

مقدمه

شناخت قدرت همواره یکی از دل‌مشغولی‌های اساسی دانشمندان علوم سیاسی بوده است. این‌که منشأ قدرت چیست؟ چگونه می‌توان از آن استفاده کرد؟ و صاحبان واقعی قدرت چه کسانی هستند؟ سؤالاتی است که در دوره‌های تاریخی گوناگون جواب‌های مختلفی به آنها داده شده است. در واقع تفاوت تعریف‌ها و پاسخ‌ها نشان‌دهنده دینامیسم ذاتی قدرت است، عاملی که باعث شده ارائه یک تعریف جهان‌شمول برای قدرت غیرممکن شود.

قدرت اغلب پیش از آن‌که به عنوان یک مفهوم متحول شود، به صورت یک امر عینی دچار تغییر و تحول می‌شود به همین علت بیش از آن‌که به دنبال قدرت در اندیشه سیاسی باشیم، بایستی تحولات عینی آن را در سطح مختلف فرد، دولت و نظام بین‌الملل مورد بررسی قرار دهیم و برای این بررسی آنچه بیش از هر چیز دیگر اهمیت دارد بررسی نقش ابزارهای متحول‌کننده مفاهیمی نظیر قدرت است. ابزارهایی که گاه باعث پیچیدگی جلوه‌های عینی آن می‌شوند و در نتیجه راه را برای ارائه نظریه‌های مختلف در مورد قدرت و نمودهای عینی همواره می‌کنند.

جهانی‌شدن رسانه‌های جمعی Mass Media چهره جدیدی از قدرت را به وجود آورده که می‌توان آن را، چهره نامحسوس قدرت دانست و این امر از طریق دو عنصر سرعت و پیچیدگی ممکن است. سرعت، حاصل پیشرفت تکنولوژی و پیچیدگی، ناشی از درهم آمیختن ایده‌ها و نمادها و تکنولوژی است. این دو عنصر به نوعی موجب پایان یافتن محدودیت‌های جغرافیای شده و دورترین سرزمین‌ها و فرهنگ‌ها را در دسترس قرار داده‌اند. این امر بازارهای جدید مصرفی برای سرمایه‌داری پدید آورده و به جهانی شدن اقتصاد، کمک فراوانی می‌کند چرا که رسانه‌های جهانی نظیر شبکه‌های ماهواره‌ای اینترنت، تلویزیون و سینما بهترین وسیله برای تقویت مصرف‌گرایی هستند. ایجاد نیاز به مصرف تا حد زیادی برخاسته از تأثیر نامرئی قدرت است که البته در موارد دیگری نیز مؤثر می‌باشد.



جهانی‌شدن رسانه‌ها و تحول در پارادایم قدرت

رحمن قهرمانپور

پرستی که این مقاله می‌کوشد به آن پاسخ دهد، این است که کدام عوامل سبب شده‌اند رسانه‌ها در تحول مفهوم قدرت، نقش مهمی ایفا کنند و ارتباط این عوامل با یکدیگر چگونه است؟ آیا این عوامل بیشتر کیفی بوده‌اند یا کمی؟ از طرف دیگر نقش جهانی شدن اقتصاد و سیاست در این فرایند چگونه است؟ آیا فروپاشی نظام دو قطبی، در جهانی شدن رسانه‌ها مؤثر بوده است یا نه؟ از طرف دیگر چه نقشی می‌توان برای سازمان‌های غیردولتی (NGO) قایل شد؟ برای پاسخ دادن به سؤالات فوق، ابتدا مفهوم پیچیدگی و سرعت را مورد بررسی قرار می‌دهیم و سپس چهره جدید قدرت را که با جهانی شدن رسانه‌ها شکل گرفته است معرفی می‌کنیم. پس از آن به تشریح فرایندهایی می‌پردازیم که زمینه را برای ظهور سرعت و پیچیدگی فراهم کرده و در نتیجه منجر به جهانی شدن رسانه‌ها شده‌اند. در نهایت و در بخش نتیجه‌گیری میزان تقریبی تأثیر هر یک از این فرایندها را مشخص می‌کنیم.

ارائه تعریفی از رسانه‌های جمعی و جهانی شدن رسانه‌ها

رسانه در ساده‌ترین تعریف، ابزاری است که اطلاعات در اختیار ما قرار می‌دهد. بنابراین انسان، نخستین رسانه است. اما با گذشت زمان، وسایل ارتباطی از حد ارتباط انسان با انسان فزاینده و به ارتباط انسان با ابزارهای مصنوعی مبدل شده است. یکی از این ابزارها، دستگاه چاپ گوتنبرگ بود که اولین انقلاب اطلاعاتی را در جهان پدید آورد و موجب شد تا فرهنگ مغرب‌زمین راه جهانی شدن خود را هموار کند. مک‌لوهان این دوره را دومین مرحله تاریخ می‌داند. چون از نظر او تاریخ سه دوره است: ۱. مرحله شفاهی یا همان گفت‌وگویی رودرو که به دلیل استفاده از هر پنج حس، سردترین رسانه است؛ ۲. مرحله اختراع چاپ به عنوان گرم‌ترین رسانه، که به نظر مک‌لوهان در این مرحله فرایند قبیله‌گرایی آغاز می‌شود؛ ۳. اختراع تلویزیون که مقدمه‌ای بر

تشکیل دهکده جهانی است.^۱ بنابراین هر چه در تاریخ پیش می‌رویم هم کیفیت و هم کمیت اطلاعات و پیامی که در اختیار بشر قرار می‌گیرد متحول می‌شود.

رسانه‌های جمعی امروزی را می‌توان در اشکال مختلف مشاهده کرد. مطبوعات، رادیو، تلویزیون، فاکس، تلگراف، تلگرام، تلفن، پست الکترونیکی E-mail، اینترنت و ماهواره از جمله رسانه‌های جمعی هستند که بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی امروزی بشر را تشکیل می‌دهند. به طوری که زندگی مدرن بدون آنها امکان تداوم ندارد. تمام سفرها، بازدیدهای سیاسی، ارتباطات سیاسی، نقل و انتقالات، همایش‌ها و... به واسطه رسانه‌ها، شکلی امروزی پیدا می‌کنند. اگر ارتباطات را از میان برداریم کنفرانس‌های جهانی چیزی بیش از گردهم آمدن چند نفر نخواهد بود. در واقع رسانه‌ها هستند که به آنها بعدی همه‌گیر و جهانی می‌دهند، از این رو زندگی بشری در شکل مدرن خود از رسانه‌های جمعی جدا نیست.

فرایند جهانی شدن رسانه‌ها تنها در قالب جهانی شدن فرهنگ قابل بررسی است. علت این امر به مفهوم فرهنگ که به نوعی هم سیاست و هم اقتصاد را تحت تأثیر قرار می‌دهد برمی‌گردد. بنابراین بحث از فرهنگ سیاسی و فرهنگ اقتصادی کاملاً معنی‌دار و مهم است.

در مورد جهانی شدن فرهنگ دیدگاه‌های مختلفی وجود دارد. عده‌ای بر این باورند که این فرایند چیزی جز جهان‌شمول شدن فرهنگ غربی نیست. استدلال آنها این است که اصولاً مدرنیته در غرب شکل گرفته و جهانی شدن هم که محصول نهایی آن است، نمی‌تواند خارج از آن قرار گیرد. اما «روبرتسون» طی دهه ۱۹۸۰ توجه خود را از پارادایم دولت - ملت - جامعه متوجه جهانی شدن کرد. او برای این فرایند دو ویژگی عمده قایل شد. نخست این که انسجام ملت‌های جهان، نتیجه تجارت جهانی، ائتلاف‌های نظامی و امپریالیسم

فرهنگی است که درجات بالایی از وابستگی متقابل را میان نظام‌های ملی ایجاد کرده‌اند و مبدأ آن به آغاز جریان مدرنیته باز می‌گردد. دوم این که از نظر او ما با رشد آگاهی جهانی روبه‌رو هستیم. به نظر وی هر چه جهان متحدتر - و نه همگراتر - می‌شود به همان اندازه این آگاهی هم فزونی می‌یابد. اما تا زمانی که شکاف‌ها وجود دارند نمی‌توان گفت که این فرایند در جهت یک نظام خاص حرکت می‌کند. «در محیط دیپلماتیک، نظام دو قطبی، جای خود را به نظم نوین جهانی داده است و آمریکا هم می‌کوشد خود را پلیس جهان به‌شمار آورد».^۲ در حال جهانی شدن فرایندی است که هنوز پایان نیافته و همچنان که برخی می‌گویند ممکن است هرگز پایان نپذیرد. از این رو بررسی آثار و عواقب آن نیز بیشتر جنبه نظری پیدا می‌کند تا عملی.

پیش از آن که تعریفی از جهانی شدن رسانه‌های جمعی ارائه دهیم به یک تقسیم‌بندی در مورد نظریات مربوط به جهانی شدن اشاره می‌کنیم: تقسیم‌بندی نظریه‌ها به خوش‌بین و بدبین در گروه اول، در حالت کلی لیبرالیست‌ها قرار دارند که می‌توان آنها را به لیبرالیست‌های نهادگرا، جمهوری‌خواه و وابستگی متقابل تقسیم کرد. اینان نسبت به آثار و تبعات این فرایند خوش‌بین هستند و معتقدند که فرایند مزبور موجب از میان رفتن شکاف‌های اقتصادی، جنگ و درگیری در نظام بین‌الملل خواهد شد. در همین راستا پروفیسور روزنا معتقد است که در جدال میان جهانی شدن و پراکنده شدن Fragmentation سرانجام جهانی شدن چیره خواهد شد. هانتینگتون نیز بر این باور است که جهانی شدن به معنای غلبه ارزش‌های غربی است و فوکویاما نیز اخیراً در بررسی مضمونی از غایت‌شناسی لیبرالیسم که سقوط اتحاد شوروی را به همراه داشت، ادعا کرده که لیبرال دموکراسی رقیب جدی ندارد و این بدان

- با گذشت زمان، ارتباطات از حد ارتباط انسان با انسان فراتر رفته و به ارتباط انسان با ابزارهای مصنوعی مبدل شده است.
- فرایند جهانی شدن رسانه‌ها تنها در قالب جهانی شدن فرهنگ قابل بررسی است.
- جهانی شدن فرایندی است که هنوز پایان نیافته و همچنان که برخی می‌گویند ممکن است هرگز پایان نپذیرد.

هستند. و خودجهانی شدن ارتباطات نیز نشأت گرفته از «عرضه بین‌المللی پول، تحولات بدیع در حمل‌ونقل و نشر اطلاعات در اشکال الکترونیکی و تصویری و اخیراً هم باز ترکیب سخت‌افزارهای ارتباطی داخلی - تلفن، VCRها، رادیو، تلویزیون و کامپیوترهای شخصی»^۵ می‌باشد.

مفهوم پیچیدگی

نظریه پیچیدگی آن‌گونه که ادگار مورن می‌گوید، مخالف تحلیل‌گرایی reductionism کلاسیک پوزیتیویسم است و می‌کوشد مسائل اجتماعی را در همان شکل پیچیده خود شناسایی کند. در این‌جا منظور ما از پیچیدگی، افزایش تعداد متغیرهاست که خود باعث استقلال بیشتر متغیرها می‌شود و در نتیجه مسأله شناخت را پیچیده‌تر می‌کند، تا جایی که حتی پژوهشگران هم به سبب این پیچیدگی، در شناخت خود دچار تردید می‌شوند. از این‌رو می‌توان گفت که رسانه‌ها یکی از عوامل پیچیدگی در عصر جهانی شدن هستند. مخصوصاً اگر ارتباط قدرت را با این فرایند در نظر بگیریم، می‌بینیم که قدرت هم شکلی پیچیده پیدا می‌کند. در این شکل پیچیده قدرت رسانه‌ای، نشان دادن تصویر یک سرباز آمریکایی در سومالی، که به دست یک سرباز سومالی روی زمین کشیده می‌شد، موجب اعتراض افکار عمومی و قطع دخالت آمریکا شد. همین‌طور نشان دادن یک سرباز در یکی از شبکه‌های تلویزیونی هند منجر به انتخاب تعداد زیادی از بازیگران این سریال در انتخابات پارلمانی می‌شود و در نتیجه حاکمیت بلامنازع حزب کنگره طی چندین دهه انتخابات پارلمانی هند از بین می‌رود. همین‌طور در کشوری مثل ترکیه، عملکرد شبکه‌های تلویزیونی خصوصی موجب می‌شود تا ارتش از اقدام به کودتای آشکار

جهانی شدن مرحله نهایی امپریالیسم است که خود با سرمایه‌داری شروع شده است. از نظر آنها این فرایند در نهایت منجر به افزایش شکاف میان مرکز و پیرامون خواهد شد و در نتیجه، جنوب رفته رفته فقیرتر و شمال هم رفته رفته غنی‌تر خواهد شد. برخی دیگر از پست مدرنیست‌ها نیز نسبت به فرایند جهانی شدن، بدبین هستند و آن را به معنی تسلط فرهنگی سرمایه‌داری می‌دانند که منجر به از هم گسیختن رابطه میان دال Signifier و مدلول Signified شده و تقلید را به همراه خواهد آورد.

در جهانی شدن رسانه‌ها نیز اگر رهیافت خوش‌بینانه را برگزینیم، می‌توانیم نتیجه بگیریم که این فرایند به جریان آزاد اطلاعات، گسترش دموکراسی و نظم اجتماعی منجر خواهد شد و اگر از منظری بدبینانه به قضیه نگاه کنیم می‌توانیم آن را نوع جدیدی از امپریالیسم فرهنگی بدانیم که از جایی خاص هدایت می‌شود. اما نگاهی به واقعیات موجود نشان می‌دهد که هیچ‌یک از رهیافت‌ها بر خطا نیستند و این امر شاید ناشی از دیالکتیکی باشد که در جهانی شدن وجود دارد. ما در رهیافت خود بر این دیالکتیک تأکید خواهیم کرد. پس جهانی شدن رسانه‌های جمعی را می‌توان ناشی از تحولات تکنولوژی ارتباطات، جهانی شدن سرمایه (اقتصاد)، جهانی شدن سیاست و پایان نظام دو قطبی دانست که تقریرکنندگان author این فرایند نیز NGOها و دولت - ملت‌ها

معنی است که ما به پایان تکامل ایدئولوژیکی بشسر و آخرین شکل حکومت انسانی رسیده‌ایم. این ادعای فوکویاما، سه مسأله را برای روابط بین‌الملل به وجود آورده است. ادعای اول مبنی بر پایان توسعه اقتصادی و سیاسی در دموکراسی لیبرال سرمایه‌داری، بدین معنی است که جهان غیرغربی، مسیر غرب را برای رسیدن به مدرنیزاسیون طی می‌کند. در واقع مسیر طی شده توسط غرب، برای رسیدن به مدرنیزاسیون در حال تکرار است. دوم رهیافت فوکویاما بر این فرض مبتنی است که غرب حافظ واقعیات اخلاقی در حال پیشرفت است و تمامی جوامع بدون توجه به تفاوت‌های ملی و فرهنگی خود، از آن پیروی خواهند کرد. سوم، فوکویاما بر این باور است که پیشرفت در تاریخ بشری را می‌توان با معیاری مانند از بین رفتن منازعات جهانی و پذیرش جهانی، اصول مشروعیت که طی تاریخ در نظم‌های داخلی سیاسی شکل گرفته‌اند مورد سنجش قرار داد.^۲ به نظر فوکویاما «مدرنیزاسیون سریع اقتصادی، شکاف بین بسیاری از کشورهای جهان سوم را پر می‌کند و نهادهای سیاسی و اقتصادی لیبرال نه تنها با مذهب و دیگر عناصر سنتی فرهنگ همزیستی می‌کنند بلکه فعالانه و در ارتباطی تنگاتنگ با آنها عمل می‌کنند»^۳ در طیف بدبین‌ها، عمدتاً نظریه پردازان نظام جهانی قرار دارند. افرادی چون والرشتاین و سمیرامین معتقدند که

نظامی صرف نظر کند.

تشریح چرایی و چگونگی این فرایندها بدون توجه به قدرت پیچیده رسانه‌ای ناقص خواهد بود. نمود این قدرت پیچیده را می‌توان در واکنش‌هایی که نسبت به آن صورت می‌گیرد، مشاهده کرد. پوتین بعد از پیروزی در انتخابات ریاست جمهوری، صاحب بزرگ‌ترین شبکه خصوصی تلویزیونی را زندانی کرد. در ایران نیز محافظه‌کاران پس از پیروزی طرف مقابل خود در انتخابات پارلمانی، حدود بیست روزنامه را تعطیل کردند.

بولسکونی که به غول رسانه‌ای اروپا مشهور است، توانست به کمک تبلیغات شبکه‌های خصوصی خود بر صندلی نخست‌وزیری تکیه زند. در جنگ خلیج فارس نیز همگرایی رسانه‌ها عملاً منجر به خلق شیوه جدیدی از اطلاع‌رسانی در سطح جهانی شد. «چیز تازه در جنگ خلیج عبارت بود از استفاده جدید از تکنولوژی‌های موجود برای پوشش دادن جنگ با این که خود تکنولوژی‌ها، تازه نبودند. اما همگرایی این تکنولوژی‌ها در ایجاد یک ابزار کارا با تکنولوژی بالا، منجر شد که مطبوعات، رسانه‌های تصویری و فرماندهان نظامی بتوانند از این اطلاعات بهره‌گیرند. این تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات، برای همیشه نقش اطلاعات را برای متحدین، نیروهای نظامی دشمن، حکومت‌ها، سیاست‌گذاران، ناظران سیاسی و خود رسانه‌ها عوض کرد.^۶

مفهوم سرعت

سرعت، ارتباط نزدیکی با مکان و زمان دارد. یعنی هر چه سرعت یک پدیده بالا باشد به همان اندازه گذار از زمان و مکان راحت‌تر می‌شود و این چیزی است که از آن به عنوان انفجار زمان و مکان در پدیده جهانی شدن یاد می‌شود. افزایش سرعت در پدیده فراگیری چون جهانی شدن، آن را به دیگر زیرساخت‌ها

نیز منتقل می‌کند. به عنوان مثال افراد باید بتوانند به سرعت خود را با هویت‌های گوناگون وفق دهند. از طرف دیگر رسانه‌ها سبب شده‌اند که سرعت زندگی هم افزایش یابد. می‌توان در یک روز اکثر پایتخت‌های اروپایی را با هواپیماهای دارای سرعت بالا گشت و یا حداقل از آنها عبور کرد.

قدرت تجزیه و تحلیل خود را از دست می‌دهند. امروزه فضای کره زمین را امواج الکترومغناطیسی اطلاعات در بر گرفته‌اند. در دورافتاده‌ترین نقاط دنیا نیز می‌توان به راحتی و با هزینه‌ای خیلی کم به برنامه‌های رادیویی گوش داد. شاید روزی بتوان امواج تلویزیونی را هم به آسانی

■ جهانی شدن رسانه‌های جمعی را می‌توان ناشی از تحولات تکنولوژی ارتباطات، جهانی شدن سرمایه (اقتصاد)، جهانی شدن سیاست و پایان نظام دو قطبی دانست.

■ در جنگ خلیج فارس همگرایی رسانه‌ها عملاً منجر به خلق شیوه جدیدی از اطلاع‌رسانی در سطح جهانی شد.

می‌توان با اینترنت، در مدت چند ساعت به دورترین نقاط دنیا رفت و در کنفرانس‌های چند جانبه اینترنتی شرکت کرد.

زمانی که آبراهام لینکلن در آمریکا به قتل رسید خبر آن چند هفته بعد به لندن رسید، اما وقتی در دهه ۱۹۸۰ در نیویورک، ریگان مورد سوء قصد قرار گرفت، خبرنگار یکی از مجلات در نیویورک، این خبر را از سردبیر خود در لندن شنید. «جنگ جهانی دوم اخبار رسیده مربوط به یک ماه قبل بود و مردم در سالن‌های تأثر آنها را می‌دیدند. در جنگ ویتنام این مدت به ۲۴ الی ۴۸ ساعت کاهش یافت. اما در جنگ خلیج فارس، یک موشک اسکاد عراقی که به سوی تل‌آویو شلیک شده بود، همزمان در اتاق نشیمن آمریکایی‌ها نیز منفجر می‌شد.»^۷

طبعاً این سرعت رسانه‌ها در قدرت آنها نقش عمده‌ای دارد. مغز آدمی اصولاً قادر به رقابت با ابزارهای الکترونیکی نیست، یعنی نمی‌تواند مسائل را در زمان‌های بسیار کوچک تجزیه و تحلیل کند. بنابراین هر چه سرعت انتقال توسط رسانه‌ها زیاد می‌شود به همان اندازه افراد

دریافت کرد. از طرف دیگر امروزه بر اثر پیشرفت تکنولوژی ماهواره‌ای، برقراری ارتباط تلفنی در سراسر دنیا به ارزان‌ترین قیمت صورت می‌گیرد.

تأثیر دیگری که پدیده سرعت به همراه دارد، در هم ریختن مرزهاست. امروزه مرزها آنچنان در هم آمیخته‌اند که نمی‌توان میان فرهنگ برتر و فروتر خط فاصله‌ای قابل شد. افزون بر این در دنیای اطلاعات، گریزی از رسانه‌های جمعی نیست. چرا که پیچیده شدن زندگی شهری ایجاد می‌کند که افراد از اطلاعات زیادی برخوردار باشند. روی آوردن اجباری افراد به رسانه‌های جمعی باعث می‌شود تا ساختار ذهنی آنها در تعامل با تأثیرات رسانه‌ها قرار گیرد. اما رسانه‌ها به سبب سرعت بالا می‌توانند هم افکار عمومی را تحت تأثیر قرار دهند و هم حاکمان را تحت فشار بگذارند.

تحول در قدرت در عصر جهانی شدن رسانه‌ها

در تعریف قدرت گفته‌اند، قدرت یعنی این که A بتواند B را به کاری خلاف خواسته خود وادار کند. این وادار کردن اگر با قدرت فیزیکی همراه باشد، خشونت نام

دارد ولی اگر به واسطه اقتناع B صورت گیرد در آن صورت می‌توان به آن، عنوان «هژمونی» داد. در این حالت افراد، در وضعیتی گرفتار می‌آیند که نمی‌توانند نیازهای واقعی خود را از خواسته‌های غیرواقعی تشخیص دهند و در نتیجه دست به انتخابی می‌زنند که قدرت هژمونیک شده طالب آن است. هر چه ابزار هژمونیک کردن قوی‌تر و پیچیده‌تر باشد، به همان اندازه نیز افراد زیاده‌تر تحت تأثیر قرار می‌گیرند. در نظام‌های دموکراتیک مدرن، دولت‌ها اغلب از هژمونی خود برای اعمال قدرت بهره می‌برند، در حالی که برخی اوقات نیز مجبور می‌شوند از خشونت استفاده کنند. با این حال وجه غالب، اقتناع کردن و راضی نگه‌داشتن است تا اجبار.

«وقتی از قدرت رسانه‌ها صحبت می‌کنیم، منظور قدرت از نوع دوم است. یعنی رسانه‌ها زمینه را برای اقتناع آماده می‌کنند. آنان می‌توانند با مطلوب جلوه دادن اوضاع، تصویر مردم از جامعه و خودشان را متحول کنند. این تحول ناشی از قدرتی است که در نوع تصویر، ابهام، سرعت و پیچیدگی آن نهفته است چرا که مفاهیم صرفاً به وسیله محتوای مثبت خود تعریف و مشخص نمی‌شوند، بلکه روابط منفی آنها با دیگر واژه‌های نظام نیز در این مسأله سهیم است. محتوا معنی را تعیین نمی‌کند، بلکه روابط در برخی از نظام‌هاست که تعیین‌کننده معنی است.»^۸ از همین رو معنایی که به دنبال مجموعه‌ای از تصاویر به عنوان نشانه Sign ایجاد می‌شود، لزوماً معنایی نیست که برای همگان یکسان باشد و این مسأله منجر به شیوه‌های جدیدی از اعمال قدرت در سطح ملی و بین‌المللی می‌شود که سابقه نداشته است.

دانشمندان رهیافت‌های مختلفی را برای برخورد با قدرت دارند. گروهی از آنان قدرت را متجلی در قدرت نظامی

می‌دانند و آن را برترین نوع قدرت می‌شمارند (رنالیست‌ها). گروهی دیگر بر قدرت اقتصادی تأکید دارند و آن را مؤثرترین شکل قدرت در نظام بین‌الملل می‌دانند که به صلح و همکاری منجر می‌شود (لیبرالیست‌ها). میشل فوکو معتقد است قدرت در تمام اجزای پنهان جامعه وجود دارد و از همه چیز صادر می‌شود. از طرف دیگر امتناع بزرگ در برابر قدرت وجود ندارد و تنها می‌توان در برابر قدرت دست به ایجاد نقاط مقاومت زد و از همین‌رو هیچ انقلابی نیز قادر نیست خود را از چنبره آن برهاند. نظریات مختلف نسبت به قدرت رسانه‌ها در عصر جهانی شدن را می‌توان در

representation حقیقت را منتفی می‌دانند.

پیش از ورود به مباحث نظری جهانی شدن رسانه‌ها بر این نکته تأکید می‌کنیم که هر سه رهیافت فوق، تحول چهره قدرت را در عصر جهانی شدن رسانه‌های جمعی پذیرفته‌اند. اگر چه درباره ماهیت و شیوه اعمال این قدرت، نظرات متفاوتی دارند. ما نیز ضمن قبول این اصل، برآنیم دلایل به‌وجود آمدن آن را بررسی کنیم زیرا «هر جنبه‌ای از فرهنگ را که بشکافیم به پرسش ماهیت و شیوه اعمال قدرت برمی‌گردیم چون قدرت است که چیزها را تغییر می‌دهد و یا از تغییر آنها جلوگیری می‌کند. چه قدرت را توانایی تصمیم‌گیری

■ **رابطه میان تکنولوژی و ساختارهای اجتماعی تولید شده توسط آن، همواره یکی از اصلی‌ترین بحث‌های جامعه‌شناسی و جامعه‌شناسی سیاسی بوده است.**

■ **اگر اختراع ماشین بخار جیمز وات را سرآغاز تحول عظیم در تکنولوژی حمل‌ونقل بدانیم، اختراع ترانزیستور را در دهه ۱۹۵۰ می‌توان نقطه عطفی در روند تکنولوژی ارتباطات دانست.**

تعریف کنیم و چه اجرای آن تصمیم‌ها و چه عاملی که قلوب و اذهان را متأثر می‌کند، یا وضعیت بودن را تغییر می‌دهد، در هر حال قدرت عامل اصلی در پویایی هر فرهنگ است.^۹ از این منظر شاید بتوان قدرت را در سیاست به مثابه انرژی در فیزیک دانست. هر تحولی که رخ می‌دهد حاصل مصرف انرژی است و تغییر در نوع انرژی یعنی تغییر در نوع تحول. عواملی که باعث جهانی شدن رسانه‌ها و در نتیجه تغییر پارادایم قدرت شده‌اند.

۱. **تحولات تکنولوژی ارتباطات**
اغراق نیست اگر انقلاب صنعتی را در بزرگ‌ترین انقلابی بدانیم که بشر در طول حیات چندین‌هزار ساله خود شاهد آن بوده است. انسان اسطوره‌ای مقهور

سه دسته تقسیم‌بندی کرد.

۱. لیبرال‌ها که معتقدند جهانی شدن رسانه‌ها منجر به جهانی شدن حقوق بشر و دموکراسی خواهد شد و در نتیجه حکومت‌های توتالیتر و اقتدارگرا هم تضعیف خواهند شد.

۲. مارکسیست و نئومارکسیست‌ها که معتقدند جهانی شدن رسانه‌ها به معنی جهانی شدن هژمونی فرهنگی امپریالیسم غرب است. از نظر آنان این فرایند نه تنها منجر به آزادی نخواهد شد، بلکه سلطه سرمایه‌داری را بر تمام شئون زندگی افزایش خواهد داد.

۳. پست‌مدرن‌ها که بنابر تنوع ذاتی مورد تأکید خودشان در مورد جهانی شدن رسانه‌ها نیز عقیده یکسانی ندارند اما اکثریت آنها اصولاً نسبت به تلویزیون بدبین هستند، چون امکان بازنمایی

طبیعت، تنها به واسطه تکنولوژی و انقلاب صنعتی بود که توانست اولین قدم‌ها را در راه اندیشیدن به جامعه، اقتصاد، سیاست و نظام بین‌الملل بردارد و بدینسان خود را از قید طبیعت رها کند. این انقلاب هم توانست عقلانیت را به بهترین وجه در اختیار انسان قرار دهد و هم توانست شیوه به‌کارگیری این عقلانیت فلسفی را در زندگی روزمره نشان دهد. متعاقب این مسأله زندگی بشر در جامعه تا حد زیادی وابسته به ساختارهایی شد که تکنولوژی و علم و به تبع آنها عقلانیت ابزاری به وجود آورده بودند و بازتولید خود این ساختارها نیز زمینه لازم را برای رشد تکنولوژی فراهم می‌کرد. رابطه میان تکنولوژی و ساختارهای اجتماعی تولید شده توسط آن، همواره یکی از اصلی‌ترین بحث‌های جامعه‌شناسی و جامعه‌شناسی سیاسی بوده است.

دولت - ملت به عنوان بزرگ‌ترین محصول دوران جدید، اصلی‌ترین ارتباط دهنده میان تکنولوژی و جامعه است. صنعت که در ابتدا تحت کنترل دولت بود به تدریج از کنترل مطلق آن خارج شد و این امر، اجتماعی شدن صنعت و تکنولوژی را گسترش داد. اما این به معنی افول رابطه دولت و تکنولوژی نبود. در واقع تا همین اواخر دولت‌ها، اصلی‌ترین عامل کنترل‌کننده تکنولوژی نظامی، اطلاعاتی بودند و علت این امر را می‌توان وابستگی مالی مراکز تحقیقات تکنولوژیک به دولت دانست. یعنی هزینه تحقیقات و توسعه (R&D) چنان بالا بود که هیچ نهادی جز دولت قادر به تأمین آن نبود. بدین ترتیب اگر سیر تاریخی ارتباط دولت و تکنولوژی را مرور کنیم، به این نتیجه می‌رسیم که با قدرت گرفتن بخش خصوصی و مخصوصاً NGOها کنترل دولت بر تکنولوژی و در نتیجه تکنولوژی اطلاعاتی کاستی می‌گیرد و تاریخ این مسأله را می‌توان تا اوایل دهه ۱۹۸۰

عقب برد.

اگر اختراع ماشین بخار جیمز وات را سرآغاز تحول عظیم در تکنولوژی حمل و نقل بدانیم، اختراع ترانزیستور را در دهه ۱۹۵۰ می‌توان نقطه عطفی در روند تکنولوژی ارتباطات دانست. روندی که با فداکاری ماکسول و مرگ وی بر اثر

قرن بیست و یکم، فرهنگی کامپیوتری خواهد بود. این گفته شاید خیلی اغراق‌آمیز به نظر برسد اما در بردارنده این واقعیت است که کامپیوتر در زندگی امروزی بشر اهمیت بسیار دارد (حتی گروهی از پست مدرنیست‌ها براین باورند که مرکزیت‌زدایی (Decentralization) از

■ ناظران معتقدند دوسوم جمعیت کشورهای حاشیه خلیج فارس به تلویزیون‌های ماهواره‌ای دسترسی دارند.

■ در آغاز قرن بیست و یکم نرم‌افزار به عنوان یک نیروی محرک در عملکرد بخش‌های دولتی، تجاری و نظامی کشورها مطرح است و بدون وجود کامپیوتر و نرم‌افزار، امکان رقابت و یا حتی بقای بسیاری از مشاغل در جهان صنعتی امروز وجود ندارد.

انسان فاعل شناسا (Homo Subject) خود یکی از نتایج مرکزیت نداشتن اینترنت است. حتی هویت اینترنتی نیز هویتی شناور است. مینیاتوری شدن، یکی از عمده‌ترین دلایل گسترش تکنولوژی ارتباط ماهواره‌ای بود که خود زمینه را برای جهانی شدن شبکه‌های ماهواره‌ای فراهم کرده است.

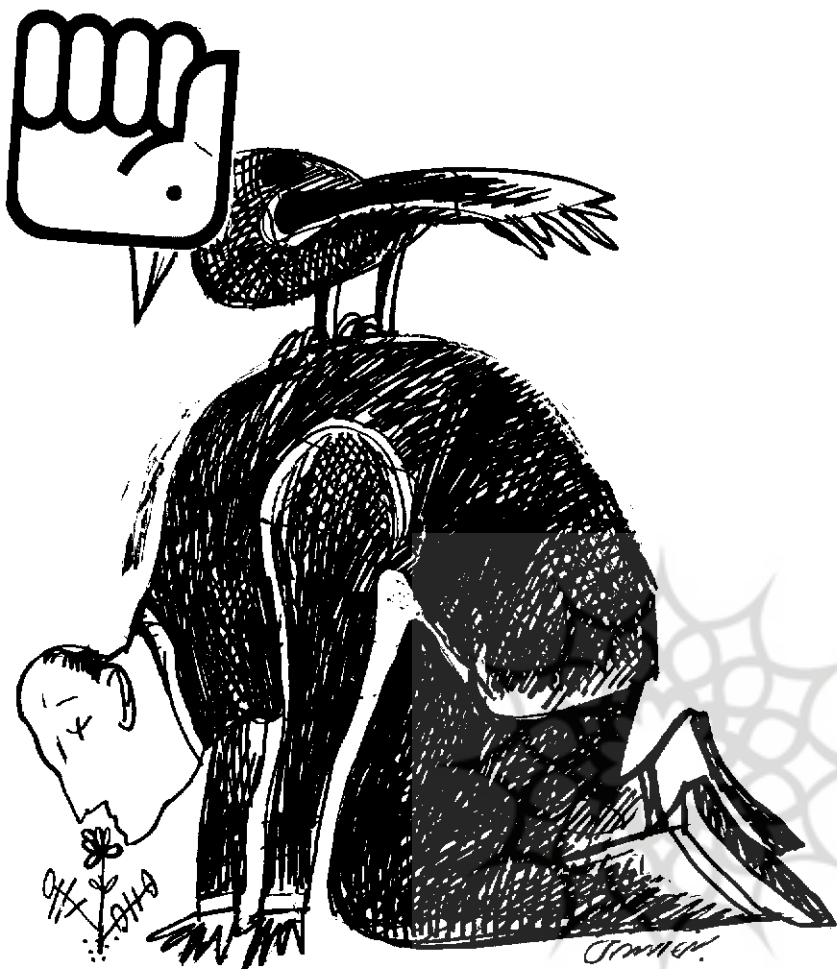
امروزه بشقاب‌های ماهواره‌ای در تمام جهان غرب حضور دارند. ناظران معتقدند دوسوم جمعیت کشورهای حاشیه خلیج فارس به تلویزیون‌های ماهواره‌ای دسترسی دارند. حدس زده می‌شود که شبکه mbc حدود ۱۰۰ تا ۱۲۰ میلیون بیننده داشته باشد. مهم‌ترین دلیلی که منجر به گسترش استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای شد، دلیلی فنی بود؛ یعنی فرستادن نسل جدیدی از ماهواره‌ها به فضا Arabsat که کنسرسیومی متشکل از اعضاء اتحادیه کشورهای عربی است نخستین ماهواره مخابراتی خود را در ۱۹۸۵ راهی فضا کرد. اما به دلیل نداشتن تکنولوژی برتر، استفاده از این برنامه‌های ماهواره‌ای مستلزم داشتن آنتن‌هایی بزرگ به قیمت چندین هزار دلار بود. اما با پیشرفت تکنولوژی ماهواره‌ای اولاً ابعاد

تحقیقاتش آغاز شد و با امواج هرترزی که نتیجه به‌کارگیری معادلات ماکسول بود، راهی تازه در پیش گرفت. اما تا هنگام اختراع ترانزیستور، تکنولوژی ارتباطات یک ماکرو تکنولوژی بود که محدودیت‌های زیادی را برای دسترسی و نیز حدود range به وجود می‌آورد. یعنی اولاً امکان جابه‌جایی آن کم بود و ثانیاً حوزه پوشش آن محدود به کشورهای پیشرفته صنعتی بود. اختراع ترانزیستور زمینه را برای ظهور ICها یا مدارهای مجتمع فراهم کرد که می‌شود آن را انقلاب دوم تکنولوژی اطلاعات دانست. این تحولات دو نتیجه عمده به همراه داشت که باعث تسریع جهانی شدن رسانه‌ها شد.

۱. مینیاتوری شدن تکنولوژی ارتباطات و در نتیجه گسترش فوق‌العاده آن در تمام نقاط دنیا

۲. ارزان شدن تکنولوژی ارتباطاتی و اطلاعاتی.

مینیاتوری شدن تکنولوژی سبب شد حمل و نقل وسایل ارتباطی ساده‌تر شود و تخصص لازم برای استفاده از ابزارهای اطلاعاتی جدید و در رأس آنها کامپیوتر نسبت به گذشته کاهش پیدا کند. بسیاری از پژوهشگران بر این باورند که فرهنگ



فروشگاه‌های معمولی خریداری شده بودند، حتی دوربین‌های فیلم‌برداری از نوع Hi-8 بودند که از مغازه‌های معمولی هم می‌توان آنها را تهیه کرد. این دوربین‌ها به علت کوچکی هم از دید دشمن پنهان می‌ماندند و هم اگر خطری مثل گاز سمی پیش می‌آمد، می‌شد آنها را در صحرا دفن کرد. از طرف دیگر در جنگ مزبور از تلفن‌های فلابی وی Flyway به شکل وسیع استفاده شد. این تلفن‌های ماهواره‌ای که به راحتی در یک چمدان جا می‌شوند، بهترین وسیله برقراری ارتباط هستند و در هر نقطه‌ای از جهان به جز سبیری کار می‌کنند. منبع تغذیه آنها باتری است و در همه جا می‌توان از

و نیز مصرف بسیار کم انرژی در آنها، نسبت به کامپیوترهای بزرگ بسیار ناچیز است. در مقایسه با نرم‌افزار کامپیوترهای بزرگ، به‌کارگیری کامپیوترهای شخصی تنها به افراد باهوش و با استعداد اختصاص ندارد. این ویژگی فرصت‌های بی‌سابقه‌ای را برای ورود کشورهای در حال توسعه به بازار پر سود و پیشرفت‌کننده به‌وجود می‌آورد.^{۱۲} کوچک‌تر شدن حجم ابزارهای اطلاع‌رسانی، تا اندازه‌ای نیز موجب ارزان‌تر شدن آنها شده است و این امر مسأله دسترسی را آسان‌تر کرده است. بسیاری از ابزارهایی که در جنگ خلیج فارس مورد استفاده قرار گرفتند، از

بشقاب‌ها کوچک شده است، ثانیاً به راحتی می‌توان آنها را جابه‌جا کرد. این تغییر ناشی از به راه افتادن باند ماهواره‌ای KU به جای باند C است که این امکان را فراهم می‌کند که برنامه‌ها مستقیماً در منزل دریافت شوند. آنتن‌های امروزی آنقدر کوچک‌اند که به راحتی می‌توان آنها را مخفی کرد. از طرف دیگر هر چه خود ماهواره‌ها کوچک‌تر و قدرتمندتر شوند، به همان اندازه ظرفیت آنها برای پخش برنامه افزایش خواهد یافت.^{۱۱}

«در آغاز قرن بیست و یکم نرم‌افزار به عنوان یک نیروی محرک در عملکرد بخش‌های دولتی، تجاری و نظامی کشورها مطرح است و بدون وجود کامپیوتر و نرم‌افزار، امکان رقابت و یا حتی بقای بسیاری از مشاغل در جهان صنعتی امروز وجود ندارد. بخشی از موفقیت‌های راهبردی و عملیاتی نیروهای متحد نظامی شرکت‌کننده در جنگ خلیج فارس استفاده از نرم‌افزار پیچیده‌ای بود که نیروهای مزبور را قادر ساخت تا در نواحی کویری نقشه‌برداری نشده حرکت کنند. نرخ رشد سالانه استفاده از نرم‌افزار در کشورهای صنعتی همچون ایالات متحده، ژاپن و اروپای غربی گاهی یک رقمی است، در حالی که در مناطقی از قبیل چین، هند، آمریکای جنوبی و اروپای شرقی نرخ رشد سالانه دو رقمی است.»^{۱۱} کامپیوترهای خانگی یا شخصی PC سبب نفوذ سریع کامپیوترها به مناطق روستایی می‌شوند که این نفوذ گسترده، شهر را از مرکزیت خارج می‌کند. پس دیگر نمی‌توان شهر را مرکز تولید تکنولوژی‌های روز دانست. علاوه بر اینها کم حجم‌تر شدن کامپیوترها امکان سرمایه‌گذاری در این بخش را افزایش داده است. «اصولاً سرمایه مورد نیاز برای توسعه نرم‌افزار کامپیوترهای شخصی به دلیل گران نبودن سخت‌افزار، ساختمان مخصوص، سیستم‌های خنک‌کننده ویژه

آنها استفاده کرد. علاوه بر این توسط هواپیما جابه‌جا شود. اینها برخلاف بشقاب‌های ماهواره‌ای هشت متری از هم باز نمی‌شوند و در نتیجه می‌توان از آنها مثل یک ایستگاه با کیفیت ماهواره‌ای استفاده کرد.

تکنولوژی با کم‌کردن هزینه ارتباطات، به جهانی شدن تولید کمک کرده است در عوض جهانی شدن پیشرفت تکنولوژی را با تشدید رقابت همراه کرد و این امر به ایجاد یک تکنولوژی جدید انجامیده است. تعامل تکنولوژی و جهانی شدن مسائل جدیدی را پدید آورده‌اند.^{۱۲} از طرف دیگر امکان جهش توسط تکنولوژی سوئیچینگ الکترونیکی به دو دلیل گسترش یافته است. ۱) نصب این تکنولوژی ارزان‌تر و ساده‌تر از نصب شبکه‌های الکترو مکانیکی موجود است. ۲) در بیشتر کشورهای در حال توسعه‌ای که دارای شبکه‌های وسیع الکترو مکانیکی هستند، می‌توان این تکنولوژی را گسترش داد.^{۱۴}

همه مسائل فوق در نهایت موجب تحول در رابطه میان دولت و تکنولوژی اطلاعاتی شده است. دولت دیگر قادر نیست خروج و ورود همه اطلاعات را کنترل کند چرا که ابزارهای پیشرفته به شرکت‌ها و شبکه‌های ماهواره‌ای امکان می‌دهد که تا حد زیادی خواست‌های خود را تحقق بخشند. آیا این بدان معنی نیست که در قرن بیست و یکم تکنولوژی می‌خواهد خود را از قید حاکمیت دولت‌ها رها کند؟

۲. جهانی شدن اقتصاد

یکی از اصلی‌ترین و مؤثرترین ابعاد جهانی شدن، جهانی شدن اقتصاد است. تئولیرال‌ها و نیز نظریه‌پردازان وابستگی متقابل، بر این باورند که تجارت آزاد در سطح نظام بین‌الملل می‌تواند مانع جنگ

و درگیری شود. امروزه تا حدی این شعار در اتحادیه اروپا محقق شده است. چراکه اعضای آن وابستگی متقابل اقتصادی بالایی دارند. از طرف دیگر اقتصاد در نظام‌های لیبرال دموکراسی نقش بسیار مهمی دارد و می‌توان گفت که همه چیز به نوعی بُعد اقتصادی به خود گرفته است. حتی عده‌ای چون دانیل بل بر این باورند که مارکس درک نادرستی از سرمایه‌داری داشت چراکه سرمایه‌داری صرفاً یک نظام اقتصادی نیست، بلکه نظامی اجتماعی هم هست که در آن قدرت از مجرای توارث وارث بردن فرزند بزرگ از پدر و نیز خانواده توزیع می‌شود و از همین رو ساختار طبقاتی سرمایه‌داری از مجرای نظام خانوادگی بازتولید می‌شود.^{۱۵} نگاهی به وضعیت کنونی جوامع سرمایه‌داری تا حدی مؤید این واقعیت است.

در فرایند جهانی شدن، اقتصاد می‌خواهد خود را به یک زمینه تبدیل بکند. زمینه‌ای که مقدمه سرآغاز هر نوع فعالیت جهانی است. واقعیت آن است که امروزه اقتصاد به همه حوزه‌های قابل تصور سرایت کرده و این سرایت تا حدی است که گاه نقش اقتصاد به فراموشی سپرده می‌شود. اقتصاد مسلط، به همراه خودش فرهنگ مسلط ایجاد می‌کند و سیاست راهم تا حد زیادی تحت تأثیر قرار می‌دهد. ابزار این تسلط اقتصادی و فرهنگی شرکت‌های فراملیتی‌اند. «شرکت‌های چند ملیتی قدرتمند می‌توانند سرمایه‌ها را در مرزهای سیاسی جابه‌جا کنند، انتقال تکنولوژی‌ها را کنترل و در مورد کم کردن مالیات با حکومت به مذاکره بنشینند. این جریان سرمایه، ارتباطات و بهره در فراسوی مرزهای ملی، اغلب علایم حیاتی چالش جهانی برای دولت - ملت تصور می‌شود.»^{۱۶} شرکت‌های فراملیتی (TNC) دنیا را به یک بازار بزرگ تبدیل و عملاً مفهوم بازار ملی در دست دولت‌ها را بی‌معنی کرده‌اند.

«در حال حاضر در سه قطب ژاپن، آمریکا و اتحادیه اروپا، ۳۷۰۰۰ شرکت فراملیتی وجود دارد که دارای ۲۰۰۰۰۰ شعبه در سراسر جهان هستند و هر نظام سیاسی را که بخواهد در برابر رشد آنها مانع ایجاد کند دچار بی‌ثباتی می‌کند.»^{۱۷}

در این بازار جهانی ایجاد شده توسط شرکت‌های فراملیتی، قاعده خاص حاکم است. یعنی حاکمیت با مشتری و در واقع پول است و مسأله دیالکتیک خدایگان و بندگانه هگل و جهان دو قطبی مارکس نیز دیگر صادق نیست. کارگر و سرمایه‌دار، شرقی و غربی، سیاه و سفید و همه دوگانگی‌های دیرین در این بازار، حاکمیت یکسانی دارند. حاکمیتی که در مصرف، تجلی پیدا می‌کند. مصرفی که مرکز ثقل زندگی در جامعه سرمایه‌داری است و می‌کوشد فرهنگ خود یعنی روزمرگی Commodification را رواج دهد. در واقع هنرمندان و ستاره‌های فوتبال هالیوود و ورزشکاران، روشنفکران امروزند. آثار تولیدی و عکس‌های آنها در تیراژهای میلیونی به فروش می‌رسد و مدل موی و ادکلن مصرفی آنها، میلیون‌ها جوان را در سراسر دنیا به خود جذب می‌کند. مانکن‌هایی که در سن‌ها راه می‌روند، صحنه‌های انتخاب زن سال، شبکه‌های تبلیغاتی که مصرف را تبلیغ می‌کنند، باندهای مافیایی که زنان و دختران کشورهای فقیر را راهی اروپا می‌کنند و شرکت‌های تولیدکننده فیلم‌های اروتیک و پورنوگراف به کار و می‌دارند، همه و همه نقطه تقاطعی به نام تلویزیون دارند. از طریق آنهاست که شرکت‌های فراملیتی تولیدات خود را عرضه می‌کنند و برای آنها مشتری پیدا می‌کنند. نمایش تصاویر، آخرین مرحله از سلسله زنجیروار است که سرمایه‌داری در فرهنگ جهانی ایجاد می‌کند.

شرکت‌های چند ملیتی واسطه‌ای هستند میان سیاستمداران، باندهای

مافیایی و شبکه‌های تلویزیونی. آنان اگر بخواهند می‌توانند هر سیاستمداری را مشهور کنند و یا او را به فساد مالی متهم کنند. این شرکت‌ها واسط اصلی میان سرمایه‌داران و شرکت‌های انتخاب زن‌سال، برای فروش زنان‌اند. همین‌طور آخرین آثار هنری سینمایی - از هر نوع - در تلویزیون تبلیغ و معرفی می‌شود. MTV قبله آمال تمام هنرمندان جهان است و شعار آن یک جهان، یک فرهنگ می‌باشد. شرکت سونی برای به دست آوردن حق بازاریابی آثار مایکل جکسون، یک میلیارد دلار به او پرداخته است. بی‌شک انگلیسی زبان اصلی فرهنگ عامه‌پسند Popular است. اکنون زمانی است که

■ یکی از اصلی‌ترین و مؤثرترین ابعاد جهانی‌شدن، جهانی‌شدن اقتصاد است.

هنرمندان غربی به راحتی می‌توانند به فرهنگ‌های غیرغربی دسترسی داشته باشند. امروزه مایکل جکسون، مدونا و اسپیلبرگ هنرمندانی هستند جهانی! در حال حاضر تمام مردم اروپای شرقی با شیوه زندگی غربی از طریق تلویزیون آشنا شده‌اند. حتی خود بریتانیا در کنترل شبکه‌های پورنوگراف با مشکل مواجه است و گسترش توریسم هم جلوه‌ای از این جهانی‌شدن است. آژانس‌های مسافرتی عجیب‌ترین نقاط دنیا را برای مسافرت انتخاب می‌کنند.^{۱۸} و این انتخاب‌ها اغلب از طریق برنامه‌های تلویزیونی شبکه‌های جهانی میسر می‌شود. «هزینه اجاره یک کانال ماهواره‌ای سالانه ۴ میلیون دلار است. علاوه بر این، صدها میلیون دلار صرف کامپیوترها، دوربین‌های کنترل از راه

دور و ... می‌شود. mbc و ANN از یکی از گران‌ترین شهرهای دنیا، یعنی لندن برنامه پخش می‌کنند. کانال‌های ماهواره‌ای دو منبع درآمد دارند: هزینه اشتراک و درآمد تبلیغاتی. کل درآمد تبلیغاتی کانال‌های غربی به‌ندرت از درآمد تبلیغاتی اسرائیل تجاوز می‌کند. با این حال تبلیغات در کشورهای غربی نیز رو به افزایش است. براساس یک برآورد تازه، کل درآمد تبلیغاتی کانال‌های ماهواره‌ای منطقه در سال به ۹۰ میلیون دلار می‌رسد که ۷۰ درصد آن متعلق به mbc و Lbc، Future TV است.^{۱۹} صاحبان کانال‌های ماهواره‌ای غربی معتقدند که قصدشان رساندن صدای اعراب به دنیاست که البته تا حدودی به خواسته خود جامه عمل پوشانده‌اند، به عنوان مثال کانال الجزیره به یکی از بهترین مراکز خبری منطقه خاورمیانه تبدیل شده است. اما پرسش اساسی این است که آیا کشورهایی چون تانزانیا و آنگولا و گواتمالا نمی‌خواهند صدایشان به دنیا برسد و اگر می‌خواهند چرانی‌توانند؟

نقش اقتصاد در جهانی‌شدن رسانه‌ها زمانی آشکار می‌شود که توجه کنیم، رسانه‌ای چون تلویزیون یا شبکه ماهواره تنها یکی از حلقه‌هایی است که در زنجیره بزرگ تولید اقتصاد فرهنگی وجود دارد. غول رسانه‌ای دنیا یعنی روبرت مردوخ که ملیت خود را از استرالیایی به آمریکایی تغییر داده است، صاحب یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های فیلم‌سازی دنیا یعنی «استودیوی رویاه قرن بیستم» است، علاوه بر این شبکه‌های ماهواره‌ای Star-TV که از ترکیه تا چین گسترده شده، از آن اوست. هم او بود که گفت: اکنون بزرگ‌ترین حرکت، جهانی‌شدن است. همچنین غول رسانه‌ای اروپا یعنی برلوسکونی علاوه بر پنج شبکه تلویزیونی، صاحب باشگاه AC میلان نیز هست.^{۲۰}

در بُعد دیگر نگاهی به فرایند مبادلات اقتصادی بین‌المللی و جهانی نشان می‌دهد که این مبادلات بدون ارائه خدمات اطلاع‌رسانی و نیز ابزارهای ارتباطی ممکن نیست. خدماتی که رسانه‌های جمعی برای اقتصاد انجام می‌دهند بسیار وسیع است. از پخش آگهی‌های مناقصه در رسانه‌ها گرفته تا بازاریابی و ارائه خدمات اطلاع‌رسانی و مبادله پول از طریق اینترنت و اتصال بازارهای بورس جهانی به یکدیگر، همه از طریق جهانی‌شدن رسانه‌ها ممکن شده است. حتی با حضور اینترنت و تمرکززدایی افقی از تولید که خود محصول جهانی‌شدن رسانه‌هاست، شکل کار اقتصادی نیز متحول شده است. به‌طوری که با نشست پشت اینترنت و بدون جابجایی فیزیکی می‌توان مبادلاتی به ارزش میلیون‌ها دلار انجام داد. سقوط اقتصادی کشورهای آسیای جنوب شرقی جز از مجرای جهانی‌شدن رسانه‌ها ممکن نبود. «نقش رو به افزایش ارتباطات داده‌ای در صنایع اطلاعاتی نظیر بانکداری فراملی، بیمه خطوط هوایی، شرکت‌های چندملیتی و آژانس‌های خبری بین‌المللی مبتنی است بر ادغام کامپیوتر و تکنولوژی‌های ارتباطی آن هم در شکل جریان داده فرامرزی. تهیه اطلاعات تجاری و مالی از طریق کامپیوتر یکی از منابع اصلی رو به رشد سود است. از منظر اولویت فردی بر منافع ملی، اکنون اطلاعات یک کالا یا یک منبع با ارزش استراتژیک برای کنترل است.»^{۲۱} بنابراین می‌توان گفت که در آینده داشتن اطلاعات خود به یکی از منابع اصلی قدرت اقتصادی تبدیل خواهد شد. اکنون هم نشانه‌های این تحول را می‌توان دید. سرمایه‌دارترین کشورها آنهایی هستند که سرمایه اطلاعاتی‌شان نیز بالاست. ابر شاهراه‌های Super highway اطلاعاتی آمریکا از لحاظ اقتصادی هزینه‌های بسیار

بالایی در بر دارند.

۳. جهانی شدن سیاست

جهانی شدن سیاست مثل جهانی شدن اقتصاد چیزی نیست که همگان آن را قبول داشته باشند و درباره آن به یک توافق نسبی برسند. اما در هر حال مسأله دولت - ملت محور بحث‌های مربوط به جهانی شدن سیاست است. از همین رو بحث در باب تعامل میان جهانی شدن رسانه‌ها و جهانی شدن سیاست در گرو رهیافتی است که در آن نسبت دولت - ملت در عصر جهانی شدن انتخاب وجود دارد. نظریه پردازان لیبرال بر این باورند که دولت‌ها دیگر بازیگران اصلی نیستند و در فرایند جهانی شدن هم‌تراز با دیگر بازیگران نظیر NGOها قرار دارند. همین امر خود باعث تضعیف حاکمیت دولت - ملت‌ها شده و قدرت کنترل را از دست آن گرفته است. نمونه این مسأله نفوذ ماهواره‌ها از طریق فضا به کشورهاست. رئالیست‌ها برخلاف لیبرال‌ها معتقدند که جهانی شدن تأثیر چندانی بر حاکمیت نداشته و دولت - ملت‌ها همچنان بازیگران اصلی هستند. از نظر آنها گسترش NGOها خود محصول تصمیم‌گیری دولت‌هاست. در نتیجه جهانی شدن رسانه‌ها هم چیزی جز خواست کشورهای سرمایه‌دار صنعتی برای گسترش بازارهای مالی بزرگ‌تر نیست.

ما ضمن یادآوری دیالکتیک موجود در جهانی شدن بر این نکته تأکید می‌کنیم که برخورد دولت‌های شمال و جنوب با پدیده جهانی شدن رسانه‌ها یکسان نیست. به عنوان مثال در شمال قدرت اقتصادی فوق‌العاده شرکت‌های چندملیتی نظیر سونی، JVC, GILLET, KENWOOD, SHARP و... باعث شده که قدرت چانه‌زنی این شرکت‌ها بالا باشد و در نتیجه دولت‌ها هم قادر به کنترل دقیق عملکرد آنها نباشند. حتی در بریتانیا

توانایی دولت‌ها برای همراهی با فرایند جهانی شدن رسانه‌ها تابعی از قدرت فنی آنهاست. کشورهایی که از لحاظ تکنولوژی اطلاعاتی در سطح پایینی قرار دارند، حتی قادر به بهره‌گیری از رسانه‌های جهانی شده نیستند. چه برسد به این که بتوانند با آنها مقابله کنند و جهانی شدن برای این کشورها فرایندی اجباری است. آنها گمان می‌کنند که محکوم به پذیرفتن مظاهر مدرنیته هستند بی‌آنکه از آن بهره‌ای برند.

یکی از بزرگ‌ترین گام‌ها در راه جهانی شدن رسانه‌ها، مسأله مقررات زدایی Deregulation از صدور سرمایه بود. در اوایل دهه ۱۹۸۰، هفت

■ واقعیت آن است که امروزه

اقتصاد به همه حوزه‌های قابل

تصور سرایت کرده و این سرایت

تا حدی است که گاه نقش اقتصاد

به فراموشی سپرده می‌شود.

کشور صنعتی به رهبری آمریکا و انگلیس، ایده جهانی شدن را مطرح کردند و در این ارتباط و برای رسیدن به آن، ایده قانون یا مقررات زدایی مطرح شد. در واقع هدف این بود که مقررات دست‌وپا گیر برای صدور سرمایه از میان برداشته شود. به همین علت سرمایه‌گذاری در بخش رسانه‌ها افزایش یافت.

دولت‌ها هر روز بیشتر از دیروز به برتری‌های تکنولوژی ارتباطی پی می‌برند و از این رو درصدد برمی‌آیند در کنار NGOها از مزایای آن استفاده کنند. به عنوان مثال دولت آمریکا نقشه‌های توپوگرافیک فضایی را از شرکت‌های خصوصی می‌خرد. همچنین دولت‌ها از نظر امنیتی می‌کوشند از آسیب‌پذیری خود در مقابله با جریان اطلاعات بکاهند. دولت آمریکا چندصد میلیون دلار برای

چنانچه گفتیم دولت قادر به جلوگیری از پخش برنامه‌های نامناسب نیست. اما در مورد کشورهای جنوب مسأله فرق می‌کند. به عنوان مثال اگر کشوری مثل هند را در نظر بگیریم می‌بینیم که شرکت فیلم‌سازی بالیوود فعالیت بسیار گسترده‌ای دارد و فیلم‌های آن نیز فروش نسبتاً بالایی دارند. همین‌طور چهارمین شبکه تلویزیونی دنیا یعنی Globo از آن برزیل است. اما در عین حال هم در هند و هم در برزیل دولت‌ها نقش مؤثری در کنترل رسانه‌های مزبور دارند. در کشوری مثل ترکیه نیز که کانال‌های ماهواره‌ای متعددی وجود دارد، دولت بر پخش برنامه‌ها نظارت دارد و اگر برنامه‌ای خلاف اخلاق عمومی توهین‌آمیز و دروغ باشد، کانال پخش‌کننده آن جریمه می‌شود. در کشورهایی مانند ایران نیز اصولاً تأسیس شبکه‌های خصوصی رادیویی و تلویزیونی برخلاف قانون اساسی است. در ایران روزنامه‌های خصوصی و منتقد را لانه دشمن و مظهر تهاجم فرهنگی غرب می‌دانند چون معتقدند که جهانی شدن، توطئه جدید امپریالیسم است. در کشوری مثل اندونزی نیز که جزو کشورهای در حال توسعه آسیای جنوب شرقی است، رسانه‌ها نقش مهمی در براندازی سوهارتو داشتند و دانشجویان، زمان تظاهرات خود را از طریق اینترنت تنظیم می‌کردند و دولت نیز قادر به جلوگیری از آن نبود. دولت‌هایی مثل ایران، چین و اندونزی هزینه‌های بسیار بالایی را برای کنترل ورود و خروج اطلاعات از طریق اینترنت و... متحمل می‌شوند ولی موفقیت آنها در خور توجه نیست. حتی در کشوری مثل ایران، بسیاری از مردم فیلم تایتانیک را قبل از انگلیسی‌ها تماشا کرده بودند.

نکات فوق بیانگر آن است که رسانه‌های امروزی مرزهای ملی را رسوخ‌پذیرتر کرده‌اند. از طرف دیگر

حفاظت از کامپیوترهای پنتاگون اختصاص داده است. انگلیس نیز با صرف چند میلیارد دلار در تلاش است طی سال‌های آینده همانند آمریکا به ابرشاهراه‌های اطلاعاتی دسترسی پیدا کند. امروزه دیپلماسی بدون مجهز شدن به ابزارهای تکنولوژی اطلاعاتی یک دیپلماسی ناکارآمد است. مؤسسه CSIS در پژوهش خود پیرامون دیپلماسی آمریکا در عصر اطلاعات اظهار کرده که دیپلماسی آمریکا در وضعیت کنونی میان رفتارهای خود و نیازهای عصر اطلاعات دچار یک شکاف غیرقابل قبول شده است. این شکاف در اولویت‌های دیپلماتیک، استانداردهای حرفه‌ای، رهبری، زیرساخت، منابع، مخابرات، کامپیوترها، استقرار رسانه‌ها، روابط با رسانه‌ها و NGOها می‌باشد.^{۲۲}

جنگ خلیج فارس نقطه عطفی در جهانی شدن رسانه‌ها بود. یعنی از یک طرف به کشورهای منطقه نشان داد که چقدر از لحاظ اطلاع‌رسانی ضعیف هستند و از طرف دیگر ثابت کرد که دولت‌ها در مواقع جنگ می‌توانند روی قدرت رسانه‌ها حساب کنند. «مسئله مهم این بود که در هیچ‌یک از عملیات نظامی آمریکا در خارج، ابزار نظامی نتوانست به عنوان ابزار سیاست خارجی عمل کند. سلاح‌های کلیدی در هیچ‌یک از عملیات گرانادا، پاناما و... درست عمل نکردند اما طی جنگ خلیج [فارس] که بودجه نظامی آمریکا در حال تصویب بود، ماشین دولتی بوش در صدد برآمد که اشتباهات نظامی را پوشش دهد و جنگ خلیج را یک پیروزی علیه اهریمن به حساب آورد، در همین جا بود که رسانه‌ها به کار افتادند و مفهوم جنگ تکنولوژیک نیز همین بود.»^{۲۳} البته نباید فراموش کرد که رسانه‌ها در زمان جنگ - بدون استثنا - شیپورچی جنگ می‌شوند و اگر چه تفنگ به دست نمی‌گیرند و شلیک نمی‌کنند، اما هورا‌های

آنها برای تیراندازی و شلیک جزئی از فرایند حمایت و تقویت آنها برای جنگ است.^{۲۴} ویژگی اساسی که پوشش رسانه‌ای جنگ خلیج فارس را ممکن ساخت، متفاوت از جنگ‌های دیگر بود. به عبارت دیگر در جنگ مزبور ما شاهد یک جنگ رسانه‌ای هم بودیم که تصاویر و نمادهایی را ارسال می‌کرد که لزوماً به جنگ ارتباطی نداشت و فقط به خاطر تفریح بود. در جنگ رسانه‌ای به خاطر این‌که ماهیت رسانه‌ها «واسطه‌بودن» است، مرگ و نابودی در میدانی دور از جنگ واقعیت می‌یابد. برخی از پژوهشگران، این پدیده را شبهه حادثه Pseudoevent نامیده‌اند یعنی این‌که توهم illusion واقعیات جنگ توسط رسانه‌ها نشر و حتی ساخته می‌شود، آن هم برای تفریح. به عبارت دیگر رسانه‌ها توسط اطلاعات، حس جنگ را منتقل می‌کنند.^{۲۵}

پس به‌طور خلاصه می‌توان گفت که دولت‌ها در ارتباط با جهانی شدن رسانه‌ها با یک دیالکتیک مواجه‌اند. آنها از یک طرف نیازمند رسانه‌ها هستند تا یک دیپلماسی، امنیت و اقتصاد کارآ داشته باشند و از طرف دیگر گسترش تکنولوژی ارتباطات چه توسط دولت و چه توسط NGOها موجب تضعیف حاکمیت دولت - ملت‌ها می‌شود.

۴. پایان جنگ سرد

در بررسی ارتباط جهانی شدن رسانه‌ها و پایان جنگ سرد، فرض بر این است که پایان نظام دو قطبی یکی از دلایل عمده تشدید فرایند جهانی شدن و در نتیجه جهانی شدن رسانه‌ها بود. در واقع پس از جنگ سرد، سرمایه‌داری با شکست دادن رقیب اصلی خود کمونیسم، می‌کوشد تا شعارهای عصر روشنگری خود را جهانی کند. در همین راستا نیز ایده‌های گسترش دموکراسی و حقوق بشر را پیش کشید که

وسیله مناسب برای مطرح کردن آن رسانه‌ها بودند. بدین ترتیب ابزارهای تبلیغاتی آمریکا که در دوران جنگ سرد، عمدتاً علیه ایدئولوژی کمونیسم تبلیغ می‌کردند، این بار علیه کشورهای توتالیتر و غیردموکراتیک به تبلیغ پرداختند. تا آنجا که چین مدعی شد آمریکا در راستای تک قطبی کردن دنیا، حقوق بشر را ابزاری تبلیغی برای تضعیف چین کرده است.

با پایان تعارض ایدئولوژیکی میان دو قطب شرق و غرب، رسانه‌ها برای تهیه برنامه‌های جذاب تلاش کردند دشمن جدیدی برای سرمایه‌داری بسازند. و اسلام تقریباً این شرایط را داشت چون اولاً دینی با پیشینه تاریخی طولانی بود و ثانیاً نظام اعتقادی و ارزشی آن با غرب یکی نبود. البته نمی‌توان منکر این واقعیت شد که رسانه‌ها به هر نوع اعتقاد و ایمانی که مخالف ارزش‌های آنها باشد، حمله می‌کنند. اما با توجه به ساختار ذهنیتی تثبیت شده غربی‌ها نسبت به اسلام حمله به اسلام چهره‌ای خاص به خود گرفته بود. «چنانچه منفورترین چهره‌های رسانه‌های غربی طی دهه ۱۹۸۰ آسیایی‌ها بودند و رهبران ایران، عراق و لیبی سه شخصیت مشهوری بودند که به عنوان رهبران مستبد خطرناک در این رسانه‌ها معرفی می‌شدند.»^{۲۶} نوع نگاه غربی‌ها به اسلام زمینه را برای اظهار وجود مسلمانان فراهم کرد و چنانچه گفتیم بعد از جنگ خلیج و به واسطه پیشرفت تکنولوژی ماهواره‌ای شبکه‌های ماهواره‌ای کشورهای عربی توانستند وارد عرصه جهانی شدن رسانه‌ها شوند.

مسئله دیگری که فروپاشی شوروی به همراه داشت، تغییر نقشه اروپا و آسیا بود که منجر به تشکیل دولت‌های جدید در آسیای میانه شد. این تغییر ژئواستراتژیک بیش از همه به نفع رسانه‌های ترکیه بود که دارای فرهنگ و زبان مشترک با اکثر کشورهای آسیای میانه بود. این امر نقش

and Leonard Shyles. Greenwood Press, 1994, pp. 55-56.

7. Ibid, p. 57.

8. Arthur Asa Berger. *Media Analysis Techniques*, London & New York SAGE Publications, 1991, p. 7.

9. James Watson, *Media Communication*, London, Mcmillan Press, 1998, p. 14.

10. John B. Alterman, *New Media, New Politics, Policy Paper*, No. 48, 1998, pp. 15-17.

۱۱. جهانی شدن عرضه و تقاضای نرم افزار، خبرنامه انفورماتیک، سال چهاردهم، اسفند ۱۳۷۸. همان.

13. Paul Streeten, *Globalization, threat or Salvation*, in *Globalization, Growth and Marginalization*. Edited by A.S. Bhalla, London & New York: Mcmillan Press, 1998, p. 20

14. Jeffrey James, *Information Technology, Globalization and Marginalization*, in A.S. Bhalla, op.cit, p. 52.

15. Bryan S. Turner, *From Postindustrial Society To Postmodern Politics; the Political Sociology of Daniel Bell*, in *Contemporary Political Culture: Politics in a Postmodern Age*, Edited by John R. Gibbins. London & New York: SAGE Publications, pp. 200-201.

16. Robert J. Holton, *Globalization and the Nation-State*, London & New York, Mcmillan and ST. Martin's Press, 1998, p. 82.

17. Bruno Amoroso, on *Globalization: Capitalism in 21 st. century*, Ottawa and London: Mcmillan Press Ltd., 1998, pp. 55-56.

18. John Street. *Politics and Popular culture*, Oxford: Polity Press, 1997, pp. 68-71.

19. Jhon B. Alterman, op.cit, p. 17.

20. Mark Wheeler, op. cit., p. 196.

21. Hamid Mowlana, *Global Communication in Transition*, London: SAGE Publication, 1996, p. 41.

22. CSIS, *Reinventing Diplomacy in the Information Age*, Washington D.C: The CSIS Press, 1998, P.Xii.

23. Douglas Kellner, *The Persian Gulf TV War*, Boulder: Westview Press 1992, p. 187.

24. James Watson, op.cit., p. 15.

25. Philip M. Taylor, *Global Communications, international affairs and the Media Since 1945*, London & New York: Routledge, 1997, p. 19.

26. Akbar S. Ahmad, *Is lam and Postmodernism*, London & New York, Routledge, 1992, p. 227.

برای فرایند جهانی شدن، باعث شد که روند جهانی شدن رسانه‌ها پس از پایان جنگ سرعت بیشتری داشته باشد.

نتیجه گیری

با توجه به موارد چهارگانه ذکر شده در مورد فرایند جهانی شدن رسانه‌ها که منجر به تحول در پارادایم قدرت شده است و این تحول نیز حاکمیت بر مرزهای ملی را تضعیف کرده، می‌توان نتیجه گرفت: جهانی شدن اقتصاد به عنوان اصلی ترین و قوی ترین جنبه جهانی شدن، باعث رشد شرکت‌های چند ملیتی شد و این شرکت‌ها نیز در راستای کسب سود تجاری، به گسترش رسانه‌های جمعی و از جمله تلویزیون و ماهواره روی آوردند تا از این طریق بتوانند به سود بیشتر دسترسی پیدا کنند و این کار زمینه اصلی جهانی شدن رسانه‌های جمعی را فراهم آورد. از طرف دیگر جهانی شدن اقتصاد و به دنبال آن جهانی کردن تولید منجر به پیشرفت تکنولوژی شد و این دو نیز زمینه تضعیف حاکمیت دولت‌ها را فراهم کردند و سرانجام نظام دو قطبی به عنوان کاتالیزوری فرایند جهانی شدن را تشدید کرد.

پس جهانی شدن اقتصاد، بیشترین سهم را در جهانی شدن رسانه‌های جمعی داشت است. □

پی‌نوئیس‌ها:

۱. رسانه‌ها و جهانی شدن فرهنگ در کتاب سروش: رسانه‌ها و فرهنگ، تهران: انتشارات سروش، ۱۳۷۶، ص.

2. Mark Wheeler, *Politics and Mass Media*, Oxford Blackwell 1997, pp. 180-181.

3. Scott Burchill, *Liberal Internationalism, in theories of International Relation* edited by Scott Burchill and Andrew Linklater and etal, London & New York: Mcmillan and ST. Martin's Press, 1996, pp. 28-29.

4. Francis Fukuyama, *Trust*, New York and London, the Free Press 1995, p. 353.

5. Mark Wheeler, Op.cit., p. 178.

6. High tech comes to war coverage, in *the 1000 Hour War*. Edited by thomas A. Mc Cain

مهمی در گسترش شبکه‌های ماهواره‌ای در ترکیه داشت. در طرف دیگر نیز با تحولات پیش آمده کشورهای اروپای شرقی، راه حرکت به سوی اقتصاد بازار را باز کردند و این امر موجب توجه رسانه‌های غربی به این بازار بسیار بزرگ شد و این گام مؤثری در راه جهانی شدن رسانه‌ها بود. بدین ترتیب می‌توان گفت که پایان جنگ سرد در واقع پایان بازار کمونیسم هم بود، که خود مانعی اساسی در راه جهانی شدن اقتصاد سرمایه‌داری به شمار می‌آمد. از این نظر سقوط کمونیسم بیش از جنبه سیاسی، از لحاظ اقتصادی غرب را تقویت کرد چون از نظر سیاسی مشکلاتی نظیر بحران‌های اروپای شرقی و خاورمیانه را موجب شد.

پایان جنگ سرد همچنین این امکان را فراهم ساخت که تکنولوژی در حال پیشرفت صرفاً خود را محدود به پیشرفت در بُعد نظامی نکند. زیرا در دوران جنگ سرد پیشرفته‌ترین تکنولوژی‌ها مربوط به آنهایی بود که به نوعی به مسأله امنیت ارتباط داشتند. مثل تکنولوژی هسته‌ای و الکترونیک. پس از پایان جنگ سرد هزینه‌های سرسام‌آور تحقیقات هسته‌ای تا اندازه‌ای کاهش یافت. بنابراین زمینه‌های دیگری چون تکنولوژی نیمه رساناها و ابررساناها گسترش یافتند که بیشتر جنبه اطلاعاتی داشتند تا نظامی. افزون بر این، رفع شدن خطر امنیتی شوروی، موجب شد تا آمریکا شبکه اینترنت را گسترش دهد که خود نقطه عطفی در شیوه اطلاع‌رسانی شد. امروزه توسط اینترنت می‌توان شمار نیروهای نظامی هر کشور، تعداد پایگاه‌های نظامی و... را دانست. این اطلاعات دیگر اسرار امنیتی نیستند و این امر، نتیجه پایان نظام دو قطبی است. با توجه به مفروض این بخش که جهانی شدن به واسطه پایان نظام دو قطبی تشدید شده و نه تولید، می‌توان گفت که پایان نظام دو قطبی به عنوان کاتالیزوری