

سرمقاله

همان‌گونه که در سرمقاله شماره قبل ذکر شد تعاریف مختلفی از جهانی شدن توسط اندیشمندان و صاحب‌نظران ارائه شده‌است. این تعاریف با توجه به تلقی ما از جهانی شدن به‌عنوان یک فرایند، پدیده و یا ایدئولوژی، به سه گروه تقسیم می‌شوند:

۱. در برداشت از جهانی شدن به‌عنوان فرایند، جهانی شدن یک روند اجتماعی پویاست که در آن قید و بندهای جغرافیایی حاکم بر روابط اجتماعی و فرهنگی تضعیف می‌شود و در نهایت از بین می‌رود.

۲. در برداشت از جهانی شدن به‌عنوان یک پدیده، جهانی شدن رویدادی است که بر گسترش وسیع و عمیق تعامل بین‌المللی دلالت دارد آن‌چنان‌که تولید، تقسیم کار و تجارت، جهانی می‌شود و دنیا به‌صورت شبکه‌ای مرتبط، به یک مرکز داد و ستد تبدیل می‌شود.

۳. در تلقی از جهانی شدن به‌عنوان یک اندیشه و ایدئولوژی، جهانی شدن به تفکر لیبرال دموکراسی غربی اشاره دارد به‌نحوی که مهاجرت، استعمار و انقلاب در فن‌آوری ارتباطات، باعث تداوم، تسلط و تثبیت فرهنگ غربی در سراسر جهان می‌شود.

به هر حال، به رغم اختلاف تعاریف، ویژگی «افزایش ارتباطات جوامع با یکدیگر و افزایش امکان اثرگذاری بر تصمیمات دیگر جوامع» در معرفی جهانی شدن، انکارناپذیر است. از این رو «تأثیرپذیری» اقتصاد داخلی، فرهنگ بومی و حاکمیت ملی، به واسطه عوامل خارجی برجسته می‌شود. البته جوامع می‌توانند به تناسب میزان حضور فعال در صحنه جهانی شدن، اثرگذاری بیشتری نیز پیدا کنند که این مهم کاملاً به نحوه موضعگیری، قدرت، مهارت و فعالیت آنان بستگی دارد.

در تحلیل پدیده «جهانی شدن» و داوری و موضعگیری در قبال آن، مهم این است که آن را یک «فرایند» بدانیم یا یک «پروژه»؛ یعنی آیا این پدیده، حاصل یک تطور طبیعی ناشی از اقتضات اقتصادی و اجتماعی در طول زمان است یا آنکه اجرای یک نقشه سیاست‌گذاری شده از سوی قدرت‌های بزرگ جهانی برای گسترش سلطه و به عبارت دیگر «جهانی‌سازی»، و یا آنکه واقعیت ملموس ترکیبی از این دو جریان تاریخی است. بررسی عینی رویدادها نشان می‌دهد که آغاز مرحله جدید گسترش ارتباطات، ناشی از اتفاقی فنی بود که در دهه هشتاد قرن بیستم در عرضه فن‌آوری ارتباطات و اطلاعات (ICT) رخ داد و به دلیل نقش چشمگیر آن در کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری، به سرعت در عرصه اقتصاد، بنگاه‌های اقتصادی در کشورهای صنعتی از آن استفاده کردند و در مبادلات بین‌المللی نیز به کار گرفته شد.