

مقدمه

جهانی شدن از مفاهیم جدیدی است که در دهه های اخیر وارد حوزه علوم انسانی شده و به سرعت هم مورد کاربرد و بحث و نظر قرار گرفته است. جهانی شدن دارای ابعاد مختلفی بوده و متأثر از عوامل مختلفی نیز هست. اما بدون شک یکی از عوامل مهم جهانی شدن، گسترش وسایل ارتباطی و اطلاعاتی در دهه های اخیر بوده است. تحلیل بعد زمان و مکان و حرکت به سوی «دهکده جهانی» با فرهنگ و زبان مشترک و حتی روندهای اقتصادی، سیاسی و ... مشترک تا حدودی برخاسته از آثار و کارکردهای این وسایل و فناوری ها بوده است.

رادیو نیز همسنگ دیگر وسایل ارتباطی و اطلاعاتی دارای جایگاه خاصی در جهانی شدن بوده و به نوبه خود نیز از فرایندهای جهانی شدن تأثیر پذیرفته است؛ گسترش رادیو اینترنتی و تلفیق صدای زنده در اینترنت، رادیوهای جهانی، رادیوها با زبانی مشترک در دنیا، رادیوهای محلی و رادیوهای هویت بخش به گروه های حاشیه ای، از این جمله است.

در این نوشتار ابتدا درباره مفهوم «جهانی شدن» بحث خواهیم کرد تا در حد امکان بار مفهومی آن روشن گردد تا دیدی از آن به دست داده باشیم. در ادامه به ابعاد جهانی شدن پرداخته و در سه بعد سیاسی، اقتصادی و فرهنگی به بحث خواهیم نشست. جهانی شدن و ارتباطات موضوع بعدی در این نوشتار است که چگونگی تأثیر ارتباطات و وسایل ارتباطی و اطلاعاتی را در روند جهانی شدن مورد نظر قرار داده و همچنین تأثیر متقابل آن را مورد توجه قرار می دهد. رادیو و جهانی شدن به عنوان بخش ویژه این نوشتار بوده که جایگاه رادیو را در عصر جهانی شدن نشان می دهد.

• ولی الله رستمعلی زاده
دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت توسعه

مفهوم جهانی شدن

واترز بر این عقیده است که لغت «جهانی شدن» از چهارصد سال پیش تاکنون مورد استفاده محققان با دیدگاه‌های متفاوت بوده است. اگر چه لفظ «جهانی شدن» از حدود ۱۹۶۰، استفاد شده و فرهنگ لغات ویستر در سال ۱۹۶۱، نخستین لغت‌نامه‌ای بود که در آن لفظ جهانی شدن تعریف شده بود، اما مفهوم جهانی شدن از نیمه دهه ۱۹۸۰ به مثابه یک بحث علمی جدی مورد توجه و مطالعه محققان قرار گرفته است. (رابرتسون، ۱۹۹۲: ۸، نقل از عاملی، ۱۳۸۰).

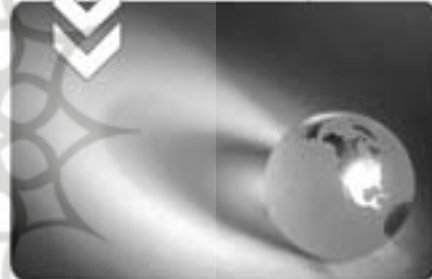
جهانی شدن مفهومی است که تا حدی با مسئله یکپارچگی جهانی و دهکده جهانی از یک سو و با مقولات مدرنیسم و پست‌مدرنیسم از سوی دیگر در ارتباط است. امروزه گفت‌وگو درباره جهانی شدن، جنبه‌ها و ابعاد گوناگون آن - چه در سطح ملی و چه در مقیاس جهانی - رونق گرفته است و نقل محافل اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی شده است. (توسلی، ۱۳۸۵)

و سرمایه بین ملت‌های گوناگون جهان مبادله می‌شود، بلکه افکار و دانش بشری نیز آسانتر از گذشته در اختیار ملت‌ها قرار خواهد گرفت. (غفوری، ۱۳۸۳)

به‌طور کلی جهانی شدن به مجموعه تحولاتی گفته می‌شود که کم و بیش همه ابعاد زندگی - اعم از اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، علمی و دینی - را در بر خواهد گرفت. جهانی شدن در یک معنا، مفهومی انتزاعی است، چون بیش از آنکه به پدیده مشخصی اشاره داشته باشد، تفسیری از فرایندهای اجتماعی است. برخی بر این باورند که جهانی شدن، اهمیت یافتن روزافزون بازار جهانی است. برخی نیز آن را یک واقعیت فرهنگی می‌دانند. جهانی شدن فرایندی است که در آن از اهمیت فاصله جغرافیایی در روابط اقتصادی، سیاسی و علمی کاسته می‌شود و شبکه‌های ارتباطات به طور کلی گسترش می‌یابند. (اکبریان، ۱۳۸۲)

نکته‌ای که در همه تعاریف و توصیف‌ها از جهانی شدن وجود دارد، نقش وسایل ارتباطی و اطلاعاتی است؛ نقشی که با توسعه روزافزون این وسایل و فناوری‌ها، در زندگی امروز بشر برجسته می‌شود. نیم‌نگاهی به پیرامون خود و دسترسی به بزرگراه‌های

به‌طور کلی جهانی شدن به مجموعه تحولاتی گفته می‌شود که کم و بیش همه ابعاد زندگی - اعم از اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، علمی و دینی - را در بر خواهد گرفت.



اطلاعاتی و در یک کلام جهان در زیر سقف اتاق خود، این نقش را گویاتر می‌کند.

ابعاد جهانی شدن

جهانی شدن بیشتر در سه بعد مورد بحث قرار گرفته که به‌طور کلی هم محصول آنها بوده و هم بر این ابعاد تأثیرگذار بوده است. این سه بعد عبارتند از:

جهانی شدن اقتصاد

اقتصاد اولین بعد از جهانی شدن است که قبل از ابعاد دیگر (سیاست و فرهنگ) در تسهیل فرایند جهانی شدن نقش بسیار تأثیرگذار و مهمی را بازی کرده است.

ادغام مرکز تجاری و بازرگانی جهان پس از جنگ جهانی دوم با تشکیل اتحادیه‌های اقتصادی منطقه‌ای و پیمان‌های

جهانی شدن به معنای جهانگیر شدن مقوله‌های مادی و مصنوعی است که در قلمروهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی معنای متفاوتی پیدا می‌کند. اگرچه در عالم نظریه‌های فلسفی و اجتماعی تاریخی کهن وجود دارد که مباحث آن را در جهان‌شهرهای افلاطون و مدینه‌فاضله‌های او نیز می‌توان پی گرفت؛ ولی جهانی شدن به مفهوم جدید محصول ظهور «صنعت ارتباط جهانی» است که منعکس‌کننده ارتباطات همزمان جهانی است. (عاملی، ۱۳۸۰)

مارتین آلبرو (Martin Albero) جهانی شدن را فرایندی می‌داند که بر پایه آن همه ساکنان کره زمین در جامعه‌ای واحد و فراگیر به هم می‌پیوندند. در این تعریف سه نکته نهفته است: کاهش نقش مرزهای جغرافیایی، تنیده شدن منافع فرد و کشور در منافع مردمان جهان و کشورهای پیرامون و تبدیل واژه «ملی» به واژه «بین‌المللی». الوین تافلر (Alvin Toffler) بر این عقیده است که جهانی شدن عصر دانایی است؛ زیرا نه تنها کالا، خدمات

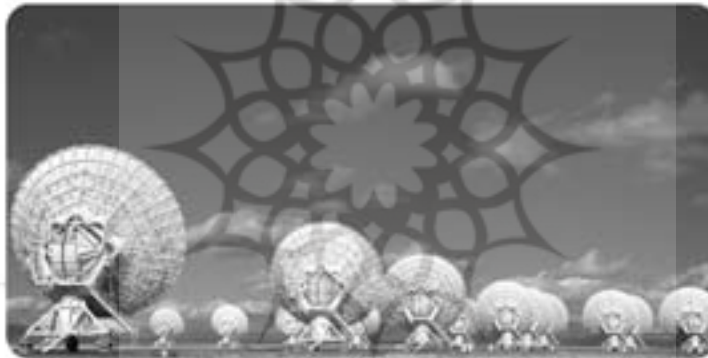
تجارت آزاد خود را به‌طور بارز نشان داد و می‌توان گفت که جهانی‌شدن از بعد اقتصادی پیشرفت زیادی کرده و سرنوشت کشورهای زیادی را تحت تأثیر قرار داده است. (غفوری، ۱۳۸۳)

اما به‌طور کلی ابعاد اقتصادی جهانی‌شدن معلول عوامل زیر است: تعمیق وابستگی متقابل اقتصادی کشورهای جهان، گسترش بازرگانی و تولید به منظور یکپارچه‌کردن بازار بین‌المللی، تأسیس، راه‌اندازی و رهبری سازمان‌های اقتصادی در دیگر کشورها که از سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی نشئت می‌گیرد، آزادسازی و ازمیان‌بردن موانع بازرگانی و ایجاد سازمان جهانی بازرگانی، کاهش قدرت نظارت دولت‌ها بر اقتصادهای ملی و حاکم‌شدن قوانین و مقررات بین‌المللی و... (همان).

البته با توجه به اینکه نظام سرمایه‌داری همیشه به دنبال بازارهای جدید و بازتولید خود بوده و نقش انباشت سرمایه در

جهانی‌شدن سیاست است. از همین رو، بحث در باب تعامل میان جهانی‌شدن رسانه‌ها و جهانی‌شدن سیاست در گرو رهیافتی است که در آن نسبت دولت-ملت‌ها در عصر جهانی‌شدن انتخابات وجود دارد؛ بدین‌گونه که نظریه‌پردازان لیبرال بر این باورند که دولت‌ها دیگر بازیگران اصلی نبوده و در فرایند جهانی‌شدن هم‌مطراز با دیگر بازیگران نظیر NGOها قرار دارند. همین امر خود باعث تضعیف حاکمیت دولت-ملت‌ها شده و قدرت کنترل را از دست آنها گرفته است، اما رئالیست‌ها بر این عقیده‌اند که جهانی‌شدن تأثیر چندانی بر حاکمیت نداشته و دولت-ملت‌ها همچنان بازیگران اصلی هستند. از نظر آنها گسترش NGOها خود محصول تصمیم‌گیری دولت‌هاست. (قهرمان‌پور، ۱۳۸۰)

«جهانی‌شدن» این فرصت را به کشورهای در حال رشد می‌دهد تا از منابع اطلاعاتی و فنی کشورهای پیشرفته استفاده کنند و در جهت رفع عقب‌ماندگی و ادغام خود در جهان امروز تلاش نمایند.



جهانی‌شدن فرهنگ

با گسترش وسایل ارتباطی و اطلاعاتی در دهه‌های اخیر از جمله رادیو، تلویزیون، ماهواره، اینترنت و ... و همچنین تأثیری که این وسایل در برداشتن محدودیت‌های فضایی و مکانی و شکست مرزها و ... داشته‌اند، فرهنگ به سمت جهانی‌شدن در حال حرکت است.

همچنین علم و دانش روند جهانی دارد و علوم مختلف در همه جای جهان به یک شکل و محتوا ارائه می‌شوند. ارائه یک زبان و فرهنگ مشترک از طریق رسانه‌های جمعی و ارتباطی که بیشتر زبان انگلیسی و چند زبان کشورهای اروپایی است، نقش قابل ملاحظه‌ای در جهانی‌سازی فرهنگ داشته است.

ارتباطات و جهانی‌شدن

پدیده جهانی‌شدن تحت تأثیر اختراعات شگرف در زمینه ارتباطات قرار دارد. اولین ماهواره در سال ۱۹۶۹ در مدار زمین

آن بسیار زیاد است، بنابراین می‌توان تاحدودی صحبت از قرن شانزدهم و هفدهم به بعد در فرایند گسترش بعد اقتصادی جهانی‌شدن نمود (همان).

جهانی‌شدن سیاست

برای جهانی‌شدن سیاست که تبلور آن پس از جنگ سرد بیشتر نمود پیدا کرده است می‌توان مؤلفه‌های اصلی به شرح زیر برشمرد: پراکندگی مراکز قدرت در جهان، تغییر ماهوی قدرت، محور قرارگرفتن منافع ملی قدرت‌های بزرگ که بیشتر غربی هستند، محدودشدن عرصه بین‌المللی برای نظام‌هایی که با ساختار تازه نظام بین‌الملل همسو نیستند (مانند نظام‌های رادیکال)، گسترش فزاینده علم و فناوری، تبلور مفاهیم جدید با درک مشترک در زمینه دموکراسی، حقوق بشر، نظام اقتصاد آزاد، محیط زیست، مواد مخدر و ... در جهان (همان).

همچنین مسئله دولت-ملت از محور بحث‌های مربوط به

قرار گرفت و در حال حاضر بیش از چندصد ماهواره در فضا قرار دارد که در واقع کار آنها به انتقال سریع اطلاعات خلاصه نمی‌شود. این فناوری‌ها تمامی ابعاد زندگی ما را در سراسر جهان تحت تأثیر قرار داده‌اند و بدین ترتیب عناصر فرهنگی جهانی وارد زندگی خصوصی و خانوادگی شده است (گیدنز، ۲۰۰۲، نقل از توسلی، ۱۳۸۵). این عناصر فرهنگی به گونه‌ای در جهت نزدیکی همه مردم و کشورهای جهان عمل کرده و فرصتی برای کشورهای در حال توسعه‌اند؛ به طوری که گیدنز در مرحله‌ای از جهانی‌شدن به مفهومی اشاره می‌کند که آن را «استعمار معکوس» می‌نامد. بر اساس این مفهوم، «جهانی‌شدن» این فرصت را به کشورهای در حال رشد می‌دهد تا از منابع اطلاعاتی و فنی کشورهای پیشرفته استفاده کنند و در جهت رفع عقب‌ماندگی و ادغام خود در جهان امروز تلاش نمایند. از نظر گیدنز، ممکن است جهانی‌شدن برای بعضی از کشورها، زیان موقت به همراه آورد، اما این حالت دائمی نیست. (گیدنز، ۲۰۰۲، نقل از همان) جهانی‌شدن پدیده‌ای است که عمدتاً در جهت شکل‌گیری شبکه گسترده جهانی، برای مبادله اطلاعات است. عصر جهانی‌شدن به‌راستی بر اثر انقلاب اطلاعاتی، به یک گوی (یعنی

را تشکیل می‌دادند، اطلاعات و دانش هم در جامعه اطلاعاتی امروزه همین کار را می‌کنند. (همان)

فصیحی (۱۳۸۲) معتقد است که، بی‌تردید آنچه بیش از همه زمینه‌ساز فرایند جهانی‌شدن و پیامدهای آن شده، تحولات جهش‌وار در فناوری‌های ارتباطی، اطلاعاتی و رایانه‌ای - به‌ویژه پیشرفت فناوری در زمینه ارتباطات الکترونیک - بوده است. شبکه‌های رایانه‌ای، اینترنت، رسانه‌های ارتباط جمعی الکترونیک، تلکس، ماهواره و آسان‌شدن مکالمات و تماس‌های دور دست فضای تازه‌ای آفریده است. مرزهای سیاسی، دیگر در برابر عبور امواج الکترونیک که از پس آن اندیشه‌ها، ارزشهای فرهنگی، شیوه‌های زندگی، سرمایه‌ها، کالاها و خدمات انتقال می‌یابد، مانع جدی محسوب نمی‌شوند. گویی جهان به صورت جامعه واحدی درآمده است و کوچک‌ترین تغییر در هر جزء از پیکره آن، به سرعت تمامی جامعه را متأثر می‌سازد.

از معیارهای سنجش جهانی‌شدن، یکی گسترش ارتباطات دوربرد است. گسترش ارتباطات دوربرد و کیفیت دسترسی کشورها به آن، یکی از وجوه تعیین‌کننده جهانی‌شدن است، زیرا می‌تواند سبب بروز مناسبات و پیوندها میان ملت‌ها شود؛ از این

گسترش ارتباطات دوربرد و کیفیت دسترسی کشورها به آن، یکی از وجوه تعیین‌کننده جهانی‌شدن است، زیرا می‌تواند سبب بروز مناسبات و پیوندها میان ملت‌ها شود؛ از این رو پژوهشگران نقش آن را از جنبه‌های گوناگون در چگونگی گرایش کشورها به روند جهانی‌شدن بررسی کرده‌اند.



همان دهکده جهانی) تبدیل شده است. علاوه بر پاره‌ای شرایط سیاسی، اجتماعی و اقتصادی، عمده‌ترین عامل شکل‌گیری پدیده جهانی‌شدن، انقلاب اطلاعاتی یعنی اختراع اینترنت است. (رجایی، ۱۳۸۰)

فرهنگ رجایی، اهمیت انقلاب اطلاعاتی و شکل‌گیری شبکه ارتباطات را تا حدی می‌داند که بر این عقیده است که می‌توان این پدیده را هم‌سنگ انقلاب کشاورزی و صنعتی قلمداد کرد. انسان از عصر صنعتی به عصر اطلاعاتی راه یافته است و در این دوره جدید، اطلاعات مهم‌ترین نقش را در حیات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی بازی می‌کنند. در جامعه نوین اطلاعاتی، دانش (اطلاعات) از جمله کالاهای اصلی است که در بازار مبادله می‌شود. درست همانگونه که سرمایه و کار عوامل جوامع صنعتی

رو پژوهشگران نقش آن را از جنبه‌های گوناگون در چگونگی گرایش کشورها به روند جهانی‌شدن بررسی کرده‌اند. به‌علاوه دسترسی افراد و خانواده‌ها به رادیو و تلویزیون از جمله این معیارهاست. در این زمینه گفته می‌شود که بی‌تردید، هیچ رسانه‌ای به اندازه رادیو و تلویزیون نتوانسته منشأ تحولات اجتماعی و فرهنگی گردد و موجب تغییرات ریشه‌دار و سریع در الگوهای مصرف، شیوه‌های زندگی و اندیشه، نگرش‌ها و آداب اجتماعی شود؛ تا جایی که بسیاری بر این باورند که جوامع تحت تأثیر این رسانه‌ها به سوی همگونی، همگرایی و متحدالشکل شدن پیش می‌روند و این خود در گسترش پیوندها و ارتباطات میان جوامع - که همان «جهانی‌شدن» نامیده می‌شود - مؤثر است.

شمار گیرنده‌های رادیو از ۵۷ میلیون دستگاه در سال ۱۹۵۶ به رقم ۲۰۸ میلیون دستگاه در سال ۱۹۹۴ افزایش یافته و تعداد گیرنده‌های تلویزیون در این مدت از ۵۷ میلیون دستگاه به ۱۰۹۶ میلیون دستگاه رسیده است؛ یعنی یک دستگاه رادیو برای سه نفر و یک دستگاه تلویزیون برای شش نفر از ساکنان کره زمین (Scholte, 2000). در ایران نیز در سال ۱۳۵۷، حدود ۳۴٪ خانواده‌ها دست کم یک دستگاه تلویزیون رنگی و همچنین بیش از ۵۰٪ آنها یک دستگاه تلویزیون سیاه و سفید داشته‌اند، همچنین ۷۲٪ دست کم دارای یک دستگاه رادیو بوده‌اند. (فصیحی، ۱۳۸۲)

در مقوله جهانی شدن رسانه‌ها می‌توان از دو رهیافت به موضوع نگاه کرد. 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 هیچ یک از رهیافت‌ها بر خطا نیستند و این امر شاید ناشی از دیالکتیکی باشد که در جهانی شدن وجود دارد. پس جهانی شدن رسانه‌های جمعی را می‌توان ناشی از تحولات فناوری ارتباطات، جهانی شدن سرمایه (اقتصاد)، جهانی شدن سیاست و پایان نظام دوقطبی دانست که تقریرکنندگان این فرایند نیز NGOها و دولت-ملت‌ها هستند و خود جهانی شدن ارتباطات نیز نشئت گرفته از «عرضه بین‌المللی پول، تحولات بدیع در حمل و نقل و نشر اطلاعات در اشکال الکترونیکی و تصویری و اخیراً هم باز ترکیب سخت‌افزارهای ارتباطی داخلی تلفن، VCRها، رادیو، تلویزیون و کامپیوترهای شخصی» می‌باشد. (قهرمان‌پور، ۱۳۸۰)

مفهوم سرعت

سرعت، ارتباط نزدیکی با مکان و زمان دارد؛ یعنی هرچه سرعت یک پدیده بیشتر 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 هواپیمای پرسرعت گشت یا از آنها عبور کرد. یا می‌توان با اینترنت در مدت چند ساعت به دورترین نقاط دنیا رفت و در کنفرانس‌های چندجانبه اینترنتی شرکت کرد. (همان)

تأثیر دیگری که پدیده سرعت به همراه دارد، درهم‌ریختن مرزهاست. امروزه مرزها چنان در هم آمیخته شده‌اند که نمی‌توان میان فرهنگ برتر و فروتر خط فاصله‌ای قائل شد. افزون بر این، در دنیای اطلاعات، گریزی از رسانه‌های جمعی نیست؛ چرا که پیچیده شدن زندگی شهری ایجاب 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 رسانه قرار گیرد. اما رسانه‌ها با سرعت بالا می‌توانند هم افکار عمومی را تحت تأثیر قرار دهند و هم حاکمان را تحت فشار بگذارند. (همان)

رادیو و جهانی شدن

جهانی شدن باعث تغییر در نوع نگاه و کارکردهای رسانه‌های جمعی شده که در این میان رادیو به عنوان یکی از وسایل ارتباط جمعی از این قاعده مستثنی نیست؛ چرا که رسانه‌های جمعی از عوامل مهم جهانی شدن به شمار می‌روند و در این برهه از جهانی شدن کارکردهای خاصی پیدا کرده‌اند.

رادیو در عصر جهانی شدن در جهت تطبیق خود با دگرگونی‌های به وجود آمده و ادامه حیات در رقابت با سایر وسایل ارتباط جمعی خود را به گونه دیگری نشان داده است. حرکت در مسیر رادیو اینترنتی یکی از راه‌های برگزیده رادیو به این منظور بوده است.

علاوه بر این و با توجه به مبحث جهانی شدن و دیدگاه‌هایی که راجع به جهانی شدن وجود دارد، در دو دیدگاه مختلف می‌توان رادیو را نیز گنجانند: اولین دیدگاه که شاید جهانی شدن را همراه با زایل شدن فرهنگ‌ها و مقوله‌های محلی و بومی دانسته و صحبت از فرهنگ و زبان جهانی می‌کند و دیدگاه دیگر، که احتمالاً، جهانی شدن را همراه و کمکی برای زنده نگه داشتن فرهنگ‌ها و زبان‌های قومی و محلی و فرصت دوباره برای فرهنگ‌های در حال از بین رفتن می‌داند.

مفهوم پیچیدگی

نظریه پیچیدگی آنگونه که ادگار مورن می‌گوید، مخالف تقلیل‌گرایی (Reductionism) کلاسیک پوزیتویسم است و می‌کوشد مسائل اجتماعی را در همان شکل پیچیده خود تحلیل کند. در اینجا منظور از پیچیدگی، افزایش تعداد متغیرهاست که خود باعث استقلال بیشتر متغیرها می‌شود و در نتیجه مسئله شناخت را پیچیده‌تر می‌کند، تا جایی که حتی پژوهشگران هم به سبب این پیچیدگی، در شناخت خود دچار تردید می‌شوند. از این رو 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 رسانه‌ای، تصویر سرباز آمریکایی در سومالی که به دست یک سرباز سومالیایی بر روی زمین کشیده می‌شد، موجب اعتراض افکار عمومی و قطع رابطه آمریکا با آن کشور شد. (همان)

همچنین نسبت رادیو و جهانی شدن را با دو رویکرد متفاوت می‌توان تحلیل کرد: رویکرد اول ظهور رادیوهای جهانی است که منجر به توسعه مخاطبان رادیو در جهان شده است و نقش جدی در پیوند جامعه هموطنان و همزبانان پراکنده در جهان داشته است و رویکرد دوم، جایگاه رادیوهای بومی در فضای جهانی - شده جدید است؛ فضایی که قدرت انتخاب مخاطب بومی را توسعه داده و به نحوی انحصار دولتی رادیو را از بین برده است. به ویژه، در جامعه‌ای نظیر جامعه ایران که رادیوهای ملی، تنها نوع رادیو به شمار می‌روند و در عین حال رادیوهای در انحصار دولت هستند، این امر اهمیت زیادی می‌یابد. (عاملی، ۱۳۸۲)

در رویکرد اول، توسعه مخاطبان از بومی به هم‌وطن و هم - زبان خارج از وطن، نوعی تحول، تنوع و توسعه عظیم در جامعه مخاطبان محسوب می‌شود که موجب شکل‌گیری مفهوم «وطن خارج از وطن» می‌شود و دایره وطن را به همه جهان توسعه می‌دهد. این همان مقوله‌ای است که پیتر برگر و ساموئل هانتینگتون (۲۰۰۲) از آن تعبیر به «جهانی شدن‌های بسیار» (Many Globalization) می‌کنند. مخاطبان بومی رادیوهای جهانی، نسبت به مخاطبان خارج از وطن حس متفاوتی به رادیو دارند. در واقع حس غربت و نیاز عمیق و بالا به ارزش‌های وطنی، موجب دل‌بستگی و وابستگی عمیق مخاطبان خارج به رادیوهای وطنی می‌شود. (همان)

رویکرد دوم که در واقع اشاره به تغییر بنیادین ساختارهای اجتماعی در عرصه فرهنگ، اقتصاد و سیاست دارد، نگاهی است به جایگاه رادیو در عرصه حضور انواع تولیدهای متنوع و متکثر رسانه‌های ارتباط جمعی که در سطح ملی و فراملی حضور جدی دارند. جهانی شدن به عنوان روند مدیریت شده و نیز به منزله فرایندی پروژه‌ای شده قابل توصیف است. به تعبیر دیگر در این فرایند مدیریت شده، حضور ارزش‌ها، ایدئولوژی‌ها، فرهنگ‌ها و استانداردهای زندگی غیر بومی به صورت غیرقابل تصویری در سطح جهان گسترش یافته است. در چنین فضایی رادیو با مخاطبی مواجه است که در یک «فضای بومی - جهانی» زندگی می‌کند و ناخواسته عوامل غیر بومی به شکل‌های مختلف، بر خواست و علائق او اثر می‌گذارند. در چنین فضایی رادیو و هر رسانه دیگری باید با ملاحظه «بالاترین استاندارد» و یا به شکلی دیگر طبق استاندارد «فرهنگ متعالی» (High Culture) به تولید برنامه بپردازد. چنین استانداردی، ناگزیر است که در سطح حرفه‌ای‌ترین نوع تولید برنامه‌های رادیویی دارای استانداردهای لازم باشد. مسئله محتوا و فرهنگ برنامه‌های رادیویی و انطباق آن با فرهنگ و ارزش‌های مخاطب، جنبه بسیار مهم دیگری است که لازم است در تولید رادیویی بومی مدنظر قرار گیرد. (عاملی، ۱۳۸۲)

نتیجه‌گیری

جهانی شدن با توجه به روندهای خاص خود در حوزه‌های مختلفی مورد بحث قرار گرفته و موارد بسیاری نیز در روند شکل‌گیری آن مؤثر بوده‌اند که نقش وسایل ارتباطی و اطلاعاتی در این میان دارای حوزه نفوذ چشمگیری بوده است. جهانی - شدن در سه بعد مهم اقتصادی، سیاسی و فرهنگی مطرح شده است اما علاوه بر اینها دارای ابعاد دیگری نیز می‌باشد.

صاحب‌نظران زیادی در دهه‌های اخیر از دنیای فرامردن و فرصت‌سنجی سخن به میان آورده‌اند که بیشتر آنها توجه خاصی به دنیای اطلاعات و ارتباطات داشته‌اند. جهانی شدن نیز به نوعی محصول همین دنیاست؛ دنیایی که سرعت و پیچیدگی در آن به شدت بالا رفته و تحلیل‌هایی که در ابعاد مکانی و زمانی به وجود آمده‌اند. با توجه به نقش وسایل ارتباطی و اطلاعاتی در این روند و نظر به اینکه رادیو نیز خود جزئی از این فناوری‌هاست، تأثیر آن در این فرآیند به عیان دیده می‌شود.

بی‌شک رادیو در بین وسایل ارتباطی و اطلاعاتی شانس کمتری برای حضور در عصر جهانی شده جدید داشت و فشارهای زیادی از جانب تلویزیون، اینترنت، ماهواره و... احساس می‌کرد، اما با تغییرات در کارکردها و وارد شدن در حیطه‌های تخصصی همچون توجه به مخاطبان همزمان در گستره وسیع جهانی، توجه به مخاطبان بومی و... و همچنین وارد شدن در دنیای اینترنت، فصل تازه‌ای از فعالیت را آغاز کرد.

شاید رادیو در گذرگاه جهانی شدن با دو نگاه روبه‌رو باشد: «حفظ و بقای فرهنگ‌های بومی و بالابردن قدرت انتخاب مخاطب بومی» و «به‌وجود آمدن رادیوهای جهانی و گسترش مخاطبان همزبان»؛ نگاه‌هایی که بیشتر از نقش سازنده و مثبت رادیو در این عصر حکایت دارند. رادیو در این عصر تلاش‌هایی در جهت حفظ فرهنگ‌های بومی و نزدیک شدن به مردم بومی و محلی را امتحان می‌کند. همچنین تلاش‌هایی نیز در جهت جذب مخاطبان همزبان در سطح جهانی انجام می‌دهد. این کارکردهای رادیو در کل نشان از تأثیر رادیو در جهانی شدن و همچنین تطبیق آن با عصر جهانی شدن دارد.

منابع:

- اکبریان، رضا. (۱۳۸۲). «جهانی شدن و ویژگی‌های سیاسی و اقتصادی آن»، فصلنامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی، سال ۱۸، شماره ۱۹۶ - ۱۹۵
- توسلی، غلامعباس. (۱۳۸۵). «بررسی گفتمان‌های غالب در بحث جهانی شدن»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۷
- رجایی، فرهنگ. (۱۳۸۰). «پدیده جهانی شدن (وضعیت بشری و تمدن اطلاعاتی)»، فصلنامه مطالعات ملی، سال ۳، شماره ۱۰
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۰)، «تعامل جهانی شدن، شهروندی و دین»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۱۸
- عاملی، سعیدرضا. (۱۳۸۲). «تعامل معرفتی رادیو با تحولات دوره مدرنیته و جهانی شدن»، فصلنامه ارتباطات و فرهنگ، شماره پیاپی ۱، مجلد ۱، شماره ۱
- غفوری، محمد. (۱۳۸۳). «سرنوشت جهانی شدن، زمینه‌ها و چالش‌های آن»، فصلنامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی، سال ۱۹، شماره ۲۰۸ - ۲۰۷
- فصیحی، حبیب‌اله. (۱۳۸۲). «معیارهایی در سنجش جهانی شدن با نگاهی به ایران»، فصلنامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی، سال ۱۸، شماره ۱۹۴ - ۱۹۳
- قهرمان‌پور، رحمان. (۱۳۸۰). «جهانی شدن رسانه‌ها و تحول در پارادایم قدرت»، فصلنامه رسانه، سال ۱۲، شماره ۴
- محمدی، علی. (۱۳۸۲). «ارتباطات و جهانی شدن»، مصاحبه از اسماعیل یزدان‌پور، فصلنامه رسانه، سال ۱۴، شماره ۳، شماره پیاپی ۵۵

