

جهانی شدن و سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

سید رضا صالحی امیری^۱

امیر عظیمی دولت آبادی^۲

چکیده: جهانی شدن به واسطه تغییراتی که در سطوح مختلف اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی پدید می‌آورد برای سیاست فرهنگی کشورها هم محدودیت آفرین است و هم فرصت‌ساز. نقش عمده دولتها در سیاست‌گذاری فرهنگی و تمایل آنها به حفظ، گسترش و تقویت فرهنگ ملی تحت تأثیر جهانی شدن قرار گرفته و موجب پیگیری نوعی سیاست فرهنگی مبتنی بر تنوع و با تأکید بر ویژگیهای فرملی (محلی) و فراملی شده است. از حساسیتهای ملی در سیاست فرهنگی کشورها در پارامی موارد کاسته شده و کنترل فرهنگی به آرزوی دست نیافتنی تبدیل شده است. تعقیب سیاست فرهنگی در قلمرو ملی در اغلب موارد توفیقی نداشته و بسیاری از فعالیتهای فرهنگی حالت تجاری به خود گرفته است. در مجموع، جهانی شدن هم زمینه (محدوده و قلمرو ملی)، هم محتوا (عناصر و اصول ملی) و هم طراح و مجری (دولت) سیاست فرهنگی را با چالش اساسی و جدی مواجه کرده است. تحت چنین شرایطی، سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران نیز در سالهای اخیر شاهد تغییراتی بوده است که در این مقاله مورد بررسی قرار می‌گیرد.

کلیدواژه‌ها: جهانی شدن، فرهنگ، سیاست فرهنگی، دولت.

مقدمه

جهانی شدن، به تعبیری، ماشین طبقه‌بندی است: هم یکپارچه و همگون می‌سازد و هم متمایز و متفک می‌نماید. هم گرد می‌آورد و هم می‌شکافد و سلسله مراتبی نو پدید می‌آورد. باز

۱. e-mail: salehi@scr.ir

۱. عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.

۲. e-mail: aazimii@yahoo.com

۲. محقق و پژوهشگر.

این مقاله در تاریخ ۱۳۸۷/۹/۴ دریافت گردید و در تاریخ ۱۳۸۷/۱۰/۹ مورد تأیید قرار گرفت.

سازماندهی، ایجاد روابط گسترده‌تر و کم رنگ کردن و حذف مرزها و قلمروها ویژگی بارز آن محسوب می‌شود. جهانی شدن هم شامل تغییرات و دگرگونی‌های عینی و دیالکتیکی در سطوح اقتصادی - تکنولوژیکی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جوامع در راستای به هم فشرده شدن آنهاست و هم شامل آگاهی نسبت به این تغییرات و درک جهان به عنوان یک کل است. این تغییرات و دگرگونیها، پیامدهای مختلفی برای کشورها در ابعاد مختلف در پی دارد. سیاست فرهنگی کشورها یکی از ابعاد است که تحت تأثیر این تحولات قرار گرفته و خواهد گرفت. سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران نیز در شکل مدون و غیر مدون از این قاعده مستثنی نبوده و تحت تأثیر تحولات مرتبط با جهانی شدن شاهد تغییراتی بوده است. در این مقاله ابتدا به تشریح مفهوم جهانی شدن و ابعاد و پیامدهای آن پرداخته و پس از بررسی مفهوم سیاست فرهنگی، تأثیرات جهانی شدن را بر سیاست فرهنگی کشورها خصوصاً جمهوری اسلامی ایران بیان خواهیم نمود.

جهانی شدن

پرداختن به بحث «جهانی شدن» بیشتر از آن‌رو اهمیت می‌یابد که فهم درست پیچیدگی‌های حیات اجتماعی را دیگر نمی‌توان از تمرکز تحلیلی بر «جامعه» استنباط کرد. به ویژه در مواردی که جامعه به عنوان واژه‌ای مترادف با دولت - ملت تلقی می‌شود (آکسفورد ۱۳۷۸: ۳۴). جهانی شدن بیش از آنکه آغاز فرایندها و کنشهای جدید در جهان باشد نشانگر آگاهی به این موضوع است که امروزه زندگی اجتماعی را نه در قالب یک نظم محدود و مکانمند، بلکه باید در گستره‌ی زمان و فضای جهانی شناسایی و بررسی کرد (گل محمدی ۱۳۸۱: ۳۰). ارزش «جهانی شدن» برای علوم اجتماعی، خصوصاً جامعه‌شناسی و علوم سیاسی، نیز بیشتر به این دلیل است که انگاره جدیدی به تدریج جایگزین انگاره مسلط و اصلی در این علوم می‌شود. همان‌گونه که گیدنز نیز معتقد است: احتمالاً بحث جهانی شدن، مهم‌ترین بحثی است که اکنون در علوم اجتماعی و همچنین علوم سیاسی مطرح است، چون دارای تأثیر قوی در جهان نظریه‌های علوم سیاسی و علوم اجتماعی است. به باور وی:

اگر در فهم و درک یکپارچگی جهانی توفیق نیابید و بر بحث راجع به آن تسلط نداشته باشید، نمی‌توانید به طور عملی دانشمندی اجتماعی باشید که پدیده‌های پیچیده را مطالعه می‌کند. (گیدنز ۱۳۷۹: ۲۶-۲۷).

از این رو وی پیشنهاد می‌کند که اتکای نابجای جامعه‌شناسان به مفهوم «جامعه» به معنای یک نظام مرزبندی شده، جایش را باید به دیدگاه تازه‌ای دهد که بر تحلیل سامان گرفتن زندگی اجتماعی در راستای زمان و مکان، یا همان مسأله فاصله‌گیری زمانی - مکانی، تأکید می‌ورزد. (گیدنز ۱۳۷۷: ۷۷).

به نظر می‌رسد، آگاهی نسبت به جهان به عنوان یک کل، محوری‌ترین موضوع در شناخت جهانی شدن باشد. این موضوع حتی به اندازه شناسایی دقیق آنچه آنها را به عنوان پدیده‌های جدید و متفاوت در زندگی اقتصادی، سیاسی و فرهنگی آدمیان می‌دانیم - و به عنوان جهانی شدن قلمداد می‌کنیم - مهم است. به تعبیر رابرتسون چیزی که مهم است این است که بدانیم چگونه جهان از «درخوده» بودن به سمت «برای خود» بودن حرکت کرد (رابرتسون ۱۳۸۲: ۱۲۶). از این رو، بی‌سبب نیست که این آگاهی در کانون مهم‌ترین تعاریف ارائه شده از مفهوم جهانی شدن قرار دارد.

رونالد رابرتسون، یکی از مهم‌ترین نظریه‌پردازان جهانی شدن، معتقد است: «مفهوم جهانی شدن هم به درهم فشرده شدن جهان و هم تراکم آگاهی نسبت به جهان به عنوان یک کل دلالت دارد» (رابرتسون ۱۳۸۲: ۳۵). به نظر وی فرایندها و کنشهایی که اکنون مفهوم جهانی شدن را برای آن به کار می‌بریم قرن‌هاست که جریان دارد، اما تمرکز بر بحث جهانی شدن موضوع نسبتاً جدیدی است (رابرتسون ۱۳۸۲: ۳۵). مالکوم واترز، جهانی شدن را فرایندی اجتماعی می‌داند که در آن قید و بندهای جغرافیایی که بر روابط اجتماعی و فرهنگی سایه افکنده است، از بین می‌رود و مردم به طور فزاینده از کاهش این قید و بندها آگاه می‌شوند (واترز ۱۳۷۹: ۱۲). موضوع «آگاهی» در مباحث گیدنز نیز جایگاه محوری دارد. وی جهانی شدن را تداوم مدرنیته می‌داند که در آن نسبت به مدرنیته آگاهی ایجاد می‌شود. به عقیده وی جهانی شدن را می‌توان به عنوان تشدید روابط اجتماعی جهانی تعریف کرد، همان روابطی که موقعیت‌های مکانی دور از هم را چنان به هم پیوند می‌زند که هر رویداد محلی تحت تأثیر رویدادهای دیگری که کیلومترها با آن فاصله دارند، شکل می‌گیرد و برعکس (گیدنز ۱۳۷۷: ۷۷).

ابعاد و شاخصهای جهانی شدن

۱. بُعد اقتصادی تکنولوژیکی جهانی شدن

اکثر محققان جهانی شدن را عمدتاً فرایندی اقتصادی - تکنولوژیکی می‌دانند. برای این محققین «جهانی شدن» برای توصیف همگرایی جهان درون یک اقتصاد سرمایه‌داری به کار می‌رود. به زعم آنان، جهانی شدن اقتصاد نمایانگر فرایند انباشت سرمایه است. این فرایند از طریق جریان کالا، تقسیم کار جهانی، پویایی جهانی سرمایه، افزایش تمرکز صنایع در دست تعداد کوچکی از شرکتهای فراملی، رشد نهادهای جهانی و تغییر در تجارت جهانی از کالاها و خدمات به ابزارهای مالی متجلی می‌شود (رمسارن ۲۰۰۳: ۵۶). جهانی شدن اقتصاد شرایطی را به وجود می‌آورد که در آن حد و مرزهای جغرافیایی در فعالیتهای اقتصادی از قبیل تجارت، سرمایه‌گذاری، تولید و نقل و انتقالات مالی کمترین نقش را خواهند داشت. ارتباط سرمایه و کالا بدون توجه به مرز دولت - ملتها برقرار می‌شود و به گفته برخی اقتصاددانان، اقتصاد بی‌وزن به وجود می‌آید (پیشگامی فرد ۱۳۸۰: ۱۵۸).

فرایند جهانی شدن اقتصاد شامل تغییرات جدید و وسیعی است که به تدریج و در این اواخر با سرعت بیشتری، در حال وقوع است و جهان را به سمت همگرایی بیشتر سوق می‌دهد. برخی از نویسندگان حتی جهانی شدن را تنها در سطوح اقتصادی - تکنولوژیکی میسر و ممکن می‌دانند و سایر سطوح را به عنوان فرایندی که در حال تجزیه و فروپاشی است تصور می‌نمایند. به هر حال، جهانی شدن اقتصاد شامل تغییرات و تحولات شگرفی است که در شیوه‌های تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات رخ داده است. واترز جهانی شدن اقتصاد را در ابعاد تجارت، تولید، سرمایه‌گذاری، ایدئولوژی تشکیلاتی، بازار مالی و بازار کار مورد بررسی قرار داده و وضعیت فعلی جهانی شدن اقتصاد را به صورت زیر شناسایی کرده است:

وجود حداقل موانع تعرفه‌ای، رشد نوسوداگرای منطقه‌ای، تقسیم فنی کار به جای تقسیم بین‌المللی کار، غیرمتمرکز شدن تولید، غیرمادی شدن کالاها، سرمایه‌گذاری شرکتهای فراملی و در عین حال باقی ماندن سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، پذیرش الگوی انعطاف‌پذیر در ایدئولوژی تشکیلاتی سازمانها، رشد و تکامل بازارهای مالی و مقررات روزافزون دولتها در زمینه بازار کار همگی تا حدودی وضعیت فعلی جهانی شدن اقتصاد را نشان می‌دهند (واترز ۱۳۷۹: ۱۴۲).

علاوه بر اینها، جهانی شدن اقتصاد، امکان اجرای اقتصاد کیتزی را منتفی ساخته است. دیگر فرایندهای مالی و اقتصادی در سطح مالی نمی‌توانند تابع ساز و کارهای داخلی و تصمیم‌گیریهای دولتها باشند. در نتیجه، کنترل دولت ملی بر اقتصاد ملی معنای خود را به نحو فزاینده‌ای از دست می‌دهد و عناصر اصلی سیاستهای اقتصادی و مالی ملی، جهانی می‌شوند. امروزه توفیق اقتصادی در داخل، به معنی توفیق در کسب موقعیتی مطلوب در بازارهای بین‌المللی است که به نحو فزاینده‌ای بر دانش، اطلاعات و تکنولوژی پیشرفته متکی می‌شوند. همچنین قدرت شرکتهای چندملیتی یا فراملی افزایش چشمگیری یافته است (نش ۱۳۸۰: ۱۱).

علائم و نشانه‌های جهانی شدن اقتصاد بسیار است و بی‌دلیل نیست که نقطه تمرکز اکثر محققان در بحث جهانی شدن، عمدتاً اقتصاد است. تحولات و تغییراتی که در عرصه اقتصادی رخ می‌دهد و از آن به عنوان ابعاد اقتصادی جهانی شدن یاد می‌کنیم، خود باعث تشدید روزافزون جهانی شدن می‌شود و جهانی شدن نیز به نوبه خود به این تحولات و تغییرات دامن می‌زند. در زمینه تکنولوژی و امور فنی نیز اکنون شاهد تغییرات بسیار گسترده‌ای هستیم. خصوصاً در زمینه ارتباطات، اطلاعات و رسانه‌ها، این تکنولوژی به نیروی عظیمی برای تغییر و تحول تبدیل شده است به گونه‌ای که از عصر کنونی به عنوان عصر اطلاعات نام می‌برند. عصری که در آن، زمان و مکان چنان تحت الشعاع قرار می‌گیرند که سخن گفتن از جهان به عنوان دهکده ممکن و جایز خواهد بود.

آنچه در اینجا یادآوری آن ضرورت دارد این است که درست است که اکثر محققان جهانی شدن، بر بعد اقتصادی جهانی شدن تأکید ویژه‌ای دارند و معتقدند که جهانی شدن در بعد اقتصادی به وقوع پیوسته است؛ ولی باید توجه داشت که هنوز در این زمینه برخی از محققان نظرات مخالفی دارند. از جمله استیون کوهن معتقد است که اقتصاد بین‌المللی هنوز جهانی نشده است. بازارها، حتی بازارهای صنایع استراتژیک و شرکتهای عمده، هنوز از یکپارچگی کامل بسیار فاصله دارند. جریانهای سرمایه توسط مقررات ارزی و بانکی محدود می‌شود؛ جابجایی نیروی کار به واسطه کنترل مهاجرت و بیگانه‌هراسی مردم، به سادگی امکان‌پذیر نیست؛ و شرکتهای چند ملیتی هنوز هم بیشتر داراییها و مراکز فرماندهی استراتژیک خود را در کشورهایی نگه می‌دارند که به لحاظ تاریخی «میزبان» تعریف شده‌اند (کاستلز ۱۳۸۰: ۱۳۲).

۲. بُعد سیاسی جهانی‌شدن

جهانی‌شدن شامل تغییر سازمان سیاسی جوامع از سطح ملی (دولت - ملت) به سطح فراملی است. بُعد سیاسی جهانی‌شدن شامل مقولاتی نظیر تضعیف حاکمیت دولت - ملتها، کاهش تمرکز قدرت دولت، افزایش قدرت سازمانها و نهادهای بین‌المللی، توجه فزاینده به مسائل مشترک بین‌المللی، تضعیف سیستم ابرقدرتی جهان، ظهور جامعه مدنی جهانی، پیشرفت دموکراسی لیبرال و ظهور اشکال جدید ملیت‌گرایی می‌باشد.

به عقیده اکثر صاحب‌نظران، در فرایند جهانی‌شدن، فشارهای درونی و بیرونی موجب تضعیف حکومت‌های ملی خواهد شد و نوعی بحران حاکمیت را به همراه خواهد آورد. در بسیاری از موارد، تصویری که از جهانی‌شدن وجود دارد دقیقاً مبتنی بر این مفهوم است که فرایند جهانی‌شدن به شکل فزاینده‌ای مرزهای ملی را می‌ساید (توسلی ۱۳۸۵: ۱۷۱). دولتها و حکومت‌های ملی در شرایط جامعه شبکه‌ای از هیأت‌های برخوردار از حق حاکمیت، به بازیگران فعال در عرصه یک بدهستان و همکاری گسترده در درون ساختهای فراملی بدل می‌شوند. این ساختها در همان حالی که جوامع تازه‌ای را شکل می‌دهند از میزان اقتدار دولتها و حکومت‌های ملی در امور داخلی خود می‌کاهند و وادارشان می‌سازند در چهارچوب نظامی حرکت کنند که ساختار فراملی بر آنها تحمیل می‌کند (کاستز ۱۳۸۰: ۲۱). جهانی‌شدن با برهم زدن تعادل و سامان سیاسی جوامع موجود وضعیت متناقض گردیده و خواهد گردید. به بیان دیوید هلد، جهانی‌شدن با از بین بردن محدودیت‌های فضا و زمان برای الگوهای تعامل اجتماعی، امکان شیوه‌های جدید سازمان اجتماعی فراملیتی را به وجود می‌آورد. مثل شبکه‌های تولید جهانی، شبکه‌های تروریستی و رژیم‌های نظارتی. جهانی‌شدن علاوه بر دگرگون کردن بافت و شرایط تعامل و سازمان اجتماعی، متضمن سازماندهی رابطه میان قلمرو و فضای اجتماعی - اقتصادی و سیاسی نیز هست. به عبارت ساده، همان‌طور که فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی به طور فزاینده‌ای پا را از مناطق و مرزهای ملی فراتر می‌گذارد، در برابر اصل قلمرو که زیربنای حکومت نوین را تشکیل می‌دهند یک مبارزه مستقیم اوج می‌گیرد (هلد ۱۳۸۲: ۸). بر این اساس، جهانی‌شدن به تضعیف استقلال دولت (توانایی آن برای اقدام مستقل در جهت طرح و تعقیب سیاست‌های داخلی و بین‌المللی) و زوال حاکمیت ملی (حق

انجام دادن هر کاری در چهارچوب مرزهای کشور طبق قوانین موجود) منجر خواهد شد (نش: ۱۳۸۰: ۷۸).

در حال حاضر، جهانی شدن، با طرح مسائل و موضوعات مشترک، رشد و قدرت گیری سازمانهای بین‌المللی و حقوق بین‌الملل توانسته است حاکمیت دولت - ملتها را کاملاً تحت تأثیر قرار دهد. در شرایط جهانی شده امروز، اصل حاکمیت غالباً به این بهانه که ساکنان کره زمین مسائل مشترکی نظیر حقوق بشر، محیط زیست، توسعه و نابرابری، صلح و امنیت و... دارند که ممکن است بر اثر اقدامات یک دولت - ملت وخیم‌تر گردد، به صورت چند جانبه نقض می‌شود. مسائلی که قبلاً به طور کامل، ملی تعریف می‌شد. به عقیده واترز، تعریف مسائل ملی به عنوان مسائل بین‌المللی به سه طریق موجب تضعیف حاکمیت دولت می‌شود (واترز ۱۳۷۹: ۱۶۴):

۱. موجب جهت دهی مجدد به اولویتهای سیاسی فردی می‌شود.
۲. دولت - ملت را به عنوان حلال مشکلات موجه نمی‌داند.
۳. سازمانهای بین‌المللی جدیدی تأسیس می‌کند که با وجود آنها دولت برخی از اهرمهای حاکمیت خود را از دست می‌دهد.

برخی از اندیشمندان روابط بین‌الملل و علوم سیاسی استدلال کرده‌اند که فرایند جهانی شدن نه تنها به تضعیف دولت - ملت منجر نخواهد شد، بلکه قدرت آن را تحکیم خواهد کرد. به باور آنان فرایند جهانی شدن شاید در سطوح اقتصادی و فرهنگی قابل تحقق باشد ولی در سطح سیاسی، دولت - به عنوان بازیگر اصلی آن - همچنان قدرتمند و پرنفوذ باقی خواهد ماند. این استدلال توسط مدافعان و نظریه پردازان جهانی شدن تا حدودی به چالش کشیده شده است. واترز معتقد است که برای اثبات جهانی شدن سیاست، اصولاً نباید از دولت - ملت شروع کرد و مطلقاً لازم نیست نشان دهیم که دولت - ملت در حال زوال است، بلکه باید به مسائل سیاسی توجه کرد که در حال حاضر - چه دولتها بخواهند و چه نخواهند - جهانی شده است. به اعتقاد وی «ظهور دولت - ملت خود محصول فرایندهای جهانی شدن است» (واترز ۱۳۷۹: ۱۴۵). رابرتسون نیز نظر مشابهی دارد. وی معتقد است اینکه ما خودمان به طور فزاینده‌ای در معرض قیدهای دولت ملی بوده‌ایم معنی‌اش این نیست که به لحاظ تحلیلی نیز باید در تفسیر و درک جهان آن را به مثابه نقطه عزیمت اصلی برگزینیم. به همین دلیل است که به نظر من جامعه ملی را نه فقط باید یکی از اجزاء و نقاط ارجاع مهم در تحلیل شرایط جهانی - بشری به شمار آورد، بلکه حتی مهم‌تر از آن باید گسترش جوامع

ملی در قرن بیستم را یکی از وجوه جهانی شدن محسوب داشت و به این نکته توجه کرد که انتشار مفهوم دولت ملی به عنوان قالب نهادینه شده جامعه اهمیت اصلی را در تسریع جهانی شدن داشته است (رابرتسون ۱۳۸۲: ۱۳۰).

آنچه مسلم به نظر می‌رسد این است که دولتها نیز شدیداً تحت تأثیر جهانی شدن قرار دارند. جهانی شدن چه به تضعیف دولت منجر شود و چه به تقویت آن، حتماً موجب بازسازماندهی آن خواهد شد. شاید نتیجه این بازسازماندهی را نتوان به طور دقیق مشخص کرد ولی به طور مسلم، وضعیت فعلی برهم خواهد خورد و دولتها با مسائل و چالشهایی روبرو خواهند شد که ساختار فعلی آنها از عهده حلشان برنخواهد آمد. این عبارت مشهور و پرمعنا جمع‌بندی مختصر و مفید این وضعیت است: دولت-ملتها برای حل مسائل بزرگ زندگی، بسیار کوچک و برای حل مسائل کوچک زندگی، بسیار بزرگ شده‌اند.

۳. بُعد فرهنگی جهانی شدن

جهانی شدن فرایندی پیچیده و دارای لبه‌های تاریک و روشن و مملو از تعارضها و تناقضهاست. این پیچیدگی در برخی وجوه این فرایند، خصوصاً وجه فرهنگی، بیش از پیش افزایش می‌یابد (قائمی راد ۱۳۸۴: ۸). بُعد فرهنگی جهانی شدن یکی از مهم‌ترین - و شاید مهم‌ترین - بُعد آن است. اصولاً فرایند جهانی شدن دارای ویژگی فرهنگی است. جهانی شدن در ذات فرهنگ مدرن نهفته است و راه و رسم فرهنگی در ذات جهانی شدن. فرایندهای دگرگون ساز عظیم دوران ما را که با جهانی شدن توصیف می‌شوند نمی‌توان به درستی فهمید مگر آنکه آنها را با واژگان مفهومی فرهنگ دریابیم. به همین سان، این دگرگونیها بافت تجربه فرهنگی را تغییر می‌دهند و در واقع بر درک ما از مفهوم فرهنگ در دنیای مدرن تأثیر می‌گذارند (تاملیسون ۱۳۸۱: ۱۳). فرهنگ برای جهانی شدن و جهانی شدن برای فرهنگ دارای اهمیت است. جهانی شدن جامعه انسانی مشروط به حدی است که در آن نظام فرهنگی به طور نسبی بر نظامهای اقتصادی و سیاسی تأثیرگذار باشد. می‌توان انتظار داشت که اقتصاد و سیاست تا آنجا جهانی شوند که با فرهنگ درآمیزند، یعنی تا جایی که مبادلات انجام شده در حوزه اقتصاد و سیاست به صورت نمادی انجام شود و همچنین می‌توان انتظار داشت که میزان جهانی شدن در عرصه فرهنگی گسترده‌تر از دو عرصه دیگر باشد (واترز ۱۳۷۹: ۲۱).

به عقیده کاستلز نیز ماهیت جهانی که در حال شکل‌گیری است اولاً و اساساً ماهیتی فرهنگی است. حاملان فرهنگ علی‌الاصول می‌توانند بالاترین سهم و نقش را در تحولات آتی ایفا نمایند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۱). استدلال موافقان این موضوع اصولاً بر این فرض قرار دارد که عرصه فرهنگ بر مبادلات و روابط نمادین استوار است و جهانی شدن نیز در زمینه‌هایی بیشترین شتاب را دارد که در آنها نمادها واسطه برقراری روابط هستند. از آنجا که مبادلات مادی، روابط اجتماعی را به مکانهای به خصوص وابسته می‌کنند با محدودیتهای زیادی مواجه می‌باشند. در حالی که مبادلات نمادین مصادیق مادی ندارند. نمادها را می‌توان در هر مکان و هر زمان تولید کرد و محدودیتهای نسبتاً اندکی در تولید و بازتولید آنها وجود دارد. وانگهی این نمادها به سادگی قابل انتقال هستند. مهم‌تر اینکه چون نمادها غالباً گویای اصول و اعتقادات انسانی هستند، از اهمیت جهانی برخوردارند (واترز، ۱۳۷۹: ۲۱). با توجه به اهمیت نمادها و نشانه‌ها در مبادلات و برقراری ارتباط، به عقیده واترز روابط مادی محلی، روابط قدرت بین‌المللی و روابط نمادین جهانی خواهد شد. براساس استدلال وی جهانی شدن هر یک از سطوح اقتصادی، سیاسی و فرهنگی تا آنجا ممکن است که از نمادها در برقراری ارتباط استفاده کنند. به باور وی جهانی شدن اقتصادی در بازارهای مالی که در آنها مبادلات آنها به واسطه نمادهای پولی صورت می‌گیرد و در حدی که تولید غیرمادی شده است بیشترین پیشرفت را داشته است و جهانی شدن سیاست در حدی گسترش یافته است که به جای پایبندی به منافع مادی، ارزشها و مسائل مشترک در کانون توجه قرار گرفته‌اند. مبادلات قدرت و مادی در عرصه‌های سیاسی و اقتصادی به نحو روزافزونی جای خود را به عرصه‌های نمادین می‌دهند، یعنی روابطی که به جای نابرابریها و محدودیتهای مادی بر ارزشها، اولویتها و سلیقه‌ها پی‌ریزی شده‌اند. بر پایه این مباحث، جهانی شدن را می‌توان به عنوان جنبه‌ای از فرهنگی شدن فزاینده زندگی اجتماعی به‌شمار آورد (واترز، ۱۳۷۹: ۱۸۳).

تاملینسون نظر واترز درباره اهمیت فرهنگ برای جهانی شدن را می‌پذیرد ولی معتقد است که دلایل او برای اثبات این نظر نادرست است؛ چرا که نمونه‌های بسیاری (مانند تأثیر شرکتهای چند ملیتی، تقسیم بین‌المللی کار، پدیده گسترش یابنده مهاجرت کار، تجارت مالی و کالایی و...) وجود دارد که بر جهانی شدن مبادلات مادی درگیر در مناسبات اقتصادی گواهی می‌دهد. همچنین موارد زیادی وجود دارد که در آنها تولید، مبادله و مصرف کالا همچنان فعالیت‌هایی نسبتاً محلی باقی می‌ماند. اما گردش در مرکز خرید محله به سرعت روشن می‌کند که بسیاری از

محصولات آن محلی نیست. تولید یک کالا در یک نقطه‌ای از جهان و ارسال آن به کیلومترها دورتر - امری که در حال حاضر در جهان متداول است - نشان می‌دهد که این امر مائمی واقعی بر سر راه فرایند جهانی شدن نیست. به همین سان، این عقیده که مبادلات نمادین فارغ از قید و بندهای مادی هستند می‌تواند حاکی از دیدگاه ایده‌آلیستی غریبی باشد؛ زیرا مگر نمادین سازی نباید، در نهایت، شکل مادی مانند کتاب، دیسک فشرده و... به خود بگیرد (تاملیسون ۱۳۸۱: ۴۱).

وی فرهنگ را قوام بخش جهانی شدن می‌داند و بر این عقیده است که دنیای ارتباط پیچیده (بازار جهانی، مرزهای بین‌المللی، تد، تقسیم جهانی کار، اکوسیستم مشترک) هزاران هزار کنش روزمره کوچک میلیونها نفر را با سرنوشت افراد دوردست و ناشناخته و حتی با سرنوشت احتمالی سیاره زمین گره می‌زند. تمام این کنشهای فردی در بافت فرهنگی معناداری از زیست‌جهانهای محلی و معمولی انجام می‌گیرد که در آن رمزهای لباس و فرقه‌های تد، هویت شخصی و فرهنگی را می‌سازند. معنای اصلی فرهنگ برای جهانی شدن در آن است که این کنشهای فرهنگی به چیزی تبدیل می‌شوند که پیامد جهانی دارد. بی‌تردید، پیچیدگی این زنجیره پیامدها در عین حال ابعاد سیاسی، اقتصادی و تکنولوژیکی جهانی شدن را دربرمی‌گیرد. اما نکته این است که برای تفسیر ارتباط پیچیده، وجود عنصر فرهنگ اجتناب‌ناپذیر است (تاملیسون ۱۳۸۱: ۴۵).

به عقیده فوکویاما سخن گفتن از جهانی شدن در بُعد فرهنگی آن مبین ارائه گفتگوی جدیدی در سطح جهان و فراهم شدن این امکان برای افراد و ملتها است که هر یک به نحوی بر تفاوت و تمایزات فرهنگی خود تأکید ورزیده و از آن دفاع کنند. جهانی شدن عملاً این امکان را برای فرهنگها به وجود می‌آورد تا نسبت به هویت خاص و منحصر به فرد خود حساسیت نشان داده و مدافع و حامی آن باشند (سینایی ۱۳۸۴: ۱۱). از طرف دیگر، جهانی شدن همگون سازی فرهنگی را نیز در پی دارد؛ چرا که جهانی شدن فرایندی است در یک نظام جهانی به هم پیوسته نامتقارن. جهانی شدن برای همگن ساختن، چند فرهنگی تاریخی جوامع را به کار می‌گیرد و شکلهای تازه‌ای از چند فرهنگی را می‌سازد. همان فرایند جهانی شدن که یکپارچه می‌کند تفکیک و طبقه‌بندی نیز می‌کند (کانکلینی ۱۳۷۹: ۲۶۵). از این رو جهانی شدن در حیطه فرهنگ را می‌توان مانند سکه دو رویی دانست که اگرچه یک روی آن تأکید بر عناصر فرهنگ مشترک بشری تحت عنوان مذهب، انسانیت و بشریت است اما روی دیگر آن، ناهمگنی، تنوع، کثرت‌گرایی و به رسمیت شناختن تنوع فرهنگی در جهان است (سینایی ۱۳۸۴: ۱۱۰).

همان‌گونه که ملاحظه کردیم جهانی شدن به تغییرات گسترده‌ای در عرصه فرهنگ منجر شده است. جابجایی سرمایه، انقلاب ارتباطات و رشد وابستگی متقابل اقتصادهای ملی در یک بازار جهانی، نتایج عظیم فرهنگی به همراه داشته است. برخی این نیروها را که از طریق نمادهای جهانی شناخته شده یک فرهنگ تجاری استاندارد که معمولاً با مارک‌هایی مثل کوکاکولا، مک‌دونالدز، لیوای جیتز و نظایر آنها مرتبط است، باعث کم‌رنگ شدن تنوع فرهنگی می‌دانند. با این حال، شواهدی از مقاومت در برابر انقیاد شیوه‌های ملی یا محلی بیان فرهنگی و به نوعی ضرورت جهانی غیرشخصی، نیز وجود دارد. در واقع می‌توان گفت: افزایش یکپارچگی اقتصادی، اغلب با تمایز فرهنگی بیشتر همراه بوده است. مثلاً در اروپا، جایی که ملتها در اتحادیه اروپا هر چه بیشتر از نظر اقتصادی به هم نزدیک می‌شوند، به نظر می‌رسد که نمادهای هویت فرهنگ ملی با دقت بیشتری تعریف می‌شوند. با وجود حضور فراگیر زبان انگلیسی به عنوان ابزار ارتباط تجاری، این امر حتی در مورد زبان هم حقیقت دارد (تراسی ۱۳۸۲: ۱۸۲).

شواهد و نشانه‌های فرهنگی جهانی شدن بسیار است. برخی از این نشانه‌ها را می‌توان به صورت

زیر فهرست کرد:

۱. تنوع و تکثر فرهنگی و در عین حال ظهور فرهنگ مشترک جهانی؛
۲. اشاعه ارزشهای جدید خصوصاً ارزشهای فرامادی گرایانه؛
۳. گسترش فرهنگ غربی و نسبی‌گرایی و در عین حال ظهور بنیادگرایی دینی؛
۴. رشد و گسترش فرهنگ توده‌ای و مصرفی در جهان؛
۵. بازتعریف هویت و توجه جهانی به اقلیتها، قومیتها و فرهنگهای محلی؛
۶. گسترش کمی و کیفی ارتباطات و رسانه‌های همگانی؛
۷. دسترسی توده‌ها به رسانه‌های ارتباطی و اطلاعاتی؛
۸. ناسرزمینی شدن تولیدات فرهنگی؛
۹. گسترش اختلاط فرهنگی.

سیاست فرهنگی

سیاست فرهنگی شامل همه اقدامهایی است که از سوی دولت، نهادهای خصوصی و اتحادیه‌های اجتماعی برای سمت‌دهی توسعه نمادین، برآوردن نیازهای فرهنگی در مردم و دستیابی به توافقی

درباره شکلی از نظم یا دگرگونی اجتماعی، انجام می‌شود (کانکلینی ۱۳۷۹: ۲۴۹). به عبارت ساده‌تر، سیاست فرهنگی شامل اصول مکتوب و غیرمکتوبی است که از سوی برنامه‌ریزان برای ایجاد تغییر در وضع موجود و دستیابی به اهداف مطلوب در حوزه‌های مختلف فرهنگی تدوین می‌شود و توسط مدیران به اجرا در می‌آید. البته گفتنی است که سیاست فرهنگی در این معنا بیشتر به مفهوم سیاست‌گذاری فرهنگی نزدیک است و در این مقاله نیز عمدتاً در همین معنا به کار رفته است. لذا باید بین سیاست فرهنگی^۱ به همین معنا و سیاست فرهنگی^۲ به معنای هر گونه قدرت نامگذاری و قدرت بازنمایی جهان اجتماعی با توجه به مقوله‌هایی چون طبقه، جنسیت، نژاد و شهروندی و قدرت به وجود آوردن نسخه‌های رسمی که در راستای بازتولید یا نقد جهان اجتماعی باشد (بارکر ۲۰۰۳: ۴۰۴) تفاوت قائل شد. سیاست فرهنگی در معنای دوم متمرکز بر بازنماییها و اعمالی است که نقشه‌های فرهنگی ما از معنایی را به وجود می‌آورند و این معانی به نوبه خودشان روابط خاصی از قدرت را تولید و یا تخریب می‌نمایند (میدفر ۱۳۸۶: ۱۸۸). در حالی که در معنای اول — همان‌گونه که در اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، مصوب سال ۱۳۷۱ نیز آمده است — سیاست فرهنگی در حقیقت همان توافق رسمی و اتفاق نظر مسئولان و متصدیان امور در تشخیص، تدوین و تعیین مهم‌ترین اصول و اولویت‌های لازم‌الرعايه در حرکت فرهنگی است. سیاست فرهنگی را می‌توان اصول راهنمای کارگزاران فرهنگی و مجموعه علائم و نشانه‌هایی دانست که مسیر حرکت را نشان می‌دهد.

سیاست فرهنگی در هر دو معنای فوق در چهارچوب مرزهای ملی کشورها دارای معنا بوده و در این چهارچوب اعمال می‌شود، چیزی که دقیقاً مورد تهاجم جهانی شدن قرار می‌گیرد. جهانی شدن از یک طرف ارتباط بین این چهارچوب و اصول مورد نظر در حوزه فرهنگ را به چالش می‌کشد و از طرف دیگر محتوای این سیاستها را به چیزی غیرقابل اجرا یا کهنه تبدیل می‌نماید. قبل از اینکه تأثیر جهانی شدن بر سیاست فرهنگی کشورها را بتوانیم به طور دقیقی درک کنیم ابتدا لازم است تفسیرات انجام شده در سیاست فرهنگی کشورها در دهه‌های اخیر را مورد بررسی قرار دهیم.

1 . cultural policy
2 . cultural politics

صاحب نظران بحث سیاست فرهنگی معتقدند: در دهه‌های اخیر، به ویژه بعد از جنگ جهانی دوم، سیاست فرهنگی کشورها تغییرات عمده‌ای را شاهد بوده است. این تغییرات به طور خلاصه عبارتند از:

الف) گذار از مبنایی کاملاً تک فرهنگی به منظور آماده سازی و اشاعه فرهنگ از جانب دولت به یک وضعیت متنوع تر و فراگیرتر. این تغییر در مطالعات فرهنگی معاصر به عنوان فروپاشی موقعیت مسلط هنجارهای فرهنگ والای طبقات بالا و متوسط جامعه به نفع پاگرفتن فرهنگ برخاسته از مبادلات مردم عادی تفسیر می‌شود و دارای مؤلفه قوی توجه به گروه‌های اقلیت و محروم جامعه است. همچنین این تغییر شامل تأکید بر دسترسی و مشارکت فرهنگی به جای پیگیری «کیفیت» در هنرهای والا، ترویج گرایش تنوع فرهنگی و افزایش به رسمیت شناختن ارزشهای فرهنگی محلی و منطقه‌ای می‌باشد (تراسی ۱۳۷۹: ۱۸۱). به عنوان مثال در حال حاضر دو اصل تنوع فرهنگی و حفاظت از تکثرگرایی فرهنگی در کنار پشتیبانی از فعالیتهای فرهنگی و هنری و فراهم آوردن امکان دسترسی هرچه بیشتر عامه مردم به فعالیتهای فرهنگی و ترویج هنرهای عامه پسند جزء اصول سیاست فرهنگی کشورهای توسعه یافته محسوب می‌شود.

ب) انتقال از تسلط بخش عمومی به بخش خصوصی. هرچند دولت ظرفیت هدایت و مدیریت تغییر فرهنگی را از طریق سیاستهای فرهنگی در اختیار داشته است، ولی قدرت آن برای انجام این کار به گونه‌ای اجتناب‌ناپذیر در طول این دوره به علت کاهش در بودجه‌های دولتی، قطع دخالت دولت در برخی از حوزه‌ها و افزایش شناخت جهان سهیم در فرصتهای تجاری بخش فرهنگی ضعیف شده است (تراسی ۱۳۷۹: ۱۸۱).

ج) توجه به امر مقاومت فرهنگی و لزوم تمایز نسبت به فرهنگ غالب جهانی و یا دیگر فرهنگها در سیاست فرهنگی کشورها وارد شده است. تأکید کشورها بر میراث ملی و حمایت از زبان در همین راستا صورت می‌گیرد.

تأثیرات جهانی شدن بر سیاست فرهنگی

همان‌گونه که ملاحظه کردیم، سیاست فرهنگی کشورها در چهارچوب مرزهای ملی با تأکید بر عناصر فرهنگی- ملی توسط دولتها اجرا می‌شود و جهانی شدن هر سه آنها (چهارچوب ملی، عناصر فرهنگی ملی و دولت) را به چالش می‌کشد. جهانی شدن بر محتوا و اصول سیاست فرهنگی

کشورها نیز تأثیر قابل ملاحظه‌ای دارد. برخی از آنها را غیرمفید و حتی غیرقابل اجرا یا به چیزی بی‌فایده تبدیل می‌کند. تأثیرات جهانی شدن بر سیاست فرهنگی کشورها متنوع و پیچیده است. در مجموع می‌توان این تأثیرات را در چند مورد خلاصه کرد:

الف) جهانی شدن سیاست فرهنگی کشورها را به سمت نوعی همگونی (و نه یک‌گونی) سوق می‌دهد. اگرچه تفاوت‌های ملی و محلی آنها را نیز برجسته و از نو تثبیت می‌کند.

ب) جایگاه و نقش تقریباً انحصاری دولتها در سیاست فرهنگی کشورها با چالش جدی مواجه شده است. سیاست فرهنگی قبلاً در داخل قلمرو ملی قرار داشت و نقش مهم دولت را به رسمیت می‌شناخت ولی اکنون به عقیده صاحب‌نظران، دیگر نمی‌توان به سیاستهای فرهنگی به عنوان یک حق انحصاری که به وسیله حکومت‌های ملی تحقق می‌یابد نگاه کرد. آنها تسلط صنایع رسانه‌های توده‌گیر جهانی بر اشکال محلی سنتی تولید و انتشار فرهنگها را به عنوان دلیلی بر تضعیف قابلیت دولت در تنظیم سیاست فرهنگی ملی می‌دانند (تواسی ۱۳۷۹: ۱۸۳). کانکلینی، مردم‌شناس آرژانتینی، بنگاههای فرهنگی خصوصی و گروهها و سازمانهای مستقل را به همراه دولت - که نقشش همزمان با فرایندهای جهانی شدن تضعیف شده است - سه نیروی اصلی دخیل در سیاست فرهنگی کشورها می‌داند و بر همگرایی آنها در سیاست‌گذاری فرهنگی تأکید می‌کند (کانکلینی ۱۳۷۹: ۲۷۵).

ج) سیاست فرهنگی کشورها به سمت سیاست مبتنی بر تنوع فرهنگی و توجه و تأکید بر امور محلی و قومیتها تغییر جهت داده و خواهد داد. بر این اساس با چرخش سیاستهای فرهنگی مبتنی بر عناصر ملی به سمت سیاست فرهنگی مبتنی بر عناصر متنوع محلی و قومی مواجه بوده و خواهیم بود. لذا ارزش قائل شدن به امر محلی و قومی به معنای نادیده گرفتن و تقابل با امر ملی نخواهد بود و اصولاً تبلیغ و تثبیت یک‌سری اصول، ارزشها و معیارها یکسان در میان تمامی قومیتها و یکسان با مرکز، امری مطلوب تصور نخواهد شد.

د) بر اثر فرایند جهانی شدن، به واسطه گسترش وسایل اطلاعاتی و رسانه‌ای مدرن و گسترش تبادل فرهنگی، تعقیب سیاست فرهنگی در قلمرو ملی نه میسر است و نه مطلوب. سیاست فرهنگی کشورها در حال حاضر تا حدود زیادی در گستره فراملی و جهانی تعریف می‌شوند. دگرگونیهای فرهنگی ناشی از فناوری، اطلاع‌رسانی، به موازت گرایش بین‌المللی کردن و جهانی شدن تولید و مصرف، مهاجرت و گردشگری موجب شده است که تقریباً همه جوامع همزمان از خود واکنش نشان دهند. تا چند دهه پیش کوششهایی برای مهار این جریان ارتباطات بین جوامع از طریق

اختصاص سهمیه‌ای برای پخش تولیدات خارجی و داخلی در برخی کشورها به عمل آمد. مثلاً اجبار به اینکه کانالهای تلویزیونی ۵۰ درصد فیلم‌های داخلی نشان بدهند یا رادیوها درصد بیشتری موسیقی داخلی پخش کنند. این نظارتها به چند دلیل ناکارآمد بود: اولاً، ناسرزمینی شدن تولیدات هنری و تولید محصولات هنری مشترک موجب کاهش پیوندهای آن با کشوری خاص شد. ثانیاً، تسهیلات فن آوارانه پخش پیامهای رسانه‌ای در سراسر جهان، هزینه فیلم یا ضبط را بالا برد و لذا جبران هزینه سرمایه‌گذاری توسط یک کشور واحد را مشکل کرد (کانکلینی، ۱۳۷۹: ۲۶۳-۲۶۲).

ه) تغییر دیگر در سیاست فرهنگی کشورها بر اثر فرایند جهانی شدن، توجه به چیزی است که آن را «اختلاط فرهنگی» و یا «تلفیق فرهنگی» می‌نامند. در حال حاضر سیاست فرهنگی کشورها نه تنها باید بر عناصر فرهنگی ملی و محلی خود تأکید کند و آنها را در سطح فراملی معرفی و عرضه نماید، بلکه باید آمادگی پذیرش و جذب عناصر سایر فرهنگها را فراهم کند. از این رو باید مشارکت‌جو و مشارک‌پذیر باشد. در حال حاضر این موضوع تا حدودی روشن شده است که ارزشها و تولیدات فرهنگی جهانی، تحت تأثیر شرایط محلی، سازگاری یا جرح و تعدیل پیدا می‌کنند؛ یعنی همان چیزی که رابرتسون آن را «خاص کردن عام» می‌نامد. موضوع اختلاط فرهنگی اکنون به عنوان یکی از پیامدهای جهانی شدن مطرح شده است. از آنجا که مهاجرت‌های گسترده‌ای پس از جنگ سرد رخ داده و با توسعه تکنولوژیهای جدید ارتباط جمعی، فرایندهای جهانی شدن تسریع شده است به طور منطقی انتظار می‌رود که اختلاط و پیوند فرهنگی حتی به وجه برجسته‌تری از حیات اجتماعی تبدیل شود (نش، ۱۳۸۰: ۱۱۰). به عنوان مثال، اختلاط فرهنگی به خوبی در میان مهاجران پراکنده (دیاسپورا^۱) قابل مشاهده است. اصطلاح دیاسپورا «به تجربه اختلاط و چند تباری اشاره دارد که به عنوان یکی از نتایج پراکندگی، مرزهای فرهنگهای ملی را درمی‌نوردد» (نش، ۱۳۸۰: ۱۰۵). به عقیده هال (Hall) حداقل در بریتانیا و ایالات متحده تغییری در سیاست فرهنگی اقلیتهای قومی رخ داده است. از دهه ۱۹۶۰ به این سو، بازیگران و متفکران سیاه پوست درگیر سیاستی شدند که حاشیه‌ای شدن فرهنگ سیاه‌پوستان به وسیله جماعت سفیدپوست مورد مخالفت قرار گرفته و سیاه‌پوستان درخواست کرده‌اند که از حق بیان تاریخ و تجربه خودشان براساس معیارهای خود بهره‌مند شوند. برای مثال در سال ۱۹۷۷ مجموعه تلویزیونی فوق‌العاده

مشهور «ریشه‌ها» تولید شد که هدف آن نمایش تاریخ سیاه‌پوستان از منظر افرادی بود که به بردگی کشانده شده بودند (نش: ۱۳۸۰: ۱۰۶-۱۰۵).

و) جهانی شدن بر حساسیتها و تفاوت ملی تأثیر گذاشته و از آن می‌کاهد. لذا تعقیب اصول مبتنی بر این حساسیتها و برجسته کردن نشانه‌ها و وجوه متمایز فرهنگی دیگر در اولویت اصلی نخواهد بود. علی‌رغم اینکه تولیدات فرهنگی همچنان بیانگر سنتهای فرهنگی ملی هستند و عمدتاً در سرزمین خودشان چرخش دارند و هنرهای دیداری و شنیداری، ادبیات و به طور فزاینده‌ای رسانه‌های الکترونیکی همچنان خوراک دهنده تحلیل هر ملت و عرصه تقدیس و ارتباط هنرمندان، جلوه‌ها و نشانه‌های هویت‌های منطقه‌ای هستند؛ اما بخش رو به افزایشی از تولیدات فرهنگی ترکیب صنعتی به خود گرفته و در شبکه‌های ارتباطی فراملی به چرخش درمی‌آمده و از سوی انبوه مصرف‌کنندگان دریافت می‌شود. مصرف‌کنندگانی که می‌آموزند تا مخاطبان ناسرزمینی باشند. یعنی همان چیزی که رنا اوتیس، مردم‌شناس برزیلی، آن را «یک فرهنگ توده‌ای بین‌المللی» می‌نامد. این اجتماعات بین‌المللی تماشاگر، از اهمیت تفاوت‌های ملی می‌کاهد. به خصوص نسل‌های جوان فعالیت‌های فرهنگی خود را با اطلاعات و شیوه‌های همگن شده‌ای همسان می‌کنند که جدا از بافت سیاسی یا مذهبی خود، از جوامع متفاوت می‌گیرند (کانکلینی: ۱۳۷۹: ۲۵۱).

ز) رسیدن به وحدت نمادی و کنترل فرهنگی از مهم‌ترین - و شاید مهم‌ترین - اهداف سیاست‌های فرهنگی کشورها محسوب می‌گردید در حالی که جهانی شدن اکنون تحقق آن را اگر ناممکن نکرده باشد قطعاً در آن تشکیک ایجاد کرده است. دولتها به عنوان اصلی‌ترین سیاست‌گذار فرهنگی دیگر نمی‌توانند مانند سابق تولید، توزیع و مصرف کالاها و محصولات فرهنگی را کنترل کنند. دولتها اکنون قادر به کنترل اندیشه‌ها و افکاری که از مرزهایش عبور می‌کنند، نمی‌باشند. اندیشه‌ها به طور مستقیم از طریق تلویزیون، ماهواره، رادیو و اینترنت و به طور غیرمستقیم به وسیله شرکت‌های چند ملیتی که محصولات جدید، تبلیغات و تجاری شدن شیوه‌های زندگی را به همراه خود می‌آورند، وارد مرزهای دولت - ملت می‌گردند و بدین ترتیب کنترل فرهنگی را برای دولتها دشوار می‌نمایند (نش: ۱۳۸۰: ۱۱۰).

ح) اقتصادی و تجاری شدن فعالیت‌های فرهنگی یکی از پیامدهای جهانی شدن محسوب می‌شود که اکنون در سیاست فرهنگی کشورها مورد توجه قرار گرفته است. بدین معنا که در حال حاضر در سیاست فرهنگی کشورها به فعالیت‌های فرهنگی و تولیدات هنری به عنوان امری اقتصادی

و تجاری نگریسته می‌شود که می‌تواند زمینه‌ساز توسعه و رشد اقتصادی باشد. به عنوان نمونه، اگر موسیقی را در نظر بگیریم اکنون از یک بیان فرهنگی صرف فراتر رفته و به وسیله‌ای برای بهبود وضعیت اقتصادی تبدیل شده است. همان‌گونه که تراسی معتقد است: یکی از اساسی‌ترین اشکال بیان بشری موسیقی است و از این‌رو یکی از عناصر اصلی فرهنگ محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی است. از سوی دیگر، موسیقی یک کالای مهم اقتصادی است، چرا که بخش مهمی از هزینه‌های اوقات فراغت مصرف‌کنندگان را به خود تخصیص می‌دهد، وسیله امرار معاش کارگران بی‌شماری را که در تولید و توزیع آن دست دارند فراهم می‌کند و در رسانه‌ها، که روز به روز عامه‌پسندتر و جهانی‌تر می‌شوند، و در صنایع ارتباطی، نقش کلیدی ایفا می‌نماید. موسیقی همان‌طور که نوعی سرمایه فرهنگی است سرمایه و کالای اقتصادی نیز است. به عبارت دیگر، یک وسیله درآمدزا نیز محسوب می‌شود و می‌تواند به عنوان یک کالای اقتصادی در توسعه کشورها نقش مهمی ایفا نماید:

تلقی موسیقی به مثابه یک کالای اقتصادی در جریان توسعه، راه را برای این امر بازمی‌کند که موسیقی تنها یکی از صورتهای بیان فرهنگی نباشد، بلکه کاربرد آن بسیار فراتر می‌رود و وسیله‌ای برای تقویت وضعیت اقتصادی می‌شود. همین برداشت از موسیقی است که نقش بالقوه آن را در جریان توسعه کشورها نشان می‌دهد. (تراسی ۱۳۷۹: ۳۱۴).

سیاست فرهنگی در ایران بعد از انقلاب اسلامی و تأثیرات جهانی شدن

پس از پیروزی انقلاب اسلامی متن مربوط به سیاست فرهنگی، تحت عنوان «اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران» در سال ۱۳۷۱ تهیه و در تاریخ ۱۳۷۱/۵/۲۰ به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی رسید. سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران شامل یک پیشگفتار، مقدمه، اهداف (شامل: الف - اهداف فرهنگی؛ ب - اهداف سیاست فرهنگی؛ ج - اصول سیاست فرهنگی؛ د - منبها) اولویتها و سیاستهای کلی، سیاستهای اجرایی و مراکز نظارت، اجرا و هماهنگی می‌شود. در ابتدای متن مذکور آمده است:

سیاست فرهنگی، در حقیقت همان توافق رسمی و اتفاق نظر مسئولان و متصدیان امور در تشخیص، تدوین و تعیین مهم‌ترین اصول و اولویتهای لازم‌الرعایه در حرکت فرهنگی است. سیاست فرهنگی را می‌توان اصول

راهنمای کارگزاران فرهنگی و مجموعه علائم و نشانه‌هایی دانست که مسیر حرکت را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر نوعی دستورالعمل فرهنگی است که روشنگر حرکت است (مجموعه مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی ۱۳۸۰: ۴۶۰).

در مقدمه با بیان اهمیت فرهنگ و برنامه‌ریزی فرهنگی، مفهوم سیاست فرهنگی بیشتر تشریح شده و سپس چند نکته ضروری در خصوص سیاست فرهنگی کشور - به شرح ذیل - آورده شده است:

الف) سیاست فرهنگی، سیاست انقلاب اسلامی است.

ب) سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی متخذ از جهان‌بینی و انسان‌شناسی اسلامی است.

ج) اندیشه‌ها و دیدگاهها و فتاوی‌ای حضرت امام خمینی بر سیاست فرهنگی نظام جمهوری اسلامی ایران حاکم است.

د) قانون اساسی به‌عنوان مظهری دیگر از بینش فرهنگ اسلامی و جلوه‌ای از افکار و اندیشه‌های امام و رهبر، الهام‌بخش و استحکام‌بخش سیاست فرهنگی است.

مجموع اهدافی که در سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران قید شده است، شامل ۳۱ هدف می‌باشد که در سه بخش: ۱) اهداف فرهنگی جمهوری اسلامی؛ ۲) اهداف سیاست فرهنگی؛ ۳) اصول سیاست فرهنگی، آورده شده است.

«اهداف فرهنگی جمهوری اسلامی ایران» شامل شش هدف در زمینه‌های: رشد و تعالی فرهنگ اسلامی - انسانی و گسترش پیام و فرهنگ انقلاب اسلامی در جهان، استقلال فرهنگی، به کمال رساندن قوای خلاقه و شایسته وجود آدمی، آرامش شدن به فضایل اخلاقی، تحقق کامل انقلاب فرهنگی، درک مقتضیات و تحولات زمان و نقد و تنقیح دستاوردهای فرهنگی جوامع بشری و استفاده از نتایج قابل انطباق با اصول و ارزشهای اسلامی می‌باشد.

«اهداف سیاست فرهنگی» نیز پنج هدف را شامل می‌شود. این اهداف به صورت بسیار خلاصه شده عبارتند از:

۱. تعیین و تدوین اصول راهنما و اولویتهای لازم‌الرعایه در حرکت فرهنگی کشور، با توجه به آرمانها و اعتقادات، ظرفیتهای واقعیات، و تجربیات داخل و خارج از کشور؛

۲. ایجاد وحدت رویه و هماهنگی در میان دستگاههای مختلف و بسیج امکانات در جهت پاسخگویی به نیازها؛

۳. تأکید بر آرمانها و ارزشهای معنوی و فرهنگ اسلامی، ترویج فرهنگ بسیج و تقویت روحیه ایثار؛

۴. تهیه و تدارک ملزومات در جهت همسویی و عدم مغایرت طرحها و برنامه‌های اقتصادی، اجتماعی و غیر فرهنگی با سیاست فرهنگی کشور؛

۵. تسهیل و تقویت امور برنامه‌ریزی، نظارت و ارزیابی فرهنگی در عین حمایت از تعدد، تنوع و آزادی فعالیتهای فرهنگی مردمی و مبادله فرهنگی میان بخشهای دولتی و غیر دولتی.

«اصول سیاست فرهنگی» نیز طبق تأکید انجام شده در متن اصول، راهنمای مسئولان، مدیران، برنامه‌ریزان و کارگزاران فعالیتهای فرهنگی و شامل ۲۵ اصل می‌باشد. این اصول شامل موارد بسیار متعددی هستند که تنها به برخی از آنها اشاره می‌شود: بازشناسی و ارزیابی موارث و سنن تاریخی و ملی در عرصه‌های مختلف، شناخت جامع فرهنگ و مدنیت اسلام و ایران و معرفی آن، ارتباط فعال با سایر کشورها، شناخت فرهنگ و تجربه‌های بشری و استفاده از تجربه‌های علمی و فرهنگی جهان، تحکیم وحدت ملی و دینی، تلاش مستمر در جهت رشد علمی فرهنگی و فنی جامعه، اهتمام و تقویت زبان و ادبیات فارسی، گسترش زمینه‌های لازم برای شکوفایی خلاقیتها، پاسداری از آزادی و امنیت انسان و فراهم ساختن شرایط و امکانات تحقیق و استفاده از آن، تقویت تفکر و تعقل، مقابله با خرافات و موهومات، ترویج روحیه قیام به قسط و عدالت اجتماعی و....

پس از ذکر اصول مزبور، منبهاات سیاست فرهنگی در ۲۶ بند آورده شده و در ادامه، اولویتها و سیاستهای کلی در ۴۸ بند ذکر شده است. برخی از این اولویتها عبارتند از:

۱. اولویت دادن به کودکان، نوجوانان و جوانان در داخل کشور؛
۲. اولویت دادن به کشورها و مجامع اسلامی، و ایرانیان خارج از کشور؛
۳. اهتمام بیشتر به کشف استعدادها و خلاقیتهای فرهنگی و هنری، و آموزش و تربیت نیروی انسانی؛
۴. حمایتهای معنوی و مادی از مراکز و فعالیتهای فرهنگی و هنری تأمین اجتماعی از باب فرهنگ و هنر و تشویق آنان به آفرینشها و ابداعات فرهنگی و هنری؛

۵. اولویت دادن به مقام اعتلای زنان در سطح کشور، با توجه به مکانیت والای زن و نقش اساسی زن مسلمان در تحکیم مبانی خانواده، و برنامه‌های اجتماعی، فرهنگی، علمی و هنری؛

۶. ایجاد زمینه‌های مناسب جهت بهره‌گیری مطلوب و متعادل فرهنگی و هنری از اوقات فراغت و تفریح؛

۷. افزایش ظرفیت مراکز فرهنگی با لحاظ نمودن رشد جمعیت کشور؛

۸. تشویق سرمایه‌گذاری و مشارکت مردم، و هدایت انگیزه‌های معنوی آنان در جهت تأمین نیازهای بخش فرهنگ و هنر و ایجاد تسهیلات لازم در این زمینه، همچنین تضمین حقوق سرمایه‌گذاران و...

اولویتهای سیاستهای کلی در زیرمجموعه خط‌مشی فرهنگی آورده شده است. امکانات، دانشگاه، تاریخ انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، زیارت و سیاحت، و روابط خارجی سایر موضوعاتی هستند که در این زیرمجموعه جای گرفته‌اند.

موضوع سازمانها و مراکز نظارت، اجرا و هماهنگی، آخرین موضوعی است که در اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی بدان اشاره شده است. در اصل ۴۹ از اصول سیاست فرهنگی در زیرمجموعه موضوع مذکور می‌خوانیم: مسئولیت نظارت و ایجاد هماهنگی لازم در اجرای سیاست فرهنگی بر عهده شورای عالی انقلاب فرهنگی است که تحت ریاست رئیس جمهور انجام می‌گیرد.

و در نهایت در اصل ۵۰، نهادها و سازمانهای مجری سیاست فرهنگی به قرار زیر مشخص شده‌اند:

وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، آموزش و پرورش، فرهنگ و آموزش عالی، بهداشت درمان و آموزش پزشکی، وزارت خارجه، سازمانهای صدا و سیما و تربیت بدنی، به‌طور اخص مجریان سیاست فرهنگی نظام جمهوری اسلامی می‌باشند (مجموعه مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی ۱۳۸۰: ۴۷۳).

سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در شکل مدون آن، محدود به «اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران» نیست، بلکه قوانین برنامه‌های توسعه نیز یکی دیگر از متون مربوط به سیاست فرهنگی است. در این قوانین، تغییرات و جهت‌گیرهای جدید متأثر از

فرایندهای جهانی شدن را می‌توان به خوبی ملاحظه کرد. تاکنون چهار برنامه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در کشورمان به تصویب رسیده است. این برنامه‌ها مهم‌ترین اسنادی هستند که مجریان براساس آن، در بخشهای مختلف دست به اقدام می‌زنند و عملکرد آنها را نیز می‌توان براساس اهداف تعیین شده در این برنامه‌ها مورد ارزیابی قرار داد. در برنامه‌های چهارگانه توسعه، سالهای ۱۳۶۸ - ۱۳۷۳، ۱۳۷۴ - ۱۳۷۸، ۱۳۷۹ - ۱۳۸۳ و ۱۳۸۴ - ۱۳۸۸ برای بخش فرهنگ اهداف کیفی و کمی متعددی در نظر گرفته شده است. با بررسی اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، قوانین برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و تغییرات و اصلاحاتی که در آنها صورت گرفته است و همچنین بر اساس آنچه در عمل اتفاق افتاده است می‌توان نتیجه گرفت که:

۱. جایگاه و نقشی که برای دولت در اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و برنامه‌های اولیه توسعه، تعیین و تعریف شده بود در برنامه‌های اخیر توسعه تغییر کرده است. دیگر دولت بهترین و تنها بازیگر عرصه فرهنگ محسوب نمی‌شود. در سیاست فرهنگی پس از انقلاب اسلامی دولت محور برنامه‌ریزیها و تصمیم‌گیریهایی حوزه فرهنگ بود و تدوین کنندگان اصول سیاست فرهنگی نگاه دولتی به تمامی عرصه‌های فرهنگی کشور داشتند. بنابراین بخش وسیعی از فعالیتهای فرهنگی، دولتی بوده و فعالیت بخش خصوصی و نهادها و سازمانهای مدنی نیز به شدت وابسته به دولت بود (وحید ۱۳۸۱: ۱۵). این موضوع به‌خوبی در اصول ۴۹ و ۵۰ سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی مشهود است و روح حاکم بر سایر اصول نیز به گونه‌ای است که بازیگری اصلی و انحصاری دولت را بازتاب می‌نماید. در برنامه‌های چهارگانه توسعه، به تدریج جایگاه انحصاری و مداخله‌گرایانه دولت به جایگاه حمایتی و پشتیبانی تغییر یافته است؛ به خصوص در برنامه چهارم توسعه، این موضوع کاملاً نمایان است. به‌عنوان مثال، در ماده ۱۰۴ قانون مذکور دولت مکلف است به منظور رونق اقتصاد فرهنگ، افزایش اشتغال، بهبود کیفیت کالا و خدمات، رقابت‌پذیری، خلق منابع جدید، توزیع عادلانه محصولات و خدمات فرهنگی، ایجاد بستر مناسب برای ورود به بازارهای جهانی فرهنگ و هنر و تأمین فضاهای کافی برای عرضه محصولات فرهنگی، اقدامهایی انجام دهد. این اقدامات عبارت است از: الف) رفع موانع انحصاری و تقویت رقابت‌پذیری و فراهم‌سازی زمینه‌های گسترش مشارکت مردم، نهادهای غیردولتی، صنفی و حرفه‌ای در امور

فرهنگی و هنری؛ ب) توسعه ساختارها و زیربناهای لازم برای رشد تولید و توزیع محصولات فرهنگی، هنری، ورزشی در بخش خصوصی و تعاونی.

بر اساس قانون مذکور، دولت دیگر مانند سابق در امور فرهنگی متصدی اصلی نیست، بلکه وظیفه بسترسازی و حمایت از فعالیتهای فرهنگی و هنری، حمایت از نهادهای غیردولتی در عرصه فعالیتهای فرهنگی و فراهم‌سازی زمینه‌های مشارکت مردمی در عرصه‌های مختلف فرهنگی و نظارت عهده‌دار است.

۲. در سالهای اخیر عضویت دولت ایران در سازمانها و کنوانسیونهای بین‌المللی در کنار فرصتهایی که برای دولت پدید آورده است برای تصمیم‌گیریها و فعالیتهای آن در حوزه فرهنگ، محدودیت آفرین نیز بوده است. عضویت ایران در سازمانهایی مانند یونسکو و شبکه بین‌المللی سیاست فرهنگی (INCP) و پیوستن به کنوانسیون حمایت و ترویج تنوع فرهنگی و سایر موافقت‌نامه‌های جهانی، تبعات متعددی برای دولت ایران در بر داشته و خواهد داشت. علاوه بر اینها فعالیت سازمانها و جنبشهای مدنی در داخل و خارج کشور نیز تأثیرات خاص خود را بر سیاست‌گذارها و عملکردهای دولت دارد. تخریب ساخت و سازهای صورت گرفته در اطراف نقش جهان و چالشهای به وجود آمده بر سر آبیگری سد سیوند در اطراف پاسارگاد تنها بخش ظاهری و نمادین این تأثیرات و محدودیتهاست.

۳. جهانی شدن امکان بروز و عرضه عناصر فرهنگی فروملی (محلی) و فرا ملی را پدید آورده و دولت ملی را با چالشها و فرصتهای تازه‌ای روبرو نموده است. این موضوع در مورد کشور ایران که از فرهنگهای محلی مختلفی تشکیل شده است بسیار قابل ملاحظه است. اکنون به واسطه گسترش ارتباطات و امکانات رسانه‌ای، این فرصت برای فرهنگهای محلی پدید آمده است تا خود را به شکلی مناسب ارائه نموده و بر وجوه متفاوت و متمایز خود با فرهنگ ملی پافشاری نمایند. تأکید نخبگان و حتی عامه مردمی که به این فرهنگها تعلق دارند بر این تفاوت‌های فرهنگی (مانند زبان، موسیقی، آداب و سنن و ...)، هویت‌های محلی را در ایران، خصوصاً در سالهای اخیر، بسیار برجسته نموده است. این امر برای هویت ملی چالشهای اساسی به همراه داشته است به خصوص آنجا که این فرهنگها با فرهنگهای خارج از قلمرو ایران احساس نزدیکی و اشتراک نموده‌اند. برجسته شدن مؤلفه‌های هویت محلی (زبان قومی، سرزمین مشخص قومی، محرومیتها و یوتویپاهای مشترک قومی) و هویت جهانی (تضعیف ارزشهای ایرانی اسلامی، شیوع امر اروتیک، رواج

ارزشهای مصرف گرایانه) است که منجر به تضعیف مؤلفه‌های هویت ملی ایرانی همچون زبان فارسی، احساس تعلق سرزمینی، احساس ارزشهای ایرانی و اسلامی می‌شود. به بیانی دیگر، در وضعیت فعلی نوعی دسترسی به گفتمانهای غیر ملی (محلّی و جهانی) و هم‌ذات پنداری هویتی با آنها پدید آمده است که یکی از پیامدهای آن چیزی جز بحران هویت ملی نخواهد بود (میدفر ۱۳۸۶: ۲۰۵).

۴. آگاهی‌هایی که به واسطه جهانی شدن در اختیار گروه‌های قومی، مذهبی و اجتماعی قرار می‌گیرد تأثیرات قابل توجه و تعیین کننده‌ای بر عرصه سیاسی جامعه ایران وارد کرده است چرا که آگاهی‌های جدید هویتی ناشی از جهانی شدن می‌تواند گروه‌های قومی، سیاسی و زبانی را برای مشارکت فعال سیاسی و مبارزه برای نقش بیشتر در حوزه سیاسی ترغیب نموده و علاقه‌مند سازد. زمانی که دولتها نتوانند به این علاقه پاسخ بدهند با مشکلات جدی مواجه می‌شوند. همان گونه که در دوره‌هایی که دولت مشارکت سیاسی را در ایران مختل می‌کرده است ما شاهد سربر آوردن و تشدید قوم‌گرایی و سیاسی شدن اختلافات مذهبی و زبانی بوده‌ایم (پوراحمدی ۱۳۸۶: ۲۴۶).

۵. تولید و مصرف محصولات و کالاهای فرهنگی عامه‌پسند به صورت انبوه و تجاری شدن بخشی از آنها تأثیر دیگری است که در این خصوص می‌توان در نظر گرفت. رواج فیلم، موسیقی، داستان، شعر و غیره در شکل عامه‌پسند و بازاری، اکنون به بخشی از واقعیت جامعه ایران تبدیل شده است.

نتیجه‌گیری

تأثیرات جهانی شدن بر حیات اجتماعی بسیار متنوع و پیچیده است، در ذات جهانی شدن تناقض وجود دارد. در کنار هم قرار گرفتن همگونی / ناهمگونی، عام / خاص و جهانی / محلّی گویای این تناقض است. جهانی شدن از یک طرف فرایندی همگون ساز محسوب می‌شود که جهان را به عنوان یک کل پدیدار می‌سازد و از طرف دیگر فرایندی ناهمگون‌ساز است. همان گونه که بر اثر جهانی شدن یکپارچگی و همگونی ایجاد می‌شود، ناهمگونیها نیز از طریق فرایند جهانی شدن تولید و بازتولید می‌شود و زندگی به طور فزاینده‌ای پاره پاره می‌شود.

جهانی شدن مرزها و قلمروها را می‌ساید و از بین می‌برد و فرصتها و چالشهای جدیدی پدید می‌آورد. این فرصتها و چالشها را می‌توان در سطوح اقتصادی - تکنولوژیکی، سیاسی، اجتماعی و

فرهنگی مورد بررسی و ملاحظه قرار داد. سطح فرهنگی یکی از مهم‌ترین - و شاید مهم‌ترین - سطحی است که تغییرات و دگرگونیهای مربوط به جهانی شدن در آن روی می‌دهد. به عقیده اکثر اندیشمندان جهانی شدن، ماهیت جهانی که در حال شکل‌گیری است اساساً ماهیتی فرهنگی است و اصولاً جهانی شدن، جنبه‌ای از فرهنگی شدن روزافزون زندگی اجتماعی به شمار می‌رود. در همین راستا، بررسی تأثیر جهانی شدن بر سیاست فرهنگی کشورها دارای اهمیت است. سیاست فرهنگی کشورها، در قلمرو ملی با تأکید بر عناصر فرهنگی ملی توسط دولت‌ها اجرا می‌شود. جهانی شدن با اهمیت بخشیدن به عناصر فراملی و فروملی، با به چالش کشیدن نقش دولت‌ها و مطرح کردن ارزشهای مشترک جهانی، توده‌ای و برجسته کردن فرهنگهای محلی و قومی، هر سه جنبه مهم سیاست فرهنگی، یعنی چهارچوب ملی، فرهنگ ملی و دولت را با تغییرات اساسی مواجه ساخته است؛ به گونه‌ای که برخی از اصول سیاست فرهنگی را به امری غیرمفید و غیرقابل اجرا تبدیل کرده و پاره‌ای از اصولی را که در حاشیه قرار داشته‌اند به متن آورده است. سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران نیز از این قاعده مستثنی نبوده است. این سیاست اگر چه در شکل مکتوب و با عنوان «اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران» هنوز تغییری نکرده است ولی در عمل تغییرات بسیاری را شاهد بوده است. این تغییرات حتی در مواردی در برنامه‌ها و قوانین رسمی کشور مانند قوانین برنامه‌های چهارگانه توسعه و سند چشم‌انداز بیست ساله منعکس شده است. اگرچه شناسایی دقیق تغییرات مذکور در عرصه عمل به لحاظ ماهیت آنها دشوار است ولی در مجموع می‌توان برخی از مهم‌ترین آنها را به صورت زیر ذکر نمود:

- تغییر در موقعیت و جایگاه انحصاری دولت به عنوان تنها بازیگر و تصمیم‌گیر حوزه فرهنگ؛
- افزایش فعالیتها و نقش سازمانها و گروههای مدنی در زمینه فرهنگ؛
- ملزم شدن تصمیمات و رفتارهای دولت به برخی شرایط به دلیل پیوستن به سازمانها و کنوانسیونهای بین‌المللی؛
- کاسته شدن از حساسیتهای فرهنگی؛
- برجسته شدن برخی مؤلفه‌های هویت محلی و تفاوت‌های فرهنگی نظیر زبان، موسیقی، آداب و سنن؛
- تجاری شدن محصولات فرهنگی؛
- برجسته شدن بعد عامه‌پسندی هنر؛

- رقابتی شدن تولیدات فرهنگی و حاکمیت شرایط بازار؛
- رشد تولید، توزیع و مصرف کالاهای فرهنگی محلی و قومی.

منابع

- آکسفورد، باری. (۱۳۷۸) *لغام جهانی: اقتصاد، سیاست و فرهنگ*، ترجمه حمیرا مشیرزاده، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، چاپ اول.
- اکبری، محمدعلی. (۱۳۸۱) *تجرباتی از برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران، فصلنامه فرهنگ عمومی*، شماره ۳۳.
- تاملینسون، جان. (۱۳۸۱) *جهانی شدن و فرهنگ*، ترجمه محسن حکیمی، تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ اول.
- تراسبی، دیوید. (۱۳۸۲) *اقتصاد و فرهنگ*، ترجمه کاظم فرهادی، تهران: نشر نی، چاپ اول.
- _____ (۱۳۷۹) *تقش موسیقی در تجارت بین‌المللی و توسعه اقتصادی*، ترجمه سیمیندخت جهان‌پناه، به نقل از کتاب گزارش جهانی فرهنگ، تهران: مرکز انتشارات کمیسیون ملی یونسکو، چاپ اول.
- توسلی، غلامعباس. (۱۳۸۵) *بررسی گفتمان‌های غالب در بحث جهانی شدن، نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۷.
- پوراحمدی، حسین. (۱۳۸۶) *انقلاب اسلامی و نظام جمهوری اسلامی ایران در بازتاب فرایند جهانی شدن*، تهران: چاپ و نشر عروج، چاپ اول.
- پیشگاهی فرد، زهرا. (۱۳۸۰) «ابعد جهانی شدن»، *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشکده تهران*، شماره ۳۵.
- رابرتسون، رونالد. (۱۳۸۲) *جهانی شدن: تئوری‌های اجتماعی و فرهنگی جهانی*، ترجمه کمال پولادی، تهران: نشر ثالث، چاپ اول.
- سینایی، وحید و غلامرضا ابراهیم‌آبادی. (۱۳۸۴) «اکثر گرایی در عصر جهانی شدن و تحول فرهنگ سیاسی نخبگان در ایران»، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۵.
- قاتمی راد، محمد امین و مهرانگیز ستوده. (۱۳۸۴) «تحلیل گفتمان‌های فرهنگی جهانی شدن در ایران»، *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشکده تربیت معلم*، شماره ۵۱-۵۰.
- قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۸۴) تهران: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، چاپ اول.
- قانون برنامه دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۷۴) تهران: اداره کل قوانین و مقررات، چاپ اول.

- قانون برنامه اول توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۶۸). تهران: سازمان برنامه و بودجه، چاپ اول.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰) *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ*، ترجمه احمد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: انتشارات طرح نو، چاپ دوم.
- کانکلینی، نستور گارسیا. (۱۳۷۹) *آگرنده‌های سیاست فرهنگی در عرصه جهانی شدن*، ترجمه مصطفی اسلامی، *مؤرخان جهانی فرهنگ*، تهران: مرکز انتشارات کمیسیون ملی یونسکو، چاپ اول.
- گل محمدی، احمد. (۱۳۸۱) *جهانی شدن، فرهنگ، هویت*، تهران: نشر نی، چاپ اول.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۷) *جامعه شنسی*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی، چاپ اول.
- _____ . (۱۳۷۹) *پیامدهای مدیریت*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر نی، چاپ اول.
- محمدی، مجید. (۱۳۷۷) *دروآمدی بر جامعه‌شناسی و اقتصاد فرهنگ در ایران*، تهران: نشر قطره، چاپ اول.
- مجموعه برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۷۹) تهران: اداره کل تدوین و تنقیح قوانین و مقررات ریاست جمهوری، چاپ اول.
- مجموعه مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی ۱۳۷۹ - ۱۳۶۳. (۱۳۸۰) تهران: اداره کل تدوین و تنقیح قوانین و مقررات ریاست جمهوری، چاپ اول.
- معینفر، سعید و عبدالوهاب شهبلی بر. (۱۳۸۶) *جهانی شدن و شکل‌گیری سیاست فرهنگی محلی*، *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران*، شماره ۵۶-۵۷.
- نش، کیت. (۱۳۸۰) *جامعه شنسی سیاسی معاصر: جهانی شدن، سیاست و قدرت*، ترجمه محمدتقی دلفروز، تهران: انتشارات کویر، چاپ اول.
- واترز، مالکوم. (۱۳۷۹) *جهانی شدن*، ترجمه اسماعیل مردانی گیوی، تهران: انتشارات مدیریت صنعتی، چاپ اول.
- وحید، مجید. (۱۳۸۱) *از فرهنگ سیاست‌گذاری تا سیاست‌گذاری فرهنگی*، *سیاست‌گذاری و فرهنگ در ایران امروز*، تهران: مرکز بازشناسی اسلام و ایران، چاپ اول.
- هلد، دیوید و آنتونی مک گرو. (۱۳۸۲) *جهانی شدن و مخالفان آن*، ترجمه مسعود کرباسیان، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی، چاپ اول.
- Ramsaran, Dave. (2003) "Globalization: A Critied Framework for Understanding Contemporary Social Process", *Globalization Journal*, Vol.3, pp.50-85
- Barker, Chris. (2003) *Cultural Studies: Theory and Practics*, London: Sage Publications.