

رسانه‌ها در فرایند جهانی شدن



عصری که ما در آن زندگی می‌کنیم را عصر رسانه‌ها (Media Age) نام نهاده‌اند. رسانه‌های ارتباط جمعی نقش بسیار مهمی در زندگی مردم دارند. برخلاف عصر سنتی (Traditional Age) که حماسه‌ها، افسانه‌ها و اسطوره‌ها در شکل‌گیری اعضای جامعه نقش اساسی داشتند، امروزه وسایل ارتباط جمعی، افکار عمومی را هدایت می‌کنند.

در حال حاضر همه مردم زیر پوشش امواج رادیویی و تلویزیونی هستند و همواره فرهنگ را فرا می‌گیرند و این مجال را پیدا می‌کنند که از طریق رسانه‌ها اندیشه‌های خود را مطرح کنند. در دنیای امروز با توجه به فناوری‌های روز افزون، یکی از مسائل مهم و در خور طرح، مسئله حاکمیت بر رسانه است: زیرا رسانه‌ها در ایجاد فضای اندیشه، نقشی تعیین‌کننده و قطعی دارند. رسانه‌های رادیویی در چند سال اخیر، از لحاظ کمی و کیفی توسعه چشمگیری داشته‌اند و مسئولان آن به این نکته مهم توجه کرده‌اند که رادیو باید در همه لحظه‌ها با مردم در ارتباط بوده، برای تمام اقشار، اثربخش و برای همه سلیقه‌ها، نگرش‌ها و تلقی‌ها مفید باشد.

در این مبحث از جایگاه این رسانه‌ها در نشر دانش و آگاهی اجتماعی و در نهایت، تأثیر آنها بر فرهنگ‌سازی جامعه در فرایند جهانی شدن سخن گفته می‌شود.

**گسترش رسانه‌های فراملی و تخصصی امری توقف‌ناپذیر و
برآمده از ضرورت زمان است و تنها راه موجود برای دفاع از
ارزش‌های محلی و ملی در برابر این فرآیند توقف‌ناپذیر، آن
است که به جای حمله به این سیر طبیعی تحولات، با آن همسو
شوند و به تقویت خود بپردازند.**

چيست؟

جست‌وجو در وضعیت کنونی روابط بین‌المللی حاکی از آن است که استقلال رفتاری مجموعه‌های ملی تا حدی کاهش یافته است و در مقابل آن، مجموعه‌های فراملی رشد بسیار چشمگیری داشته‌اند.

در این حوزه که به عنوان یک جامعه اطلاعاتی (Society Information) مطرح است، ماهواره، اینترنت و همچنین سازمان‌های بین‌المللی؛ مانند: اتحادیه بین‌المللی ارتباطات راه دور و یونسکو فعالیت می‌کنند و خبرگزاری‌های بزرگ غربی بر تصمیم‌گیری‌های بین‌المللی و ملی تأثیر می‌گذارند. امروزه تبلیغ محصولات فرهنگی غربی در رسانه‌ها شیوه‌هایی از مصرف را ترویج کرده‌اند که ارزش‌های سنتی را به چالش می‌کشاند. تضعیف سلطه قدرت‌های محلی در فرهنگ جهانی، باعث ناتوانی دولت‌ها در نظارت بر اندیشه‌های وارداتی شده و از سوی تبلیغ نمادهای غرب، عقاید محلی و سنتی را به حاشیه برده است.

نیل پستمن (Postman) فناوری را باعث یک پارچگی جهان آینده می‌داند و معتقد است: «فناوری، نوع رفتار و ارتباط انسان را با طبیعت تبیین کرده، نیز تعیین‌کننده کیفیت رابطه انسان‌ها با یکدیگر است.» (پستمن، ۱۳۷۲: ۳)

البته افرادی چون دیوید گرس، بر این باورند که این غرب گسترده نیست، بلکه دگرگونی جهانی در شرایط بنیادی هر تمدنی است. (آذرنگ، ۱۳۷۹: ۱۰۷)

امروزه بسیاری از منتقدان اجتماعی عقیده دارند که فناوری بر انسان تسلط یافته است. پستمن این وضعیت را انحصار فنی (Technopoly) می‌نامد و آن را به عنوان فن سالاری مستبدانه (Totalitarian Technocracy) تعریف می‌کند. (همان، ۱۱۲)

اکنون با وجود چنین شرایطی برای مقابله با این تبلیغات و

فرهنگ (Culture) یکی از ابعادی است که در عصر جهانی شدن تحت تأثیر قرار می‌گیرد. در دنیای امروز، انقلابی عظیم در کیفیت و کمیت اطلاعات پدید آمده که بر عرصه فرهنگ چیره شده است. امروزه ما با پدیده‌ای در عرصه فرهنگ مواجهیم که فرهنگ جهانی (Global Culture) نام گرفته است.

فرهنگ جهانی، فرهنگی است که بر اثر مهاجرت گسترده و ظهور فرهنگ‌هایی از نوع سوم، پدید آمده است. در این عرصه، تبادلات علمی گسترده و همچنین نزدیکی مراکز علمی، افکار مختلف را به هم نزدیک و یا در مقابل هم قرار می‌دهند.

همین تقابل و تعامل‌ها فرهنگ جهانی را به شکلی مختلط و تلفیقی در آورده است. در واقع بر خلاف نظر منتقدان جهانی شدن، چیزی به عنوان یک فرهنگ خالص از نوع غربی وجود ندارد و نمی‌توان در این فرهنگ در جست‌وجو ارزش‌های واحد و یکسان جهانی بود. تصور به وجود آمده از روند روبه رشد جهانی مبتنی بر شکل‌گیری یک فرهنگ جهانی واحد، باعث درگیری‌ها و جدل‌هایی بین موافقان و منتقدان آن شده است. در این میان، نقش و جایگاه رسانه‌های فراملی (Media Transnational) و بزرگراه‌های اطلاعاتی (Information Highways) در این فرآیند، مبحث ویژه‌ای است که محققان حوزه ارتباطات و جامعه‌شناسی جهت نزدیک کردن افکار و عقاید، به آن توجه کرده‌اند.

باتوجه به شکل‌گیری فرهنگ جهانی و شتاب در فناوری اطلاعات و تأثیر مستقیم آنها بر تحول فرهنگ‌سازی رسانه‌ها، این سؤال مطرح می‌شوند که آیا رسانه‌های ملی برای عرضه محصولات خود جایی دارند یا خیر؟ و آیا رسانه‌های ملی باید جای خود را به رسانه‌های فراملی بسپارند؟ و در یک کلام، نقش و جایگاه رسانه‌های فراملی در تحول فرهنگی جوامع چگونه است و وظیفه رسانه‌های ملی برای برخورد با آنها

برخی از طرفداران فرهنگ جهانی از قدرتمند شدن مخاطبان در این دوره سخن می‌گویند و معتقدند اگر چه مالکیت رسانه‌ای، تحت سلطه و انحصار شرکت‌های فراملی است، اما در حال حاضر همین امر موجب قدرتمند شدن مخاطبان نیز می‌شود.

CNN پوشش خبری را در دست داشت و تمام خبرها را با عبور از فیلتر خبری در اختیار افکار عمومی قرار می‌داد. البته عده‌ای از اندیشمندان بر این باورند که همگرایی و شبکه‌شدن فعالیت‌ها و تجربیات اجتماعی در سراسر جهان با شکل‌گیری یک نظام همگون‌ساز متفاوت است. دیوید گرس معتقد است که:

«جهان کاملاً جدید ممکن است به همان تعداد تمدن داشته باشد که جهان پیش از تجدد؛ زیرا موضوع تمدن فقط مردم‌سالاری، علم و سرمایه‌داری نیست، بلکه موضوع آن آداب و رسوم، اخلاقیات، ادبیات، آموزش و پرورش و ساختار خانواده نیز هست. تجددخواهی وضع بشری را که هر فرهنگی پاسخ‌های خاص خود را به آن می‌دهد، نه دگرگون می‌کند و نه از میان می‌برد.» (همان: ۱۲۲)

بعضی معتقدند فرهنگ‌های کوچک در جهان آینده نه تنها از بین نمی‌روند، بلکه از نو ساخته می‌شوند. امروزه تحقیقات نشان می‌دهند که فرهنگ جهانی به گونه‌ای ناهمگون درک شده است و مخاطبان رسانه‌ها هر یک براساس پیشینه ذهنی خود تفسیرهای خاصی از پیام‌های رسانه‌ای دارند.

اتو کلاین برگ، ژاپن را مثال می‌زند و دگرگونی‌های ناشی از فناوری پیشرفته را به معنی نابودسازی فرهنگ سنتی نمی‌داند و نتیجه می‌گیرد که با وجود همگرایی محدودی که در زمینه رفتار و ارزش‌های جوامع گوناگون رخ خواهد داد، تنوع فرهنگی در آینده در سراسر جهان پایدار خواهد ماند و ملت‌ها توانایی آن را خواهند داشت که با درک و پذیرش فشار روزافزون رسانه‌ها، بر توانایی فرهنگ‌سازی غرب چیره شوند و به ننگه‌داری هویت و حقوق فرهنگی خود بپردازند. (اردلان، ۱۳۷۹: ۴۹۲)

مسئله دیگری که مطرح می‌شود این است که برخی از

ایستادگی در برابر سلطه اطلاع‌رسانی، نهادهای فرهنگی در تثبیت حیات فرهنگی ملت‌ها نقش بسیار مهمی ایفا می‌کنند. اما، ما شاهد آن هستیم که روزبه‌روز این فرصت از آنان گرفته می‌شود، زیرا دستگاه‌های ارتباطی فراملی غرب، ارزش‌ها و تجربه‌های تازه‌ای را وارد مرزها می‌کنند و از آنجا که سانسور و مهارکردن اطلاعات آنها هزینه سرسام‌آوری می‌طلبد، دستگاه‌های اطلاع‌رسانی ملی را که برای انسجام فرهنگی و ملی تلاش می‌کنند، دچار مشکل می‌کند و آنها را به چالش می‌کشاند.

منتقدان وضعیت موجود، بر این باورند که ورود ارزش‌ها و اندیشه‌های جدید از طریق رسانه‌های فراملی به حوزه زندگی اجتماعی باعث گسسته شدن همبستگی اجتماعی و در نتیجه سنت‌زدایی از فرهنگ می‌شود و نظام اجتماعی در چهره‌های متفاوتی جلوه می‌کند که در آن درک متقابل هویت‌ها مشکل شده است و الگوی تک‌فرهنگی جوامع ضعیف به الگوی چندفرهنگی تبدیل می‌شود. اما در این الگوی چندفرهنگی، مرز فرهنگ‌ها و هویت‌ها مشخص نیست؛ زیرا مردم نه در هویت خود درخور شناسایی هستند و نه به طور کامل هویت جدید خود را از فرهنگ نو جذب کرده‌اند. در اینجا هویتی دوگانه به وجود می‌آید که نشان می‌دهد یک فرهنگ، تحت سلطه است. یکی از عوامل ایجاد این فرهنگ دوگانه، مالکیت انحصاری شبکه‌های فراملی است. در واقع رسانه‌های فراملی با تحریف رویدادها و وقایع بعضی از مناطق که به منافع صاحبان این شبکه‌ها آسیب می‌رساند و همچنین با دگرگون کردن واقعیت‌ها، مخاطب را در جهت عکس آن گمراه می‌کنند.

نمونه بارز این امر را می‌توان در حمله هوایی به مراکز تجارت جهانی و نحوه انعکاس آن در شبکه‌های خبری آمریکا از جمله CNN مشاهده کرد. چنان که در پخش اخبار این حادثه،



پیدا می‌کند و اگر نگاهی اجمالی به حوادث ۱۱ سپتامبر و نوع اطلاع‌رسانی و موضع‌گیری آمریکا و رسانه‌های غربی بر ضد جهان اسلام و منعکس نکردن واقعیت‌ها بیندازیم، به ضعف اطلاع‌رسانی کشورهای جهان سوم در برابر فناوری فراملی غرب پی می‌بریم. لذا شاید تشکیل اتحادیه‌های اطلاعاتی منطقه‌ای راهی برای جلوگیری از شبیخون اطلاع‌رسانی و فرهنگی رسانه‌های غربی باشد.

در پایان، هنوز این پرسش‌ها مطرح است که راه مقابله با هجوم تبلیغاتی رسانه‌های فراملی چیست؟ و نقش رسانه‌های ملی در تقویت و تثبیت ارزش‌های ملی و محلی در فرآیند جهانی شدن و در برابر فناوری جدید غرب کدام است؟

به نظر می‌رسد برای پاسخ به این سؤال‌ها باید یادآوری کرد که رسانه‌های فراملی، دشمن فرهنگ‌های ملی و محلی و منطقه‌ای نیستند و هر چند برای مدتی ممکن است اثر تخریبی بر آنها داشته باشند، اما در دراز مدت به تقویت فرهنگ‌هایی کمک می‌کنند که بنیان استوار دارند.

با پذیرش این دیدگاه می‌توان نتیجه گرفت که انداختن گناه تضعیف فرهنگ‌های محلی به گردن رسانه‌های فراملی و عصر فناوری، چیزی جز فرافکنی برای انحراف اذهان از ضعف و ناتوانی مدعیان این امر نیست. آنان، دانسته یا ندانسته از این امر غفلت می‌کنند که گسترش رسانه‌های فراملی و تخصصی امری توقف‌ناپذیر و برآمده از ضرورت زمان است و تنها راه موجود برای دفاع از ارزش‌های محلی و ملی در برابر این فرآیند توقف‌ناپذیر، آن است که به جای حمله به این سیر طبیعی تحولات، با آن همسو شوند و به تقویت خود بپردازند. چنین تقویتی دو جنبه خواهد داشت:

- جنبه تخصصی؛ به معنای به دست آوردن فناوری و سلیقه و ابتکارات هنری رایج در رسانه‌های فراملی که محور اصلی

طرفداران فرهنگ جهانی از قدرتمند شدن مخاطبان در این دوره سخن می‌گویند و معتقدند اگر چه مالکیت رسانه‌ای، تحت سلطه و انحصار شرکت‌های فراملی است، اما در حال حاضر همین امر موجب قدرتمند شدن مخاطبان نیز می‌شود. جان تامپسون می‌گوید:

«رسانه‌ها شیوه‌های جدیدی از عمومیت ایجاد می‌کنند که به موجب آن اخبار و تصاویری که ارائه می‌شوند، نمی‌توانند به طور کامل زیرسلطه گروه‌های حاکم، مثل شرکت‌ها و دولت‌ها قرار گیرند. بنابراین آنها این امکان را فراهم می‌کنند که عقاید حاشیه‌ای نیز گوش شنوایی بیابند و مخاطبانی پیدا کنند.» (همان: ۱۲۴)

با این همه باید گفت توسعه رسانه‌های فراملی با مالکیت انحصاری، نقش نهادهای فرهنگی کوچک‌تر را در اطلاع‌رسانی و انعکاس واقعیت‌ها تضعیف کرده است و واقعیت وضع موجود جهانی در نظر مردم مطابق با چیزی است که این رسانه‌ها پخش می‌کنند. ژاک الول (Jacques Ellul) - فیلسوف فرانسوی - معتقد است:

«ظهور رسانه‌های همگانی، کاربرد شیوه‌های تبلیغات را در جامعه ممکن ساخت. هماهنگ‌سازی مطبوعات و رادیو و تلویزیون در ایجاد محیطی دارای استمرار و پایدار سبب شده است که تأثیر تبلیغات عملاً نادیده گرفته شود و علت آن، این است که محیطی ثابت ایجاد می‌کند. رسانه‌های همگانی میان فرد و نیازهای جامعه، پیوند ضروری برقرار می‌کنند.» (آذرنگ، ۱۳۷۹: ۱۱۵)

امروزه جهان گسترتری واقعاً به ظهور «دهکده جهانی» انجامیده است که بر مبنای اصل مارشال مک لوهان - اندیشمند کانادایی - نتیجه ارتباطات جدید است. این جاست که ضرورت شکل‌گیری اتحادیه‌های اطلاعاتی منطقه‌ای به طور واضح نمود

جست‌وجو در وضعیت کنونی روابط بین‌المللی حاکی از آن است که استقلال رفتاری مجموعه‌های ملی تاحدی کاهش یافته است و در مقابل آن، مجموعه‌های فراملی رشد بسیار چشمگیری داشته‌اند.

قدرت آنهاست.

- احاطه کافی بر فرهنگی که قصد دفاع از آن را در برابر هجوم رسانه‌های فراملی داریم.

در رسانه‌ها نیز مثل هر جای دیگر، کسی که احاطه و تعمق کافی بر موضوع مورد دفاع خود نداشته باشد، با دفاع بد، نامناسب‌ترین کارها را در حق آن انجام می‌دهد. بنابراین باید وجود رسانه‌های قدرتمند فراملی را - به ویژه از آن حیث که تابع سیاست اعلام شده یک دولت یا گروه سیاسی نیستند - محترم شمرد و آنها را رقبای قدرتمندی تلقی کرد که وجودشان عامل قوی شدن رقیب برای نیل به امکان ادامه رقابت است.

نمونه بسیار مناسبی از هر دو جنبه یاد شده شبکه تلویزیونی الجزیره است. قدرت فنی، رعایت جنبه‌های پیشرفته اطلاع‌رسانی، به‌کارگیری افراد حرفه‌ای وابسته و همچنین داشتن سیاست مشخص و مدون، رمز قدرت این رسانه خاورمیانه‌ای است که توانسته است در برابر رقبای غربی خود ابراز وجودی شایسته کند و سحر سامری رسانه‌های صهیونیستی را در بسیاری از موارد باطل سازد.

اما در این میان نباید از وجود رسانه‌های قدرتمند فراملی که تابع سیاست اعلام شده یک دولت خاص و یا گروه سیاسی خاصی هستند، چشم‌پوشی کرد. در اینجا به نمونه‌های دیگری از رسانه‌های قدرتمند فراملی اشاره می‌کنیم که فعالیت آنها براساس سیاست اعلام شده یک دولت خاص بوده است:

پس از گذشت ۴ سال از فعالیت رادیو آزادی، مسئولان این بنگاه سخن‌پراکنی تصمیم گرفتند برای تأثیرگذاری هر چه بیشتر بر نسل آینده ایران، در برنامه‌های خود تغییراتی ایجاد کنند؛ لذا موسیقی بیشتری پخش کردند و از خبرها، تفاسیر و مصاحبه‌های سیاسی به مقدار زیادی کاستند. از طرفی، پخش برنامه‌هایشان را به بیست و چهار ساعت رساندند و در عمل

به جای تکیه بر کلام، بر موسیقی تکیه کردند که نتیجه آن تلاش، منجر به پیدایش رادیویی با نام رادیو فردا شد که بر روی موج متوسط در ایران پخش می‌شود.

از جمله این رادیوها می‌توان به رادیوهایی چون خوزه مارتی (بر ضد دولت کاسترو) و رادیو سوا (SAWA) اشاره کرد. این رادیو از تابستان ۲۰۰۲ برای خاورمیانه و از جمله عراق به زبان عربی برنامه پخش می‌کند. رادیو سوا در میان پخش مداوم و مستمر موسیقی پاپ غربی و عربی، از آزادی خبر می‌داد که جوانان عراق پس از صدام انتظار می‌کشیدند.

منابع:

- اردلان، اسعد. (۱۳۷۹). پدیده جهانی شدن و حقوق فرهنگی. فصلنامه سیاست خارجی.
- آذنگ، عبدالحسین. (۱۳۷۹). پدیده جهانی شدن؛ وضعیت بشری و تمدن اطلاعاتی. تهران: آگاه.
- طباطبایی، صادق. طلوع ماهواره و افول فرهنگ. تهران: اطلاعات.
- پستم، نیل. (۱۳۷۲). تکنوپولی (ترجمه صادق طباطبایی). تهران: اطلاعات.
- خجسته، حسن. (۱۳۸۱، ۲۶ اردیبهشت). امپریالیسم رسانه‌ای. جام جم.
- وود، جولیاتی. (۱۳۸۰، ۲۱ مرداد). تئوری انتقادی ارتباطات (ترجمه ابراهیم احراری). همشهری.
- آزادی، خلیل. (۱۳۸۰، ۴ مهر). جهانی شدن فرهنگی واحد یا متکثر. همشهری.
- زارعی قنواتی، اردشیر. (۱۳۸۰، ۳۱ شهریور و ۱ مهر). در نقد جهانی شدن. همشهری.
- میرسپاسی، علی. (۱۳۷۹، ۲۰ دی). تکنولوژی اطلاعاتی و توسعه فرهنگی. نشریه الکترونیکی فرهنگ و اطلاع‌رسانی. <http://www.farhangnet.org/eicm/maghaleh/maghaleh14.htm>
- Rothkop, David. In Praise of Cultural Imperialism Effects of Globalization on culture. [online]: <<http://www.globalpolicy.org/globaliz/cultural/globcult.htm>>. [22 June 1997].

