

دیدگاه‌های مختلف دربارهٔ جهانی شدن فرهنگی و چالش‌های فرهنگ دانشجویی

مهدی بخشی شیخ احمد^۱
بهنام بهاری^۲

چکیده

دغدغه اصلی مقاله، سمت و سوی آتی فرهنگ دانشجویی در عصر جهانی شدن فرهنگی می‌باشد. سؤالات اصلی این است که چالش‌های فرهنگ دانشجویی در عصر جهانی شدن چیست؟ نحوه برخورد فرهنگ دانشجویی با جهانی شدن چگونه باید باشد؟ چه نظراتی در مورد جهانی شدن فرهنگی وجود دارد؟ آیا دانشجوی ایرانی می‌تواند اهمیت و معنای مکانی - فرهنگی کشور خود را ترویج کند؟ و آیا می‌توان محلی باقی ماند و جهانی شد؟ فرضیه مقاله این است که جهانی شدن ضمن ایجاد فرهنگ جهانی، شرایط ظهور و تداوم فرهنگ‌های محلی، قومی، ملی و دینی و هویت‌های متکثر را فراهم آورده است؛ فرهنگ دانشجویی می‌تواند به بومی‌سازی ارزش‌های جهانی در قالب فرهنگ ایرانی - اسلامی پردازد. از نقطه نظر جهان - محلی شدن کالاها، فرهنگ‌های صادراتی، همواره به زمینه‌ای که از پیش وجود داشته است راه می‌یابند؛ چرا که در فرهنگ بومی ادغام می‌شوند. بدین سان، جهان - محلی شدن به معنای نفوذ همزمان امر جهانی و امر محلی به کار می‌رود.

واژگان کلیدی: جهانی شدن، جهانی شدن فرهنگ، جهان - محلی شدن، فرهنگ، فرهنگ دانشجویی.

* تاریخ دریافت: ۸۷/۹/۲۶ تاریخ پذیرش نهایی: ۸۷/۱۲/۷

۱. کارشناس ارشد اندیشه سیاسی در اسلام از دانشگاه علامه طباطبائی (ره) (نویسنده مسوول)، آدرس: اردبیل، خیابان دانشگاه، دانشگاه علوم پزشکی اردبیل، دفتر نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری، نمابر: ۰۴۵۱۵۵۱۸۸۴۳
Email: mbakhshi79@gmail.com
۲. کارشناسی ارشد فقه و مبانی حقوق، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل.
Email: bahnambahari@yahoo.com

مقدمه

امروزه جهانی شدن یکی از مهم‌ترین مباحث حوزه علوم انسانی، به خصوص علوم سیاسی و جامعه‌شناسی به شمار می‌رود. در واقع، جهانی شدن به عنوان یک پدیده رو به رشد فراگیر، تمامی جنبه‌های مختلف زندگی از جمله عرصه‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. علاوه بر این، مسئله‌ای که باید به آن توجه کرد این است که پدیده جهانی شدن یک پدیده تک بعدی و صرفاً اقتصادی نیست که در پی یکپارچه کردن تولید، توزیع و مصرف کالا و خدمات باشد، بلکه پدیده‌ای چند بعدی است.

یکی از چالش برانگیزترین جنبه‌های جهانی شدن که در دهه‌های آخر قرن ۲۰ و اوایل قرن ۲۱ اهمیت روز افزونی یافته، جنبه‌های فرهنگی جوامع است. با وجود اینکه هنوز ابهامات گسترده‌ای درباره مفهوم جهانی شدن وجود دارد، در بعضی از زمینه‌ها این ابهامات حالت کاملاً حاد و برجسته‌ای یافته، یکی از آنها جایی است که جهانی شدن در حوزه فرهنگ با آن مواجه می‌شود.

به طور کلی سه دیدگاه در خصوص پدیده جهانی شدن و فرهنگ وجود دارد (Haque و Khondker, 2004, p.3). اولین دیدگاه عبارت است از برخورد فرهنگها که از اصطلاح «برخورد تمدن‌ها» مایه گرفته است (Huntington, 1993)^۱ و بر ناهمگون‌سازی فرهنگی یا خاص‌گرایی فرهنگی تأکید دارد. طبق چنین برداشتی، فرهنگهای محلی در قالب جنبشهای مختلفی از قبیل بنیادگرایی، قومیت‌گرایی و محیط زیست‌گرایی، به مقابله با فرهنگ مسلط جهانی و به خصوص فرهنگ آمریکایی رو می‌آورند. دومین دیدگاه به بهترین وجهی تحت عنوان «مک دونالدی شدن» قابل توصیف است. این دیدگاه بر همگون‌سازی فرهنگ جهان یا عام‌گرایی فرهنگی، به ویژه آمریکایی کردن فرهنگ جهان تأکید دارد. از این منظر، فرهنگ مسلط جهانی، فرهنگهای محلی و بومی را نابود می‌سازد. این دو روند همزمان با یکدیگر رشد کرده و مکمل یکدیگر بوده‌اند. دیدگاه سوم که مورد تأکید پژوهش حاضر نیز می‌باشد، بر این باور است که بهترین شکل جهانی شدن فرهنگ، متضمن آن چیزی است که جهان - محلی شدن (globalization) بهترین توصیف آن محسوب می‌شود. از نقطه نظر این دیدگاه، جهانی شدن فرهنگ، همواره متضمن خلق و جذب

۱. نگارنده در جایی دیگر، دیدگاه مورد نظر درباره برخورد تمدنها را نقد کرده است. (بخشی شیخ احمد، ۱۳۸۷،

فرهنگ محلی است؛ فرایندهایی که به نوبهٔ خود تا حد زیادی به فشرده شدن و جمع شدن جهان به منزلهٔ یک کل، شکل می‌بخشند. بدین سان جهانی شدن هم می‌تواند صحه گذاشتن بر فرهنگ‌های محلی را تقویت کند و هم می‌تواند به بی‌اثر شدن فرهنگ‌ها یاری رساند.

واکنش‌های مردم در مواجهه با مسئلهٔ جهانی شدن و نفوذ فرهنگ بیگانه نیز به سه صورت بوده است. گروهی از مردم به گذشتهٔ تاریخی خویش نزدیک‌تر شده و در مقابل نفوذ فرهنگ بیگانه مقاومت می‌کنند. گروهی دیگر به گذشتهٔ خود وقعی ننهادند و بیشتر در پی شناخت فرهنگ مسلط جهانی و وفق دادن خویش با مقتضیات جهان معاصر می‌باشند. در واکنش سوم، گروهی از مردم در پی پیوند زدن گذشته به حال و آینده و بنا کردن عناصر مثبت و درست فرهنگ و تمدن معاصر بر ریشه‌های تاریخی و دینی و ملی خود هستند.

بر اساس پژوهش‌های به عمل آمده در بین جوانان ۱۴ تا ۲۹ سالهٔ کشور، آنچه در بین آنها، به خصوص تحصیل‌کردگان، دیده می‌شود این است که «بسیاری از آنان با این سؤال مواجه هستند که چه مقدار از سنن دینی و ملی را باید محفوظ نگه داشت و تا چه اندازه باید با تحولات جهانی همراه شد» (لطف‌آبادی و نوروزی، ۱۳۸۳، ص ۱۱-۱۲). یافته‌های پژوهش دیگری نشان می‌دهد که «بسیاری از جوانان ما از یک سو شیفتهٔ فرهنگ و مصالح ملی خویشند و از سوی دیگر، تشخیص درستی از جوانب گوناگون مسئلهٔ غرب و جهان غرب ندارند» (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۰، ص ۶۷). در واقع، مسئلهٔ اینجاست که بسیاری از آنان از چنان انسجام اندیشه و نگرشی برخوردار نیستند که بر همهٔ جنبه‌های موضوع تسلط داشته باشند.

بدین سان بررسی رابطهٔ جهانی شدن و فرهنگ، به خصوص فرهنگ دانشجویی می‌تواند به شناخت درست دانشجویان از جایگاه فرهنگی خود و فرهنگ غرب، و به خصوص نحوهٔ برخورد با جهانی شدن یاری رساند. در همین راستا، سؤالات اصلی پژوهش حاضر بدین قرار است که چالش‌های فرهنگ دانشجویی در عصر جهانی شدن چیست؟ نحوهٔ برخورد فرهنگ دانشجویی با جهانی شدن چگونه باید باشد؟ چه دیدگاه‌هایی در مورد جهانی شدن فرهنگی وجود دارد؟ آیا پدیدهٔ جهانی شدن در عرصهٔ فرهنگ منجر به یکنواختی و همسانی فرهنگ‌ها می‌شود یا موجب بروز تنوعات جدید فرهنگی می‌گردد؟ آیا دانشجوی ایرانی می‌تواند اهمیت و معنای مکانی - فرهنگی کشور خود را ترویج کند؟ چگونه می‌توان محلی باقی ماند و جهانی شد؟ اگر امکان

شکل‌گیری فرهنگ واحد جهانی باشد، آیا این فرهنگ واحد در کنار فرهنگ‌های بومی قابل پذیرش و همزیستی است؟

با توجه به دغدغه‌های مطرح شده، فرضیه مقاله این است که جهانی شدن ضمن ایجاد فرهنگ جهانی، شرایط امکان ظهور و تداوم فرهنگ‌های محلی، قومی، ملی و دینی و هویت‌های متکثر را فراهم آورده است. فرهنگ دانشجویی می‌تواند به بومی‌سازی ارزش‌های جهانی از قبیل دموکراسی و جامعه مدنی در قالب فرهنگ ایرانی - اسلامی پردازد. از نقطه نظر جهان - محلی شدن، کالاهای فرهنگی صادراتی همواره به زمینه‌ای که از پیش وجود داشته است راه می‌یابند. به عبارت دیگر، صادرات فرهنگی همواره به واردات تبدیل می‌شوند؛ چرا که در فرهنگ بومی ادغام می‌گردند. بدین سان، جهان - محلی شدن به معنای نفوذ همزمان امر جهانی و امر محلی به کار می‌رود. این پژوهش ضمن ارائه دیدگاه‌های مختلف در مورد جهانی شدن فرهنگی، به اجمال، چالش‌های فراروی فرهنگ دانشجویی در عصر جهانی شدن فرهنگی را مورد بررسی قرار داده، در خاتمه نیز راهکارهایی بدین منظور ارائه خواهد کرد.

جهانی شدن و فرهنگ

در سال‌های اخیر شاهد گسترش روز افزون استفاده از واژه «جهانی شدن» بوده‌ایم (رابرتسون و حق خندکر، ۱۳۸۳، ص ۷۶). بسیاری از نویسندگان، ویژگی‌های اصلی عصر جهانی شدن را در مفاهیمی چون: ظهور دهکده الکترونیک جهانی، پیدایش قبیله جهانی، انقلاب اطلاعاتی، فشردگی زمان و مکان، گسترش جهان-آگاهی، پایان جغرافیا، عصر سبیرنیک، افزایش وابستگی و درهم تنیدگی جهانی و پهناورتر شدن گستره تأثیرپذیری و تأثیرگذاری کنش‌های اجتماعی تلخیص کرده‌اند.

دیوید هاروی، مفهوم فشردگی زمانی/فضایی را محور بحث خود قرار می‌دهد. پیامدهای اجتماعی این فشردگی را نیز گیدنز بررسی کرده است. از نظر رابرتسون، عنصر آگاهی نقطه عطفی در فرایند طولانی‌مدت جهانی شدن است و مارتین آلبرو نیز جهانی شدن را شکل‌گیری جامعه‌ای جهانی در عصر جهانی قلمداد می‌کند (گل‌محمدی، ۱۳۸۱، ص ۲۰-۲۱). بدین سان با توجه به تعاریف و تعبیر مختلف، منظور از جهانی شدن در این پژوهش «این است که دنیا ظاهراً در حال

کوچک شدن است... پس می‌توان گفت به این مفهوم دوگانه "امر جهانی" ممکن است محلی‌تر از "امر محلی" باشد (استوری، ۱۳۸۳، ص ۳۰۲) و بالعکس. طبق چنین برداشتی، «جهانی شدن شبکه‌ای به سرعت گسترش‌یافته و همیشه متراکم‌شونده از پیوندهای متقابل و وابستگی‌های متقابل است که وجه مشخصهٔ زندگی اجتماعی مدرن به شمار می‌رود». (امیلسون، ۱۳۸۱، ص ۱۴)

جهانی شدن فرهنگی، جنبه‌هایی از جهانی شدن را مورد مذاقه قرار می‌دهد که در «ارتباط مستقیم با اندیشه و حس ملی‌گرایی، همفکری فرهنگی، همبستگی و وفاق سیاسی، وحدت ملی و هویت ملی هستند». به طور معمول امور فرهنگی کمتر از امور اقتصادی و سیاسی، ملموس و آشکار بوده‌اند. در نتیجه، پدیدهٔ جهانی شدن فرهنگی دو ویژگی شاخص پیدا کرده است: ۱. محققان و دولتمردان کمتر به اهمیت آن توجه کرده‌اند؛ ۲. دولتمردان و تصمیم‌گیرندگان امور فرهنگی، حساسیت کمتری در برابر عواقب و خطرات احتمالی این روند فرهنگی نشان داده‌اند. (نهاوندیان، ۱۳۸۳، ص ۲۹)

از منظر جهانی شدن فرهنگی، در نتیجهٔ گسترش تکنولوژی ارتباطات و افزایش مهاجرت انسانها و نیز توریسم، «به هم پیوستگی فرهنگی فزاینده‌ای در سراسر جهان به وجود آمده است. جریانهای فرهنگی جهانی می‌توانند به فهم ما از جهان به عنوان یک واحد کمک کنند؛ اما حتی بدون وجود چنین آگاهی جهانی نیز این جریانها بر چگونگی زندگی ما در محل خودمان در پیوند با دیگران و نیز بر نگرشمان نسبت به انسانهای دیگری که از طریق رسانه‌های جمعی نزد ما می‌آیند، تأثیر می‌گذارند» (نش، ۱۳۸۴، ص ۷۷). به طور کلی، جهانی شدن فرهنگی وجهی از فرایند کلی جهانی شدن است که «در برگیرندهٔ هر گونه تحول و رویدادی است که حد و مرزهای مختلف موجود در جهان را نفوذپذیرتر و مردم دنیا را در فضای اجتماعی واحد جهانی ادغام می‌کند». (گل محمدی، ۱۳۸۱، ص ۱۱۶)

یکی از مسائل اساسی که از بدو شکل‌گیری نظریهٔ جهانی شدن مطرح و اذهان بسیاری را به خود مشغول کرده، پیدایش عام‌گرایی یا همگون‌سازی فرهنگی می‌باشد. نظریه‌پردازان متعلق به این نحلهٔ فکری، جهانی شدن را به معنای آمریکایی شدن، غربی شدن یا مک دونالدی شدن تصور کرده و این فرایند را صرفاً محدود به حوزه‌های اقتصاد یا سیاست ندانسته، بلکه حوزهٔ فرهنگ را نیز وارد صحنه کرده‌اند. چنین برداشتی، جهانی شدن را همان عام‌گرایی فرض می‌کند «که از وحدت و

یکسانی حیات اجتماعی در روی زمین سخن می گوید. به این معنا، جهانی شدن در نتیجه شباهت و همگونی اجتماعات و گروههای مختلف انسانی است که به واسطه انتشار الگوهای رفتاری واحد در سطح جهان به وجود آمده است». در نتیجه ادامه چنین روندی، گوناگونی های اجتماعی از بین رفته و یک صورت یا الگوی واحد در جهان استوار می یابد. (کجویان، ۱۳۸۲، ص ۱۴۷)

اعتراض اصلی به انگاره فرهنگ جهانگیر این است که اجتماعات متکی بر فضای معین، حاملان فرهنگ واقعی، معنا و هویت هستند و نه اجتماعات مجازی مخلوق ارتباطات الکترونیک و شبکه هایی که پیرامون جریانهای کالاها و خدمات بنا می شوند. در واقع طرفداران نظریه همگون سازی، تصویری ساده از وضع فرهنگ در جهان معاصر ارائه کرده و معتقد هستند که همه جوامع کم و بیش تحت تأثیر جریان جهانی شدن می باشند. آنها بر این باور هستند که مقاومتی جدی در مقابل این موج فرهنگی وجود نخواهد داشت و اگر هم مقاومتی باشد، شکست خورده و از بین خواهد رفت. چنین ادعایی عاری از حقیقت نیست اما باید خاطر نشان ساخت که همه حقیقت را نیز در بر نمی گیرد.

دیدگاه همگون سازی فرهنگی را می توان از چندین جهت مورد نقد قرار داد: اول اینکه، چنین تعبیری از جهانی شدن فرهنگی، فرایند تأثیر و تأثیر پذیری را یک طرفه قلمداد کرده و تنها از ناحیه غرب می داند؛ در حالی که جریان افکار و عقاید فرهنگ شرق به جوامع ظاهراً مسلط بر جهان، دست کم گرفته شده است (کجویان، ۱۳۸۴، ص ۲۵۹؛ رابرتسون، ۱۳۸۳، ص ۲۳۱). دوم اینکه، در این نظریه ها فرایند دریافت پیامهای فرهنگی را بدون تعبیر و تفسیر تلقی کرده اند؛ در حالی که گروههای محلی، اطلاعات دریافت شده از مرکز را به شیوه هایی به غایت گوناگون، جذب می کنند (کجویان، ۱۳۸۴، ص ۲۶۲؛ همو، ۱۳۸۲، ص ۱۵۰؛ رابرتسون، ۱۳۸۳، ص ۲۳۰). سومین ایراد این است که این نظریه، آمریکا را تنها ابرقدرت جهان تصور کرده است؛ حال آنکه دنیای کنونی از چندین مرکز قدرت برخوردار است که دائماً نیز در حال تغییرند (استوری، ۱۳۸۳، ص ۳۱۰). در واقع؛ بهتر است که جهانی شدن را فرایند پیوند فرهنگی که موجب پیدایش آمیزه های جهانی می شود، تلقی کنیم.

با توسعه بحثهای نظری و مطالعات تجربی، به تدریج دیدگاه همگون سازی فرهنگی به حاشیه رانده شد و دیدگاه دیگری تحت عنوان خاص گرایی فرهنگی یا ناهمگون سازی فرهنگی، به

بعثت‌های رایج جهانی شدن تبدیل شد. از این منظر، باید به جای ظهور و گسترش یک فرهنگ جهانی، شکل‌گیری فرهنگها و هویت‌های گوناگون را به عنوان آثار جهانی شدن و ویژگی فرهنگ کنونی قلمداد کرد. بر همین اساس، جهانی شدن موجبات تکثر فرهنگی را فراهم کرده است. از منظر ناهمگون‌سازی، فرهنگ‌های محلی در قالب جنبش‌های مختلفی از قبیل بنیادگرایی، قومیت‌گرایی، فمینیسم و محیط زیست‌گرایی، به مقابله با فرهنگ مسلط جهانی رو می‌آورند. مهم‌ترین نمود چنین برداشتی، بحث بنیادگرایی است. از نظر بنیادگرایان، مراد از جهانی شدن، افزایش آزادی و فرصت برای شرکت در بازارهای جهانی نیست، بلکه هدف ابرقدرت‌های جهانی، استفاده از زور و قدرت به منظور کنترل آنهاست.^۱

نظریه‌پردازانی که بر ناهمگون‌سازی فرهنگی تأکید دارند، معتقدند که «بهترین روش تضعیف و از میان بردن عوامل مخدوش و تهدیدکنندهٔ فرهنگ و هویت ملی، جلوگیری از آمیزش و اختلاط فرهنگی و پیراستن هر چه بیشتر فرهنگ ملی از اجزا و عناصر غیر اصیل است». اما باید به خاطر داشت که «سلطهٔ چنین الگویی بر زندگی فرهنگی انسانها و ذات‌باوری فرهنگی ناشی از آن، هر گونه امکان آمیزش و ترکیب فرهنگی را که به واسطهٔ اندک ارتباطات فرهنگی فرامحلی و فراملی فراهم می‌شود، از بین می‌برد» (گل‌محمدی، ۱۳۸۱، ص ۱۳۴). چنین روندی، جمود فکری و فرهنگی این جوامع را در پی خواهد داشت. در واقع؛ «بخشی از تاریخ فرهنگی جهان عبارت است از تاریخ سرکوب همزیستی و تکثر فرهنگی توسط ناسیونالیسم رمانتیک، نژاد پرستی، قوم‌گرایی، رستاخیز دینی و شوونیسم تمدنی که هیچ‌گونه زیست‌چندفرهنگی را بر نمی‌تابید». (همان، ص ۱۳۵) باید از مناظره در باب همگون‌سازی یا ناهمگون‌سازی فراتر رفت. مسئلهٔ عام‌گرایی یا خاص‌گرایی نیست، بلکه شناخت روشهایی است که از طریق آنها دو روند مذکور به شاخصه‌های اصلی حیات در جامعهٔ معاصر تبدیل شده‌اند. «در حوزه‌های گوناگون حیات معاصر، تلاش‌های مستمر و حساب شده‌ای در کار است تا همگون‌سازی با ناهمگون‌سازی و کلی‌گرایی با خاص‌گرایی تلفیق شود» (رابرتسون، ۱۳۸۳، ص ۲۱۵). در واقع؛ جهانی شدن به طور مطلق مخالف محلی شدن نیست. «مسئله این است که هر دو به طور تنگاتنگ با هم ارتباط دارند، به طوری که به وسیلهٔ یک پویا واحد ایجاد شده‌اند که گاهی اوقات با اصطلاح بازاریابی ژاپنی، "جهان محلی شدن" شناخته می‌گردد». (نش، ۱۳۸۴، ص ۱۱۱)

۱. برای بررسی بیشتر رابطهٔ بنیادگرایی و جهانی شدن (Buchwalter, 2001)

جهان - محلی شدن

عبارت جهان - محلی شدن مفهوم جدیدی است که در رابطه با جهانی شدن ظهور کرده است. به طور کلی، منظور از جهان - محلی شدن، تعامل بین جهانی و محلی برای تولید انواع متفاوتی از روابط بین سیاست، جامعه و اقتصاد است (Roman, 2006, p.1). طبق تعریف لغت‌نامه ویکی‌پدیا، جهان - محلی شدن واژه‌ای دو رگه از جهانی شدن و محلی شدن است. جهان - محلی به شخص، گروه، بخش، واحد، سازمان و اجتماعی مربوط می‌شود که آرزو دارد و می‌تواند جهانی فکر کند و محلی عمل کند (Wikipedia: Globalization). بر اساس فرهنگ لغات واژه‌های جدید آکسفورد (۱۹۹۱، ص ۱۳۴) الگوی شکل‌گیری ایده جهانی - محلی شدن، لغت ژاپنی dochakuka (به معنای زیستن در زمین خویش) بوده است «که ریشه آن به اصل کشاورزی تطبیق دادن فنون زراعی خویش با شرایط محلی باز می‌گردد، ولی دست اندرکاران تجارت ژاپن نیز از آن برای بیان مفهوم محلی شدن جهانی، یا نوعی نگرش جهانی تطبیق‌یافته با شرایط محلی، سود جست‌اند» (رابرتسون، ۱۳۸۳، ص ۲۱۶). از دهه ۱۹۸۰ به بعد، دو اصطلاح "جهان - محل" و "جهان - محلی شدن" به تکنیکی از تجارب تبدیل شدند. به این معنا، جهان - محلی شدن عبارت است از تولید محصولات یا خدمات برای بازارهای جهانی، اما در انطباق با فرهنگ محلی (Haque, Khondker, 2004, p.4). این نوع از تجارت تا حد زیادی مستلزم ساختن مصرف‌کنندگان هر چه بیشتر تفکیک‌شده و ابداع انواع سنتهای مصرف است (Robertson, 1997). از جمله شرکتهای معروفی که در این زمینه موفق عمل کرده است می‌توان به Wall-Mart اشاره کرد. (Towers, 2004)

مدل اجتماعی جهان - محلی شده نیز با مدل‌های اجتماعی سنتی تفاوت دارد. شبکه‌های جهان - محلی شده در عین ارتباط با یکدیگر، از شبکه‌های پیشین موجود در جامعه مستقل‌تر عمل می‌کنند. در این مدل، مردم و مکانها به یکدیگر متصل هستند و ارتباطات مکان به مکان است. مردم بیشتر در خانه خود به کار می‌پردازند، ولی در عین حال از طریق مسافرتها هوایی و امکانات تکنولوژیکی از قبیل پست الکترونیکی، با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. در این نوع از شبکه اجتماعی، نزدیکی اجتماعی لزوماً به معنی نزدیکی فیزیکی/مکانی نیست. (Wellman, 2002, p.14)

جهان - محلی شدن پاسخی است به مشکلات به وجود آمده برای جهانی شدن. همان طور که از واژه‌های محلی و جهانی می‌توان برداشت کرد، جهان - محلی شدن، رشد عرصه جهانی با

دیدگاه‌های مختلف دربارهٔ جهانی شدن فرهنگی و چالش‌های فرهنگ دانشجویی ♦ ۹۱

ارزش‌های محلی را در زندگی روزمره مدیریت می‌کند. هدف جهان - محلی شدن، تثبیت ارزش‌های جهانی از یک سو و حفاظت از فرهنگ محلی از سوی دیگر است. در واقع؛ هنگامی که جهان - محلی شدن و فرهنگ به تعامل با یکدیگر پردازند، اجتماعات محلی نقش مهمی در توسعه و حفظ سیاست‌های جهانی بر عهده خواهند گرفت.

انواع کاربردها یا موارد مصرف مفهوم جهان - محلی شدن را که به نوعی مزیت‌های آن به شمار می‌روند، می‌توان در موارد ذیل خلاصه کرد (Roman, 2006, P.5-12 Haque Khondker, 2004, P.5):

۱. جهان - محلی شدن به طور دائم میان جهانی و محلی در حال حرکت است؛
 ۲. خمیرمایهٔ زندگی اجتماعی، تنوع است؛ در نتیجه جهان - محلی شدن هیچ کدام از تفاوت‌ها را از بین نمی‌برد؛
 ۳. در جهان - محلی شدن از تکنولوژی‌های ارتباطات، از قبیل اینترنت استفاده می‌شود تا خدمات محلی بر پایهٔ اصول جهانی عرضه شوند؛
 ۴. در جهان - محلی شدن، تولید و عرضهٔ محصولات تجاری در گسترهٔ بازارهای جهانی یا بین‌المللی خواهد بود، اما در عین حال به قوانین و فرهنگ‌های محلی نیز پایبند خواهد بود؛
 ۵. جهان - محلی شدن دنیای عاری از درگیری و نفاق را نوید می‌دهد، اما نگاهی واقع‌بینانه و عمل‌گرا به جهان داشته، آن را پیچیده‌تر از آن می‌داند که بتوان تحت چارچوب‌هایی از قبیل "برخورد تمدن‌ها" تشریح کرد.
- نتیجهٔ اعمال همهٔ استراتژی‌های فوق، یکسان خواهد بود: رشد جهانی که در آن مناطق محلی از منافع جهانی منتفع خواهند شد؛ در حالی که هویت‌های فرهنگی خود را حفظ کرده‌اند.

فرهنگ و دانشجو

از فرهنگ به مثابهٔ قدرت نرم یاد شده است؛ قدرت نرم، توجه ویژه به اشغال فضای ذهنی کشوری دیگر از طریق ایجاد جاذبه است و نیز زمانی یک کشور به قدرت نرم دست می‌یابد که بتواند اطلاعات و دانایی را به منظور پایان دادن به موضوعات مورد اختلاف به کار گیرد و اختلافات را به گونه‌ای ترسیم کند که از آنها امتیاز بگیرد (نای، ۱۳۸۲، ص ۸). در روزگار ما اهمیت قائل نشدن به فرهنگ در مقام توسعه و اولویت بخشیدن به توسعهٔ اقتصادی باعث شده است تا چنین سیاستی با

دو گسست همراه شود: «گسست اجتماعی درون ملت و گسستی جهانی میان کشورهای ثروتمند و کشورهای فقیر». (غلیون، ۱۳۷۷، ص ۳۹۳) در واقع، فرهنگ همچون جعبه ابزاری است که به ما کمک می‌کند «تا جهان را درک کنیم (مانند علم و دین) و بر روی آن عمل کنیم (مانند فن‌آوری) و نیز یک منبع نهادهای احساسی (مانند هویت ملی) و ارزشها (مانند آزادی و عدالت) که به واسطه آنها هویت کسب می‌کنیم، به اعمال خود جهت می‌دهیم و آنها را توجیه می‌کنیم». (گل محمدی، ۱۳۸۱، ص ۱۲۴)

فرهنگ نیز از جمله واژه‌ها و مفاهیم علوم اجتماعی و انسانی است که با وجود کاربرد بسیار فراوان، اتفاق نظر چندانی بر سر تعریف آن وجود ندارد. این تنوع و تفاوت گسترده، از یک سواز دیدگاهها و برداشتهای متفاوت پژوهشگران نشئت می‌گیرد و از سوی دیگر بر پیچیدگی و سیالیت زندگی اجتماعی دلالت دارد. فرهنگ در وسیع‌ترین معنی کلمه، به دو شیوه تفسیر می‌شود: «یکی به عنوان کردارها و آدابی که تشکیل‌دهنده خود واقعیت اجتماعی هستند و دیگری به عنوان چیزی که در گذشته، حوزه مجزایی از جامعه بوده و اکنون وارد همه جنبه‌های زندگی اجتماعی گردیده است». (نش، ۱۳۸۴، ص ۵۰)

جان تامپسون کلیه تعریفهای ارائه شده در عرصه فرهنگ را به چهار دسته کلی تقسیم کرده است:

۱. تعریفهای سنتی و کلاسیک که فرهنگ را نشانه رشد و تعالی معنوی یک جامعه می‌دانند؛
۲. تعریفهای توصیفی یا تشریحی که به دنبال توصیف فرهنگ و مشخص کردن نهادها و عناصر تشکیل‌دهنده فرهنگ هستند؛
۳. تعریفهای نمادگرایانه که فرهنگ را کلیتی می‌دانند که از طریق نمادهای متجلی در جامعه شناخته می‌شود؛
۴. تعریفهای نمادگرایانه ساخت‌گرا که ارتباطی ناگسستی میان نهاد و ساختار جامعه بر قرار می‌کنند. (Tompson, 1990, p.122-124)

مانوئل کاستلز نیز از ظهور فرهنگ جدیدی خبر می‌دهد که آن را فرهنگ مجاز واقعی می‌خواند. وی معتقد است «پیدایش سیستم نوین ارتباطات الکترونیکی که ویژگی آن، قلمرو جهانی، یکپارچه‌سازی همه رسانه‌های ارتباطی و تعامل بالقوه است، در حال تغییر فرهنگ ماست و

دیدگاه‌های مختلف دربارهٔ جهانی شدن فرهنگی و چالش‌های فرهنگ دانشجویی ♦ ۹۳

آن را برای ابد دگرگون می‌سازد». وی این فرهنگ جدید در حال ظهور را فرهنگ مجاز واقعی می‌نامد (کاستلز، ۱۳۸۵، ج ۱، ص ۳۸۴). از نظر کاستلز در فرهنگ مجاز واقعی، «واقعیتی که تجربه می‌شود، همواره مجازی است؛ چون همواره از طریق نمادهایی درک می‌شود که عمل را به گونه‌ای معنا می‌دهند که از چارچوب تنگ معنایی که نمادها برای آن در نظر گرفته‌اند می‌گریزد» (همان، ص ۴۳۱)

در تبیین‌های جامعه‌شناختی فرهنگ به عنوان یک نظام ارزشی عامل برای جامعه عمل می‌کند. به عبارت دیگر؛ فرهنگ نوعی سیمان است که با ارائه معانی مشترک، انسجام جمع را حفظ می‌کند و همچنین از طریق تجسم بخشیدن به واقعیت یک گذشته خاص و ارائه نمودی از آن، درونی‌ها را از بیرونی‌ها متمایز می‌سازد. فرهنگ دانشجویی نیز با رجوع به گذشته ایرانی - اسلامی خود، می‌تواند به انسجام جامعه کمک کند. در واقع؛ به دلیل ارتباطاتی که دانشجویان با لایه‌های مختلف جامعه دارند، «نقش روشنفکران توزیع‌کننده را بازی می‌کنند؛ به این معنا که از میان اندیشه‌های روشنفکران در خصوص مفاهیم و نظریات گوناگون، تعدادی از آنها را که مرتبط با نیاز جامعه تشخیص می‌دهند، انتخاب کرده و به طور مرتب به عنوان مطالبات خود در حرکتهای دانشجویی تکرار می‌کنند و همین تکرار مفاهیم به تدریج جای خود را برای ظهور یک فرهنگ و رفتار سیاسی جدید در جامعه باز می‌کند» (دژاکام، ۱۳۸۱، ص ۵۱)

طبق نظریه‌ای که در مورد دانشجویان وجود دارد، «دانشجویان در جامعه، عامل و مولد فرهنگ جدید سیاسی "هستند"». از این دیدگاه، مردم هر جامعه‌ای پیش از آنکه در زندگی روزمره به عقل خود رجوع کنند، از «فرهنگ جامعه فرمان می‌گیرند؛ یعنی از همان الگویی که در جامعه "جا افتاده" و مردم بدون اینکه در صحت و سقم آنها واریسی کنند از آنها پیروی می‌کنند. از این زاویه، بخش اعظم سیاست در جامعه از طریق الگوهای فرهنگ سیاسی جامعه شکل می‌گیرد» (همان، ص ۵۰). در همین راستا، دانشجویان موظف هستند به منظور استقرار فرهنگ قرآنی در جامعه، همهٔ تلاشهای خود را به کار گیرند. خداوند سبحان در قرآن کریم مؤمنان واقعی را آنهایی توصیف می‌کند که از غیر خدا به خدا باز می‌گردند و به نیایش و ستایش او مشغولند و با

۱. البته دولتها، سازمانها و نهادهای فرهنگی نیز وظایف کلانی در این زمینه بر عهده دارند که بایستی در قالب مهندسی فرهنگی مورد توجه قرار دهند. از جمله این سازمانها می‌توان به شورای عالی انقلاب فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان تبلیغات اسلامی اشاره کرد.

مساجد و مجالسی که مروج فرهنگ الهی اند، ارتباطی مستمر داشته، آمر به معروف و ناهی از منکرند (توبه، آیه ۱۱۲). امام خمینی (ره) نیز دانشجویان را دارای مسئولیتهایی نسبت به جامعه دانسته اند که رئوس مهم ترین آنها بدین قرار است: بیدارسازی خفتگان، آگاه سازی ملتها، طرد روحانی نماهای منحرف، استفاده از فرصتها، دفاع از اسلام و میهن، زنده نگه داشتن شعار اسلام، اعتلای پرچم اسلام در دانشگاهها، تحصیل علم با کمال جدیت، خودیابی و خودباوری. (امام خمینی، ۱۳۷۸، ص ۲۲۴-۲۲۶)

فرهنگ و جهان - محلی شدن؛ دیالکتیک فرهنگ جهانی/فرهنگ محلی

برخی از فرهنگها در برابر فرهنگ جهانی یا سایر فرهنگها موضعی انفعالی از خود نشان داده، به آسانی مستحیل می شوند؛ برخی دیگر موضع ستیزه جویانه اتخاذ می کنند؛ شماری از فرهنگها نیز به همزیستی مسالمت آمیز تن داده و تعدادی هم گفتگو و تعامل را در پیش می گیرند (گل محمدی، ۱۳۸۱، ص ۱۲۶). طبیعی است که ارزشهای فرهنگی سست و ناکارآمد، همانند ظرفیتهای فیزیکی و اقتصادی ضعیف، صرفاً موضعی انفعالی اتخاذ کرده و دوام نخواهند آورد؛ در حالی که ارزشهای فرهنگی اصیل و متعالی همانند ظرفیتهای طبیعی و اقتصادی کارآمد، در مواجهه با چالشهای فرایند جهانی شدن، تقویت می شوند، رشد می کنند و جایگاه خود را می یابند. (نهادیان، ۱۳۸۳، ص ۴۳)

دکتر حسین بشیریه دو دیدگاه کلان در خصوص جهانی شدن فرهنگ را از یکدیگر متمایز می کند. دیدگاه اول که با عنوان نظریه عمومی جهانی شدن فرهنگ مطرح شده است، به ظهور فرهنگ جهانی واحد و مسلطی اشاره دارد که سایر فرهنگهای بازمانده از تمدنهای دیگر در آن حل خواهند شد. دیدگاه دوم، کثرت گرایی فرهنگی نامیده می شود و بر این اعتقاد است که اگر چه ممکن است تمدنهای مادی و تکنولوژیک واحدی در جهان مسلط شوند، لیکن فرهنگهای مختلف، هویت خود را حفظ خواهند کرد. دکتر بشیریه دیدگاه سومی را نیز با عنوان دیالکتیک فرهنگی مطرح می کند که از این منظر، فرهنگها پدیده هایی متصلب و تغییرناپذیر نیستند، بلکه همواره به واسطه تأثیرات متقابل در حال تغییرند و اشکال تازه ای می یابند. به بیان دیگر؛ فرهنگها با یکدیگر ترکیب می شوند و از این طریق، عناصری از آنها باقی می ماند و عناصر دیگری از میان می رود. (بشیریه، ۱۳۷۹، ص ۱۴۴-۱۴۲)

دیدگاه‌های مختلف دربارهٔ جهانی شدن فرهنگی و چالش‌های فرهنگ دانشجویی ♦ ۹۵

بین فرهنگ محلی و فرهنگ جهانی همواره نوعی جدل برقرار است. در واقع؛ منظور از واژهٔ جهان - محلی شدن، در وهلهٔ اول امکان تبادل فرهنگی و همزیستی است که نتیجهٔ منطقی جهانی شدن می‌باشد. جهان - محلی شدن؛ یعنی جهانی اندیشیدن و محلی زندگی کردن. «جهانی را می‌توان بیانگر تهدید همگون شدن فرهنگها تلقی نمود؛ در حالی که محلی، بر تفاوت‌های خاص، مقید به مکان، سنتی و اصیل در شیوه‌های زندگی تأکید می‌ورزد» (نش، ۱۳۸۴، ص ۱۱۰). در واقع؛ فرهنگ‌های محلی محکوم به آزادی‌اند و مشارکت جهانی آنها تا حد زیادی، به ویژه به لحاظ سیاسی، دست کم گرفته شده است. (رابرتسون، ۱۳۸۳، ص ۲۳۱)

گیدنز دگرگونی محلی را به عنوان بسط جانبی روابط اجتماعی در پهنهٔ زمان و مکان قلمداد کرده، آن را به عنوان بخشی از فراگرد جهانی شدن تلقی می‌کند (گیدنز، ۱۳۸۴، ص ۷۷). بدین سان، فرایند دیالکتیک فرهنگ جهانی و فرهنگ محلی ممکن است به عام شدن امر خاص و خاص شدن امر عام منتهی شود. در عام کردن امر خاص، انواع گوناگون تفاوت‌های اجتماعی به واسطهٔ توسل به ارزشهای عام، گسترش می‌یابند. بر خلاف نظر پژوهشگران معتقد به همگون‌سازی فرهنگی، در خاص کردن امر عام «کالاهای فرهنگ جهانی معمولاً رنگ و بوی بسترهای فرهنگی خاصی را که در آنجا مصرف می‌شوند به خود می‌گیرند». لذا «مردم نه تنها خاصیت خود را در پوششی عام عرضه و توجیه می‌کنند، بلکه از امور و قواعد عام هم تعبیرهای خاص می‌سازند. به عبارتی؛ فرهنگ‌های خاص با فرهنگ عام جهانی وارد داد و ستدی پیچیده می‌شوند تا در عین حفظ خاصیت خود، از مزایای فرهنگ جهانی نیز بهره‌مند شوند». (گل محمدی، ۱۳۸۱، ص ۱۴۵-۱۴۳)

تاریخ قرن اخیر نشان داده، ملت‌هایی که نتوانسته‌اند فرهنگ‌های ملی خود را همپای تکنولوژی مدرن در ارتباطات و شیوهٔ بیانی دگرگون کنند، باید نگران ویرانی فرهنگ و از هم گسستگی دم به دم آن باشند؛ چرا که رقابت میان الگوهای فرهنگی در سطح ارزشها و تولید و تنظیم، به همان فشردگی و نیرومندی رقابت موجود میان الگوهای گوناگون اقتصادی است. دانشجویان ایرانی، به عنوان سازندگان فرهنگ این سرزمین، باید به تبادل فرهنگی با سایر ملت‌ها و فرهنگ‌ها همت گمارند، تا در وهلهٔ اول به اشاعهٔ فرهنگ اصیل ایرانی - اسلامی بپردازند و در وهلهٔ دوم، عناصر مثبت سایر فرهنگ‌ها را کسب کنند. با این حال، باید متذکر شد که تبادل فرهنگی نیز شرایط و ویژگی‌های خاصی می‌طلبد.

هدف اصلی در تبادل فرهنگی، باردار کردن و کامل کردن فرهنگ ملی است. بدین منظور باید سه اصل گزینش، تحلیل و جذب مد نظر متولیان فرهنگی یک جامعه قرار گیرد (جاودانی، ۱۳۸۲، ص ۹۲). دانشجویان به عنوان فرهنگ‌سازان جامعه، برای پویا نگه داشتن فرهنگ ایرانی - اسلامی، باید عناصر فرهنگ بیگانه را بررسی و عناصر مثبت آن را پس از گزینش، تجزیه و تحلیل کرده، در صورت تناسب با فرهنگ بومی، آن را جذب کنند و به شکل عنصری از فرهنگ خودی در آورند. علاوه بر موارد فوق، نکته‌ای که در تبادل فرهنگی باید به خاطر داشت این است که تبادل فرهنگی با اتکا به نقاط قوت فرهنگها صورت می‌گیرد و روندی آگاهانه دارد. (تولیت، ۱۳۸۲، ص ۱۱۱)

نتیجه گیری

همان طور که در پژوهش حاضر عرضه شد، بخش اعظم گفتمان معاصر جهانی شدن، فرایند مذکور را به همگون‌سازی فرهنگی تقلیل داده و آن‌گاه با تکیه بر خاص‌گرایی، به بخش اول این معادله حمله می‌کند. اما بررسی مفهوم نسبتاً جدید جهان - محلی شدن نشان داد که نه همگون‌سازی فرهنگی کل حقیقت است و نه ناهمگون‌سازی فرهنگی، بلکه بهترین حالت، دیالکتیک فرهنگ جهانی و فرهنگ محلی یا به عبارتی تبادل فرهنگی است. در واقع، امروزه هیچ کشوری بی‌نیاز از جوامع و کشورهای دیگر نیست. ما به ناچار چه بخواهیم و چه نخواهیم، وارد این فاز خواهیم شد. پس به جای آنکه جهانی شدن را یک خطر تلقی کنیم، بهتر است آن را یک فرصت تلقی کرده، خود را برای مواجهه منطقی با آن آماده کنیم.

در نتیجه تعامل با فرهنگهای دیگر، به گونه‌ای نوین و ملی از فرهنگ دست خواهیم یافت که غنی‌تر و آفریننده‌تر خواهد بود؛ چرا که از ابتکارات تکنولوژیک سیاسی بهره‌مند خواهد شد. در این گونه نوین فرهنگ، دانشجوی ایرانی به مقابله با مشکلات علمی، سیاسی و اجتماعی‌ای خواهد پرداخت که از تکیه بر ویژگی‌های قومی و اقلیمی فراتر می‌رود. به عبارت دیگر، با توجه به اهمیت دانشجو در عرصه‌ی فرهنگ، دانشجوی ایرانی باید فردی جهان‌وطن باشد. البته «فرد جهان‌وطن تپیی آرمانی نیست که در مقابل فرد محلی قرار داشته باشد»، وی کسی است که از نظر اخلاقی و فرهنگی می‌تواند در یک لحظه «هم در سطح جهانی و هم در سطح محلی زندگی کند».

جهان‌وطنها کسانی هستند که «می‌توانند به فراسوی امر محلی رفته به پیامدهای دوردست و

دیدگاه‌های مختلف دربارهٔ جهانی شدن فرهنگی و چالش‌های فرهنگ دانشجویی ♦ ۹۷

درازدت اعمال خود بانديشند، منافع جهاني مشترك را به رسميت بشناسند و با افراد ديگري كه با فرضيات متفاوتي براي پيشبرد اين منافع حركت مي‌كنند، وارد گفتگويي هوشمندانه شوند». (رابرتسون، ۱۳۸۳، ص ۲۱۶) به نظر مي‌رسد موفقيت در فرايند تعامل فرهنگي، مستلزم مقدمات ذيل باشد:

۱. درك مقتضيات و تحولات زمان و نقد و تنقيح دستاوردهاي فرهنگي جوامع بشري و استفاده از نتايج قابل انطباق با اصول و ارزشهاي اسلامي؛
۲. فراتر رفتن از عرصه منافع محلي و انفرادي و واكنشهاي منفعلانه؛
۳. واقع بيني آگاهانه در قبال جنبه‌هاي مختلف اقتصادي و به خصوص فرهنگي جهاني شدن؛
۴. درك كاستي‌ها و ناكارامدي‌ها و شناخت ظرفيتهاي فرهنگي جامعه؛
۵. مجهز شدن به دانش روز و بهره گيري از كارايي‌هاي آن در دانشگاه، صنعت و غيره؛
۶. اتخاذ موضع انديشيده و سنجيده در جهت ارائه و معرفي فرهنگ بومي در مقياس جهاني؛
۷. شناخت سازگاري و كارامدي فرهنگ بومي و تعامل مؤثر آن با ساير فرهنگها.

منابع

۱. قرآن کریم.
۲. استوری، جان (۱۳۸۳)؛ «جهانی شدن و فرهنگ عامه»، ترجمه حسین پاینده، ارغنون، ش ۲۴.
۳. امام خمینی، سید روح‌الله (۱۳۸۷)؛ دانشگاه و دانشگاهیان از دیدگاه امام خمینی، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (س)، چ سوم.
۴. بخشی شیخ احمد، مهدی (۱۳۸۷)؛ «القاعده و تروریسم مذهبی»، علوم سیاسی، سال یازدهم، ش ۴۱ (بهار).
۵. بشیریه، حسین (۱۳۷۹)؛ نظریه‌های فرهنگ در قرن بیستم، تهران، مؤسسه فرهنگی آینده پویان.
۶. تامیلسون، جان (۱۳۸۱)؛ جهانی شدن و فرهنگ، ترجمه محسن حکیمی، تهران، دفتر پژوهشهای فرهنگی.
۷. تولیت، سید عباس (۱۳۸۲)؛ «مدیریت دفاع فرهنگی»، انقلاب اسلامی، ش ۸-۷ (پاییز و زمستان).
۸. جاودانی شاهدین، حمید (۱۳۸۲)؛ «درآمدی بر شناخت ابعاد تهاجم فرهنگی و نحوه مقابله با آن»، حوزه و دانشگاه، سال نهم، ش ۳۵ (تابستان).
۹. دژاکام، رضا (۱۳۸۱)؛ «نقش دانشجویان در تحولات سیاسی و اجتماعی از دیدگاه امام خمینی (ره)»، دانشگاه اسلامی، سال ششم، ش ۱۵ (زمستان).
۱۰. رابرتسون، رولند (۱۳۸۳)؛ «جهان - محلی شدن: زمان - مکان و همگونی - ناهمگونی»، ترجمه مراد فرهادپور، ارغنون، ش ۲۴.
۱۱. رابرتسون، رولند و حبیب حق خندکر (۱۳۸۳)؛ «گفتمانهای جهانی شدن؛ ملاحظات مقدماتی»، ارغنون، ش ۲۴ (تابستان).
۱۲. سازمان ملی جوانان (۱۳۸۰)؛ وضعیت و نگرش جوانان ایرانی، تهران، سازمان ملی جوانان.
۱۳. غلیون، برهان (۱۳۷۷)؛ «مدرن‌گری فرهنگی و بحران هویت»، ترجمه مهدی خلجی، نقد و نظر، ش ۱۵.

دیدگاه‌های مختلف دربارهٔ جهانی شدن فرهنگی و چالش‌های فرهنگ دانشجویی ♦ ۹۹

۱۴. کاستلز، امانوئل (۱۳۸۵)؛ عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (ظهور جامعه شبکه‌ای)، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران، طرح نو، چ پنجم.
۱۵. کچوییان، حسین (۱۳۸۲)؛ «جهانی شدن و فرهنگ: معضله‌ای حل ناشدنی؟»، نامه انسان‌شناسی، دوره اول، ش ۴ (پاییز و زمستان).
۱۶. کچوییان، حسین (۱۳۸۴)؛ «نظریه‌های فرهنگ و جهانی شدن: از رویکرد تا واقعیت»، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ش ۳-۲ (تابستان).
۱۷. گل محمدی، احمد (۱۳۸۱)؛ جهانی شدن، فرهنگ و هویت، تهران، نی.
۱۸. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴)؛ پیامدهای مدرنیت، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، مرکز، چ سوم.
۱۹. لطف آبادی، حسین و وحیده نوروژی (۱۳۸۳)؛ «سنجش رابطه هویت دینی و ملی دانش‌آموزان نوجوان ایران با نگرش آنان به جهانی شدن»، حوزه و دانشگاه، سال دهم، ش ۴۰ (پاییز).
۲۰. نای، جوزف (۱۳۸۲)؛ کاربرد قدرت نرم، ترجمه سید رضا میرطاهر، تهران، قومس.
۲۱. نش، کیت (۱۳۸۴)؛ جامعه‌شناسی سیاسی معاصر: جهانی شدن، سیاست و قدرت، ترجمه محمدتقی دلفروز، تهران، کویر، چ سوم.
۲۲. نهاوندیان، محمد (۱۳۸۳)؛ ما و جهانی شدن، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

23. Buchwalter, Andrew (2001). "Globalization, Modernity and Fundamentalism", Department of Philosophy, University of North Florida. available at:
24. http://www.unf.edu/dept/cepp/20011025A_abtalk.htm
25. Haque Khondker, Habibul (2004). "Globalization as Globalization: Evolution of a Sociological Concept", *Bangladesh Journal of Sociology*, Vol. 1, No. 2, July.
26. Huntington, Samuel P (1993). "The Clash of Civilization?", *Foreign Policy*, Vol. 72, No. 3, summer.
27. Robertson, Roland (1997). "Comments on the Global Triad and Globalization", Kokugakuin University for Japanese Culture and Classics. Available at: <http://www.kokugakuin.ac.jp/ijcc/wp/global/15robertson.html>
28. Roman, Joseph (2006). "The Three Uses of Globalization", *Paper prepared for the 78th Conference of the Canadian Political Science Association*, Jun 1-3, York University, Toronto.

29. Tompson, John B (1990). **Ideology and Modern Culture**, Cambridge, Polity Press.
30. Towers, David (2004). **“Wal-Mart: a Globalized Company”**, *Managing Global Business*, University Jean Moulin, Lyon. available at: <http://www.towers.fr/essays/Wal-Mart%20a%20Glocalised%20company.pdf>
31. Wellman, Barry (2002). **“Little Boxes, Globalization and Network Individualism”**. in: Makoto Tanabe, Peter Van den Besselaar and Toru Ishida (Eds), **Digital Cities II**, Berlin.
32. Wikipedia, **“Globalization”**. available at: <http://en.wikipedia.org/wiki/Glocalization>

