سیاست خارجی واشنگتن دشمن تجارت آمریکا

چشم انداز

از مائو تا بوش

نوشته: ماریو دی کوئیرز

ترجمه: آرمن نرسسیان

«ژوزه ماتئوئل دورائو باروسو» رهبر دانشجویی پرشور ماتئوئیست در دانشگاه «لیسبون» هیچگاه طی آن سال های پرآشوب انقلاب پرتغال فکرنمی کرد که سه دهه بعد، رئیس کمیسیون اروپا می شود، که احزاب محافظه کار در آن غالب هستند.

تاریخ سیاسی این رهبر محافظه کار پرتغالی که هم اکنون ۴۸ سال دارد، از «انقلاب صوری» نظامیان چپ گرا در سال ۱۹۷۴ شروع شد. او رهبر دانشجویی جنبش برای نوسازی حزب پرولتاریایی کمونیست «لنینیست مارکسیست» پرتغال بود. این نامی طولانی برای یک سازمان تحت تأثیر اندیشه های مائو بود که در آن سال ها، سایر احزاب و گروههای چپ را تجدیدنظر طلب می دانست و به آنها لقب فاشیست های اجتماعی و خائن های امپریالیست می داد.

البته در بیوگرافی رسمی مردی که نخست وزیر پرتغال هم شد، این دوره از زندگی انقلابی او به کل حذف شده است.

در کتاب بیوگرافی اوپس از یک مقدمه کوتاه آمده است که فعالیت سیاسی او در سنین جوانی شروع شد و به این ترتیب، ۶ سال از زندگی سیاسی وی از این متن رسمی حذف شده است.

گذر سیاسی طولانی مدت باروسو که با خواندن یک کتاب کوچک سرخ در حین انقلاب فرهنگی مائو در چین صورت گرفت، به نشستی درماه مارس ۲۰۰۳ منتهی شد. جایی که در آن، ایالات متحده علیه رژیم صدام حسین در عراق اعلان جنگ کرد. دراین نشست، باروسو به تونی بلر نخست وزیر انگلیس و «خوزه ماریا آسنار» نخست وزیر سابق اسپانیا پیوست که می گفتند دوستان اروپایی بوش از حمله به عراق و اشغال آن حمایت می کنند.

اما باروسو در عکس های خانوادگی این نشست حضور پیدانکرد و به گفته مخالفان سیاسی اش، تنها صرفاً نقش پشتخدمتی را برای رهبران قدرتمند ایفاکرد.

برای انتخاب باروسو به ریاست کمیسیون اروپا، تنها عضویت او در حزب مردم اروپا (EPP) مهم نبود، مسأله مهم روابط دوستانه او با آمریکا، در زمانی است که این اتحادیه می کوشد روابط خود را با آمریکا بازسازی کند.

پرتغال یکی از متحدان همیشگی و قابل اعتماد آمریکا در اتحادیه اروپا است.

دیگر متحدین فعلی آمریکا دراین اتحادیه بریتانیا، دانمارک، ایتالیا و هلند هستند. باروسو به عنوان نخست وزیر در حالی میزبان بوش و سایر متحدان آمریکا برای جنگ علیه عراق شده بود که ۸۷ درصد از پرتغالی ها با جنگ آمریکا علیه عراق مخالف بودند. سایر اعضای اتحادیه اروپا آن زمان به رهبری فرانسه و آلمان با همراهی اتریش، بلژیک، فنلاند، یونان، ایرلند، لوکزامبورگ و سوئد با اقدام نظامی آمریکا بدون مجوز سازمان ملل متحد مخالفت کردند.

در هنگام اعلان جنگ عراق نقش باروسو به گفته تحلیل گران سیاسی فراتر از یک میزبان بود. نگرانی و حساسیت پرتغال این بود که از این اعلان و بیانیه به عنوان نمادی از خصومت با سایر کشورهای اروپایی جلوگیری کند.

از زمان پیوستن او به حزب محافظه کار سوسیال دموکرات در سال ۱۹۸۰ تا امسال، وی تجربیات بین المللی منحصر به فردی را کسب کرده است.

از سال ۱۹۸۷ تا ۱۹۹۲ قائم مقام وزیر روابط خارجی شد و توانست به جنگ داخلی آنگولا پایان دهد. در سال ۱۹۹۲ آنیبال کاواسو بیلوانخست وزیر وقت پرتغال او را وزیر امور خارجه خود کرد و او تا سال ۱۹۹۵ زمانی که حزبش از سوسیالیست ها شکست خورد، این سمت را در اختیار داشت. باروسو در سال ۱۹۹۹ هنگامی که رئیس حزب سوسیال دموکرات شد، مجدداً وارد عرصه سیاسی شد و در انتخابات ۲۰۰۲ به پیروزی رسید، اما وی برای ورود به کاخ سائوبنتو نیاز به ائتلاف داشت و از همین رو با حزب سوسیال دموکرات میانه (با رویکرد ملی گرایانه) شریک شد و رهبر آن پائولو پورتاس را وزیر دفاع دولت خود کرد.

واکنش رسانه های عمده اروپایی در قبال انتخاب باروسو مثبت بوده است و تنها روزنامه لوموند خاطرنشان کرد که باروسو، سومین گزینه برای ریاست کمیسیون اروپا بود.

دو گزینه ای که انتخاب آنها قطعی تر به نظر می رسید کریس پتن و گای فرهونشتات بودند که با مخالفت پاریس و برلین و رم و لندن مواجه شدند.

تایج همه پرسی اخیر «گلوبال مارکت اینسایت» (جی ام آی)، مرکز مستقل پژوهشی بازار واقع در دیسانل، نشان داده است که علاوه بر هزینه های سنگین جنگ عراق، سیاستهای خارجی دولت «جورج بوش» برای شرکتهای آمریکایی خارج از این کشور گران تمام خواهد شد.

نشانهای تجاری آمریکایی مثل «مارلبورو»، «آمریکن آنلاین» (AOL)، «مک دونالد»، «آمریکن ایرلاینز» و خصوصاً «اکسون موبیل» در معرض خطر قرار دارند. «جی ام آی» این همه پرسی را در بین هشت کشور و با هشت هزار مصرف کننده در ماه دسامبر انجام داد. یک سوم مصرف کنندگان کانادایی، چینی، فرانسوی، آلمانی، ژاپنی، روسی و انگلیسی می گویند که سیاستهای خارجی آمریکا، خصوصاً «مقابله با تروریسم» و اشغال عراق، در نگرش آنها نسبت به این کشور بسیار تعیین کننده بوده است.

۲۰ درصد از پاسخ دهندگان اروپایی و آمریکایی می گویند که برای مخالفت با سیاستهای واشنگتن از خرید محصولات این کشور خودداری می کنند. این یافته ها در راستای همه پرسی مشابه جی ام آی در سه هفته پیش از انتخابات ماه نوامبر در آمریکا بودند.

دکتر «میچل اگرز» مسؤول ارشد اجرایی جی ام آی می گوید: «متأسفانه سیاست خارجی جاری آمریکا از دیدگاه مصرف کنندگان جهانی منفی است، برخی نشانهای تجاری به شدت تداعی کننده کشور تولید کننده شان هستند. این محصولات نماینده نوع زندگی، خلاقیت، قدرت، رهبری، وسیاستهای خارجی آمریکا هستند.»

امپراتوری، دشمن تجارت

موضوع تأثیر سیاست خارجی بوش بر فروش شرکتهای آمریکایی خارج از کشور، بحث داغ شرکتهای تبلیغاتی، روابط عمومی و خود این شرکتهاست. ماه گذشته، «کوین رابرتز» مدیر عامل غول تبلیغاتی «ساچی اندساچی» در گفت وگو با تایمز مالی گفت که عقیده دارد مصرف کنندگان اروپایی و آسیایی هر روز مقاومت بیشتری نسبت به نشانه های تجاری آمریکا پیدا می کند.

«سایمون آنهولت» نویسنده «برندآمریکا» نیز پیش بینی می کند که سیاستهای خارجی واشنگتن باعث عقب نشینی مصرف کنندگان محصولات این کشور شود. او اخیراً در گفت وگو بانشریه تجاری انگلیسی «مارکتینگ ویک» گفت که اگر سیاستهای خارجی بوش چهار سال دیگر ادامه پیدا کند، نتایج زیانباری برای سهام بین المللی شرکتهای خارجی به بار خواهد آورد. او افزود: «تا به حال، اعتراضات غیر رسمی مختلفی علیه محصولات آمریکایی انجام شده است که اغلب سیاسی بوده اند. اما قضیه، دیگر به تدریج، حالت جدی تری پیدا کرده است. برای مثال، تعدادی از رستورانهای آلمانی از پذیرفتن کارت اعتباری آمریکن اکسپرس خودداری می کنند.»

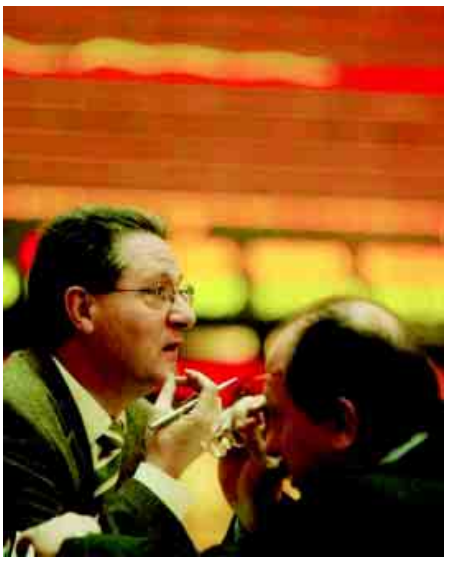
تحلیل گران دیگر به این استدلال به دید دیگری می نگرند و عقیده دارند که کاهش فروش محصولاتی مثل مک دونالد، کوکاکولا و مارلبورو در فرانسه و آلمان بیشتر مربوط به عوامل دیگری مثل ضعف اقتصاد دو کشور و یا شکست شرکتها در تطبیق سریع خود با سلیقه مصرف کنندگان است.

اما همه پرسی اخیر وهمه پرسی ماه گذشته نشان می دهند که عدم محبوبیت سیاستهای خارجی آمریکا احتمالاً نقش مؤثری در اوضاع شرکتهای آمریکایی فعال در خارج دارد.

«آلیسون استوارت آلن» یکی از نویسندگان «کارکردن با آمریکایی ها» که در سال ۲۰۰۲ منتشر شد، می نویسد: «شرکتهای آمریکایی همواره منهم به لجاجت و غرور می شوند، چرا که اصرار دارند حتی در بازارهای بین المللی، شیوه آمریکایی خود را در پیش گیرند.»

او می نویسد: هر چه شرکتهای آمریکایی از هویت ملی خود فاصله می گیرند، در بازارهای بین المللی بیشتر دوام می آورند. شرکتهای آمریکایی خارج از کشور باید بیشتر روی افزایش اعتبار و تطبیق محصولاتشان با سلیقه مصرف کنندگان تمرکز کنند تا بتوانند در بازار رقابت دهکده جهانی دوام بیاورند.»

خانم استوارت آلن می نویسد: «هرچقدر این شرکتها به مصرف کنندگانشان نزدیکتر شوند، شانس برنده شدنشان بیشتر است.»



در این پژوهش، از ۴۰ شرکت آمریکایی نام برده شد و از مصرف کنندگانی که می گفتند از خرید کالاهای آمریکایی اجتناب می کنند، خواسته شد که این شرکتها را براساس شدت «آمریکایی» بودنشان طبقه بندی کنند و بگویند که آیا عمداً از این شرکت ها خرید نمی کنند.

در این همه پرسی، موقعیت شرکت ها به چهار گروه «امن»، «مصون»، «درمعرض خطر»، و «مشکل دار» تقسیم شد.

آنهایی که «امن» یا «مصون» شناخته شدند، اغلب «آمریکایی» دانسته نمی شوند. (مثل ویزا، کداک، کلینکس و یا ژیلت) و یا درگیر رقابت واقعی نیستند (مثل مایکروسافت، هانیز و دیزنی).

ویزا بهترین عملکرد را داشته است: تنها ۱۷ درصد مصرف کنندگان، این شرکت را «به شدت آمریکایی» دانستند و ۱۵ درصد اعلام کردند که قصد بایکوت آن را دارند. ۵۴ درصد نیز گفتند که طی ماه گذشته، حداقل یکبار از کارتشان استفاده کرده اند.

از سوی دیگر، شرکت های «مشکل دار» آنهایی بودند که بیش از یک سوم مصرف کنندگان قصد بایکوتشان را داشتند و بیش از ۴۰ درصد مصرف کنندگان، آن را «به شدت آمریکایی» دانسته اند.

در این میان، مارلبورو مشکل دارترین آنها است. ۶۰ درصد شرکت کنندگان اعلام کردند که از مصرف این محصول خودداری می کنند و دو سوم آنها نیز مار لبورو را «کاملاً آمریکایی» می دانند.

برخلاف ویزا، ۴۸ درصد مصرف کنندگان «آمریکن اکسپرس» را بایکوت کرده، ۶۴ درصد این شرکت را به شدت آمریکایی دانستند.

نشانهای مشکل دار دیگر عبارت بودند از اکسون موبیل، ای ال ال، آمریکن ایرلاینز، شورون، تکزاکو، یونایتد ایرلاینز، کرایسلر، باربی، استاربا کس و جنرال موتورز.

در آخرین همه پرسی مشخص شد که بیش از دو سوم مصرف کنندگان اروپایی و کانادایی به خاطر تغییر سیاستهای خارجی آمریکا طی سه سال گذشته، نگرش منفی نسبت به این کشور پیدا کردند. تقریباً نیمی از افراد عقیده دارند که انگیزه آغاز جنگ عراق تمایل به کنترل ذخایر نفتی بود و تنها ۱۵ درصد آن را مرتبط با تروریسم می دانستند.

حدود دو سوم از مصرف کنندگان اروپایی و کانادایی نیز عقیده دارند که سیاستهای خارجی آمریکا بیشتر در جهت رضایت دولت این کشور و برپایی امپراتوری آمریکایی است، در حالی که تنها ۱۷ درصد بر این باورند که این سیاست برمبنای دفاع از آزادی و مردم سالاری استوار است. نیمی از شرکت کنندگان در همه پرسی اظهار کردند که به دلیل سیاستهای خارجی واشنگتن به شرکتهای آمریکایی بی اعتمادند. ۷۹ درصد نیز اظهار کردند که به همین دلیل، به دولت آمریکا اعتماد ندارند و ۳۹ درصد نیز در مورد ملت آمریکا دچار تردیدند.

۸۷ درصد آلمانیها، ۸۴ درصد فرانسوی ها و ۷۱ درصد شرکت کنندگان انگلیسی احساسات منفی نسبت به خود بوش دارند. به علاوه، مصرف کنندگان انگلیسی، فرانسوی و آلمانی، همگی احساس می کنند که ارزشهای فرهنگی هو کشور دیگر همخوانی بیشتری با خودشان دارد تا ارزشهای آمریکایی.

ترجمه گلاره اسدی

افزایش حضور نظامی آمریکا در شرق آسیا و تحریک ژاپن به نظامیگری

دکتر محمدرسول الماسیه

طراحان استراتژی نظامی آمریکا، برای منطقه شرق آسیا اهمیت ویژه ای قائلند و آنجا را درشمار مناطقی می دانند که لازم است ضرورتاً حضور نظامی آمریکا افزایش یابد. لذا واشنگتن درنظر دارد ناو هواپیما به دیگری را به منطقه گسیل دارد که نتیجه آن، گسترش حضور نظامی آمریکا وافزایش اهمیت ژاپن در استراتژی نظامی آن کشور خواهدبود. به این ترتیب، آمریکا قادر خواهد بود همیشه حداقل یک ناو به طور ثابت در آبهای نزدیک ژاپن دراختیار داشته باشد. مقامات نیروی دریایی آمریکا گفته اند مذاکرات برای استقرار دومین ناو هواپیما بر در گوام یا هاوایی ظرف دوتا سه سال آینده، به عنوان بخشی از تغییرات در وضعیت نیروهای نظامی این کشور در جهان، در جریان است.

همچنین آمریکا در نظر دارد پایگاههای منطقه ای هوایی و نظامی خود را که ناظر بر عملیات در منطقه آسیا و اقیانوسیه هستند، به پایگاههایش در ژاپن منتقل کند. هدف ازاین اقدام، آن است که پایگاههای ژاپن به مرکز فرماندهی در منطقه تبدیل شوند.

در همه این تصمیمات، مقابله با خطرات افزایش احتمالی تنش در شبه جزیره کره و تشدید اختلاف بین چین وتایوان مدنظر بوده است.

در صورت تحقق این امور، حضور نظامی آمریکا در ژاپن نیز افزایش می یابد، زیرا نیروهای تدارکاتی و تعمیراتی زیادی مورد نیاز خواهدبود.

تنها ناو هواپیما بر آمریکایی که در حال حاضر در منطقه اقیانوس آرام مستقر است، «کیتی هاوک» نام دارد. این ناو ازسال ۱۲ ناو هواپیما بر نیروی دریایی آمریکا، فاقد پایگاه در خود آن کشور است.

یکی از ۱۱ ناوی که هم اکنون در آبهای آمریکا هستند، به اقیانوس آرام فرستاده خواهد شد.

یک گروه عملیاتی شامل قایقها و زیر دریایی های محافظ نیز در پایگاه جدید مستقر خواهند شد.

گوام نسبت به هاوایی دارای امکانات وسیع تر تعریفی است. اما مزیت هاوایی، داشتن امکانات اسکانی بیشتر برای استقرار نیروها و خانواده هایشان است. قرار است کیتی هاوک درسال ۲۰۰۸ از رده خارج شود. درآن هنگام، ناو جایگزین اعزامی که آن هم مانند کیتی هاوک در ژاپن مستقر خواهدشد، یعنی برنامه دو ناوهواپیمابر در اقیانوس آرام ادامه خواهدیافت.

اخیراً قایقهای آمریکایی در آبهای پایگاههای آمریکا در استانهای «واکیناوا» و «کاناگاوا» در ژاپن به گشتزنی مشغول اند که گفته می شود به دنبال یافتن زیردریایی های احتمالی در شرق و جنوب دریای چین بوده اند. زیردریایی ها بزرگترین خطر برای ناوهای هواپیمابر محسوب می شوند.

وزارت دفاع آمریکا در سال ۲۰۰۱ استراتژی «افزایش حضور ناوهای هواپیمابر درغرب اقیانوس آرام» را تصویب کرد. یک سال بعد، خط مشی های چگونگی گسیل نیروها تدوین شد و ضرورت توجه به شرق آسیا موردتأیید قرارگرفت.

آمریکا درماه ژوئن گذشته اعلام کرد شماری از نیاز ورود کشورشان به شورای امنیت تلقی شد. یکی از وزیران دولت ژاپن در پاسخ تلویحی به آمریتاژ گفت: «ژاپن دارای قانون اساسی مبتنی بر صلح است و ما باتکیه بر صلح مشارکت زیادی در سطح جهان داشته ایم. ما لابی های قوی و مؤثری در سطح جهان داشته ایم که نشان می دهد عضو مهمی در سازمان ملل متحد بوده ایم و قابلیت عضویت دائم در شورای امنیت را داریم...»

آغاز تلاش ژاپن برای عضویت در شورای امنیت به سال ۱۹۹۴ برمی گردد که به کمیته ای متشکل از نمایندگان احزاب مختلف حاضر در مجلس مسؤولیت داده شد در این مورد فکر کنند و راهکار ارائه دهند. ریاست کمیته مزبور برعهده «جونچیرو کویزومی» از حزب لیبرال دموکرات و وزیر وقت پست و ارتباطات گذاشته شده بود. کویزومی در اولین جلسه کمیته گفته بود: «اگر ژاپن عضو شورای امنیت شود، آیا می تواند همان کارهایی را که پنج عضو دائم انجام می دهند انجام دهد؟... من از روندی که درپیش گرفته شده است، ناخرسندم، مخصوصاً که اجماع ملی در این خصوص وجود ندارد و بحث و مذاکره کافی نیز در مجلس صورت نپذیرفته است.»

کویزومی در آن مقطع به موفقیت ژاپن برای ورود به شورای امنیت امید نداشته است، اما امروزه تا حدی اوضاع تغییر کرده است. ژاپن عملاً نیروی دفاعی به عراق اعزام کرده است. در سالهای اخیر جهان وسازمان ملل متحد تحولاتی را تجربه کرده اند. مبارزه با تهدیدات جدید مانند تروریسم بین المللی و سلاحهای کشتار جمعی محورهای اصلی فعالیتهای سازمان ملل متحد قرار گرفته است. در برهه جدید، سازمان ملل متحد فقط به جایگاه اظهارنظر تبدیل شده و عملیات توسط نیروهای ائتلافی انجام گرفته است. لذا دیدگاههایی مبنی بر ضرورت ایجاد اصلاحات ساختاری در سازمان ملل متحد وضرورت تبیین شرح وظایف جدید برای آن مطرح شده است. ژاپن احتمالاً از اینگونه بحثها به عنوان فرصت مغتنمی برای ورود خود به شورای امنیت استقبال خواهد کرد.

افکار عمومی ژاپن در گذشته از عضویت این کشور در شورای امنیت حمایت نمی کرد، اما در حال حاضر، ۷۰ درصد مردم از آن حمایت می کنند. البته کسب حمایت بین المللی به زمان بیشتری نیاز دارد. ناظران، چین را مهمترین مخالف ورود ژاپن به شورای امنیت می دانند. «ون جیابائو» نخست وزیر چین که در ماه مه گذشته با «گرهارد شرودر» صدراعظم آلمان ملاقات کرد، گفت: «چین از نقش فعالتر آلمان در سطح بین الملل حمایت می کند.» تحلیلگران این جمله را نشان حمایت چین از عضویت آلمان در شورای امنیت دانستند. ون در این ملاقات اضافه کرد که برخلاف آلمان که گذشته اش را حل وفصل کرده، ژاپن هنوز در این زمینه موفق نبوده است. لذا صلاحیت عضویت دائم در شورای امنیت را ندارد.

منبع: آرشیو سایت اینترنتی روزنامه «آساهی»

نظامیان خود را از کره جنوبی خارج خواهد کرد. (حدود ۱۲ هزارنفر). درهمین زمان «دانگلاس فیث» معاون وزیردفاع آمریکا درامور برنامه ریزی اعلام کرد: حضور دریایی و هوایی کشورش در شرق آسیا افزایش خواهدیافت. پیشرفتهای حاصل شده درتکنولوژی نظامی یک از عناصر کلیدی تحولات جدید در استراتژی نظامی آمریکا قلمداد شده است. کاهش ۳۰ درصدی نیروهای پیاده نظام آمریکا درکره جنوبی نیز ممکن است براین مبنا باشد که به اندازه کافی امکان حمله با موشکهای هدایت شونده از دریا و هوا وجوددارد ولذا نیازی به تعداد فراوان نیروهای پیاده احساس نمی شود.

نیروی دریایی آمریکا، ناوهای هواپیمابررا هسته اصلی طراحی های حملات هوابه زمین و کنترل آبها می داند. کیتی هاوک درحمله سال ۲۰۰۱ به افغانستان وحمله سال گذشته به عراق شرکت داشت و درآن هنگام، ناو دیگری جای آن را در ژاپن پرکرد که از سواحل غربی آمریکا فرستاده شده بود.

آمریکا برای افزایش کارایی عملیاتی ناوهای هواپیمابر، تحقیقات درزمینه تکنولوژی، ساخت کشتیهای بزرگ تدارکاتی وقایقهای بسیار تندرو گشتی و حمل و نقل را ادامه می دهد.

تشویق ژاپن به نظامیگری

آمریکا برای موفقیت طراحی های نظامی خود در شرق آسیا به همکاری گسترده نظامی با ژاپن نیازمند است. آمریکا برای رسیدن به این هدف تا حد تشویق ژاپن به بازنگری در قانون اساسی کشور، پیش رفته است. قانون اساسی فعلی ژاپن بعد از جنگ جهانی دوم ازسوی آمریکای فاتح تدوین و بر آن کشور تحمیل شد.

«ریچارد آرمیتاژ» معاون وزیر امور خارجه آمریکا در دیدار اخیر خود با «هیدئاتوشا کاتاگاوا» رئیس کمیته امور مجلس حزب لیبرال دموکراتیک ژاپن در واشنگتن، بند۹ قانون اساسی ژاپن رامانعی بر سر راه همکاریهای دو کشور دانست. طبق این بند، ژاپن از داشتن نیروی نظامی منع شده است. آرمیتاژ گفت: «قانون اساسی، ژاپن را از حق پیوستن به معاهدات دفاع جمعی محروم کرده است و لازم است برای تقویت اتحادنظامی آمریکا و ژاپن مورد بازنگری قرار گیرد.» این اظهارات آرمیتاژ در پاسخ به سخنان ناکاگاوا بود که گفته بود حزب حاکم (لیبرال دموکراتیک) وهم حزب مخالف (دموکراتیک) گفت وگو برای اصلاح قانون اساسی را ادامه خواهند داد.

آمریکا با وقوف به علاقه زیاد ژاپن برای پذیرفته شدن به عنوان عضو دائم شورای امنیت سازمان ملل متحد، نظامی شدن این کشور را پیش نیاز تحقق چنین آرمانی می داند. آرمیتاژ به «ناکاگاوا» گفت: ایالات متحده از پذیرفته شدن ژاپن به عنوان عضو دائم شورای امنیت حمایت می کند، اما معتقد است هر کشوری که چنین موفقیتی کسب کند، باید برای گسیل نیروی نظامی به نفع جامعه جهانی آمادگی داشته باشد.

اما ژاپنی ها نمی خواهند تغییر قانون اساسی پیش