



جهانی شدن و فرهنگ با نگاهی به اثرات آن بر جوانان ایران اسلامی

سیدمحمدحسن مصطفوی *

تاریخ دریافت مقاله: ۹۰/۲/۱

تاریخ تأیید مقاله: ۹۰/۳/۳۰

چکیده:

بیش از دو دهه است که جهانی شدن^۱ به موضوع مهم سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و به‌ویژه فرهنگی در کشورها تبدیل شده است. بسیاری از صاحب‌نظران با نگاه مثبت و امیدوارانه به این فرایند چشم دوخته‌اند؛ درحالی که برخی دیگر نسبت به آن بدبین و منتقدند و بعضی ناقدان، اصطلاح «جهانی‌سازی» را برای آن به‌کار می‌برند.

همزمان با جهانی شدن، نگرانی از آینده به‌ویژه در کشورهای اسلامی و به‌خصوص نسبت به هویت فرهنگی نسل جوان به‌وجود آمده که بیشتر ناشی از برگرفتن سبک زندگی غربی (از قبیل نوع پوشش، استفاده از موسیقی و فیلم‌های غربی) از طرف برخی جوانان مسلمان است و اگر در گذشته، محصولات فرهنگی، بیشتر در اوقات فراغت (و حداکثر چند ساعت در شبانه‌روز) مصرف می‌شد، امروزه به دلیل جلوه‌های فرهنگ - مستقیم و غیرمستقیم - از در و دیوار می‌بارد و در هر کوی و برزن به چشم می‌خورد و در گوش‌ها طنین‌انداز است و چون این اتفاق نیفتاده، بنابراین در روند جهانی شدن، دغدغه‌ها از این پدیده افزون‌تر شده و در واقع، مشکلات جهانی شدن نزد برخی مخالفان، همان چالش‌های مواجهه با فرهنگ غرب است که به تولید انبوه رسیده و اینک تمام عرصه‌های زندگی را در پهنه جغرافیای جهان درمی‌نوردد.

اما به چند نکته مهم می‌باید توجه داشت:

۱. جهانی شدن یک تصمیم، سیاست‌گذاری و یا انتخاب نیست؛ بلکه پدیده‌ای است که دیر یا زود اتفاق می‌افتد.
 ۲. هر تغییری و اجرای هر برنامه‌ای در سطح کلان که منافع دارد، به‌ناچار هزینه و ضررهایی نیز دربردارد؛ نمی‌توان پروژه‌ای را در نظر گرفت که تماماً برای همگان نفع باشد. بالاخره در اجرای هر طرحی برخی زیان می‌کنند.
 ۳. هر کشوری که این روند را زودتر به رسمیت بشناسد و آمادگی بیشتری در ارتباط با آن پیدا کند و زمینه‌های لازم برای این گذر را فراهم کند، از ظرفیت‌های سودآور آن بیشتر بهره‌مند می‌شود و جنبه‌های زیان‌آور آن را بهتر مدیریت و کنترل خواهد کرد.
 ۴. در غیر این صورت، جهانی شدن خواه ناخواه تحمیل می‌گردد و زیان هر امر تحمیلی، افزون‌تر خواهد بود.
- ضمن اینکه به‌رغم تصور عمومی، جهانی شدن، همزمان به ملی‌گرایی^۲ و گرایش‌های معنوی دامن زده است.
- کشور ما با توجه به شرایط بحث شده در مقاله می‌تواند از جهانی شدن نه تنها زیان زیادی نبیند، بلکه از آن بیشتر بهره‌مند شود و هویت در حال تغییر جوانان به صورت مدرن؛ اما ملی و دینی باقی بماند، شرایطی که تا حدودی در دهه گذشته برای ایجاد آن تلاش شده؛ اگرچه چندان کارشناسانه نبوده؛ اما نتایجی در بر داشته است.

روش این نوشتار که به مباحث فوق پرداخته، کتابخانه‌ای - اسنادی است که از مطالعات و نظرسنجی‌های انجام شده، استفاده کرده و به جمع‌بندی پرداخته و پیشنهادهایی نیز ارائه می‌دهد.

واژگان کلیدی: جهانی شدن، جهانی‌سازی، فرهنگ جهانی، هویت فرهنگی، هویت ملی، هویت جوانان، سبک زندگی.

مقدمه

خودنمایی می‌کند. آخرین فیلم‌های هالیوود علاوه بر آنکه از طریق ماهواره‌ها پخش می‌گردد، در جای جای مراکز جمعیتی بزرگ به صورت لوح‌های فشرده تصویری به‌طور غیرقانونی با نازل‌ترین قیمت به فروش می‌رسد و صدها هزار گیرنده شبکه‌های ماهواره، فرهنگ‌های بیگانه را القا می‌کنند (مصطفوی، ۱۳۸۷) و برای نمونه، تنها شبکه سی ان ان^۱ به ۱۵۰ میلیون تلویزیون خانگی در ۲۰۰ کشور جهان وارد شده، یعنی بیش از ۸۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان به این شبکه دسترسی دارند و این شبکه خبرهای تولیدی خود را از طریق ۶۰ بنگاه در سراسر جهان به فروش می‌رساند و به تنهایی از سال ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۷ دوازده شبکه مختلف را راه‌اندازی کرده است (سمتی، ۱۳۸۵).

این شبکه در ایران نیز مخاطبانی دارد که از طریق گیرنده‌های غیرقانونی، برنامه‌های آن را دریافت می‌دارند.^۲ در این مقاله با روشی کتابخانه‌ای و اسنادی به «جهانی شدن و هویت جوانان ایران اسلامی» پرداخته شده و از آمار و اطلاعات موجود در کتاب‌ها، نشریات و سایت‌های مرتبط استفاده شده است. همچنین فصل‌های مختلف مقاله به موضوع‌های زیر اختصاص یافته است: پیشینه جهانی شدن، مروری بر مطالعات انجام شده، جهانی شدن چیست و منافع و زیان‌های آن کدامند؟ جهانی شدن، دین و فرهنگ، مسلمانان و جهانی شدن، حوزه‌های فرهنگی جهان اسلام، جهانی شدن و هویت فرهنگی، عوامل مؤثر بر قدرت فرهنگ‌ها، آثار فرهنگی جهانی شدن بر کشور، هویت و هویت ملی، بحران هویت، عناصر هویت ایرانی، شاخص‌های قدرت فرهنگی در ایران، نتیجه‌گیری و پیشنهادها پرداخته شده است.

۲. پیشینه جهانی شدن

از منظر تاریخی، جهانی شدن سه مرحله اصلی بوده که مراحل زیر را پشت سر گذاشته است:

۱-۲. مرحله اول جهانی شدن

مرحله اول جهانی شدن از حدود سال ۱۸۷۰ تا شروع جنگ

اول جهانی (۱۹۱۴) را شامل می‌شود که پیشرفت‌های سریعی

اندیشمندی چون ماکس وبر^۱، روند مدرنیزاسیون^۲ را مورد بررسی قرار داده و نقش دین و مذهب را در این سیر کنکاش نموده و آینده‌ای را پیش‌بینی کرده است. مدرنیزاسیون از نظر او مستلزم عادی و عرفی‌سازی زندگی، راز زدایی از دین، پیدایش شهروند با حقوق و ارزش‌های خاص خود، رشد و تسلط علم و تکنیک و سلطه اقتصاد سرمایه‌داری غربی و در نهایت شک‌گرایی^۳ است؛ اما ادیان شرقی به‌ویژه اسلام، گویا مسیر دیگری در پیش داشتند و آنچه که بعدها به‌وقوع پیوست، به نظریه‌های تکمیلی نیاز داشت.

فرهنگ اسلامی در قرن بیستم به عنوان میزبان توسعه اقتصادی در جوامع نفت‌خیز خاورمیانه و جوامع در حال توسعه آسیا و آسیای جنوب شرقی و نیز به‌عنوان پیشرو کشورهای جهان سوم رخ نمود و سر برآوردن جوامعی با فرهنگ‌های اسلامی در اندونزی، مالزی و تا حدودی پاکستان و به‌ویژه ایران - که به قول میشل فوکو به رهبری آیت‌الله خمینی، رویدادی عمیقاً روحانی را در آستانه جهانی شدن رقم زد (فوکو، ۱۳۸۶) - امید زیادی در بیش از یک میلیارد مسلمان ایجاد کرد.

رشد فرهنگ اسلامی تا آنجا پیش رفته است که در بسیاری از جوامع چندفرهنگی مانند ایالات متحده، کانادا، استرالیا و هلند، موضوع‌های فرهنگ اسلامی به‌طور روزافزون به یک جنبه سیاست داخلی در نظام‌های آموزشی، قانون‌گذاری و حتی مفاهیم هویت ملی بدل می‌شوند.

اما در همین حال، گرایش‌ها و رفتارهای جوانان و نوجوانان در جهان اسلام و در ایران تعارض‌آمیز به‌نظر می‌رسد.

در دوران معاصر، پدیده جهانی شدن، عرصه فرهنگی و هنری کشور را تحت تأثیر قرار داده و این تحولات در همه عرصه‌ها - از مصرف کالاها و خدمات اقتصادی گرفته تا کالاهای فرهنگی^۴ و سبک زندگی^۵ - به چشم می‌خورد. مدل‌های پوشش و آرایش جوانان به‌ویژه در شهرهای بزرگ کشور شبیه به آنچه در سالن‌های مد شهرهای بزرگ جهان عرصه می‌شود، به فاصله کمی

1. Max Weber
2. Modernization
3. Skepticism

4. Cultural goods
5. Lifestyle
6. Cable News Network (CNN)

۷. از تعداد گیرنده‌های ماهواره‌ای و نیز مخاطبان شبکه‌های خارج از کشور در ایران، آمار رسمی و معتبری در دست نمی‌باشد.

زبان فارسی منابع به نسبت محدودی در اختیار است که مهم‌ترین و مرتبط‌ترین آنها مرور می‌گردد:

- دره‌مایشی باعنوان «هویت ملی و جهانی‌شدن» که در خردادماه سال ۱۳۸۳ از طرف مرکز بین‌المللی گفتگوی تمدن‌ها و دانشگاه تهران و نهادهای دیگر بر پا گردید، بیش از ۲۰ مقاله متنوع در آن ارائه و دو میزگرد برگزار شد که مقالات مرتبط با موضوع این مقاله به صورت خلاصه مرور می‌شود:

- محمد بهشتی در مقاله «هویت ملی و جهانی‌شدن» به این نکته تأکید کرده بخشی که مغفول واقع می‌شود، بخش هویت ملی ماست که آن را نمی‌شناسیم، درباره آن کمتر می‌دانیم، چون کتاب‌های زیادی نوشته‌ایم و روی آن به‌طور جدی کار نکرده‌ایم. - مهرداد ترابی‌نژاد در مقاله «جهانی‌شدن و فرهنگ ملی»، تمدن جهانی شده را پلورالیستی می‌داند که ظرفیت پذیرش هر نوع فرهنگ را دارد و البته آن را نمی‌توان در بست به دیده مثبت و منفی تلقی کرد و کشورها به نسبت قدرت اقتصادی و فرهنگی بر آن تأثیرگذارند.

- مسعود کوثری در مقاله «جهانی‌شدن، هویت و بریکولاژ فرهنگی» چنین نتیجه‌گیری کرده است که در دو دهه گذشته، نگاه غالب به هویت و بحران هویت در ایران، ناشی از دید سنتی بوده، در حالی که نه تنها این بحران هویت چنانکه ادعا می‌شده، وجود نداشته، بلکه مسئله هویتی ما - حتی در قشر جوان - حالت بحران مزن به‌خود نگرفته است.

- فروزان راسخی در مقاله «جامعه دینی و جهانی‌شدن: فرصت‌ها و چالش‌ها» پیشنهاد می‌دهد که تنها راه فعالیت‌های فرهنگی انتخاب شود و با شناخت هر چه بهتر اوضاع و احوال جهانی، تصمیم‌های مناسب برای گسترش فرهنگ دینی و معنوی اتخاذ گردد. همچنین این پژوهشگر سر در لاک خود فرو بردن و مبارزه منفی را علاج واقعه نمی‌داند و تنها شناخت و بهره‌مندی از فرصت‌ها و مقابله با چالش‌ها را توصیه نموده است (با استفاده از: مرکز بین‌المللی گفتگوی تمدن‌ها، ۱۳۸۳).

- دفتر نمایندگی تام‌الاختیار تجاری و پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گزارش طرحی

در ارتباط راه دور از طریق تلگراف و حمل و نقل دریایی و ریلی اتفاق افتاد که زمینه مناسب ادغام بازارهای سرمایه را در سطح منطقه‌ای فراهم نمود و مهاجرت‌های بی‌سابقه‌ای به‌وقوع پیوست و کشورهای استعماری در اوج قدرت خود، از این تحولات سود سرشاری می‌بردند و همین کشورها نیز موجد برخی از این پیشرفت‌ها بودند.

۲-۲. مرحله دوم جهانی شدن

از سال ۱۹۱۴ مصادف با شروع جنگ جهانی اول تا پایان جنگ جهانی دوم در سال ۱۹۴۵ جهان در تب و تاب دو جنگ خانمان‌سوز و گرایش‌های افراطی ناسیونالیستی بین دو جنگ بود که بیش از ۳۰ سال در روند جهانی شدن وقفه ایجاد کرد. مرحله دوم جهانی شدن، پس از پایان یافتن جنگ دوم جهانی آغاز شد و تا دهه ۱۹۷۰ ادامه یافت.

بستر این دوره از جهانی شدن در کنفرانس بروتون وودز^۱ در سال ۱۹۴۴ فراهم گردید که تمهیدات متفقین پیروز جنگ به رهبری آمریکا، دلار را تبدیل به ارز مسلط بین‌المللی نمود که در تمام بازارهای سرمایه و ارز جهان پذیرش یافت و به جهانی شدن ارز و سرمایه مدد رساند و از سوی دیگر با تأسیس نهادهای موافقت‌نامه عمومی تفرقه و تجارت (گات^۲) و صندوق بین‌المللی پول^۳ مسیر جهانی شدن هموار گردید.

۳-۲. مرحله سوم جهانی شدن

این مرحله از دهه ۱۹۷۰ و پایان روابط پولی و ارزی برپایه توافقات بروتون وودز آغاز شد که تاکنون ادامه دارد. این مرحله با قدرت یا بی‌اقتصادی کشورهای آسیایی مانند چین، ژاپن، کره جنوبی، سنگاپور، مالزی، تایوان و هنگ‌کنگ و ادغام اقتصاد آنها در اقتصاد جهانی و نیز فروپاشی شوروی سوسیالیستی و تأسیس اتحادیه اروپا همراه شد و با پیشرفت بسیار سریع فناوری اطلاعات از طریق ماهواره و اینترنت و کاهش چشمگیر هزینه حمل و نقل کالاها و انتقال سرمایه، دانش و کاهش موانع تجاری میان کشورها سرعت گرفت (ر.ک: گلدین و همکار، ۱۳۸۶).

۳. مروری بر مطالعات انجام شده

در ارتباط با جهانی شدن و هویت و فرهنگ بخصوص به

1. Broton Woods Conference
2. General Agreement on Tarrifs and trade
3. IMF: International Monetary Found

که سدی در برابر رسیدن به ارزش‌های مشترک هستند؛ می‌باید نهادهایی در سطوح گوناگون برای نیل به اهداف اخلاقی مورد وفاق تأسیس و نهادهای موجود با این جهت‌گیری‌ها اصلاح شوند.

- به کوشش علی محمدی مجموعه ۱۰ مقاله با عنوان «اسلام در مواجهه با جهانی شدن» انتشار یافته که مقاله مرتبط با موضوع این مقاله را مرور می‌کنیم:

- در مقاله «اسلام در مواجهه با جهانی شدن» که نام کتاب هم از عنوان این مقاله اخذ شده است، فیدراستون قرائت غرب‌محور از علم و توسعه را در حال تغییر می‌داند و پیشنهاد می‌کند که غرب می‌باید دیدگاه اسلام‌هراسی و اسلام‌ستیزی را کنار گذارد و درک متقابل با دنیای اسلام را در پیش گیرد و گفت‌وگوی سازنده میان فرهنگ‌ها و تمدن‌ها را آغاز نماید.

- احمد گل محمدی در کتاب «جهانی شدن، فرهنگ و هویت»، جهانی شدن را فرایندی می‌داند که روابط اجتماعی را از قید مکان آزاد می‌نماید و ضمن از میان بردن هویت‌سازی سنتی، منابع هویت را با امکانات و شرایط جدید گسترش می‌دهد و با از بین بردن آرامش انسان محدود به جامعه سنتی، بی‌مرزی و گوناگونی فرهنگ را نشان می‌دهد (گل محمدی، ۱۳۸۶).

- شهرام اکبر زاده در اثر خود با عنوان «اسلام و جهانی شدن» به «فرهنگ و هویت»، «سیاست و حکومت»، «نظام جهانی» و «اقتصاد و شریعت» پرداخته و نتیجه‌گیری کرده که جهانی شدن فشارهای زیادی را برای آزادسازی فرهنگی، سیاسی و اقتصادی وارد کرده که تأثیرات چشمگیری بر جوامع اسلامی نیز داشته و موجب نگرانی شده است.

وی اندیشمندان اسلامی را در وضعیتی می‌داند که با نوآوری و اصلاحات مذهبی به دنبال تطابق با ضرورت‌ها و چالش‌های جامعه جهانی هستند (Akbarzadeh et al, 2005).

۴. جهانی شدن چیست؟

امروزه جهانی شدن یکی از بحث‌های مهم روز در همه کشورها و در همه زمینه‌هاست؛ از کشورهای پیشرفته تا جهان سوم زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و ارتباط

پژوهشی را به‌عنوان «آثار اقتصادی الحاق ایران به سازمان جهانی تجارت در حوزه مالکیت ادبی و هنری» در سال ۱۳۸۵ منتشر کرد که با توجه به وضعیت تولیدات فرهنگی در صورت پیوستن کشور به فرایند جهانی شدن، اهمیت دارد. از اجرای این طرح تحقیقاتی نتایج زیر حاصل شده است:

در حوزه کتاب در صورت الحاق به سازمان تجارت جهانی در کوتاه‌مدت با چالش مواجه خواهیم بود؛ زیرا ترجمه و چاپ افسد کتب خارجی به علت پرداخت حق مؤلف هزینه‌بر و گران و در نتیجه تقاضای آن کم خواهد شد؛ اما در بلندمدت بسیاری از آثار مؤلفان داخلی به بازارهای جهانی نفوذ پیدا خواهد کرد و تیراژ کتاب افزایش خواهد یافت.^۱

در حوزه سینما با حذف یارانه‌ها، تقاضای سینما حدود ۲۰ درصد کاهش خواهد یافت.

در حوزه موسیقی و تئاتر، هنرهای تجسمی و سایر آثار فرهنگی و هنری نیز قیمت افزایش و تقاضا کاهش پیدا خواهد کرد.

این تولیدات از نظر جهت‌دهی به هویت فرهنگی جوانان قابل تأمل خواهد بود که می‌توان یارانه‌ها را به‌جای تولیدکننده، به مصرف‌کنندگان (مثلاً دانش‌آموزان و دانشجویان و طبقات کم‌درآمد اختصاص داد که از نظر مقررات الحاق معنی ندارد) موسایی، (۱۳۸۵).

- «هویت فرهنگی در عصر جهانی شدن» مجموعه مقالاتی است که در آن به چالش‌های شهروندان و تعلق گروهی در شرایط جهانی شدن، تنوع فرهنگی برای شهروند جهانی و مدل‌های شهروندی چندفرهنگی پرداخته شده که نتیجه مقالات به صورت فشرده در پی می‌آید:

- امکانات و منابعی که در اثر جهانی شدن به‌وجود می‌آید، فرصت بیشتری را در اختیار افراد و گروه‌ها قرار می‌دهد؛ ولی شهروند جهانی نیازمند عمق فرهنگی بیشتر و انطباق با هویت ملی است که باید فرهنگ‌ها و تعاملات جهانی با شیوه‌های نوین درک شوند و در این صورت فرهنگ‌ها به‌جای تقابل و ایجاد مشکلات، عاملی برای رفع مشکلات خواهند بود.

- اصلی‌ترین پیشنهاد مقالات نیز برای مقابله با بی‌عدالتی‌ها

۱. چنانچه تجربه کشور تایوان نشان می‌دهد، متوسط تیراژ کتاب، پس از قبول قانون کپی رایت (حقوق معنوی) به حدود ۷ برابر رسیده است.

آنها را با جهانی شدن بررسی می‌کنند.

۴-۱. تقسیم‌بندی‌های جهانی شدن

الف) تقسیم‌بندی کلی

جهانی‌شدن در یک تقسیم‌بندی کلی به سه نوع زیر تقسیم می‌شود (با استفاده از: نهاوندیان، ۱۳۸۵):

الف) به‌عنوان یک پدیده جدید: جهانی‌شدن به‌عنوان یک پدیده جدید، جهان را به صورت یک شبکه مرتبط (دهکده جهانی^۱) و بازاری بزرگ تعریف می‌کند.

ب) به‌عنوان یک فرایند: در جهانی‌شدن به‌عنوان یک فرآیند، روند آینده به سمت تضعیف قیود جغرافیایی، اجتماعی و فرهنگی است.

ج) به‌عنوان یک ایدئولوژی: از این منظر، جهانی‌شدن، استعمار و تسلط فرهنگی غرب را با رشد تکنولوژی میکروپروسورها^۲ (کامپیوترها) و ارتباطات تضمین می‌نماید.

ب) برداشت‌های صاحب‌نظران

در مجموع جهانی‌شدن از نظر صاحب‌نظران با برداشت‌های متفاوتی مواجه بوده است که عمدتاً پنج برداشت زیر قابل احصا می‌باشد:

۱. جهان‌شمولی^۳: این برداشت، بر انتشار گسترده و فراگیر مجموعه‌ای از ارزش‌ها، تجارت و تولیدات خاصی مانند مک دونالد و کوکا^۴ تأکید می‌کند.

در این نگرش، زیرساخت‌های اجتماعی و اقتصادی عمومی مانند بهداشت، آموزش و ارتباطات برجسته شده است.

۲. فرا قلمروگرایی^۵: این برداشت، آرایش مجدد قلمروهای جغرافیایی را پیامد جهانی‌شدن می‌داند و آن را به این صورت تفسیر می‌کند که دیگر مرزهای خاکی، تعیین‌کننده گرایش‌های اجتماعی و فرهنگی نمی‌باشد.

۳. گسترش وسیع مبادلات جهانی: این برداشت، تقسیم بین‌المللی کار و مزیت نسبی در تولید و تبادلات انبوه کالاها در کشورها را مدنظر دارد.

۴. نوگرایی^۶: نگرش نوگرایی یا گرایش به مدرنیته بر

غرب‌گرایی تأکید می‌کند؛ چرا که زادگاه مدرنیته در غرب بوده است. این نگرش، از بین رفتن فرهنگ‌های سنتی و اختیارات محلی را برجسته می‌نماید.

۵. تسلط لیبرالیسم^۷: این برداشت، حذف ساختارهای نظارتی دولت‌ها بر سرمایه‌گذاری‌ها و تجارت بین‌المللی و کاهش محدودیت‌های مبادلات ارزی و تردد فعالان اقتصادی بین کشورها را مهم می‌داند که پیامد آن یک اقتصاد جهانی باز و بدون مرز است (ر. ک. دیویس و ناپلند، ۱۳۸۶).

۶. جهانی‌شدن، منافع و زیان‌ها

از آنجا که همه فرایندهای اجتماعی که منافی دارند، با هزینه‌ها و زیان‌هایی همراه‌اند، جهانی‌سازی نیز از این قاعده مستثنی نمی‌باشد؛ که در جهانی‌شدن موافقان به منافع و مخالفان به مضار آن می‌اندیشند.

الف) منافع جهانی‌شدن

موافقان جهانی‌شدن عمدتاً موارد زیر را جهت همراهی‌شان با جهانی‌شدن بر می‌شمارند:

- افزایش رفاه: وقتی مرزها برداشته می‌شود، فشار رقابت بین‌المللی بر بنگاه‌های کشورها شدیداً افزایش می‌یابد و رقابت تشدید می‌گردد و بنگاه‌های رقابتی جهانی، انحصارات را در درون مرزها تضعیف می‌کنند و نهایتاً از بین می‌برند و برای بنگاه‌های داخلی جهت ماندن در بازار، چاره‌ای نمی‌ماند، جز آنکه خود را با شرایط جدید انطباق دهند و برای انطباق نیز کارایی و بهره‌وری بالاتر لازم است تا محصولات بنگاه از نظر قیمت و کیفیت بتوانند در بازار جهانی شده، سهمی به‌دست آورند. در آن صورت رفاه مصرف‌کنندگان افزایش می‌یابد.^۸

- تقسیم کار جهانی و مزیت‌های جدید: تقسیم کار یکی از دلایل توسعه تاریخی جوامع است که اگر این فرایند تخصصی شدن در سطح بین‌المللی گسترش یابد، به توسعه همه جوامع کمک می‌کند. کشورها اگر بخواهند تمام محصولات مصرفی خود را به تنهایی تولید کنند، هم در کیفیت و هم در قیمت از سطح جهانی عقب می‌افتند.

1. Global village

2. Microprocessors Technology

3. Universality

4. McDonald's and Coca

۸. امروزه همگان با کالاهای چینی آشنایی دارند، کالای چینی با کیفیت نسبتاً بالاتر را می‌توان در داخل کشور به قیمت ارزان‌تری تهیه کرد. چین مدت‌هاست به سازمان جهانی تجارت پیوسته است.

5. Ultra Postulates Territory

6. Modernism

7. Liberalism

پایدار را که با هماهنگی بین انسان، فناوری و محیط زیست به دست می‌آید، مخدوش می‌کند؛ زیرا در جهانی شدن، همه مردم جهان می‌خواهند کما بیش به اندازه یکدیگر مصرف کنند؛ ولی این گونه نیست که جوامع مصرفی، مصرف خود را کاهش دهند و به متوسط جهانی برسانند، بلکه این کشورهای کم‌مصرف‌اند که می‌خواهند به مصرف‌کنندگان انبوه بپیوندند و به این ترتیب منابع کمیاب طبیعت به سرعت رو به اتمام می‌رود.

- توزیع ناعادلانه درآمد: در جهانی شدن، مشاغل بسیاری از بین می‌رود؛ بویژه مشاغلی که با حمایت‌های دولتی برای گروه‌های آسیب‌پذیر ایجاد شده، اولین قربانیان اقتصاد جهانی شده خواهند بود و بنگاه‌های تولیدی و توزیع - که بدون پرداخت هزینه‌های حقوق معنوی^۱ در جهان سوم مشغول به کارند، نیز تضعیف می‌شوند.

همچنین اعطای بارانه به مؤسسات تولیدی ضعیف و نیز طبقات فقیر با محدودیت‌هایی مواجه می‌شود که در مجموع توزیع ناعادلانه درآمد را تشدید می‌نماید.

- جهانی شدن بحران‌های اقتصادی: در اقتصاد مرتبط جهانی، کوچکترین بحران در مراکز بزرگ اقتصاد بین‌المللی مانند یک بیماری مسری بلافاصله به اقصی نقاط سرزیر شده و به تمام اقتصادها سرایت می‌کند؛ که این یک خطر برای اقتصادها به شمار می‌رود (این بخش با استفاده از: رنالی، ۱۳۸۷).

ج) نگرانی از جهانی شدن

در ایران به‌طور سنتی، نگرانی‌های عمیقی از باز شدن مرزهای ملی و گسترش مبادلات با دنیای خارج به‌ویژه از طرف نسل‌های پیش از انقلاب اسلامی وجود دارد؛ چرا که آنان در ارتباط با کشورهای قدرتمند، استیلا را از سوی آنان مشاهده کرده بودند و رابطه کشور ما با کشورهای قدرتمند جهان به رابطه غالب و مغلوب شبیه بود؛ رابطه‌ای ناعادلانه و ستمگرانه! که اتفاقاً همان‌ها که در آن دوران به دنبال تعامل هر چه بیشتر با کشور ما بودند و از این تعامل منافع هر چه فزونتری نصیبشان می‌شد، امروزه که رابطه ظالمانه تا حدود زیادی از بین رفته، همان کشورها به تحریم می‌اندیشند^۲ و ما را با منع ارتباطات تجاری با کشورهای دیگر تنبیه می‌کنند! معنای دیگر این فرایند،

جهانی شدن، کار تولیدی را به صورت تخصصی در سطح جهان تقسیم می‌کند؛ یعنی کشورها فقط محصولاتی را تولید می‌کنند که در آن مزیت دارند؛ اگرچه کشورهایی که ساختار اقتصادی قوی و بنگاه‌هایی با کارایی بالا دارند، می‌توانند مزیت جدید تولید کنند. به این ترتیب کشورها هر یک در تولید کالاهایی متخصص می‌شوند که هزینه تمام شده ارزاتر و کیفیت بالاتری در آن کشور داشته باشد و در تولید انبوه، هزینه‌ها بیشتر سرشکن می‌گردد و در مبادله جهانی، همگان به کالاهای ارزاتر و بهتری دست می‌یابند و همه سود می‌برند.

- کاهش ریسک: جهانی شدن به علت ایجاد ارتباطات فراگیر، ریسک را کاهش می‌دهد؛ چون بسیاری از ریسک‌ها ناشی از نداشتن ارتباط است. وقتی در منطقه‌ای در گذشته خشکسالی حادث می‌شد، قحطی و کشتار از گرسنگی عارض می‌گردید. امروزه و بویژه پس از جهانی شدن، دیگر آن خطر و ریسک چندان معنا ندارد؛ زیرا با توجه به ارتباطات وسیع و پیش‌بینی‌ها، خشکسالی در یک منطقه، با مبادله انبوه کالاها و خدمات جبران می‌گردد.

- ایجاد تعادل نسبتاً پایدار: در گذشته نزدیک کشورها به‌طور متناوب با کمبود و یا مازاد کالاها مواجه بودند که امروزه با توجه به واردات و صادرات نسبتاً گسترده کشورها، کالای مازاد صادر و کالاهای کمیاب وارد می‌شود و مازاد عرضه و تقاضا تا حدودی تعدیل می‌گردد که پس از جهانی شدن، این انطباق سریعتر انجام می‌شود و عرضه و تقاضا در تمامی کالاها و خدمات در همه کشورها در تعادل نسبی قرار می‌گیرد.

ب) زیان‌های جهانی شدن

مخالفان جهانی شدن نیز مشکلاتی را برای این فرایند بر می‌شمارند که اهم آنها مرور می‌گردد:

- اخلال در حاکمیت و به‌خصوص مدیریت فرهنگی: پس از جهانی شدن، مدیریت کلان کشورهای ضعیف‌تر تحت تأثیر مکانیسم بازار جهانی و کشورها و قدرت‌های اقتصادی قرار می‌گیرد و حاکمیت و اقتدار ملی تضعیف می‌گردد و بویژه مدیریت فرهنگی کشورهای جهان سوم با اخلال مواجه می‌شود.

- تخریب روند توسعه پایدار: جهانی سازی، روند توسعه

1. Copy Right

۲. اکنون چندین قطعنامه در سازمان ملل توسط قدرت‌ها علیه جمهوری اسلامی ایران و از جمله در جهت تحریم اقتصادی کشور، صادر شده است.

بود، به ۱۰ درصد کاهش می‌یابد و در اوایل قرن بیستم که رؤسای جمهور کشورهای امریکا، انگلیس و فرانسه، در کنفرانس پاریس، حوزه اقتدار کشورها را تعیین نمودند و مشخص کردند کدام کشور باقی بماند و کدام کشور از بین برود و چه کشورهای جدیدی خلق شوند! مرزهایشان کجا و حاکمانشان چه کسانی باشند و چگونه خاورمیانه بین قدرت‌های فاتح تقسیم گردد؛ یک صد سال بعد، جانشینان ریگان، تاچر و میتران با چالش ناشی از جانشینان دنگ شیائوپینگ، ناکازونه، گاندی، یلتسین و آیت‌الله خمینی روبرو خواهند شد (هانتینگتون، ۱۳۷۹).

حتی در استراتژی امنیت ملی امریکا در قرن ۲۱ که توسط برژینسکی^۲ (۱۳۸۳) نگارش یافته، تأکید شده و واقعیت این است که امریکا در حال وارد شدن به عصر چالش‌های فرهنگی است. قدرت فرهنگ و تمدن غرب (به‌رغم اینکه طی یک قرن طبق آمار و ارقام موجود تا حدود زیادی افول نموده و نسبت آن در جهان کاهش یافته است)؛ اما این قدرت، در دو زمینه ایدئولوژیکی و فناوری می‌تواند تهدیدی برای فرهنگ، تمدن و هویت ملی ما محسوب شود و باید با این واقعیت که دنیای غرب (هنوز بسیار) قدرتمند است، واقع‌بینانه برخورد کنیم، نه تنها در فناوری بلکه در زمینه ایدئولوژیکی هم باید توانایی‌های غرب را باور کنیم؛ البته یکسونگری در تأیید یا نفی (دریست) دنیای غرب، هر دو غلط است و به بن‌بست می‌رسد. برای مثال احترام آنان به محیط زیست بسیار خوب است و (مجدداً) وارد فرهنگ ما نیز شده است. البته ما ایرانی‌ها در قدیم نیز چنین فرهنگی داشته‌ایم.

علوم پزشکی جدید و صنایع داروسازی آنها برای همه بشریت مثبت است. پدیده‌های بسیاری در غرب وجود دارد که می‌تواند برای حال ما مفید باشد. تردیدی نیست که تمدن شرق و به‌ویژه تمدن ما نیز کمک بسیاری به غرب کرده است. هیچ تمدنی نیست که از دل تمدن‌های پیشین خود، زاده و بهره‌ور نشده باشد. ما هم باید از دستاوردهای امروز غرب، بهره لازم را بگیریم (ابوطالبی، ۱۳۸۳).

ه) جهانی‌شدن، دین و فرهنگ

همانگونه که می‌دانیم ادیان الهی، ایده و پیام خود را جهانی می‌دانستند و در این میان بویژه در فرهنگ مسیحیت و اسلام،

این است که جمهوری اسلامی ایران، از ارتباط اقتصادی با دیگر کشورها نفع می‌برد.

همچنین مخالفت برخی کشورها به‌ویژه ایالات متحده امریکا نسبت به پیوستن جمهوری اسلامی ایران به سازمان تجارت جهانی می‌تواند بیانگر منافع کشور ما از پیوستن به فرایند جهانی‌شدن باشد.

مهم این است که کشور ما از چه موضع و با چه روحیه‌ای بخواهد به جهانی‌شدن بپیوندد. بدیهی است که اگر با پذیرش روابط ناعادلانه و نیز از موضع ضعف به این فرایند ملحق شویم، از منافع آن به‌خوبی نمی‌توانیم بهره‌مند شویم؛ و در صورتی که از موضع عزت و حفظ منافع ملی و درک شرایط جهانی به این روند بپیونددیم، حتی می‌توانیم به هدایت عادلانه آن کمک نماییم.

البته داشتن تعامل مؤثر و سازنده فقط محدود به اقتصاد نیست؛ در حوزه سیاست و فرهنگ نیز سخن همین است. البته با دنیا زیستن و با دنیا حرکت نمودن و بر دنیا اثر گذاشتن اخلاق و آدابی دارد که نمی‌شود با دنیا زیست و بر دنیا دشنام گفت! قرآن کتاب توحید و مقابله با شرک است؛ اما به پیروان می‌آموزد مبادا به خدایان آنها (کفار و مشرکان) دشنام بدهید (نهایندیان، ۱۳۸۶).

البته نکته بسیار مهم این است که: جهانی‌شدن یک فرایند یا روند انتخابی نیست؛ بلکه یک راه‌گذار طبیعی در سیر تاریخی گذار بشریت است و برای هیچ کشوری گریز یا گریزی از آن وجود ندارد و این تحولات به‌تدریج همه ملت‌ها و کشورها را در بر می‌گیرد؛ البته کشورها در مورد نحوه این اتفاق یعنی مراحل و طول دوره گذار قادر به تصمیم‌گیری هستند؛ اما در مورد اصل پیوستن و همراهی با نظام جهانی، نه! (رنانی، ۱۳۸۷). ما «دچار جهانی‌شدن» می‌شویم... شاید بهترین تمثیل برای جهانی‌شدن آن است که بگوییم جهانی‌شدن مانند «بالغ شدن» است (همان، ۱۳۸۷).

د) جهانی‌شدن و قدرت غرب

سلطه غرب پس از جنگ اول جهانی در سال ۱۹۱۹ به اوج خود رسید و سپس کاهش یافت. بررسی‌های ساموئل هانتینگتون^۱ بر روی روند قدرت غرب نشان می‌دهد، در دهه ۲۰۲۰، جمعیت غرب که در دهه ۱۹۲۰ حدود ۴۸ درصد جمعیت جهان بود، به ۳۰ درصد و نیروی نظامی که ۴۵ درصد نیروی نظامی جهان

1. Samuel Huntington

2. Zbigniew Brzezinski

دارند و جمهوری اسلامی ایران نیز به دلیل تحریم‌های اقتصادی جهانی، وضعیت پیچیده و خاصی دارد.

اگر عضویت کشورها در سازمان تجارت جهانی را شاخصی برای جهانی شدن در نظر بگیریم، از ۵۶ عضو سازمان کنفرانس اسلامی^۴، ۳۷ کشور عضویت کامل و ۱۳ کشور از جمله ایران در مسیر الحاق و به‌عنوان عضو ناظر در آن فعالیت دارند.

البته باید به این نکته توجه داشت که کشورهای اسلامی تا میانه دهه ۲۰۰۰، کمتر از ۵ درصد تولید ناخالص جهانی و کمتر از ۸ درصد صادرات جهانی و جمعاً تولیدشان از تولید امریکای شمالی کمتر بوده است (I. F.S, 2006). در حالی که این کشورها قریب به یک چهارم مساحت زمین را در اختیار دارد و نیز حدود یک پنجم جمعیت جهان را دارند و نزدیک به نیمی از نفت جهان در کشورهای اسلامی تولید می‌شود؛ اما صادرات کشورهای اسلامی به کشورهای دیگر و بازارهای بین‌المللی، موفقیت‌آمیز نبوده است.

به این ترتیب، دستاورد الحاق کشورهای اسلامی به سازمان تجارت جهانی، چندان چشمگیر نبوده، چون، نه باعث سرمایه‌گذاری و ایجاد اشتغال بیشتر در این کشورها شده و نه توانسته اقتصاد و صادرات آنان را متنوع ساخته و قابلیت رقابت آنها را افزایش بخشد و نه سبب ارتقا سهم آنان از تجارت بین‌الملل شده است (فاخری، ۱۳۸۶).

۵. حوزه‌های فرهنگی جهان اسلام

جهان اسلام عمدتاً در ۷ حوزه فرهنگی فعال است که قومیت‌ها، زبان‌ها، رنگ‌ها، تمدن و تاریخ مختلفی را در بر می‌گیرد که شامل موارد زیر می‌باشد:

۱-۵. حوزه فرهنگی و زبان فارسی: این حوزه با محوریت ایران شامل کشورهای افغانستان، تاجیکستان، بخشی از ازبکستان و قسمت‌هایی از کشورهای تازه استقلال یافته آسیای میانه است که این حوزه با جمعیتی بیش از ۱۲۰ میلیون نفر با اکثریتی شیعی^۵، یکی از اصلی‌ترین حوزه‌های تأثیرگذار بر جهان است.

۲-۵. حوزه فرهنگ و زبان عربی: این حوزه با مرکزیت

گرایش‌های قوی جهانی شدن وجود داشته است.

جهانی‌سازی بر بسیاری از جنبه‌های مادی و معنوی زندگی تأثیر خواهد گذاشت و از جمله نهادهای دینی را تحت تأثیر قرار خواهد داد؛ بیشتر آنها را به تحرک و خواهد داشت؛ به‌طوری که رهبر (وقت) کاتولیک‌های جهان^۱ در مجمع سالانه واتیکان بر اینکه جهانی‌سازی به سمت استعمار برود، هشدار داده و قول داده است که همکاری کلیسا با همه افراد با حسن نیت ادامه یابد تا همه افراد بشر در این عرصه برنده باشند و نه فقط معدودی اشخاص برگزیده که منابع را در کنترل دارند.

نخست‌وزیر (وقت) مالزی^۲ مسلمانان را به درک و آمادگی برای روند جهانی شدن فرا خوانده تا نه تنها مضرات جهانی شدن را از خود برانند؛ بلکه از این روند برای رسیدن به سطح فناوری اطلاعات و تکنولوژی کشورهای توسعه‌یافته بهره گیرند.

منیر شفیق متفکر و صاحب‌نظر عرب، چاره را در سه سطح کشورهای عربی و در سطحی وسیعتر کشورهای اسلامی و نیز کل کشورهای جهان سوم می‌داند که برمبنای نشست سران ۱۵ کشور عربی-اسلامی در قاهره^۳ اقدام کنند که در آن نشست از نظامی اقتصادی در سطح جهانی دفاع شده که تعدد فرهنگی همه کشورها و ملت‌های جهان در نظر گرفته شود (مطالعات راهبردی، ۱۳۸۰).

(و) مسلمانان و جهانی شدن

بیشتر کشورهای اسلامی جزو کشورهای کمتر توسعه یافته و در حال توسعه‌اند و بیشتر آنان تاکنون از جهانی شدن دور مانده و یا داوطلبانه از آن دوری جسته‌اند و یا به نوعی با تحریم مستقیم و یا غیرمستقیم از پیوستن به این فرایند دور نگهداشته شده‌اند.

اگر مروری بر وضعیت کشورهای مسلمان داشته باشیم، به این نتیجه می‌رسیم که کشورهای اسلامی که وضعیت اقتصادی نسبتاً مناسب‌تری دارند، بیش از دیگر کشورهای اسلامی به این روند پیوسته‌اند کشورهایمانند مالزی، ترکیه و اندونزی ارتباطات و مبادلات بیشتری دارند، بعد از آنها، وضعیت مصر و پاکستان قرار دارد و کشورهای آفریقایی و آسیای میانه (کشورهای تازه استقلال یافته) از این نظر وضع ضعیف‌تری

۱. پاپ ژان پل دوم.

۲. ماهاتیر محمد

۳. معروف به نشست مجموعه ۱۵

۵. از نظر اشتراک مذهب شیعه اثنی عشری، ۶۰ درصد جمعیت عراق (بیش از ۱۵ میلیون نفر) نیز به‌ویژه به لحاظ سیاسی و فرهنگی (بجز زبان و برخی مشخصه‌ها) به این حوزه نزدیک است.

۶. جهانی شدن، هویت، اشاعه و تهاجم فرهنگی

مصرف کنندگان با تکیه بر فرهنگی که توجیهات لازم را برای کنترل‌های اجتماعی فراهم می‌کنند، می‌توانند از کالاها برای خلق هویت فردی و جمعی استفاده کنند (آدلمن و همکار، ۱۳۸۶) و امروزه برای بررسی مسائل جهان جدید از جمله جهانی شدن، مطالعه نقش فرهنگ و کیفیت تحول و تطور آن نیاز است و در نظریه‌های اجتماعی معاصر، به فرهنگ و اهمیت آن در مسائل جهانی و نیز به‌عنوان «یک متغیر مستقل»، توجه تازه‌ای شده است (سینایی و همکار، ۱۳۸۳).

اهمیت فرهنگ برای قرن بیست و یکم به‌حدی است که عده‌ای آن را قرن فرهنگ و پارادایم‌های فرهنگی می‌دانند. جهانی شدن را می‌توان جنبه‌ای از فرهنگی شدن روزافزون زندگی اجتماعی به‌شمار آورد؛ زیرا ویژگی اصلی این مرحله از جهانی شدن، فشار فرهنگی است.

مردم‌شناسان به تحولات فرهنگی و نیز تأثیرپذیری فرهنگ‌ها از فرهنگ‌های دیگر توجه ویژه داشته که این موضوع در کشور ما پس از انقلاب با عنوان «تهاجم فرهنگی» همواره با حساسیت همراه بوده است.

به فرایندی که توسط آن عناصری از یک فرهنگ به فرهنگ دیگر انتقال یافته و به تدریج جذب فرهنگ پذیرنده می‌شود، اشاعه فرهنگی گفته می‌شود که برای آن پنج مرحله در نظر می‌گیرند و شامل خود آگاهی، علاقه، ارزیابی، آزمایش و سازگاری است که عواملی مانند مزیت نسبی، قابلیت رقابت، درجه پیچیدگی و نتیجه، در موفقیت آن تأثیر دارد و بدیهی است که فرهنگ قویتر اغلب عناصری را به فرهنگ ضعیف‌تر منتقل می‌نماید و اگر با طرح و برنامه‌ریزی قبلی همراه باشد مصداق تهاجم فرهنگی است؛ اما کدام فرهنگ قوی و کدام ضعیف است؟

۷. عوامل مؤثر بر قدرت فرهنگ‌ها

کدام فرهنگ قوی و کدام ضعیف‌اند؟ فرهنگی که انسجام، سازگاری و کارایی داشته و از سطح بالای سرمایه اجتماعی برخوردار و از ساختار قدرتمند اقتصادی برآمده و تولیدات فرهنگی و هنری بومی انبوه داشته باشد، قوی و در غیر این صورت ضعیف است که درباره هر یک توضیحاتی ارائه می‌گردد:

عربستان و شامل کشورهای سوریه، لبنان، اردن، عراق، امارات، عمان، یمن و قطر می‌باشد.

۳-۵. حوزه فرهنگی ترکی: این حوزه با محوریت ترکیه شامل مردمان ترک‌زبان و یا با زبانی از مشتقات ترکی مانند آذری، ترکمن و چچنی می‌باشند که کشورهای ترکیه، آذربایجان، ترکمنستان و بخشی از ازبکستان را شامل می‌شود.

۴-۵. حوزه فرهنگی شبه‌قاره: که کشور اصلی این حوزه پاکستان می‌باشد که اسلام عمدتاً از طریق تجارت به آن حوزه گسترش یافته و جمعیت این حوزه با حدود نیم میلیارد نفر، وسیعترین منطقه مسلمان‌نشین است.

۵-۵. حوزه فرهنگ اسلامی - آفریقایی: این حوزه به رهبری کشورهای شمال آفریقا مانند مصر، لیبی و الجزایر است که در این حوزه، تنوع زبانی و خرده فرهنگ‌ها بسیار وسیع می‌باشد.

۶-۵. حوزه فرهنگ اسلامی جنوب شرق آسیا: این حوزه که بزرگترین کشور مسلمان‌نشین آن اندونزی و توسعه‌یافته‌ترین آنها مالزی است، منطقه‌ای با فرهنگ مالایی را در بر می‌گیرد و کشورهای برونئی و بخش‌هایی از فیلیپین، تایلند و حتی ویتنام و کامبوج را شامل می‌شود.

۷-۵. حوزه شبه‌جزیره بالکان: این حوزه مسلمانان بوسنی-هرزه‌گوین و آلبانی را در بر می‌گیرد.

۸-۵. اقلیت‌های قومی: شامل اقلیت حدود ۲۵ میلیون نفری مسلمانان اروپا که بیشتر در فرانسه، آلمان، انگلستان و ایتالیا ساکن‌اند و نیز مسلمانان آمریکا و کانادا که شامل اقلیت حدود ۱۰ میلیون نفری است (با استفاده از کاظمی، ۱۳۸۷).

این حوزه‌ها با یکدیگر مرادوات و مبادلات عمیق، وسیع و سازمان‌یافته ندارند و مردم آنها تا حدود زیادی با یکدیگر بیگانه‌اند و اگر ارتباطات مسلمانان این حوزه با یکدیگر، به اندازه ارتباطات آنان با فرهنگ غرب می‌بود، به یک قدرت فزاینده فرهنگی تبدیل می‌شد که البته این ضعف به میزان زیادی به فقدان ساختارهای قوی تولیدی بویژه تولید علم و محصولات فرهنگی و هنری و آموزشی و خدمات جهانگردی و نیز رسانه‌های وسیع و قدرتمند بر می‌گردد که مهاجرت‌نخبگان جهان اسلام و بویژه ایران را باعث شده است که در بخش‌هایی از ادامه مقاله به آنها می‌پردازیم.

۱-۷. انسجام، سازگاری و کارایی

چگونگی قرار گرفتن اجزای فرهنگی درون مجموعه فرهنگی و تعامل اجزا با یکدیگر به انسجام فرهنگی مرتبط است که اگر اینها متناسب باشد، انسجام مورد انتظار برقرار می‌شود و در شرایط انسجام ضعیف جامعه دچار از هم گسیختگی فرهنگی می‌شود.

۲-۷. سرمایه اجتماعی

هرچه سرمایه اجتماعی^۱ در جامعه‌ای در سطح بالاتری باشد، قدرت فرهنگی را ارتقا می‌دهد. سرمایه اجتماعی مفهوم بازتاب‌دهنده اعتماد عمومی دولت و مردم، همکاری رسمی و غیررسمی و وفور شبکه‌های ارتباطی و نهادهای غیردولتی است. هرچه اعتماد عمومی بیشتر شود، افراد بیشتری تحت پوشش یک فرهنگ و هویت قرار می‌گیرند و هرچه اعتماد کمتر می‌شود، افراد بیشتری از زیر چتر همگونی و وحدت فرهنگی خارج می‌شوند و بی‌نشاطی اجتماعی بر آن جامعه عارض می‌گردد.

از هم گسیختگی فرهنگی نیز ممکن است در اثر تضادهای گروهی، نگرشی و ارزشی پدید آید که به دست کشیدن مردم از هنجارها و ارزش‌ها منجر می‌شود و عناصر فرهنگی بیگانه پذیرش می‌یابد (ر.ک: واگو، ۱۳۷۳) که این فرایند با کاهش سرمایه اجتماعی تناسب دارد.

سازگاری فرهنگ با تغییرات محیطی نیز از شاخص‌های قدرت فرهنگی است و هر فرهنگی که نتواند خود را با تغییرات اطراف و ساحت‌های مختلف زندگی منطبق و عناصر جدید فرهنگی ابداع نماید، در بلندمدت دچار بحران می‌شود و پذیرش آن فرهنگ در جامعه کاهش و تمایل به فرهنگ‌های دیگر پدید می‌آید. همچنین قدرت فرهنگ به کارایی فرهنگ بستگی دارد و طبق تعریف لسللی وایت، کارایی فرهنگی به این صورت است که نیازهای درونی و بیرونی انسان را تأمین و تضمین کند و هر فرهنگی که نتواند این نیازها را برآورده نماید، تضعیف و گرایش به فرهنگ غیر ایجاد می‌شود.

۳-۷. ساختار قوی اقتصادی و وضعیت مناسب معیشتی

ساختار قدرتمند اقتصادی و وضعیت معیشتی مردم نیز در قدرت‌یابی فرهنگ مؤثر است. فقر و نابرابری باعث تضادهای

فرهنگی و از دست رفتن یکپارچگی و وحدت فرهنگی می‌شود و در نتیجه فرهنگ را تضعیف می‌نماید.

۴-۷. توان تولید انبوه محصولات فرهنگی و هنری بومی

هرچه تولید محصولات فرهنگی و هنری با مضامین و عناصر بومی و با کیفیت وسیع‌تر شود و از طرق مختلف در اختیار عموم قرار گیرد، فرهنگ‌سازی تداوم می‌یابد و تقاضای محصولات فرهنگی، هرچه بیشتر به صورت بومی و کیفی پاسخ داده می‌شود و نیازها به محصولات خارج از مرزها کاهش می‌یابد و البته هر اقتصادی نمی‌تواند آن را برآورده سازد؛ زیرا تولیدات فرهنگی مشتق از ساختار کلی اقتصادی و تابعی از قدرت اقتصادی است.

به این ترتیب در صورتی که فرهنگ انسجام، سازگاری و کارایی داشته و در شرایط سرمایه اجتماعی بالا و رشد اقتصادی بالیده و قادر به تولید انبوه محصولات فرهنگی باشد و نیز به‌گونه‌ای تعریف شود که مردمان بیشتری را تحت پوشش قرار دهد و بلکه تمام ساکنان یک سرزمین را در بر گیرد، آن فرهنگ موفق‌تر و ماندگارتر است.

۸. آثار فرهنگی جهانی‌سازی بر کشور

در کشور ما در طول بیش از ۲ قرن، از سوی بدنه اجتماعی و مردمی و برخی از نخبگان در مواجهه فرهنگی با جهان خارج، با سعی بسیار تلاش شد که آداب، رسوم و سنتها - که در بسیاری از موارد با مناسک دینی همراه بود - حفظ شود و کوچکترین خدش‌های به آن وارد نیاید؛ اما حوادث پی در پی به‌ویژه انقلاب مشروطیت که به رهبری دو روحانی برجسته پایتخت بر پا شد و با حمایت عمومی به پیروزی رسید و به‌خصوص پس از نوسازی، تعارضات سر برآورد و پس از جهانی‌سازی، مشکلاتی پدید آورد. در جوامع سنتی، فرهنگ سنتی هویت ایجاد می‌کرد و نسل در نسل با تغییراتی جزئی منتقل می‌شد و فرهنگ سنتی برگرفته از دین، ملیت، شرایط تاریخی و جغرافیایی و از این قبیل، ساخت‌هایی هماهنگ بودند و تعارضی با یکدیگر نداشتند و عموماً با فرهنگ‌های بیگانه نیز حشر و نشری به‌وقوع نمی‌پیوست تا ایجاد سؤال کند و گویی فرهنگ، امر مقدر و مقدس و ازلی و

1. Social capital

بیان می‌نماید. هویت فرایند معنا سازی براساس یک یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی است که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۲).

در فقدان پایگاه هویتی، انسان‌ها قادر نخواهند بود تا با یکدیگر ارتباطی معنادار و پایدار به وجود آورند.

تعاریفی که از «هویت» از سوی صاحب‌نظران ارائه شده، آن را یک مقوله تاریخی، اجتماعی و عاطفی و یک مقوله میان رشته‌ای است که به علوم تاریخ، فرهنگ‌شناسی، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و روانشناسی مرتبط می‌گردد و بر عناصر فرهنگی و اجتماعی تأکید بیشتری صورت می‌گیرد؛ زیرا دیرپاتر و کارسازتر از دیگر عناصر است و نکته مهم در تعریف هویت، رابطه دو مفهوم ما (خودی) و آنها (غریبه) می‌باشد و در این معنا، هویت جمعی زمانی قابل تشخیص است که به مفهوم «دیگری» یا «آنها» رجوع شود. به عبارت دیگر، از این منظر، هویت ایرانی در مقابل غیر ایرانی معنا و مفهوم می‌یابد و قابل تعریف می‌گردد (میرمحمدی، ۱۳۸۳).

برای هویت ملی نیز تعاریف بسیاری مطرح شده که به‌طور خلاصه و کلی می‌توان گفت: احساس تعلق به یک واحد ملی که با مرزهای جغرافیایی مشخص می‌شود که البته مفهومی متغیر و نسبی است و در روند تاریخی ظهور می‌کند. اگر در تعریف هویت ملی بر «ما» و «دیگران» تأکید شود، سکه‌ای است که دو رو خواهد داشت: یک روی آن بیانگر وحدت ملی، انسجام فرهنگی و توسعه و روی دیگر آن اگر با تعصبات افراطی همراه شود، به تضاد با هر آنچه غیر خودی است می‌انجامد که نهایتاً حاصلی جز تخریب ندارد.

۱۰. بحران هویت

این بحران یکی از پیامدهای مهم توسعه سیاسی است، خواست دولت‌های ملی ایجاد وفاداری یکسان و هماهنگ می‌باشد و از این رو ناسیونالیسم یکی از ابعاد توسعه سیاسی تلقی می‌شود. برخی نظریه‌پردازان معتقدند که اگر وجه مشترکی در انواع هویت‌ها پیدا نشود، در آن صورت بحران هویت شکل

ابدی است؛ اما در دوران جدید، فرهنگ اغلب، در اثر برداشتن مرزها فرو می‌ریزد و برای پیشگیری از فروپاشی فرهنگی، تولید هویتی جدید لازم می‌شود و البته جهانی شدن هم منابع هویت را افزون می‌کند (گل محمدی، ۱۳۸۶).

جهانی شدن به سمت جهانی همگن پیش نمی‌رود. در عرصه فرهنگ روایت‌های غربی مورد چالش قرار گرفته و هنجارهای فرهنگ غیرغربی صدای رساتری پیدا کرده است (رجائی، ۱۳۷۳). اتفاقاً طبق پیش‌بینی بیشتر صاحب‌نظران، پس از جهانی شدن نیز به‌رغم تسلط تمدن تکنولوژیک، فرهنگ‌ها و هویت فرهنگی ملت‌ها حفظ خواهد شد. چنانکه هانتینگتون نظریه‌پرداز برخورد تمدن‌ها معتقد است که رفته‌رفته آگاهی از فرهنگ و بازگشت به خویش از سوی ملت‌ها در سطح جهانی اهمیت بسیاری یافته و «در جهان چندتمدنی، دیدگاه یک تمدنی، کاستی‌های زیادی دارد.» (هانتینگون، ۱۳۷۹)؛ چنانکه مانوئل کاستلز^۱ صاحب‌نظر برجسته فرهنگ و ارتباطات، معتقد است در جهانی شدن، اعتبار فرهنگ‌های محلی و تفاوت آنها مورد تأیید قرار می‌گیرد و مشروعیت هویت‌های قومی تقویت می‌گردد (کاستلز، ۱۳۸۲).

در مورد ایران نیز به قول نیکی آرکدی^۲ صاحب‌نظر برجسته تاریخ ایران: بعید است ایرانیان اجازه دهند که بیگانگان به سرنوشت‌شان مسلط شوند. پیشینه ایران در مدرن‌سازی فزاینده، شامل صنعتی شدن، شهرنشینی، گسترش وسیع آموزش مدرن و نظام بهداشتی و آگاهی از آرا و عقاید مختلف و استقلال تازه دختران و زنان به‌رغم کنترل‌های بیرونی به موازات جنبش‌های تأثیرگذار مردمی در تاریخ معاصر ایران، شاهد و دلیلی است برای این چشم‌انداز امیدوارکننده که ایران آینده بهتری خواهد داشت (کدی، ۱۳۸۵) و در پی جهانی شدن نیز از نظر فرهنگی و هویتی روی پای خود خواهد ایستاد.

۹. هویت و هویت ملی

هویت^۳، همزمان مفهوم همسانی و تمایز را با خود دارد؛ همسانی با خودی‌ها و تمایز با غریبه‌ها که هم، جایگاه خود را در جامعه خود مشخص می‌کند و هم تمایز جامعه را با جوامع دیگر

1. Manuel Castells
2. Nikki R Keddie

3. Identity

ایرانی و جهانی بوده و البته در مقطعی و در گروه‌هایی برخی از گرایش‌ها قالب بوده است. منظور از گرایش جهانی نیز، فرهنگ مدرن برخاسته از تمدن جدید (مدرنیته) می‌باشد که در دوران جدید از غرب برخاسته است.

جالب توجه بسیار اینکه نظریه‌پرداز دینی، مرتضی مطهری نیز بر عناصر ایران، اسلام (مطهری، ۱۳۶۳) و حتی وجوه لیبرالی جامعه بویژه آزادی (ر. ک: مطهری، ۱۳۶۱) تأکید داشت.

در زمان‌هایی که یکی از این وجوه هویت ملی و فرهنگی ایرانیان امروز- به‌ویژه از طرف دولت‌ها- بسیار بیش از وجوه دیگر، مورد توجه قرار می‌گیرند و ابعاد دیگر فرهنگی نادیده گرفته شده و بلکه تضعیف می‌گردد، نوعی بحران هویت و بی‌ثباتی در جامعه پدید می‌آید.

باستان‌گرایی^۲ شبه‌مدرنیسم پهلوی اول که به وجوه دینی نه تنها بی‌توجه بود که با آن به معارضة برخاست و تضعیف ارزش‌های دینی و ملی و جایگزینی ارزش‌های غربی و باستانی ایرانی در دستور کار گرفت و به بحران چالش سنتی و جدید دامن زده شد، فرایندی بود که به شکست انجامید.

ناسیونالیسم دوره پهلوی دوم نیز که عکس‌العمل بحران قبلی بود و با توجه به قدرت‌نمایی‌های دو دولت اتحاد جماهیر شوروی و انگلستان در ایران، نوعی ملی‌گرایی و مقابله با دولت‌های متجاوز اهمیت یافت که در یک مرحله پس از سست شدن رابطه بین دو هویت دینی و ملی، هر دو این وجوه تضعیف گردید و با یک کودتای کم‌هزینه، به آسانی کشور در اختیار یکی از دو ابرقدرت قرار گرفت و در مرحله بعد - پس از کودتا - ارزش‌های غربی در مقابل ارزش‌های دینی قرار داده شد و هویت ایرانی یک بار دیگر با بحرانی جدی مواجه شد که انقلابی اسلامی با تأکید بر ارزش‌های دینی، عکس‌العمل طبیعی عموم مردم به آن دیدگاه بود که آن نظام را با شکستی سخت و غیرقابل پیش‌بینی مواجه ساخت.

پس از پیروزی انقلاب اسلامی نیز کم‌توجهی به وجوه ملی و مدرن، هر یک به نوعی چالش هویتی را در پی داشت که در دهه اخیر به این دو وجه نیز توجه شده، اگرچه این توجه چندان کارشناسانه و تخصصی نبوده است.

می‌گیرد و این بحران از تکوین دولت مدرن جلوگیری می‌کند. ولی بحران ممکن است ناشی از عواملی مانند صنعت و زوال هویت سنتی، چندگانگی هویت‌ها و عدم تکوین هویت ملی جدید در چارچوب دولت‌های ملی باشد (بشیریه، ۱۳۸۳). این بحران البته با بحران مشروعیت و بحران مشارکت نیز گره می‌خورد.

در اوایل دوران نوسازی در کشورهایی مانند ایران و عثمانی که در آنها قومیت‌های مختلفی سکونت داشتند و طبعاً دارای هویت‌های گوناگون فرهنگی و زبانی بودند، این دو کشور دچار همان بحران هویتی شدند که قبلاً شبیه آن در غرب رخ داده بود. در دوران پهلوی برای حل این بحران تلاش شد که هویت ملی در برابر هویت فراملی (اسلامی) تعیین پیدا کند. اما مساعی آن دولت سبب تشدید بحران یا به وجود آمدن بحران‌های دیگری شد و هویت‌های فراملی را نیز تشدید کرد (همان، ۱۳۸۳).

بحران هویت، زمانی روی می‌دهد که یکی از عوامل و عناصر هویت در خطر بیفتد یا اثر دگرگونی‌ها پریشان شود. مهم‌ترین مشخصه‌های جوامعی که دچار بحران هویت ملی می‌باشند به شرح زیر است:

الف) بی‌اعتمادی سیاسی و اجتماعی در جامعه و ضعف حاکمیت و کاهش مشروعیت دولت‌ها،

ب) چند شخصیتی بودن افراد و تعارضات روانی و شخصیتی در جامعه،

ج) انحطاط اخلاقی جامعه و تضعیف آرمان‌ها و معنویت‌ها و انفعال فرهنگی،

د) وجود بی‌عدالتی اجتماعی و نابرابری اقتصادی در جامعه،

ه) گسست فرهنگی و شکاف نسلی در جامعه،

و) بروز مشکلات حاد در فرآیند توسعه همه‌جانبه،

ز) عدم کارایی نظام تربیتی،

ح) ضعف وجدان کاری و بروز بیکاری، فقر، اعتیاد و فحشا.^۱

۱۱. عناصر هویت ایرانیان

اگر هویت ایرانیان به‌ویژه جوانان را در دهه‌های گذشته بررسی کنیم، می‌بینیم که ترکیبی از گرایش‌های اسلامی، انقلابی،

۱. با استفاده از جمع‌بندی دیدگاه‌های جمعی از صاحب‌نظران فرهنگی (میرمحمدی، ۱۳۸۳) و با بهره‌گیری از معیاد فر (۱۳۸۵).

۱۲. شاخص‌های قدرت فرهنگی در ایران

در فصول قبل، مهمترین شاخص‌های قدرت فرهنگی در چهار عنوان مطرح گردید که اینک آن چهار شاخص را در ایران بررسی می‌نماییم.

۱-۱۲. انسجام، سازگاری و کارایی فرهنگی

در گزارش طرح‌های تحقیقاتی میدانی که اواخر دهه ۱۳۷۰ و اوایل دهه ۱۳۸۰ با عنوان «ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان» منتشر شده، تفاوت دیدگاه نسل‌ها کاملاً مشهود می‌باشد و گرایش جوانان نسبت به میان‌سالان تفاوت زیادی پیدا کرده که رفته‌رفته ظرف مدت چند سال تشدید نیز شده، به طوری که نسل جوان نسبت به وضع موجود در زمان اجرای طرح، با نگرشی بدبینانه نسبت به وضعیت موجود، بر ارزش‌های مدرن تأکید بیشتری دارد که البته با توجه به شرایط انقلاب، جنگ و سپس پدیده جهانی شدن، تغییرات شدید فرهنگی، دور از انتظار نمی‌باشد.

این تغییرات در یکی دو دهه اخیر سبب‌ساز گسست فرهنگی^۱ نسلی شده و باید تلاش شود تا نه تنها این گسست به شکاف نسلی^۲ تبدیل نشود؛ بلکه حتی این گسیختگی نیز از میان برود. یکی از مؤثرترین راه‌هایی که برای ترمیم گسست نسلی به نظر می‌رسد، توجه به وجود متأخر هویت فرهنگی جوانان ایرانی است و همانگونه که مرور شد، این وجوه بیش از سایر جنبه‌ها، امروزه به اسلامیت، ایرانیت و مدرنیت تحویل شده است. تجربه یکی - دو قرن اخیر در کشورمان نشان می‌دهد که بها دادن به یکی - دو وجه و فرو نهادن و یا فرو کوبیدن یکی - دو وجه دیگر، موفقیتی در میان و بلندمدت در برداشته است و اگر تعادلی بین این هر سه و البته طبیعی است که در کشوری که اکثریت آن متدین و معتقدند در این تعادل دین محوریت دارد به وجود آید، طیف وسیع‌تری زیر پوشش این هویت قرار می‌گیرند و هویت فرهنگی با این مختصات، بحران‌ها را به خوبی پشت سر خواهد گذاشت.

این هویت، گرایش نسل جوان را در این عصر پاسخ‌گو بوده است

و از این جنبه کارایی، سازگاری و انسجام فرهنگی تقویت می‌شود.

۱۲-۲. سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی در دهه اول پس از انقلاب اسلامی افزایش داشته و سپس روند نزولی - البته به‌طور ضعیف - پیدا کرده و فرسایش سرمایه اجتماعی بیش از دیگران، در جوانان مشاهده شده است. شاخص‌های بی‌اعتمادی و احساس بی‌عدالتی، افزایش و شاخص‌های همبستگی کاهش یافته است (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۹).

افول سرمایه اجتماعی، کاهش نشاط را به‌ویژه در میان جوانان به‌دنبال دارد که خود عاملی برای تمایل به رسانه‌های بیگانه به‌ویژه رسانه‌های غربی است که همواره برنامه‌های متنوع و شاد تولید و توزیع می‌کنند.

کاهش نشاط تأثیر زیادی بر کارایی و بهره‌وری در تولید دارد که ناکارایی و بی‌توجهی به تولید را تشدید می‌کند، در حالی که کشور ما دوچندان به تولید کالاهای اقتصادی و فرهنگی نیاز دارد.

۱۲-۳. تولید محصولات فرهنگی و هنری

تنوع محصولات فرهنگی و هنری بسیار است و از مهم‌ترین موارد کمی قابل مقایسه شاخص‌های مربوط به تولید فیلم‌های سینمایی، تئاتر، کتاب، مطبوعات، خدمات جهانگردی و تولید علم را برگزیده‌ایم.

از تولید فیلم سینمایی در سال که در جهان حدود ۳ هزار و ششصد عنوان است، متوسط تولید سالانه در کشور ما حدود ۵۰ فیلم می‌باشد و از این نظر کشور ما جزو ۱۰ کشور صاحب صنعت سینما و شهرک سینمایی است و ایران وضعیت نسبتاً خوبی را در این زمینه داراست. اگرچه می‌باید تولید، اندکی افزایش یابد تا هر هفته یک فیلم جدید ایرانی در سینماها اکران گردد^۱.

در حوزه تئاتر از هر یک هزار نفر در ایران فقط ۲۰ نفر در سال از دیدن تئاتر بهره‌مندند و از این نظر وضعیت خوبی نداریم و حتی از حوزه کشورهای مسلمان ترک (با ۵۰ نفر) و حوزه عربی (با ۲۲ نفر) و حتی آفریقایی عقب‌تر هستیم. اگرچه در

1. Cultural Discontinuity

2. Generation gap

۳. در ایالات متحده با تولید ۷۰۰ فیلم سینمایی در سال، به‌طور متوسط تقریباً روزانه ۲ فیلم سینمایی ساخته می‌شود و در حالی که در هند با تولید ۹۰۰ فیلم در سال، روزانه حدود ۲/۵ فیلم ساخته می‌شود، زیرا مردم هند بیش از هر فیلمی به فیلم هندی علاقه‌مندند و به علت بازار وسیع تقاضای داخلی فیلم سینمایی در هند، این کشور از نظر تعداد تولید فیلم رتبه اول جهانی را دارد.

تولیدکننده آثار علمی، فرهنگی و هنری باشند، مصرف‌کننده این محصولات‌اند، که اگر در سال‌های آتی جبران نشود، وضعیت به تهدید و بحران منجر می‌گردد.

در تحصیلات نیز اگرچه شاخص‌ها در جمهوری اسلامی ایران قابل قبول‌اند؛ اما در حالی که شاخص تحصیلات افراد بالای ۲۵ سال در جهان پنج سال می‌باشد، متوسط کشورهای اسلامی ۳ سال و حوزه اسلامی ایران کمتر از ۳ سال می‌باشد (با استفاده از کاظمی، ۱۳۸۷).

نتیجه‌گیری

الف) جهانی‌شدن فرایندی است که دیر یا زود اتفاق می‌افتد و این فرایند، هم منافع و هم زیان‌هایی به دنبال دارد که هر کشوری که با زمینه‌سازی و آمادگی لازم با آن روبرو شود، می‌تواند از فرصت‌های بی‌شماری که ایجاد می‌کند، بهره‌مند شود و زیان‌های آن را به حداقل برساند.

ب) با توجه به اینکه قدرت‌های جهانی چند قطعنامه علیه جمهوری اسلامی ایران صادر و مانع مبادلات تجاری بین‌المللی کشورمان می‌شوند و همچنین در مسیر پیوستن کشورمان به سازمان تجارت جهانی^۲ موانعی ایجاد می‌کنند، از طریق «برهان خلف» به این نتیجه می‌رسیم که پیوستن به فرایند جهانی شدن و الحاق به سازمان تجارت جهانی به نفع ایران است.

ج) در مورد تأثیرات فرهنگی جهانی شدن، نگرانی از تسلط یک فرهنگ جهانی - امریکایی بر تمام فرهنگ‌ها اگرچه وجود دارد؛ ولی تا حدود زیادی برطرف شده و کثرت‌گرایی فرهنگی و اعتبار فرهنگ‌های بومی و منطقه‌ای نه تنها تضعیف نشده که برخلاف تصور رایج، سه‌گرایش بومی، ملی و دینی بویژه در کشورهای اسلامی تقویت شده است.

د) از ۵۶ کشور اسلامی عضو سازمان کنفرانس اسلامی، ۳۷ کشور به عضویت کامل سازمان تجارت جهانی درآمده و ۱۳ کشور و از جمله ایران در مسیر الحاق‌اند و به عنوان عضو ناظر در آن فعالیت دارند؛ اما کشورهای اسلامی تا میانه دهه ۲۰۰۰، کمتر از ۵ درصد تولید ناخالص جهانی و کمتر از ۸ درصد صادرات جهانی را داشته‌اند؛ در حالی که حدود ۲۰ درصد جمعیت جهان

مبادله تئاتر با کشورهای خارجی، با تبادل ۲۷ تئاتر در سال جزو مناسب‌ترین‌ها در حوزه کشورهای اسلامی هستیم.

انتشار کتاب در حوزه‌های کشورهای اسلامی، کشورهای اسلامی عربی به ازای هر ۱۰۰ نفر، ۱۰۴ نسخه کتاب در سال منتشر می‌نماید که در حوزه ایرانی رقم کمتری منتشر می‌شود. در انتشار روزنامه نیز شاخص جهانی ۷۸ روزنامه برای هر ۱۰۰۰ نفر منتشر می‌شود و در جهان اسلام ۴۵ روزنامه برای هر ۱۰۰۰ نفر است که شاخص نسبتاً خوبی است؛ اگرچه در حوزه فارسی زبان این رقم پایین‌تر است.

در جهانگردی نیز شاخص جهانی ورود جهانگرد به ازای هر ۱۰۰ نفر جمعیت ۱۱ نفر در سال است که متوسط جهان اسلام ۸ نفر در سال که به‌طور نسبی مناسب است، حوزه عربی - اسلامی در این شاخص وضعیت بهتری نسبت به شاخص جهانی دارد؛ اما شاخص حوزه اسلام - ایرانی در این شاخص کمتر از یک نفر به ازای هر ۱۰۰ نفر جمعیت می‌باشد که رقم بسیار پایینی است و اگرچه جمهوری اسلامی ایران در این شاخص حدود ۳/۵ می‌باشد که کمتر از یک سوم جهانی است و با توجه به اینکه کشور ما از نظر دارا بودن منابع و آثار جذب توریست جزو ۱۰ کشور برتر جهان است، در این شاخص ضعیف هستیم.

در تولید علم و دانش و رتبه‌بندی دانشگاه‌ها توسط نهادهای مختلف بین‌المللی که هزاران دانشگاه را بررسی می‌نمایند، هیچ یک از دانشگاه‌های ایرانی در سال ۲۰۰۸ در ۵۰۰ دانشگاه برتر جهانی جایی نداشته‌اند، در حالی که دانشگاه آفریقایی کیپ تاون در رتبه ۲۰۰ جهانی قرار گرفته، اگرچه دانشگاه تهران در خاورمیانه، رتبه دوم را داشته^۱ و بین ۲۰ دانشگاه برتر خاورمیانه، ۱۰ دانشگاه از ایران - مانند دانشگاه‌های شریف، شیراز، تبریز، تحقیقات فیزیک نظری و امیرکبیر - حضور داشته‌اند.

وضعیت ایران در جهان اسلام به‌ویژه در منطقه خاورمیانه از جایگاه خوبی برخوردار است که می‌باید سعی شود جایگاه مناسبی در سطح جهان هم به‌دست آید.

رتبه جهان اسلام در تولید آثار علمی و فرهنگی در اکثر شاخص‌ها از شاخص جهانی کمتر است و مسلمانان بیش از اینکه

۱. طبق رتبه‌بندی Webometrics وابسته به شورای ملی اسپانیا در سال ۲۰۰۸ دانشگاه تهران در خاورمیانه پس از دانشگاه نفت و معدن فهد در عربستان قرار گرفته است.



کشورهای غربی مهاجرت می‌کنند که باعث می‌شود مسلمانان در نظریه پردازی در این قبیل موضوعات از پشتوانه کافی برخوردار نشوند که در جهان امروز، بدون داشتن تئوری‌های لازم و شناخت کافی، اقدامات و فعالیت‌های صرف عملیاتی، مقرون به نتیجه و فایده نخواهد بود.

ضمن اینکه به‌طور کلی فرار مغزها، تولیدات اقتصادی، علمی و فرهنگی ضعیف این کشورها را بیش از پیش تضعیف می‌نماید.

ط) پیوستن ایران به فرایند جهانی شدن که الحاق به سازمان تجارت جهانی جنبه اصلی آن است، تولیدکنندگان محصولات فرهنگی و هنری را در کوتاه‌مدت با مشکلاتی مواجه می‌نماید و هزینه تمام شده این محصولات افزایش می‌یابد؛ اما در میان‌مدت و به‌ویژه در بلندمدت، باعث شکوفایی صنایع فرهنگی و هنری^۱ شده و بالقوه زمینه ورود این تولیدات به بازارهای جهانی^۲ فراهم می‌گردد.

۱۴. پیشنهادات

الف) می‌باید جهانی شدن را قطعی بدانیم و آن را به رسمیت بشناسیم و ضمن اینکه ضروری است همه ابعاد و منافع و مضار آن را شناسایی و تمهیدات و زمینه‌های لازم را فراهم کنیم؛ تلاش نماییم تا عضویت کشورمان در سازمان تجارت جهانی پذیرفته شود و با توجه به اینکه اتفاق آرا برای موافقت با عضویت لازم است، مسئولان وظیفه دارند از اقداماتی که منجر به مخالفت اعضای مؤثر سازمان تجارت جهانی با عضویت ایران می‌شود، اکیداً جلوگیری نمایند^۳.

ب) با توجه به اینکه جوانان کشورهای اسلامی از هویت، فرهنگ، هنر، علایق و گرایش‌های یکدیگر بی‌اطلاع می‌باشند، لازم است پایگاه‌های اطلاع‌رسانی در این زمینه گسترش یابد و نظام جامع اطلاعات و آمار از کشورهای اسلامی و بویژه در زمینه فرهنگ و هنر، طراحی و پیاده‌سازی شود که به عنوان کالاهای عمومی^۴ از وظایف دولت به‌شمار می‌رود و همپای آن سازمان‌های غیردولتی نیز در این جهت به فعالیت تشویق شوند.

و نزدیک به ۲۵ درصد سرزمین‌ها و قریب به ۵۰ درصد تولید نفت جهان را دارند.

ه) نهادها و بنگاه‌های تولید محصولات فرهنگی و هنری جهانی شده به‌صورت شبانه‌روزی، فراورده‌های انبوه خود را - در بازار شدیداً رقابتی شده - به تمام نقاط جهان ارسال می‌کنند و کشورها و فرهنگ‌هایی که تولید انبوه و امکانات توزیع جهانی دارند، اولاً، شهروندان و به‌خصوص جوانان خود را از نظر تقاضا و مصرف محصولات فرهنگی تأمین می‌نمایند و ثانیاً، با عرضه جهانی تولیدات خود، تأثیرات بیشتری بر جهانیان می‌گذارند که البته اثرپذیری جوانان بسیار بیشتر از سایر نسل‌ها خواهد بود و نیز تولیدات فرهنگی، مشتقی از قدرت اقتصادی و نرخ رشد کشورها می‌باشد.

و) در این دنیای پرشتاب و بمباران فرهنگی - تبلیغاتی در همه اوقات و تمامی مکان‌ها، که به‌ویژه جوانان را هدف قرار داده‌اند، فرهنگ‌های قوی‌تر که انسجام، سازگاری و کارایی بیشتر دارند، با بازسازی و انطباق خود، نه تنها منفعَل نمی‌شوند و هویت خود را حفظ می‌نمایند، که تأثیرگذاری نیز خواهند داشت.

این فرهنگ‌ها، آنهایی هستند که از ساختار قدرتمند اقتصادی برآمده و حامل سرمایه اجتماعی بالا باشند و بتوانند در بازار رقابت جهانی، محصولات و خدمات علمی، فرهنگی و هنری انبوه تولید و توزیع نمایند؛ در غیر این صورت، فرهنگ ضعیف در مواجهه با جهان، ضعیف‌تر می‌شود و به‌خصوص جوانان از نظر هویت فرهنگی دچار بحران می‌شوند.

ز) در کشورمان هویت امروز مردم و به‌ویژه جوانان با وجوه اسلامی، انقلابی، ملی و مدرن عجین شده است و هرگاه که یکی - دو جنبه از این وجوه برجسته شده و وجوه دیگر با بی‌توجهی و یا سرکوب مواجه گردیده و نگاه به ابعاد مختلف هویتی از تعادل به درآمده، هویت ملی و فرهنگی به وضعیت چالشی و حتی در مواقعی بحرانی دچار شده است.

ح) در جهان اسلام و ایران، صاحب‌نظران معرفت دینی و فرهنگی آگاه به مسائل جهانی محدودند و نسبت زیادی از همین تعداد اندک نیز عمدتاً به دلایلی که در مقاله مرور شد به

1. Artistic and cultural industries

2. Global markets

۳. کشور چین برای عضویت در سازمان تجارت جهانی ۱۳ سال تلاش جدی نمود و بیشتر مذاکراتش نیز با ایالات متحده بود که سرسختانه با عضویت این کشور مخالفت می‌کرد. این کشور پس از پیوستن به این سازمان از فرصت‌ها و منافع آن به خوبی بهره‌برداری می‌نماید.

4. Public goods

ج) از مراودات فرهنگی و مبادلات هنری و به‌ویژه توریسم فرهنگی و هنری^۱ برای جوانان بین کشورهای اسلامی حمایت گردد.

د) در مورد هویت ملی به‌ویژه درباره جوانان کشورمان می‌باید وجوه اسلامی، ارزش‌های انقلاب، ملیت و مدرنیت به رسمیت شناخته شوند و با یکدیگر در تعادل قرار گیرند، در آن صورت، اعتماد جوانان بیش از پیش بازیابی و حرمت ارزش‌های دینی نیز بیش از پیش، از سوی آنان پاس داشته می‌شود. به‌خصوص که اگر در تعریف دینداری از برخی تنگ‌نظری‌ها و سخت‌گیری‌ها اجتناب گردد.

ه) با توجه به اینکه از جوانان بیکار و تنگدست، نمی‌توان انتظار فرهنگی داشت، ضرورت دارد با بسیج تمامی امکانات و سرمایه‌ها به‌خصوص سرمایه انسانی و کارشناسان و متخصصان، تورم و بیکاری دو رقمی کنترل شود. ارتقای سرمایه اجتماعی بیش از هر چیز امروزه در گرو حل این دو معضل است، در آن صورت با رشد اقتصادی پایدار و افزایش تولید، می‌توان برفقر فائق آمد و جوانانی سالم و شاداب، به دور از انحرافات فرهنگی تربیت کرد.

و) جوانان به تغذیه دائمی فرهنگی نیاز دارند و اگر بنگاه‌ها و نهادهای داخلی نتوانند آن را تأمین نمایند، خوراک آماده غیرخودی و نسبتاً مضر به‌وفور در دسترس می‌باشد. از طرق ممکن می‌باید تولیدات داخلی فرهنگی و هنری جدید به‌طور دائمی عرضه شود. در این خصوص شرایط اعطای مجوز تولید کتب، نشریات و مطبوعات، فیلم، تئاتر، موسیقی و از این قبیل می‌باید آسانتر شود. تیراژ محصولات فرهنگی برای جوانان در کشور ما ناچیز و در نتیجه گران است. می‌باید با حوزه فارسی زبان هماهنگی‌هایی انجام شود و در آن کشورها نیز بازاریابی به عمل آید تا با افزایش تیراژ تولیدات فرهنگی و هنری، انگیزه بخش خصوصی برای ورود به این حوزه‌ها بیشتر و همچنین قیمت این محصولات هر چه کمتر شود.

ز) در برخی کشورها برنامه‌های تعداد معدودی از شبکه‌های ماهواره‌ای که تعارض فرهنگی کمتری با هنجارهای آن کشورها دارد، به صورت مدیریت شده توسط شهروندان قابل دریافت می‌باشد که برخی از گزارشات آن سیاست را در کشوری مانند

مالزی موفق ارزیابی می‌کنند. می‌توان این الگو را مورد بررسی قرار داد و اگر بررسی‌ها، احتمال موفقیت آن را نتیجه بدهد، در آن صورت اقتضا دارد که برای آن برنامه‌ریزی و در مقابل، برای شبکه‌های دیگر خصوصاً کانال‌های غیراخلاقی محدودیت شدید اعمال کرد، چرا که تداوم وضعیت موجود در بلندمدت اقتدار حاکمیت را به چالش می‌کشد.

ح) در صورت امکان، مجوز شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی خصوصی به اشخاص حقیقی و حقوقی صلاحیت‌دار اعطا گردد که با ایجاد رقابت و رشد خلاقیت‌ها، برنامه‌های شبکه‌های داخلی جذابیت بیشتری برای جوانان بیابد، اگرچه چندی است تعدادی از برنامه‌های صدا و سیما موفق به جذب مخاطبان بسیار شده‌اند. در غیر این صورت، حداقل مانند شبکه رادیویی، یک شبکه تلویزیونی به جوانان اختصاص یابد.

منابع:

- ابوطالبی، علی. (۱۳۸۳). هویت ایرانی و مسئله جهانی شدن، مجموعه گفتارهایی درباره هویت ملی در ایران، مؤسسه مطالعات ملی.
- آدلن، مارک و هاو گروود. (۱۳۸۶). انسان‌شناسی توسعه و جهانی شدن، ترجمه احسان شاقاسمی، مرکز ملی مطالعات جهانی شدن.
- اقتصاد ایران. (۸۷-۱۳۸۶). ماهنامه اقتصادی و مالی بین‌المللی، شماره‌های ۱۰۹ تا ۱۱۱.
- بانک مقالات جهانی شدن: glo110.blogfa.com
- برژنسیکی، زیگنئو. (۱۳۸۳). انتخاب، رهبری جهانی یا سلطه بر جهان، ترجمه لطف ... میثمی، نشر صمدیه، چاپ اول.
- بشیریه، حسین. (۱۳۸۳). توسعه سیاسی و بحران هویت، مجموعه گفتارهایی در باره هویت ملی در ایران، مؤسسه مطالعات ملی.
- دفتر نمایندگی تام‌الاختیار تجاری. (۱۳۸۵). گزارش طرح پژوهشی «آثار اقتصادی الحاق ایران به سازمان جهانی تجارت در حوزه مالکیت ادبی و هنری»؛ با همکاری پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- دیویس، گ. و نایلند، ک. (۱۳۸۶). جهانی شدن در منطقه آسیا، ترجمه ع. حسینی خواه، مرکز ملی جهانی شدن.
- رجبی، فرهنگ. (۱۳۷۳). هویت و بحران هویت ایرانی، جامعه سالم، شماره ۲۴.
- رناتی، محسن. (۱۳۸۷). جهانی‌شدن، مثل بالغ شدن، حقوق و اقتصاد، شماره دوم و سوم، مهر و آبان.
- سمتی، محمد مهدی. (۱۳۸۵). عنصر سسی‌ان‌ان و هالیوود، ترجمه نرجس خاتون براهویی، تهران: نشر نی، چاپ اول.
- سینایی، وحید و غلامرضا ابراهیم‌آبادی. (۱۳۸۳). جهانی‌شدن و کثرت‌زدایی فرهنگی، مجلس و پژوهش، شماره ۴۳، بهار.
- غفاری، مسعود و شهروز شریعتی. (۱۳۸۶). جهانی‌شدن، ساختار دولت و عدالت

- اقتصادی در ایران، مجموعه مقالات چهارمین همایش دو سالانه اقتصاد ایران، پژوهشکده اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس.
- فاخری، مهدی. (۱۳۸۶). راهکارهای الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی، نشر ثالث، چاپ اول.
- فوکو، میشل. (۱۳۸۶). ایرانی‌ها چه رؤیایی در سر دارند، ترجمه حسین معصومی همدانی، تهران: هرمس، چاپ چهارم.
- کاظمی، مرتضی. (۱۳۸۷). چالش‌های فرهنگی مسلمانان و جهانی شدن، بانک مقالات جهانی شدن: <http://glo110.blogfa.com/post-547.aspx>
- گل‌دین، آ. و ریفرت، ک. (۱۳۸۶). جهانی شدن برای توسعه، ترجمه محمد رشید صوفی، مرکز مطالعات جهانی شدن.
- گل‌محمدی، احمد. (۱۳۸۶). جهانی شدن، فرهنگ و هویت، تهران: نشرنی، چاپ سوم.
- مرکز بین‌المللی گفتگوی تمدن‌ها. (۱۳۸۳). مجموعه مقالات همایش «هویت ملی و جهانی شدن»؛ با همکاری دانشگاه تهران.
- مصطفوی، سیدمحمدحسن. (۱۳۸۷). بررسی اثر فرصت‌ها و تهدیدهای پدیده جهانی شدن بر فرهنگ در جامعه امروز ایران، مجموعه مقالات همایش ملی توسعه و تحول در فرهنگ و هنر.
- مطالعات راهبردی. (۱۳۸۰). فصلنامه، سال ۴، ش ۳-۱.
- مطهری، مرتضی. (۱۳۶۱). پیرامون انقلاب اسلامی، قم: انتشارات جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
- مطهری، مرتضی. (۱۳۶۳). خدمات متقابل ایران و اسلام، تهران: دفتر انتشارات اسلامی.
- معیدفر، سعید. (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران، همدان، انتشارات نور علم، چاپ اول.
- موسایی، میثم. (۱۳۸۵). آثار اقتصادی الحاق ایران به سازمان جهانی تجارت در حوزه
- مالکیت ادبی و هنری، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، چاپ اول.
- میرمحمدی، داوود (گردآوری و تدوین). (۱۳۸۳). گفتارهایی درباره هویت ملی در ایران، مؤسسه مطالعات ملی، انتشارات تمدن ایرانی، چاپ اول.
- نهاوندیان محمد. (۱۳۸۶). مخالفان جهانی شدن بدان‌دیشان ملت هستند، همایش جهانی شدن، خصوصی‌سازی و عدالت اقتصادی، مرکز ملی مطالعات جهانی شدن.
- نهاوندیان محمد. (۱۳۸۵). جهانی شدن، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- هانتینگتون، ساموئل. (۱۳۷۹). نقش قدرت و فرهنگ و بومی‌سازی سایر جوامع در افول قدرت غرب، نامه مفید، شماره ۶، بهار.
- واگو، استنفان. (۱۳۷۳). درآمدی بر تئوری‌ها و مدل‌های تغییرات اجتماعی، ترجمه غروی‌زاده، انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول.
- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. (۱۳۸۲ و ۱۳۷۹). ارزشها و نگرشهای ایرانیان، دفتر طرحهای ملی.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۲). عصر اطلاعات، قدرت و هویت، ترجمه حسن چاوشیان، انتشارات طرح نو.
- کاظمی، مرتضی. (۱۳۸۶). چالش‌های فرهنگی مسلمانان و جهانی شدن، از بانک مقالات جهانی شدن.
- کدی، نیکی، آر. (۱۳۸۵). نتایج انقلاب ایران، ترجمه مهدی حقیقت‌خواه، ققنوس، چاپ دوم.
- Akbarzadeh, Shahram & Samina Yasmeen (2005) "Islam on the global stage": Islam and the West. UNSW Press.
- International Financial Statistics (I.F.S)
- www.webometrics.info