

نظریه جهانی شدن و جریان شناسی فرهنگی در عرصه بین الملل

احمد اولیایی^۱

دانشجوی دکتری رشته فرهنگ و ارتباطات دانشگاه باقر العلوم

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۵/۲۰ | تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۴/۲۲

چکیده

جریان شناسی فرهنگی در عرصه بین الملل مهم ترین مقدمه برای ورود به عرصه تبلیغ بین الملل است. اما خود جریان شناسی فرهنگی بین الملل نیاز به طی مقدمات و آشنایی با وضع فرهنگی جهان و نظریات فرهنگی بین الملل دارد. جریان های فرهنگی همیشه بر مبنای مکاتب نظری و نظریه های فرهنگی شکل می گیرند و از اصول و مبانی آنها پیروی می کنند. لذا لازم است این مبانی و نظریات مورد ارزیابی قرار گیرد و نقش آنها در شکل گیری جریان های فرهنگ مشخص شود. بررسی تمام نظری های مؤثر در جریان شناسی فرهنگی بین الملل در این مقال نمی گنجد اما به جهت اهمیت نظریه جهانی شدن، چستی این نظریه و تأثیر آن در جریان شناسی فرهنگی مسأله اصلی این مقاله است. بنظر می رسد خاص گرایی فرهنگی، تحول فرهنگی، امپریالیسم فرهنگی و همگونی فرهنگی ناشی از جهانی شدن می تواند جریان های فرهنگی خاص و قابل توجهی را نیز شکل دهد.

واژگان کلیدی

جریان شناسی فرهنگی، تبلیغ بین الملل، جهانی شدن، نظریه های فرهنگی، تحول

فرهنگی

جریان شناسی فرهنگی به عنوان یکی از مهم ترین مقدمات کنش گری فرهنگی از جایگاه ویژه ای برخوردار است. این مهم زمانی که صحبت از تبلیغ بین الملل بوجود آید به مراتب مهم تری نیز می شود چرا که تبلیغ بین الملل ماهیتاً یک تبلیغ فرهنگی است و ارتباط فرهنگ و تبلیغ لزوم فرهنگ شناسی را تبیین می کند. فرهنگ وادی بسیار وسیعی است که از ارزش ها تا نمادها و از فرهنگ مادی تا معنوی را در برمی گیرد. جریان های فرهنگی نیز به عنوان مجموعه ای از کنشگران نوع خاصی از فرهنگ عینی ترین بازیگران عرصه فرهنگ هستند. بدون شناخت از جریان های فرهنگی معاصر در فضای بین الملل نمی توان کنش فرهنگی متقابل چه فعال و چه منفعل، چه در عرصه سیاستگذاری فرهنگی بین المللی و چه در عرصه تبلیغ بین الملل انجام داد. جریان شناسی فرهنگی خود مقوله گسترده ای است که پرداختن به تمام زوایای آن مقدور نیست. عوامل متعددی در شکل گیری جریان های فرهنگی در جهان تأثیر دارند اما مهم ترین عوامل نوع نگرش این جریان ها به جهان، انسان و فرهنگ است. به عبارت دیگر جریان های فرهنگی مبتنی بر مکاتب فکری و نظریه های فرهنگی مبنایی شکل می گیرند. در نتیجه بررسی نظریه های فرهنگی مؤثر در شکل گیری و شکل دهی جریان های فرهنگی امری ضروری است. از طرف این نظریه ها بسیار متعدد هستند و لاجرم برای این مقاله باید یکی از آن ها انتخاب شود. با توجه به شکل گیری دنیای فوق مدرن و گسترش تکنولوژی های ارتباطی می توان جهانی شدن را یکی از مهم ترین پدیده ها و نظریه عنوان کرد که به خصوص بعد فرهنگی آن می توان منجر با تولید و یا تغییر جریان های فرهنگی شود. جهانی شدن لوازم و آثاری دارد که بر نوع تفکر و کنش فرهنگی و در نتیجه جریان فرهنگی تأثیر بسزایی می گذارد. لذا در این مقاله سعی بر آنست چیستی جهانی شدن و نقش آن در جریان شناسی فرهنگی مورد بررسی قرار گیرد.

فرهنگ از آن واژه های بسیار دشوار در تعریف است. لزلی جانسون در کتاب منتقدان فرهنگ، فرهنگ را اینگونه تعریف می کند: «مفهوم فرهنگ، تاریخی پیچیده و ابهامی رغبت انگیز دارد. روشنفکران در زمینه های گوناگون تلاش کرده اند، معناهای چندگانه مندرج در این کلمه را از هم متمایز کنند و مفهوم بی ابهامی از فرهنگ به دست دهند که یا اختلاف میان معناهای موجود را از میان بردارد، یا به جای همه آنها تعریف تازه ای از این کلمه بنشانند، اما هنوز راه حل رضایت بخشی پیدا نشده است.» (لزلی، ۱۳۷۸: ۵۹). تا کنون تعاریف متعددی از فرهنگ ارائه شده است. فرهنگ، در زبان فارسی برگرفته از (فرهنج)^۱ پهلوی است. فرهنگ هم به معنای ادب نفس و تربیت بکار رفته و هم به معنای دانش و علم و معرفت. (معین، مدخل فرهنگ). در زبان لاتین واژه culture نخستین بار در قرن یازدهم میلادی در اروپا پدید آمد و به دو معنی به کار برده شد: ۱. مراسم دینی؛ ۲. کشت و زرع بر زمین.

فارغ از معانی لغوی باید فرهنگ را به صورت اصطلاحی نیز بررسی کرد؛ گیدنز می گوید: «فرهنگ، عبارت است از ارزشهایی که اعضای یک گروه معین دارند، هنجارهایی که از آن پیروی می کنند و کالاهای مادی ای که تولید می کنند. ارزشها، آرمانهای انتزاعی هستند، حال آن که هنجارها اصول و قواعد معینی هستند که از مردم انتظار می رود آنها را رعایت کنند. هنجارها نشان دهنده (بایدها) و (نبایدها) در زندگی اجتماعی هستند..... هنگامی که واژه (فرهنگ) را در گفت و گوهای معمولی هر روزه به کار می بریم، اغلب، فرآورده های متعالی ذهن - هنر، ادبیات، موسیقی و نقاشی - را در نظر داریم. مفهوم فرهنگ، آن گونه که جامعه شناسان آن را به کار می برند، شامل این قبیل فعالیتها و امور بسیار دیگری است. فرهنگ به مجموعه شیوه زندگی اعضای یک جامعه اطلاق می شود، چگونگی

لباس پوشیدن آنها، رسمهای ازدواج و زندگی خانوادگی، الگوهای کارشان، مراسم مذهبی و سرگرمیهای اوقات فراغت، همه را در بر می گیرد، هم چنین شامل کالاهایی می شود که تولید می کنند.) (گیدنز، ۱۳۷۷، ۵۳). تعریف گیدنز تعریف عامی است که تقریباً همه ابعاد فرهنگ را پوشش می دهد و شاید بتوان به عبارتی گفت امتداد همان تعریف ادوارد تایلور است. تایلور فرهنگ را اینگونه تعریف می کند: «کلیتِ درهم تافته ای شاملِ دانش، دین، هنر، اخلاقیات، آداب و رسوم و هرگونه توانایی و عادتِ که آدمی همچون هموندی از جامعه به دست می آورد.» (آشوری، ۱۳۸۰: ۱۱۲)

پس به طور کل باید گفت فرهنگ عرصه بسیار وسیعی است که از اندیشه تا عمل و از آداب تا نمادها را شامل می شود. فرهنگ از ابتدا با انسان بوده و میراث گونه از نسلی به نسل دیگر منتقل شده است. فرهنگ چنان با اهمیت است که عمه عرصه ها اعم از اقتصاد و سیاست را می توان بر زمینه ی فرهنگ تحلیل کرد. این فرهنگ با این وسعت محل بروز جریان های فرهنگی متعدد شده است.

۲. جریان فرهنگی

جریان فرهنگی یکی از مهم ترین خروجی های عرصه فرهنگ است. فرهنگ ها با توجه به تفاوت ها و تمایزهایی که دارند در جریان های فرهنگی متعدد و مختلف عینیت می یابند.

از واژه جریان^۱ در فارسی آن چنان که در فرهنگ فارسی معین آمده است، برابر موردهای کاربرد مفید چنین معناهایی است: روان شدن (در صورت مصدری)، وقوع یافتن امری، روانی (به صورت اسم مصدری)، و در امور بانکی: دست به دست شدن پول و گردش پول. در ترکیبِ جریان فرهنگی، روشن است که هیچ یک از این موردها، نمی تواند مراد باشد. (جعفری، ۱۳۷۹: ۲۵). «جریان عبارت است از

1. Trend، Flow، Movement، Current.

تشکل، جمعیت و گروه- های اجتماعی معینی که علاوه بر مبانی فکری، از نوعی رفتار ویژه اجتماعی برخوردار است» (خسرو پناه، ۱۳۸۹: ۲۰). اگر جریان را به معنای گروه هایی که فکر و رفتار خاص دارند تعریف می کنیم می توان تعریف زیر را برای ترکیب جریان فرهنگی ارائه داد؛

«جریان فرهنگی، به گروهی اجتماعی اطلاق می شود که گرایشهای فرهنگی همگون و یا یکسانی دارند و به سوی پدید آوردن یک خرده فرهنگ پیش می روند.» (طالقانی، ۱۳۸۲: ۲۶).

جریان فرهنگی همان واحد فکری و اندیشه ای هست که یا به صورت خود آگاه مبتنی بر مبانی فکری اش کنش فرهنگی دارد و یا بصورت ناخودآگاه مبتنی بر همگونی فرهنگی یا تهاجم فرهنگی یا کنش فرهنگی واحدی با افراد دیگر دارد. آنچه مسلم است این واحد فرهنگی کلیت منسجمی دارد که می توان برایش مبانی فکری و روش عملی تعریف کرد.

۳. جریان شناسی

یکی از مهم ترین واژه هایی که در دنیای پیچیده امروز پرداختن به آن ضرورت دارد، جریان شناسی است.

به زبان ساده به بررسی جریان ها، جریان شناسی گفته می شود و به عبارت دیگر به شناخت منظومه ی فکری و گفتمان یک جریان، چگونگی شکل گیری آن، معرفی مؤسسان و چهره های علمی و تأثیرگذار در آن، جریان شناسی می گویند. (عبدالحسین خسروپناه، ۱۳۸۹: ۲۱)

جریان شناسی نیز به فرایند شناخت مؤلفه های اصلی هر جریان یا جریان هایی مورد نظر باز میگردد. این فرایند شامل بررسی شکل گیری یک اندیشه و تفکر، بررسی مبانی فکری اعتقادی و دیدگاه های سیاسی، فرهنگی و اقتصادی، دسته ای از احزاب و گروهها و تبیین همسویی در مواضع، رویکردها و گفتمان ها اشاره دارد. (مهدی پور، ۱۳۹۳: ۱۱).



۴. جریان شناسی فرهنگی

با توجه به تعاریف جریان و جریان شناسی حال می توان با تقیید این مفهوم به فرهنگ، به تعریف جریان شناسی فرهنگی دست یافت.

«جریان شناسی فرهنگی در زمینه های مختلف فردی و اجتماعی کاربردهای فراوانی دارد. جریان شناسی فرهنگی در حوزه اجتماعی همانند دیدبان فرهنگی در زمینه های مختلف تقنینی، امنیتی، فرهنگی و اجتماعی با رصد و پیشینی جریان های فرهنگی، مسئولان حکومتی را در مواجهه با مسائل گوناگون کارآمدتر می نماید». (خسروپناه، ۱۳۸۹: ۵۶)

جریان شناسی فرهنگی یک عمل راهبردی و زمینه ای در عرصه فرهنگ است. یک کنش عقلانی که برای هر کنشگر فرهنگی لازم و ضروری است. کنشگران فرهنگی عمومی یعنی مردم و کنشگران حاکمیت یعنی سیاستگذاران فرهنگی هر دو باید جریان های فرهنگی را بشناسند.

۵. رابطه جریان شناسی فرهنگی و تبلیغ بین الملل

تبلیغ دین مبین اسلام در عرصه بین الملل که از آیاتی مانند آیه ۳۹ سوره احزاب (الذین یبلغون رسالات الله و یخشونه و لا یخشون احدا الا الله و کفی بالله حسیا)، آیه ۱۱۰ سوره آل عمران (کنتم خیر امه اخرجت للناس تامرون بالمعروف و تنهون علی المنکر و تومنون بالله) و اصولی چون اصل جهان شمولی اسلام قابل اثبات است، نیاز به بستر و ابزار مناسب دارد. علاوه بر بستر مناسب نیاز به مقدمات فراوان دارد. یکی از این مقدمات مهم شناخت جریان های فکری فرهنگی حاضر در عرصه بین الملل است. مبلغ و سیاستگذاران تبلیغی بدون شناخت از مکاتب و نحله های فکری که در جریا نهای فرهنگی بروز پیدا می کنند نمی توانند درامر تبلیغ و سیاستگذاری تبلیغی بین الملل موفق ظاهر شوند.

به عبارتی رابطه جریان شناسی فرهنگی و تبلیغ بین الملل از نوع ضرورت است. برای تبلیغ بین الملل جریان شناسی فرهنگی ضرورت تامه دارد.

۶. عوامل موثر بر جریان های فرهنگی

عوامل متعددی بر جریان های فرهنگی و شکل گیری و تدام آن ها موثر است. جریان های فرهنگی، آنی متولد نشده اند و هر کدام مبتنی بر یک سیر تاریخی و سوار بر مبنای اندیشه ای بوجود می آیند. در ادامه حیات خود نیز عوامل متعددی آن ها یاری می کند و بعضا مانع حیات آن ها می شود. به طور کل عوامل موثر بر جریان های فرهنگی را می توان به شرح ذیل فهرست کرد؛

۶-۱. هستی شناسی

هستی شناسی یا وجودشناسی^۱ شاخه ایست از فلسفه که به مطالعه بودن، هستی یا وجود می پردازد. دانش هستی شناسی در پی تشخیص و شرح رده های بنیادین و ارتباطات آنها در هستی یا عالم وجود برمی آید، تا بدین وسیله به تعریف موجودات و انواع آنها در آن چارچوب قادر گردد. (دهباشی، ۱۳۹۰: ۲۰)

جریان های فرهنگی همانطور که در قسمت های قبل تعریف شد یک واحد اندیشه ای و فکری است که کنشگری فرهنگی خود را مبتنی بر هستی شناسی خود انتخاب می کند. نگاه یک خرده فرهنگ به هستی و آفرینش عملکرد فرهنگی آن را نیز رقم می زند.

۶-۲. معرفت شناسی

معرفت شناسی یا شناخت شناسی^۲ شاخه ای از فلسفه است که به عنوان نظریه چستی شناخت و راه های حصول آن تعریف می شود. (هالینگ دیل، ۱۳۸۷: ۵۳)

در معرفت شناسی به دنبال پاسخ به سؤالاتی هستیم که مجموع این سؤالات و پاسخ ها مسائل معرفت شناسی را تشکیل می دهند از قبیل اینکه: آیا واقعیتی وجود دارد؟ بر فرض وجود، آیا قابل دست یافتن است؟ بر فرض دستیابی، آیا این دستیابی

قطعی و یقینی است؟ بر فرض دستیابی یقینی، ابزار آن چیست؟ آیا این معرفت یقینی، مطابق با واقع است؟ ملاک مطابقت و معنای صحیح آن چیست؟ (معلمی، ۱۳۸۰: ۵۲)

معرفت شناسی تعیین می کند که ما در فرهنگ به دنبال چه هستیم و چه می خواهیم. معرفت شناسی مشخص می کند که ارزش ها و هنجارها چه جایگاهی در جریان فرهنگی ما دارد. به عبارت دیگر معرفت شناسی مادی گرایانه، فرهنگ مادی به همراه می آورد، پس باید جریان فرهنگی مادی گرایانه را در معرفت شناسی مادی گرایانه آن جستجو کرد.

۳-۶. انسان شناسی

عنوان جامع انسان شناسی شامل همه شاخه های علمی خواهد بود که به بررسی و شناخت و تحلیل بعد یا ابعادی از ساحت های وجود انسان یا گروه و قشر خاصی از انسان ها می پردازد. (واعظی، ۱۳۷۷: ۲۳)

اینکه انسان کیست، از کجا آمده و به کجا می رود، از جمله سوال های مهم انسان شناسی است که هر انسانی حتما با آن برخورد داشته است و لحظاتی از عمر خود را صرف یافتن جواب این سوال ها کرده است. جواب سوال از چیستی انسان نقش وی را در عرصه فرهنگ معین می کند و جریان فرهنگی نیز بر همین پایه شکل می گیرد.

۴-۶. نظام اقتصادی

مفهوم زیر بنا و روبنا از مفاهیم بنیادین نظریه مارکسیستی است که جامعه انسانی را به دوبخش زیربنا و روبنا تقسیم می کرد. از نظر این مکتب این اقتصاد است که زیر بنای اجتماع را تشکیل می دهد. اقتصاد همه چیز است و فرهنگ بر روی اقتصاد و روابط و شرایط اقتصادی سوار است. جریان های فرهنگی هم با نگاهی به منافع اقتصادی به حیات خود ادامه می دهند. بعضا جریان ها به اهداف اقتصادی صرف

وجود می آیند. قطعا اقتصاد و شرایط اقتصادی از عوامل موثر بر جریان های فرهنگی است.

۵-۶. نظام سیاسی

نظام سیاسی به عنوان مجموعه ای از نهادهای متولی سیاست نقش عمده ای در فرهنگ و جریان های فرهنگی دارد. روابط سیاسی روابط فرهنگی را تحت الشعاع قرار می دهد و می تواند جریان های فرهنگی را نیز متأثر کند. فرهنگ گاهی متأثر از سیاست است و گاهی تعامل با سیاست دارد. تعاملش با سیاست در فرهنگ سیاسی و تأثرش از سیاست در فرهنگ سیاست زده بروز پیدا می کند. آنجا که سیاست های سیاستمداران کنش فرهنگی را تعریف کنند، جریان فرهنگی ذیل نظام سیاسی عمل می کند.

۶-۶. ارتباطات بین الملل

با توجه به رشد تکنولوژی های ارتباطاتی و گسترش فضای تعاملاتی بین المللی در همه زمینه ها دیگر نمی تواند این ارتباطات را نادیده گرفت.

ارتباطات بین الملل عبارت از جریان های ارتباطی است؛ که به مرزهای سیاسی، جغرافیایی و نژادی خاصی محدود نمی شود و فرایند ارتباط را در سطح جهان، براساس قراردادهای، قوانین و حقوق بین الملل ممکن می سازند. (زورق، ۱۳۸۶: ۱۴۴)

در عصر حاضر، با انفجار اطلاعات و گردش سریع آن، در جزئی ترین ابعاد روابط فراملی، مولتی مدیا و بزرگراه های اطلاعاتی، به مثابه اجزای جدایی ناپذیر ارتباطات بین الملل در عرصه روابط بین الملل به شمار می روند. (اورت، ۱۳۸۷: ۷۷۰)

ارتباطات بین الملل در عین اینکه بارزترین و روشن ترین وجه فرایند جهانی شدن محسوب می شود، به عنوان یک ابزار در دست قدرت های بزرگ در جریان پروژهی جهانی شدن و ایجاد نظم نوین جهانی، به انگیزه ی سلطه بر جهان، ایفای نقش می کند. امروزه، آمریکا به عنوان بزرگترین قدرت سیاسی سعی دارد، با در اختیار



گرفتن رسانه‌های بزرگ دنیا، نظم جهانی را به صورت یک قطبی و تحت کنترل خود رقم بزنند. (محکی، ۱۳۸۰: ۲۰۱)

ارتباطات بین الملل تمام جریان‌های فرهنگی را تحت الشعاع قرار می‌دهد و جریان‌های فرهنگی باید مواضع خود را با روند بین المللی ارتباطات تعیین کنند. رسانه‌های بین المللی ذیل ارتباطات بین الملل بزرگترین تأثیر را بر جریان سازی فرهنگی دارند.

۶-۷. جهانی شدن

جهانی شدن به عنوان پدیده‌ای عجیب و در عین حال سریع و جهان شمول یکی از مهمترین عوامل تأثیرگذار در جریان‌های فرهنگی است که باید به طور جداگانه هم از نظر اهمیت و هم به دلیل موضوع مقاله، بررسی شود.

۷. جهانی شدن

۷-۱. تعریف

جهانی شدن در زبان فارسی معادل «Globalization» در زبان انگلیسی در نظر گرفته شده است. در زبان عربی نیز کلمات «العولمة» و «الکوکبة» معادل جهانی شدن یا جهان گرایی ترجمه شده‌اند که عمدتاً کلمه «العولمة» مورد استفاده قرار می‌گیرد..... جهانی شدن شکل‌گیری شبکه‌ای است که طی آن اجتماعاتی که پیش از این در کره خاکی، دور افتاده و منزوی بودند در وابستگی متقابل و وحدت جهانی ادغام می‌شوند. (ویکی پدیا، ذیل مدخل جهانی شدن)

محوشدن مرزهای جداکننده جهان و حرکت تدریجی جهان به سوی نوعی همگنی یا هم‌گونگی، بیش‌تر در عرصه‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی که در واقع می‌توان آن را نوعی حرکت از کثرت به وحدت دانست، جهانی شدن گفته می‌شود. (شجاعی زند، ۱۳۸۲: ۳۰)

«جهانی شدن عبارت است از درهم آمیزی اقتصاد، جامعه شناسی، سیاست،

فرهنگ و رفتارها از طریق نفی مرزها و حذف پیوستگی های ملی و اقدام های دولتی (مرفاتی، ۱۳۸۲: ۷۱)

دال مرکزی تمام تعاریف به نفی مرزها تکیه دارد. انتقال سریع تفکرات و اندیشه ها و رفتارها از مرزی به مرز دیگر نکته بارز جهانی شدن است.

۲-۷. تاریخچه

کاربرد اصطلاح «جهانی شدن» به دو کتابی برمی گردد که در سال ۱۹۷۰ منتشر شد. کتاب نخست، جنگ و صلح در دهکده جهانی، تالیف «مارشال مک لوهان»^۱ و کتاب دوم، نوشته «برژینسکی»^۲ مسوول سابق شورای امنیت ملی آمریکا بود. مباحث کتاب اول، حول پیشرفت وسایل ارتباطی و نقش آن در تبدیل جهان به «دهکده واحد جهانی»^۳ متمرکز بود؛ در حالی که کتاب دوم، در مورد نقش آمریکا در رهبری جهان و ارایه نمونه جامع مدرنیسم صحبت میکرد. (عادل، ۱۳۸۰: ۱۵۲) تا به امروز صحبت از جهانی شدن و آثار آن و راه های جلوگیری از آسیب های این پدیده موضوع روز محافل علمی و اندیشکده ها و سیاستگذاران است.

۳-۷. ماهیت جهانی شدن

به طور کل باید بررسی شود که ماهیت جهانی شدن چیست و ذاتا از چه چیز صحبت می کند. لازم است بیش از یک تعریف از جهانی شدن، به زوایای ماهوی این پدیده پردازیم.

جهانی شدن حرکت به سوی یک جامعه جهانی واحد است که در آن، قید و بندهایی که بر روابط اجتماعی و فرهنگی سایه افکنده، از بین می رود و گویا عمده تاً یک جامعه و یک فرهنگ و تمدن در سراسر سیاره زمینی مستقر خواهد شد و به تعبیر دیگر، جهان فشرده شکل می گیرد. (بیات، ۱۳۸۶: ۲۴۷) فشرده گی جهان به



معنای در هم آمیختگی اندیشه و کنش در همه عرصه هاست. "رولاند رابرتسون" جهانی شدن را مفهومی می‌داند که به تراکم جهان، تشدید آگاهی درباره جهان به مثابه یک کل (یعنی مردم به این درک برسند که جهان را چونان مکانی واحد بدانند)، وابستگی متقابل در قلمرو جهانی و آگاهی از یک پارچگی جهانی در قرن بیستم اشاره دارد؛ (افروغ، ۱۳۸۷: ۲۵) که ارتباط در این مکان واحد کاملاً متفاوت از جهان های متعدد است.

علی‌رغم همه‌ی اختلاف تعاریف، ویژگی "افزایش ارتباطات جوامع با یکدیگر و افزایش امکان اثرگذاری بر تصمیمات دیگر جوامع" در معرفی جهانی شدن، انکارناپذیر است. از این رو همراه با جهانی شدن درجه‌ی تأثیرپذیری اقتصاد داخلی، فرهنگ بومی و حاکمیت ملی بیشتر از عوامل خارجی است. البته جوامع می‌توانند به تناسب میزان حضور فعال در صحنه جهانی، اثرگذاری بیش‌تری نیز پیدا کنند؛ که کاملاً به نحوه موضع‌گیری، قدرت، مهارت و فعالیت آن‌ها بستگی دارد. (نهایندیان، ۱۳۸۳: ۲۰)

تعریف "آنتونی گیدنز" از جهانی شدن به‌خوبی روشن‌گر نقش و تأثیر عوامل خارجی در امور داخلی کشورها در عصر جهانی شدن است. وی در تعریف جهانی شدن می‌گوید: «تقویت مناسبات اجتماعی جهانی که محل‌های دور از هم را چنان به هم ربط می‌دهد، که هر واقعه، تحت تأثیر رویدادی که با آن فرسنگ‌ها فاصله دارد، شکل می‌گیرد و برعکس». (گیدنز، ۱۳۷۷، ۷۷) بنابراین می‌توان گفت همچنان که "گیدنز" معتقد است، در جهانی شدن، روابط اجتماعی در سطح وسیع عمق می‌یابد؛ به گونه‌ای که فاصله‌ها نامحسوس شده و می‌توان علت وقوع یک حادثه در یک محل را، در منطقه‌ای کاملاً مجزا و دور، جستجو کرد. (نهایندیان، ۱۳۸۳: ۱۹)

کامل‌ترین مرحله جهانی شدن را می‌توان بازسازی کامل روابط و کنش‌های

اجتماعی در گستره‌ی جهانی و پیوند فرد و جامعه در چنین گستره‌ای دانست. در چنین شرایطی هیچ حوزه محلی و حتی خصوصی و شخصی نمی تواند استقلال و انزوای خود را حفظ کند و حتی دورافتاده‌ترین مکان‌ها نیز به‌نوعی تحت تأثیر تحولات محیط جهانی خود قرار می گیرند. (گل محمدی، ۱۳۸۶: ۷۳)

۴-۷. عوامل جهانی شدن

عوامل متعددی منجر به پدیده جهانی شدن شده است. رشد شگفت آور تکنولوژی در اموری مانند حمل و نقل، مخابرات و از همه مهم تر انقلاب انفورماتیک در دهه ۸۰ که جایگاه رفیعی به صنعت رایانه بخشید و در پی آن گسترش شبکه اینترنت، ابزار عملی را جهت پیشبرد این پدیده فراهم ساخت. (مالک، ۱۳۸۲: ۲۴)

شاید بتوان به طور خلاصه عوامل تأثیر گذار در تسریع روند جهانی شدن را در جدول زیر مشاهده کرد؛

عوامل اقتصادی	عوامل فرهنگی و جامعه‌شناختی	روابط سیاسی بین‌المللی
نظام سرمایه داری مدرن	آگاهی جهانی	سازمان‌های بین‌المللی سیاسی
تجارت جهانی	گسترش ارتباطات	روابط سیاسی گسترده
تقسیم کار بین‌المللی	گسترش توریسم	انجمن‌های سیاسی جهانی
شرکت‌های چند ملیتی	تراکم جمعیتی زمین	
وحدت گرایی سازمانی		
بازارهای مالی بین‌المللی		
مهاجرت نیروی کار		

منبع: زاهدی، ۱۳۸۸: ۲۵ (با تغییر)



۷-۵. ویژگی های جهانی شدن

جهانی شدن به عنوان بزرگترین پدیده قرن ویژگی های خاص خود را دارد. آنتونی مک گرو^۱ ضمن تأکید بر بعد ارتباطی جهانی شدن، چند امر را به عنوان ویژگی جهانی شدن مطرح می نماید که عبارت اند از:

۱. فعالیت های سیاسی، اجتماعی و انتقادی بر ماورای مرزهای ملی تأثیر گذاشته و از آن ها اثر می پذیرد.

۲. حجم کنش متقابل افزایش یافته و سیستم جدید جهانی ایجاد می شود.

۳. افزایش شدت و وسعت ارتباطات که به محوشدن فاصله و فشردگی زمان و مکان می انجامد و گسترش ارتباطات موجب می شود که هر کس در کنار زندگی محلی خود، یک صبغی جهانی نیز در زندگی خود احساس کند.

۴. ارتباطات در حال رشد، مسائل جدیدی را در سطح فراملی ایجاد می کند؛ که تنها از طریق همکاری جهانی قابل حل و فصل هستند. معضل مواد مخدر را می توان از جمله این موضوعات فراملی دانست.

۵. شکل گیری شبکه های به هم فشرده که بازیگران ملی را محدود نموده و حاکمیت و خودمختاری آن ها را کاهش می دهد؛ بدین بیان که حجم و شدت ارتباطات، شبکه های به هم فشرده ای را بین دولت ها و نهادهای بین المللی، جوامع، سازمان های غیردولتی و شرکت های چندملیتی ایجاد می کند. این شبکه ها، موجب یک سیستم جهانی می شوند؛ که محدودیت های سیستمی برای فعالیت بازیگران مزبور ایجاد کرده و خودمختاری آن ها را کاهش می دهد. (جاسبی، ۱۳۸۱: ۱۴)

"محمود سریع القلم" نیز پنج امر را به عنوان "بدیهیات بحث جهانی شدن" بیان داشته که از این قرارند:

۱. جهانی شدن یک جریان و فرایند جدید نیست؛ بلکه منطق قانونی آن

نوسازی، یعنی روش بهبود زندگی در مسیر بهره برداری از علم و صنعت است؛ که این منطق، مبتنی بر علم و صنعت و نوآوری بوده و از قرن هفدهم شروع شده است.

۲. جهانی شدن یک سیستم است؛ که از سه زاویه به هم مرتبط اقتصادی، سیاسی و فرهنگی تشکیل شده است. (سریع القلم، ۱۳۸۴: ۲۱)

۳. روابط بین ملت‌ها، دولت‌ها و عموماً نهادها و بازیگران قاعده‌مند است؛ در عصر جهانی شدن روابط میان دولت‌ها و ملت‌ها، جنبه‌ی حقوقی به خود گرفته و در بسیاری از مواقع برای انجام کار باید به قواعد و قوانینی که همگان بدان پای‌بند هستند، رجوع کرد. در این دوران، کشورهایی که از قدرت اقتصادی بیشتری برخوردارند توان قاعده‌سازی بیشتری دارند.

۴. دسترسی سهل و گسترده به اطلاعات و داده‌ها.

۵. افزایش سطح اعتماد به محیط بین‌المللی و پذیرفتن مخاطره و ریسک در تعامل با ملت‌ها، دولت‌ها و نهادها؛ در این دوران پذیرفتن سطحی از مخاطره، اتکای به رایانه و داده‌های دیجیتال و اعتماد کردن به افراد، نهادها، قراردادهای و تاریخ ملت‌ها، زمینه‌های قابل توجهی از همکاری و تعامل را فراهم آورده است. (سریع القلم، ۱۳۸۴: ۲۳)

در کنار این موارد، براساس تعاریف موجود از جهانی شدن، می‌توان گسترش آزادی‌ها در ارتباطات میان‌ملتی و میان‌دولتی، کاهش نقش دولت‌ها در مراودات میان شهروندان و ملت‌ها، عمومی شدن جریان‌های فکری و سیستم‌های تولیدی و مبانی سرمایه‌گذاری غرب، فراتر رفتن سازماندهی تولید و سرمایه‌گذاری و نشر افکار از مرزبندی‌های سنتی، جغرافیایی، قومی و ملی را نیز از وجوه جهانی شدن برشمرد. (همان: ۲۷)



۶-۷. ابعاد جهانی شدن

اگرچه بنابر برخی تفسیرها، جهانی شدن عمدتاً دارای ماهیت اقتصادی است و برخی همچون مانوئل کاستلز^۱ فقط بر بعد اقتصادی جهانی شدن تأکید کرده‌اند، اما نمی‌توان از سایر مؤلفه‌ها و ابعاد جهانی شدن چشم پوشید؛ چراکه جهانی شدن پروژه (یا پروسه) عامی است که ابعاد مختلف حیات انسانی را دربر می‌گیرد و با نمودهای سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی همراه است. (بیات، ۱۳۸۶: ۲۵۲) این مؤلفه‌ها و ابعاد را می‌توان اینگونه برشمرد:

الف) بعد اقتصادی؛ جهانی شدن اقتصاد، توأم با خصوصی‌سازی، آزادسازی تجارت، مقررات زدایی در تجارت، کاهش مالیات‌ها، به حداقل رساندن نظارت دولت، رشد سریع شرکت‌های چندملیتی، گسترش مراکز مالی جهانی، مهاجرت کارگران، تحوّل در حمل و نقل و شبکه‌ی ارتباطات و وابستگی ارزش اقتصاد به تجارت اطلاعات و نه تجارت مواد، می‌باشد. (حجازی، ۱۳۸۲: ۷۳)

ب) بعد سیاسی؛ وجه سیاسی جهانی شدن، کاهش نقش دولت-ملت‌ها و افزایش نقش و اقتدار شرکت‌ها و سازمان‌های فراملی است. در سیاست جهانی، دولت‌های ملی به تدریج کنترل، مدیریت و اختیارات خود را از دست داده و نظارت آن‌ها بر نیروهای داخلی کم‌رنگ می‌شود. عامل این تحقّق جهانی شدن در عرصه سیاست، خود دولت‌ها هستند؛ که از طریق پیوستن ارادی به شبکه‌ها و سازمان‌های فراملی و به ویژه سازمان تجارت جهانی، مبادرت به تضعیف درونی خود کرده و تسلط کشورهای مرکزی بر خود را افزایش می‌دهند. (افروغ، ۱۳۸۷: ص ۲۵)

ج) بعد اجتماعی؛ گسترش سریع مهاجرت‌ها و صنعت توریسم، جهانی شدن الگوهای زندگی و مسایل مشترک جهانی، همگی از نمادهای جهانی شدن اجتماعی محسوب می‌شوند. (بیات، ۱۳۸۶: ۲۵۳)

د) بعد فرهنگی؛ جهانی شدن در بعد فرهنگ شاید از همه ابعاد مهم تر باشد و نتوان به سادگی از کنار آن گذشت. جهانی شدن فرهنگی عبارت از شکل‌گیری و گسترش فرهنگی خاص در عرصه‌ی جهانی است. این فرایند، موجی از هم‌گونی فرهنگی را در جهان پدید آورده و همه خاص‌های فرهنگی را به چالش می‌طلبد. جهانی شدن در عین این که اقتصادی فراملی در عرصه اقتصاد و جامعه‌ای فراملی در عرصه سیاست به وجود می‌آورد، فرهنگی جهانی را نیز شکل می‌دهد. جهانی‌سازی فرهنگی که در برگیرنده‌ی نوعی یکسان‌سازی فرهنگی است، یک فرهنگ مصرف جهانی شده را با رسانه‌های جهانی در دنیا به گردش درمی‌آورد؛ که امروزه آن فرهنگ، با توجه به برتری علمی، فنی و تکنولوژیکی و رسانه‌ای غرب، فرهنگ غربی خواهد بود و از این طریق، شاخصه‌ها و ارزش‌های تجدّد غربی به تمامی دنیا صادر می‌شود.

۸. جهانی شدن فرهنگ

از بعد فرهنگی، جهانی شدن بیشتر بر ناظر بر فشردگی زمان و مکان و پیدایش شرایط جدید برای جامعه جهانی و جهانی شدن فرهنگ است. این بعد از جهانی شدن بر اقتصاد و سیاست تفوق دارد و عمده توجه آن بر روی مشکلاتی تمرکز دارد که فرهنگ جهانی با بهره‌گیری از رسانه‌های جمعی برای هویت ملی و محلی به وجود می‌آورد. مبنای تحلیل طرفداران فرهنگ جهانی بر این اصل مبتنی است که رشد فزاینده فناوری وسایل ارتباط جمعی، اینترنت و ماهواره موجب فشردگی زمان و مکان و نزدیکی فرهنگی کشورها شده و از این طریق یک فرهنگ مسلط در سطح جهانی تشکیل داده‌است. (ویکی پدیا، مدخل جهانی شدن)

فرهنگ فارغ از ملیت، مذهب و هویت با همه انسان‌ها همراه است. از این جهت در روند جهانی شدن، همه بشر در معرض آثار فرهنگی جهانی شدن قرار گرفته‌اند. در قبال این پدیده فرهنگ‌ها واکنش‌های متفاوتی نشان می‌دهند که در جریان‌های فرهنگی شان تأثیر گذار است. می‌توان واکنش‌های فرهنگی به فرایند



جهانی شدن را در قالب سه دسته کلی طبقه بندی کرد: همگونی فرهنگی، خاص گرایی فرهنگی و فرهنگ پذیری.

۸-۱. همگونی فرهنگی

همگونی فرهنگی^۱ عبارت است از نوعی انفعال و استحاله که بر یکپارچه شدن فرهنگی و کاهش تنوع فرهنگی تأکید می کند. (صالحی امیری، ۱۳۸۹: ۱۴۱). یکپارچه شدن و تکنوع شدن فرهنگ را همگونی می گویند که دیگر فرهنگ ها از تفاوت ها و تمایزات سخن نمی گویند بلکه وحدت را به کثرت ترجیح می دهند. این همگونی فرهنگی نتیجه همگرایی فرهنگی است؛

همگرایی فرهنگی، به معنای پیدایی و رشد ویژگی های مشابه فرهنگی در نقاط مختلف، به طور مستقل و بدون ارتباط با یکدیگر می باشد. (ساروخانی، ۱۳۸۰: ۱۷۰) نظریه همگرایی از نظریه های مربوط به فرایند تحول، است که از کلارک کر^۲ و همکارانش است. بر طبق این نظریه، صنعتی شدن نیروی عمده شکل دهنده دنیای امروز است که در راستای آن، جوامع، از برخی جهات به یکدیگر شبیه می شوند. به عقیده او، "منطق صنعت گرایی" باعث می شود توسعه اجتماعی، یک سلسله تغییرات معین در نهادهای اجتماعی را پدید آورد. او فرایندهای اجتماعی و اقتصادی کمک کننده صنعتی شدن را نام می برد. (گیدنز، ۱۳۸۱: ۷۰۱)

همگرایی و همگونی فرهنگی در نهایت منجر به حذف بسیاری از جریان های فرهنگی می شود و فرهنگ ها را در هم ادغام می کند.

۸-۲. خاص گرایی فرهنگی

دومین واکنش به جهانی شدن فرهنگ که در جریان های فرهنگی بروز شدیدی دارد خاص گرایی فرهنگی است.

1. Cultural Assimilation
2. Clark Kerr



خاص گرائی فرهنگی واکنشی به فرایند جهانی شدن است و جهانی شدن چگونگی خاص گرایی فرهنگی را تقویت می کند. در این شرایط بحرانی برخی افراد و گروه ها می کوشند با توسل به منابع و شرایط سنتی هویت ساز، خویشتن را بازسازی کنند. ویژگی های نام برده دلالت براین دارند که خاص گرائی های فرهنگی با نفی و رد تاثیر مخرب جهانی شدن بر هویت سازی سنتی و تاکید بر فراهم کردن شرایط و امکان این نوع هویت سازی، افراد دچار بحران هویت و معنا را جذب و بسیج می کند. (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۲۵۹)

در روند جهانی شدن فرهنگ، بعضی از فرهنگ ها بجای پذیرفتن فرهنگ دیگری، اتفاقاً موضع گرفته و خود را تقویت می کنند. به عبارت دیگر جریان فرهنگی که تا کنون خیلی به خود توجه نکرده بود اکنون برای حفظ خود بیش از پیش می کوشد و در نتیجه به طور خاص تقویت می شود.

۳-۸. فرهنگ پذیری

سومین عکس العمل در مقابل جهانی شدن فرهنگ را ذیل عنوان فرهنگ پذیری دنبال می کنیم.

هماهنگ شدن شخص با رسوم و اخلاق زندگی اجتماعی را فرهنگ پذیری می گویند و دگرگونی هایی که در فرهنگ یک گروه به هنگام تماس با گروهی دیگر پدید می آید، را نیز با این واژه مطرح می کنند. (وثوقی، ۱۳۷۷: ۱۳۲-۱۲۹)

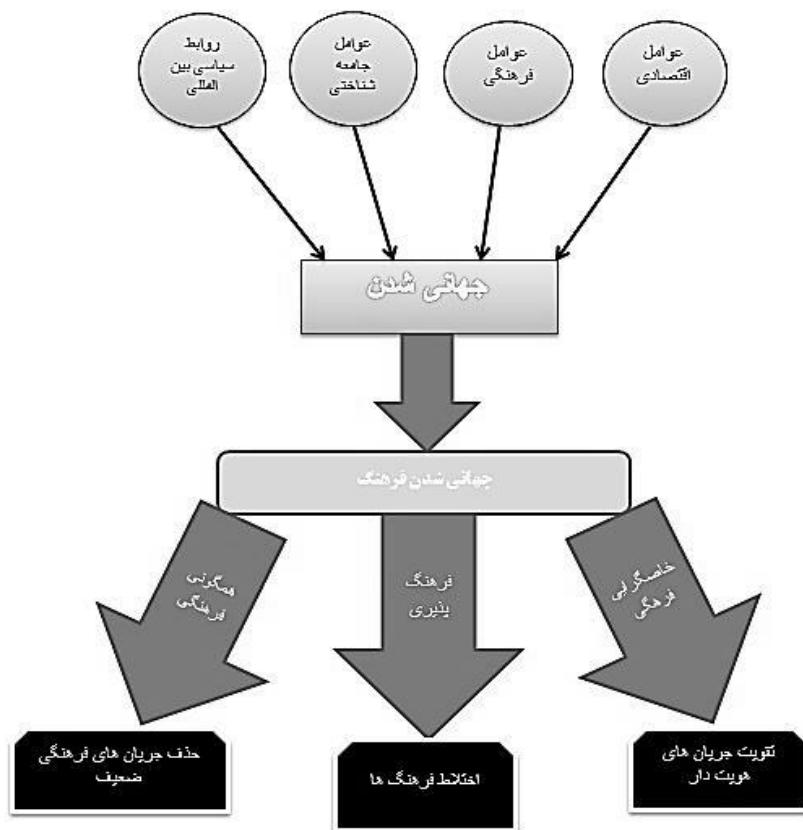
فرهنگ پذیری از رواج پدیده هایی نشئت می گیرد که بر اثر تماس مستقیم و غیر مستقیم بین گروه ها یا افراد با افراد و گروه هایی دیگر از فرهنگ های مختلف به وجود می آید. این اصطلاح در اواخر قرن نوزدهم به مفهوم «عاریت گرفتن فرهنگی»^۱ وارد ادبیات علوم اجتماعی شد. (آشوری، ۱۳۸۰: ۹۹)

جریان های فرهنگی با تأثیر گرفتن از فرهنگ های متعددی که ذیل جهانی

شدن وارد فرهنگ آن ها شده است نمی توانند به طور کامل استقلال خود را حفظ کنند و طبیعتاً بتدریج و در کیفیت های مختلف فرهنگ وارداتی یا تحمیلی را می پذیرند.

۹. جهانی شدن و جریان شناسی فرهنگی

با ذکر مقدماتی که بیان شد می توان گفت جهانی شدن در همه عرصه هایش تأثیرات فراوانی در چگونگی جریان شناسی دارد. به عبارت دیگر جریان شناس فرهنگی در عرصه بین الملل باید به همه ابعاد این تأثیرات توجه کند. شاید بتواند در شکل زیر این رابطه یعنی رابطه جهانی شدن و جریان های فرهنگی را تبیین کرد؛



شکل شماره یک: رابطه جهانی شدن و جریان های فرهنگی

نتیجه گیری

جریان های فرهنگی یکی از مهم ترین حرکت ها و نتایج عینیت یافته فرهنگ است. فرهنگ فارغ از تعریف و عناصرش در جریان های برآمده از آن و در آن فرهنگ شناخته می شود. از طرف دیگر شناخت جریان های فرهنگی بر هر کنشگر فرهنگی چه در شأن عمومی یعنی مردم و چه سیاستگذاران فرهنگی و چه مبلغان فرهنگی مانند مبلغات تبلیغ بین الملل دین ضروری است. هستی شناسی، انسان شناسی، معرفت شناسی، نظام اقتصادی، نظام سیاسی، ارتباطات بین الملل و پدیده جهانی شدن از عوامل موثر در شکل گیری، تغییر و حیات جریان های فرهنگی بیان شد. جهانی شده به عنوان مهم ترین عامل تأثیرگذاری در جریان های فرهنگی بین المللی خود، برآمده از تغییرات اقتصادی کلان، عوامل فرهنگی اجتماعی متعدد و روابط بین الملل است. جهانی شدن سه اثر عمده همگونی فرهنگی، خاص گرایی فرهنگی و فرهنگ پذیری را بر روی فرهنگ بین المللی دارد که منجر به سه اثر متوالی حذف جریان های فرهنگی ضعیف، تقویت جریان های مقاوم و هویت دار و اختلاط فرهنگ ها می شود.



فهرست منابع

۱. افروغ، عماد. (۱۳۸۷). ما و جهانی شدن، تهران: سوره مهر.
۲. آشوری، داریوش. (۱۳۸۰). تعریف ها و مفهوم فرهنگ، تهران: نشر آگه.
۳. بیات، عبدالرسول و دیگران. (۱۳۸۶). فرهنگ واژه ها، قم: اندیشه و فرهنگ اسلام.
۴. جاسبی، عبدالله. (۱۳۸۱). کلیاتی پیرامون جهانی شدن، تهران: دفتر فرهنگ مقاومت.
۵. جعفری، محمد رضا. (۱۳۷۹). فرهنگ نشر نو، تهران: نشر آگه.
۶. جهاننگلو، رامین. (۱۳۷۳). مفهوم فرهنگ در آینه امروز، نشریه کیان، سال چهارم، خرداد ۷۳، مسلسل ۳۴/۱۹.
۷. حجازی، محمدحسن. (۱۳۸۲). جهانی شدن و دین (مجموعه مقالات)، تهران: روزنه.
۸. خسرو پناه، عبدالحسین. (۱۳۸۹). جریان شناسی ضد فرهنگ-ها، نشر تعلیم و تربیت اسلامی.
۹. دهباشی، مهدی. (۱۳۹۰). فرهنگ جامع اصطلاحات فلسفی؛ نشر ریسمان.
۱۰. راجرز، اورت. (۱۳۸۷). تاریخ تحلیلی علم ارتباطات، غلامرضا آذری، تهران: دانژه.
۱۱. زاهدی مازندرانی، محمد جواد. (۱۳۸۸). نقش سازمان های غیردولتی در توسعه پایدار، تهران: مازیار.
۱۲. زورق، محمدحسن. (۱۳۸۶). ارتباطات و آگاهی، تهران: انتشارات دانشکده صدا و سیما.
۱۳. ساروخانی، باقر. (۱۳۸۰). درآمدی بر دائرةالمعارف علوم اجتماعی، تهران: کیهان.
۱۴. سریع القلم، محمود. (۱۳۸۴). ایران و جهانی شدن، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
۱۵. شجاعی زند، علیرضا. (۱۳۸۲). جهانی شدن و دین و متدها و چالش ها (مجموعه مقالات)، قم: دبیرخانه دین پژوهان کشور.
۱۶. صالحی امیری، رضا و محمدی، سعید. (۱۳۸۹).؛ دیپلماسی فرهنگی، تهران: ققنوس.
۱۷. طالقانی، سیدعلی. (۱۳۸۲). ترمینولوژی جریان شناسی فرهنگی، نشریه حوزه، شماره ۱۱۹.
۱۸. عادل عبدالحمید علی. (۱۳۷۹). «جهانی شدن و آثار آن بر کشورهای جهان سوم»، اطلاعات سیاسی اقتصادی، ش ۱۵۵، ۱۵۶.
۱۹. گل محمدی، احمد. (۱۳۸۶). جهانی شدن، فرهنگ، هویت، تهران: نی.
۲۰. گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۷). جامعه شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.

۲۱. گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۷). پیامدهای مدرنیته، محسن ثلاثی، تهران: مرکز.
۲۲. لزلی، جانسون. (۱۳۷۸). منتقدان فرهنگ، ترجمه ضیاء موحد، تهران: طرح نو.
۲۳. مالک، محمد رضا. (۱۳۸۲). «جهانی شدن اقتصاد»، موسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر.
۲۴. محکی، علی اصغر. (۱۳۸۰). رسانه‌های جهان گستر و روابط بین‌الملل، تهران: فصلنامه پژوهش و سنجش ۲۵.
۲۵. مرقاتی، سید طه. (۱۳۸۲). «جهانشمولی و جهانی سازی»، مجمع تقریب مذاهب اسلامی.
۲۶. معلمی، حسن. (۱۳۸۰). نگاهی به معرفت شناسی در فلسفه غرب، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۲۷. معین، محمد. (۱۳۸۹). فرهنگ فارسی، نشر بهزاد.
۲۸. مهدی پور، فرشاد. (۱۳۹۳). گونه شناسی جریان شناسی های فکری - فرهنگی در ایران معاصر، فصلنامه دین و سیاست فرهنگی / شماره دوم.
۲۹. نهاوندیان، محمد. (۱۳۸۳). ما و جهانی شدن، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات زندگی.
۳۰. واعظی، احمد. (۱۳۷۷). انسان از دیدگاه اسلام، تهران: سمت.
۳۱. وثوقی، منصور و علی اکبر نیک خلق. (۱۳۷۷)، مبانی جامعه‌شناسی، تهران: خردمند.
۳۲. وحد، مجید. (۱۳۸۶). جهانی شدن و دین فرصت‌ها و چالش‌ها، نشر بهینه.
۳۳. هالینگ دیل، رجینالد. (۱۳۸۷). در تاریخ فلسفه غرب، ترجمه عبدالحسین آذرنگ. تهران: انتشارات ققنوس.



