. عادت‌های نسبتاً نخبه‌گرایانه آمریکایی‌ها، اروپایی‌ها و ژاپنی‌ها در زمینه تماشای تلویزیون، ویدئو، ضبط ویدئویی و صوتی، استفاده از تلفن و کامپیوتر و سایر امکانات ارتباطاتی عمدتاً به لحاظ کمک مالی یا «اجاره‌ای» که مقاطعه‌کاران فرعی تولید «خارجی» به مناطق صنعتی سرمایه‌داری پرداخته‌اند میسر گردیده است. در این رابطه هیچ چیز جدیدی وجود ندارد، و بنابراین پیامدهای تکنولوژی امروزی - یا مقدمه‌چینی تافلر، دانیل بل و سایرین - هم «انقلابی» نیستند.

موضوع داستان‌های مربوط به موفقیت جهان سوم، که نظریه‌پردازان نواستعماری اقتصاد سیاسی و حتی بعضی از مارکسیست‌های ارتدوکس بر سر زبان‌ها انداخته‌اند، مربوط به حدود ده کشور «تازه صنعتی شده» است که از نظر نرخ رشد، صنعتی شدن و انباشت سرمایه پیشرفت‌های چشمگیری داشته‌اند. گفته می‌شود از میان اینها «چهار ببر کوچک»؛ سنگاپور، کره جنوبی، تایوان و هنگ‌کنگ آینده امید بخش‌تری دارند. نظر عمومی در مورد این چهار ببر آن‌ست که آنها توانسته‌اند به برکت نیروی کار منضبط، آینده‌نگری، سیاست‌های موافق سرمایه‌داری و سیاست‌های صنعتی تجارت آزاد، و با استفاده از «مزایای نسبی» خود در دنیایی که ساختار قدرت اقتصادی آن تحت سیطره ایالات متحده آمریکا و

ژاپن است، از عقب‌ماندگی بگریزند. هر چهار کشور نقش استراتژیکی در بازار تجهیزات و خدمات ارتباطات جهانی دارند و همین توان نسبی، پشتیبان و ستون روینای اطلاعاتی شده است. این مقاله هدف‌های سه‌گانه‌ای را دنبال می‌کند:

۱. تحلیل نقش کشورهای تازه صنعتی شده در تقسیم‌بندی بین‌المللی کار به‌عنوان زمینه‌ای برای رفع ابهام از ادعاهای نظریه‌پردازان «عصر ارتباطات».

۲. تعریف تعهدات پرشورترین، منسجم‌ترین و از نظر اقتصادی و درآمد سرانه پیشرفته‌ترین «بیر» از این «چهار بیر کوچک»، سنگاپور «شهر شیر»، نسبت به تکنولوژی اطلاعات / ارتباطات، و تعریف تلاش این کشور برای انطباق دادن خود با وضعیت «جایگاهش (niche)» در تقسیم‌بندی بین‌المللی جدید کار.

۳. بحث درباره اثرات این هدف‌های سیاستگذاری، تا جایی که دنبال شده، بر وضعیت سیاسی و ارتباطاتی شهروندان سنگاپوری.

### کشورهای تازه صنعتی شده با عنوان نیمه پیرامونی

تحلیل‌های اصلی از کشورهای تازه صنعتی شده با دیدگاه‌های کارکردگرایانه نهادگرایانه انطباق دارد، دیدگاه‌هایی که توسعه این کشورها را حاصل انتخاب‌های منطقی رهبران سیاسی، تجاری و کارگری واقع‌بین در جهت بالا بردن عامل کاربری و بازده و پایین آوردن هزینه‌ها و موانع تولید می‌داند. چنین تحلیل‌هایی نوعاً فاقد یک درک و تعبیر تاریخی از طبقه و شاخص‌های سیطره جوی امکانات توسعه است که به رغم دعاوی عینی خود، مانع از انتخاب‌های منطقی در سیاستگذاری می‌شود. از دیدگاهی انتقادی‌تر، تحلیل نظام‌های جهانی که مرزهای سیاسی را کم‌اهمیت‌تر از نیروهای اقتصادی فراملی به حساب می‌آورد، گسترش و توسعه بین‌المللی دست کم سه عملکرد مهم دارد که تحلیل‌های مرسوم معمولاً آنها را نادیده می‌گیرند.

اول، در دوره پس از جنگ جهانی، برتری سیطره جویانه ایالات متحده آمریکا به این ابرقدرت اقتصادی و نظامی تازه از راه رسیده اجازه داد که نه تنها در دفاع از دستور کار سیاسی، دفاع از یک «جهان آزاد» (یعنی جهان سرمایه‌داری در مقابل جهان سوسیالیستی) نقش پلیس جهانی را ایفا کند، بلکه وظیفه سازماندهی نوسازی زیربنای جهان سرمایه‌داری را به عهده گیرد. در دهه ۱۹۶۰، بازسازی اقتصادهای اروپای غربی و ژاپن به منظور افزایش قدرت رقابت آنها، همراه با افزایش دستمزدها در ایالات متحده آمریکا و تشخیص روزافزون آسیب‌پذیری کشورهای استراتژیک جهان سوم در مقابل مطالبات ناسیونالیستی و نیروهای سوسیالیستی، باعث انتقال سرمایه و خدمات به مناطق تولیدی شد که دستمزدهای پائین‌تری داشتند. اما این انتقال، یعنی سرمایه‌گذاری مستقیم، به تعداد انگشت‌شماری از کشورهای جهان سوم که از نظر منابع طبیعی غنی بودند و سرانه تولید ناخالص ملی نسبتاً بالایی داشتند، محدود بوده و هست. تا سال ۱۹۷۸ فقط ۲۰ کشور از کشورهای جهان سوم ۷۵ درصد کل این سرمایه‌گذاری‌ها را دریافت کردند. بین سال‌های ۷۸-۱۹۷۱ هشت کشور، از جمله کشورهای تازه صنعتی شده، از کشورهای جهان سوم آسیا سه چهارم تمام سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی را دریافت کردند (مرکز سازمان ملل برای شرکت‌های فراملی، ۱۹۸۳، ص ۶، ۱۷، ۲). دوم، این جابه‌جایی دسترسی منطقه‌ای به مواد اولیه و نقاط توزیع کالاهای تمام شده را برای فرایندهای کارخانه‌ای تکمیلی (مثل اتومبیل و کامپیوتر) در کشورهای همسایه، و یا برای بازاریابی در آن حوزه جغرافیایی و یا هر دو میسر می‌ساخت.



سومین دلیل اهمیت کشورهای تازه صنعتی شده که غالباً هم نادیده گرفته می‌شود، نقش ایدئولوژیکی آنهاست. منظور من الگویی است که کشورهای تازه صنعتی شده فراهم آورده‌اند که همان «الگوی نقش» و ترغیب‌گرایش‌های موافق در تکنوکراسی‌های سایر کشورهای جهان سومی و ایجاد همچشمی در آنهاست. والر شتاین (۱۹۸۴) استدلال کرده است که کشورهای نیمه پیرامونی موقتاً به عنوان حایلی بین کشورهای فقیر و غنی عمل می‌کنند و باعث توزیع میزان بالاتری از مازاد تولید جهانی می‌شوند، که بدون آن امکان بروز یک آرایش اجتماعی قطبی‌تر و رویارویی مناسبات سیاسی بسی بیشتر خواهد بود (صفحات ۱۰۵-۱۰۳ و جاهای دیگر). نخبگان کشورهای صنعتی مرکز دیدگاه‌های ایدئولوژیکی رشد مشترک، وابستگی متقابل، امکان واقعی انتقال تکنولوژی، توسعه زیربنای نوین، و انباشت محلی سرمایه در جهان سوم را، به عنوان گزینه‌هایی در برابر نگرش‌های سیاسی تند مارکسیستی و غیره، ترغیب می‌کنند.

به هر حال، این عملکرد کشورهای تازه صنعتی فرمول‌های آرمان‌گرایانه‌ای هستند. در واقعیت، قالب بین‌المللی پیچیده‌ای که شرکت‌های تازه صنعتی شده در درون آن عمل می‌کنند، ظرفیت بی‌پایانی برای موانع اقتصادی غیرقابل پیش‌بینی دارد. بگذریم از موانع سیاسی، که بیشترین امیدها و انتظارات توسعه‌ای صاحبان جهانی قدرت را نقش بر آب می‌کند. هیچ اطمینانی نیست که کشورهای سرمایه‌داری صنعتی، جریان سرمایه به کشورهای تازه صنعتی شده و شرایط تجارت با این «اقتصادهای اعجاب‌انگیز» را حفظ کنند. سنگاپور در سال ۱۹۸۶ عقب‌نشینی چشمگیر سرمایه مالی و بانکی ایالات متحده آمریکا و در ۱۹۸۹ لغو نظام تعمیم یافته اولویت‌ها (Generalized system of preferences) را (که باعث سرمایه‌گذاری بیشتر سنگاپور در کشورهای تحت حمایت این نظام، مثل فیلیپین، شد) تجربه کرده است. در عین حال خطر صنایع کارخانه‌ای اتوماتیک (خودکار) دولت لی کوآن (Lee Kuan yew) را مجبور به بازاندیشی در مورد استراتژی جذب سرمایه خارجی از طریق منابع ارزان قیمت مونتاز کالاهای الکترونیکی کرده بود.

به‌علاوه، سنگاپور برای کسب موقعیت مرکزیت منطقه‌ای شرکت‌های فراملی و مرکز سرمایه‌گذاری و ارتباطات و خدمات شمال شرق - جنوب شرق آسیا، با سایر کشورهای تازه صنعتی شده منطقه، به‌ویژه با هنگ‌کنگ رقابت می‌کند. از آنجا که سنگاپور از نظر مبادلات و سرمایه‌گذاری فراملی وابسته‌ترین کشور از میان «چهار ببر» است، بیشتر از بقیه در مقابل رکودها و پسرفت‌های اقتصادی رقبا و طرف‌های تجاری خود آسیب‌پذیر است. طنز قضیه در اینجاست که اثرات نامطلوب لغو نظام تعمیم یافته اولویت‌ها بیش از همه دامن بزرگ‌ترین گروه سرمایه‌گذاری بلند مدت در سنگاپور، یعنی شرکت‌های فراملی آمریکایی با ۷ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری تا پایان ۱۹۸۵ (از جمله جنرال الکتریک که بزرگ‌ترین کارفرمای خصوصی است)، را گرفته و بر بزرگ‌ترین بازار گروه (بازار داخلی) تأثیر گذاشته است، و بنابراین تمایلات آتی گروه به سرمایه‌گذاری دوباره در این کشور جزیره‌ای به هیچ وجه مطمئن نیست (وزارت بازرگانی ایالات متحده آمریکا، ۱۹۸۷، جدول ۱-۸).

درک کامل‌تری از پویایی ساختاری سنگاپور و سایر کشورهای تازه صنعتی شده در اقتصاد «دهکده جهانی» مستلزم درک مفهومی عملکردهای تاریخی و تخصصی آنها در اقتصاد جهانی است تا رشد مادی و خصوصیات «الگوی نقش» در چشم‌انداز قرار گیرد. این نگرش عمیق‌تر برای مدافعان نگرش تک خطی غالب، نگرش بانک جهانی به توسعه و مضمون‌های غیرانتقادی بحث‌انگیز است. چون این نگرش‌ها مثل توصیه اولیه مک کلند در مورد «ضرورت پیشرفت»، همچنان توسعه‌نیافتگی را عمدتاً نتیجه نارسایی‌های مدیریتی، تکنیکی و فرهنگی می‌دانند، و نه حاصل شرایط خاص تاریخی و مناسبات دولتی سیطره جو و سرکوب اجتماعی و طبقاتی. نشریات تجاری و اقتصادی

آمریکایی، تا موقعی که اقتصادهای «معجزه‌گری» (مثل برزیل) تداوم دارند و موفق هستند، با آب و تاب از آنها تعریف می‌کنند، اما نسبت به تعریف و توضیح شکست‌ها و عدم موفقیت‌ها اکراره دارند. تنها به همین دلیل، «معجزه» سنگاپور و درک آن در اقتصاد جهانی و به‌ویژه در حوزه‌های تکنولوژی پیش‌رفته مثل ارتباط راه دور و کامپیوتر به بررسی دقیق‌تر و زمان بیشتر نیاز دارد. با چنین درکی بهتر می‌توانیم پیش‌بینی کنیم که ارتباطات بین‌المللی و خود این کشور در کجای تقسیم‌بندی جهانی جدید و از نظر تکنولوژیکی فشرده کار و تولید، جای می‌گیرند.

### منشأ اقتصاد اطلاعاتی و خدماتی سنگاپور

سنگاپور از اوایل سده ۱۹ که به عنوان یک بندر ترانزیتی و مبادله محموله کشتی‌ها برای کمپانی هند شرقی بریتانیا مطرح بود تا زمان حاضر که نمونه یک مرکز اصلی تولید کالاهای الکترونیکی، یک قطب ارتباطاتی و مرکز خدمات منطقه‌ای شده، نقش بسیار ویژه‌ای در اقتصاد جهانی داشته است. سرنوشت سنگاپور که با قدرت‌های دولتی، تجاری و معنوی هلند در اندونزی، اسپانیا و (بعدها آمریکا) در فیلیپین، فرانسه در هندوچین، و بریتانیا در مالایا، برمه، بورنئو و هند احاطه شده بود، توسط نیروهای رو به رشد صنعتی و سرمایه‌داری نوین جهانی شکل گرفته است. در سال ۱۸۲۲ حدود ۱۳۰۰۰۰ تن محموله دریایی از این بندر آزاد رد شد. جزیره در سراسر این قرن در نتیجه توزیع کالا و تجارت، از جمله ابریشم خام صادر شده از چین، آهن و کالاهای شیشه‌ای از انگلستان، و انتقال تریاک انگلیس از هند به سالن‌های تریاک‌کشی در آسیای شمال شرقی رشد کرد. در ۱۹۸۳ حجم محموله‌ها به ۱۸۳ میلیون تن رسید و بدین ترتیب سنگاپور دومین بندر پر تراکم دنیا شد، به علاوه، حدود ۲۶۰۰۰۰ تن کالا نیز از طریق هوا حمل گردید (پیپرسون، ۱۹۶۱، ص ۲۳؛ وزارت ارتباطات و اطلاعات سنگاپور، ۱۹۸۶ ص ۳۰۱-۳۰۰). اجزا و قطعات الکترونیکی و تجهیزات مخابراتی مهم‌ترین اقلام صادراتی سنگاپور در ۱۹۸۷ بود که بیشترین مقدار آن، تقریباً ۲۵ درصد، به ایالات متحده آمریکا می‌رفت (فصلنامه اکونومیک ریویو سنگاپور، ۱۹۸۷، ص ۱۶).

وضعیت اقتصادی هیچ کشور جهان سومی به اندازه سنگاپور با توسعه قدرت‌های سرمایه‌داری گره نخورده است. با توجه به اینکه تقاضا برای کالاهای صادراتی تقریباً دو سوم کل بازده کالاها و خدمات سنگاپور را جذب می‌کرد، رقمی که در مقایسه با سایر کشورهای تازه صنعتی شده بسیار بالاست، تجربه این جزیره در زمینه تحول و توسعه، از جمله پویایی سیاسی کشور، مورد مناسب و مفیدی برای مطالعه الگوی سرمایه‌داری وابسته است. بازار آمریکا برای صادرات سنگاپور، به‌ویژه اجزا و قطعات ارتباطاتی، از ۱۹۸۰ تا ۱۹۸۷ اهمیت فزاینده‌ای کسب کرد، در حالی که مبادلات بین منطقه‌ای (با آسه آن) که قبلاً بزرگ‌ترین طرف تجاری سنگاپور بود، در این دوره مقام و اهمیت خود را از دست داد. در واقع وقتی در نظر بگیریم که شرکت‌های فراملی ۷۰ درصد صادرات «داخلی» سنگاپور را به خود اختصاص می‌دهند، منابع و مقاصد داد و ستد چندان مهم نیستند. حدود ۵۵ درصد صادرات سنگاپور به بزرگ‌ترین بازار خود، ایالات متحده آمریکا، از شرکت‌های آمریکایی و عمدتاً مربوط به بخش الکترونیک هستند. شاید لغو نظام تعمیر یافته اولویت‌ها در فعالیت‌های تجاری در ارتباط با صادرات سنگاپور به ایالات متحده آمریکا که از ژانویه ۱۹۸۹ شروع شد، در نهایت سبب انتقال سرمایه آمریکایی به مناطقی غیر از کشورهای تازه صنعتی شده یا بروز شکلی از قیمت‌گذاری انتقالی و در نتیجه کاهش درآمد مشمول مالیات برای دولت سنگاپور بشود (وزارت ارتباطات و اطلاعات سنگاپور، ح ۱۹۸۶، ص ۲۳۲ - ۳). با این حال، بخش تجهیزات و خدمات ارتباطاتی همچنان یکی از ارکان اقتصاد رشد سنگاپور بوده است، حتی در خلال رکود اقتصادی سال ۱۹۸۵، هنگامی که بخش حمل و

۱  
۴  
۱



نقل و ارتباطات (به‌ویژه خدمات ارتباط از راه دور) به‌رغم نرخ رشد منفی ۱/۸ درصدی تولید ناخالص داخلی، ۳ درصد رشد داشت.

شاید این موضوع ارتباط چندانی با وضعیت سایر کشورهای مشتاق جهان سوم نداشته باشد، اما اقتصاد سنگاپور از ثبات بلند مدت قابل توجهی برخوردار بوده است، میانگین نرخ رشد سالانه تولید ناخالص داخلی در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ به ترتیب ۸/۷ درصد و ۹/۴ درصد، و از ۱۹۸۰ تا ۱۹۸۴ حدود ۸/۵ درصد بود که این آخرین دوره با رکود اقتصادی کشورهای صنعتی بزرگ مصادف شد، رکودی که در ۱۹۸۵ به سنگاپور نیز رسید. به هر حال، بهبود اقتصادی اخیر سنگاپور و ثبات نسبی آن به هیچ وجه مبین داستان موفقیت اقتصاد آزاد نیست، چرا که مالکیت دولتی و مقررات سنگین از جنبه‌های محوری این اقتصاد بوده است. یکی از اقتصاددانان سنگاپور دستاوردهای کشورش را بیشتر نتیجه «دست دراز» مداخله دولت می‌داند ... تا «دست ناپیدای بازار آزاد» (لیم، ۱۹۸۲، ص ۷۶۱). دولت در حوزه‌هایی مثل خدمات عمومی، خطوط هوایی، خدمات پستی و مخابراتی، شهرک‌های صنعتی، بخش اعظم زیربنای بهداشتی، مسکن، آموزش تا مقطع سوم، رادیو و تلویزیون و بسیاری دیگر از اقدامات تجاری تأمین‌کننده انحصاری است (لیم، ۱۹۸۳، ص ۷۵۵). گرچه ۱۹۸۷ سرآغاز حرکت به سوی خصوصی کردن بسیاری از شرکت‌ها و مؤسسات بود، اما در همین سال دولت با ۶۳۴ شرکت پیوندها و «ارتباط‌های تعیین‌کننده‌ای» داشت.

به علاوه، سنگاپور شرایط ویژه‌ای دارد که اقتباس و تقلید الگوی توسعه اقتصادی‌اش را، اگر نه غیرممکن، بسیار مشکل می‌سازد. مثلاً اطلاعات مربوط به درآمد سرانه نسبتاً بالای آن باید با توجه به اهمیت شهری این جزیره تحلیل شود. بخش کشاورزی، یعنی بخشی که همیشه در مبادلات بین‌المللی دست کم گرفته می‌شود و فشاری بر دوش توسعه صنعتی بوده است، حدود ۱ درصد تولید ناخالص ملی (۱۹۸۴) و ۲ درصد نیروی کار (۱۹۸۰) را به خود اختصاص می‌دهد. در مقایسه این ارقام برای اندونزی به ترتیب ۲۶ و ۵۷ درصد، برای فیلیپین ۲۵ و ۵۲ درصد، برای تایلند ۲۰ و ۷۰ درصد و برای هند ۳۵ و ۷۰ بوده است. گرچه آمار مربوط به هنگ‌کنگ هم قابل قیاس می‌باشد و برای کره جنوبی ۱۴ و ۳۰ درصد و برای تایوان ۶ و ۲۰ درصد است (همیلتون، ۱۹۸۷، ص ۱۲۲۸). از طرف دیگر، در مقایسه با این کشورها پائین‌ترین نرخ هزینه‌های دولتی - ۱۸ درصد - را به خدمات اقتصادی اختصاص می‌دهد (همیلتون، ۱۹۸۷، ص ۱۲۲۸) که علت آن تا حدی نرخ نسبتاً پایین فقر شدید است.

سنگاپور به سرمایه‌گذاری خارجی شدیداً وابسته است. از کل سرمایه‌گذاری شده در سال ۱۹۸۶ که نسبت به سال قبل آن ۲۷ درصد افزایش یافته بود، تقریباً ۹۰ درصد منشأ خارجی داشت (استرتیز تایمز، ۲۸ ژانویه ۱۹۸۷). برنامه لی‌کوآن‌یو آن بود که جزیره را به یکی از بزرگ‌ترین مراکز منطقه برای شرکت‌های فراملی و «صادرکننده خدمات خارجی» این شرکت‌ها تبدیل کند (وزارت صنایع و بازرگانی سنگاپور، ۱۹۸۶، ص ۱۳). در سال ۱۹۸۵ ایالات متحده آمریکا بزرگ‌ترین سرمایه‌گذار خارجی بود، یعنی ۳۸ درصد کل تعهدات سرمایه‌گذاری و تقریباً نصف سرمایه‌گذاری بخش خارجی (نگاه کنید به جدول ۱-۸) به آمریکا تعلق داشت. از نظر کل سرمایه‌گذاری‌های خارجی در کشورهای جهان‌سومی آسیا، تنها هنگ‌کنگ و اندونزی از سنگاپور جلو هستند (وزارت بازرگانی ایالات متحده آمریکا، ۱۹۸۷، ص ۱). اما رکود سال ۱۹۸۵ به تجدیدنظر در سیاست اقتصادی دولت در سال بعدی و کمیته تحریم بخش خصوصی انجامید. کمیته خواستار لغو تدریجی مشارکت دولت در شرکت‌های سوداگری طی ده سال آتی شد. توصیه کرد ۴۱ شرکت وابسته به دولت خصوصی شوند و اعلام کرد که خصوصی شدن ۱۳ مورد فوریت دارد، از جمله تلکوم سنگاپور (قبلاً تله کامیونیکیشن اتوریتهی او سنگاپور Telecomunication Authority of

(singapore نام داشت). تلکوم سنگاپور که انحصار تلفنی داخلی و خارجی را در اختیار دارد، دومین سهامدار در شرکت انحصاری سنگاپور پرس هولدینگ است و همه ارتباطات و مخابرات غیر سخن پراکنی سنگاپور را در دست دارد (هفته نامه وال استریت ژورنال آسیا، ۲۳ مارس ۱۹۸۳؛ استریتیز تایمز، ۱۸ مارس، ۱۹۸۷). به نظر می‌رسد در حال حاضر دولت در زمینه طرح خصوصی سازی تلکوم سنگاپور و شرکت سخن پراکنی سنگاپور عقب‌نشینی کرده است. بعضی نگران آنند که این خصوصی سازی انحصارهای دولت منجر به بروز «سلطه خارجی» بر تلکوم سنگاپور شود کوو، لو، تو Kuo, Low & Toh، ۱۹۸۹، ص ۶۶)، و در نتیجه سنگاپوری‌ها را بیشتر در معرض استثمار قرار دهد. منطق خصوصی سازی ارتباطات - اطلاعات توسط دولت لی هم مثل دولت ایالات متحده آمریکا، سرعت دادن به توسعه خدمات تخصصی برای نیروهای جدید بازار بوده است. با توجه به شواهد مربوط به ایالات متحده آمریکا می‌توان تصور کرد که تأکید بیش از حد در این زمینه، تعهدات قبلی نیروهای قدیمی بازار، یعنی نیروهایی را که به وسیله قانون مقید به تدارک تسهیلات همگانی و مرغوب برای صدا، ضبط و ارتباطات سخن پراکنی شده‌اند، تضعیف می‌کند یا به تعویق می‌اندازد.

### جدول ۱-۸ منابع سرمایه‌گذاری خارجی در سنگاپور\*، ۱۹۸۵

منبع	میلیون دلار سنگاپور
ایالات متحده	۴۳۲
ژاپن	۲۴۴/۱
اروپا	۲۱۲/۴
بازار مشترک	۱۹۲/۴
سوئد	۱۴/۹
سوئیس	۴/۷
اروپای دیگر	۰/۵
سایر کشورها	۲۰/۲
کل سرمایه‌گذاری خارجی	۹۰۸/۷
کل سرمایه‌گذاری محلی	۲۳۲/۴
کل	۱/۱۴۱/۲

منبع: وزارت اطلاعات و ارتباطات سنگاپور، ۱۹۸۶، ص ۲۳۲ - ۳

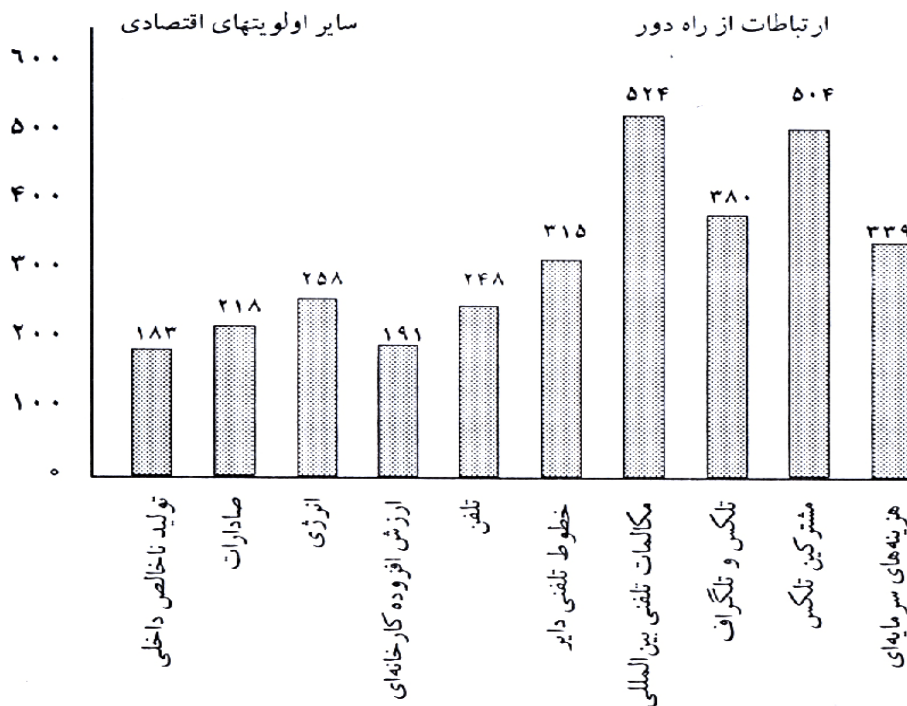
\* از جمله پتروشیمی

۱  
۴  
۳

تهران: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، پلاک ۱۳، صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۶۵۹۷



نمودار ۱-۸ شاخص مقایسه‌ای مخابرات از راه دور و سایر بخش‌های اقتصاد ملی سنگاپور، ۸۰-۱۹۷۴



عملکرد مقایسه‌ای ۸۰-۱۹۷۴ (۱۰۰=۱۹۷۴)، منبع: کراوفورد، ام. ۱۹۸۴، ص ۱۴

منبع: کراوفورد، ام. ۱۹۸۴، ص ۱۴

### تکنولوژی اطلاعات به عنوان یک پروژه ملی

ترس‌ها به کنار، نقش و اهمیت آشکار ارتباطات پیشرفته برای دولت لی، در شتاب دادن به رشد صنایع خدماتی و جلب سرمایه‌گذاری‌های شرکت‌های فراملی و مراکز منطقه‌ای به سواحل سنگاپور دست‌کم گرفته شده است. به موجب یکی از مطالعات انجام شده در مورد سنگاپور، حزب عمل مردم (people Action party) با تأکید بر انباشت سرمایه به جای جنبه‌های مشارکتی تکنولوژی‌های جدید ارتباطاتی، تلاش کرده است ضمن ایجاد یک دولت خدمتگزار با جمعیتی غیرسیاسی، تمرکز بر حوزه‌های اقتصادی را میسر سازد (کو و چن Kuo & chen، ۱۹۸۳، ص ۷). در دسامبر ۱۹۸۶، دولت به رهبری قائم مقام وزیر صنایع و بازرگانی، سرتیپ لی هین لونگ (پسر نخست‌وزیر)، طرح تکنولوژی اطلاعاتی کشور را به منظور «توسعه یک صنعت قوی تکنولوژی اطلاعاتی صادرات - سوپه» برای اصلاح «بهره‌وری و قدرت رقابت همه بخش‌های اقتصادی» به مرحله اجرا درآورد (بولتن اقتصادی سنگاپور، ژانویه ۱۹۸۷، ص ۴). طرح تکنولوژی اطلاعاتی کشور که مورد حمایت کارگزاری همکاری بین‌المللی ژاپن نیز هست، به عنوان یک پروژه بین کارگزاری دفتر ملی کامپیوتر، دفتر توسعه اقتصادی، تلکوم سنگاپور، و دانشگاه ملی سنگاپور در حال گسترش است. مهم‌ترین بخش‌های آن عبارتند از تولید سخت‌افزار کامپیوتر، خدمات کامپیوتری و خدمات مخابراتی، با سلطه شرکت‌های خارجی بر تولید سخت‌افزار و خدمات مربوط به اجزا و بخش‌های مصرف‌کننده نهایی.



درآمد حاصل از خدمات کامپیوتری و مخابراتی در سال ۱۹۸۵ به ترتیب بالغ بر ۵۵۰ میلیون (۲۶۰ میلیون دلار آمریکا) و ۱ میلیارد دلار سنگاپور می‌شد.

تحقیق و توسعه در «حوزه» تخصصی تکنولوژی‌های اطلاعاتی، مثل ویدئو تکست خودکاری وسایل اداری و هوش مصنوعی عمدتاً با کاربردهای تجاری جهانی منطبق است و پیش‌بینی می‌شود سرمایه‌گذاران بزرگ خارجی را جلب نماید. دولت همچنین امیدوار است شرکت‌های فراملی تکنولوژی اطلاعاتی یک مرکز عملیاتی منطقه‌ای در سنگاپور دایر کنند که در آن بخش برنامه‌ریزی دولتی در زمینه مقاطعه‌کاری، بازاریابی، پخش اطلاعات، استانداردها، بازسازی صنعتی، اقدام به سرمایه‌گذاری‌های مشترک، و ارائه خدمات پشتیبانی و تدارک زیربنا نقش اصلی را داشته باشد. زیربنای مخابراتی جدید عامل بسیار قاطعی در جلب این نمونه و سایر انواع سرمایه‌گذاری خارجی و داد و ستد و مناسبات بیشتر با تقریباً همه بانک‌های بین‌المللی موجود در کشور (که بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان اطلاعات هستند) می‌باشد. همچنان که نمودار ۱-۷ نشان می‌دهد، رشد مخابرات از راه دور خیلی بیشتر از سایر اولویت‌های اقتصادی کلیدی کشور در خلال سال‌های رشد تکوینی کشور - ۱۹۷۴ - ۱۹۸۰ - بوده است.

یکی از حوزه‌های کلیدی که می‌باید «جایگاه» سنگاپور را حفظ کند بانکداری و امور مالی است. در اینجا هم برای تبدیل سنگاپور به یک مرکز پولی منطقه‌ای برای مبادلات جهانی، باید بر جدیدترین و پیچیده‌ترین زیربنای مخابراتی موجود تکیه شود. ویژگی‌ها و انگیزه‌های متعددی سبب جذابیت سنگاپور برای مؤسسات بانکی و مالی بین‌المللی می‌شود، و بیشتر این مؤسسات به نظام‌های ارتباطی و اطلاعات طلب نیاز دارند که دولت را مجبور به سرمایه‌گذاری زیربنایی می‌کند. کامپیوترها و نظام‌های ارتباطی به عنوان رابط مستقیم در مبادله پولی بین‌المللی سنگاپور و مبادلات تجاری شیکاگو (ایالات متحده آمریکا) عمل می‌کنند، ارتباطی که از طریق خط ماهواره‌ای به هزینه ماهانه ۱۵۰۰۰ دلار برای هر کانال برقرار می‌شود. این ارتباط، مبادلات تجاری ۲۴ ساعته را در مسیر ساخته و هزینه‌های انتقال سود و پول را کاهش می‌دهد (هفته نامه وال استریت ژورنال آسیا، ۳۰ ژانویه ۱۹۸۵).

### مخابرات از راه دور و زیربنای کامپیوتر: سرمایه‌گذاری‌های اصلی

با اینکه بیشتر کشورهای منطقه آسه آن در نتیجه رکود اقتصادی مجبور به کاهش هزینه‌های ارتباطی شده‌اند، سنگاپور همچنان با طرح‌های بلند پروازانه خود در زمینه زیربنا و سرمایه‌گذاری به پیش می‌رود. تراکم تلفنی در سنگاپور که بعد از ژاپن صاحب پیشرفته‌ترین شبکه مخابراتی آسیا محسوب می‌شود، ۴۳ تلفن برای هر ۱۰۰ نفر است (مشترکان مناطق مسکونی ۷۲ درصد خطوط اصلی و ۵۲ درصد کل خطوط تلفن در دوره ۸۴-۱۹۸۳ را در اختیار دارند) که با آمار مربوط به آلمان غربی و بریتانیا چندان فاصله‌ای ندارد (اتی و تی، لانگ لاینز، ۱۹۸۳، ص ۳۳؛ اینترنشنال تله کامیونیکیشن یونیون، ۱۹۸۶، ص ۱۵-۳۱۳). سنگاپور ارزان‌ترین نرخ خدمات تلفنی در جهان را دارد، لیست انتظار کوتاه برای خط تلفن و قابلیت اطمینان خدمات تلفنی نیز به جلب سرمایه خارجی کمک می‌کند. به گفته بعضی منابع، عدم جاذبه نسبی نظام‌های مخابراتی سایر کشورهای آسه آن سبب دلسردی صنایع کارخانه‌ای در این کشورها شده و در عین حال دفاتر مرکزی شرکت‌های فراملی در منطقه و سایر سرمایه‌گذاری‌ها را به سوی سنگاپور سوق داده است. از جمله شرکت‌های اِتی‌وتی، اریکسون، توشیبا، اپل، اسپری، ایتا جنرال و سایر شرکت‌های ارتباطی و کامپیوتری. غالباً شرکت‌های مزبور علت انتقال خود از سایر مناطق به این کشور را نظام ارتباطی پیش‌رفته آن می‌دانند (فار استیرن اکونومیک ریویو، ۱۹ فوریه ۱۹۸۷، ص ۶۸ - ۹).

۱  
۴  
۵



رقابت برای سرمایه‌گذاری فراملی، کشورهای منطقه را به جان یکدیگر انداخته است و هنگ‌کنگ و فیلیپین برای تبدیل شدن به مرکز ارتباطاتی منطقه با سنگاپور رقابت می‌کنند. سنگاپور به لحاظ برخورداری از یک موقعیت استراتژیک و به طور کلی تعهدات اقتصادی خود، در این مرحله بیش از همه شایسته چنین جایگاهی است. نظام ماهواره ارتباطاتی دو - اقیانوسی این کشور (ایتل‌ست) بیش از ۱۰۰۰ مدار دارد، و یک ارتباط جداگانه با ماهواره پالایا ارتباطات تلفنی بین سنگاپور و شهرهای مرزی اندونزی را برقرار می‌کند. کابل‌های زیردریایی این کشور را مستقیماً به فیلیپین، اندونزی، مالزی و تایوان، و به طور غیرمستقیم به خاورمیانه و اروپا پیوند می‌دهد. طرح‌های بین‌المللی آتی شامل ارتباط با هنگ‌کنگ، تایوان و استرالیاست، و بناست سنگاپور بخشی از اولین شبکه تارهای نوری فرا اقیانوسی باشد که به هزینه اِتی و تی و جهت برقراری ارتباط سنگاپور با کره جنوبی، ژاپن و سایر نقاط آمریکا و امکان دسترسی به هاوایی و ایالات متحده آمریکا انجام خواهد شد.

سرمایه خارجی، به‌ویژه سرمایه ژاپنی، سنگاپور را به عنوان یک مرکز منطقه‌ای کارآموزی کامپیوتر نیز هدف گرفته است. در این راه مؤسسه ژاپنی - سنگاپوری تکنولوژی نرم‌افزار، مؤسسه فنی ژاپن - سنگاپور، یک مرکز کارآموزی تکنولوژی اطلاعات که توسط آی بی ام و سرمایه‌گذاری مشترک دولت و اِتی و تی دایر شده، مؤسسه ارتباطات - اطلاعات - سنگاپور و دانشگاه‌ها و پلی‌تکنیک‌های سنگاپور در زمینه‌های آموزشی مخابرات دور یکپارچه و زیربنای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری کامپیوتر به عنوان راهی برای صدور بیشتر فرآورده‌ها و خدمات تکنولوژی اطلاعاتی و ایجاد شبکه‌های پایگاه داده‌ها و اطلاعاتی برای شرکت‌های محلی با هم همکاری داشته‌اند.

### تلفن، تلکس و تلگراف

سنگاپور، در تلاش برای تبدیل شدن به یک مرکز بزرگ جهانی برای داد و ستد، امور مالی و بانکداری، صنایع تکنولوژی برتر و سایر صنایع خدماتی اطلاعات - طلب (information-intensive) بیشترین و سنگین‌ترین سرمایه‌گذاری‌های ارتباطاتی خود را برای ایجاد زیربنای مخابرات از راه دور بین‌المللی اختصاص داده است. ۴۰۹ میلیون دلار سنگاپور (۱۹۰ میلیون دلار آمریکا) از کل درآمدهای ناویژه گزارش شده برای سال ۱۹۸۵ - ۸۶، از مکالمات تلفنی و تلکس بین‌المللی به دست آمده است، در حالی که «صورت‌حساب مکالمات تلفنی داخلی» ۱۴ میلیون دلار سنگاپور (۶/۵ میلیون دلار) بوده است (اداره مخابرات سنگاپور، ۱۹۸۶، ص ۱۰). در سال ۱۹۷۶، ارتباط بین‌المللی مستقیم (IDD) معمول شد، و پس از گذشت یک دهه، خدمات تلفنی با کمک این شبکه، بیش از ۲۰۰ نقطه جهان را زیر پوشش گرفت، که ۱۵۵ مورد آن ارتباط بین‌المللی مستقیم (IDD) بود. در حال حاضر همه تلفن‌ها عمدتاً دکمه‌ای - فشاری هستند که شنیدن مستقیم صدا و انتقال داده‌ها را میسر می‌سازند. کاهش نرخ خدمات تلفن و ارسال تصویر و افزایش استفاده از نمابرها (facsimile) سبب شد مکالمات بین‌المللی بین سال‌های ۱۹۷۹ تا ۱۹۸۶ هفده برابر شود (ایالات متحده آمریکا، ۱۹۸۷).

خدمات بین‌المللی تلکس خودکار کامپیوتری در سال ۱۹۷۴ شروع شد، که همراه با خدمات تلفنی، در سال ۱۹۸۶ از ۲۵ پست (مرکز مبادله) استفاده می‌کرد و بیشتر این پست‌ها در پایان سال ۱۹۸۷ از طریق کابل‌های زمینی تارهای نوری با هم ارتباط داشتند. بین سنگاپور و ۲۰۴ نقطه در جهان ارتباط تلکس وجود دارد که ۱۸۴ مورد آن کاملاً خودکار است، و مشترکین جدیدترین دستگاه‌های تلکس را در اختیار دارند. به علاوه، در ۱۹۸۶ خدمات «تله تکس» نیز معمول شد که سرعت آن ۴۰ مرتبه بیش از سرعت تلکس معمولی است. همان‌طور که جدول ۸ - ۲ نشان

می‌دهد، افزایش مکالمات تلفنی بین‌المللی خیلی بیشتر از تلکس بین‌المللی بوده است، و استفاده از تلگراف‌های بین‌المللی به سرعت منسوخ می‌شود. به موجب یکی از بررسی‌های انجام شده توسط دولت، بازار در حال گسترش مخبرات از دور، به‌ویژه در زمینه تجهیزات و خدمات تلفنی با عوامل چندی مرتبط است: اول از همه، علاقه به سرمایه‌گذاری‌های خارجی است (که ایالات متحده آمریکا و ژاپن برای کسب مقام اولی رقابت می‌کنند)؛ «برنامه دولت برای اسکان اجباری در مجتمع‌های آپارتمانی» که سبب سبک متمایز ساختمان‌های بلند در سنگاپور شد (در ۱۹۸۵، ۸۴ درصد جمعیت در آپارتمان‌های دولتی دفتر توسعه مسکن سکونت داشتند)؛ موقعیت استراتژیک سنگاپور نسبت به شرق آسیا، استرالیا و اروپا؛ و بالاخره، تلاش برای رسیدن به استانداردهای تکنولوژیکی پیشرفته و شبکه دیجیتالی خدمات به هم پیوسته (ISDN) (رات، ۱۹۸۵، ص ۵-۴) از جمله عوامل یاد شده‌اند.

### تجهیزات و خدمات اطلاعاتی

انگیزه و تلاش دولت برای ایجاد نظام‌های اطلاعاتی پیش‌رفته، با نیاز شرکت‌های فراملی به پیشرفته‌ترین تجهیزات و امکانات ارتباط از راه دور رابطه نزدیکی دارد، و این نظام‌های اطلاعاتی نیز، به نوبه خود در ایجاد صنایع تکنولوژی اطلاعاتی، نقشی محوری ایفا می‌کنند. نماد و مفهوم آشکار اظهارات رسمی دولت در مورد توسعه اقتصادی این است: «کسانی که در بهره‌گیری از تکنولوژی اطلاعاتی عقب بمانند قادر به رقابت نخواهند بود». به همین جهت تصویری که اکنون دولت از خود ارائه می‌دهد تصویر کشوری است که رقابت با سایر کشورهای صنعتی پیش‌رفته را شروع کرده است (وزارت ارتباطات و اطلاعات سنگاپور، ۱۹۸۶ b، ص ۱۵۲).



جدول ۲-۸ رشد تلفن، تلکس و تلگراف بین‌المللی در سنگاپور

سال	تلگراف		مکالمات تلفنی		تلکس		کل تعداد تلفن‌ها**	بسته‌های پستی ارسال شده
	شبه جزیره مالزی	بین‌المللی	بین‌المللی*	شبه جزیره مالزی	بین‌المللی	شبه جزیره مالزی		
۱۹۷۵	۶۸	۸۴۰	۸۴۳	۱۱۰	۱۵۵۲	۳۱۸	۳۳۱۴۴۷	
۱۹۷۶	۵۵	۷۹۸	۱۰۷۷	۱۷۶	۲۱۵۴	۳۷۴	۳۵۰۱۷۲	
۱۹۷۷	۴۵	۸۰۰	۱۳۰۱	۲۴۴	۲۸۱۲	۴۵۵	۳۶۷۵۰۰	
۱۹۷۸	۴۵	۷۳۹	۱۷۶۰	۳۰۴	۳۶۷۳	۵۴۰	۳۹۲۸۹۳	
۱۹۷۹	۴۶	۷۰۱	۲۴۹۰	۳۹۴	۴۹۹۱	۶۲۵	۴۱۲۰۸۵	
۱۹۸۰	۴۶	۶۵۵	۳۵۳۵	۵۲۳	۶۸۳۱	۷۰۲	۴۴۳۹۸۹	
۱۹۸۱	۴۴	۵۶۷	۵۰۵۸	۶۶۹	۸۸۹۴	۷۷۵	۴۸۱۸۴۲	
۱۹۸۲	۳۸	۴۴۵	۷۰۹۱	۹۶۶	۱۱۰۷۴	۸۵۲	۵۰۳۲۳۵	
۱۹۸۳	۳۶	۳۷۸	۹۶۷۳	۱۲۷۳	۱۲۶۲۰	۹۲۳	۵۶۰۳۲۹	
۱۹۸۴	۴۳	۳۳۶	۱۲۶۴۳	۱۵۲۸	۱۴۱۴۰	۱۰۰۳	۶۱۳۵۲۶	
۱۹۸۵	۳۱	۲۷۵	۱۵۷۲۵	۱۵۶۰	۱۴۶۸۲	۱۰۷۴	۶۲۷۹۹۱	

منبع: اداره مخابرات سنگاپور (۱۹۸۶)

ارقام مربوط به تلگراف و تلکس بین‌المللی فقط تلگراف‌ها و تلکس‌های ارسالی را در برمی‌گیرد.

\* به استثنای تلفن‌های (trunk) اصلی و STD به شبه جزیره مالزی \*\* پایان دوره

این در عمل به معنی تأکید بر ارائه ابزار اطلاعاتی به شرکت‌های فراملی، و به‌ویژه بر جلب بزرگ‌ترین استفاده‌کنندگان اطلاعات - بانک‌ها و شرکت‌های مالی فراملی، است تا صنایع سنگاپور بتوانند قدرت رقابت خود را حفظ کنند. دفتر توسعه تجارت سنگاپور اقدام به ارائه خدمات کامپیوتری داتل (Datel public switched on-line services) نموده است که با بیش از ۳۰۰ پایگاه اطلاعاتی بین‌المللی و ۳۷ مرکز جمع‌آوری اطلاعات مربوط به فرآورده‌ها، گرایش‌های بازار، فرصت‌های موجود برای داد و ستد بین‌المللی و غیره ارتباط دارد. خطوط هوایی سنگاپور که یکی از بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان خدمات اطلاعاتی «در مدار» (on-line) در داخل کشور است، ۲۵۰۰ پایانه کامپیوتری در سراسر جهان دارد. سنگاپور در سیتا (SITA)، شبکه بین‌المللی کامپیوتری برای رزرو بلیت هواپیما و مراکز جهانگردی، و نیز در سوویفت (swift)، شبکه بین‌المللی خدمات بانکی کامپیوتری برای اطلاعات بین بانکی و انتقال ارز، مشارکت دارد. در سال ۱۹۸۳، سنگاپور ۱۱۹ بانک تجاری و ۴۸ بانک بازرگانی داشت که استفاده‌کنندگان بالقوه سوویفت بودند. بیشترین ترافیک مبادله داده‌ها با ایالات متحده آمریکا است (لانگ دیل، ۱۹۸۴، ص ۲-۱۴۱).

حامی و پشتیبان این طرح‌ها و خدمات کامپیوتری - ارتباطاتی زیربنایی در سنگاپور، صنایع رو به گسترش الکترونیک است که حتی در جریان رکود اقتصادی کشور و رکود جهانی اوائل دهه ۱۹۸۰، از یک رشد سالم ۸/۴ درصدی در ۱۹۸۶ و ۴۰ درصدی در اولین سه ماهه ۱۹۸۷ برخوردار بود. مقدمات محکم شدن جای پای سنگاپور در صنایع الکترونیک در دهه ۱۹۶۰ فراهم شد، و زیربنای ارتباطاتی و حمل و نقل قوی این کشور، پایین بودن دستمزدها، نیروی کار منضبط و کنترل شده، رایج بودن زبان انگلیسی و نقش تاریخی این کشور در تجارت آزاد و به عنوان مرکزی برای مبادله محموله‌ها سبب شد تا این کشور برای صنایع نیمه‌رساناها که به طور روزافزونی جنبه بین‌المللی پیدا می‌کردند، یک منطقه طبیعی سرمایه‌گذاری به حساب آید. گرایش بیشتر به صنایع تکنولوژی برتر که در دهه ۱۹۷۰ شروع شد، تمایلات دولت در چندین زمینه را منعکس می‌کند که عبارتند از: داشتن سهم بیشتر در بخش‌هایی از این صنایع که «ارزش افزوده» بالاتری تولید می‌کنند، شناخت و درک روند خودکاری (اتوماسیون) در صنایع کامپیوتر و نیز تشخیص توانایی‌های سنگاپور با توجه به محدودیت زمین، نیروی کار ماهر و قدرت رقابت این کشور در مقایسه با سایر کشورهای منطقه که در مسیر مشابهی حرکت می‌کنند. به علاوه، با در نظر گرفتن این مطلب که جایگاه سنگاپور در منطقه و در ارتباط با تولیدکنندگان محلی چندان قابل توجه نیست، این کشور بیشتر به بازی‌های استراتژی‌های شرکت‌های فراملی وابسته است و چاره دیگری جز ادغام شدن بیشتر در حوزه‌های سریعاً رشد یابنده تکنولوژی برتر را ندارد. دولت سنگاپور آینده‌ای متکی بر تکنولوژی اطلاعات را پیش‌بینی می‌کند که در آن متخصصان سنگاپوری کامپیوتر و الکترونیک از یک برتری جهانی برخوردار خواهند بود و در نتیجه سرمایه خارجی و مشارکت محلی در تولید فرآورده‌های کلیدی مثل شبکه‌های ویدئو تکست، شبکه‌های مبتنی بر دانش، اتوماسیون لوازم اداری، نرم‌افزار ابزار مهندسی و شبکه‌های چند زبانه را جلب خواهند نمود. کارایی سنگاپور به عنوان مرکز خدمات کامپیوتری برای شرکت‌های فراملی مستقر در منطقه با خدمات منطقه‌ای که این کشور برای جنوب شرقی آسیا و کشورهای غرب اقیانوس آرام فراهم می‌کند، از جمله پردازش کامپیوتری برنامه‌های صنعتی و تولید اداری، حسابداری و سیاه‌برداری، که به سهم خود شدیداً به ارتباط‌های از راه دور پیشرفته وابسته‌اند، تقویت می‌شود (لانگ دیل Langdale، ۱۹۸۴، ص ۱۴۱). به هر حال، بنا به اظهار محققان سنگاپوری که در این زمینه مطالعاتی را به انجام رسانده‌اند، در ۱۹۸۹ توسعه تکنولوژی اطلاعاتی هنوز «در مراحل ابتدایی» بوده است (کو و همکاران، ۱۹۸۹، ص ۶۴).

۱  
۴  
۹

تهران: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، پلاک ۱۳، صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵



## تارهای نوری

و شبکه‌های خدمات به هم پیوسته دیجیتالی به منزله آینده کشور شرکت‌های ژاپنی که بخش‌های بزرگی از بازارهای فروش تجهیزات ارتباطات دور، از جمله سخن پراکنی را در کنترل دارند، از ۱۹۸۵ در طرح مشترکی با تلکوم سنگاپور برای ایجاد یک شبکه خدمات به هم پیوسته دیجیتالی (Integrated services digital network) برای سنگاپور، نقش اول را داشته‌اند. از نظر ژاپن، سنگاپور منطقه بسیار مهمی برای صدور تجهیزات ارتباطاتی و فعالیت‌های تحقیق و توسعه به شمار می‌آید و محل تولید کالاهای صادراتی ژاپن مثل دستگاه‌های پنخس کامپکت دیسک و ضبط صوت‌های آیوای ژاپن، و یک مرکز جدید ۱۶/۷ میلیون دلاری برای ساخت ابزار دقیق است. در طرح اخیر ۳۰ مهندس و تکنیسین تربیت خواهند شد که پس از خاتمه دوره آموزش به سایر شرکت‌های فراملی ژاپنی در مالزی، تایوان و کره جنوبی اعزام می‌گردند. بنابراین، سنگاپور به عنوان یک مرکز تولیدی تکمیلی در درون شبکه جهانی شرکت‌های فراملی، و با سطوح بالاتر دستمزدها و مهارت‌ها، به عنوان مأمور منطقه‌ای شرکت‌های فراملی در رابطه با کشورهای همسایه عضو آسه آن عمل می‌کند (جنوب، ژوئن ۱۹۸۷، ص ۱۰۱). ستون فقرات پروژه (ISDN) بر یک شبکه ۵۰ میلیون دلاری (۲۳ میلیون دلار آمریکا) از کابل‌های تارهای نوری استوار است، شبکه‌ای که بخشی از طرح ۳ میلیارد دلاری (۱/۴ میلیارد دلار آمریکا) تلکوم سنگاپور در ۵ سال آتی را تشکیل می‌دهد. در سال ۱۹۸۵، دولت به عنوان بخشی از برنامه خود برای ارتباط دادن تمامی ۲۵ پست تلفنی از طریق تارهای نوری تا پایان سال ۱۹۸۷، ۲۲ میلیون دلار (۱۰/۲ میلیون دلار آمریکا) برای ۷۰۰۰ کیلومتر کابل تارنوری هزینه کرد.

بناست تارهای نوری هم بخشی از «طرح معماری» جدید سنگاپور شده و کاربردهای تخصصی ویدئو و تلویزیون مدار بسته را در هم ادغام کند. قرار بود آزمایش‌های مربوط به صدا، اطلاعات و ویدئو روی تارهای نوری شبکه به هم پیوسته دیجیتالی در سال ۱۹۸۷ تکمیل شود (ایالات متحده آمریکا، ۱۹۸۷). با توجه به بعضی آسیب‌پذیری‌های مشهود سنگاپور در گذشته نزدیک، هنوز معلوم نیست اقتصاد این کشور بتواند به این قبیل سرمایه‌گذاری‌ها ادامه دهد.

## ارتباطات جمعی

یکی دیگر از بازارهای فروش شرکت‌های فراملی، بخش عظیم ارتباطات جمعی سنگاپور است که رادیو و تلویزیون، مطبوعات، فیلم، سینما و نظام پستی کشور را در بر می‌گیرد. کارگزاری‌های مختلف دولتی که مسئولیت هر یک از این شبکه‌ها را به عهده دارند، همه در نهایت زیر نظر وزارت ارتباطات و اطلاعات هستند. رادیو و تلویزیون از سال ۱۹۸۰ تحت نظارت بنگاه سخن پراکنی سنگاپور، یک اداره نیمه دولتی بوده است؛ روزنامه‌ها و مجلات و سایر مطبوعات بر اساس قانون سال ۱۹۴۷ روزنامه‌ها و مطبوعات، و آیین‌نامه ۱۹۷۷ روزنامه‌ها و مطبوعات، و نیز قوانین اصلاحی بعدی فعالیت می‌کرده‌اند، سانسور فیلم‌ها توسط دفتر سانسور فیلم اعمال می‌شود؛ و نظام پستی، پس از بازسازی در سال ۱۹۸۲ تحت کنترل اداره مخابرات سنگاپور (جدیداً تلکوم سنگاپور) بوده است.

## رادیو و تلویزیون

برنامه تلویزیون که بیشتر جنبه تفریحی و سرگرم‌کننده دارد عمدتاً به زبان انگلیسی (۵۹ درصد) و ماندارین چینی (۲۵ درصد) است. برنامه‌هایی که به زبان مالاکایی و تامیلی پخش می‌شوند به ترتیب ۹ و ۷ درصد ساعات پخش را به خود اختصاص می‌دهند. این را با ارقام جمعیتی مقایسه کنید: مالاکایی ۱۵ درصد، تامیل ۷ درصد، چینی ۷۶ درصد، اروپایی، اروپا - آسیایی و سایر نژادها ۲ درصد. برنامه‌ریزی عملاً مطابق قانون نیست، قانون، زمان‌بندی برنامه‌های تلویزیون را چنین تقسیم می‌کند: ۳۵ درصد انگلیسی، ۳۵ درصد چینی، ۲۰ درصد مالاکایی، ۱۰ درصد تامیلی (کو، ۱۹۷۳، ص ۲۶۹؛ کو و چن ۱۹۸۳، ص ۷۵؛ یونسکو، ۱۹۸۵، ص ۳۱-۱۰ و ۴۱-۱۰). حدود ۶۰ درصد همه برنامه‌های تلویزیون عمدتاً از آمریکا، هنگ‌کنگ، و تایوان وارد می‌شود، ۱۰ درصد برنامه‌های رادیو به زبان انگلیسی است. برنامه‌ها تحت کنترل شدید و دقیق دولت است، و نصب آنتن‌های بشقابی برای دریافت خصوصی تصاویر ارسالی از فرستنده‌های خارجی، به خاطر ترس از اشاعه آن چه که رژیم «مفاسد اجتماعی» می‌نامد، مجاز نیست (کو و چن، ۱۹۸۳، ص ۶۸؛ وزارت ارتباطات و اطلاعات سنگاپور، ۱۹۸۶، ص ۱۳۱).

روند گسترش رادیو و تلویزیون در سنگاپور بسیار سریع بوده است. در ۱۹۸۳ b ۶۸۱۰۰۰ مجوز رادیو و ۴۷۲۰۰۰ مجوز تلویزیون، به ترتیب به نسبت ۲۷۲ و ۱۸۸ در هر هزار، صادر شده است. چون این مجوزها برای امکان صادر می‌شود، امکان استفاده از چندین دستگاه در یک مکان وجود دارد، بنابراین تعداد واقعی گیرنده‌ها بیشتر از تعداد مجوزها یعنی چیزی حدود ۵۰ تا ۱۰۰ درصد است. افزایش میزان دسترسی به تلویزیون کاملاً قابل توجه است. سنگاپور از نظر پوشش رادیو و تلویزیونی، خیلی جلوتر از اکثر کشورهای جهان سوم است (حتی اگر سنگاپور را نه با کشورها بلکه با شهرهای بزرگ کشورهای جهان سوم مقایسه کنیم)، این کشور بیشتر با کشورهای تازه صنعتی شده قابل قیاس می‌باشد. به هر حال، بعد از یک گسترش ۵ میلیون دلاری (آمریکا) در سال‌های ۵-۱۹۸۳، خریدهای بزرگ تجهیزات توسط بنگاه سخن پراکنی سنگاپور تا دست کم ۹۰-۱۹۸۹ متوقف شده‌اند (رات Rott، ۱۹۸۵، ص ۵۱)، که در نتیجه آن طرح‌های وزارت بازرگانی آمریکا که بین سال‌های ۱۹۸۳ تا ۱۹۸۶ سالانه ۷ میلیون دلار ارزش داشت متوقف گردید و خرید تجهیزات توسط بنگاه سخن پراکنی که تنها در سال ۱۹۸۰-۸/۸ میلیون دلار بود، بشدت کاهش پیدا کرد (اداره ملی ارتباطات راه دور و اطلاعات آمریکا، ۱۹۸۳، ص ۵).

## سینما و ویدئو

فیلم‌ها و نوارهای ویدئویی زیر نظر دفتر سانسور فیلم‌ها است هر چند این دفتر نظام طبقه‌بندی شده خاصی برای این کار ندارد، اما معمول آن است که همه فیلم‌ها و نوارهای ویدئویی قبل از نمایش بررسی شوند، و در این رابطه نسبت به آن چه که پورنوگرافی (هر آنچه که ظاهراً روابط جنسی آزاد، همجنس‌بازی، زنا و بی‌بند و باری جنسی را ترغیب کند)، تحریکات قومی، بی‌ثباتی سیاسی، مداخله خارجی و فعالیت‌های ضد رژیم تعبیر شوند، حساسیت خاصی وجود دارد (بولتن ارتباطات جمعی آسیا، ژوئیه - اوت ۱۹۸۶، ص ۶). از آنجا که سنگاپور عملاً هیچ تولید سینمایی داخلی ندارد، کار دفتر قابل توجه و سنگین است. دفتر در ۱۹۸۵، برای ۶۸۴۰۰۰ نوار ویدئویی، از جمله تعدادی کپی، ۲۲۰۰۰ نوار صنعتی، آموزشی و تربیتی، و ۳۷۶۲ فیلم سینمایی مجوز صادر کرد (وزارت ارتباطات و اطلاعات سنگاپور، چ ۱۹۸۶، ص ۱۹۴). دولت دیدگاه محتاطانه‌ای نسبت به فیلم‌های خارجی و سایر رسانه‌های گروهی دارد؛ لی کوان یو که از طرفداران قدیمی سانسور است، نظر خود را چنین توجیه می‌کند:

۱  
۵  
۱

تهران: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، پلاک ۱۳، صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵



مردم کشورهای ثروتمندتر غرب، روزنامه‌ها و مجلات، تلویزیون و فیلم‌های سینمایی‌شان به کشور ما می‌آیند. ما کاملاً در معرض نفوذ آنها هستیم. سانسور تنها تا حدی می‌تواند از این نفوذ جلوگیری کند. تولید فیلم و چاپ نشریات در داخل نباید تحت تأثیر اینها قرار گیرد، و این اهمیت قاطعی دارد. (به نقل از کو، ۱۹۸۳، ص ۱۷۲).

### رسانه‌های چاپی، مطبوعات، نشریات

بعد از هنگ‌کنگ، سنگاپور بالاترین تیراژ روزنامه در منطقه و احتمالاً بیشترین میزان سانسور را دارد. در دسامبر ۱۹۸۵، هفت روزنامه منتشر می‌شد. سه روزنامه به زبان چینی، دو روزنامه به انگلیسی، یکی به زبان مالاکایی و یکی به زبان تامیلی. روزنامه دیگر تامیلی، از سپتامبر ۱۹۸۳ به صورت سه بار در هفته چاپ می‌شد، و در خلال سال‌های ۱۹۸۴ و ۱۹۸۵ دو روزنامه چینی و انگلیسی فعالیت خود را متوقف کردند. مجموع تیراژ روزنامه‌ها، به رغم کاهش تعداد آنها، از ۶۴۴۰۰۰ در ۱۹۸۱ به ۷۱۳۰۰۰ در ۱۹۸۵ افزایش یافته است، که از این تعداد تقریباً نیمی به زبان چینی، ۴۳ درصد به زبان انگلیسی، ۵ درصد مالاکایی و کمتر از ۱ درصد تامیلی است. در ۱۹۸۴، طبق تصویب دولت، همه روزنامه‌های محلی به جز نشریات تامیلی و بسیاری از روزنامه‌ها و مجلات خارجی که در محل چاپ می‌شدند، ظاهراً به دلایل اقتصادی و نیز برای «رسیدن به آرمان‌های مشترک» و «تداوم بخشیدن به ارتقای محتوای سر مقاله‌ها»، تحت عنوان سنگاپور پرس هولدینگ (singapore press Holdings) (SPH) در یکدیگر ادغام شدند (وزارت ارتباطات و اطلاعات سنگاپور b، ۱۹۸۶، ص ۱۲۹ - ۱۳۰). حالا تحریریه روزنامه‌های سنگاپور پرس هولدینگ موظفند برای رسیدن به مواضع مشترک در سرمقاله‌ها، جلسات روزانه‌ای داشته باشند (فصلنامه اکونومیک ریویو آو سنگاپور، ۱۹۸۷، ص ۶ - ۷).

حدود ۶۳ کارگزاری خبری خارجی، روزنامه، مجله و ایستگاه سخن پراکنی خارجی در سنگاپور دفتر دارند، و خبرنگاران ژاپنی بزرگ‌ترین هیئت نمایندگی خارجی را تشکیل می‌دهند. بسیاری از نشریه‌های خارجی در خود سنگاپور و به کمک ماهواره‌های خبری بین‌المللی تهیه و چاپ می‌شوند، از جمله *ایترنشنال هرالد تریبون*، *تایم*، *اکونومیک*، *وال استریت ژورنال آسیا و یواس‌تودی* [آمریکای امروز]. کلاً سنگاپور در مقایسه با رقیب هنگ‌کنگ، هزینه چاپ پائین‌تری دارد، کیفیت رنگ و تکنولوژی باز تولید گرافیکی بهتر، و تعداد پروازها به سایر پایتخت‌های منطقه، مثل جاکارتا، دهلی‌نو، و کوالالامپور بیشتر است. سنگاپور قصد داشت به یکی از مراکز جهانی بزرگ چاپ و نشر تبدیل شود، و درآمدهای حاصل از این بخش در سال ۱۹۸۵ حدود ۹۹۰ میلیون دلار سنگاپور (۴۷۰ میلیون دلار آمریکا) بود که ۱۳۶ میلیون دلار آن (۶۵ میلیون دلار آمریکا) به درآمدهای صادراتی ۱۹۸۴ مربوط می‌شد (وزارت ارتباطات و اطلاعات، ۱۹۸۶ a، ص ۱۸۶). در سال ۱۹۸۷، پارلمان سنگاپور قانون حق طبع را، که شامل مطبوعات، فیلم و ویدئو می‌شد، از تصویب گذراند. در پی تصویب قانون فوق، دولت آمریکا، گرچه به طور موقت، تصمیم به اعطای امتیاز برقراری دوباره مزایای نظام تعمیم یافته اولویت‌ها گرفت.

در هر حال، بین سال‌های ۸۸-۱۹۸۶ مسایل متعددی در رابطه با آزادی مطبوعات خارجی مطرح شد که به اقدام‌های تلافی‌جویانه دولت لی علیه *تایم* و *وال استریت ژورنال آسیا*، *آسیا ویک* و *فار ایسترن اکونومیک ریویو* (فیر)، و همگی در مالکیت آمریکایی‌ها، انجامید و همگی به گزارش سوء و مداخله در سیاست داخلی کشور متهم شدند. تیراژ *وال استریت ژورنال آسیا* از ۵۰۰۰ به ۴۰۰ نسخه و *تایم* از ۱۸۰۰۰ به ۲۰۰۰ در هفته کاهش یافت، در حالی که اجازه کار خبرنگاران «فیر» لغو گردید و *فیر* و *وال استریت ژورنال آسیا* عملاً ممنوع شدند. فدراسیون بین‌المللی



ناشران روزنامه این حرکت‌های دولت را به عنوان «اقدامی همپایه سانسور» مورد حمله قرار داد و سرمقاله هفته‌نامه *وال استریت ژورنال آسیا*، اعمال محدودیت علیه این مجله را «اقدام جمهوری موز» نامید (هفته نامه *وال استریت ژورنال آسیا*، ۱۶ و ۲۳ فوریه، ۱۹۸۷). وزیر خارجه سنگاپور با بیان این مطلب که «آزادی مطبوعات به سبک آمریکایی مناسب سنگاپور نیست» اقدام دولت را توجیه کرد. دولت لی قوانین متعددی علیه نشریات داخلی و خارجی از تصویب گذراند و به استناد آنها حق لغو امتیاز و ممنوعیت منابع مالی خارجی برای روزنامه‌های محلی را برای خود حفظ نمود، گرچه شرکت مادر استریتز تایمز، و SPH، از نظر مالی با بسیاری از شرکت‌های خارجی، از جمله داو جونز (ایالات متحده آمریکا) و ماترا (فرانسه) پیوند دارد. نشریات یا ناشران، سردبیران و روزنامه‌نگاران خاطی ممکن است با استناد به هر یک از قوانین زیر مجازات شوند: قانون نشریات نامطلوب (۱۹۶۷)، قانون اغتشاش (۱۹۶۴)، قانون امنیت داخلی (۱۹۶۳)، و قانون روزنامه‌ها و مطبوعات (۱۹۷۴).

در اوت ۱۹۸۶، اصلاحیه قانون روزنامه‌ها و مطبوعات از تصویب پارلمان گذشت. این اصلاحیه فروش روزنامه‌های خارجی را «در صورت مداخله در سیاست سنگاپور» ممنوع می‌کرد و امکان تقاضای پژوهش نیز وجود نداشت. حساسیت دولت نسبت به ژورنالیسم جست‌وجوگر (Investigative Journalism) و مترادف دانستن آنها با تهدید امنیتی آنچه که دولت «مخالف منافع عامه» می‌نامید، سبب شد که تایمز، فیر، آسیا ویک و *وال استریت ژورنال آسیا* با استفاده از این آخرین تمهید (اصلاحیه ۱۹۸۶)، مسئول شناخته شوند. در دسامبر ۱۹۸۹، یکی از دادگاه‌های سنگاپور رأی داد که فیر در جریان پوشش خبری سال ۱۹۸۷ به دروغ از زبان لی کوان یو نخست‌وزیر، مددکاران اجتماعی سنگاپور را به «مارکسیست» بودن متهم کرده است و باید ۲۳۰ هزار دلار سنگاپور (۱۱۸۰۶۹ دلار آمریکا) به نخست‌وزیر خسارت بپردازد. این سومین باری بود که لی در طول ۱۳ سال نخست‌وزیری‌اش از مطبوعات به جرم افترا زدن، خسارت دریافت می‌کرد.

## اطلاعات دولت

دولت علاوه بر کنترل عملیات همه رسانه‌های گروهی، خود نیز یکی از دست‌اندرکاران فعال رسانه‌ای است. همه رسانه‌های گروهی اخبار رسمی خود را از اداره اطلاعات وزارت اطلاعات و ارتباطات می‌گیرند، و همین اداره است که به طور منظم اطلاعات مورد نیاز سازمان‌های خبری را فراهم می‌کند تا آنها در اختیار عامه مردم بگذارند. بخش مطبوعات این اداره برای مصاحبه‌ها و خلاصه و تفسیر اخبار برنامه‌ریزی می‌کند و همه ترتیبات و اقدامات لازم دیگر برای تماس‌های رسانه‌ای داخلی و خارجی را به عمل می‌آورد. در عین حال وزارت ارتباطات و اطلاعات خود یکی از بزرگ‌ترین ناشران است که بولتن‌های آماری و خبری متعددی، با کیفیت تولید بسیار بالا درباره رویدادهای جاری چاپ می‌کند، و پروژه‌های نمایشی و تشویقی چندی را مثل «ترویج نزاکت ملی»، «سیاست ترویج زبان چینی» و «ماه بهره‌وری» را سازماندهی می‌نماید. همچنان که پیشتر گفته شد، وزارتخانه یاد شده از نظر کنترل میزان نفوذ خارجی‌ها بر رسانه‌های سنگاپوری نیز نقش پدرسالارانه فعالی دارد. در گزارشی که برای اداره ارزیابی تکنولوژی کنگره ایالات متحده آمریکا تهیه کردم، زیربنای ارتباطاتی سنگاپور به طور کامل تری مورد بحث قرار گرفته است (ساسمن، ۱۹۹۰).



## چشم‌اندازهای اقتصاد مبتنی بر اطلاعات سنگاپور

چنانکه پیشتر گفته شد، نقش ویژه و تخصصی سنگاپور، و جایگاه خاصش در اقتصاد جهانی، در نیمه اول سده ۱۹ کاملاً تثبیت شده و جا افتاده بود. با جدا شدن از مالزی در سال ۱۹۶۵، این دولت - شهر جزیره‌ای استقلال سیاسی کامل کسب کرد و از کنترل دولت‌های بزرگ‌تر، قدرتمند و از نظر منابع طبیعی غنی‌تر منطقه خارج شد. سیاست‌های «تجارت آزاد» که دولت سنگاپور زیر نظر و با کمک حزب عمل مردم پیگیرانه دنبال کرده است، از بسیاری جهات مداخله شدید دولت در بخش‌های بازرگانی و صنعتی را پنهان می‌کند، هر چند خود دولت گه‌گاه پیشنهاد کرده با توجه به گرایش جهانی مستمر نسبت به تخصصی شدن و خصوصی شدن ارتباطات و سایر صنایع، فعالیت‌های اقتصادی خود را کاهش دهد. در حال حاضر، کارایی و دوام اقتصاد سنگاپور، که در نتیجه رکود جهانی نیمه دهه ۱۹۸۰ متزلزل شد و اثرات منفی آن را تجربه می‌کند، شدیداً به سرمایه‌گذاری فراملی وابسته است. اخیراً دولت سنگاپور برای جلب سرمایه‌گذاری‌های خارجی بیشتر دست به اقدامات متعددی زده است، از جمله در سهم پرداختی کارفرما به صندوق مرکزی وجوه احتیاطی (نظام تأمین اجتماعی کشور)، کنترل دستمزدها و مالیات بر درآمد شرکت‌ها کاهش چشم‌گیری به وجود آورده است. در ۱۹۸۶ کل سرمایه‌گذاری‌ها ۲۷ درصد افزایش داشت که ۸۵ درصد آن به سرمایه‌گذاری‌های خارجی مربوط می‌شد (استرتیز تایمز، ۲۸ ژانویه ۱۹۸۷).

با اینکه بخش‌های کلیدی مثل امور مالی، بازرگانی و ساختمان هنوز دستخوش رکودند، پیش‌بینی می‌شود ارتباطات همچنان گسترش یابد. در حالی که بخش حمل و نقل و ارتباطات، بین سال‌های ۸۴-۱۹۸۰ از یک رشد سالم ۱۱/۶ درصدی برخوردار بود، در درون این بخش ارتباطات بیشترین رشد - ۲۱/۵ درصد - را داشته است (وزارت بازرگانی و صنایع سنگاپور، ۱۹۸۶، ص ۲۲۰). در سال کم رونق ۱۹۸۵، بخش ارتباطات راه دور و حمل و نقل هوایی به رغم کاهش در مبادله محموله‌های دریایی (در نتیجه کاهش مبادلات خارجی) ۳ درصد رشد داشت، در حالی که بخش‌های صنایع کارخانه‌ای، ساختمان و بازرگانی همه رشد منفی، به ترتیب ۷/۳ درصد، ۱۴/۳ درصد و ۱/۵ درصد داشتند (وزارت ارتباطات و اطلاعات سنگاپور، ۱۹۸۶، ص ۶). شرکت‌های ارتباطی خارجی علاقه خاصی به سنگاپور نشان داده‌اند، چرا که پیش‌بینی شده بود منطقه جنوب شرقی آسیا رشد کرده و مبالغ قابل توجهی از سرمایه‌گذاری‌ها و مبادلات را جذب نماید، از جمله تجهیزات مخابراتی از سوی ایالات متحده آمریکا به ارزش تقریبی ۳۱ میلیارد دلار تا سال ۱۹۹۲ به سنگاپور فروخته شود (ایالات متحده آمریکا، ۱۹۸۷). برای سنگاپور این به معنی ۱/۳۸ میلیارد دلار واردات تجهیزات مخابراتی، ۲/۰۶ میلیارد دلار صادرات، و ۱/۵۸ میلیارد دلار تولید محلی تا سال ۱۹۹۰ بود (رات، ۱۹۸۵، ص ۶۵). در سال ۱۹۸۵، اِتی و تی همه کارخانه‌های تولید تلفن خود را به سنگاپور منتقل کرد، جایی که سطح دستمزدها کمتر از ربع سطح دستمزدها در شروه پورت، لوئیزیانا، است. در نتیجه این جابه‌جایی ۳۰ میلیون دلار سرمایه به سنگاپور منتقل شده است، یک پروژه ۴۰ میلیون دلاری برای ایجاد کارخانه ساخت مدارهای به هم پیوسته دیجیتالی نو نیز به آن افزوده شده است (دفتر توسعه اقتصادی سنگاپور، ۱۹۸۵، ۱۹۸۷). بعد هم اِتی و تی یک قرارداد ۴۱ میلیون دلاری را برای ایجاد شبکه اتصال (راه‌گزینی) (digital switching) به امضاء رسانید (وال استریت ژورنال آسیا، ۳ - ۴ نوامبر ۱۹۸۶).

با درآمد سرانه‌ای که در حال حاضر بالاتر از ۸۰۰۰ دلار است، دیگر به سختی می‌توان سنگاپور را جزو کشورهای «کمتر توسعه یافته» طبقه‌بندی کرد. با وجود این، همان‌طور که نمایندگان خود این کشورها صادقانه اشاره کرده‌اند، اگر آمار مربوطه را با توجه به آسیب‌پذیری و شکنندگی توسعه کشور بسنجیم ارقام چندان تحسین برانگیز

نیستند. روند توسعه سنگاپور هنوز عمدتاً با طراحی فرآورده، تحقیقات بازار و به عهده گرفتن نقش‌های تجاری عمده که از ویژگی‌های اقتصادهای پیشرفته محسوب می‌شود، بیگانه است. سنگاپور برای اصلاح وضعیت خود به تدریج سهم هزینه‌های تحقیق و توسعه از تولید ناخالص داخلی را افزایش داده و امیدوار است تا اواخر دهه، آن را به ۱ درصد برساند (سهم هزینه‌های تحقیق و توسعه از تولید ناخالص داخلی در کشورهای صنعتی پیشرفته ۲-۵ درصد است)، یک «پارک علوم» نیز برای تحقیق و توسعه صنعتی ایجاد کرده است. دولت هزینه‌های نظامی خود را نیز تا سال ۱۹۹۰ به ۲۳ درصد بودجه کشور (۵/۵ درصد تولید ناخالص داخلی)، افزایش داد، و از جمله تعدادی هواپیمای جنگنده بسیار پیشرفته اف ۱۶ خریداری کرد (نیویورک تایمز، ۶ مه، ۱۹۹۰). با بالا بردن سطح تکنولوژی، شاید سنگاپور هم بتواند به جای باقی ماندن در وضعیت یک مرکز فرعی برای شرکت‌های فراملی، فرآورده‌های پیشرفته خود را تولید و صادر کند.

زیربنای ارتباطاتی سنگاپور که شاید در آسیا مقام دوم را داشته باشد (بعد از ژاپن) به ایجاد انگیزه برای سرمایه‌گذاری و داد و ستد کمک می‌کند. در سال‌های اخیر، تلکوم سنگاپور با پایین آوردن نرخ مخابرات راه دور، که پائین‌ترین نرخ در منطقه است، به جاذبه خدمات مخابراتی خود افزوده است. در سال ۱۹۸۵ نرخ ارتباط مستقیم بین‌المللی، مدارهای اجاره‌ای، تلکس مُدوم، بی‌سیم (pager)، خدمات اجاره خطوط تلفن و فاکس بین ادارات کاهش پیدا کرد. سال ۱۹۸۵ سال کساد و رکود بود، و درآمد خالص در مقایسه با سال قبل ۱۴ درصد کم شد. با همه این احوال، چون بیشتر ارتباط‌های بین‌المللی سنگاپور با کشورهای همسایه، مثل مالزی، اندونزی، تایلند و هند است و قابلیت اطمینان این مبادلات مخابراتی به بالا بردن سطح تکنیکی مخابرات در این کشورها نیز بستگی دارد، چشم‌اندازها چندان اطمینان‌بخش نیستند.

یکی از سؤالات مربوط به ارتباطات که از نظر سیاسی هم حساس است با سیاست دولت در زمینه رسانه‌های گروهی ارتباط دارد. اخیراً فشار برای لغو محدودیت آزادی رسانه‌های گروهی در منطقه، در فیلیپین، کره جنوبی و چین زیاد شده است. در نیمه سال ۱۹۸۷، دولت سنگاپور ۱۶ «مارکسیست» - مددکاران اجتماعی کاتولیک، حرفه‌ای‌های جوان وابسته به حزب کارگر و اعضای گروه‌های نمایشی - را با استناد به قانون امنیت داخلی دستگیر کرد. قانون مزبور که توقیف افراد به مدت ۲ سال قابل تمدید و بدون محاکمه را مجاز می‌داند، از طرف عده‌ای به عنوان حرکت حزب حاکم عمل مردم برای «از میان برداشتن هرگونه مخالفت ممکن با سلطه سیاسی این حزب» تلقی شد (فار ایسترن اکونومیک ریویو، ۴ ژوئن ۱۹۸۷، ص ۸). در سال ۱۹۸۸، دستگیری‌های مجدد، ممنوعیت سازمان‌های توده‌ای کلیسای کاتولیک و پروتستان ادامه پیدا کرد. شرایط استبدادی در کشوری که، سوای این مورد، از نظر سیاسی یکی از باثبات‌ترین جوامع جهان است، در یکی از گزارش‌های دولتی در ایالات متحده آمریکا مورد توجه قرار گرفت و بر این نکته انگشت گذاشت که روندهای سلسله مراتبی تصمیم‌گیری در سنگاپور «مانع از تبادل نظری و فکری لازم برای توسعه و تحول شالوده تحقیق و توسعه‌ای صنایع داخلی تکنولوژی اطلاعاتی می‌شود» (ایالات متحده آمریکا، ۱۹۸۷).

یکی دیگر از متغیرها در طرح تکنولوژی اطلاعاتی آتی، همکاری سرمایه و کار بومی است. دست کم پنج مسئله با این قضیه ارتباط مستقیم دارند. یکی از اینها مسئله خصوصی‌سازی است که اخیراً دولت خود را بدان متعهد کرده است. آیا مدیریت و نیروی کار معتقد است این مؤسسات خصوصی شده یا به طور کلی جامعه، قادر به تأمین

منافعی خواهند بود؟ یکی دیگر از مسایل مربوطه اقدام دولت در زمینه بالا بردن سهام شرکت‌های خارجی در

۱  
۵  
۵

مراکز دلالی و حق‌العمل کاری به بیش از ۴۹ درصد است که با مخالفت اکثریت دلالان بورس روبه‌رو شده است. این مسئله سؤال دیگری را مطرح می‌کند: آیا فعالیت‌های اقتصادی مشتریان خارجی باید مد نظر باشد یا فعالیت‌های مشتریان داخلی؟ پاسخ این سؤال خود تأثیر شدیدی بر جهت و منابع سرمایه‌ها و درآمدهای مربوط به بخش ارتباطات خواهد داشت.

مسئله سوّم، در سیاست‌های پرداختی جدید، وضعیت کارگران می‌تواند عامل تعیین‌کننده‌ای باشد. در گذشته افزایش دستمزدها همه کارگران را در بر می‌گرفت. بنا بر سیاست‌های جدید، افزایش دستمزدها بر مبنای میزان بهره‌وری و سودآوری هر شرکت خاص تعیین خواهد شد. خروج اجباری تنها نماینده حزب کارگر از پارلمان در سال ۱۹۸۶ و دستگیری سوسیالیست‌ها با استناد به قانون امنیت داخلی که به دوره قبل از استقلال تعلق داشت، جو مستبدانه‌تری ایجاد کرده است و این خود مقاومت اتحادیه‌های کارگری نسبتاً ضعیف را در برابر تغییرات، غیرممکن می‌سازد. مسئله چهارم؛ تصمیم دولت مبنی بر کاهش سهم پرداختی کارفرمایان به صندوق مرکزی وجوه احتیاطی (در حالی که سهم کارکنان و کارگران ثابت مانده است) و احتمال کاهش بعضی دیگر از مزایای رفاهی، فشار برای کاهش مشارکت کارکنان مهاجر، و افزایش دوره‌ای نرخ بیکاری (۵/۶ درصد در نیمه ۱۹۸۶)، در سال‌های آتی همچنان یکی از دل‌مشغولی‌های بخش کارگری خواهد بود. همکاری سیاسی کارگران، که به طور متوسط در مقایسه با کارگران هنگ‌کنگی، کره جنوبی و تایوانی دستمزد بالاتری دارند، در نهایت عامل مؤثری در جلب سرمایه‌گذاری‌های خارجی خواهد بود. در یک بررسی انجام شده در زمینه فعالیت‌های اقتصادی، پاسخ‌دهندگان گفته‌اند در انتخاب سنگاپور برای سرمایه‌گذاری، ثبات سیاسی و اقتصادی بیش از پایین بودن هزینه‌ها یا کیفیت کار کارکنان در تصمیم‌گیری آنها نقش داشته است (ویکراما سوری و فونگ (wickrama suriya & phuong)، ۱۹۸۵، ص ۱).

آخرین مسئله، که ارتباط مستقیم‌تری با توسعه داخلی تکنولوژی اطلاعات دارد، به مشارکت و انضباطی مربوط می‌شود که سرمایه‌داری و نیروی کار داخلی تمایل به تحقیق و توسعه و جامعه اطلاعاتی مبتنی بر خدمات باید از خود نشان بدهند. در حالی که نرخ باسوادی بزرگسالان نسبتاً بالا - ۸۶ درصد - است، آشنایی با کامپیوتر هنوز کاملاً پایین می‌باشد، اما اخیراً آموزش مقدماتی کامپیوتر در سطح مدارس آغاز شده است. با توجه به اینکه در ۱۹۸۶ دو سوم جمعیت فقط از آموزش ابتدایی برخوردار بود و ۲۲ درصد مردم اصولاً آموزش رسمی نداشتند، نمی‌توان نرخ یادگیری کامپیوتر را یک شبه بالا برد (بیزنیس آسیا، ۷ آوریل، ۱۹۸۶، ص ۱۰۹). در حال حاضر، دولت از نیروی کار می‌خواهد ساعات بیشتری کار کند، و از کارگران و سرمایه‌داران محلی انتظار دارد همچنان تسلیم قدرت سیاسی انحصاری حزب عمل مردم، از جمله مسئله جانشینی پسر لی به عنوان نخست‌وزیر باشند، چرا که آزادی سیاسی ظاهراً نتیجه و پیامد آزادی اقتصادی نیست. با افزایش قابلیت رژیم برای کنترل شهروندان که از طریق ارتباطات الکترونیکی میسر شده است، نظر محتاطانه بعضی از محققان در مورد آینده اطلاعاتی کشور قابل درک است:

شاید از نظر مقامات، جمع‌آوری و ذخیره اطلاعات خصوصی و شخصی در مورد شهروندان، برای هدفی «مشروع» و جمعی در منافع دولت، جامعه یا هر سازمانی که این مقامات نمایندگی می‌کنند، امری کاملاً طبیعی باشد (کو و همکاران، ۱۹۸۹، ص ۶۶).

یکی از مسائل مربوط به کارگران و حمایت از زندگی خصوصی افراد، نظر دولت نسبت به حق تولید مثل است. لی کوآن یو با اعمال تعبیر خود از به - نژادی، مصرّانه زنان تحصیلکرده را به ازدواج و دنیا آوردن بچه‌های بیشتر تشویق

می‌کرد، بجه‌هایی که در آینده ذخیره تکنیکی، تخصصی و مدیریتی کشور را افزایش داده و محیطی مناسب برای اداره فعالیت‌های تحقیق و توسعه‌ای ایجاد خواهند نمود. در سال ۱۹۸۲، واحد توسعه اجتماعی «قایق‌های عشق» به راه انداختن تا مجردان مرفه را به ازدواج‌های ژنتیکی درست و بالا بردن نسبت «ژن‌های برگزیده» (Disigner genes) مورد نظر لی تشویق کند - اما تاکنون هیچ‌یک از اینها موفق نبوده است.

البته سیاست کنترل موالید در مورد قشرهای فقیر و غیرچینی جمعیت قضیه کاملاً متفاوتی است. دفتر جمعیت و تنظیم خانواده سنگاپور با استفاده از رسانه‌های کاملاً کنترل شده، تخفیف در قیمت تبلیغ‌های تلویزیونی، بیانیه‌ها، تریبون‌های تلویزیونی، تبلیغات سینمایی، داستان‌های روزنامه‌ای، آگهی، سرمقاله، بروشور و جزوه، به هر ۴ زبان رسمی کشور، سعی کرده است خانواده کوچک را به عنوان یک هنجار اجتماعی جا بیندازد و مورد تحسین قرار دهد. این شیوه‌ها سبب شده است تا نرخ رشد جمعیت در سال ۱۹۸۰ تا ۲/۱ درصد کاهش یابد. در هر حال روشن نیست چه مقدار از این کاهش نتیجه تشویق‌های به عمل آمده از جانب رسانه‌های گروهی است. بنا به یکی از مطالعات انجام شده، دولت مجازات‌های سختی برای خانواده‌های دارای بیش از دو فرزند قائل شده است: کاهش مزایای رفاه اجتماعی، افزایش هزینه زایمان، حذف شدن از لیست متقاضیان مسکن و مدرسه، و در مورد بیگانه، عقیم شدن اجباری (کوا، ۱۹۸۳ ص ۲۱۱ - ۱۲). به دلایلی که کاملاً روشن نیست، لی ناگهان عقاید دیرینه خود را در مورد کنترل جمعیت کنار گذاشت و اخیراً، شاید در نتیجه کم شدن نیروی کار بومی سنگاپور، موضع مثبت‌تری نسبت به زاد و ولد اتخاذ کرده است.

### سنگاپور در آستانه سال ۲۰۰۰

پیش‌بینی می‌شود در سراسر دهه ۱۹۹۰ سیاست‌های دولت، به رغم چالش‌ها و جابه‌جایی‌های شدید سیاسی و اقتصادی، سنگاپور را به یک جامعه الکترونیکی - مخابراتی تبدیل کند، جامعه‌ای با شبکه‌های تارهای نوری کاملاً بهم پیوسته، صنایع نرم‌افزاری بومی، زیربنای اتوماسیون اداری پیشرفته در بخش خصوصی و عمومی، مرکزی برای فرآورده‌های ارتباطی جدید، یک مرکز منطقه‌ای و جهانی برای بانک‌های اطلاعاتی، مبادلات به هم پیوسته وثیقه‌ها و امور مالی و سایر خدمات اطلاعاتی، و خلاصه، یک مرکز اصلی تحقیق و توسعه برای آزمایش‌های میدانی تجهیزات و خدمات جدید.

این سناریو به توسعه سالم صنایع اطلاعاتی در کشورهای بزرگ عضو سازمان توسعه و همکاری اروپا و ثبات اقتصادی و سیاسی نسبی منطقه آسیای جنوب شرقی بستگی دارد، و نیز مستلزم آنست که ایالات متحده آمریکا و ژاپن علیه سنگاپور و همسایگانش سیاست‌های حمایتی تبعیضی اتخاذ نکنند. به علاوه، چنین سیاست‌هایی بنا را بر آن می‌گذارد که نیروی کار فنی و مدیریتی سنگاپور به جای انتخاب یک سبک زندگی سطح بالا - که امر غیرمنتظره‌ای نیست - دستمزدهای پایین و سایر مقررات سخت را بپذیرند کمربندها را سفت کنند، و به خاطر ادغام شدن در اقتصاد جهانی و اقتصاد رقباشان در جهان اول - مثل بعضی از سنگاپوری‌ها - طالب مناطق سرسبز آمریکای شمالی، استرالیا و سایر نقاط جهان نباشند. به علاوه، با توجه به اینکه هنگ‌کنگ در سال ۱۹۷۷، و شاید نهایتاً تایوان هم، ضمیمه سرزمین اصلی چین می‌شوند، احتمال دارد انتظارات سنگاپور در زمینه صدور تکنولوژی به جمهوری خلق چین تحت الشعاع مصالحه‌ای قرار گیرد که پکن (Beijing) باید به آن تن در دهد، یعنی با عناصر تجاری و اداری تاپیه و سایر مستعمرات سابق امپراتوری چین مصالحه کند.



به نظر برنامه‌ریزان دولتی، سنگاپور امکانات ویژه‌ای برای کسب یک نقش تخصصی در اقتصاد جهانی دارد. نیروی کار بسیار متخصص و آموزش دیده‌ای دارد، سطح بهره‌وری بسیار بالاست، پیشینه‌ای از مناسبات باثبات کار - سرمایه دارد، موارد رشوه و فساد اداری و تجاری بسیار نادرست است، محیط شهری آن در نتیجه فشارهای شدید جمعیتی یا جغرافیایی محدود نیست، یک استراتژی اقتصادی منسجم دارد و ظاهراً نظام سیاسی‌اش از دیدگاه اکثریت رأی‌دهندگان مشروع است. به علاوه، زیربنای ارتباطاتی سنگاپور از نظر تکنیکی «پیشرفته» است و با طرح شبکه دیجیتالی خدمات به هم پیوسته که به منظور تدارک و ایجاد یک نظام چند کاره و ارزش افزوده خدمات اطلاعاتی طراحی شده است، این کشور جزیره‌ای به یک مرکز طبیعی منطقه برای مصرف‌کنندگان فراملی تبدیل می‌شود. آینده سایر «بیرهای» منطقه هنوز این قدر مطمئن نیست یکی از عواملی که به هیچ وجه قابل پیش‌بینی نیست، سطح فعلی ناآرامی‌های دانشجویی و کارگری در تایوان و کره جنوبی است که شاید در دهه آینده سبب بروز شکلی از دگرگونی سیاسی شود و وضعیت فعلی مناسبات تولید شرکت‌های فراملی را در هم ریزد.

چشم‌اندازهای سایر کشورهای جهان سومی که از الگوی زیربنای ارتباطاتی سنگاپور یا سایر دستاوردهای اقتصادی چشمگیر این کشور تبعیت می‌کنند، به این اندازه امیدوارکننده نیست. شواهد موجود حاکی از آن نیست که شرکت‌های فراملی مایل یا قادر به گسترش حجم سرمایه‌گذاری‌های خود باشند یا بر تعداد مناطق فعالیت خود - حدود ۲۰ کشور در حال حاضر - بیفزایند. یک رکود بین‌المللی بزرگ حجم واردات کشورهای جهان اول را پایین خواهد آورد، حتی بدون رکود، با توجه به فرصت‌های بالقوه سرمایه‌گذاری در اروپای شرقی، شاید کشورهای عضو سازمان همکاری و توسعه اروپا سرمایه‌های خود را از جهان سوم به این منطقه منتقل کنند. همین‌طور، امر تأمین و تغذیه جمعیت در حد خدمات اجتماعی اساسی، در واقع سبب کاهش سطح سرمایه‌گذاری بیشتر کشورهای جهان سوم و از جمله کشورهای تازه صنعتی شده‌ای مثل مالزی، تایلند، فیلیپین، برزیل و مصر، در ارتباطات دور شده است.

### تکنولوژی ارتباطی بیشتر، ارتباطات کمتر؟

سرانجام، باید پیامدها و اثرات زیربنای ارتباطاتی جدید را در حکومت‌های استبدادی و سرکوبگرانه‌ای مثل سنگاپور مورد بررسی قرار دهیم. آیا این تکنولوژی‌ها و فرایندهای ارتباطی جدید در شکل و محتوای فعلی خود، از دیدگاه انسان‌گرایانه، مطلوبند؟ آیا تکنولوژی‌های ارتباطی جدید، از نظر تکنولوژیکی و ایدئولوژیکی به عنوان ابزاری جهت تقویت گروه کوچکی از نخبگان مورد استفاده قرار می‌گیرد، گروه معدود و بی‌رحمی که قبل از هر چیز متعهد به حفظ منافع و قدرت می‌باشد؟ آیا فراهم شدن امکان دسترسی عامه به وسایل ارتباطی جدید مثل کانال‌های سخن‌پراکنی جدید، و اقعاً زندگی افراد را بهبود می‌بخشد یا صرفاً نوع جدیدی از «افیون توده‌ها» در شکل «تفریح» و «رفاه» خلق می‌کند که در بلند مدت مقاومت اجتماعی، فرهنگی و فکری نسبت به حکومت سیطره‌جو را تضعیف می‌نماید؟

شواهد اخیر، مربوط به کره جنوبی، تایوان، سنگاپور و سایر نقاط حاکی از آن است که بهبود جنبه‌های فیزیکی و مادی زندگی سبب افزایش تقاضاهای مردم برای مشارکت - در محل کار، تربیون‌های مختلف سیاسی و به طور کلی مناسبات عمومی - خواهد شد. در اواخر دهه ۱۹۸۰، نخبگان قدرت در اتحاد شوروی و اروپای سوسیالیستی با تقاضاهای تندی از این نوع روبه‌رو شدند که پیامدهای آن هنوز کاملاً روشن نیست، عده‌ای می‌ترسند دور جدیدی از «بالکانی شدن» اروپا شروع شود و. عده‌ای دیگر این را نتیجه گریزناپذیر بهبود شرایط مادی می‌دانند. می‌توان پیش‌بینی کرد سنگاپور با بالاترین درآمد سرانه در میان کشورهای جهان سومی که تولید نفت ندارند، شکلی از این

«گلاسنوست آ» (فضای باز سیاسی) را تجربه کند، اما به نظر نمی‌رسد دولت. لی از چنین گرایشی استقبال نماید. تعدادی از منابع معتبر بین‌المللی، از جمله کمیسیون بین‌المللی حقوقدانان، وجود روزافزون الگوهای سرکوب سیاسی و شکنجه زندانیان سیاسی در این کشور را گزارش کرده‌اند، و سازمان عفو بین‌المللی از «برخوردهای شدیداً بی‌رحمانه، تحقیرآمیز و غیرانسانی» با زندانیان سیاسی اطلاع یافته و از مقام‌های سنگاپوری خواسته است «میثاق بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی» را امضا کند و آن را محترم شمارد (فار ایسترن اکونومیک ریویو، ۱۹ نوامبر ۱۹۸۷، ص ۲۴). آسیا واچ (۱۹۸۹)، یک سازمان خبری مستقر در واشنگتن دی. سی. به این نتیجه رسیده که در سنگاپور مجموعه قوانینی وجود دارد که برای «زندانی کردن سردبیران، ناشران و روزنامه‌نگاران، و توقیف نشریاتی که از سیاست دولت انتقاد می‌کنند» استفاده می‌شود (ص ۵۹).

کنترل لی بر سیاست و رسانه‌ها در خلال تمامی دوران پس از استعمار، او را در کنار سایر فرمانروایان مستبد (پارک، موبوتو، چیانگ، مارکوس، سوهارتو و ...) یعنی کسانی قرار می‌دهد که نمی‌خواهند حتی ذره‌ای از قدرت شخصی خود را از دست بدهند. رسانه‌های گروهی، زیر سلطه انحصاری مطبوعاتی استرتیز تایمز و بنگاه سخن پراکنی دولتی سنگاپور، کاملاً و بدون هیچ‌گونه انتقادی توجیه‌های رسمی («توطئه‌های مارکسیستی») برای سرکوب سیاسی را مورد حمایت قرار داده‌اند. گرچه در پایان سال ۱۹۸۷، تعداد ۲۱ زندانی سیاسی آزاد شدند، در ۱۹۸۸، پس از آنکه ۹ نفر آنها نامه سرگشاده‌ای در مورد اعمال شکنجه بدنی و روانی نسبت به زندانیان سیاسی منتشر کردند، ۱۱ نفر دستگیر شدند. رژیم لی در یک محاکمه نمایشی شبیه محاکمات استالین در دهه ۱۹۳۰، نسخه‌های به دقت تدوین شده «اعترافات» زندانیان سیاسی را از تلویزیون پخش کرد. بستگان و وکلای زندانیان سیاسی گفته‌اند مکالمات و نامه‌های پستی آنها کنترل می‌شود و به طور مرتب تحت نظر هستند (عفو بین‌المللی، ۱۹۸۷، ص ۱۳-۱۲). حتی یک انتقاد نسبتاً ملایم از سوی مطبوعات محافظه‌کار شرکت‌های خارجی، عملاً سبب ممنوعیت آنها با استناد به قوانین مطبوعاتی جدید می‌شود، قوانین ارتجاعی‌ای که برای جلوگیری از «مداخله در سیاست داخلی» قدرت نامحدودی به دولت می‌دهد.

سرکوب جنبش اتحادیه‌های کارگری چپ در دهه ۱۹۶۰ سبب تحکیم سلطه بلا منازع لی بر حزب عمل مردم شد. اما در سال‌های اخیر جبهه مخالف سیاسی بیشتر از بین طبقات حرفه‌ای و کلیسا بوده است. فرانسیس سه‌نول Francis seow، رئیس انجمن حقوق سنگاپور و معاون سابق دادستانی، به خاطر انتقاد از قوانینی که سبب کنترل دولت بر مطبوعات می‌شد، از سمت دولتی خود برکنار شد. در ژانویه ۱۹۸۸، دولت، دفاتر منطقه‌ای یکی از تشکیلات بین‌المللی وحدت کلیسایی، کنفرانس مسیحیت آسیا، را به خاطر حمایت از «جنبش‌های آزادی‌بخش» تعطیل کرد و پنج تن از کارکنان خارجی آن را اخراج نمود (بوستون گلوب Boston Globe، ۹ ژانویه، ۱۹۸۸، فار ایسترن اکونومیک ریویو، ۱۴ ژانویه ۱۹۸۸، ص ۲۲).

مدتی بعد (ماه مه ۱۹۸۸) سه‌نو با استناد به قانون بازداشت ISA و به اتهام ملاقات با مقامات سفارت آمریکا دستگیر شد. گفته می‌شد مقامات آمریکایی او را تشویق کرده‌اند تا به مخالفان سیاسی پیوسته و به نفع دستگیرشدگان فعالانه دست به اقدامات حقوقی و قانونی بزنند (بوستون گلوب، ۸ مه ۱۹۸۸). گرچه در انتخابات ۱۹۸۴ و ۱۹۸۸ نزدیک به ۴۰ درصد رأی‌دهندگان علیه حزب حاکم رأی دادند، از ۷۸ نماینده پارلمان فقط یکی از جناح مخالف است



(دو نفر بودند که آن یکی کرسی خود را از دست داده است). در همین اواخر، دولت با ممنوع کردن آموزش مذهبی داوطلبانه در نظام آموزشی و درگیر شدن کلیسا در فرایندهای سیاسی دولتی، حمله خود را متوجه کلیسای رومن کاتولیک نیز کرده است (فار ایسترن اکونومیک ریویو، ۱۹ اکتبر ۱۹۸۹، ص ۱۳).

واکنش عمدتاً نمادین لی علیه رسانه‌های خارجی، در متن یک واحد سیاسی و اقتصادی کوچک فراملیتی شده اما آسیب‌پذیر، قابل درک است. بحران‌های اقتصادی ۸۶-۱۹۸۵، عدم اطمینان نسبت به مهم‌ترین طرف‌های تجاری، ایالات متحده آمریکا، کاهش چشم‌گیر محبوبیت حزب عمل مردم، و رشد تقاضاهای لیبرال دمکراتیک در سنگاپور (و به طور کلی در منطقه)، هماهنگ با رشد وضعیت مادی این کشور، سبب بروز تعارض عمیق منافع اقتصادهای مرکز و پیرامون شده است. در سال ۱۹۸۷ سنگاپور با قبول توافق‌نامه دو جانبه‌ای در زمینه حق انحصاری (کپی رایت) و جلوگیری از دزدی ایده‌ها (کتب، نوارهای ویدئویی و برنامه‌های کامپیوتری) و معافیت مالیاتی ۹۵ درصد از کالاهای آمریکایی وارداتی (قبل از لغو نظام تعمیم یافته اولویت‌ها، تنها ۳۰ درصد کالاهای سنگاپوری از این مزیت برخوردار بودند)، به دولت آمریکا امتیازهایی داد.

این امتیازها به منظور حمایت از نقش سنگاپور به عنوان یکی از صادرکنندگان بزرگ و یکی از اقتصادهای خدمات - سوبه (serice-oriented) منطقه‌ای در جهان سرمایه‌داری صنعتی داده شد. اقدام ایالات متحده آمریکا در سال ۱۹۸۸ در زمینه لغو امتیاز نظام تعمیم یافته اولویت‌ها برای کشورهای تازه صنعتی شده آسیایی، که به منظور تعدیل هزینه‌های سنگین و کسری تراز پرداخت‌های این ابرقدرت به هزینه آسیب‌پذیرترین متحدانش صورت گرفت، یک تهدید جدی علیه هدف‌های توسعه‌ای بلند مدت سنگاپور تلقی شد. به علاوه، رژیم لی که از طرف بلوک قدرت ضد چینی (UMNO) مالزی در ۱۹۶۵ طرد شده بود و از اقدامات دولت آمریکا برای «مقابله به مثل» تجاری بیشتر می‌ترسید، موضع سخت‌تری نسبت به اصلاحات دمکراتیک اتخاذ کرده و سعی دارد «تصویر» ناسیونالیستی خود را در داخل کشور تقویت کند. در اوایل ۱۹۸۸، حزب عمل مردم حتی بر سر لغو امتیازهای نظام تعمیم یافته اولویت‌ها یک تظاهرات خیابانی ضد آمریکایی به راه انداخت، پدیده‌ای که به ندرت آن هم علیه قوی‌ترین متحد در سنگاپور به وقوع می‌پیوندد. تظاهرات، آشکارا اقدامی برای تقویت ویژگی‌های «ناسیونالیستی» لی و جانشین‌های بالقوه او، از جمله پسرش لی هین لونگ بود.

### پیامدهای «جامعه اطلاعاتی»

کشورهای تازه صنعتی شده آسیا با عرضه اجزاء الکترونیکی کامپیوتر، تلویزیون و ویدئو، تجهیزات تلفن، خدمات مالی و اطلاعاتی و سایر لوازم ارتباطی - اطلاعاتی به بخش جدایی‌ناپذیری از «جامعه اطلاعاتی» جهان تبدیل شده‌اند. در عین حال نوعاً شرایط کار سرکوبگرانه و کنترل سیاسی، جزیی از بافت اجتماعی داخلی بوده است، وضعیتی که عده‌ای آن را برای تأمین رضایت خاطر طرف‌های تجاری خود ضروری می‌بینند. در هر حال، جو سیاسی تازه‌ای در آسیا پدید آمده است و تقاضا برای مشارکت دمکراتیک و شرایط بهتر کار احتمالاً موقعیت ممتاز شرکت‌های فراملی را تضعیف خواهد نمود، شرکت‌هایی که اساساً مسئول طراحی نظام جهانی ارتباطی - اطلاعاتی اقتصاد - امنیت - سوبه هستند. تحلیل عمیق‌تری از مقتضیات اجتماعی زیربنایی این نظام نشان می‌دهد که آینده‌گرایی جبرگرایان تکنولوژیکی اجتناب‌ناپذیر نیست و بر قضایای غلط و اقتصادگرایی سیاست‌زدایی شده‌ای متکی است که نسبت به جریان‌های اجتماعی در حال پیدایش بی‌تفاوت می‌باشد. سنگاپور به عنوان یک کشور جهان سومی، به طور قطع در دهه‌های اخیر



پیشرفت‌های مادی قابل ملاحظه‌ای داشته است که بخش اعظم آن نتیجه مدیریت شدیداً مداخله‌گرایانه دولت و کنترل رسمی است نه «تجارت آزاد». اما با توجه به مسئله آزادی‌های فردی و حق تعیین سرنوشت، باید پرسید به چه بهایی؟ شواهد تاریخی در کشورهای پیرامونی، (مثل آرژانتین، برزیل، مکزیک، کره جنوبی، تایوان و سنگاپور) نشان می‌دهد صرف «موفقیت» مادی کشورهای تازه صنعتی شده، سبب بروز خصومت نسبت به شرایط سیاسی‌ای شده است که خود دلیل توسعه آنها بوده‌اند. انحصار اطلاعاتی دولت لی کوان یو و حساسیت بیش از اندازه‌اش نسبت به انتقاد، با یک «جامعه اطلاعاتی» که می‌باید بر اساس نظام ارتباطاتی متکی بر «معماری باز» بنا شود، مغایرت دارد. حملات همه جانبه به فعالان اجتماعی و رسانه‌های گروهی نشانه آن است که لی و حزب عمل مردم از پیامدهای موج مطالبات ضد استبدادی وحشت دارند و می‌ترسند تغییراتی نظیر آن چه که سبب سرنگونی دولت‌های مارکوس و چان شد و قدرت دنگ شیائوپینگ در چین را مورد تهدید قرار داد، دامن سنگاپور را هم بگیرد. در حال حاضر، سرکوب سیاسی را با نرخ‌های بالای رشد اقتصادی توجیه می‌کنند. از طرف دیگر، رکود اقتصادی این جزیره پیرامونی بسیار آسیب‌پذیر و از نظر ساختاری وابسته به سرمایه‌داری جهانی که در نتیجه رکود و کساد موجود در غرب پدید آمد، احتمالاً فشارهایی برای اصلاحات اجتماعی، و نیز مقاومت محافظه‌کارانه ایجاد خواهد کرد. در این مرحله، مبارزه برای کنترل زیربنای ارتباطاتی ماهیت جدیدی پیدا خواهد کرد.

فضای دموکراتیک محدودی که در حال حاضر در فیلیپین و کره جنوبی ایجاد شده به احساسات ضد مداخله‌گری و افزایش مطالبات کارگری در این کشورها دامن زده است. آزادی سیاسی در سنگاپور، هم می‌تواند محرک چنان احساسات و مطالباتی شود. طیف سیاسی متنوع‌تر نهایتاً به یک سیاست خارجی مبنی بر عدم تعهد و ضد سلاح‌های هسته‌ای در سنگاپور خواهد انجامید که بی‌شبهت به سیاست خارجی کشورهای ساحلی و قاره‌ای کناره اقیانوس نخواهد بود. در کنار این سیاست خارجی، اصلاحات زبانی مورد تقاضای گروه‌های متنوع قومی جزایر، نزدیکی بیشتر با چین و شوروی، مطالبات کارگری زیادتر و نمایندگی کردن هر چه بیشتر گروه‌های سوسیال دموکرات و متمایل به سوسیالیسم به پیش خواهد رفت. از زمان جنگ جهانی دوم به این طرف، در عمق سیاست کشورهای شمال شرقی و جنوب شرقی آسیا چنین جریان‌هایی وجود داشته و تنها با مداخله نظامی بریتانیا - ایالات متحده آمریکا و مداخله‌های پنهان از رو آمدن این جریان‌ها جلوگیری به عمل آمده است. تنها یک رکود اقتصادی در ایالات متحده آمریکا در دهه ۱۹۹۰ می‌تواند این کشور را به خود مشغول نماید، کاری که در دهه ۱۹۳۰ نیز صورت گرفت، و در نتیجه در کشورهای دست‌نشانده جهان سوم جنبش‌های استقلال‌طلبانه قوت گرفت.

گسستگی در بنیادهای سیاسی و اقتصادی تقسیم بین‌المللی کار موجب می‌شود تا پیش‌بینی‌های جبرگرایان تکنولوژیکی تا حد قابل ملاحظه‌ای زیر سؤال برود. فرض‌های مربوط به «جامعه اطلاعاتی» و ظرفیت جهانی در حمایت از چنان جامعه‌ای، بیش از آن پیچیده‌اند، که بتوان دقیقاً مسائل را پیش‌بینی کرد. در همان حال که سنخ جدیدی از روینای ارتباطی - اطلاعاتی در شرف شکل‌گیری است، صورت، شکل و عناصر پیشرو مشارکت‌کننده در آن، می‌توانند چیزی کاملاً متفاوت از دیدگاه‌های جدیدی باشند که جریان اصلی آینده‌شناسان در بحث‌های غیرتاریخی و غیرسیاسی خود مطرح می‌سازند.



۱. بالکانی کردن. یعنی تقسیم کردن یک منطقه به کشورهای کوچک و قابل کنترل این واژه با اشاره به تقسیم بالکان به تعداد زیادی ممالک کوچک توسط ابرقدرت‌های اوایل سده بیستم به عالم سیاست راه یافته است. پیش‌بینی نویسنده در مورد یوگسلاوی و تقسیم آن به چند کشور کوچک به تحقق پیوسته است.
۲. اصطلاحی که گورباچف آخرین رهبر شوروی برای آزادی‌های سیاسی در کشور به کار می‌گرفت.

## منابع

- Amnesty International. (1987). Singapore: Detentions without trial under the Internal Security Act. New York: Author.
- AT&T Long Lines. (1983). The world's telephones. Morris Plains, NJ: Author.
- Asia Watch. (1989). Silencing all critics: Human rights violations in Singapore. Washington, DC: Author.
- Boorstin, D.J. (1978). The republic of technology. New York: Harper & Row.
- Crawford, M. (1984). Information technology and industrialization policy in the Third World: A case study of Singapore, Malaysia and Indonesia. Cambridge, MA: Harvard University, Program on Information Resources Policy.
- Hamilton, C. (1987, October). Can the rest of Asia emulate the NICs? Third World Quarterly, PP. 1224-1256.
- International Telecommunications Union. (1986). Yearbook of common carrier telecommuni. Cation statistics, 1975-1984. Geneva: Author.
- Kuo, E. C. Y. (1983). Communication policy and national development. In P.S.J. Chen (Ed.), Singapore development policies and trends (PP. 268-281). New York: Oxford University Press.
- Kuo, E. C. Y., & Chen, P. S. J. (1983). Communication policy and planning in Singapore. Boston: Kegan Paul International.
- Kuo, E. C. Y., Low, L., & Toh, M.-H. (1989, Spring). The Singapore telecommunications sector and issues affecting its competitive position in the Pacific region. Columbia Journal of world business, PP. 59-71.
- Langdale, J. (1984). Computerization in Singapore and Australia. Information Society, 3(2).
- Lim, L. Y. C. (1983, June). Singapore's success: The myth of the free market. Asian Survey, PP. 752-764.
- Pearson, H. F. (1961). Singapore: A popular history, 1819-1960. Singapore: Eastem Universi-ties.
- Quah, J. S. T. (1983). Public bureaucracy, social change and national development. In P. S. J. Chen (Ed.), Singapore: Development policies and trends (PP. 197-223). New York: Oxford University Press.
- Quarterly economic review of Singapore. (1987). London: The Economist.
- Rott, G. (1985). Market profile of telecommunications equipment in Singapore. Washington, DC: U.S. Department of Commerce.
- Singapore Economic Development Board. (1985, April). Singapore investment news. Singapore: Author.
- Singapore Economic Development Board. (1987, February). Singapore investment news. Sin-gapore: Author.
- Singapore Ministry of Trade and Industry. (1986). The Singapore economy: New directions. Singapore: Author.

- Singapore Ministry of Communications and Information. (1986a).  
Singapore facts and pictures 1986. Singapore: Author.
- Singapore Ministry of Communications and Information. (1986b).  
Singapore 1986. Singapore: Author.
- Sussman, G. (1990). Communication systems for an information age:  
Singapore. In U.S. Congress, Communication system for an information  
age assessment. Washington, DC: Office of Technology Assessment.
- Telecommunications Authority of Singapore. (1986). Telecoms annual  
report 1985/86. Singapore: Author.
- Toffler, A. (1980). The third wave. New York: William Morrow.
- UNESCO. (1985) Statistical yearbook 1985. Paris: Author.
- United Nations Centre on Transnational Corporations. (1983). Salient  
features and trends in foreign direct investment. New York: Author.
- United States. (1987, February). Telegram no. 027215 DC0264, U.S.  
Department of Commerce, Washington, DC.
- U.S. Department of Commerce (1987). U.S. direct investments abroad.  
Washington, DC: Bureau of Economic Analysis.
- U.S. National Telecommunication and Information Administration.  
(1983). Telecommunication policies in seventeen countries: Prospects  
for future competitive access. Washington, DC: Author.
- Wallerstein, I. (1984). The politics of the world-economy. London:  
Cambridge University Press.
- Wickramasuriya, R. S., & Phuong, T. H. (1985). The Singapore  
Manufacturing Futures Survey-1985: Preliminary report (Part 2).  
Singapore, School of Management.



تهران: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، پلاک ۱۳، صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۶۵۹۷

