

رسانه‌ها و فرهنگ‌های بومی در عصر جهانی شدن

دکتر رحمان سعیدی[‡]

تاریخ دریافت: ۸۱/۷/۱۵

تاریخ پذیرش: ۸۱/۱۲/۱۸

چکیده

در این مقاله در بحث از چگونگی رسانه‌ها و فرهنگ‌های بومی در عصر جهانی شدن، سعی شده است به این پرسش پاسخی روشن داده شود که آیا جهانی شدن سبب بحران در هویت فرهنگی و از بین رفتن فرهنگ‌های بومی و استحاله آن‌ها در فرهنگ جهانی خواهد شد؟ پاسخ این پرسش با استفاده از روش تحقیق کتابخانه‌ای و اسنادی و استفاده از دیدگاه‌های مختلف اندیشه‌گران و نظریه‌پردازان مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و مطالبی با عناوین زیر مورد بحث واقع شده است:

مکتب واقع‌گرایی، بین‌المللی شدن، منطقه‌گرایی، آیا جهانی شدن تهدیدی برای هویت فرهنگی است؟ جهانی شدن از دو منظر، فرهنگ جهانی، دهکده جهانی یا امپریالیسم

[‡] استادیار گروه ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی

فرهنگی؟

در پایان، این فرضیه اثبات شده که جهانی شدن نه تنها سبب از بین رفتن فرهنگ‌های بومی و محلی نخواهد شد، بلکه آن‌ها را تقویت و تثبیت خواهد کرد.

رویکرد کشور ما در عصر جهانی شدن باید نقادانه، فعال و همراه با بازیگری و حضور در صحنه باشد.

واژه‌های کلیدی: جهانی شدن، جهانی سازی، هویت فرهنگی، فرهنگ جهانی، فرهنگ‌های محلی و بومی، بین‌المللی شدن، منطقه‌گرایی و بومی شدن، دولت - ملت‌ها، امپریالیسم فرهنگی.

مقدمه

«جهانی شدن» در عرصه گسترده‌ای از بحث‌های امروزی، از اقتصادی، سیاسی، دموکراسی، حقوقی و حقوق بشر گرفته تا مناقشات مربوط به هویت و تفاوت‌های فرهنگی، به اصطلاحی گریزناپذیر تبدیل شده است. اما گویا این اصطلاح تنها می‌تواند برانگیزاننده و واکنش‌های ابهام‌انگیز باشد. «جهانی شدن» از یک سو تداعی‌گر تصویری از هم‌پیوندی‌ها، مراودات و ارتباطات بین دورترین مناطق جهان و معارضة با تعصبات کهنه و همین‌طور مبشر آینده است که در آن تمام ریشه‌های جغرافیایی، سیاسی و فرهنگی منازعات اجتماعی خشکیده می‌شود، و از سوی دیگر، تصویری ترسناک از یک بازار عنان‌گسیخته و نوسازی (مدرنیزاسیون) بی‌امان را القا می‌کند که رفته‌رفته تمام شالوده‌های سیاسی دولت - ملت‌ها را از هم می‌گسلد و آن‌ها را از توان مدیریت اقتصادی کشور و مهار بحران‌های اجتماعی و زیست‌محیطی ناشی از جهانی شدن بازمی‌دارد.

جهانی شدن از یک طرف چشم‌اندازی آرمان‌شهری را نشان می‌دهد که در آن بیگانگان پیشین به واسطه انواع رسانه‌های جهانی وارد مناسبات مسالمت‌جویانه می‌شوند و از طرف دیگر، منظری را ترسیم می‌کند که در آن خواه به فرمان یک دستگاه مدیریت مرکزی یا به حکم بازار جهانی، امر اجباری همانندسازی فرهنگی به جلو رانده می‌شود. در مورد کشورهای

در حال توسعه ریشه‌کنی منابع هویت فرهنگی چیزی جز این نیست که تطابق دستوری یا ناشی از الزامات بازار یا شیوه‌های زندگی غربی در کسوت امریکایی شدن تمام‌عیار فرهنگ مصرفی جهانی ظاهر شود (پولادی، ۱۳۸۰: ۲).

اما به راستی چرا چنین استنباط متضادی از پدیده جهانی شدن وجود دارد که از سویی سبب خشکیده شدن ریشه مخاصمات جغرافیایی، سیاسی و فرهنگی می‌شود و از سوی دیگر، به حکم بازار جهانی، امر اجباری همانندسازی فرهنگی را تقویت می‌کند و سبب مخدوش شدن هویت فرهنگی در جوامع دیگر، به خصوص جوامع در حال توسعه می‌شود و به مثابه نیروی همانندساز بازار جهانی، سستی بنیان مشروعیت سیاسی فرآیندهای دموکراتیک را در منظومه جدید دولت - ملت‌ها عیان می‌کند و پایان دهنده نوسازی سیاسی به سبک دولت - ملت تلقی می‌گردد. با کمی تأمل شاید بتوان مبنای این پارادایم را در مفهوم دو اصطلاح «جهانی شدن» و «جهانی سازی» جست و جو کرد. از این رو، به نظر می‌رسد که قبل از طرح مسئله مورد بحث در مقاله حاضر لازم است به شرح دو مفهوم یادشده در بالا بپردازیم تا معلوم شود تجزیه و تحلیل ابعاد مختلف موضوع از چه منظری مورد توجه قرار خواهد گرفت.

جهانی شدن: مفهوم Globalization در زبان فارسی بیش تر به «جهانی شدن» ترجمه شده است. شاید واژه «جهان‌گستری» ترجمه دقیق تری برای آن باشد. واژه Globalization که اخیراً به یکی از پرکاربردترین و رایج‌ترین مفاهیم علوم انسانی تبدیل شده، اسم مصدر از مصدر جعلی Globalize است که خود از صفت Global ساخته شده است. در فرهنگ‌های زبان برای این صفت سه معنا قائل شده‌اند:

(۱) گرد مثل توپ یا کره؛

(۲) مقولات مربوط یا شامل در کره زمین و اصولاً در سراسر جهان؛

(۳) کلی یا جهان‌شمول.

واژه Globalize با توجه به معنای سوم ساخته شده و ظاهراً فعل آن هم لازم است و هم متعدی و به همین دلیل می‌توان آن را از یک سو «جهان‌شمول کردن» یا «یک‌پارچه کردن» و از سوی دیگر «جهان‌شمول شدن» یا «یک‌پارچه شدن» ترجمه کرد. معنایی که در حال حاضر در

نوشتارها و گفتارهای علوم انسانی از آن مراد می‌شود، بر تحول همه‌جانبه‌ای دلالت دارد که نه تنها بعد جغرافیایی کرهٔ خاکی را دربرمی‌گیرد، بلکه افزون بر آن، بر همهٔ ابعاد زندگی دنیایی انسان تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر، ما با پدیده‌ای روبه‌رو هستیم که در سراسر جهان واقعاً گسترده شده است. به نظر، واژهٔ «جهان‌گستری» بهتر از دیگر واژه‌ها است (رجایی، ۱۳۸۰: ۲۱-۲۲).

برای آن‌که از مفهوم «جهانی شدن» به مثابهٔ یک پدیدهٔ مهم حیات اجتماعی که سبب تحول و دگرگونی در ابعاد مختلف زندگی اجتماعی انسان‌ها در سطح کشورها و ملل مختلف جهان شده است و تحت تأثیر دست‌آوردهای شگفت‌انگیز و رشد خارق‌العادهٔ فن‌آوری ارتباطات و توسعهٔ رسانه‌های جهانی قرار دارد، خلط مبحث نشود و با سوء تعبیر از آن، سلطهٔ یک‌جانبهٔ کشورهای قدرتمند در قالب امر طبیعی «جهانی شدن» توجیه نگردد، لازم است به ذکر اختلاف معنی این اصطلاح با «جهانی‌سازی» پردازیم.

جهانی‌سازی: مفهوم جهانی‌سازی در واقع ترجمهٔ Globalism است؛ این کلمه ضرورتاً فاعل می‌طلبد و در نتیجه، جهانی‌سازی فرآیندی است که مشخصاً به منظور تأمین منافع و همچنین مسلط کردن ارزش‌های مورد نظر قدرت‌های مسلط در عرصهٔ جهانی بر سایر دولت‌ها و ملت‌ها تحقق می‌یابد.

عده‌ای از علمای حوزهٔ روابط بین‌الملل بر این تفاوت تأکید دارند. جیمز روزنا (Rozna, 1998: 15) بر این باور است که جهانی شدن در قالب یک فرآیند، زمینه‌ساز شکل متفاوتی از یکپارچگی جهانی است. فرآیند جهانی شدن یک واقعیت است و پروژهٔ جهانی‌سازی حاکی از ایدئولوژی و راهبرد برخورد با فرآیند جهانی شدن است.

در این جا ممکن است این پرسش مطرح شود که آیا تفاوت بین جهانی شدن و جهانی‌سازی تنها یک امر انتزاعی و ذهنی است؟ یا یک واقعیت بیرونی و عینی نیز هست؟ در پاسخ به این پرسش باید اذعان کنیم که این اختلاف و تفاوت یک امر عینی و واقعی است. امروز ما شاهد هستیم که اختلافات امریکا با متحدان راهبردی سابقش در زمان جنگ سرد و همچنین با قدرت‌هایی نظیر روسیه و چین در مسائل گوناگون، به خصوص حوزه‌های سیاسی، اقتصادی و

فرهنگی دقیقاً در مسیر غالب شدن یکی از دو مفهوم جهانی شدن و جهانی سازی است. این روزها شاهد کنار گذاشتن امریکا از کمیسیون‌های مهمی نظیر کمیسیون حقوق بشر هستیم. کشورهای اروپایی صریحاً در مقابل سیاست تهاجم فرهنگی امریکا و تحمیل ارزش‌های امریکایی مقاومت می‌کنند. امروزه جهان، یک‌صدا در مقابل طرح دفاع موشکی امریکایی مقاومت می‌کند و این کشور برای اجرای این طرح، خود را نیازمند رایزنی می‌بیند. همه این واقعیت‌ها بیانگر تفاوت فرآیند جهانی شدن و پروژه جهانی سازی در عرصه عمل است.

طرح مسئله و چارچوب نظری

با توجه به تفکیکی که از دو مفهوم «جهانی شدن» و «جهانی سازی» در مقدمه به عمل آمد، آنچه مورد بحث نگارنده در بررسی حاضر است، طبعاً بحث «جهانی شدن» و نه «جهانی سازی» است. از این رو، ذیلاً به مطالعه دیدگاه‌های نظری که موضوع بررسی حاضر بر شالوده آن‌ها استوار است، تحت عنوان مکتب واقع‌گرایی، بین‌المللی شدن، منطقه‌گرایی و بومی شدن در خصوص پدیده جهانی شدن می‌پردازیم.

الف - مکتب واقع‌گرایی

طرفداران این مکتب در بررسی فرآیند جهانی شدن کماکان بر محوریت دولت - ملت تأکید دارند و وجهه اصلی همت آنان در بحث از جهانی شدن به طور عام و جهانی شدن رسانه‌ها به طور خاص اثبات بقای دولت - ملت‌ها و هویت‌های منبعث از آن‌ها است. این متفکران با تأکید بر «جوهره اقتصاد» فرآیند جهانی شدن بر این باورند که دولت‌ها همچنان باقی خواهند ماند، ایدئولوژی کماکان نقش بسیار مهمی در عرصه سیاست بین‌الملل ایفا خواهد کرد و فشار رسانه‌ای بی سابقه برای یکسان‌سازی فرهنگ نه تنها موجب ایجاد یک فرهنگ همسان جهانی نخواهد شد، بلکه تنها تفاوت‌ها و تنوعات فرهنگی را در سطح جهان برجسته‌تر و آشکارتر خواهد ساخت. بدین سان، فرآیند نیروهای موجود در عرصه بین‌الملل «واگرایی» خواهد بود. پارادایم‌هایی که غالباً در مقابل جهانی شدن استفاده می‌شوند عبارتند از: بین‌المللی شدن و

منطقه‌گرایی و بومی شدن.

ب - بین‌المللی شدن (Internationalization)

عده‌ای از اندیشه‌گران با استفاده از اصطلاح بین‌المللی شدن در پی بیان ساختار حاکم در عرصه روابط بین‌الملل هستند. میلر و کوهن آن را به این صورت تعریف می‌کنند: «فرآیندهای ناشی از تحولات زیربنایی و هزینه‌های مبادلات را که باعث ایجاد جریان‌های قابل مشاهده کالا، خدمات و سرمایه می‌شود، بین‌المللی شدن می‌گوییم. این فرآیندها دربردارنده کاهش هزینه مبادلات بین‌المللی هستند (Keohane & Milner, 1996: 4).

بدیهی است روابط اقتصادی بین‌المللی مدت‌ها پیش از این دوران آغاز شده بود، اما آنچه دوران مورد بحث ما را از دوره‌های پیشین تفکیک می‌کند، احساس وجود منافع اقتصادی بالقوه ناشی از تجارت جهانی برای همه ملت‌ها، اهمیت روزافزون کالاهای مصنوع در تجارت خارجی و افزایش فوق‌العاده میزان وابستگی متقابل ملت‌ها به یکدیگر است. بعد از جنگ جهانی دوم، فرآیندهایی همچون ایجاد سازمان‌های پولی نظیر صندوق بین‌المللی پول و سازمان‌های مالی نظیر بانک جهانی و همچنین آغاز مذاکرات دوره‌ای «گات»، همه و همه به هدف بین‌المللی شدن اقتصاد بود. تأسیس سازمان تجارت جهانی و جهانی شدن حوزه‌هایی نظیر سیاست و فرهنگ را باید نقطه فرود این روند دانست و مقطع فعلی را شکل تکامل یافته و همه‌جانبه این روند که پیش‌تر محدود به حوزه اقتصاد بود، برشمرد؛ وضعیتی که ساختار آن را با مفهوم بین‌المللی شدن نمی‌توان بیان کرد.

ج - منطقه‌گرایی و بومی شدن

پارادایم دیگری که در مقابل جهانی شدن مطرح می‌شود بحث، منطقه‌گرایی (Regionalism) و بومی شدن / بومی‌گرایی (Localism) است. نظریه پردازان منطقه‌گرایی مدعی هستند که بین این مفهوم و جهانی شدن، تنازعی جدی در عرصه روابط بین‌الملل در جریان است.

در مورد این ادعای تعارض باید گفت که این تلقی ناشی از تفکری است که جهانی شدن را با جهانی سازی یکی می‌داند. زیرا جهانی سازی است که هر مقوله‌ای را که مانع ایجاد یک جهان واحد با ارزش‌های واحد شود، به سان تعارض با خودش قلمداد می‌کند.

این در حالی است که با تفکر جهانی شدن، هیچ تعارضی بین این دو فرض روی نمی‌دهد. رابرتسون پیش‌تر بیان داشته که بومی شدن عین جهانی شدن و جهانی شدن عین بومی شدن است، زیرا جهانی شدن به این معنا نیست که همه فرهنگ‌های جهان یکی شوند، بلکه بدین معناست که فرهنگ‌های گوناگون در عرصه جهانی امکان حضور و تعامل مشخص داشته باشند (سلیمی، ۱۳۷۹: ۱۸).

هلد و دیگران بر این باورند که فرآیندهایی چون منطقه‌گرایی می‌توانند آفریننده شرایط اقتصادی و اجتماعی زیرساخت فیزیکی باشند که روند جهانی شدن را تسهیل می‌کنند (آخوندی، ۱۳۷۹: ۱۲). روزنا برای رفع احتمال تعارض، نظریه واهمگرایی (Fragmentation) خود را ارائه می‌دهد که همانا به‌چارچوب درآوردن تعامل بین نیروهای واگرایانه و محلی کردن نیروهای همگرایانه جهانی شدن است و طی آن قادر خواهیم بود وفاداری خود به کشور را با عضویت‌های چندگانه در دیگر جوامع در هم آمیزیم (Rozna, 1999:16). در میدان عمل نیز مشاهده می‌کنیم که هیچ تعارضی به وجود نمی‌آید. برجسته‌ترین نمونه منطقه‌گرایی اتحادیه اروپایی است که اینک به سمت برداشتن آخرین موانع همگرایی در حال حرکت است. از دیگر نمونه‌های منطقه‌گرایی که در دهه اخیر به منصه ظهور رسیده است می‌توان به موافقتنامه تجاری آزاد شمال امریکا (NAFTA) و همکاری اقتصادی آسیا و اقیانوسیه (APEC) اشاره کرد که به قول هلد، در واقع همچون زیرساخت‌های فیزیکی روند جهانی شدن عمل می‌کنند، نه به سان فرآیندی متعارض با آن.

جهانی شدن چون فرآیندی تلقی می‌شود که فرصت‌ها و تهدیدهایی در پی دارد؛ غالباً کشورها با تشکیل اتحادیه‌ها و بلوک‌های منطقه‌ای در پی حداکثر استفاده از این فرصت‌ها جهت به حداقل رساندن مضار آن هستند و در واقع به منزله سپر حفاظتی از این همکاری استفاده می‌کنند. از طرفی برخی از متفکران گسترش رسانه‌ها و جهانی شدن آن‌ها و تأثیر آن‌ها را بر

جهانی شدن فرهنگ با دید مثبت می‌نگرند.

ادوارد شیلر (Schiller, 1963: 14) و الوین تافلر (Toffler, 1970: 12) این مسئله را به گونه‌هایی مختلف، ارزیابی مثبت کردند با این مضمون که رسانه‌ها فقط آن چیزی را به مردم می‌دهند که آن‌ها می‌خواهند؛ و به این ترتیب، دسترسی به انواع ثروت‌های فرهنگی را افزایش می‌دهند. روان‌شناسان تحقیقات رفتاری نیز از این وضعیت، خوش‌بینانه حمایت می‌کنند. اول آن‌که آنان با شعار روش‌شناسی عینی‌گرا از عرضهٔ هنجارهای اخلاقی و نیز قضاوت اجتناب کرده‌اند به این معنا که به انتقاد از تأثیر رسانه‌های جهانی نمی‌پردازند، بلکه فقط آن‌ها را اندازه‌گیری می‌کنند. این روش تلویحاً به معنای آن است که هر آن‌چه در رسانه وجود دارد، باید پذیرفته شود.

از سوی دیگر، پیچیدگی حوزهٔ فرهنگ بر اثر درهم‌آمیختن ارتباطات میان‌فردی یا ارتباط رسانه‌ای هنگامی که ملاً افرادی در یک جمع خانوادگی به تماشای برنامهٔ تلویزیونی مشغول هستند آمیزه‌ای از ارتباط میان‌فردی ایجاد می‌کند و الگوهای حاصل از تأثیرات رسانه‌ای می‌تواند به شکل‌دهی مجدد گفت‌وگو، نحوهٔ اجرای اعیاد و روزهای خاص، چگونگی لباس پوشیدن، ارتباط با دوستان و همسایگان و ... بینجامد؛ حتی تجارب میان‌فردی از جامعه نیز منبعث از رسانه است. بنابراین، رسانه‌ها قادر به خلق فرهنگ و انتشار آن هستند. نکتهٔ مهم آن است که محصولات رسانه‌های جهانی در خدمت فرهنگ توده‌اند. زیرا توده بزرگ‌ترین طبقهٔ فرهنگی محسوب می‌شود (در مقابل فرهنگ نخبه و فرهنگ قومی). حتی می‌توان از میزان بهره‌برداری از فرهنگی خاص، به مردمی بودن آن پی برد. آن جنبه‌هایی از فرهنگ نظری اجتماعی و مادی که به صورت وسیعی توسط رسانه‌ها استفاده می‌شود، فرهنگ مردمی است. هدف‌گیری تودهٔ مردم برای افزایش مخاطبان کسب محبوبیت است.

پرسش تحقیق: پرسش اصلی تحقیق این است که آیا جهانی شدن سبب بحران در هویت فرهنگی و از بین رفتن فرهنگ‌های بومی و محلی و تحلیل آن‌ها در فرهنگ جهانی خواهد شد؟ فرضیهٔ تحقیق: جهانی شدن نه تنها سبب بحران در هویت فرهنگی و از بین رفتن فرهنگ‌های بومی و محلی نمی‌شود، بلکه باعث غنا و اعتلا و در عین حال پالایش و تثبیت

فرهنگ‌های ملی و محلی می‌شود و امکان بیش‌تر جهت‌تعامَل و ایجاد تعادل در باورهای فرهنگی بومی و منطقه‌ای را فراهم خواهد کرد. روش تحقیق: تحقیق حاضر به شیوهٔ اسنادی با مراجعه به منابع و اسناد مکتوب و منتشرشده صورت گرفته است.

آیا جهانی شدن تهدیدی برای هویت فرهنگی است؟

اجازه دهید پاسخ این سؤال را با استناد به بخشی از سخنرانی آقای سالواتوره پولدا دانشمند ایتالیایی که در مدرسهٔ هانتز و مرکز بشردوستی فرهنگ‌ها در نیویورک انجام شده و خانم ناهید کاتبی تحت عنوان «جهانی شدن: تهدیدی برای تنوع فرهنگی» آنرا ترجمه کرده است، ارائه نمایم.

([HTTP:I56.PACIFIC.NET.HK/INI-TONYHEN/GLOBAL.HTM.](http://i56.pacific.net.hk/ini-tonyhen/global.htm))

ایشان ضمن انتقاد از عملکرد شرکت‌های چندملیتی و با اعتقاد به این‌که شرکت‌ها و بانک‌های چندملیتی که روند جهانی شدن را هدایت می‌کنند، علاوه بر قوانین خاص، فرهنگ خاص خود را نیز که موجب نظامی از ارزش‌ها و رفتارهاست منتشر می‌کنند، اظهار می‌دارد که این فرهنگ از طریق مدارس و رسانه‌ها و حتی معلمان معنوی ترویج می‌شود که همه‌روزه به ما می‌گویند تنها ارزش وجود ثروت است: پول جست‌وجو می‌شود، انباشت می‌شود، تکثیر می‌شود و نهایتاً پرستش می‌شود. پول تنها خدای موجود است و بنابراین همه چیز را توجیه می‌کند: آن‌ها همچنین از ارزش‌های دیگری سخن می‌گویند: برای فرصت دموکراسی اما زیر لایه‌های ضخیم ریا و سالوس هم پیام نهفته است. تنها ارزش حقیقی پول است. حتی فقیرترین بخش‌های جامعه و قشرهای مختلف مردم تحت تأثیر این فرهنگ قرار دارند. آن‌ها باور دارند که کسب پول تنها ابزار دفاعی آنان در برابر واقعیت‌های خشن زندگی روزمره است و بنابراین زندگی خود را در این مسیر جهت می‌دهند.

دکتر پولدا پس از این نقد بر تکرارشی و تک‌محوری شدن ارزش سرمایه‌داری جهانی ادامه

می‌دهد:

«در این جا می‌خواهم روشن کنم که ما الزاماً همه جنبه‌های جهانی شدن را منفی ارزیابی نمی‌کنیم. ما شادمانیم که این روند، نقطه‌ای را در جهان ایجاد کرده که تمامی کشورها و ملت‌ها و فرهنگ‌ها برای اولین بار گرد هم می‌آیند، امری که برای یکی دو نسل قبل ناممکن بوده است. این روند فرصت‌هایی برای تبادل اندیشه‌ها، اعتقادات و باورها و الگویی فرهنگی به وجود آورده و به همه نشان داده است که تفاوت‌های انسان‌ها در مقابل تجارب و آرزوهای مشترکشان بسیار اندک است». آنگاه در تشریح مفهوم هویت می‌افزاید: «اکنون سعی خواهم کرد روشن کنم که مفهوم ناپایدار «هویت» چه معنایی دارد. اعتقاد بر این است که هویت فرهنگی یا شخصی تنها ریشه در گذشته دارد، گذشته‌ای که انعکاس انباشت تجربه‌های فردی یا اجتماعی از مردم است. توگویی لایه‌هایی از تجربه‌های گوناگون روی یکدیگر انباشته شده و رسوب کرده‌اند و این همان چیزی است که آنرا هویت می‌نامیم. این باور از باور عظیم‌تری که ریشه در ناخودآگاه انسان دارد ناشی می‌شود. در خودآگاه این باور به شکل آینه‌ای فرض می‌شود که به سادگی جهان را در خود منعکس می‌کند. در واقعیت، پدیده‌ها این گونه عمل نمی‌کنند. اگر به خویشتن نظر بیفکنیم، خواهیم دید که در لحظات مهم زندگانی‌مان بین تجارب گذشته و اندیشه‌ی طرح شخصی‌مان برای آینده همبستگی و اتصالی ایجاد می‌کنیم. تصویر از آینده - چه کسی می‌خواهیم باشیم - همواره بر اعمال ما در زمان حال اثر می‌گذارد. این تصویری که ما از آینده می‌سازیم درست به اندازه گذشته در آفرینش هویت شخصی‌مان نقش دارد. ما فقط آن‌چه کرده‌ایم یا آن‌چه با ما کرده‌اند، نیستیم. ما طرح‌هایمان، آرزوهایمان و جاه‌طلبی‌هایمان هم هستیم. همین پویایی برای یک ملت و هویت فرهنگی هم صادق است. هویت فرهنگی تنها انباشت ساده‌اندیشه‌ها، رسم‌ها، زبان‌ها و نحوه خوردن و پوشیدن معین که از گذشتگان به ما رسیده، نیست. بلکه انتخابی که فرهنگ می‌کند تا بداند با این عوامل در برهه‌ای خاص از تاریخ چه برخوردی باید داشته باشد نیز هست. این همان طرحی است که او برای آینده به خودش می‌دهد. این موضوع به ویژه در مورد فرهنگ‌های کهن صادق است. مثلاً هندوستان با آن تاریخ چندهزارساله، فرهنگش را چگونه تعریف می‌کند؟ او وارث چه میراثی است؟ آیا فرهنگ او به وداها و بودیسم و گاندی اشاره می‌کند؟ در هر لحظه، تاریخ هر فرهنگ ناچار است برای تحقق

برنامه آینده‌اش از خاطرات گذشته کمک گیرد. خلاصه آن که هویت فرهنگی عبارت است از برنامه‌ای که مردم برای آینده خود با بهره‌گیری از گذشته می‌آفرینند. این فرآیندی انفعالی مانند محتوای یک کیسه نیست، بلکه آفرینش و بازآفرینی مدام چیزی است در خط مقدم چالش که در آن لحظه ضروری است، همواره انتخابی وجود دارد و همیشه برگزیدنی هست. آزادی همیشه ممکن است. می‌توانیم دریابیم که در زندگی افراد و کشورها تجارب مثبت و منفی هر دو وجود دارد که بخشی از میراث فرهنگی آنان را می‌سازد. هر ملت یا هر فردی می‌تواند طرحی را برای آینده بریزد که تجربیات منفی را کاهش دهد یا خنثی کند و تجربیات مثبت را تقویت نماید. مثلاً آیا ما ایتالیایی‌ها می‌خواهیم تجربه تلخ و غم‌انگیز مافیا را با خود به هزاره جدید وارد کنیم یا می‌خواهیم انتخابی آگاهانه برای تغییر رفتار منفی اجتماعی انجام دهیم؟ این انتخاب به ما اجازه می‌دهد که از میان دو نوع هویت یکی را برگزینیم. هویت مکانیکی منشأ گرفته از عناصر خودجوش فرهنگی، بدون تفکر یا عکس‌العمل، و هویتی ارادی مبتنی بر خواست، مبتنی بر انتخاب جنبه‌هایی که برای آینده‌مان بالاترین ارزش را دارد. پولدا روند جهانی شدن را با دیدی مثبت می‌نگرد و می‌افزاید: «روند جهانی شدن با سرعتی بسیار فزاینده در حال پیش‌رفتن است. به زودی خود را پهلو به پهلو، فرهنگ به فرهنگ در کنار یکدیگر در انتظار آینده‌ای مشترک خواهیم یافت. این آینده به فرهنگی خاص تعلق ندارد، بلکه طرحی مشترک برای آینده است که همه می‌توانند در آن شرکت جویند. در این لحظه این پرسش ایجاد می‌شود که ما با همدیگر چه دست‌آوردی برای هزاره سوم خواهیم داشت؟ هر فرهنگی فراخوانده خواهد شد که عکس‌العمل نشان دهد، در گذشته‌اش مروری کند و کشف کند که از میان عناصر این هویت و این گذشته چه کیفیت‌هایی چه تجربیاتی و چه سنت‌هایی برای خودش و برای سایر ساکنان این سیاره ارزشمندترند.»

بنابراین با نگاهی که دکتر سالواتوره پولدا به هویت فرهنگی دارد نه تنها در روند جهانی شدن به هویت فرهنگی خدشه‌ای وارد نمی‌شود، بلکه با توجه به عناصر دینامیک موجود در هویت‌های فرهنگی، انسان‌ها خود را برای زندگی بهتر و تشخیص بیشتر در هزاره سوم زندگی روی کره خاکی آماده می‌کنند و در این فرآیند، فرهنگ‌ها به تصفیه و گزینش از

عوامل منفی و با تقویت عناصر مثبت در بطن فرهنگ رسالت جهانی خود را ایفا می‌کنند.

جهانی‌شدن و هویت فرهنگی از دو منظر

جهانی‌شدن و هدف آن در بعد فرهنگی از نظر گروه‌های حاکم کشورهای غربی و از نظر کشورهای در حال رشد تفاوت دارد. ظاهراً وقتی گروه‌های حاکم کشورهای غربی از جهانی‌شدن صحبت می‌کنند در واقع منظورشان جهانی‌سازی است. هدف آن‌ها اشاعه فرهنگ غرب در جهان است. برخی از مسئولان رسانه‌های جمعی در غرب انتظار دارند که کشورهای دیگر مخصوصاً کشورهای جهان سوم، فرهنگ آن‌ها را بپذیرند و از آن تقلید کنند و به طور کلی دیدگاه‌های غربیان درباره علم و فن‌آوری، اخلاق و دین را قبول کنند. به ویژه این باور در ذهن اعضای گروه‌های حاکم بر آمریکا وجود دارد که کشورهای دیگر به سبب عقب‌ماندگی علمی و پیشرفت نکردن در فن‌آوری باید در همه چیز از آمریکا تقلید کنند و به خصوص در زمینه‌های فرهنگی مقلد آمریکا باشند. کشورهای غربی دیگر هم بر اثر پیشرفت علمی و فن‌آوری و این موضوع که از کشورهای جهان سوم جلوترند، انتظار دارند که جهان سوم از فرهنگ آن‌ها تقلید کند و راه و رسم آن‌ها را سرمشق قرار دهد. دکتر شریعتمداری در این خصوص معتقد است: «اگر تحلیلی از فرهنگ و از مفهوم جهانی‌شدن به صورت منطقی مطرح شود، دلیلی برای تحمیل فرهنگ غرب بر کشورهای دیگر وجود نخواهد داشت» (شریعتمداری، ۱۳۸۰: ۲۵). اصولاً وقتی از فرهنگ جامعه بحث می‌کنیم، یعنی درباره شیوه زندگی در یک جامعه که شامل اندیشمندان جامعه، مردم آن جامعه، شیوه حکومت، اجرای مراسم دینی، شیوه تربیت، شیوه برخورد سازمان‌های دولتی با مردم و شیوه برخورد مردم با کارکنان دولت، شیوه اخلاقی جامعه و همچنین آرمان‌های ملی و آنچه از گذشته یک ملت به آن‌ها رسیده است، سخن می‌گوییم. حال آیا می‌شود تصور کرد که یک یا چند کشور به سبب رشد علمی و فن‌آوری حق دارند شیوه زندگی خود را به دیگران تحمیل کنند؟!

علم و فن‌آوری بخشی از فرهنگ زندگی اندیشمندان جامعه را تشکیل می‌دهند. بنابراین هیچ دولتی به سبب برخورداری از آن‌ها حق ندارد شیوه زندگی خود را در زمینه اخلاقی، ملی و

مذهبی به دیگران تحمیل کند.

برای روشن شدن پاسخ این پرسش که آیا جهانی شدن تهدیدی برای هویت فرهنگی ملت‌هاست و باعث حذف فرهنگ‌های ملی و بومی می‌شود، سعی می‌کنیم که در این بخش دیدگاه‌های موافق و مخالف صاحب‌نظران را مطرح کنیم و در نهایت به استنباط و تحلیلی صحیح از موضوع دست یابیم. در میان مدافعان این دیدگاه، آقای دکتر سید محمد سلطانی فرد، استاد دانشگاه و روزنامه‌نگار معتقد است: «زمانی که شما از سیستم‌های گروهی بیرون می‌آید و به گنج خانه‌هایتان می‌روید میزان تأثیرپذیری شما هم از فرهنگ جهانی بالا می‌رود؛ یعنی آن زمان، دیگر بحث هویت ملی و هویت فرهنگی‌تان هم تا حدودی خدشه‌دار می‌شود. احتمالاً یکی از اهدافی که جهانی شدن به دنبال آن است، دقیقاً همین نکته است. این که شما را از تعلقات ملی و فرهنگی خارج کند و به دنیایی که دنیای جهانی شدن و دنیای یک‌کاسه شدن تصور می‌کنند یا معنایش می‌کنند، ملحق کند. امروزه می‌بینیم که حکومت‌ها بدون اجازه گرفتن از مردم، از طریق ماهواره‌ها، اینترنت و از طریق کابل‌های خصوصی و غیرخصوصی وارد منازل شما، شهرهای شما و کشورهای شما می‌شوند و بدون اجازه به کوچک‌ترین مسیرهایی که در قلب شما وجود دارد و تعلقات شما را شکل می‌دهد وارد می‌شوند و بر آن تأثیر می‌گذارند. طبیعی است که اگر این میزان نفوذ به شکلی که ما اشاره می‌کنیم، به این حد گسترش پیدا کند، دیگر فردا تعلقات میهنی‌تان از بین می‌رود تعلقات ملی‌گرایتان هم از بین می‌رود و به نظر من دیگر بحث ناسیونالیسم یک بحث مذبوم می‌در دنیای جهانی شدن و تفکر جهانی شدن است. دیگر دنیای جهانی شدن به دنبال این نیست که شما را با داشتن تعلقات مرزی یا به دلیل داشتن تعلقات میهنی و فرهنگی وابسته‌تان بکند. امروزه ما سایت‌هایی را در اینترنت می‌بینیم به نام «سیتی‌زن» یا «نت‌زن» به معنی شهروند الکترونیکی. شما دیگر متعلق به منطقه‌ای که شهروند آن‌جا و در درونش باشید نیستید. شما تعلقات خاص دارید که روی آن تعلقات خاص و بر مبنای فکری شما، شما را تعریف می‌کنند. این «سیتی‌زن‌ها» آدم‌ها و شهروندانی را در درون خودشان دارند؛ مثلاً یک نفر از اوگاندا، یک نفر از آنگولا، یک نفر از ژاپن، یک نفر از چین، یک نفر از ایران به دلیل داشتن تعلقات فکری و شرایطی که اصطلاح

حاکم، «سیتی زن» برایش طراحی می‌کند، متعلق به آن سیستم هستند. کاری که امروز جهانی شدن دارد می‌کند، کم‌رنگ‌تر کردن تعلقات ملی، فرهنگی، میهنی و به اصطلاح ملی‌گرایی است و این خطری بسیار عمیق است و به نظر من دنیای تصور شده در نظر آن‌هایی که به دنبال جهانی شدن هستند، در حال شکل‌گیری است» (سلطانی فر ۱۳۸۰: ۲۵).

رولاند رابرتسون که به نقل از رهبری (۱۳۸۰: ۶) از افراد برجسته در تبیین نظریه جهانی شدن است، از جهانی شدن در سطح فرهنگی سخن به میان می‌آورد و این مفهوم را در یک تعریف دو قسمتی به صورت زیر ارائه می‌کند:

«جهانی شدن یا سیاره‌ای شدن جهان، مفهومی است که هم به تراکم جهان، هم به تشدید آگاهی درباره جهان به عنوان یک کل، هم وابستگی متقابل و واقعی جهانی و هم به آگاهی از یکپارچگی جهان در قرن بیستم اشاره می‌کند. منظور از تراکم، افزایش سطح وابستگی متقابل بین نظام‌های ملی از طریق تجارت، اتحاد نظامی و سلطه و امپریالیسم فرهنگی است. اصلی‌ترین بخش این تعریف ایده تشدید آگاهی جهانی است که پدیده نسبتاً جدیدی است.»

منظور رابرتسون این است که به احتمال زیاد تمام جهان و نه بخش‌های محلی و ملی آن، مخاطب شناخت‌های فردی خواهد بود. این امر نه تنها در مورد پدیده‌های ظاهراً فرهنگی مانند رسانه‌های جمعی و سلیقه‌های مصرفی که در آن‌ها جهانی شدن سلیقه‌ها نسبتاً بدیهی می‌نماید، صادق است، بلکه در این باره که ما تمامی مسائل روزمره را به صورت جهانی بازتعریف می‌کنیم نیز صدق می‌کند. برای مثال، ما مسائل سیاسی و نظامی را در قالب «نظم جهانی»، مسائل اقتصادی را در قالب «رکود بین‌المللی»، مسائل بازاریابی را در قالب «تولیدات جهانی»، مسائل مذهبی را در قالب «وحدت‌گرایی»، مسائل مربوط به شهروندی را در قالب «حقوق بشر» و مسائل مربوط به آلودگی و پاکیزگی را در قالب «نجات سیاره زمین» از نوت‌تعریف می‌کنیم.

تشدید آگاهی جهان همراه با وابستگی متقابل شدید در زمینه مسائل مادی این احتمال را که دنیای ما به یک تک‌نظام تبدیل شود، افزایش داده است. از این رو رابرتسون مدعی است که جهان ما بیش از پیش متحد می‌شود، گرچه نمی‌گوید که جهان بیش از پیش به صورت

یک پارچه درمی‌آید. با این که این جهان یک نظام واحد می‌شود، پر از تضاد و اختلاف است و هیچ‌گونه توافق عامی در هیچ یک از زمینه‌ها وجود ندارد.

فرهنگ جهانی: طرفداران فرهنگ جهانی معتقدند که فرهنگ به منزله سرچشمه هویت یا به گفته لاش و اوری (به نقل از رهبری، ۱۳۸۰: ۶) به مثابه ابزاری برای این که «به مردم گفته شود که کیستند؟» تلقی می‌گردد. اما پرسش اساسی این است که این فرهنگ جهانی چیست؟ آیا چنین فرهنگی وجود دارد؟ پاسخ‌های متفاوتی به این پرسش‌ها داده شده اما اکثریت قریب به اتفاق جامعه‌شناسان همان‌گونه که فدرستون معتقد است، حتی هنگام فقدان همگنی و همگرایی فرهنگی که یک دولت جهانی می‌تواند آن را تأمین کند، به نظر می‌رسد که فرهنگ‌های جهانی وجود دارند و از طریق شبکه‌هایی که در پیوند با هیچ حاکمیتی یا محیط فرهنگی ملی خاصی نیستند منتقل می‌شوند. همچنین بدیهی است که همه پدیده‌های جهانی‌گرایی حتی اگر جهانی باشند، موجد همگرایی جهانی نیستند. اشاعه فرهنگ جهان‌شمول از طریق ایدئولوژی‌های مصرف‌گرا و فرهنگ مصرفی (مانند مک‌دونالد، کوکاکولا، نمایش‌های ام. تی. وی ...) راهبردهای بازاریابی جهانی و مهم‌تر از همه از طریق قابلیت «رسانه‌های ارتباطی از راه دور» مانند ماهواره و شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی منکثر و گسترده برای تغییر شیوه زندگی و اندیشه افراد، خبر از آینده‌ای جهانی شده می‌دهد که در آن، فرهنگ و هویت به مکان خاصی گره نخورده‌اند و به زمان تاریخی خاصی محدود نمی‌شوند. دیگر نمی‌توان از فرهنگ ملی یا محلی سخن گفت، بلکه با فرهنگی مواجهیم که شاید هیچ شباهتی به وی نداشته و چه بسا متضاد آن باشد. در این خصوص گفته می‌شود که در عصر جهانی‌شدن، فرهنگ جهانی با وضعیتی روبه‌رو است که به melting-pot یعنی یک‌کاسه کردن فرهنگ‌ها موسوم است. این اصطلاح از فرهنگ آمریکایی وارد فرهنگ‌های دیگر شده و به مفهوم یکی‌سازی فرهنگی بدون توجه به فرهنگ خاص است و غلبه فرهنگ آمریکایی از این اصطلاح استنباط می‌شود.

بنابراین همان‌طور که از دیدگاه طرفداران فرهنگ جهانی استنباط می‌شود، در این جا یک‌کاسه‌شدن فرهنگی با نگرشی آمریکایی مطرح می‌شود و به معنای غلبه فرهنگی بر فرهنگ‌های دیگر مطرح است؛ حال آن‌که از دیدگاه رابرتسون، هر چند فرهنگ‌ها یک کاسه

می‌شوند، اما وجود تضادهای درونی فرهنگ‌های مختلف سبب گونه‌گونی و اختلاف خواهد شد و به مفهوم حل‌شدن فرهنگ‌ها در فرهنگی یک‌دست نخواهد بود.

از این رو رابرتسون از عام‌گرایی و خاص‌گرایی سخن به میان می‌آورد و هر گونه غلبه فرهنگ را ناممکن می‌داند. وی معتقد است که خرده فرهنگ‌ها در مقابل سلطه فرهنگ غرب مقاومت خواهند کرد و فرهنگ‌های کلان دیگری نیز هستند که اجازه چنین سلطه‌ای را نخواهند داد. به عبارت دیگر شاید بتوان نوعی کثرت در وحدت و وحدت در کثرت را در آینده شاهد بود. مارتین البرو در مورد فرهنگ جهانی و مسئله پیچیدگی فرهنگ معتقد است: «در واقع قاموس فرهنگی عالم‌گیری که ما را قادر به مقایسه و مقابله با فرهنگ‌های مجزا کند، وجود ندارد؛ از این گذشته، هر توسعه جدیدی در فن‌آوری، امکان ایجاد سطوح جدیدی از واقعیت را با خود به همراه دارد که دنیا را با سرعت شگفت‌انگیزی در می‌نوردد. فن‌آوری رایانه‌ای ترکیب پیچیده‌ای از اندیشه‌ها، اعمال، منطق‌ها و الگوهایی است که آن‌را به منظور مشارکت طرفداران خویش در شمار بالقوه پایانی از دنیاهای غیرفضایی ممکن ساخته و البته در دیگر دنیاها به شیوه‌هایی کم‌تر استنادی نفوذ پیدا می‌کند. اما فن‌آوری هم نوعی فرهنگ است!

بدین ترتیب هنگامی که از فرهنگ در «عصر جهانی» سخن به میان می‌آوریم، با ترکیب بی‌اندازه پیچیده‌ای سروکار داریم و نیازمند تمایزگذاری میان‌رشته‌ای از پدیده‌های گوناگون هستیم که با جهان‌شمولی در گستره متنوعی از شیوه‌های متفاوت و گاه متضاد پیوند خورده و حتی ممکن است گاه این شیوه، شیوه‌ای مستقیماً «ضد جهانی» باشد. این ترکیب‌ها بسته به این‌که با علم ورزش، مد یا ادبیات سروکار داشته باشیم با یکدیگر تفاوت دارند. اما مضامین بسیاری هستند که در این حوزه‌های متفاوت به صورت مکرر مطرح می‌شوند» (البرو، ۱۳۸۰).

کوتاه سخن، آنچه از بررسی دیدگاه‌های مختلف دانشمندان و نظریه‌پردازان در زمینه جهانی‌شدن و هویت فرهنگی حاصل می‌شود، به رغم نسبی بودن هویت در عصر جهانی‌شدن فرضیه تحلیل‌رفتن هویت فرهنگی در فرهنگ‌های مختلف و فروافتادن در دیگ جوشان فرهنگ جهانی و امحای فرهنگ‌های منطقه‌ای و ملی نمی‌تواند واقعیت عینی پیدا کند. هر چند در یک تعامل و برخورد دائمی، امکان ایجاد تحول و در بعضی موارد استحاله در برخی از

عناصر فرهنگی امکان‌پذیر است، اما در مجموع نمی‌توان جهانی شدن را تهدیدی جدی برای هویت فرهنگ‌های محلی تلقی کرد، گرچه فرهنگ‌های منطقه‌ای و ملی هم برای دفاع از کیان خود باید ضمن مجهز شدن به سلاح مؤثر ارتباطات و استفاده از دست‌آوردهای انقلاب اطلاعات از حریم خود دفاع کنند. اما قبل از آن‌که دربارهٔ این مسئله به بحث بپردازیم، بی‌مناسبت نیست که در ادامهٔ مقاله از منظری دیگر و با دیدی مثبت به مسئلهٔ جهانی شدن و فرهنگ‌های منطقه‌ای و محلی بنگریم.

جهانی شدن سبب غنا و تثبیت فرهنگ‌های محلی و ملی و امکانی جهت تعامل و ایجاد تعادل در باورهای فرهنگی خواهد شد.

مهم‌ترین تحول حوزهٔ فرهنگ در عصر جهانی شدن این است که عناصر مشترک فرهنگ‌های مختلف با یکدیگر درمی‌آمیزند.

تحول مهم دیگر درک متقابل فرهنگ‌ها از یکدیگر بدون گرایش به حذف است. از آن‌جا که فرهنگ و هویت فرهنگی نقش تعادل‌بخش و انسجام‌دهنده دارد، نیاز به تعلق و ریشه‌داشتن را ارضا می‌کند. اما این کارکرد روانی فرهنگ چنان‌چه از طریق اصرار بر صورت‌های سنتی فرهنگ باشد و به قیمت از دست دادن پویایی حاصل شود، تأثیرات منفی بر حوزه‌های اقتصادی، سیاسی و حتی تأمین نیازهای روانی افراد خواهد داشت. در مجموع، آثار تحولات ارتباطات بر فرهنگ را می‌توان چنین برشمرد.

تنوع و تکثر عناصر فرهنگی، امکان تجلی و بروز پاره‌فرهنگ‌ها با ایجاد زمینهٔ حضور و عرضهٔ محصولات فرهنگی در عرصهٔ بین‌المللی با مساعدت و انطباق خلاق فن‌آوری و سنت‌های اجتماعی، امکان گسترده برای ذخیره‌سازی تجربیات و عناصر مادی و معنوی فرهنگ، تسریع پویایی و دادوستد بین فرهنگ‌های مختلف، تعالی فرهنگ از طریق کمک به تکثر و تنوع همهٔ عناصر فرهنگی، بالا بردن توانایی انطباق فرهنگ با تغییرات شرایط بیرونی، کاهش تأخر فرهنگی در جوامع و همگون‌ساختن توسعهٔ جنبه‌های مادی و معنوی جامعه، ایفای نقش در قالب عاملی مهم برای جذب پاره‌فرهنگ علم و فن‌آوری و ادای وظیفه به عنوان

عاملی مهم برای توسعه روستایی و حفظ هویت فرهنگی روستا (با وصل کردن بازارهای محلی به بازارهای وسیع تر، جلوی مهاجرت گرفته می شود و جاذبه های شهر در محیط روستا به روستاییان عرضه می گردد). در یک جمله می توان گفت که انقلاب اطلاعات و ارتباطات که خود زمینه ساز جهانی شدن است، فرصتی مناسب برای گفت و گوی سنت ها و فرهنگ پدید آورده است. برآیند این گفت و شنود می تواند پاسخ گوی جامعه در جهت رفع نیازهای مادی و معنوی خود باشد. از این رو، صرفاً جهانی سازی است که ابعاد منفی و توطئه آمیز دارد، اما بسیاری از تحولات جهانی از جمله گسترش موج آزادی خواهی، نزدیکی فرهنگ ها، گسستن مرزها، کوچک شدن دولت - ملت ها، افزایش تعداد سازمان های غیردولتی و گسترش حوزه نفوذشان و ... از اراده انسانی خارج است و فعل و انفعالات جهانی و داخلی سبب شده که همه این اتفاقات را بتوان محصول جهانی شدن دانست.

برخی جهانی شدن را امری کاملاً طبیعی و تکاملی می پندارند که خارج از اراده انسانی است و از گذشته های دور توسط ادیان و فرقه ها و نحله های فکری مختلف تعقیب می شد. جهانی شدن یا جهان وطنی و ایجاد صلح و همکاری بین المللی به جای چالش های مختلف میان ملل گوناگون و ایجاد رفاه و آرامش، آرزوی دیرین بشری و موضوع ناکجا آبادها و مدینه های فاصله بوده و در این مسیر همواره تلاش های فراوان صورت گرفته است. همانند گذشته، دفاع مدافعان جهانی شدن و طبیعی خواندن آن از موضع سیاسی، اقتصادی و فرهنگی است. پل هرست و گراهام تامیسون (به نقل از رهبری، ۱۳۸۰: ۶) در مقاله ای باارزش این پرسش را مطرح می کنند که «چگونه می توانیم ویژگی های وضعیت فعلی اقتصاد جهانی را مشخص کنیم؟» از دید آن ها مفهوم اقتصاد جهانی به گونه ای که در دهه های اخیر مطرح شده باید به مثابه بخشی از روند بسیار بلندمدت تر به سمت بین المللی شدن روابط اقتصادی تلقی شود. این روند، خطی و بدون گسست نبوده است. در واقع، اقتصاد بین الملل در اواخر سده نوزدهم بیش تر از هر زمان طی سی سال گذشته در مقابل جریان پول، کالا و افراد باز بوده است.

دولت - ملت‌ها و حذف هویت‌های محلی

به هر حال، در عرصه فرهنگی، جهانی شدن دارای طرفداران بسیاری است. در عصر دولت - ملت‌ها تلاش می‌شود هویت‌های فردی و محلی از طریق اعطای حقوق شهروندی، در قواعد مربوط به ملیت و از طریق نمادهای مختلف ملیت مانند مراسم پرچم‌ها، تجلیل از شخصیت‌های تاریخی و رعایت تعطیلات ملی به رسمیت شناخته شود. همچنین دولت - ملت‌ها تلاش می‌کنند هویت‌های محلی و عزیزتری را وفاداری ابتاع یا شهروندان آن را مدعی‌اند خنثی و یا در خود جذب کنند. در فرآیند نوسازی، دولت - ملت‌ها از طریق کاربرد کم‌وبیش نظام یافته و گاه بیرحمانه فنون و مهارت‌های ساختن جاده، مدرسه، بیمارستان و زندان، تأمین سیاست‌های رفاه اجتماعی، و نظام وظیفه اجباری، سعی در حذف هویت‌های محلی و بازتولید هویت ملی داشته‌اند. بدین طریق، تاریخ ملی یا حذف می‌شود یا از نو ابداع می‌شود و مقاومت می‌کند.

اما فرآیند جهانی شدن از طریق رسانه‌های الکترونیک، جهانگیر شده و بازارهای جهانی و نهادهای فراملی حکومتی، روابط میان دولت‌ها، هویت محلی و جهانی را پیچیده کرده است. یکی از آثار ممکن فرآیندهای جهانی ساز افزایش دامنه چندسوزگی و تفاوت است که جنبه مسلم پنداشته شده، هویت‌های محلی و ملی را بسط می‌دهد. بدین سان، در مقابل نظریاتی که معتقدند جهانی سازی فرهنگ یعنی غلبه فرهنگ غربی و مقاومت فرهنگی محلی و ملی، مایک فدرستون از «فرهنگ‌های سوم» نام می‌برد که از طریق جدایی‌شان از جریان اصلی فرهنگ ملی و محلی، فرصت‌هایی برای وفاداری‌های جدید ایجاد می‌کنند که لزوماً همراه با نابودی وفاداری‌های قدیمی نیست. این مفهوم در واقع تصویری مهم از نظام جهانی و چگونگی حیات آن‌هاست. از دیدگاه باری آکسفورد (به نقل از رهبری، ۱۳۸۰: ۶) آن‌گاه فرهنگ‌های سوم به انحای مختلف انگاره جهانگیر «هانرتز» را منعکس می‌کنند، یعنی فضای فرهنگی که سرزمین به آن شکل نمی‌دهد بلکه از طریق کارگزاری‌های ارتباطی فضازدایی شده، قوام می‌یابد. این عالم عبارت است از شبکه‌هایی از متخصصان، نخبگان مدیریتی، انجمن‌های حرفه‌ای فراملی، معیارهای

حرفه‌ای مورد توافق، معتادان به پست الکترونیکی، گروه‌های کنفرانس رادیویی و شاید شبکه‌های ناقصی که بینندگان سی.ان.ان. در اتاق‌های هتل‌ها در سراسر جهان آن‌ها را تشکیل می‌دهند.

جهانی‌شدن رسانه‌ها: دهکده جهانی یا امپریالیسم فرهنگی؟

در زمینه جهانی‌شدن رسانه‌ها اغلب اقتصاددانان و نظریه پردازان لیبرال ارتباطات بر رابطه بین تکنولوژی‌های جدید و بازار تأکید دارند. آن‌ها این‌گونه بحث می‌کنند که جهانی‌شدن رسانه‌ها باعث افزایش فرصت برای مشارکت در اطلاعات در حوزه ارتباطات بدون مرز و تجارت جهانی می‌شود. آن‌ها افزون بر آن، معتقدند که رسانه‌های جهانی باعث تشویق و بسط ایده لیبرال دموکراتیک و گسترش شهروندان جهانی در مقابل خواست دولتمردان محلی از طریق اجازه یافتن مردم به این‌که تمام آن‌چه را که در جهان اتفاق می‌افتد ببینند و بر اساس مشاهدات خود قضاوت کنند، می‌شوند. فرانسیس کایرن‌کراس در مطلبی تحت عنوان «مرگ فاصله‌ها» ادعای فوق را این‌گونه تشریح می‌کند: «آزاد برای کشف دیدگاه‌های مختلف در اینترنت یا هزاران شبکه رادیویی و تلویزیونی که حوادث گوناگون را در دسترس افراد قرار می‌دهند تا صرفاً تحت تأثیر تبلیغات سیاسی سیاستمدارانی که در جست‌وجوی منافع فردی خود هستند، قرار نگیرند» (Cairencross, 1998: 219).

در زمینه انتقاد از رسانه‌های جهانی، اقتصاددانان سیاسی و نظریه پردازان منتقد ارتباطات، جنبه دیگری را که مورد اشاره قرار داده‌اند، امپریالیسم فرهنگی یا امپریالیسم رسانه‌ای است. آنان بیش‌تر توجه خود را به پیچیدگی مسائل سیاسی و فرهنگی معطوف داشته‌اند که ناشی از عدم توزیع عادلانه و مساوی قدرت ارتباطات بین‌المللی و منابع موجود در این حوزه است و تأکید دارند که چنین وضعیتی بر سلطه و برتری کشورهای غربی در اقتصاد و سیاست بین‌المللی اثر می‌گذارد. ابعاد فرهنگی این مسئله پیش‌تر از سوی اقتصاددانان سیاسی امریکای شمالی مانند هربرت شیلر (Schiller, 1969; 1976; 1989)، شیلر و نوردن استرنج» (Schiller & Streng, 1993) و ادوراد هرمن و نوام چامسکی (Herman & Chomsky,

(1988) مورد بحث و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

هربرت شیلر معتقد است که اقتصاد صنعتی امریکا به خودی خود دربرگیرنده حرکت به سوی بین‌المللی‌کردن وسایل ارتباطی و انتشاراتی است (95: 1968). در مورد سلطه ارتباطات در نظریه‌های امپریالیسم اقتصادی مانند نظام جهانی و نظریه‌های وابستگی، شیلر امپریالیسم فرهنگی در ارتباطات را تشریح می‌کند و سلطه فرهنگی را فرآیندی می‌داند که از طریق آن، یک جامعه وارد سیستم جهان مدرن می‌شود و چگونگی جذب وی در این سیستم سلطه را که با فشارهای مریبی و نامریبی مؤسسات آن جامعه در این فضا شکل می‌گیرد و حتی ارزش‌های سیستم سلطه را می‌پذیرد، به بحث می‌کشد (9: 1976). بحث ویژه‌ای که در مورد همه نظریه‌های انتقادی از جهانی‌شدن رسانه‌ها مطرح است، رابطه بین برتری جویی و تفرق‌طلبی ایالات متحده امریکا در نظام جهانی است. قدرت نرم‌افزاری رسانه‌های امریکا در صادرات و واردات فرهنگی و ارزش‌های فرهنگی وارداتی جوامع دیگر از امریکا نقش تعیین‌کننده دارد.

هر چند امپریالیسم فرهنگی که منجر به سلطه فرهنگی کشورهای غربی و به خصوص امریکا بر سایر کشورها می‌شود و همانندسازی فرهنگ‌ها یکی از مخرب‌ترین و خطرناک‌ترین نوع سلطه است که ملت‌ها را از درون و ارزش‌های متعالی خود خالی می‌کند و اعتماد به نفس آن‌ها را از بین می‌برد و زمینه‌ساز هر گونه سلطه‌طلبی دیگر است و همان‌طور که ملاحظه شد، بعضی از نظریه‌پردازان غربی چگونگی شکل‌گیری آنرا مطرح کردند، اما گروهی دیگر از دانشمندان بر این عقیده‌اند که جهانی‌شدن رسانه‌ها و پدیده جهانی‌شدن نمی‌تواند به امپریالیسم فرهنگی منجر شود. آن‌ها معتقدند که مفهوم امپریالیسم فرهنگی چنین القا می‌کند که یک نظام متمرکز سلسله‌مراتبی وجود دارد که می‌تواند سیطره روزافزون فرهنگ خاص خود را بر فرهنگ‌های دیگر کشورها اعمال کند، در حالی که مفهوم جهانی‌شدن بر فضاها و عرصه‌های شبکه‌ای دلالت دارد که در آن‌ها اصلاً مرکزی وجود ندارد. نکته دیگر مفهوم یکسان‌سازی است. کسانی که جهانی‌شدن و امپریالیسم فرهنگی را از یکدیگر تفکیک می‌کنند، مدعی‌اند که جهانی‌شدن هر چند به همگون‌سازی و همسان‌سازی فرهنگ‌ها می‌انجامد، اما

چون در بطن این وحدت نوعی کثرت نهفته است، جهانی شدن در واقع به رشد تنوع و تکثر فرهنگ‌ها می‌انجامد و امکان تداوم حیات همه فرهنگ‌ها و تمدن‌ها را فراهم می‌آورد. بحث و گفت‌وگوی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها نیز از همین زاویه قابل طرح است که هر یک از اقوام جهانی در یک بستر فرهنگی واحد به طرح آرا و دیدگاه‌های اختصاصی خود می‌پردازند و از این طریق زمینه‌های همزیستی مسالمت‌آمیز با سایر اقوام و فرهنگ‌ها و تمدن‌ها را فراهم می‌آورند.

علاوه بر رشد تنوع و تکثر فرهنگ‌ها، پی‌آمد مثبت دیگری که برای جهانی شدن ذکر می‌شود، سنت‌ستیزی و مقابله با جهل و خرافه و همه اندیشه‌های غیرعلمی است. در عصر سنت‌گرایی، ایمان و عمل به ایمان یک معیار بومی بود و انسان موجودی مکلف و بی‌اراده شمرده می‌شد. در عصر مدرنیته، انسان مکلف یعنی انسان عصر سنت‌گرایی به انسان صاحب حق تبدیل می‌شود. حق انسان هم منطبق با عقل اوست و عقل جای ایمان را می‌گیرد. اما در پست‌مدرنیته، عقل کل‌گرا و فاتح ارزش خود را از دست می‌دهد و هیچ جریان یا پدیده کلی و واحد وجود ندارد و وحدت‌گرایی به کثرت‌گرایی تبدیل می‌گردد و تنوع عقلی حاکم می‌شود. این نوع قضاوت و تعدد مراکز تصمیم‌گیری، همان بی‌نظمی جهانی است که پل والری مطرح می‌کند.

نتیجه‌گیری

از بررسی دیدگاه‌های مختلف در خصوص پدیده رسانه‌ها و جهانی شدن و فرهنگ‌های بومی، اولاً این نتیجه حاصل می‌گردد که نخست باید در تجزیه و تحلیل موضوع دو پدیده جهانی شدن به معنی روند طبیعی تحولات جهانی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی که سبب نزدیکی انسان‌ها در کره خاکی و ایجاد پیوند و همدمی و حساسیت بیش‌تر نسبت به آحاد بشر در سراسر گیتی به دور از نژاد و رنگ پوست و مرز جغرافیایی که تحت تأثیر پیشرفت تکنولوژی‌های جدید ارتباطی و از بین رفتن مسئله زمان و مکان حاصل می‌شود، با جهانی‌سازی به مفهوم حرکت هدایت‌شده استعماری قدرت‌های سلطه‌گر که در پی

یکسان‌سازی فرهنگ کشورها و سلطه فرهنگی و مثلاً استعمار اقتصادی و سیاسی سایر ملت‌ها است، فرق اساسی قائل باشیم؛ آنگاه دولت‌ها با آگاهی و موضع‌گیری اصولی از حریم منافع سیاسی، اقتصادی و فرهنگی ملت‌های خود حفاظت و پاسداری می‌کنند و از امکاناتی که در زمینه پیشرفت‌های علمی حاصل شده و در واقع میراث علمی بشریت است، برای رشد و شکوفایی کشور خود بهره‌مند می‌شوند.

ثانیاً مطالعه دیدگاه‌های مختلف در زمینه جهانی‌شدن و مقایسه این دیدگاه‌ها در جهت تأیید فرضیه تحقیق حاکی از آن است که جهانی‌سازی اگر در مسیر طبیعی خود و بدون هدایت هدفمند زورمداران و سلطه‌گران و همراه با هوشیاری ملت‌ها جریان یابد، نه تنها سبب ازبین‌رفتن هویت فرهنگی و همضم و حذف فرهنگ‌های بومی نمی‌شود، بلکه باعث غنا و بالارفتن کیفیت و بالندگی فرهنگ‌های بومی و محلی می‌گردد و پاسخی به نیاز معنوی تنوع‌طلبی فرهنگی مردم در نقاط مختلف جهان می‌دهد.

رویکرد کشور ما به پدیده جهانی‌شدن

در مورد رویکرد و نوع برخورد کشور ما ایران با مقوله جهانی‌شدن می‌توان سه دیدگاه مختلف را شاهد بود (رجایی، ۱۳۸۰: ۱۶).

دیدگاه نخست آن‌که باید با آغوش باز به استقبال جهانی‌شدن رفت و در عصر جهانی‌شدن پیروزی نظام غرب را به مثابه نظامی که نرم‌افزار برتر و تکنولوژی پیشرفته‌تر را در اختیار دارد، همچون یک واقعیت پذیرفت و آن را به منزله درستی و فضیلت و هدف و روش آن دانست و همان‌گفته سیدحسن تقی‌زاده را تکرار کرد که باید از فرق سر تا نوک پا بدون هیچ پرسشی غربی و در نهایت بخشی از مقوله جهانی‌شدن اطلاعات شد.

دیدگاه دوم نقطه مقابل نگرش اول است و متعلق به کسانی است که پشت‌کردن و در صورت امکان، مبارزه با جهانی‌شدن را پیشنهاد می‌کنند. پیروان این نگرش نیز جهانی‌شدن را مقوله‌ای ارادی و در کنترل عده‌ای خاص می‌دانند. به زعم آن‌ها این اراده در حال حاضر در اختیار دشمن است و برای دفع آن باید کوشید. در واقع نگرش آن‌ها به «نظریه توطئه» بسیار

نزدیک است. دنباله‌روی و ستیزه دو روی یک سکه‌اند و هیچ یک از این دو گروه به انسان‌ها اعتماد ندارند و جرأت روبه‌رو شدن با چالش جدید را در خود نمی‌بینند. هر دوی این نگرش‌ها مفروض مشترکی دارند: روند جهانی شدن را روندی قابل مهار و برنامه‌گروه خاصی می‌دانند. اولی آن را محصول فن‌آوری برتر امریکایی و تحت اراده‌ی سیاستمداران آن می‌داند و دومی آن را توطئه‌ی امپریالیسم جدید تلقی می‌کند. اولی از طریق تبدیل جهان به بازار مصرف و دومی با تشویق همسان‌اندیشی و همگون‌سازی تصنعی به دنبال آنند که قاعده‌ی بازی را در عرصه‌ی عمومی از «همه با هم» به «همه با من» تبدیل کنند.

دیدگاه سوم: دکتر رجایی در ادامه‌ی بحث خود از دیدگاه سوم دفاع می‌کند و به شرح آن می‌پردازد. به نظر وی دو دیدگاه اول و دوم به رغم ظاهر کاملاً متناقضشان، نوعی صوفی‌گری منفعلانه را تشویق و بازیگری را از معادله حذف می‌کنند. وی معتقد است که در برخورد با تحولات کنونی جهان و جهانی شدن باید نقادانه با مسائل برخورد کرد؛ چه، به زعم وی در عصر جهان‌گستری (جهانی شدن) اگر اصطلاحات مارکس را به خدمت بگیریم، «ابزار تولید» و «ارزش مبادله» و «ارزش اضافی» همگی اطلاعات است. اگر جامعه یا ملتی قصد بازیگری در صحنه‌ی جهانی داشته باشد، باید به ساخت و بازساخت مداوم سرمایه‌ی فکری خود بپردازد. جالب آن‌که ثروت برآمده از منابع طبیعی از اختیار مهار آدمی خارج است: یا وجود دارد یا ندارد؛ در حالی که محیط فرهنگی و آموزش و پرورش قابل کنترل است و می‌توان آن را به جهت‌های مختلف سوق داد. به زبان دیگر، در عصر جهانی شدن، گفته‌ی عمیق «دانایی توانایی است» به راستی تحقق یافته است.

این سه راه - تسلیم، اعتراض و بازیگری نقادانه - در دسترس و در حوزه‌ی اختیار ماست؛ اولی مصرف‌کنندگی و تماشاجی بودن، دومی بازی به هم زدن و محال‌اندیشی و سومی بازیگری و در صحنه بودن است.

به نظر می‌رسد که کشور ما اولاً توان بازیگر شدن در این عرصه‌ی تازه را دارد و ثانیاً علایمی وجود دارد که ایران پیروی از این دیدگاه را آغاز کرده است.

منابع

- اسماعیلی، محمد مهدی. «جهانی شدن یا جهانی سازی»، فصلنامه پژوهش و سنجش. ش ۲۵، ۱۳۸۰.
- البرو، مارتین. عصر جهانی، جامعه‌شناسی پدیده جهانی شدن. ترجمه دکتر نادر سالارزاده امیری. تهران: آزاداندیش، ۱۳۸۰.
- براتسون، راشل. «ایران و انقلاب اطلاعات و ارتباطات»، ترجمه مرضیه رحیم جانبخش. انتخاب. هفدهم فروردین ۱۳۸۱.
- پولدا، سالواتوره. «جهانی شدن تهدیدی برای تنوع فرهنگی» ترجمه ناهید کاتبی. فصلنامه پژوهش و سنجش. ش ۲۵، ۱۳۸۰.
- تافلر، الوین. جایجایی در قدرت. ترجمه شهین دخت خوارزمی. تهران: مترجم، ۱۳۷۰.
- چامسکی، نوام. دیدگاه‌های متعارض در مورد نظام جهانی. ترجمه دکتر ناصر بلیغ. تهران: اداره کل تحقیق و توسعه رادیو، ۱۳۷۹.
- رجایی، فرهنگ. پدیده جهانی شدن، طبیعت بشری و تمدن اطلاعاتی. ترجمه عبدالحسین آژنگ. تهران: آگه، ۱۳۸۰.
- رهبری، مهدی. «جنبش جهانی شدن»، انتخاب. ش ۷۷۳، آذر ۱۳۸۰.
- ریچارد، بارنت؛ رنالد مولز. سیطره جهانی. ترجمه مصطفی قریب. تهران: هاشمی، ۱۳۶۳.
- سیف، احمد. جهانی کردن فقر و فلاکت - استراتژی ساختاری در عمل. تهران: آگه، ۱۳۸۰.
- سلطانی فر، سیدمحمد. «تقابل با جهانی شدن»، فصلنامه پژوهش و سنجش. ش ۲۵، ۱۳۸۰.
- شریعتمداری، علی. «جهانی سازی و فرهنگ»، فصلنامه پژوهش و سنجش. ش ۲۵، ۱۳۸۰.
- گیدنز، آنتونی. تجدد و تشخیص. ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نی، ۱۳۷۸.

- گیدنز، آنتونی. *سیاست جامعه‌شناسی و نظریه اجتماعی*. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نی، ۱۳۷۸.
- مولانا، حمید. «جهانی‌شدن و رسانه‌های توده‌ای و تهدیدها برای جنوب»، نشریه جنوب. ش ۲، ۱۹۸۸.
- نیل، یُستمن. *تکنوپولی، تسلیم فرهنگ به تکنولوژی*. ترجمه دکتر صادق طباطبایی. تهران: سروش، ۱۳۷۲.
- وبستر، فرانک. *نظریه‌های جامعه‌اطلاعاتی*. ترجمه اسماعیل قدیمی. تهران: قصیده‌سرا، ۱۳۸۰.
- هابرماس، یورگن. *جهانی‌شدن و آینده دموکراسی، منظومه پساملی*. ترجمه کمال فولادی. تهران: مرکز، ۱۳۸۰.

- Flew, Terry & Stephen McElhinney. "Globalization and Structure of New Media Industries", *Handbook of New Media Social Shaping and Consequences of ICTS*. London: Sage Publications, 2002.

- Harper, Christopher. *Government and Global Media*. New York: Houghton Mifflin Co., 2002.

- Keohane, Roberta O. & V. Milner. *Internationalization and Politics*. Columbia: Columbia University Press, 1996.