

تعبیری فرهنگی از جهانی شدن

بسترسازی

آنچه از نیمه‌های دهه‌ی ۱۹۶۰ به تدریج شاهد آن بوده‌ایم همه‌گیر شدن توجه به مبحث و مقوله‌ی جهانی شدن است. این نگرش از این روی مقبولیت گسترده یافت که همزمان با شکل‌گیری دگرگونی‌های بنیادی در تمامی حیطه‌های حیات در صحنه‌ی جهانی قرار گرفت. مفاهیم و گزاره‌های اقتصادی، توجیهات و استدلال‌های سیاسی، تئوری‌ها و تلقی‌ات اجتماعی و واژگان فرهنگی با منسوخ دیدن محتوای سنتی، قالب‌های متداول و کارکردهای همیشگی فضایی جدید را برای تنفس در برابر یافتند که این نگاهی فراملی و برداشتی غیرمحتلی را طلب می‌کرد.

مطالب و ارزیابی‌ها درخصوص پدیده‌ی جهانی شدن در طول یک دهه‌ی گذشته از شدت و حدت وسیع‌تری برخوردار شده است و سقوط دیوار برلین در ۱۹۸۹ درحقیقت حتی بدبینان را درخصوص واقعی بودن چنین پدیده‌ای به ژرف‌نگری سوق داد. مقالات، گزارش‌ها و کتاب‌هایی که در زمینه‌ی پدیده‌ی جهانی شدن نوشته شده‌اند، این مقوله را از ابعاد گوناگون مورد بررسی قرار داده‌اند. کتاب جهانی شدن و فرهنگ از جمله‌ی این بررسی‌ها است. نویسنده در این کتاب به مانند کارهای سابق خود در زمینه‌ی جهانی شدن با اتکا به بررسی نظرات و آرای نویسندگان مطرح در این زمینه مبادرت ورزیده است. در این کار به مانند نوشته‌های پیشین خود، امپریالیسم فرهنگی منتشر شده به سال ۱۹۹۱، پدیده‌شناسی جهانی شدن منتشر شده به سال ۱۹۹۴، بین‌الملل‌گرایی، جهانی شدن و امپریالیسم فرهنگی منتشر شده به سال ۱۹۹۷، بر ماهیت فرهنگی این پدیده و اثرات بلندمدت آن بر سیر جهانی شدن تأکید دارد. تعبیر فرهنگی از جهانی شدن هرچند به معنای این نیست که ابعاد دیگر این پدیده به وسیله تاملینسون نادیده گرفته شده است اما بیانگر این حقیقت است که محتوای جهانی شدن به شدت تحت‌تأثیر مباحث و واقعیت‌های فرهنگی است و اصولاً نه تنها محتوا بلکه باید گفت که مسیر و شدت آن نیز با واقعیت فرهنگی عجین شده است.

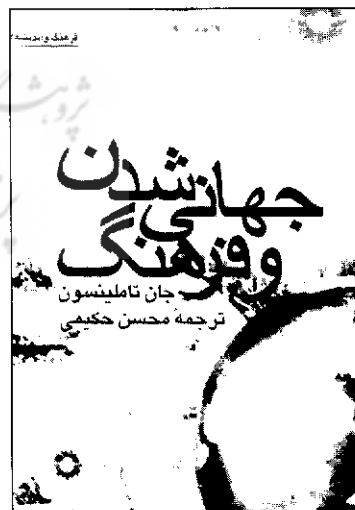
ماهیت فرهنگی جهانی شدن

جدا از این که جهانی شدن را یک پروژه در نظر بگیریم و یا آن را فرآیند محسوب کنیم که از نظر تاملینسون محققاً نگاه دوم مطلوب است باید در بسترهای متفاوت سیاسی، اقتصادی و فرهنگی آن را ارزیابی کرد. تاملینسون با وقوف به این واقعیت است که در کتاب خود در شش بخش متفاوت توجه خود را به این پدیده معطوف کرده است تا اینکه بتواند تصویری جامع، همه‌گیر، عمیق و نافذ از این فرآیند به خواننده عرضه کند و درک او را از این مقوله‌ی پیچیده و گسترده امکان‌پذیر سازد.

در فصل اول نویسنده با تأکید بر چندبعدی بودن مقوله‌ی جهانی شدن درصدد است نشان دهد که جهانی شدن به عنوان یک پدیده‌ی همه‌گیر ضرورتاً باید به صورت چند بعدی مطرح شود. از نظر تاملینسون پدیده‌های جهانی ساز در اساس پیچیده و چندبعدی هستند و چارچوب‌های مفهومی را که جهان اجتماعی را به طور سنتی با آنها درک کرده‌ایم پس می‌زنند (ص ۳۰). نگاه چندبعدی موجب می‌شود که شکاف‌های فرهنگی برخلاف نگاه نویسندگان، مارکسیست ماهیتی یک‌سویه نداشته باشد. چرا که این فرایندها هم‌زمان، عرصه‌های متفاوت حیات بشری از اقتصاد تا سیاست را دربرمی‌گیرد. کار فرهنگی همراه با کار اقتصادی است همان‌گونه که کار سیاسی هم‌متن با کار اجتماعی است. این

○ حسین دهشیار

استادیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی



○ جهانی شدن و فرهنگ

○ جان تاملینسون

○ محسن حکیمی

○ دفتر پژوهش‌های فرهنگی با همکاری مرکز بین‌المللی گفت‌وگوی

تمدن‌ها

○ ۱۳۸۱، ۳۱۱ صفحه، ۳۱۰۰ نسخه



درهم‌تنیدگی به مفهوم وجود هویت مشترک در عین تمایز، زیست هم‌سو در عین جغرافیای متمایز، تاریخ هم‌محور در عین قدمت متفاوت و آرمان‌های هم‌سو در عین ارزش‌های گونه‌گون است. نگاه فرهنگی به مقوله‌ی جهانی شدن این را بیان می‌کند که فرهنگ در هر دو صورت معنادهی و زندگی کردن روزانه باید مطرح شود و مخصوصاً در مفهوم معناسازی آن باید در نظر گرفته شود. فرهنگ بر درک انسان‌ها از هویت، تاریخ، قدرت، رابطه، جغرافیا و زندگی تأثیر گسترده‌ای دارد. جهانی شدن از بعد فرهنگی بر روایت انسان‌ها از پدیده‌های سیاسی، ماهیت‌های اقتصادی و روابط اجتماعی تأثیر فراوان و نافذ دارد. فهم جهانی شدن بدین معنا است که در عین اینکه تأکید بر جنبه‌ی فرهنگی این فرآیند است اما این توجه در بستر ارتباط این بُعد با دیگر جنبه‌ها است. بدین روی این توانایی به دست می‌آید که به ماهیت‌های اجتماعی و رسوم فرهنگی فرامحلی توجه کنیم. در عین اینکه به خصلت بومی پدیده‌ها توجه داریم اثرات نیروهای فرامرزی را نیز که در مخاطب متنوع نمودن درک‌ها و استنباط‌ها است، در نظر داریم. این همان چیزی است که از نظر تاملینسون جهان را به یک مثال واحد در عین تمایزات جغرافیایی تبدیل نموده است. از نظر وی یکپارچگی در معنای آن چیزی است که پدیده‌ی جهانی شدن به ارمغان آورده است. می‌شود تمایزات فرهنگی را حفظ کرد - که اصولاً این حفظ کردن اجتناب‌ناپذیر است - ولیکن به درک یک‌پارچه رسید و این درواقع قبول این واقعیت برخاسته از فرآیند جهانی شدن است که گذشته از تمام حرف‌ها، روند یکپارچه شدن جهان امری محترم است» (ص ۲۵). ماهیت فرهنگی جهانی شدن به این معنا نیست که بعضی از فرهنگ‌ها مطلوب‌تر یا فرهیخته‌تراند بلکه دلالت بر این امر دارد که بعضی از فرهنگ‌ها از توانایی افزون‌تری برای معنا دادن به پدیده‌های جدید برخوردارند. این خود باعث می‌شود بعضی از فرهنگ‌ها به صورت حاشیه‌ای درآیند در حالی که بعضی دیگر در نقش اصلی و سازمان‌دهنده و به خصوص معنادهی ظاهر می‌شوند. پس قید و بندهای زمان و مکان در این رابطه تأثیر خود را از دست می‌دهند چرا که فرهنگ تواناتر در معنا دادن و تفسیر واقعیات و پدیده‌ها با وجود اینکه جهانی شده است اما شکل محلی پیدا می‌کند. بنابراین کنش‌های محلی بر بستر فرهنگ جهانی و غالب انجام می‌شود. و اهمیت این پدیده در این است که این فرآیند کاملاً آگاهانه و با دانستن اینکه فرهنگ بومی هم وجود دارد انجام می‌شود. این جریان در نهایت به این معنا است که فرهنگی کاملاً متفاوت اما توانا در معنا دادن به شرایط جدید، جایگزین فرهنگ بومی برای درک جهان می‌شود. در این راستاست که نویسنده اعتقاد بر این پیدا می‌کند که «تجربه‌ی فرهنگی که با ارتباط جهانی به‌وجود می‌آید نقش تعیین‌کننده‌ای در ایجاد یک سیاست جهان وطنی خواهد داشت».

در فصل دوم نویسنده توانمندانه این نظریه را مطرح و توجیه می‌سازد که جهانی شدن به عنوان یک پدیده‌ی گریزناپذیر درواقع تداوم مدرنیته است. مدرنیته که ریشه در رنسانس، اصلاح مذهبی، روشنگری و انقلاب صنعتی به عنوان چهار مقوله‌ی برتری غرب دارد؛ نمایانگر این است که ضرورتاً جهانی شدن خصلتی غربی و در نهایت بهره‌مند از ارزش‌های غربی است. جهانی شدن به این نگاه چیزی نیست جز «بزرگ‌نمایی» مدرنیته. در این تعریف جهانی شدن درواقع همان مدرنیته است اما باید به آن در مقیاس جهانی توجه کرد. جهان خارج از غرب اگر در برابر مدرنیته به دلیل نامأنوسی با ارزش آن مخالفت و تعارض کرد، با درگیر شدن در فرآیند جهانی شدن درواقع به امر پذیرش مدرنیته و ارزش‌های آن گردن نهاده است. جهانی شدن

نگاه فرهنگی

به مقوله‌ی جهانی شدن متضمن این نکته است که فرهنگ در هر دو صورت معنادهی و زندگی کردن روزانه باید مطرح شود و مخصوصاً در مفهوم معناسازی آن باید در نظر گرفته شود فرهنگ بر درک انسان‌ها از هویت، تاریخ، قدرت، رابطه، جغرافیا و زندگی تأثیر گسترده‌ای دارد

ماهیت فرهنگی جهانی شدن به این معنا نیست که بعضی از فرهنگ‌ها مطلوب‌تر یا فرهیخته‌تراند بلکه دلالت بر این امر دارد که بعضی از فرهنگ‌ها

از توانایی افزون‌تری برای معنا دادن به پدیده‌های جدید برخوردارند

به عنوان فرایندی که پیامد مدرنیته است، بیانگر این است که ارزش‌های مقوله‌های چهارگانه‌ی برتری غرب توانسته‌اند مشروعیت جهانی را به دلیل عملکرد خود کسب کنند. مدرنیته در قالب جهانی شدن توفیق یافته است که به عنوان یک دوره‌ی تاریخی، ماهیت فراملی خود را به اثبات برساند و این را مطرح سازد که تحول و توسعه هرچند ممکن است به شکل منقطع و بریده شکل گیرد اما در نهایت به سرانجامی واحد تمامی حوزه‌های جغرافیایی را رهنمون می‌کند.

در این مفهوم جهانی شدن ماهیتی تاریخی می‌یابد و این نکته را به طور ضمنی القاء می‌کند که جهانی شدن چیزی نیست جز فرایندی که پیروزی نهایی غرب را بر جهان خارج از غرب محقق می‌سازد، اندیشه‌های یک دوره‌ی تاریخی معین، ساختارهای متناسب با یک فرهنگ متمایز، ارزش‌های برخاسته از یک حوزه‌ی جغرافیایی مشخص در قالب جهانی شدن - همانطور که شعار مدرنیته بود - توانسته است غالب شکل‌بندی‌های اجتماعی را در سرتاسر جهان دربر بگیرد. با این تحلیل خاستگاه و حوزه‌ی زیستی جهانی شدن با فرآیند مدرنیته اتصال می‌یابد.

در فرآیند جهانی شدن جدایی زمان از مکان تحقق می‌یابد که این بیانگر این حقیقت می‌گردد که جهانی شدن چیزی جز تداوم مدرنیته نیست. مدرنیته اهمیت زمان را مطرح ساخت و جهانی شدن این اهمیت را با جداسازی آن از مکان فزون‌تر ساخت. زمان ماهیتی تاریخی و تهی از مکان می‌یابد. از این رو روابط اجتماعی، پدیده‌های سیاسی، مفاهیم اقتصادی و خصلت‌های فرهنگی از متن‌های محلی خود «بیرون کشیده» می‌شوند، محل‌ها کاملاً جنبه‌ی انتزاعی می‌یابند و محلّیت عملاً به ماهیتی خیالی تبدیل می‌شود. این به آن معناست که تجربه‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی غرب خاصیت عام می‌یابند و به عنوان تاریخ انسان در حوزه‌های جغرافیایی متفاوت پدیدار می‌گردند. با توجه به ماهیت چندبعدی فرآیند جهانی شدن، نویسنده ما را به سوی این نگاه غالب سوق می‌دهد که مفاهیم سیاسی، اقتصادی و فرهنگی یکسان در گستره‌ی گیتی مطرح شوند. در این راستاست که «جهانی شدن و مدرنیته با هم یک بستر حاضر و آماده را می‌سازند» (ص ۱۰۱)

در فصل سوم نویسنده از فرهنگ جهانی در بستر جهانی شدن یاد می‌کند و آن را الزامی می‌یابد «هم‌اکنون یک فرهنگ جهانی وجود دارد» (ص ۱۰۳) و در بین حوزه‌های جغرافیایی متمایز و انسان‌های جدا از هم حیات دارد. این به معنای وجود یکپارچگی تجربه‌های ارزشی، نمادهای فرهنگی و سمبل‌های معنایی است. در این معنا این‌گونه ظاهر می‌شود که فرهنگ واحدی در حال قوام یافتن است که تمامی انسان‌ها را در برخواهد گرفت، هرچند که این دربرگرفتنی در تمامی مناطق و در بین تمامی افراد یکسان نخواهد بود. اما تمایزات تنها حضوری حاشیه‌ای و کم‌رنگ خواهند داشت و آنچه که گسترده و همه‌گیر است همان فرهنگ جهانی است.

البته در طول چند سده‌ی گذشته شاهد حضور یک فرهنگ جهان‌شمول بوده‌ایم اما حضوری در بسیاری از نقاط تنها دربرگیرنده‌ی نخبگان بوده است. اما اکنون فرهنگ جهانی از این تمایز برخوردار است که برای اولین بار در تاریخ بشری از دولت‌شهرهای یونان گرفته تا دهکده‌ی جهانی کنونی شاهد جهان‌شمولی فرهنگی هستیم که بر بستر خون و آهن ایجاد نشده است بلکه از بطن تعامل افراد انسانی با

فرهنگ‌های متمایز، حیطه‌های جغرافیایی جدا از هم، ارزش‌های سیاسی متمایز و میزان رفاه اقتصادی کاملاً نامتوازن برخاسته است. در این فرآیند است که شاهد این می‌شویم که از «ادبیات گوناگون ملی و محلی یک ادبیات جهانی پدید می‌آید». (ص ۱۰۹)

این فرهنگ جهانی از دیدگاه بسیاری به مفهوم سلطه‌ی راه و رسم سرمایه‌داری جهانی است. سرمایه‌داری جهانی از قدرت ایدئولوژیکی فراوانی برای تعریف واقعیت‌ها و پدیده‌های محلی، منطقه‌ای و جهانی برخوردار است که برخاسته از ماهیت سلطه‌گرایانه‌ی آن است. سرمایه‌داری نه تنها ساختار اقتصادی را تعیین کرده است بلکه فرهنگ جهانی را نیز تعریف کرده و آن را براساس مقتضیات خود شکل داده است. این که سرمایه‌داری، موتور فرهنگ جهانی است، درواقع ماهیتی تمامیت‌ساز به آن داده است و این تمامیت‌سازی است که خصلت ویژه‌ی این فرهنگ جهان‌شمول است. سرمایه‌داری با توجه به اینکه شیوه‌ای متمایز از زندگی است و راه و رسم خاص خود را طلب می‌کند محققاً تجربه‌ی فرهنگی خاصی را نیز شکل می‌دهد و سلطه‌ی سرمایه‌داری عملاً این تجربه‌ی فرهنگی را جهانی و همه‌گیر می‌سازد. از اینجا می‌توان به این درک نائل شد که چرا فرهنگ در سطح جهانی کالایی شده است و خصلت کالایی یافته است. سرمایه‌داری مبتنی بر ارزش‌های سود و تولید برای فروش است و فرهنگ نیز در نهایت جدا از عملکرد ارزشی و معنایی آن یک کالا است و باید سودآور شود.

مدرنیته در قالب جهانی شدن توفیق یافته است

که به عنوان یک دوره‌ی تاریخی، ماهیت فراملی خود را به اثبات برساند

سرمایه‌داری جهانی از قدرت ایدئولوژیک فراوانی

برای تعریف واقعیت‌ها و پدیده‌های محلی،

منطقه‌ای و جهانی برخوردار است

که برخاسته از ماهیت سلطه‌گرایانه‌ی آن است

دارد متوجه می‌سازد. هویت فرهنگی غرب که برخاسته از تاریخ و تعاملات فرهنگی در دل این حوزه است به هویت جهانی تبدیل شده است. از اینجاست که درک می‌کنیم چرا دولت‌های ملی خصلت طبیعی بودن خود را به تدریج از دست داده و مجبور شده‌اند ارزش‌هایی را بپذیرند و گردن نهند که حاکمیت آنها را در محدوده‌ی داخلی و عملکرد آنها را در محدوده‌ی جهانی محدود سازد. فرهنگ جهانی به دلیل خصلت جهانی‌ساز خود موجب شده که دولت ملی دیگر نتواند «به وعده‌های خود وفا کند» (ص ۱۴۷).

در فصل چهارم با توجه به تغییر فرهنگی که جهانی شدن فرهنگ به وجود آورده است به عقیده‌ی تاملینسون باید پذیرفت که «محل‌ها دیگر تکیه‌گاه‌های محرز تعیین هویت ما نیستند» (ص ۱۴۹). تجربه‌های فرهنگی دیگر نیازی ندارند که بازتاب محیط زندگی ما باشند بلکه تنها باید انسان‌ها آن را مطلوب ببینند هرچند که بازتاب جغرافیایی کاملاً متفاوت و متمایز است. در تمامی حوزه‌های جغرافیایی متفاوت شاهد وجود ماهیت‌های مشابه و ساختارهای یکنواخت هستیم. از لندن تا لاگوس و از لس‌آنجلس تا لاهور شاهد مک‌دونالد، پستی و هری پاتر هستیم، هرچند که این ماهیت‌ها حاصل تجارب فرهنگی، سیاسی و اجتماعی جوامع غربی باشند. هویت‌ها دیگر وابسته به محیط جغرافیایی محل حدوث خود نیستند بلکه برخاسته از پذیرش ذهنی حیاتی فراتراز حوزه‌ی جغرافیایی محل سکونت‌اند.

تجربه‌ی فرهنگی از تجربه‌ی محل زندگی کاملاً منفک گردیده است به گونه‌ای که رابطه‌ی بین فرد و محیط زندگی از نقطه‌نظر تاثیر در شکل‌دهی راه و رسم زندگی کاملاً محو می‌شود. پیوستگی بین محیط زندگی و فرهنگ کاملاً سست گردیده است و شیوه‌ی زندگی عملاً خصلتی فرامرزی یافته است و این آن چیزی است که بسیاری در قالب منطقه‌زدایی آن را «آینده‌ای از آشنایی و تفاوت، گسترش افق‌های فرهنگی و افزایش احساس آسیب‌پذیری، دسترسی به دنیای آنجا در بیرون، همراه با نفوذ این دنیا به دنیاهای خصوصی خاص خود ما» (ص ۱۷۸) مطرح می‌کنند.

درخصوص ماهیت منطقه‌زدایی نویسنده معتقد است آنچه امروزه شاهد هستیم تفاوت چندانی با گذشته ندارد و اصولاً محلی‌گری همیشه یک اسطوره بوده است و ایده‌ی ثابت بودن محل «احتمالاً هرگز وجود نداشته است» (ص ۱۸۰). آنچه همیشه بوده و امروز هم وجود دارد این است که از «نظر مادی و اساسی، پیوند فرهنگ با محل هرگز نمی‌تواند به طور کامل قطع شود». (ص ۲۰۶)

در فصل پنجم توجه معطوف به این می‌شود که رسانه‌ها و وسائل ارتباط جمعی در این که تجارب فرهنگی بدون اینکه افراد محل اقامت خود را ترک کنند به آنها منتقل شود چه سهمی دارند. افراد به صورت محلی زندگی می‌کنند اما از طریق هم‌جواری با واسطه‌ها (روزنامه‌ها، تلویزیون و...) که بر بستر تکنولوژی شکل گرفته‌اند تجارب جهان‌شمول را کسب می‌کنند که این باعث می‌گردد که تعریف واحد و قرانت واحد از پدیده‌ها به وسیله‌ی افراد متفاوت در محل‌های متفاوت داشته باشیم. واسطه‌ها موجب می‌شوند که افراد در عین دوری از یکدیگر به درک مشابه از واقعیات نائل شوند. در اینجا شاهد هستیم که تکنولوژی در نقش واسطه ظاهر می‌شود و پیام‌رسانی می‌کند. زمان و مکان دیگر

کالایی شدن خود به مفهوم این است که تجارب فرهنگی که خاستگاه‌های تاریخی متمایز را تجربه کرده‌اند به جهت کالایی شدن، ناپیوستگی تاریخی را از دست می‌دهند و یک کاسه می‌گردند. به عبارت دیگر این بدان معنا است که «سرانجام داریم به یک جهان، یک حکومت و یک فرهنگ تبدیل می‌شویم» (ص ۱۱۳). البته ماهیت جهانی‌ساز سرمایه‌داری با مقاومت و مبارزه‌ی محلی‌ساز خصلت‌های فرهنگی خاص روبرو می‌شود، اما این بدان معنای پیروزی این مبارزه نیست فرهنگ‌های غیرمتناسب با سرمایه‌داری به تدریج و با سرعت‌های متفاوت «لاغر» می‌شوند و فرهنگ‌های متناسب با نیازهای سرمایه‌داری «فربه» می‌شوند. لذا منطق مصرف‌گرایی جهانی می‌شود و همه‌ی انسان‌ها بدون توجه به محل جغرافیایی، ارزش‌های فرهنگی بومی، نگرش‌های سیاسی و روابط اجتماعی متمایز، در هر فرصت به فروشگاه‌ها می‌روند و آن را بخشی از ساعات تفریح خود محسوب می‌کنند. و این چیزی جز بی‌سرزمینی فرهنگ نیست. انقلاب صنعتی در کنار روشنگری و اصلاح دینی شرایط مناسبی را فراهم کردند که به تدریج عوامل شکل دادن به فرهنگ جهانی به گونه‌ای عمل کنند که این فرهنگ در سرتاسر جهان با وجود ماهیت کاملاً غربی آن گسترده گردد و مشروعیت یابد. درست است که جهانی شدن در نگاه اول سمت و سوی آشکاری را به ذهن متبادر نمی‌سازد اما موضوع اصلی این است که ارزش‌های شکل‌دهنده و خاستگاه تاریخی آن بالاجبار توجه را به سمت جغرافیایی که غرب نام



درست است که جهانی شدن در نگاه اول
سمت و سوی آشکاری را به ذهن متبادر نمی‌سازد
اما موضوع اصلی این است که
ارزش‌های شکل‌دهنده و خاستگاه تاریخی آن
بالاجبار توجه را
به سمت جغرافیایی که غرب نام دارد
متوجه می‌سازد



جهان وطنی هنگامی امکان‌پذیر است
که نگاه ارزشی مبتنی بر مقتضیات محل سکونت
و موطن نباشد
بلکه بر بستر مجموعه‌ای از
ارزش‌های جهان شمول باشد

تحرک و امکان، نقل مکان افراد و اندیشه‌ها. این مشرب خاص به دلایل ایدئولوژیک و اخلاقی در صحنه‌ی جهانی در فضای کنونی امکان‌پذیر نیست چرا که فضای ایدئولوژیک حاکم بیانگر تفوق غرب و ارزش‌های گروه‌های غالب در این ممالک است. جهان‌وطنی به مفهوم تکثر فرهنگی و اشاعه‌ی ارزش‌های جهانی نیست بلکه نشانگر تفوق مجموعه‌ای از مفاهیم و ارزش‌های غربی است. آنچه امروز شاهد آن هستیم کثرت‌گرایی نیست بلکه سلطه‌ی مفاهیم و ارزش‌های خاص یک منطقه‌ی جغرافیایی خاص در گستره‌ی جهانی تحت لوای جهانی شدن است. جهان‌شمولی وجود دارد اما آنچه در این فرایند وجود ندارد «درجه‌ای از کثرت‌گرایی فرهنگی است» (ص ۲۶۴) فرد جهان وطن شکل نگرفته است، چرا که انسانها امروزه همچنان هویت‌های در حصار دارند که این هویت ضرورتاً ارزش‌های یک منطقه و حیطه‌ی جغرافیایی خاص را اولویت می‌دهد. جهان وطنی ضرورت وجود «هویت فاصله‌دار» را طلب می‌کند به این معنا که مجموعه‌ای از ارزش‌ها و ایده‌های همه‌گیر مطرح است که در آن منطق محلی جوابگو نیست. در چنین شرایطی اسطوره‌ها و فرضیات فرهنگی خاص محو می‌گردند. سرزمین‌زدایی که در بستر جهانی شدن در حال شکل‌گیری است تاکنون منجر به ایجاد انسان جهان وطن نگشته است چرا که ارزش‌های متناسب هنوز شکل نگرفته است.

سخن پایانی

جهانی شدن فرایندی است که ریشه در حیات تاریخی غرب دارد و ارزش‌های عمده‌ی آن محققاً در بستر تجارب تاریخی غرب شکل گرفته است و این به مفهوم اشاعه‌ی فرهنگ غربی است که تا مابینسون هرچند نه به طور واضح اما تلویحاً آن را تأیید می‌کند. آنچه شاهد هستیم سرزمین‌زدایی و از بین رفتن محلیت در فرایند جهانی شدن و به تبع آن اضمحلال فرهنگ‌های بومی در بطن فرهنگ جهانی است.

معنای خود را از دست می‌دهند و تکنولوژی رسانه‌ای در واقع پلی می‌شود بین افراد در حیطه‌های مختلف زندگی و در حوزه‌های مختلف جغرافیایی که لزوماً به همسویی قرائت‌ها و نگرش‌ها سوق می‌دهد. رسانه‌ها بر فاصله‌های زمانی و مکانی غلبه کرده‌اند به گونه‌ای که مکان دیگر معنایی ندارد. «کجا بودن ما نقش اندکی در دانستن و تجربه کردن ما بازی می‌کند. رسانه‌های الکترونیکی معنای زمان و مکان را برای تعامل اجتماعی تغییر داده‌اند.» (ص ۲۱۲)

و رسانه‌ها متجر به جهانی‌سازی می‌گردند و اقدام آنان از طریق از بین بردن مفهوم محلیت است. هم‌جواری فیزیکی جای خود را به هم‌جواری ذهنی و ارزشی می‌دهد که این هم‌جواری نوع دوم بازتاب عملکرد رسانه‌ها و قابلیت آنها در همسو نمودن قرائت‌ها از حوادث جهانی و تأثیرپذیری همسو از حوادث و پدیده‌ها است، تجربه‌ی رسانه‌ای موجب شده که شاهد حدوث درک مجازی از واقعیات باشیم، این بدان معنا نیست که تجربه‌ی رسانه‌ای فاقد اصالت است و تجربه‌ی رو در رو است که از خصلت مردمی برخوردار است بلکه تأکید بر این دارد که ضرورتی نیست که کسب درک واقعی و معتبر بر بستر ارتباط رو در رو انجام گیرد. کسب تجربه‌ی پیچیده‌ی رسانه‌ای اعتبار افزون‌تری به تعامل رسانه‌ای اعطا می‌کند چرا که محدود به زمان و مکان خاصی نیست. تکنولوژی رسانه‌ای دست‌یابی به تجربه‌ی رسانه‌ای را ممکن ساخته و کسب تجربه رو در رو را با توجه به پیچیدگی موضوعات و تعدد آنها مشکل ساخته است.

فصل ششم به هویت جهانی و معنای جهان وطنی می‌پردازد. این جهان وطنی هنگامی امکان‌پذیر است که نگاه ارزشی مبتنی بر مقتضیات محل سکونت و موطن نباشد بلکه بر بستر مجموعه‌ای از ارزش‌های جهان‌شمول باشد. اینکه به جهت توانایی در انتقال سرمایه، فرهنگ، ارزش‌ها و مفاهیم و انسان‌ها این تصور ایجاد شود که جهان‌وطنی شکل گرفته، محققاً جواب‌دهنده نیست. آنچه جهان‌وطنی را امکان‌پذیر می‌سازد، ضرورت وجود یک «مشرب فرهنگی» (ص ۲۵۴) ویژه است نه وجود