

جهانی-محلی شدن، ارزش ها و هویت فرهنگی

دکتر ستار صادقی ده چشمه^۱

چکیده

جهان-محلی شدن، رشد عرصه‌ی جهانی با 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. آنچه مسلم این است که ورود رسانه‌ها و وسایل ارتباطی جدید مانند اینترنت، موبایل و تجهیزات و امکانات ارتباطی دیگری که فراهم ساخته، فضای فرهنگی همه‌جوامع را تحت تأثیر خود قرار داده است. یکی از پیامدهای این پدیده، جهان-محلی شدن است. در این مقاله با استفاده از روش اسنادی و بررسی نظریه‌ها و دیدگاه‌های معتبر در این زمینه، تأثیر جهان-محلی شدن بر هویت و ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته است. برآیند این بررسی نشان می‌دهد که، بومی-جهانی شدن، بر حفظ هویت بومی و ملی تأکید می‌کند. نگاه بومی‌گرایی که موجب غلبه‌ی خود بر دیگری و یا هضم دیگری در خود می‌شود، بر نوعی فرایند عقلانیت‌گرایی انتخاب‌گر تأکید می‌کند. این نوع بومی-جهانی‌گرایی، نه تنها از مواجهه با سایر فرهنگ‌ها هراس ندارد بلکه همچون ثروتمندی مقتدر در مواجهه با دیگران، بر بالندگی و تجربه‌ی خود می‌افزاید. در این مسیر، همچنان هویتی که از بدو تولد گرفته اند تداوم می‌یابد، هرچند شدت و حدت آن کمی کاهش یابد. هویت ایرانی ناشی از زمینه‌های چند بعدی خانوادگی نیز در عصر جهانی شدن یک هویت چند بعدی است.

کلمات کلیدی:

^۱ استادیار گروه جهانگردی دانشگاه شهرکرد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه

جهانی شدن، ارزش ها، محلی گرایی، هویت فرهنگی، جهان - محلی

مقدمه

با وجود تاکیدات مکرر بر جهانی شدن و جهانی سازی و همه تعابیر مشابه مبنی بر اینکه جهان در حال نزدیک شدن و یک کاسه شدن است، چیزی که در تئوری های تقریب^۱، توسط کر و دیگران مورد توجه قرار گرفت یا در بحث دهکده جهانی مک لوهان به آن اشاره شده، باز شاهد هویت های محلی در عصر جدید هستیم به عبارتی هویت های بومی و محلی تحت تاثیر این فرایند یا پروژه قرار نگرفته یا اگر تحت تاثیر بوده ولی همچنان هویت های محلی تداوم می یابد. این پدیده یا نتیجه نگرانی از گسترش روز افزون فضای مجازی و وسایل ارتباطی چون موبایل، اینترنت و ... است و یا توجه و گرایش به فرهنگ های بومی، ظرفیت دینی و ارزشی محل خودشان است. امروزه جهانی شدن یکی از مهم ترین مباحث علوم انسانی، به خصوص جامعه شناسی به شمار می رود. در واقع، جهانی شدن به عنوان یک پدیده ی رو به رشد فراگیر، تمامی جنبه های مختلف زندگی از جمله عرصه های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی را تحت تاثیر قرار می دهد. علاوه بر این، مسئله ای که باید به آن توجه کرد این است که پدیده ی جهانی شدن یک پدیده ی چند بعدی است. از طرف دیگر جهان - محلی شدن، رشد عرصه ی جهانی با ارزش های محلی را در زندگی روزمره مدیریت می کند. هدف جهان - محلی شدن، تثبیت ارزش های 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 بپردازند، اجتماعات محلی نقش مهمی در توسعه و حفاظت سیاست های جهانی بر عهده خواهند گرفت (اختر محقی، ۱۳۸۶: ۹۱).

«فرهنگ نیز به حوزه ای بسیار پیچیده و بحث آفرین تبدیل شده است، زیرا زمانی که فرهنگ های جهانی در درون فرهنگ های محلی رخنه کنند، پیکربندی های جدیدی ظهور می یابد که هر دو قطب (جهانی و محلی) را در هم ترکیب می کند و هویت های دو رگه و جدید محلی پدید می آید (اختر محقی، ۱۳۸۵: ۳۰)». با نگاه به مولفه های هویتی در جامعه کنونی آن در خواهیم یافت که

^۱. Convergence thory

هویت ایرانی، هویتی چند پایه است و بر عواملی چون سرزمین مشترک، تاریخ مشترک، ادبیات مشترک، دین مشترک، آداب و منش مشترک استوار است. هر ایرانی که در یک عامل از عوامل بالا با ایرانی دیگر شریک نباشد، در دیگر عوامل با او و دیگر ایرانیان شریک است. اگر چه هویت فرهنگی یک جامعه مدیون تمامی اجزاء و عناصر موجود در فرهنگ آن جامعه است. اما نمی توان انکار کرد که این هویت بخشی در برخی از عناصر یک فرهنگ حضور قوی تری دارند. در واقع عناصری از فرهنگ در سطح مقطعی از زمان، به عنوان نمادهای نهادهای هویت یک ملت متجلی شده و خود را عیان می سازد.

در دنیای امروز، هویت فرهنگی و ملی را دیگر نمی توان مثل برخی از هویت های موروثی در نظر گرفت، حتی اگر پذیرفته شود که همواره از طریق این میراث، انطباق فرد با جامعه خویش صورت می گیرد. به عبارتی دیگر، اکنون همچون سایر زمینه های اجتماعی، معیار موروثی بودن، دیگر در دنیای امروز مشروعیت بخش و معتبر نیست و هویت فرهنگی نیز همچون سایر زمینه ها به وجوهی عطف می کند که اکتسابی بوده و نسل ها در طی تجربه کنونی شان در فضای جهانی - محلی شدن به آفرینش و بازآفرینی آن مبادرت می ورزند. با وجود تایید تاثیرات همه جانبه جهانی شدن، بر فرهنگ و نهادهای اجتماعی مثل خانواده مبنی بر اینکه در این فرایند یا پروژه نقش خانواده بسیار کم رنگ خواهد شد، این وضعیت در جامعه ایرانی چگونه است؟ مقاله حاضر با تلقی جهانی شدن به عنوان روندی تاریخی و دگرگونی مفهومی که تغییرات و تحولاتی را در برداشت ها، باورها، اندیشه ها و سلیقه ها به همراه دارد و دامنه آن هویت فرهنگی را نیز فرا گرفته است، در پاسخگویی به این سؤال اصلی است که با نگاهی به ارزش ها و روندها، جهانی شدن چه تأثیری را بر هویت فرهنگی افراد خواهد گذارد؟

جهانی شدن^۱

«جهانی شدن معادل واژه انگلیسی Globalization است. مالکوم واترز از متفکران و صاحب نظران جهانی شدن معتقد است واژه هایی چون Globalization، Globalize، Globalizing از

^۱. Globalization

دهه ۱۹۶۰ رواج یافته است (اخترمحققی، ۱۳۸۶: ۱۱). «واترز جهانی شدن را چنین تعریف می کند: جهانی شدن فرایندی اجتماعی است که در آن قید و بندهای جغرافیایی که بر روابط اجتماعی و فرهنگی سایه افکنده، از بین می رود و مردم به طور فزاینده از کاهش این قید و بندها آگاه می شوند. رونالد رابرتسون جهانی شدن را، عام شدن خاص و خاص شدن عام می داند چرا که جنبه های کلان زندگی با وجه محلی یعنی جنبه های فرد برخورد می کنند. در این تقابل، خود (هویت فردی) و جوامع ملی از یک سو با بشریت (به عنوان یک کل) و نظام جهانی جوامع از سوی دیگر رودررو قرار می گیرند (اخترمحققی، ۱۳۸۶: ۱۲).» «بسیاری از نویسندگان، ویژگی های اصلی عصر جهانی شدن را در مفاهیمی چون: ظهور دهکده‌ی الکترونیک جهانی، پیدایش قبیله‌ی جهانی، انقلاب اطلاعاتی، فشردگی زمان و مکان، گسترش جهان-آگاهی، پایان جغرافیا، عصر سیبرنتیک، افزایش وابستگی و درهم تنیدگی جهانی و پهناورتر شدن گستره‌ی تاثیرپذیری و تاثیرگذاری کنش های اجتماعی تلخیص کرده اند (بخشی شیخ احمد و بهاری، ۱۳۸۷: ۸۶)

همان طور که واترز (۱۹۹۵) اشاره کرده لغت جهانی^۱ از چهارصد سال پیش تاکنون مورد استفاده محققان با دیدگاه‌های متفاوت بوده است. اگر چه از لفظ جهانی شدن از حدود ۱۹۶۰، استفاده شده است. «فرهنگ لغات وبستر»، در سال ۱۹۶۱، نخستین لغت نامه‌ای بود که در آن لفظ جهانی شدن را تعریف کرده بودند، اما مفهوم جهانی شدن از نیمه دهه ۱۹۸۰ به مثابه یک بحث علمی جدی مورد توجه و مطالعه محققان قرار گرفته است (رابرتسون، ۱۳۸۳: ۸). به طور کلی جهانی شدن به معنای جهان گیر شدن مقوله‌های مادی و معنوی است که در قلمروهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی معنای متفاوتی پیدا می کند. اگر چه جهانی شدن در عالم نظریه‌های فلسفی و اجتماعی تاریخ کهنی دارد که مباحث آن را در جهان شهرهای افلاطون و مدینه فاضله‌های فارابی نیز می توان پی گرفت؛ ولی جهانی شدن به مفهوم جدید محصول ظهور «صنعت ارتباط جهانی»^۲، که منعکس کننده «ارتباطات همزمان جهانی»^۳ است. از نظر وبستر (۲۰۰۵) ما در حال ورود به جامعه اطلاعاتی^۴ هستیم. متفکران اجتماعی معاصر از زوایای گوناگون جهانی شدن را تعریف کرده‌اند: جیمسون

^۱ . Global

^۲ . Global Communication Industry

^۳ . Instantaneous Global Communication

^۴ . Information society

(۱۹۹۸) با دیدگاه فلسفی به تحلیل جهانی شدن پرداخته است؛ نگ چونگ (۱۹۹۸) گفتمان جهانی را بررسی کرده است و مفاهیم ابزاری جهانی شدن جنبه دیگری است که مورد توجه بسیاری از جامعه‌شناسان ارتباطات قرار گرفته است (فریدمن ۱۹۹۵، هلد ۱۹۹۸، گیدنز ۱۹۹۹)، جودی (۲۰۰۰) در مقاله اخیر خود از جهانی شدن در قلمرو حقوق بحث می‌کند، که البته آن را با حقوق بین‌الملل متمایز می‌نماید. گیدنز (۱۹۹۹) جهانی شدن را مجموعه‌ای از انتقال در حوزه زندگی، عواطف و روابط انسان‌ها با یکدیگر می‌داند و معتقد است به همان میزان که انتقال صورت می‌گیرد، وضعیت عاطفی و احساسی ما در حوزه عمل زندگی تغییر می‌کند. رابرتسون (۱۹۹۴) به باور گیدنز (۲۰۰۶) جامعه جدید تحت تاثیر امواج جهانی قرار گرفته و ساخت یابی در تمام سطوح آن در جریان است و بازاندیش سنت‌ها، تسریع شده. در جامعه جدید فردیت روز به روز بیشتر می‌شود و شکل‌های کهن همبستگی، رنگ می‌بازد. لذا باید اعتماد، فعالانه بازسازی شود. و این امر با گفتگو امکان‌پذیر است. همزیستی با دیگران از طریق مدارای متقابل از راه گفتگو در یک فضای عمومی و از سطح خانواده تا سیاست‌های جهانی را در بر می‌گیرد. (گیدنز، ۲۰۰۰) جامعه‌شناسان سیاسی به مفهوم قدرت در مدار جهانی پرداخته‌اند (من ۱۹۸۶ و ۱۹۹۶، هلتون ۱۹۹۶). گروه دیگری هم هستند که حوزه‌های اقتصاد جهانی را مطالعه کرده‌اند (واترز ۱۹۹۵، هلد و همکاران ۱۹۹۸، کاستلز ۱۹۹۴ و ۱۹۹۶) و در نهایت فرهنگ‌گراها، ابعاد فرهنگی جهانی شدن را بسط و گسترش داده‌اند (عاملی، ۱۳۸۰: ۱۶۰). که در این رویکرد، به دین و ارزش‌های اخلاقی نیز پرداخته می‌شود.

بعد «سخت‌افزاری» جهانی شدن تابع صنعت و تکنولوژی جهانی ارتباطات است. در واقع تمامی صنایع و تکنولوژی که امکان دسترسی همزمان به آنها وجود دارد، مثل تلکس، تلفن، فاکس، اینترنت، رادیوها و تلویزیون‌های جهانی (ماهواره‌ای) اجزای این صنعت به شمار می‌آیند. و بعد «ترم‌افزاری» جهانی شدن مربوط به محتوا و در واقع داده‌هایی است که بر سخت‌افزار اشاره شده غالب می‌شود و اطلاعات در گردش آن را تشکیل می‌دهد. جهانی شدن را می‌توان از دیدگاه «پروسه‌ای» به مثابه یک روند طبیعی متکی بر تکنولوژی ارتباطات نیز تحلیل نمود و همین‌طور با چشم‌انداز «پروژه‌ای» آلبرو (۱۹۹۶) بررسی کرد. ساحت پروسه‌ای جهانی شدن به تنهایی

حکایت از ورود جامعه بشری به «دوره جدید»^۱ می‌کند. متمایزکننده‌ترین مشخصه این دوره، در مقایسه با دوره مدرنیته، شیشه‌ای شدن مرزهای جغرافیایی و تو در تو شدن فرهنگ‌ها و تأثیر و تأثر نظام‌های سیاسی به صورت همزمان بر یکدیگر است. این روند، به طور قطع، تغییرات بنیانی در کل ساختارهای بومی جامعه مدرن قدیم ایجاد خواهد کرد و بسیاری از مؤلفه‌های امنیتی، کنترل اجتماعی، روابط فرهنگی و سیاسی بومی و بین‌المللی را تغییر خواهد داد. بعد پروژه‌های جهانی شدن، حاکی از روند هدایت شده به سمت «آمریکایی کردن جهان»^۲ و «آمریکابگرای»^۳ و «آمریکا مرکزی»^۴ است. آبرو در کتاب «عصر جهانی»^۵ خود می‌نویسد، ال گور رئیس کمپ انتخاباتی کلینتون، در سال ۱۹۹۲، برای اولین بار تحلیل دقیقی از دیدگاه جهان محوری آمریکا را مطرح کرد. او در بحث خود که تبدیل به کتابی با عنوان «توازن زمین»^۶ شد، با استناد به مفهومی حقوق بشری در خصوص ضرورت حفظ محیط زیست، به دیدگاه جدیدی از مقوله قدرت جهانی تأکید می‌کند. او می‌گوید، تخریب محیط زیست در هر کجای جهان ولو در سرزمین آمریکا نباشد، می‌تواند ضایعاتی را برای سرزمین آمریکا در پی داشته باشد، از این دیدگاه، همه زمین، یک سرزمین بومی فرض شده است و کنترل جهان با استناد به حفظ محیط زیست منشأ سیاست جدید برای دولتمردان آمریکا شده است. این دیدگاه به مثابه یک پروژه سیاسی و یا یک دکترین جدید سیاسی، مقوله جهانی شدن، پروژه‌های را معنا می‌بخشد. در واقع همه نظریه‌هایی که به تحلیل آمریکایی کردن جهان می‌پردازند، ناظر بر این معناست. این دیدگاه در واقع برای شهروندی دولت-ملت‌ها چالش‌هایی را نیز در پی خواهد داشت و این چالش ناشی از تراحم منافع و حوزه اقتدار قدرت جهان محوری و قدرتهای ملی خواهد بود (آبرو ۱۹۹۶، ص ۷۱ به نقل از عاملی، ۱۳۸۰: ۱۷۰).

ظهور تکنولوژی پیشرفته ارتباطات نقش اصلی را در به وجود آوردن جامعه شبکه‌ای جهانی^۷ داشته است. گویی یکی از نتایج مهم شبکه‌ای شدن ارتباطات اجتماعی در مقیاس محلی و جهانی تحول

1 . New Age

2 . Americanization of the World

3 . Americanism

4 . Americo-centrism

5 . The Global Age

6 . Earth in the Balance

7 . Global Network Society

مفهوم زمان و مکان است. بر این اساس مهم نیست که یک فرد در کجا زندگی می‌کند، کل جامعه انسانی در حیطه و قلمرو «صنعت جهانی ارتباطات» می‌باشد. این تحول صنعتی جغرافیای جهان را در فضای مشترک واحدی قرار داده است. صنایع ارتباطی مثل تلفن، اینترنت، رادیوهای بین‌المللی، تلویزیون‌های ماهواره‌ای جهانی و صنعت ارتباطات، همراه با پیشرفت صنایع نقلیه تندرو، موجب به وجود آمدن نیرو و قدرت جدیدی در جامعه جهانی شده است به نام «نیروی جهانی»^۱، این نیروی جدید در تعامل با «منابع بومی و محلی» قرار گرفته است. تعامل بین عوامل بومی و عوامل جهانی ساختارها و نهادهای بومی را گرفتار نوعی بازسازی جبری کرده است. صنعتی شدن و فرایند تجدد بعنوان مبنای جهانی شدن همه ابعاد زندگی را در نوردید تا جایی که تافلر در موج سوم از خانواده آینده که خانواده اکنون باشد بر اثر ورود کامپیوتر و رسانه‌ها در خانه، تحت عنوان کلبه الکترونیک یاد می‌کند. اکنون بیشتر از آنچه تافلر پیش‌بینی کرد اتفاق افتاد. هجوم انواع و اقسام وسایل الکترونیکی و رسانه‌ای به خانه، معنای جدیدی به خانه بخشیده است که کالا با خانواده گذشته متفاوت است. روند تغییرات نیز نشان می‌دهد که این روند تداوم یافته و احتمالاً خانواده‌ها یا چیز دیگری که شبیه به خانواده باشد یا بخش‌هایی از آن را برعهده بگیرد شکل خواهد گرفت. در هر صورت خانواده تغییرات بنیادی خواهد یافت. خانواده‌ای که به تعبیر کنت، سلول جامعه تلقی می‌شود احتمالاً در آینده با فروپاشی مواجه شود. چیزی که فوکویاما الان در غرب می‌بیند. در آن زمان حتی هویت‌های مبنایی فرزندان هم که زمانی در خانواده و گروه اولیه شکل می‌گرفت، از جاهای مختلفی نشأت بگیرد یا اصلاً شکل نگیرد. مهم نباشد که کی هستی و از کجا آمده‌ای. شاید مهم این باشد که انسانی یا یکی هستی مثل دیگران.

بدین سان با توجه به تعاریف و تعابیر مختلف، منظور از جهانی شدن این است که دنیا در حال کوچک شدن است! پس می‌توان گفت به این مفهوم دوگانه «امر جهانی» محلی‌تر از امر محلی باشد. با توجه به گستردگی و با فرض پذیرش جهانی شدن بعنوان یک پروسه، خانواده بعنوان اولین نهاد اجتماعی همچون دیگر نهادهای اجتماعی در معرض عوارض و اثرات موجهای جهانی شدن قرار دارد. گسترش خانواده‌های هسته‌ای و تک‌نفره، ورود ابزار الکترونیک و رسانه‌ای در خانواده، و دیگر عوارض

^۱. Global Force

صنعتی شدن و جهانی شدن، خانواده را نیز متأثر ساخته و این اثرات بر ابعاد ذهنی افراد در خانواده موثر بوده و به تبع خود در ایجاد تغییر نگرش ها نسبت به خانواده در جهت کم اهمیت جلوه دادن آن نقش داشته ولی با این همه هنوز خانواده اولین نهاد اجتماعی است و افراد با ورود در آن هویتشان تعیین می شود و به نظر می رسد با توجه به فرهنگ و مذهب ایرانیان این نهاد با وجود همه مشکلات در عصر جهانی شدن به بقایش ادامه دهد. از این روی مصداقی در جهت همین جهان - محلی است.

جهان - محلی شدن

جهان محلی شدن را، رابرتسون (۱۹۹۵) از اصطلاح ژاپنی دوچاکیوک که به معنای زیستن در زمین خویش است و ریشه در فعالیت های کشاورزی دارد و منعکس کننده ی تطبیق فنون زراعی خویش با شرایط محلی است را برای تعریف (بومی - جهانی بودن) استفاده کرد. او مفهوم محلی - جهانی شدن را برای بیان تناقض های موجود در نگاه جهانی شدن محض بیان کرده است. او می گوید حتی مسئولان تجارت ژاپن، اصطلاح دوچاکیوک را به معنای «محلی شدن جهانی» یا نوعی جهان گرایی منطبق با شرایط محلی گرفته اند. این نگرش در یک نگاه آلمانی به فرهنگ و تمدنی که فرهنگ را یک امر بومی و تمدن را یک امر جهانی می بیند، ظهور می یابد. از نظر رابرتون بحث از جهانی - محلی شدن اختصاص به دوره ی حاضر ندارد بلکه به نوعی به دوره ی ظهور ملی گرایی اروپا برمی گردد. او با اشاره به تحقیق گرین فلد (۱۹۹) می گوید، به استثنای ملی گرایی انگلیسی، تکوین همه ی موارد هویت ملی در کشورهای مثل فرانسه، آلمان، روسیه و آمریکا در یک تعامل بین المللی شکل گرفته است و در واقع، این مواجهه فرهنگ های متفاوت بوده است که یک حس ملی را برجسته کرده است. اساساً ظهور امر محلی در مقابل امر جهانی، خاص گرایی در مقابل عام گرایی و یا امر قبیله ای و قومی در مقابل امر بین المللی، نموده های شکل گیری این تعامل است (عاملی، ۱۳۸۵: ۱۹-۲۰).

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. جهان - محلی شدن واژه ای دو رگه از جهانی شدن و محلی شدن

است. جهان - محلی به شخص، گروه، بخش، واحد، سازمان^۱ و اجتماعی مربوط می شود که آرزو دارد و می تواند جهانی فکر کند و محلی عمل کند. (رابرتسون، ۱۳۸۳: ۲۱۶). «از دهه ی 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. این نوع از تجارت تا حد زیادی مستلزم ساختن مصرف کنندگان هرچه بیشتر تفکیک شده و ابداع انواع سنت های مصرف است. از جمله شرکت های معروفی که در این زمینه موفق عمل کرده است می توان به Wall-Mart اشاره کرد (بخشی شیخ احمد و بهاری، ۱۳۸۷: ۹۰). «مدل اجتماعی جهان - محلی شده نیز با مدل های اجتماعی سنتی تفاوت دارد. شبکه های جهان - محلی شده در عین ارتباط با یکدیگر، از شبکه های پیشین موجود در جامعه مستقل تر عمل می کنند. در این مدل، مردم و مکان ها به یکدیگر متصل هستند و ارتباطات مکان به مکان است. مردم بیشتر در خانه ی خود به کار می پردازند، ولی در عین حال از طریق مسافرت های هوایی و امکانات تکنولوژیکی از قبیل پست الکترونیکی، با یکدیگر ارتباط برقرار می کنند. در این نوع از شبکه ی اجتماعی، نزدیکی اجتماعی لزوماً به معنی نزدیکی فیزیکی/مکانی نیست

با توجه به مشکلاتی که جهانی شدن در پی داشت بنابراین جهان محلی شدن حاصل آن بوده. «جهان - محلی شدن پاسخی است به مشکلات به وجود آمده برای جهانی شدن. همانطور که از واژه های محلی و جهانی می توان برداشت کرد، جهان - محلی شدن، رشد عرصه ی جهانی با ارزش های محلی را در زندگی روزمره مدیریت می کند. هدف جهان - محلی شدن، تثبیت ارزش های 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 بپردازند، اجتماعات محلی نقش مهمی در توسعه و حفاظت سیاست های جهانی بر عهده خواهند گرفت (اخترمحققی، ۱۳۸۶: ۹۱). «رومان (۲۰۰۶) انواع کاربردها یا مواد مصرف مفهوم جهان - محلی شدن را که به نوعی مزیت های آن به شمار می روند، را این گونه خلاصه می کند:

۱. جهان - محلی شدن به طور دائم میان جهانی و محلی در حال حرکت است؛

^۱. organization

۲. خمیرمایه‌ی 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 پایه‌ی اصول جهانی عرضه شوند.

۴. در جهان- محلی شدن، تولید و عرضه‌ی محصولات تجاری در گستره‌ی 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.

نتیجه‌ی اعمال همه‌ی 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 (همان، ۹۱)

«برخی از فرهنگ‌ها در برابر فرهنگ جهانی یا سایر فرهنگ‌ها موضعی انفعالی از خود نشان داده، به آسانی مستحیل می‌شوند، برخی دیگر موضع ستیزه‌جویانه اتخاذ می‌کنند؛ شماری از فرهنگ‌ها نیز به همزیستی مسالمت‌آمیز تن داده و تعدادی هم گفتگو و تعامل را پیش می‌گیرند. طبیعی است که ارزش‌های فرهنگی سست و ناکارآمد، همانند ظرفیت‌های فیزیکی و اقتصادی ضعیف، صرفاً موضعی انفعالی اتخاذ کرده و دوام نخواهند آورد، درحالی که ارزش‌های فرهنگی اصیل و متعالی همانند ظرفیت‌های طبیعی و اقتصادی کارآمد، در مواجهه با چالش‌های فرایند جهانی شدن، تقویت می‌شوند؛ رشد می‌کنند و جایگاه خود را می‌یابند (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۱۲۶).»

«بین فرهنگ محلی و فرهنگ جهانی همواره نوعی جدل برقرار است. در واقع، منظور از واژه‌ی جهان- محلی شدن، در وهله‌ی اول امکان تبادل فرهنگی و همزیستی است که نتیجه‌ی منطقی جهانی شدن می‌باشد. جهان- محلی شدن؛ یعنی جهانی‌اندیشیدن و محلی‌زندگی کردن. جهانی‌را می‌توان بیانگر تهدید همگون شدن فرهنگ‌ها تلقی نمود در حالی که محلی، بر تفاوت‌های خاص،

مقید به مکان، سنتی و اصیل در شیوه های زندگی تاکید می ورزد (نش، ۱۳۸۴: ۱۱۰). «در واقع فرهنگ های محلی محکوم به آزادی اند و مشارکت جهانی آنها تا حد زیادی، به ویژه به لحاظ سیاسی، دست کم گرفته شده است (رابرتسون، ۱۳۸۴: ۲۳۱).»

«گیدنز دگرگونی محلی را به عنوان بسط جانبی روابط اجتماعی در پهنه ی زمان و مکان قلمداد کرده، آن را به عنوان بخشی از فراگرد جهانی شدن تلقی می کند. 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 تفاوت های اجتماعی به واسطه ی توسل به ارزش های عام، گسترش می یابد. بر خلاف نظر پژوهشگران معتقد به همگون سازی فرهنگی، در خاص کردن امر عام کالاهای فرهنگ جهانی معمولا رنگ و بوی بسترهای فرهنگی خاصی را که در آنجا مصرف می شوند به خود می گیرند. لذا مردم نه تنها خاصیت خود را در پوششی عام عرضه و توجیه می کنند، بلکه از امور و قواعد عام هم تعبیرهای خاص می سازند. به عبارتی؛ فرهنگ های خاص با فرهنگ های عام جهانی وارد داد و ستدی پیچیده می شوند تا در عین حفظ خاصیت خود، از مزایای فرهنگ جهانی نیز بهره مند شوند (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۱۴۳-۱۴۵).»

هویت^۱

«دو معنای اصلی هویت، تمایز و تشابه مطلق است. جنکینز هویت را این گونه تعریف می کند: هویت ریشه در زبان لاتین و دو معنای اصلی دارد. اولین معنای آن مفهوم تشابه مطلق را بیان می کند؛ این با آن مشابه است. معنای دوم آن تمایز است که با مرور زمان سازگاری و تداوم را فرض می گیرد. به این ترتیب، به مفهوم شباهت از دو زاویه مختلف راه می یابد. مفهوم هویت، همزمان میان افراد یا اشیاء دو نسبت محتمل برقرار می سازد؛ شباهت و تفاوت. هویت داشتن یعنی یگانه بودن، ولی از دو جنبه متفاوت: همانند دیگران بودن در طبقه خود و همانند خود بودن در گذر زمان (جنکینز، ۱۳۹۱: ۵).»

مفهوم هویت در جامعه شناسی مفهومی چندبعدی است و می توان به چند طریق درباره آن بحث کرد. به بیان کلی، هویت به درک و تلقی مردم از این که چه کسی هستند و چه چیزی برایشان معنادار

¹ . identity

است مربوط می‌شود. این درک و تلقی در پیوند با خصوصیات معینی شکل می‌گیرد که بر سایر منابع معنایی الویت دارند. جامعه‌شناسان اغلب از دو نوع هویت سخن می‌گویند: هویت اجتماعی و هویت شخصی. این شکل‌های هویت فقط از نظر تحلیلی از هم جدا و متمایز می‌شوند اما در واقع پیوند تنگاتنگی با یکدیگر دارند.

«هویت اجتماعی به معنای ویژگی‌هایی است که از طرف دیگران به یک فرد نسبت داده می‌شود. این ویژگی‌ها را می‌توان نشانه‌هایی تلقی کرد که نشان می‌دهند هر شخص معینی، اساساً چه کسی است. در عین حال، این ویژگی‌ها شخص مذکور را به افراد دیگری مربوط می‌کند که همین خصوصیات و کیفیات را دارند. همچنین هویت‌های اجتماعی بعد جمعی دارند. آن‌ها مشخص می‌کنند که افراد چگونه و از چه نظر «شبيه» دیگران هستند. اگر هویت‌های اجتماعی نشان‌دهنده شیوه‌های همسانی افراد با دیگران هستند، هویت شخصی، ما را به‌عنوان افرادی جدا و مجزا از یکدیگر متمایز می‌کند. هویت شخصی به معنای رشد و تکوین شخصی است که از طریق آن ما معنای یگانه و منحصر به‌فردی از خویش‌مان و مناسبت‌مان با جهان پیرامون خود خلق می‌کنیم (گیدنز، ۱۳۸۶: ۴۶).»

با توجه تعاریف صورت گرفته از هویت، می‌توان نتیجه گرفت که هویت برساخته‌ای اجتماعی است. کیفیتی ثابت یا ذاتی نیست، بلکه ساخته می‌شود و سپس در تعامل با دیگران تغییر می‌کند. دوم این‌که هویت توأم با احساس تعلق است. جزء ذاتی این‌که بدانیم چه کسی هستیم عضویت در گروه یا گروه‌های اجتماعی است که از اعضای شبیه به یکدیگر تشکیل شده‌اند. سوم این‌که مسئله هویت به تفاوت ما با دیگران نیز مربوط می‌شود. بخشی از دانستن این‌که چه کسی هستیم دانستن این است که چه کسی نیستیم. چهارم، از آن‌جا که هویت اکتسابی است انعطاف‌پذیر نیز هست و در برخی از جوامع انعطاف‌پذیرتر از برخی دیگر است. هویت در سطوح و ابعاد مختلف از قبیل هویت فرهنگی، هویت ملی، هویت دینی، هویت جهانی واکاوی شده است.

هویت فرهنگی^۱

^۱. cultural identity

هویت یا همان کیستی و شناسنامه افراد یکی از بحث انگیزترین موضوعات در عصر جدید است. با توجه به آمیختگی همه جانبه ای که انسان ها و جوامع از جنبه های مختلفی پیدا کرده اند؛ اینکه کی هستند با چه هویتی، بحثی قابل تامل است. مثلاً آیا ایرانی صد در صد یا آمریکایی صد در صد وجود دارد؟ بنابر این «همانطور که اشاره کردیم، هویت به معنی چه کسی بودن است و از نیاز طبیعی انسان به شناخته شدن و شناسانده شدن به چیزی یا جایی برمی آید. این حسن تعلق، بنیادی ذاتی در وجود انسان دارد. برآورد شدن این نیاز، خودآگاهی فردی را در انسان سبب می شود و ارضای حسن تعلق میان یک گروه انسانی، خودآگاهی جمعی و مشترک یا هویت بومی یا ملی آن گروه انسانی را تعیین می کند. اگر مردم یک کشور را به عنوان سلول های وجودی آن در نظر بگیریم، بی تردید ترکیبات اجتماعی و اداری، ارکان حیات آن کشور است و آنچه از هویت و ملیت می شناسیم، به منزله روح این پیکر خواهد بود (احمدی علی آبادی، ۱۳۸۶: ۷)» اگر نیازمندی ها معنوی و حس تعلق انسان به چیزی یا جایی ارضاء نگردد و انسان از هویت خودآگاهی نیابد، موجود سرگردانی بیش نیست که هرگز نخواهد توانست از کلاف سردرگم بی سر و سامانی و بی هدفی رهایی یابد. این، پدیده ها و نهادهای معنوی و فرهنگی هستند که فضای انسانی را به گونه ای محیطی مشخص و مستقل از دیگر محیط های انسانی، جدا و متمایز می کند و افراد آن فضای انسانی ویژه را از روح و سربلندی هویتی و از حس همدلی و همراهی برخوردار می سازد. هویت ملی از وجوهی برخوردار است که به قرار زیر است:

- ۱- خانواده ۲- زبان ۳- دین و آئین ۴- زادگاه و سرزمین ۵- تاریخ ۶- ایدئولوژی، سنت ها و ارزش ها ۷- باورها و رفتارها ۸- دانش و فنون ۹- خودآگاهی و خودیابی که از نحوه ترکیب مولفه های پیشین پدید می آید.

«با نظری بر تاریخ گذشته سرزمین ایران و نگاهی به مولفه های هویتی در جامعه کنونی آن در خواهیم یافت که هویت ایرانی، هویتی چند پایه است و بر عواملی چون سرزمین مشترک، تاریخ مشترک، ادبیات مشترک، دین مشترک، آداب و منش مشترک استوار است. هر ایرانی که در یک عامل از عوامل بالا با ایرانی دیگر شریک نباشد، در دیگر عوامل با او و دیگر ایرانیان شریک است. اگر چه هویت فرهنگی یک جامعه مدیون تمامی اجزاء و عناصر موجود در فرهنگ آن جامعه است. اما نمی توان انکار کرد که این هویت بخشی در برخی از عناصر یک فرهنگ حضور قوی تری دارند. در واقع

عناصری از فرهنگ در سطح مقطعی از زمان به عنوان نمادهای نهادهای هویت یک ملت متجلی شده و خود را عیان می سازد (احمدی علی آبادی، ۱۳۸۶: ۸). «

هویت از نظر کاستلز سرچشمه معنا و تجربه برای مردم است اصطلاح هویت در صورتی که سخن از کنشگران اجتماعی باشد، عبارت است از فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه‌ی به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شوند. هویت منبع معنا برای خود کنشگران است و به دست خود آن‌ها از رهگذر فرایند فردیت بخشیدن، ساخته می‌شود. با این حال ممکن است هویت‌ها از نهادهای مسلط نیز ناشی شوند، اما حتی در این صورت نیز فقط هنگامی هویت خواهند بود که کنشگران اجتماعی آن‌ها را درونی کنند و معنای آن را حول این درونی سازی بیافرینند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۳-۲۲)

کاستلز معتقد است که ساختن اجتماعی هویت همواره در بستر روابط قدرت صورت می پذیرد و بین سه صورت و منشأ هویت تمایز قائل می شود :

۱- هویت مشروعیت بخش : این نوع هویت توسط نهادهای غالب جامعه ایجاد می شود تا سلطه‌ی آنها را بر کنشگران اجتماعی گسترش دهد و عقلانی کند ۲- هویت مقاومت: منجر به ایجاد جماعت-ها یا به تعبیر آمیتای اتریونی اجتماعات می‌شود.

۳- هویت برنامه دار : که به ایجاد سوژه (فاعل) می‌انجامد.

بنظر کاستلز هر یک از فرایندهای هویت‌سازی به ایجاد نتایج متفاوتی در ایجاد جامعه می‌انجامد؛ هویت مشروعیت بخش، جامعه‌ی مدنی ایجاد می‌کند؛ نوع دوم هویت‌سازی یعنی هویت مقاومت، منجر به ایجاد جماعت‌ها یا به تعبیر اتریونی، اجتماعات می‌شود. شاید مهمترین شکل هویت‌سازی در جامعه‌ی ما همین باشد؛ این هویت شکل‌هایی از مقاومت جمعی را در برابر ظلم و ستم ایجاد می‌کند که در غیر این صورت تحمل ناپذیر بودند. و سومین فرایند ساختن هویت، یعنی هویت برنامه‌دار، به ایجاد سوژه [فاعل] می‌انجامد. سوژه‌ها کنشگر جمعی و اجتماعی هستند که افراد به کمک آنها در تجربه‌های خود به معانی همه‌جانبه دست می‌یابند. وی در کل معتقد است که انواع مختلف هویت‌ها، اینکه چگونه و به دست چه کسی ساخته می‌شوند و چه پیامدهائی دارند، نمی‌تواند به صورت کلی و

انتزاعی مورد بحث قرار گیرد، بلکه امری است مربوط به متن و زمینه‌ی اجتماعی (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۷-۲۴).

هویت یابی فرهنگی در عصر جهانی شدن

از جنبه های مختلف به فرهنگ نگاه شده و تعاریف متعددی از آن ارائه شده ولی آنچه تداوم دارد، ماندگاری فرهنگهای متفاوت است. گرچه تحت تاثیر جهانی شدن، فرهنگ نیز تحت تاثیر قرار می گیرد ولی مایه های بومی و محلی در فرایند تجدد هنوز با رنگ کمتری به حیاط خود ادامی می دهند. «فرهنگ شبکه ای زنده، پویا و زاینده است که طی سده ها پیوسته در حال تغییر، تکامل، پالایش و باززایی بوده است. بسیاری بر این تصورند که فرهنگ و به تبع آن، هویت فرهنگی صرفاً گنجینه هایی هستند که به ما به ارث رسیده و وظیفه ما نگهداری و پاسداری از آن هاست. در حالی که با ابراز احترام به اندیشمندان و به خصوص بزرگان و دست اندرکاران عرصه فرهنگ و هنر که از چنین دیدگاهی برخوردارند، باید اذعان کرد که فرهنگ حاصل جوشش نیروهای خلاق انسانی و اجتماعی است که با تقدیس و تکریم از زایش باز می ایستد، حتی اگر پرستندگانش هدفی غیر از آن در سر داشته باشند! چرا که فرهنگ نه تنها حاصل و نتیجه پیشرفت انسانی و اجتماعی، بلکه عامل هر نوع پیشرفت انسانی به شمار می رود. پس اگر فرهنگ و هویت های فرهنگی از چنین جایگاه ارزشمندی برخوردارند، نباید آن ها را چون سنتی ثابت و تغییرناپذیر تقدیس کرد، بلکه می بایست آن ها را فرآیندی شکل پذیر دانست که نه تنها می توانند خود را با وضعیت های نوین تطبیق دهند، بلکه در عین حال این شرایط نوین را خلق نموده و اهداف و غایت آن را بازتعریف نمایند و در عین انعطاف پذیری، انسجام و تکر خود را حفظ کنند. باید بتوانند از یک سوی تعصبات، تمایلات و تبعیض های غیرانسانی را از خود بزایند و از سویی دیگر وجوه انسانی شان را در کثرت هر چه بیشتر بیافرینند و با تعامل از جوامع، فرهنگ ها و تمدن های دیگر، معیارها، عناصر و چه بسا فرآیندهایی را مبادله کنند که ارزش انسانی، اجتماعی و فرهنگی خود را به ثبوت رسانده باشند. اما حتی باید گامی نیز از آن پیشتر رود و بایدها و نبایدهای فرهنگی را خود تعریف کنند (احمدی علی آبادی، ۱۳۸۶: ۹-۱۰). در دنیای امروز، هویت فرهنگی و ملی را دیگر نمی توان مثل برخی از هویت های موروثی در نظر گرفت، حتی اگر پذیرفته شود که همواره از طریق این میراث، انطباق فرد با جامعه خویش صورت می گیرد. هویت در عصر جهانی شدن تحت تاثیر فرایندها و برنامه های جهانی قرار می گیرد ولی باید در

نظر داشت هویت های بومی و محلی که با تولد افراد بصورت معلل، افراد دارای آن می شوند نیز، از بین نمی روند بنابراین افراد درکنار هویت ارثی و خانوادگیشان که در خانواده بومی و محلی خود دریافت نموده اند، در اثر تبادلات و ارتباطات ناگزیر جهانی و جهانی اندیشی و گسترش تفکر و آگاهی جهانی و برقراری پیوند های فراملی، هویت های جهانی نیز کسب می کند. به عبارتی دیگر، اکنون همچون سایر زمینه های اجتماعی، معیار موروثی بودن، دیگر در دنیای امروز چندان مشروعیت بخش و معتبر نیست هرچند هویت های بومی از بین نمی روند ولی هرچه جامعه درحال تغییر است به دلیل ایجاد فرهنگ جهانی، افراد رنگ و بوی جهانی پیدا میکنند در این میان هویت فرهنگی نیز همچون سایر زمینه ها به وجوهی عطف می کند که اکتسابی بوده و نسل ها در طی تجربه کنونی شان در فضای جهانی- محلی شدن به آفرینش و بازآفرینی آن مبادرت می ورزند فوکویاما، در پایان تاریخ، ضمن بحث از افزایش آمار آسیب های اجتماعی در غرب، از فروپاشی بزرگ یاد می کند که معتقد است در دنیای جدید خانواده در غرب اهمیت خود را دارد از دست می دهد و رو به ازین رفتن است (فوکویاما، ۱۳۸۵) با وجود همه تاثیرات تجدد فرهنگ و خانواده ایرانی، داشتن خانواده هنوز یک ارزش است و مبنای شکل گیری بسیاری از رفتارهاست. هویت اولیه افراد که زمینه شکل گیری رفتار آنان است در خانواده محلی خود شکل می گیرد بنا بر این ترک این هویت دشوار است. از این رو می توان گفت هویت جهانی- محلی در کشورهای شرقی مثل ایران که خانواده، یک ارزش محسوب می شود، پررنگ تر است هرچند این هویت متأثر از چندگونگی رفتاری و تربیتی و عوامل دیگر، چند بعدی است. درخصوص دین که به عنوان بعد مهم فرهنگ و منبع مهم ارزش ها در جهان سوم است نیز تبیین هایی در عرصه جهانی شدن ارائه شده است. می تولان چنین تبیینی را در مجموعه مقالات، با عنوان دین و جهانی شدن و فرهنگ سیاسی در جهان سوم (کیانی، ۱۳۸۱) پیگیری کرد. در این کتاب مجموعه مقالاتی در ارتباط با موضوع جهانی شدن و دین در جهان سوم، به قلم صاحب نظران داخلی و خارجی گرد آمده است. مقالات ذیل پنج بخش «دین و فرهنگ سیاسی در جهان سوم، تاثیر جهانی شدن»، «اسلام»، «مسیحیت» و «بازیگران مذهبی فراملی و سیاست بین المللی» تدوین شده، هر بخش مشتمل بر چند مقاله است در بخشی از کتاب، گردآورنده اذعان می دارد: «دهه های ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۰ را باید عصر وقوع تغییرات بنیادین سیاسی، اجتماعی و اقتصادی به حساب آورد که با مجموعه ای از فرآیندهای چند وجهی موسوم به جهانی شدن آمیخته شده بود. کتاب حاضر، به بررسی

جایگاه و نقش آفرینی چهار آیین مذهبی، بودا، مسیحیت، هند و اسلام در جهان سوم از آغاز دهه ۱۹۷۰ به بعد می‌پردازد. تفاوت‌های عمده‌ای که میان این چهار آیین مذهبی وجود دارد، ممکن است بر نوع تعاملات و پویای‌های سیاسی پیرامون آنان نیز تاثیراتی جدی به همراه داشته باشد. در حقیقت بسیاری از نویسندگان کتاب حاضر به اشاره یا به صراحت در پی کشف این موضوع هستند که بازیگران مذهبی جهان سوم با چه میزان تحت تاثیر فشارها و فرصت‌های برخاسته از فرآیندهای جهانی شدن، سلوک مذهبی خود را تغییر می‌دهند. (کیانی، همان) یا حتی می‌توان گفت دین محلی آنان تا چه حد در عصر جهانی شدن خودنمایی می‌کند؟

خانواده، هویت، ارزش‌ها و فرهنگ ایرانی در عصر جهانی شدن

در بحث فرهنگ، ارزش‌ها محوری‌ترین موضوع و جزئی عناصری است که دیرتر در معرض تغییر قرار می‌گیرد. ولی وقتی تغییر کنند زمینه‌های دگرگونی جامعه و به تعبیر اینگلههارت "انقلاب آرام" در جامعه فراهم شده. ارزش‌های فرهنگی^۱ جزء اساسی هر فرهنگی هستند و بر سایر اجزای آن تأثیر می‌گذارند. به گونه‌ای که می‌توان ادعا کرد که ارزش‌ها هسته مرکزی هر فرهنگ بوده و سایر اجزای آن ریشه در ارزش‌ها دارند. از دیدگاه جامعه‌شناختی، ارزش‌ها معیارهایی هستند که به کمک آن‌ها، گروه یا جامعه امکان می‌یابد تا اهمیت اشخاص، الگوهای رفتاری، اهداف و دیگر اعیان اجتماعی - فرهنگی را ارزیابی کند. ارزش‌ها شیوه‌ای از بودن یا عمل هستند که شخص یا گروه، آن را به مثابه آرمان می‌شناسند و افراد یا رفتارهایی را که بدان نسبت داده می‌شوند، مطلوب و متشخص می‌کند. اکنون با توجه به تغییر و تحولات و پیشرفت‌های تکنولوژیکی، دگرگونی سریع و خارج از کنترل، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه را در معرض تهدید و خطر قرار داده است. ملت و کشور ایران که از ملل محدود دیرپا و کهن گذشته است همواره در فرآیند تاریخی سعی کرده است هویت و موجودیت خود را در برابر اقوام و ملل دیگر حفظ نماید. (ابوالحسنی، ۱۳۸۸: ۱۴) وجود اقوام مختلف در درون جامعه کهن ایران، موجبات دادوستد فرهنگی و اجتماعی را در طول تاریخ فراهم آورده است. این امر که در عین حال مفید و کارساز بوده و مانع از ایستایی و خمودگی جامعه ایران شده، به مولفه مهم هویت فرهنگی ایران تبدیل شده و پویایی آن را رقم زده است. (صالح، ۱۳۸۸: ۱۲۱) دوام و استمرار هویت فرهنگی ایرانی در طول تاریخ، مدیون گروه‌های مختلف قومی نظیر کردها، آذری‌ها، لرها، بلوچ‌ها، ترکمن‌ها،

عرب ها و فارس ها بوده است. (صالح، ۱۳۸۸: ۱۳۰) از طرف دیگر خانواده در فرهنگ و ارزش ها و باورهای ایرانی ریشه دوانده و در تعیین هویت مبنایی افراد نقش بسزایی دارد. همچنین با توجه به پویایی فرهنگ ایرانی و تحولات اجتماعی و فرهنگی در ایران در دهه های اخیر، مردم ایران درک جامع تری از جهان و فرهنگ جهانی و فرهنگ ایرانی شان یافته اند. این شناخت و آگاهی، بی تاثیر از شرایط محیط داخلی و خارجی نبوده است. اهمیت نقش خانواده در فرهنگ ایرانی و محوری بودن آن در تعیین زندگی و هویت افراد، افزایش رفت و آمد شهری و استانی در ایران، مساعد شدن شرایط ارتباط بین حوزه های فرهنگی در ایران و اقدام به مسافرت به کشورهای خارجی، استفاده از رسانه های جمعی (ملی و بین المللی)، گسترش دانش عمومی نسبت به کشورها و فرهنگ های دیگر، مشارکت سیاسی و اجتماعی، تغییر در شرایط جهانی و توسعه روابط بین فرهنگی، موجب شده تا مردم ایران، بیشتر خود را در جامعه جهانی تعریف کنند. لذا این فرضیه که در اثر جهانی شدن، شاهد رشد و گسترش هویت های قومی و در نتیجه به چالش کشیده شدن هویت ملی در ایران خواهیم بود، به لحاظ نظری و عملی چندان قابل دفاع نیست. چرا که در راستای جریان جهانی شدن و به منظور شناسایی نوع رابطه فرهنگ ایرانی با فرهنگ جهانی، می توانیم فرض را نه بر جدایی و تمایزپذیری فرهنگی، بلکه بر پیوستگی، تعامل و اثرگذاری فرهنگ ها بر یکدیگر در نظر بگیریم. از لحاظ نظری و از میان پارادایم های جهانی شدن فرهنگ (پارادایم همسان سازی فرهنگی، پارادایم تضاد فرهنگی، پارادایم تلفیق و ترکیب فرهنگ ها) پارادایم تلفیق و ترکیب فرهنگ ها (پارادایم تعامل بین فرهنگ محله ای و منطقه ای با فرهنگ جهانی) بیشتر می تواند در مورد شرایط جهان معاصر ایرانی مورد استفاده قرار گیرد چرا که با توجه به اشکالات موجود در مبانی و روش های پارادایم تضاد با محوریت اندیشه مارکسی و پارادایم همسان سازی با محوریت نظریه های مکدونالدی شدن نظام جهانی و ارزش های جهانی، نظریه رابرتسون و گیدنز با تمرکز عناصر پارادایم تلفیق و تعامل، از اعتبار بیشتری برخوردار است. (آزادارمکی، ۱۳۸۶: ۱۵۲) پس با این اوصاف می توان گفت جهانی شدن، بیشتر به معنای حضور همزمان فرهنگ های متفاوت است تا سلطه فرهنگ خاص بر فرهنگ های دیگر. فرهنگ ها ضمن اینکه از یکدیگر متمایز هستند و به طور مستقل دارای حیات می باشند، در شبکه ای از ارتباطات بین فرهنگی قرار گرفته، از یکدیگر متاثر شده و هر یک از آنها سازنده جامعه و فرهنگ جهانی می باشند. در واقع بحث و بررسی در مورد وضعیت هویت ایرانی در عصر جهانی شدن،

بدون توجه به ساختار جامعه جهانی و تفاسیری که از هویت جهانی ارائه می شود، بی معنی است. فرهنگ ایرانی، امر جاافتاده ای از فرهنگ جهانی نیست. در مقابل فرهنگ ایرانی، ضمن تعامل با فرهنگ جهانی، بخشی از آن شده است، این فرهنگ (فرهنگ ایرانی) با حفظ عناصر اصلی اش چون اسلام، خانواده، روابط انسانی و نوع دوستی با دیگر فرهنگ ها به تعامل می پردازد. (آزادارمکی، ۱۳۸۶: ۱۰۵) از منظری دیگر، فرهنگ ایرانی، شرایط پیوندزنی با فرهنگ جهانی را دارد که از میان مجموعه عوامل موثر در جهانی شدن جهان ایرانی، می توان به میزان استفاده ایرانیان از رسانه های الکترونیک، مصرف کالاهای مادی و فرهنگی جهانی، مشارکت در تجارت جهانی و اثرگذاری مهاجرت اشاره کرد. اما مهمترین زمینه برای گسترش روحیه و تمایلات جهان گرایانه در هویت ایرانی، منشاء تاریخی و خانوادگی دارد. در واقع ایران به سبب زمینه های : ارتباطی، تاریخی، ادبیات، پرورش ادیان جهانی، حاکمیت چند هزارساله، بیگانه نوازی استعداد و توان جهانی شدن را دارا بوده و می باشد (حاجیان، ۱۳۸۸: ۳۲۶) بدین ترتیب ملاحظه می شود که جهانی شدن صرف نظر از هرگونه قضاوت ارزشی، موجب تغییر در جامعه ایرانی شده است. مهمترین آنها نگاه و درک از دیگری (ایرانیان)، هویت چند بعدی و در نهایت انسان مدرن است. هویت چندبعدی به معنای تجلی چندوجهی هویت ایرانی است. صور گوناگون هویت ایرانی در سطح جهانی، ملی و فردی خودنمایی می کنند. ایرانیان هم جهانی هستند، در عین حال که هم دینی اند و هم مدرن. (آزادارمکی، ۱۳۸۶: ۱۵۳) بعلاوه در جامعه ایرانی هرچند دچار امواج جهانی شدن، شده است اما هنوز در آن خانواده از جایگاه بالای برخوردار بوده و در هویت بخشی و هویت یابی افراد نقش محوری دارد. زیرا مبنای شکل گیری هویت او معلل بوده یعنی در ابتدا از خانواده و محل زندگی خود متأثر بوده است و بدان سبب خود را معرفی نموده است. خانواده در فرهنگ ایرانی گرچه در معرض عوارض ناشی از صنعتی شدن و تجدد قرار گرفته، اما هنوز از جایگاه مهمی در تعیین هویت و آینده زندگی آنان دارد.

نتیجه گیری

با توجه به آنچه واژر در مورد جهانی شدن از جنبه فرهنگی و رابرتسون در مورد جهانی-محلی شدن و از طرفی بحث های کاستلز در مورد هویت فرهنگی گفته شد، می توان چنین نتیجه گرفت:

در اینجا باید دید رویکرد محلی گرایی محض و جهان گرایی محض، آیا اساسا امکان پذیر است و اگر بر چنین معنایی پافشاری می شود، بر چه معنای فرهنگی و برخواسته از چه اقلیم فرهنگی، این معنا بیان می شود. از یک منظر اساسا امر محلی صرف امروز در هیچ جای جهان وجود ندارد و از طرفی امر جهانی و یا فراملی محض نیز در حوزه ی محلی به صورت ناب و مطلق حضور واقعی ندارد، و نوعی از آمیختگی هویت ها و فرایندها، جزء جدی از همه ی « تولیدات فرهنگی » فضای جدید است. این بدین سبب است که دسترسی های بشری و تجربه های روز مره ی زندگی، توسعه ی فراملی و توسعه ی فراملی پیدا کرده است. از یک طرف دیگر «بومی گرایی محض» خود یک پارادایم بومی نیست. همانطور که رابرتسون می نویسد: بومی گرایی که علیه هژمونی فرهنگی غرب فریاد می کشد، خود بی آنکه بداند، جزئی از آن است. پایداری (در برابر غرب) بیش از آنکه توسط ایده های بومی مقاومت تعیین شوند، از آموزه های میراث یوهان هردر، از خود غرب الهام می گیرد؛ یعنی از ایدئولوژی های کاملا شکل یافته تاثیر می گیرد. این میراث در مورد خود آیینی ملی، زبان و ادبیات که در حکم جوهر فرهنگی «بومی گرایی» است، اهمیت پیدا می کند. در یک کلام، دلتنگی و نوستالوژی بومی اساسا ملهم از سانتی مانتالیسم غربی است. با این حال از آنچه که هنوز افراد از ابتدای زندگی در خانواده کنار دیگر اقوام و بستگان و در محلی مشخص بزرگ می شود و در خانواده جامعه پذیر اولیه می شود، لذا یک هویت مبنایی دارد که از خانواده شکل می گیرد، در این هویت مبنایی، اعتقادات، باورهای دینی، و ارزش ها نهادینه می شود. منتهی در اثر تبدلات و ارتباطات ناگزیری که در جهان امروز با دیگر ملل ایجاد شده و متاثر از رشد تفکر انسانگرایانه و ایجاد فرهنگ جهانی، افراد تحت تاثیر آن، هویت های جدید فراملی کسب می کنند.

از این رو بومی-جهان گرایی، گاه تولید «اقلیم فرهنگی» است که تاکید جدی بر حفظ «هویت فرهنگ ملی» دارد و گاه تولید منابع غیرملی و یا منابع موسوم به «جهانی» است. در فرض دوم بومی-جهانی شدن، به عنوان زبان مفاهمه و زبان سلطه پذیرفته شده و غلبه بخشیدن عوامل غیربومی بر عوامل بومی است؛ برای مثال، تولیدات موسیقی ام.تی.وی، تلاش جدی بر بومی کردن موسیقی غربی ام.تی.وی در اقلیم های فرهنگی غیرغربی مثل اندونزی، مالزی، چین و یا در میان اردو زبان های جهان محسوب می شود. در بومی-جهانی گرایی با حفظ فرم و محتوای غالب موسیقی غربی، طعمی از «نمادها و علائم زبانی بومی» به کار گرفته می شود. این بومی جهانی شدن به منظور آشتی دادن، جهان غیرغربی با تولیدات تجاری غیرمحلی است. پس همچنان تقابل بین محلی بودن و غیرمحلی بودن، به صورت آشکار دیده می شود. این نوع محلی-غیرمحلی (جهانی) گرایی، نمایندگی سلطه آمیز تولیدات فرهنگی غرب است. بومی-جهانی شدن است که بر حفظ هویت بومی و ملی تاکید می کند. نگاه بومی گرایی که موجب غلبه خود بر دیگری و یا هضم دیگری در خود می شود، بر نوعی فرایند عقلانیت گرای انتخاب گر تاکید می کند. این نوع بومی-جهانی گرایی، نه تنها از مواجهه با سایر فرهنگ ها هراس ندارد بلکه همچون ثروتمند مقتدر در مواجهه با دیگران، بر بالندگی و تجربه ی خود می افزاید. هویت یابی ایرانیان، بیشتر متأثر از زمینه های تربیتی و خانوادگی و محلی آنان است. از آنجا که هنوز خانواده و خانواده داشتن در ایران و در بین ایرانیان، یک ارزش محسوب می شود، بنابراین خانواده اساسی ترین مبنای رفتار و هویت آنان است. ذرفتار دینی، تربیتی، سیاسی و اقتصادی افراد در خانواده او مبنی گرفته از این رو رفتارهای او، معلل یا متأثر از زمینه های زندگی اوست. از آنجا که این رفتارها چند بعدی شکل گرفته، بنابراین در فرایند جهانی شدن نیز در شکل گیری هویت چند بعدی موثر بوده است. نکته قابل تامل این است که بر اثر جهانی شدن، احتمالاً در آینده کلا خانواده با فروپاشی مواجه یا کارکردهای آن تغییر و یا معنای دیگری بیابد. در اینصورت نقش خانواده در هویت بخشی کم رنگ و یا محو خواهد شد که در نتیجه هویت مبنایی فرد که کی هست؟ متولد کجاست؟ چندان مهم نباشد. در فرهنگ ایرانی، تا بدانجا خیلی راه مانده است و به احتمال قوی این بعد از جهان - محلی در رابطه با خانواده در فرهنگ ایرانی نیز احتمالاً قوی خواهد بود. از طرف دیگر در تکاپوی جهانی شدن و ورود همه جانبه تکنولوژی و وسایل ارتباطی مانند اینترنت و موبایل و امکانات آن، دنیای ارزش ها نیز در معرض تغییر همه جانبه قرار گرفته اند به

نحوی که سبب نگرانی هایی در ابعاد مختلف زندگی فرهنگی و اجتماعی شده است. از این روست که تاکید بر حفظ هویت ها و ارزش های بومی-محلّی در جهان-محلّی گرای شده است.

منابع

۱. آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۶). فرهنگ و هویت ایرانی و جهانی شدن، تهران، انتشارات تمدن ایرانی.
۲. ابوالحسنی، سید رحیم (۱۳۸۸). تعیین و سنجش مولفه های هویت ایرانی، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
۳. احمدی علی آبادی، کاوه (۱۳۸۶). جهانی شدن و تاثیر آن بر فرهنگ، دین و اخلاقیات، باشگاه اندیشه.
۴. اخترمحقق، مهدی (۱۳۸۶). جامعه شناسی اینترنت. چاپ اول، تهران، ناشر، مولف.
۵. بخشی شیخ احمد، مهدی، بهنام، بهاری (۱۳۸۷) « دیدگاه های مختلف درباره ی جهانی شدن فرهنگی و چالش های فرهنگ دانشجویی». مجله مطالعات معرفتی در دانشگاه اسلامی ۴۰، سال دوازدهم، شماره ۴، ص ۸۳ تا ۱۰۰.
۶. جنکینز، ریچارد (۱۳۹۱). هویت اجتماعی، ترجمه تورج یار احمد، تهران: نشر نی.
۷. حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۸). جامعه شناسی هویت ایرانی، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
۸. رابرتسون، مارولند (۱۳۸۳) «جهان- محلّی شدن: زمان- مکان و همگون- ناهمگونی» ترجمه مراد فرهادپور، نشر ارغنون، ش ۲۴. صص- ۲۱۱-۲۳۸.
۹. صالح، فروغ (۱۳۸۸). «هویت ملی، هویت قومی و وفاق ملی». تهران: پژوهشنامه هویت اجتماعی، شماره ۴۹، صص ۱۲۱-۱۴۲.
۱۰. عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۰) «تعامل جهانی شدن»، شهروند و دین. تهران: مجله نامه علوم اجتماعی شماره ۱۸، پاییز و زمستان، صص ۱۶۷ تا ۲۰۰.
۱۱. عاملی، سعید رضا (۱۳۸۵) «هویت های فرهنگی قدیم و جدید، رمزگشایی تمدنی و معماری سنتی- مدرن و ملی- فراملی مهستان» نامه ی صادق، شماره ی ۳۰، پاییز و زمستان، صص ۷ تا ۴۵.
۱۲. فوکویاما، فرانسیس. (۱۳۸۵). پایان نظم، سرمایه اجتماعی و حفظ آن، ترجمه غلامعباس توسلی، تران: شرکت حکایت قلم نوین.
۱۳. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ، قدرت هویت. جلد دوم، ترجمه حسن چاووشیان، تهران، انتشارات طرح نو.
۱۴. کیانی، ارژنگ (۱۳۸۱) دین، جهانی شدن و فرهنگ سیاسی در جهان سوم، ویراستار جف هینس. تهران، انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.

۱۵. گل محمدی، احمد (۱۳۸۱) جهانی شدن، فرهنگ و هویت. تهران: نشر نی.
۱۶. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶) جامعه شناسی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، نشر نی.
۱۷. نش، کیت (۱۳۸۴) جامعه شناسی سیاسی معاصر، جهانی شدن، سیاست و قدرت. ترجمه محمدعلی دلفروز، تهران: انتشارات کویر، ج سوم.

17-Giddens. Anthony. (1990). The Consequences of Modernity, London Polity

press.

18.Giddens a. (2000). Modernity and self identity.usa.stanford university press.

 [10.22034/rjcis.2025.11821](https://doi.org/10.22034/rjcis.2025.11821)

 [10.22034/rjcis.2025.11821](https://doi.org/10.22034/rjcis.2025.11821)