



جهانی شدن و گردشگری

لیلا فرمانی

leilafarmani@yahoo.com

جهانی شدن از مفاهیم چند بعدی و پیچیده ای است که درباره آن بحث های گوناگونی صورت گرفته و دیدگاهها و نظریه هایی نیز در این زمینه ارائه شده است . تاکنون تعریف روشنی از جهانی شدن ارائه نشده است ، زیرا این پدیده به حد تکامل نهایی خود نرسیده و همچنان دستخوش تحول است و هرروز وجه تازه ای از ابعاد گوناگون آن مشخص و نمایان می شود. قبل از اینکه به دیدگاهها و تعاریف مختلف از جهانی شدن بپردازیم ابتدا به تاریخچه جهانی شدن و در ادامه به تفاوت دو واژه جهانی شدن و جهانی سازی می پردازیم.

جهانی شدن و گردشگری

لیلا فرمانی^۱

مقدمه:

جهانی شدن از مفاهیم چند بعدی و پیچیده ای است که درباره آن بحث های گوناگونی صورت گرفته و دیدگاهها و نظریه هایی نیز در این زمینه ارائه شده است. تاکنون تعریف روشنی از جهانی شدن ارائه نشده است، زیرا این پدیده به حد تکامل نهایی خود نرسیده و همچنان دستخوش تحول است و هرروز وجه تازه ای از ابعاد گوناگون آن مشخص و نمایان می شود. قبل از اینکه به دیدگاهها و تعاریف مختلف از جهانی شدن بپردازیم ابتدا به تاریخچه جهانی شدن و در ادامه به تفاوت دو واژه جهانی شدن و جهانی سازی می پردازیم.

تاریخچه جهانی شدن

برخی از نظریه پردازان علاقه مند به بررسی ریشه های تاریخی ساختارها و شبکه های نظام جهانی کنونی برآنند که مبدا فرآیند جهانی شدن را باید در تمدنهای باستان جستجو کرد. از دیدگاه آنان با شکل گیری چنین تمدنهایی در واقع فرایند جهانی شدن هم آغاز شد، چرا که آن تمدن ها به اقتضای منطق و ساختار درونی خود، تمدنهایی گسترش طلب بودند. چنین تمدنهایی همواره از لحاظ سیاسی، نظامی و فرهنگی، گرایش به گسترش و جهانگیر شدن داشتند و با نفوذپذیر کردن مرزهای واحد های اجتماعی کوچک و بسته، ادغام آنها در واحد های اجتماعی بزرگ تر و فراگیر تر را ممکن می ساختند. این نظریه پردازان معتقدند فرایند جهانی شدن هنگامی آغاز شده که نقطه ی نظام جهانی بسته شده است و این تاریخ به ۲۵۰۰ سال پیش از میلاد مسیح بر می گردد. در واقع آنان از پنج هزار سال تاریخ نظام جهانی و به تبع آن پنج هزار سال تاریخ فرایند جهانی شدن سخن می گویند.

دسته دیگری از نظریه پردازان، شکل گیری و نقطه آغاز فرآیند جهانی شدن را بسیار کوتاه تر از نظریه پردازان فوق می دانند. شماری از این نظریه پردازان اعتقاد دارند که با شکل گیری تجدد فرآیند جهانی شدن نیز آغاز شد. مثلاً مارکس و انگلس درک تاریخ جهانی شدن و آغاز این فرایند را مستلزم درک و شناخت تاریخ سرمایه داری می دانند، چون از دیدگاه آنان نظام سرمایه داری همواره دست اند کار یکپارچه سازی اقتصادی و فرهنگی جهان بوده است (lowy، ۱۹۹۸: ۱۷) پس با توجه این دیدگاه، جهانی شدن را باید همزاد سرمایه داری دانست.

قدمت فرایند جهانی شدن با قدمت مفاهیم معطوف به آن همراه بوده است. در آثار گوناگون مربوط به این بحث، واژه ها و مفاهیمی مختلف برای توصیف و تبیین آن به کار رفته که در این میان واژه ی جهانی « global » جایگاهی برجسته دارد. این واژه معمولاً در مورد نیروها، عوامل، رویدادها و فرایندهای موثر در ارتباط همبستگی و همگونی جهانی به کار می رفت و به روایتی قدمتی چهار صد ساله دارد. (waters)

بر خلاف واژه ی « جهانی » بیش از چند دهه از کاربرد واژه جهانی شدن نمی گذرد. استفاده عمومی از واژه هایی نظیر جهانی شدن و جهانی کردن از دهه ۱۹۶۰ شروع شده است. در سال ۱۹۶۱ برای نخستین بار به فرهنگ « وبستر » راه یافت که بر باز شناسی آشکار

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، گرایش بازاریابی - دانشگاه علامه طباطبائی

اهمیت فزاینده پیوندها و ارتباطات جهان گستر دلالت داشت. با این وجود جامعه علمی به پذیرش این واژه چندان علاقه ای نشان نمی داد. در طول دهه هفتاد بی علاقه‌گی و احتیاط محافل دانشگاهی کم کم کاهش یافت و رشته‌هایی مانند اقتصاد به کاربرد این واژه تن دادند. رابرتسون معتقد است، کاربرد آکادمیک این مفهوم تا اواسط دهه ۱۹۸۰ شناخته نشده بود ولی از آن زمان به بعد، بکارگیری آن جهانی شده است. با پرشتاب تر و گسترده تر شدن فرایند جهانی شدن به واسطه ی پیشرفتهای حیرت آور در حوزه ی فن آوری های ارتباطی، این واژه بیش از پیش اهمیت یافت و جواز ورود به رشته های مختلف را کسب کرد. در واقع امروزه مفهوم جهانی شدن در کانون اغلب بحث های سیاسی، اقتصادی و جامعه شناختی قرار گرفته است.

جهانی شدن « Globalization » جهانی کردن « Globalizin »، گلوبالیسم « globalism »، یونیورسالیسم « universalism »

در کنار واژه ی جهانی شدن، واژه های نسبتاً مترادف و هم خانواده دیگری نیز وجود دارند که روشن ساختن نسبت و تفاوت آنها با واژه ی جهانی شدن بی فایده نخواهد بود. اصطلاح جهانی شدن به دو کتابی برمی گردد که در سال ۱۹۷۰ منتشر شد کتاب اول تالیف مارشال مک لوهان تحت عنوان جنگ و صلح در دهکده جهانی و کتاب دوم نوشته برژینسکی مسئول سابق شورای امنیت ملی آمریکا در دوران ریاست جمهوری جیمی کارتر بود.

مک لوهان بر نقش تحولات وسایل ارتباطی در تبدیل شدن جهان به دهکده واحد جهانی اشاره داشت. در کتابش تمدن را به سه دوره تقسیم می کند:

۱- تمدن شفاهی یا کهکشان شفاهی

۲- تمدن مکتوب یا کهکشان گوتنبرگ که با اختراع چاپ آغاز گردید.

۳- تمدن الکترونیک یا کهکشان مارکنی که با اختراع رادیو توسط مارکنی آغاز شد.

مک لوهان معتقد است که جهان امروزه سوی دهکده قدیم (تمدن شفاهی) به پیش می رود. زیرا ارتباط افراد به صورت چهره به چهره بیشتر فراهم گردیده است و فرهنگ شفاهی توسط رادیو و تلویزیون و ماهواره و اینترنت و..... اشاعه پیدا می کند.

مک لوهان می گوید: تا امروز موفق شده ایم تا دامنه سیستم عصب مرکزی خود را به یک بستر جهانی گسترش بخشیم. سیستمی که مفاهیم اصلی سیاره ما را به زمان و مکان از پیش پای خود برمی دارد. بر این اساس، امروزه دیگر کره زمین چیزی جز یک دهکده نیست.

یونورسالیسم

یونورسالیسم به ارزشهایی معطوف است که انسان را هر زمان و مکانی، فارغ از تعلق های فرهنگی، چونان سوژه ها یا فاعلانی خود مختار در نظر می گیرند. (جهانی شدن، فرهنگ و هویت ص ۲۵)

گلوبالیسم هم - که مادی تر و بسیار متأخرتر از یونورسالیسم است - ارزشهایی را در بر می گیرد و افراد پایبند به آن ارزش ها - که به همه ی مردم جهان علاقمندند- کل زمین را محیط مادی و افراد روی آن را شهروندان، مصرف کنندگان و تولید کنندگان جهانی می دانند و خواهان اقدام جمعی برای حل مشکلات جهانی هستند. گلوبالیسم یکی از نیروهایی است که به گسترش فرایند جهانی شدن کمک می کند و نسبت و رابطه گلوبالیسم با جهانی شدن مانند نسبت و رابطه ی یونورسالیسم با ایجاد سازمان ملل است.

درمورد تمایز بین جهانی شدن و جهانی سازی باید گفت که شاید تا مدتی قبل، صاحب نظران تفاوتی میان دو مفهوم جهانی شدن و جهانی سازی قابل نبودند و از این دو معنای واحدی ارائه می کردند. این در حالی است که جهانی شدن مفهومی است که بالضروره نمی تواند دارای فاعل و عامل باشد، در حالی که جهانی سازی مفهومی است که لزوماً فاعل و عامل می طلبد با این اوصاف جهانی شدن فرایندی است گریز ناپذیر که شکل تکامل یافته پیشرفتهای بشری در حوزه های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی است و جهانی سازی پروژه ای است که مشخصاً در راستای تامین منافع و مسلط کردن ارزش های مورد نظر قدرت برتر در عرصه جهانی بر سایر دولتها و ملتها است.

پس می توان گفت: جهانی شدن « Globalization » به استقبال یک جهان رفتن، متحد شدن، آشنایی با فرهنگهای دیگر و احترام گذاشتن به آراء و نظریات دیگران، حرکتی کند و درونزاد، فرایندی سیال و در حال انتشار در جهان.

جهانی کردن « Globalizing » نیرویی از بیرون وجود دارد که مردم یک کشور یا یک منطقه را مجبور به پذیرش عقیده و فرهنگهای جهانی می کند. حرکتی برونزاد، واژه ای تدوین شده از کشورهای شمال برای به سلطه در آوردن ایدئولوژی و فرهنگهای کشورهای جنوب.

در این جا ممکن است این سوال مطرح شود که آیا تفاوت بین جهانی شدن و جهانی سازی تنها یک امر انتزاعی و ذهنی است؟ و یا واقعیت بیرونی و عینی نیز دارد؟ و به تعبیر رسا و گویا، آیا آنچه در صحنه جهانی در حال وقوع است امری واحد است و تنها، تلقی و برداشت از آن متفاوت است. مرور ادبیات این موضوع نشان دهنده این واقعیت است که بعد از پایان جنگ سرد و ورود تدریجی اصطلاح جهانی شدن به ادبیات سیاسی و اقتصادی و مدیریتی اراده ای وجود دارد که سعی در اداره و کنترل تحولات جهانی دارد.

با پایان جنگ خلیج فارس و برتری آمریکا و متحدین غربی این ارائه اولین بار در قالب نظم نوین جهانی ظهور و بروز پیدا کرد. نظم نوینی که عبارت است از صلح و دموکراسی برای همه تحت رهبری ایالات متحده و در میان ملت های جهان، تنها آمریکا ست که هم ارزشهای اخلاقی و هم ابزار لازم برای پیشبینی از نظم جهانی را دارا است.

پس جهانی شدن یک فرایند و به اصطلاح یک پروسه است و جهانی سازی یک پروژه، تفاوت این دو در این است که پروسه یک امر ضروری، یک حرکت تاریخی و دارای نیروهای محرک تاریخی و جزء پویایی جامعه است و تا حد زیادی گریز ناپذیر است اما جهانی سازی یک برنامه از جانب قدرتهای بزرگ در راستای اهدافشان به خصوص اهداف اقتصادی و سیاسی است و در راستای تامین منافع و مسلط کردن ارزشهای مورد نظر قدرت برتر در عرصه جهانی بر سایر دولت ها و ملت ها است.

تعاریف جهانی شدن

در تعاریف جهانی شدن اختلاف نظرهای متفاوتی وجود دارد این ابهام ، اختلاف و تناقض موجود در تعریف جهانی شدن از عوامل چند وجهی بودن پدیده یا فرایند جهانی شدن است (زمانی ، ۱۳۸۴)

در تعاریف ارائه شده از جهانی شدن تنوعی قابل ملاحظه وجود دارد.

- همبستگی همه جوامع
- وابسته تر شدن بخشهای مختلف جهان
- افزایش وابستگی و در هم تنیدگی جهانی
- فرایند غربی کردن و همگون سازی جهان
- پهناورتر شدن گستره ی تاثیرگذاری و تاثیر پذیری کنشهای اجتماعی
- ادغام همه جنبه های اقتصادی در گستره جهان
- کاهش هزینه های تحمیل شده توسط فضا ، زمان و
- افزایش روابط سازمان ها در خارج مرزها و بین المللی شدن
- باز شدن مرزها
- یکپارچگی اقتصادی دنیا

جهانی شدن در مفهوم عام آن عبارت است ، از در هم ادغام شدن بازارهای جهانی در زمینه های تجارت و سرمایه گذاری مستقیم و جا به جایی و انتقال سرمایه ، نیروی کار و فرهنگ در چهار چوب سرمایه داری و آزادی بازار و نهایتا سر فرود آوردن جهان در برابر قدرت های جهانی بازار که منجر به شکافته شدن مرزهای ملی و کاسته شدن حاکمیت دولت خواهد شد. عنصر اصلی و اساسی در این پدیده شرکت های چند ملیتی هستند .

گیدنز (۱۹۹۰) جهانی شدن را فرایندی می داند که به وسیله آن ، رویدادها ، تصمیمات و فعالیتهای انجام گرفته در یک قسمت از جهان نتایج تاثیر گذاری بر افراد ، گروهها و جوامع در سایر نقاط می گذارد.

دیوید هلد (۱۹۹۶) در کتاب دموکراسی و نظم جهانی با وجود داشتن نگاه آسیب شناختی به جهانی شدن ، این پدیده را حرکت به سمت نوعی دموکراسی جهانی می بیند که در عین حال کثرت فرهنگی و اقتصادی را نیز در خود خواهد داشت .

مانوئل کاستل (۱۹۹۰) با اشاره به عصر اطلاعات ، جهانی شدن را ظهور نوعی جامعه شبکه ای می داند که در ادامه حرکت سرمایه داری ، پهنه اقتصاد ، جامعه و فرهنگ را در بر می گیرد.

صندوق بین المللی پول (IME) جهانی شدن را رشد و وابستگی متقابل کشورها در سراسر جهان از طریق افزایش حجم و تنوع مبادلات کالا و خدمات و جریان سرمایه در ماورای مرزها و همچنین از طریق پخش گسترده تر و وسیع تر تکنولوژی می داند.

اکثر صاحب نظران و اندیشمندان بر این باورند که ارتباطات ، تکنولوژی ، حمل و نقل و سایر مواردی است که دسترسی بیشتر انسان ها به افکار و محصولات یکدیگر را فراهم ساخته است در نتیجه ، به واسطه مرتفع شدن بسیاری از محدودیت ها که سابقا بر سر راه ارتباط همه

جانبه میان افراد و همچنین واحدهای سیاسی و غیر سیاسی نظام بین الملل وجودداشت ، شاهد پیدایش و افزایش اشکال جدیدی از ارتباط و مبادله در سطح جهان می باشیم .

ابعاد جهانی شدن

از آن جهت که در سالهای گذشته جهانی شدن به عنوان اصطلاحی اقتصادی شناخته می شد تعاریف ارائه شده نیز بر همین پیش استوار بود ولی آنچه مسلم است فرایند جهانی شدن بسیار گسترده و فراتر از فقط بعد اقتصادی آن است که در این قسمت به ابعاد دیگر جهانی شدن می پردازیم .

۱- بعد اقتصادی

۲- بعد اجتماعی و سیاسی

۳- بعد فرهنگی

۴- بعد تکنولوژیکی

۵- بعد جمعیتی (توکلی ، ۱۳۸۴)

بعد اقتصادی

جهانی شدن از بعد اقتصادی شامل تحولاتی از قبیل افزایش تولید ، افزایش مصرف ، افزایش حجم مبادلات تجاری ، افزایش جریان سرمایه و سرمایه گذاری مستقیم خارجی نسبت به گذشته می باشد. حجم بازارهای مالی در مقایسه با گذشته رشد کرده و به یک عامل و نیروی پیش برنده در زمینه ادغام جهانی تبدیل شده است .

افزایش تعداد و حجم فعالیتهای شرکت های چند ملیتی نیز یکی از ابعاد اقتصادی جهانی شدن می باشد . شرکت های چند ملیتی به منظور کاهش هزینه تولید و به حداکثر رساندن سود و نیز برخورداری از مزیت رقابتی در مقابل دیگران در جهت فتح بازارها به فراسوی مرزهای ملی می روند و در سایر کشورها سرمایه گذاری می نمایند.

Keit Bazanson یکی از مشخصه های اساسی جهانی شدن را افزایش عمومی در مصرف گرایی جهانی می داند و معتقد است این امر ناشی از قدرت اطلاعات و تکنولوژی ارتباطات است که امروزه بر شهرهای کوچک و اجتماعات روستایی حتی کشورهای کاملاً فقیر نیز رخنه و نفوذ کرده است و سطح مصرف و تقاضای جهانی را متناسب با عرضه افزایش داده است و موجب ایجاد همگرایی در ذائقه و سلیقه مصرف کنندگان در سطح جهانی گشته است که نتیجه آن ایجاد بازاری به گستردگی همه جهان برای تولید کنندگان است .

بعد اجتماعی و سیاسی

از این بعد نیز جهانی شدن دارای ویژگی ها و پیامدهای خاصی در زمینه تغییرات قدرت دولت و حاکمیت ، ایجاد عدم تمرکز، گسترش دموکراسی و حذف حاکمیت های اقتدار گرا می باشد. در هر صورت در اثر کاهش بعد زمان و مکان ، افزایش تبادلات بین المللی و کم رنگ شدن مرزها و محدوده ها از اقتدار دولت ها به شدت کاسته خواهد شد.

بعد فرهنگی

جهانی شدن از بعد فرهنگی با افزایش تبادلات و ارتباطات متقابل علمی و فرهنگی موجب ایجاد همگرایی بین ملت های جهان شده است . چنانچه از زاویه (نظریه گفتگوی تمدن ها) به مسئله بنگریم ، جهانی شدن به واسطه ایجاد و افزایش امکان ارتباط متقابل بین ملت ها و فرهنگ ها ی گوناگون و متنوع جهانی و حذف تقریبی محدودیت زمان و مکان ، به عنوان مانعی جدی بر گفتگوی تمدن ها و فرهنگ ها مطرح بوده است . از این نگاه ، جهانی شدن بیش از آنکه گفتگوی تمدن ها و فرهنگ ها را موجب می شود ، برخورد و نزاع بین آنها را دامن می زند . این دسته که از نظریات هانتینگتون تبعیت می نمایند ، معتقدند که جهانی شدن نمی تواند مبنای قدرت و نظم بوده و بیشتر چالش آفرین است . برخی صاحب نظران نیز جهانی شدن را از بعد فرهنگی حاکمیت ارزش های جوامع غربی بر کل جهان می دانند و معتقدند که در عرصه فرهنگ نظیر سایر عرصه ها همچون اقتصاد و سیاست ، قدرت برابری و رقابت کشورهای جهان سوم به حدی ضعیف است که ناگزیر فرهنگ ها و ارزش های ملی و محلی این کشورها رو به زوال و نابودی می داند .

بعد تکنولوژیکی

امروزه بشر به سطحی از مهارت و دانش در زمینه تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات و صنعت حمل و نقل دست یافته است که بعد زمان و مکان بیش از پیش اهمیت و کارکرد خود را ازدست داده و امکان افزایش جریان مراودات و تبادلات فرهنگی ، اقتصادی ، علمی و فنی و نیز تحرک بیشتر کالا، سرمایه و نیروی انسانی در عرصه بین المللی فراهم آمده است . به عنوان مثال هزینه سه دقیقه مکالمه تلفنی بین شهرهای نیویورک و لندن بین سالهای ۱۹۳۰ و ۱۹۹۶ از ۳۰۰ دلار در سال ۱۹۳۰ به حدود ۳ دلار در سال ۱۹۹۶ کاهش یافت و این رقم در حال حاضر با توجه به گسترش امکان ارتباط از طریق اینترنت به مراتب کمتر شده است .

کاهش شدید هزینه های ارتباطی و حمل و نقل به نوبه خود ادغام بیشتر بازارها ، مصرف کنندگان ، و تولید کنندگان و فروشندگان را میسر ساخت .

علاوه براین ، حضور ماهواره و اینترنت ، امکان افزایش ارتباطات جهانی و تاثیر گذاری آن در حوزه های علم و دانش ، اقتصاد ، سیاست ، فرهنگ و..... را فراهم آورده است .

بعد جمعیتی

یکی دیگر از ابعاد مهم جهانی شدن ، بعد جمعیتی آن است که به ویژه در قالب حرکت های جمعیتی و جریان های مهاجرتی به نقاط مختلف دنیا شکل گرفته است . جریان آزاد نیروی کار یکی از وجوه اساسی جهانی شدن است که پیامدهای بسیاری از حیث اجتماعی و فرهنگی و سیاسی دارد.

Chenchi Oma استاد دانشگاه هاروارد بحث « شهر جهانی » و « شهروند جهانی » را مطرح می کند و تاکیدش به افزایش قدرت انتخاب انسان در عرصه جهانی شدن است . و می گوید : شهروند جهانی کسی است که در واقع قدرت انتخاب جهانی دارد. برای مثال در گذشته های نه چندان دور انسانها در یک ده یا یک شهر زندگی می کردند و قدرت انتخاب آنها در حد امکانات همان جا تعیین می شد ولی در حال حاضر ، مصرف کننده قدرت انتخاب جهانی دارد و می تواند کالای مورد نیاز خودش را از هر کجای جهان انتخاب کند . همچنین می تواند مکان سکونت خود را در جهان انتخاب و زندگی خود را در هر کجا که می خواهد سپری نماید . چنین فردی دیگر در چار چوب های محلی نمی گنجد و تبدیل به یک شهروند جهانی شده است .

از سوی دیگر در کشورهای توسعه یافته برجسته ترین تغییرات جمعیت شناختی در دهه های اخیر عبارتست از تغییر در ساختار سنی ، بالا رفتن امید به زندگی به همراه با پایین آمدن میزان باروری که تدریجا منجر به افزایش سن متوسط افراد جامعه و افزایش تعداد افراد بازنشسته نسبت به افراد فعال می شود . به عبارت دیگر نیروی کار که در طیف سنین کاری قرار داشته باشد نسبت به کل جمعیت جامعه در حال کاهش است .

راه حل آشکار مشکل فوق ، وارد کردن کارگر از کشورهایی است که کارگر فراوان دارند و اینجاست که آزاد سازی بازارهای بین المللی کار، تغییرات ساختاری در کشورهای توسعه یافته و افزایش سن جمعیت جامعه با یکدیگر تلاقی می کنند. بدین ترتیب جریان نیروی کار در عرضه بین المللی شکل می گیرد که منجر به افزایش میزان تولید در کشورهای توسعه یافته ، افزایش کارایی در استفاده از منابع جهانی و افزایش پس انداز و سرمایه گذاری در کشورهای در حال توسعه و کاهش فشار جمعیتی در آن ها می گردد.

عوامل موثر در جهانی شدن

- پیدایش جامعه اروپا :

جامعه اروپا در سال ۱۹۹۲ با هدف حذف موانع تجاری بین کشورهای عضو ایجاد شد . جامعه اروپا بازارهای اروپایی را متحد کرده و شرکتها را تشویق و ترغیب می کند که با کشورهای دیگر ارتباط نزدیکی برقرار کنند و تنها به وجود دولتهای محلی اکتفا نکنند. این کار موجب خواهد شد که اروپا از نظر سیاسی ، متحد تر گردد.

- تجربه های اقتصادی در جمهوری خلق چین

پس از مرگ مائو ، نسل جدید رهبران چین یک هدف تازه و بلند پروازانه رشد اقتصادی اعلام کردند . و در تمام شرکتهای متعلق به دولت چین یک سلسله اصلاحات اقتصادی به عمل آوردند. این اصلاحات باعث شد که در درون سازمان و شرکتهای متعلق به دولت کارآفرین تقویت شود . در سال ۱۹۹۳ بیش از سه هزار شرکت چینی این اجازه را داشتند که با شرکتهای خارجی وارد معامله شوند. دولت چین ۳۰۰ منطقه آزاد تعیین کرده بود و شهروندان این مناطق می توانستند آزادانه با تجار و سرمایه گذاران داد و ستد کنند

- فروپاشی اتحادیه جماهیر شوروی

پروسترویکا ، دیدگاهی که اتحاد جماهیر شوروی برای بازسازی سیستم اقتصادی داشت و در سال ۱۹۸۸ به وسیله میخائیل گورباچف ارائه شد و هدف آن پایان دادن به سیستم اقتصادی متمرکز بود که سالها در شوروی رواج داشت . در واقع فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی و آزاد شدن بیش از ۲۰ کشور و سرزمین با صدها میلیون نفر جمعیت از طلسم یک ایدئولوژی که مغایر با طبیعت انسان بود بر نظام اقتصادی تاثیر داشت .

- قرارداد تجارت آزاد آمریکای شمالی

طبق این قرارداد در نخستین سالهای دهه ۱۹۹۰ به وسیله نمایندگان رئیس جمهور آمریکا (جورج بوش) نخست وزیر کانادا (برایان مالردین) و رئیس جمهوری مکزیک (کارلوس سالیناس دوگورتای) بسته شد و طبق این قرارداد تعرفه گمرکی و سایر موانعی که برسر راه تجارت شرکت ها و افراد در ایالات متحده آمریکا ، کانادا و مکزیک قرار داشت از میان برداشته شد.

- نقش شرکت‌های چند ملیتی

کوشش شرکت‌ها و موسسات اقتصادی بخش خصوصی در سراسر جهان به جهانی فکر کردن و عمل کردن و دست کشیدن از دیدگاه‌های تنگ ملی و داخلی هزاران غول فرا ملیتی، منافع و سرحدات ملی را پشت سر گذاشته و حتی با ادغام و یکی شدن با رقبا و دشمنان سابق افق‌های تازه و بازارهای تازه را در تبعیت زنده ماندن و سود بردن در اختیار گرفته اند.

- جهانی شدن بازارها و اقتصاد جهانی

مشتریان درون مرزی کشورها برای رفع خواسته‌های خویش به تولید کنندگان خارجی روی می‌آورند. در این صورت بنگاه‌های اقتصادی برای بقا و موفقیت ناچارند هر چه بیشتر پاسخگوی تقاضاهای برون مرزی باشند که نهایتاً منجر به جهان شدنی بنگاه‌های اقتصادی و جهان شمول شدن اقتصاد کشورها می‌شود.

- اطلاعات و ارتباطات

- تحولات تکنولوژی

عوامل موثر بر جهانی شدن از یک دیدگاه دیگر (سلیمان ایران زاده ص ۴۳)

برخی از صاحب نظران معتقدند که عوامل موثر بر جهانی شدن سه عامل مهم و اساسی یعنی دانایی، فناوری اطلاعات در جایگزینی مواد مصنوعی به جای مواد طبیعی است. یعنی جهانی شدن براساس عوامل فوق قابل تعیین و تحلیل می‌باشد.

- دانایی

امروزه معتقدند که دنیای تکنولوژی دنیای دانایی است. اگر در گذشته فقط کار و سرمایه در تولید مهم بود امروزه عامل دانایی مهمترین عامل است. دانایی انسان را قادر به تسلط بر محیط و طبیعت در جهت ارضای نیازها نموده است. میل به دانایی و دانش عاملی در جهت تغییر و تلاش برای شرایط بهتر است

- جایگزینی مواد مصنوعی به جای مواد طبیعی

محدودیت منابع طبیعی و نیازهای نامحدود بشر انسان را به جایگزینی مواد مصنوعی به جای مواد طبیعی رهنمون کرد. مثلاً کابل‌های مسی جای خود را به الیاف نوری می‌دهند و این جریانی است که در جهان در حال گسترش است.

- تکنولوژی اطلاعات

تکنولوژی اطلاعات، با نرخ رشد اعجاب آوری در حال وقوع است. تکنولوژی اطلاعات یک انقلاب و دگرگونی بنیادی در زندگی بشر به وجود آورده است. تکنولوژی اطلاعات وابستگی متقابل در زمینه‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی را در جهان امروز افزایش داده است.

نظریات تایید کنندگان جهانی شدن :

- تعداد بیشتری از مردم وارد گستره سرمایه داری جهان می شوند (یک ایرانی می تواند سهامی را در توکیو بخرد)
- این افراد جهانی شدن را از راه مقایسه سطح رشد و درآمد سرانه در آلمان شرقی و غربی سابق و کره شمالی و کره جنوبی یا چین و تایوان ارزیابی می کنند و معتقدند که جهانی شدن به کشورهای فقیر کمک می کند . فرصتهای تازه ای برای آنها فراهم می سازد.
- رفاه جهانی ناشی از کاهش هزینه ها افزایش می یابد
- در شرایط کنونی میزان تجارت جهانی ، بیشتر از دهه های قبل است . در این دیدگاه نه تنها میزان تجارت جهانی افزایش بی سابقه یافته است ، بلکه اشکال آن نیز دچار تغییر کامل شده است . به عنوان مثال اعمال فشار بر شرکت های تجاری و صنعتی که یک رویه واحد را در تولید اتخاذ کنند . تمام این تحولات و اتفاقات به تقویت و ترویج جهانی شدن بازارها کمک موثری کرده است .
- افزایش کارایی محصولات تولیدی
- طرفداران جهانی شدن با اشاره به رشد بازارهای مالی جهانی ، اعتقاد دارند که این فرایند از دهه ۱۹۷۰ با سود آوری قابل توجه بازارهای مالی ساحلی و گردش وسیع جریان پولی خارج از حوزه اقتدار ملی همراه شده است.
- افزایش سطح علمی و آموزشی منابع انسانی
- این دیدگاه معتقد است که تحرک جهانی به تحرک جمعیت کمک کرده است . پناهندگان بی شماری به عنوان نیروی کار مهاجر قابل توجه در جهان پراکنده شده اند .
- ترس دولتها از اقدامات غیر مسئولانه
- از دیدگاه تایید کنندگان جهانی شدن فرایندی از یک توسعه اجتماعی است که به تشدید خود آگاهی جهانی منجر می شود.
- حامیان جهانی شدن اعتقاد راسخ دارند که روند رو به رشد پیچیده و روزبه روز ارتباطات ، خودآگاهی جهانی شدت پیدا می کند .
- حامیان ادعا دارند که پدیده جهانی شدن تمام آنچه را که برای بازارهای مصرف کننده در سرتاسر جهان رخ داده ، توصیف و تشریح می کند .
- امکان جذب نیروی انسانی با هوش و علاقمند .

نظریات مخالفان جهانی شدن

- مخالفان جهانی شدن معتقدند که این پدیده بر ایدئولوژی و مفاهیم لیبرالیسم استوار است و هدفش تحمیل الگوی آمریکایی و سلطه آمریکا بر جهان است و منافع ایالات متحده آمریکا و کشورهای پیشرفته را تامین می کند . در این الگوی جهانی شدن بیست درصد جمعیت بهره مند و هشتاد درصد بقیه در حاشیه هستند و این امر با مفهوم نظام جهانی متوازن سازگاری ندارد.
- برخی مخالفان معتقدند که جهانی شدن فرهنگی یعنی سیطره فرهنگ غربی بر دیگر فرهنگ ها و این یعنی اوج سیطره استعماری .

- حضور سیستماتیک کشورهای پیشرفته و عدم امکان کنترل مردم در کشورهای در حال توسعه
- موافقت نامه هایی که کشورهای پیشرفته مطرح کرده اند به سرمایه گذاری خارجی در نقاط مختلف جهان آزادی می بخشد و معنای آن تسلط کشورهای پیشرفته بر ثروتهای کشورهای در حال رشد است ، چون این کشورها از لحاظ اقتصادی و مالی و تکنولوژی هم وزن و هم شان نیستند .
- جهانی شدن ، فناوری اطلاعات و چالشها (آقازاده ، سارا ، حسین مبارکی)
- تضعیف قدرت سیاسی دولت در حد مسئول هماهنگی بین بخشهای خصوصی و تولید استراتژی
- کاهش روحیه ملی گرایی ، قوم گرایی ، مذهب گرایی
- خلق جوامع (بدون مرز) مجازی با پذیرش تساهل در اصول اولیه ارتباط
- اخذ تصمیمات مالی و پولی توسط موسسات بین المللی که غالبا با شرایط کشورهای پیشرفته هماهنگ است .
- فشار بر قانون اساسی کشورها و لزوم تغییر در مفاد آنها .
- تشدید بحران اشتغال
- وضعیت سخت رقابت واحدهای صنعتی داخلی با واحدهای صنعتی سایر کشورها .
- فرار مغزها بصورت فیزیکی و یا کار کردن اندیشمندان برای شرکتهای فرامرزی با بهره گیری از تحولات فناوری اطلاعات .
- احتمال بروز تنش هایی که ریشه در همدردی قشری از جامعه با قشری از جوامع دیگر دارد .

فرصتهای جهانی شدن و گردشگری

گردشگری با نزدیک کردن مردم و فرهنگهای مختلف نقش مهمی در اقتصاد جهانی بازی می کند و از آنجا که گردشگری نیز در چارچوب یک سیستم از عرضه و تقاضا شکل می گیرد ، رشد تجارت جهانی گسترش گردشگری را در مناطق مختلف جهان در قالب تجارتی سود آور سبب می شود گردشگری یکی از عوامل تسهیل کننده و یکی از اصلی ترین ابزارهای جهانی شدن به حساب می آید و جهانی شدن اقتصاد بستری را فراهم می آورد که در رابطه مستقیم با جریان گردشگری قرار می گیرد.

با افزایش دسترسی و سهولت حرکت در کشورها و آشنا شدن با فرهنگ ها ، بازار توریسم برای برآورده کردن درخواست فزاینده پذیرش انواع مختلف مسافران توسعه یافته است. همانطور که مقصدها گسترش می یابد ، مردم بیشتری در جست و جوی تجارب خاص و متفاوت هستند.

خاص بودن و تفاوت غالبا یا انتظاراتی که جهانی شدن ایجاد کرده ، تطابق ندارد. در حالی که هتل های لوکسی مانند هیلتون در جهان همچنان نوع خاصی از توریست را به خود جذب می کنند. نوع خاصی از بازار توریسم در جست و جوی جایی است که جهانگرد بتواند در محیطی با جامعه و فرهنگی کاملا متفاوت خود را بیابد.

برای کشورهای اروپایی که غالباً کوچک نیز هستند و کشورهای در حال رشد و شکنده ، این دسترسی و تعداد بیشتر توریست چه مفهومی دارد؟ کشورهای که در دایره فقر خود که در واقع طبیعت اقتصادشان است گرفتار شده اند ، توریسم را براساس منابع طبیعی خود ، تولیدات دستی یا خدماتی که می دهند پایه گذاری کرده اند . در بسیاری از این کشورها ، توریسم نقش مهمی در پیوستن به جهان دارد ، اما به چه قیمتی ؟

یکی از معمول ترین نشانه های اقتصاد توریستی (تعداد جهانگردانی که از یک کشور دیدن می کنند) دیگر نشانه مناسبی از رشد صنعت توریسم در کشورها نیست . اگر دلیل خوبی بود ، ضرورتی نداشت که در مورد تاثیر ورود توریست فراوان بر کشورها نگران باشیم .

امروزه ، باید بر ایجاد تعادل بین درآمد و تاثیر فرهنگی « جا ی پا » توریست ها تاکید کرد. ورود تعداد زیادی توریست دارای هزینه های بسیار از جمله پیامدهای اجتماعی و محیطی وسیع است . از جهات بسیاری ، صنعت توریسمی که ما با آن آشنا هستیم با سیستم تولید شکر (استخراج و کار زیاد) شباهت دارد ، یعنی تبلیغ در خارج از کشور از طریق رضایت گردشگر ولی در عوض ساختاری بر استرس و اکوسیستمی مختل به جای می ماند که تا قبل از ورود گردشگران بعدی نمی تواند خود را ارزیابی کند .

آیا راه دیگری وجود دارد ؟

این حقیقت که داشتن تعداد زیادی گردشگر برای رشد توریسم حیاتی است ، غیر قابل انکار است . در همین حال ، شاید ما خواهان تغییرات ظاهری توریسم نباشیم و بیشتر خواهان بخشی از این تجارت باشیم که درحالی که اثر توریسم را بر ساختار محیطی و اجتماعی ما کاهش می دهد ، در آمد مان را افزایش دهد.

همچنین افزایش آگاهی از گرم شدن جهان و تاثیر تغییرات آب و هوایی را نیز باید در تفکر ایجاد در آمد از طریق ترویج و تدارک خدمات برای پذیرایی از بازدیدکنندگان در نظر گرفت .

برای کشورهای در حال رشد این عوامل فرصت مهمی هستند برای رشد و گسترش بخش توریسم از طریق فروش خدمات محیطی و در همان حال ادامه و حفظ ساختار اجتماعی قوی .

در جهان یکپارچه ، مردم همچنان می خواهند که از هویت یگانه ، فرهنگستان ، اصول و ارزش های اجتماعی و سرمایه محیطی خود حفاظت کنند . این گنج ها نباید فدای بازار سرمایه و افزایش درآمد شوند . در حقیقت اینها باید مورد احترام قرار گرفته و در مقابل رضایت جهانگردان که منبع درآمد هستند نیز در نظر گرفته شود .

در آینده پیش رویه تولید توریسمی نیاز داریم که به جهانگردان شانس همکاری در حفظ محیط زیست را بدهد و همچنین از هویت اجتماعی فرهنگی ما حفاظت کند . درضمن به ما اطمینان دهد که آنها سواحل ما را درحالی ترک می کنند که به حفاظت و مدیریت مداوم از طبیعت و منابع انسانی کمک می کنند. به تفسیری ، کشورهای دارای منابعی مانند جنگل می توانند از این فرصت ها برای جذب توریست بیشتر استفاده کنند و در عین حال به آنها آموزش صحیح حفظ محیط زیست نیز داده شود .

همین موضوع در مورد حفظ سیستم های اجتماعی فرهنگی در این جوامع صدق می کند جهانگردان باید برای حفاظت از میراث فرهنگی و احترام و رعایت سیستم های اجتماعی تشویق شوند . به همین دلیل ، توریسم فرهنگی با توریسم میراث فرهنگی باید پاداشی در زیر داشته باشد . از طرفی ، جهانی شدن فرصتی را برای کشورهای در حال رشد ایجاد کرده است ، فرصتی برای افزایش تولید توریسم با ایجاد اطمینان که مردم می توانند بیابند و چیزی بیش از دریا ، خورشید و شن را تجربه کنند. آن باید بیابند و در زندگی و فرهنگ مردمی خاص شرکت کنند و اطمینان ایجاد کنند و اطمینان ایجاد کنند که نسل های آینده نیز از چنین تجربه ای لذت خواهند برد.

موانع ومعضلات پیش روی جهانی شدن در اقتصاد ایران چه می باشد ؟

- ترس از جهانی شدن

- نبودن مدارا و سعه صدر

- پیرسالاری

- بیگانه هراسی

- نابرابری اجتماعی

- ضعف در آموزش و پرورش

- وابستگی اقتصادی در نفت

- پایین بودن فرهنگ کار گروهی

- تبعیض به نفع خویشاوندان

- ضعف مدیریت

- بوروکراسی اداری

جهانی شدن در دنیای کنونی ، از مباحث مطرح و مورد نظر بسیاری از اندیشمندان ، خصوصا صاحب نظران اقتصادی می باشد ، اندیشمندان ، براین عقیده اند که جهانی شدن مرزها را از بین برده و سبب گسترش و توسعه مبادلات تجاری ، یکی شدن نظام اقتصادی و متعاقب آن یکسان سازی فرهنگ جوامع مورد تهاجم قرار گرفته و موجب تسلط فرهنگی کشورهای توسعه یافته قرار می گیرد. اما باید به این موضوع اعتراف نمود ، که با گسترش و توسعه وسایل ارتباط جمعی ، این یکسان سازی فرهنگی عملا آغاز گشته و فقط فرهنگهایی که دارای ریشه ای عمیق و نیز اصیل می باشند ، پایدار و ماندگار مانده و بقیه فرهنگها بتدریج رو به زوال خواهند رفت . بنابراین برای گسترش فرهنگی نیاز به توسعه هر چه بیشتر اقتصادی می باشد.

جهانی شدن هیچ دیوار و حصار را نمی شناسد و برای همه قفلها ، کلید دارد ، به ویژه قفلهایی که به شکل سنتی هستند ، بایستی اذعان نمود که جامعه ما نیز از این تهاجم فرهنگی بی بهره نخواهد گردید .

ایران در مقدمه راه پیوستن به جهانی شدن چالشهای گوناگونی پیش رو دارد. بدون شک و یقین بهره وری از مهمترین و اصلی ترین مباحثی است که اندیشمندان ، به ویژه صاحب نظران اقتصادی بر آن تاکید بسیار دارند ، بهره وری در هر یک از ابعاد جامعه دارای تعریف مشخصی است که از جمله ، درآموزش و پرورش ، بحث افت تحصیلی ، در بحث مصرف سوخت ، بحث فرسودگی وسایل نقلیه و در بحث واردات غلات ، موضوع کیفیت نان مصرفی و الگوی مصرف غذایی و در بحث صنعت (که صنعت گران و تلاش گران عرصه اقتصادی با آن روبرو هستند) موضوعات گوناگونی مانند نیروی انسانی می باشد که از اهم آن می توان کمبود نیروی انسانی کار آمد صنعتی ، پائین بودن فرهنگ کارگروهی ، نداشتن برنامه ریزی صحیح ومنسجم برای تامین نیروی انسانی آینده می باشد که از اهم آن می توان کمبود نیروی انسانی کارآمد صنعتی پائین بودن فرهنگ کارگروهی ، نداشتن برنامه ریزی صحیح و منسجم برای تامین نیروی انسانی آینده همسان با دانشهای روز دنیا وضعف دروس دانشگاهی در تربیت متخصص وخبره ، نام برد.

منابع

- ایران زاده، سلیمان « جهانی شدن و تحولات استراتژیک در مدیریت و سازمان ». انتشارات مدیریت دولتی تبریز . تبریز ۱۳۸۰
- گل محمدی، احمد « جهانی شدن فرهنگ، هویت ». شرفی تهران ۱۳۸۳
- زمانی، هادی « ایران، فرصتها و چالش های جهانی شدن ». انتشارات بال . تهران ۱۳۸۴
- توکلی، جعفر « جهانی شدن و چالش فقر در کشورهای در حال توسعه ». انتشارات سپهر اندیش . تهران ۱۳۸۴
- صادق . اسماعیلی، محمد مهدی، زیوار، فرزاد، فرهاد (۱۳۸۵). « تحولات استراتژیک فرهنگ و مدیریت در فرآیند جهانی شدن ». فرهنگ مدیریت . شماره ۱۲