

تأثیر جهانی شدن بر امنیت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

سیده مهدی علوی ۱

تاریخ دریافت: ۹۴/۱۰/۲۵

تاریخ پذیرش: ۹۴/۱۱/۲۰

چکیده

پدیده‌ی جهانی شدن که برخی آن را به مثابه‌ی پیشرفت فناوری و گسترش صنایع ارتباطی و در نتیجه کم شدن فاصله‌های جغرافیایی و ایجاد فضایی برای تبادل سریع اطلاعات یاد می‌کنند؛ توانایی قابل توجهی در اثرگذاری بر فرهنگ جوامع را دارا می‌باشد. این امر با توجه به ماهیت فرهنگی انقلاب اسلامی ایران، دارای اهمیتی دوچندان است. در این تحقیق تأثیر جهانی شدن بر سطوح سه-گانه امنیت فرهنگی مشتمل بر نمادها و رفتارها، هنجارها، ارزش‌ها، باورها و عقاید با تدوین پرسش‌نامه‌ای ملهم از بیانات امامین انقلاب اسلامی و قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، شامل ۶۳ گویه و با ضریب آلفای کرونباخ ۹۴ درصد و توزیع و جمع آوری نظرات ۶۹ نفر از جامعه آماری که همگی از خبرگان فرهنگی هستند مورد ارزیابی قرار گرفته و داده‌های تحقیق گویای تأثیر ۷۸.۵ درصدی جهانی شدن بر امنیت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران است. پاسخ‌دهندگان، بیشترین تأثیر جهانی شدن را بر باورها و عقاید جامعه دانسته که این امر با توجه به ماهیت فرهنگی و ایدئولوژیک انقلاب اسلامی، امری مهم و قابل توجه به نظر می‌رسد. این تحقیق از نوع کاربردی و از نظر روش توصیفی، تحلیلی (پیمایشی) بوده و برای گردآوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای، شبکه اطلاع‌رسانی و وبگاه‌ها، همچنین پرسش‌نامه بسته با مقیاس چند درجه‌ای لیکرت و به کارگیری نرم-افزار spss22 استفاده شده است.

کلیدواژه‌ها: جهانی شدن، امنیت فرهنگی، فرهنگ، امنیت، فناوری ارتباطات.

۱- مقدمه:

سیر تحولات و تغییرات مختلف و پیچیده فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و... که در چند دهه‌ی اخیر و به تبع پیشرفت روز افزون فنآوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی رخ نمودند، افراد و ملل مختلف را از سراسر جهان به هم پیوند داده و شکل جدیدی از زندگی با همه ابعاد و شئون‌اتش را پدید آورده است. جهانی شدن، واژه‌ای است که از اواسط دهه ۸۰ میلادی متداول شده و به معنی از میان رفتن مرزها و فراتر رفتن از آن در سطح جهانی در ابعاد اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و در پی فرآیند آن دگرگون‌شدن ساختارهای محلی به جهانی است. ابعاد و دامنه جهانی شدن، آن‌قدر وسیع و گسترده است که تمام شئون زندگی بشر را تحت تأثیر قرار داده می‌دهد، تا جایی که برخی از صاحب‌نظران آن را به عنوان بزرگ‌ترین رخداد تاریخ بشری یاد کرده‌اند. در چند دهه گذشته در پرتو توسعه و انقلاب در رسانه‌های ارتباطی و الکترونیکی، مفهوم فاصله و فضا به گونه‌ای غیرقابل تصور در هم ریخته است. در واقع نقطه‌ی اتکای جهانی شدن، فنآوری و ابزارهای نوین بوده و به عبارتی یکی از مهم‌ترین پیشران‌های جهانی شدن، پیشرفت‌های شگرف فنآوری می‌باشد. جهانی شدن در ابعاد بسیار وسیعی در حال رخ دادن است و تقریباً تمامی شئون زندگی انسانی را در بر گرفته است. امروزه کمتر کسی در دنیا وجود دارد که با رسانه‌هایی نظیر رادیو، تلویزیون، روزنامه و نشریات، خطوط ارتباطی مخابراتی، شبکه‌های اجتماعی و... آشنایی نداشته و قسمتی از زندگی به این ابزارها وابسته نباشد.

روند جهانی شدن در ایران از قبل از انقلاب اسلامی شروع و پس از انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۳۵۷ و به دنبال قیام مردم به رهبری رهبر فقید عظیم‌الشان، حضرت امام خمینی (ره) که در پرتو اراده ملت ایران برای حاکمیت اسلام سیاسی و برافراشته شدن پرچم اسلام، همچنین مبارزه با ظلم و فساد حاکم بر کشور در چهارسوی این مرز و بوم سایه افکند و توانست با شعارهای ناب‌اسلامی - انقلابی که نشأت گرفته از عمق اعتقادات و باورهای این ملت بود، به نظام شاهنشاهی ۲۵۰۰ ساله در کشور خاتمه داده و برای اولین بار در طول حیات اسلام، نظامی مبتنی بر احکام اسلامی و آراء آحاد ملت - شکل گیرد، به شکل هدفمندتر و ملموس‌تری بر روندهای مختلف کشور اثرگذاری کرد.

یکی از موضوعاتی که همواره از سوی امامین انقلاب اسلامی از ابتدا مورد توجه قرار گرفته و همواره در این خصوص روشنگری نموده‌اند و هشدار داده‌اند، لزوم توجه به مقوله فرهنگ به عنوان یکی از پایه‌های اصلی انقلاب اسلامی ایران و یکی از ارکان مهم امنیت در کشور می‌باشد. بنیانگذار فقید انقلاب درباره اهمیت فرهنگ در اصلاح یک ملت می‌فرمایند: راه اصلاح یک مملکت، فرهنگ آن مملکت است؛ اصلاح باید از فرهنگ شروع بشود. دست استعمار توی فرهنگ ما کارهای بزرگ می‌کند؛ نمی‌گذارد جوان‌های ما مستقل بار بیایند؛ نمی‌گذارد در دانشگاه، جوان‌های ما درست رشد بکنند. این‌ها را از بچگی یک طوری می‌کنند که وقتی بزرگ شدند، اسلام هیچ و آن‌ها همه، همه چیز. اگر فرهنگ درست بشود، یک مملکت اصلاح می‌شود. برای این که از فرهنگ است که در وزارتخانه‌ها می‌رود از فرهنگ است که در مجلس می‌رود؛ از فرهنگ است که کارمند درست می‌شود. شما یک فرهنگ مستقل درست کنید یا بدهید ما درست کنیم، شما می‌ترسید از امریکا، می‌ترسید از دیگران، بدهید ما درست کنیم فرهنگ را. دست ما بدهید (امام خمینی رحمه الله علیه، ۱۳۴۳/۶/۱۸).

پدیده جهانی شدن؛ توانایی حیرت‌انگیزی در اثرگذاری بر فرهنگ جوامع را دارا می‌باشد. یکی از مهم‌ترین ارکان بقاء دولت-ملت‌ها، پایبندی به فرهنگ بومی و حفظ اقتدار و امنیت فرهنگی است. امنیت فرهنگی موجب تقویت پشتوانه مردمی و انسجام ملی و در نتیجه بقاء و اقتدار نظام حاکم می‌شود. در این تحقیق تلاش شده است تا با بررسی اثرگذاری جهانی شدن بر امنیت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران پرداخته و راهکارهای پیشگیری از تهدید بنیان‌های امنیت فرهنگی ارائه شود.

۲- بیان مسأله

پیروزی انقلاب اسلامی ایران برخاسته از عمق استراتژیک فرهنگ اسلامی در ملت ایران بود. این انقلاب، طرحی نو در عرصه سیاسی جهان درآفکند. ظهور پارادایم جدیدی به نام جهانی شدن که در ابعاد مختلف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی، جهان را تحت تأثیر قرار داد؛ طبیعتاً انقلاب اسلامی را نیز متأثر نمود. موج جهانی شدن با ابزارهای مختلفی که برآمده از پیشرفت‌های شگرف

فناوری در قرن بیستم بود، جهان را به‌ویژه در عرصه فرهنگ هدف قرار داده و موجب کم‌رنگ شدن مرزهای سیاسی و جغرافیایی، کاهش تمرکز اقتدار حاکمیت‌های ملی و تضعیف باورها و اعتقادات فرهنگ بومی شده است. جهانی شدن با ابزارهای مختلف و با استفاده از فناوری‌های نوین در عرصه فرهنگی نفوذ چشم‌گیری دارد و اهمیت مقوله فرهنگ در پایداری حاکمیت همه نظام‌های حکومتی دنیا؛ به ویژه در نظام اسلامی موجب شده است که فرهنگ یکی از مهمترین ارکان امنیت ملی و امنیت فرهنگی به عنوان چالش بزرگ همه کشورها در برابر رشد فزاینده موج جهانی شدن از اهمیت فراوان برخوردار گردد. بنابراین مطالعه و توجه بیشتر به ابعاد مختلف این مسأله، امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد. جهانی‌شدن مشتمل بر طیف وسیعی از روندها، سیاست‌ها، روش‌ها و ابزارهای متنوعی در حوزه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی و اجتماعی می‌باشد. جهانی‌شدن تولید، ازدیاد مشترکات جامعه بین‌الملل، بسط و گسترش لیبرال دموکراسی، گسترش ارتباط ملت‌ها با یکدیگر و مهاجرت‌ها، گسترش سازمان‌های فراملی، وابستگی امنیت کشورها با یکدیگر، محوریت یافتن علم و فناوری در عالم توسعه، ابزارهای مختلف ارتباط جمعی؛ نظیر شبکه‌های مخابراتی پرسرعت، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، ماهواره‌ها، همه و همه مؤلفه‌های متنوع جهانی شدن می‌باشد. کشورهای پیشرفته و صنعتی دنیا با مؤلفه‌های برآمده از جهانی‌شدن، نظام‌باورها، ارزش‌ها و نمادهای انقلابی را هدف قرار داده و امنیت فرهنگی کشور را تضعیف کرده‌اند.

لذا مسأله این تحقیق شناخت تهدیدها امنیتی فرهنگی از ناحیه جهانی شدن و در پی آن یافتن راهکارهایی برای انجام اقدام‌های هوشمندانه و هدفمند و در نتیجه حفظ و تأمین امنیت فرهنگی کشور است. بدون شک عدم توجه و مطالعه این موضوع می‌تواند لطمات جبران‌ناپذیری را در عرصه فرهنگی و امنیتی، متوجه کشور نموده و شالوده‌های انقلاب اسلامی ایران را تهدید کند. در این مقاله تلاش شده تا ضمن مطالعه پدیده جهانی شدن، تأثیر آن در امنیت فرهنگی جمهوری-اسلامی ایران در ابعاد نمادها و رفتارها، هنجارها و ارزش‌ها و باورها و عقاید سنجیده شده و پیشنهاداتی در این خصوص ارائه گردد.

۳- پرسش‌های تحقیق

۳-۱- پرسش اصلی

پدیده جهانی شدن، چه تأثیری بر امنیت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران دارد؟

۳-۲- پرسش‌های فرعی

۱. جهانی شدن، چه تأثیری بر باورها و عقاید مردم در جمهوری اسلامی ایران دارد؟
۲. جهانی شدن، چه تأثیری بر ارزش‌ها و هنجارهای حاکم بر مردم در جمهوری اسلامی ایران دارد؟
۳. جهانی شدن، چه تأثیری بر نمادها و رفتارهای مردم در جمهوری اسلامی ایران دارد؟

۴- نوع و روش تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی، تحلیلی (پیمایشی) است و پرسش‌نامه بسته در مقیاس چند درجه‌ای لیکرت برای جمع‌آوری داده‌ها، همچنین فیش- برداری از منابع کتابخانه‌ای و وبگاه‌ها استفاده شده و سپس با استفاده از نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل صورت گرفته است.

۵- ادبیات و مبانی نظری تحقیق:

۵-۱- جهانی شدن:

۵-۱-۱- تاریخچه جهانی شدن: در تاریخچه جهانی شدن، مانند تعریف جهانی شدن، توافق قابل توجهی در بین صاحب‌نظران وجود ندارد و عده‌ای آن را امری قدیمی و مسبوق به سابقه و عده‌ای دیگر آن را پدیده‌ای جدید و از محصولات دنیای مدرن می‌دانند (میرمحمدی، ۱۳۸۱: ۵۷). گروهی دیگر از نظریه‌پردازان، جهانی شدن را نه یک امر قدیمی بلکه جدید و ریشه‌دار در مدرنیته می‌دانند. افرادی نظیر: گیدنز، اسکیلر، اولریش بک، جوزف‌نای از جمله پیروان این نظریه هستند. همگی آن‌ها بر این باورند که اساس مدرنیته ماهیت و ذاتی جهانی دارد و جهانی شدن نتیجه تداوم عصر مدرن و مجموعه الزامات آن محسوب می‌گردد (آلبرو، ۱۳۸۱: ۳۷-۳۱). گروهی دیگر از صاحب‌نظران، جهانی- شدن را امری قدیمی دانسته که ریشه در نظام سرمایه‌داری دارد (میرمحمدی، ۱۳۸۱: ۶۲-۶۱).

۲-۱-۵- جهانی شدن از بعد فناوری:

روند جهانی شدن را می‌توان به سه دوره تقسیم کرد:

الف) دوره اول: مرحله اول، «مرحله ابتدایی جهانی شدن» یا جهانی شدن اولیه است که قبل از ظهور مدرنیسم و تحولات صنعتی اتفاق افتاده است. به اعتقاد کوهن و کندی «دوره ابتدایی یا اولیه جهانی شدن مربوط به دوره ظهور امپراتوری‌های بزرگ یا سیطره جهانی و همچنین ظهور ادیان بزرگ الهی مثل مسیحیت و اسلام است». مشخصه این دوره، اثرگذاری امپراتوری‌های بزرگ بر مناطق تحت سیطره خود و مستعمراتشان است. «مورخان دوره ماقبل جهان مدرن نشان داده‌اند که چگونه امپراتوری‌های بزرگ در دوره تمدن‌های باستان موفق شدند بخش‌هایی از جهان را اداره کنند و تحت سیطره خود قرار دهند و نوعی یکسان‌سازی را در حوزه‌های حکومتی به وجود آورند» (نیدهام، ۱۹۶۹؛ مک‌نیل ۱۹۷۱؛ رابرتس ۱۹۹۲ و کون ۲۰۰۱). اگرچه اداره سیاسی امپراتوری‌های بزرگ مثل امپراتوری ایران، چین، روم و یونان موفق شد نوعی یکسان‌سازی منطقه‌ای را به وجود آورد و در واقع مفهوم اثرات فرا ملی و فرا منطقه‌ای در آن زمان معنا یابد، اما این اثرگذاری بسیار کند و زمان بر بوده و غالباً بر «ارتباطات طبیعی» و «ارتباطات چهره به چهره» تکیه داشته است، در حالی که جهانی شدن با مفهوم امروزی آن، به معنای چیره شدن بر عامل زمان و مکان و در واقع از بین بردن فاصله و زمان است. از طرفی حوزه اثرگذاری امپراتوری‌های بزرگ به نخبگان سیاسی، اقتصادی، علمی و فرهنگی در دوره باستان محدود می‌شد، اما مخاطب جهانی شدن در عصر ارتباطات جمعیت‌های بزرگ هستند (عاملی، ۱۳۹۰: ۲۶-۲۵).

ب) دوره دوم: مرحله دوم جهانی شدن به دوره مدرنیته که با انقلاب صنعتی و تحولات موسوم به «روشنگری» آغاز شده است، باز می‌گردد. در این دوره، اندیشه انتقادی مارکس در خصوص توسعه جهانی نظام سرمایه‌داری مدرن و یا دیدگاه‌های سنتی سیمون درباریه ریشه یافتن مدرنیته در جهان، منعکس‌کننده اندیشه جهانی شدن مدرنیته است. به لحاظ عینی، به طور حتم اختراع ماشین، هم در صنعت کارخانه‌ای و هم در صنعت ارتباطات، نقش تعیین‌کننده‌ای در تحولات جهانی داشته و هنجارها و کنش‌های اجتماعی بسیاری را در کل جهان به وجود آورده که «انتزاع فرامکانی و فرازمانی» را امکان‌پذیر کرده است. در این دوره، چرخه اثرگذاری در جهان، بر صنعت مکانیکی و

الکترونیکی متکی بوده، اما در عین حال، سرعت تعاملات بین‌المللی در سطح جهانی به‌کندی صورت می‌گرفته است. از طرفی توسعه غرب صنعتی و مدرن در این دوره همراه با جنگ و روندهای استعماری بود، ولی در دوره جدید جهانی‌شدن که مرحله سوم آن است، شکل پنهان‌تری یافته است (عاملی، ۱۳۹۰: ۲۷-۲۶).

ج) دوره سوم: دوره سوم جهانی‌شدن، دوره است که همه‌نظریه‌ها و مباحث معاصر جهانی‌شدن ناظر بر آن است. این دوره، معلول ظهور صنعت جهانی ارتباطات است که موجب ارتباطات همزمان و ظهور «فضای واحد ارتباطی» شده است، می‌باشد و پدیده فناوری ارتباطات، از سه خصیصه فراملی بودن، فراگیر بودن، و پیوستگی برخوردار بوده و ظرفیت‌های جهان جدید را معرفی می‌کند. برخلاف جهان قبل از ظهور صنعت همزمان ارتباطات که چسبیده به مکان بود، فضای جدید، اساساً فراملی و فراجغرافیایی و به تعبیر دقیق‌تر بی‌مکان است. بنابراین همه تولیدات ضمن برخورداری از خصیصه‌های ملی و بومی در فضایی فراملی بروز می‌یابند، و بدین ترتیب روندهای فراملی شدن در سطح به مراتب گسترده‌تر از گذشته در حال جریان‌اند. روندهای جدید برای یک‌بار در فضای مجازی ارائه می‌شود و قابلیت دسترسی فراگیر را برای همگان دارد. پیوستگی نیز سازمان ارتباطات جدیدی را بیان می‌کند که نوعی شبکه‌ای شدن گسترده را بر اساس خاص‌گرایی و عام‌گرایی جدید به وجود می‌آورد. به تعبیر دیوید جهان جدید، جهانی متصل و عصر جدید، عصر اتصال است که به راحتی شاخص‌های ارتباطی و انفجار ارتباطی را منعکس می‌کند (عاملی، ۱۳۹۰: ۲۸-۲۷).

۳-۱-۵- تعاریف و مفاهیم جهانی‌شدن

جهانی‌شدن معادل واژه Globalization در زبان انگلیسی است. در زبان عربی نیز کلمه‌های «العلوله» و «الکوکبه» معادل جهانی‌شدن و یا جهان‌گرایی ترجمه شده‌اند که عمدتاً کلمه «العلوله» مورد استفاده قرار می‌گیرد. اما در رابطه با ارائه تعریفی جامع و مانع از پدیده جهانی‌شدن، میان صاحب نظران و اندیشمندان این حوزه، اجماع نظر حاصل نشده و هر دسته از آنان به نسبتی برداشتی که خود از این پدیده دارند، و پیش‌زمینه‌های فکری و ایدئولوژی سیاسی که به آن تعلق دارند، تعریف خاصی

از این پدیده ارائه داده‌اند (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۲: ۴۰-۳۹). جهانی شدن مصدر و فاعل خارجی در آن-متصور نیست. بلکه هر نوع تغییری در آن به دنبال ایجاد شرایط زیستی مهیا می‌شود که از درون بر می‌خیزد. مانند کودکی، نوجوانی، جوانی و... که هر کدام ویژگی خاصی دارد که عامل آن درونی-است. جهانی شدن از ویژگی‌های جوامع انسانی است و در آن به روابط انسانی و نوع زیست آن‌ها توجه می‌شود. مانند سنتی، مدرنیسم و پست مدرنیسم که ناشی از ورود فن‌آوری به زندگی انسان‌ها و نقش آفرینی در آن است (بابایی طلائی، ۱۳۹۳: ۱۵۶-۱۵۵). بنابراین در خصوص جهانی شدن، ارائه یک تعریف جامع و در عین حال مورد قبول همگان، امری دشوار به نظر می‌رسد. اندیشمندان، دلیل فقدان وجود اجماع در مورد تعریف و مفهوم‌سازی جهانی شدن را ناشی از ماهیت متناقض و پیچیده این پدیده می‌دانند (میرمحمدی، ۱۳۸۱: ۶۶-۶۵).

دیدگاه تعدادی از نظریه پردازان در خصوص پدیده جهانی شدن عبارت است از:

امام‌خامنه‌ای ^{مدظله العالی} از جهانی شدن با تعبیر جهانی‌گری یاد کرده و فرموده‌اند: جهانی‌گری یعنی چه؟ یعنی یک مجموعه از قدرت‌های جهانی؛ عمدتاً آن کسانی که در سازمان ملل هم نفوذ دارند؛ عمدتاً همان کسانی که استعمارگران دیروز دنیا بودند؛ چند کشوری که در صددند فرهنگ و اقتصاد و عادات و آداب خودشان را به همه دنیا گسترش دهند؛ یک شرکت سهامی درست کنند که نود و پنج درصد سهمش در واقع مال آن‌هاست، پنج درصد بقیه هم مال همه کشورهای دیگر. اختیار در دست آن‌ها و تصمیم‌گیری هم با آن‌هاست! این معنای جهانی‌گری است که امروز بسیاری از کشورها، بسیاری از رجال سیاسی جهان سوم و بسیاری از روشن‌فکران دنیا، با آن مخالفت و مبارزه می‌کنند و از آن می‌ترسند. بعضی از مسئولان ما نقل کردند که در کنفرانس‌های جهانی، بسیاری از کشورهای مشترک در کنفرانس ۷۷ و غیر متعهدها، از جهانی شدن می‌ترسند؛ چون می‌دانند که جهانی شدن، یعنی سلطه آمریکا بر اقتصاد، فرهنگ، ارتش، سیاست، حکومت و تقریباً بر همه چیز کشورهای دیگر. این تازه غیر از اعمال نفوذ مستقیم است (امام‌خامنه‌ای مدظله العالی ۱۳۷۹/۰۲/۰۱).

آنتونی گیدنز، به خوبی نقش و تأثیر عوامل خارجی را در امور داخلی کشورها در عرصه

جهانی‌شدن مورد توجه قرار داده و می‌گوید: «تقویت مناسبات اجتماعی جهانی که محل‌های دور از هم را به هم ربط می‌دهد که هر واقعه، تحت رویدادی که با آن فرسنگ‌ها فاصله دارد، شکل می‌گیرد و برعکس». بر اساس برداشت گیدنز می‌توان اشاره نمود که در جهانی‌شدن، روابط اجتماعی در سطح وسیع عمق می‌یابد؛ بگونه‌ای که فاصله نامحسوس شده و می‌توان علت وقوع یک حادثه در محل را در منطقه‌ای کاملاً مجزا و دور جستجو نمود (گیدنز، ۱۳۷۸: ۷۸-۷۷). مارکس، جهانی‌شدن را فرایندی می‌داند که تقریباً همزمان با شکل‌گیری سرمایه‌داری آغاز شده است (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۲: ۴۱).

کلمن جیمز با دیدی فرهنگی به جهانی‌شدن می‌نگرد. وی جهانی‌شدن را یکسان‌سازی فرهنگ‌ها می‌داند. به اعتقاد کلمن جیمز: «جهانی‌شدن با سنت‌زدایی از فرهنگ و برقرار نمودن حکومت بین‌المللی رسانه‌ها، زمینه را برای یکسان‌سازی جوامع و فرهنگ‌ها به وجود می‌آورد». به نظر وی انسان در عصر جهانی‌شدن، فاقد هر نوع هویت ملی و بومی است و به مفاهیمی معتقد می‌شود که ریشه در سنن او ندارد (انبارلویی، ۱۳۸۰: ۲۳).

هاروی به فشردگی زمان معتقد است و فشردگی زمان-فضا عبارت از کاهش زمان و کوچک شدن فضا می‌داند که با آغاز فرایند فشردگی، نطفه جهانی‌شدن هم بسته شده است (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۳۷-۳۶).

پل کوک و کالین پاتریک، به افزایش وابستگی متقابل کشورها و گسترش چشم‌گیر ارتباطات توجه دارند. تعریف جهانی‌شدن از دیدگاه آنان عبارت است از: گسترش روابط و پیوندهای گوناگون بین دولت‌ها و جوامعی که نظام جهانی را شکل می‌دهد. فرایندهایی که بنابر آن‌ها، رخدادها، تصمیم‌ها و فعالیت‌ها و فعالیت‌های یک بخشی از جهان می‌تواند پیامدهای مهمی برای افراد و جوامع بخش کاملاً مجزایی از جهان در بر داشته باشد. در واقع جهانی‌شدن از جنبه‌های مختلف مورد تعریف قرار می‌گیرد ولی عمده تعاریف، به بعد ارتباطات توجه وافر داشته‌اند. از این منظر جهانی‌شدن را مفهومی می‌شناسند که دلالت بر کوچکتر شدن و به هم فشردن شدن جهان، در بعد مکان و زمان دارد (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۳۷).

آنتونی مک‌گرو، با تأیید این که جهانی‌شدن یک فرایند چند بعدی است؛ به نقش ارتباطات

توجه زیادی داشته است و جهانی شدن را رشد فزاینده ارتباطات متقابل معرفی می‌کند. وی عناصر تشکیل دهنده تعریف خود را واجد نکات زیر می‌داند:

- فعالیت‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در شرایط جهانی شدن به ماورای مرزهای ملی تأثیر گذاشته و از آنجا تأثیر می‌پذیرند؛
- جهانی شدن، حجم کنش‌های متقابل را تشدید کرده و یک سیستم جدید جهانی ایجاد می‌نماید؛
- افزایش شدت و وسعت ارتباطات به محور شدن فاصله موضوع‌های داخلی و خارجی می‌انجامد و ارتباطات به حدی عمق پیدا می‌کند که افراد در کنار زندگی محلی خود، یک صبغه جهانی نیز در زندگی خویش احساس می‌کنند؛
- ارتباطات در حال رشد، مسائلی را در سطح فراملی ایجاد می‌کند که تنها از طریق همکاری جهانی قابل حل و فصل هستند (تکثر تسلیحات یا معضل مواد مخدر، مسائل زیست محیطی از جمله این موضوعات هستند)؛
- حجم و شدت ارتباطات، شبکه‌های به هم فشرده‌ای را بین دولت‌ها و نهادهای بین‌المللی، جوامع، سازمان‌های غیر دولتی و شرکت‌های چند ملیتی به وجود می‌آورد. این شبکه‌ها به ایجاد یک سیستم جهانی منجر می‌شود و این سیستم محدودیت‌های سیستمی برای فعالیت‌های بازیگران مزبور ایجاد می‌کند و خودمختاری آن‌ها را کاهش می‌دهد (نونزاد، ۱۳۸۶: ۲۴-۲۲).

استیو اسمیت و جان بلیس، تعریف خود از جهانی شدن را در بر گیرنده فرایند وابستگی و ارتباط متقابل روزافزون و رو به رشد میان جوامع می‌دانند، به طوری که حوادث در بخشی از جهان، آثار و پیامدهای بسیار زیادی بر مردم و جوامع دیگر در فواصل دور بر جای می‌گذارد (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۲: ۴۳).

رولاند رابرتسون، جهانی شدن را اساساً نگاه به هانی شدن. تهران ی فرهنگ علوی. انتشارت ژ ی به زندگی انسان‌ها و نقش آفرینی در آن است (بابایی، ۱۳۹۳: ۱۵۶-۱۵۵) بابایی، محیط مفهومی، فرهنگی می‌داند که به تراکم جهان، تشدید آگاهی درباره جهان به مثابه یک

کل (یعنی مردم به این درک برسند که جهان را همچون مکانی واحد بدانند) وابستگی متقابل در قلمرو جهانی و آگاهی از یکپارچگی جهانی در قرن بیستم اشاره دارد. از دید رابرتسون در چنین جامعه‌ای برقراری ارتباط میان افرادی که با فاصله خیلی دور از هم زندگی می‌کنند، به همان راحتی میان همسایه‌ها خواهد بود (افروغ، ۱۳۸۷: ۲۵). و بالاخره برخی از اندیشمندان، جهانی شدن به معنای مصطلح امروزی خود را ناشی از ظهور صنعت لحظه‌ای ارتباطات جهانی مثل تلفن، فکس، تلویزیون‌ها و رادیوهای جهانی و اینترنت می‌دانند. باید توجه داشت که بنابراین تعریف، جهانی شدن، را در دو قالب باید تحلیل کرد: جهانی شدن به عنوان فرایندی که محصول فناوری جهانی ارتباطات است و جهانی شدن به عنوان پروژه‌ای مدیریت شده که در واقع تصرف بر نرم‌افزار جهانی شدن است (عاملی، ۱۳۹۰: ۲۴۵).

تاملینسون نیز روح جهانی شدن را صنعت ارتباطات دانسته و معتقد است صنعت ارتباطات جهانی، ارتباط با فاصله دور و نزدیک را یکسان کرده و در واقع فاصله در پرتو صنعت- ارتباطات از بین رفته و نوعی پیوستگی جهانی به وجود آمده است (عاملی، ۱۳۹۰: ۲۴۶).

جیمسون معتقد است جهانی شدن یک مفهوم ارتباطی است که به طور متناوبی در برگیرنده و انتقال دهنده معانی اقتصادی و فرهنگی است. زیرا این مفهوم، هم رقصنده و هم دارای شبکه- های ارتباطی بسیار گسترده است که سرتاسر جهان امروز را در بر می‌گیرد. شبکه‌ای که از یک طرف ناشی از ابداعات چشم‌گیر در همه انواع فناوری‌های ارتباطی است و از طرفی دیگر، پایه‌های فناوری با درجه‌ی تمایل بیشتری از مدرنیزاسیون در همه کشورهای جهان یا حداقل در شهرهای بزرگ آن‌ها تثبیت می‌گردد. در واقع، این انقلاب ارتباطی، نشانگر به وجود آمدن یک فضای سایبرنتیکی می‌باشد که در نتیجه گسترش فناوری ایجاد گشته است. در این فضا اهمیت فرهنگ بیش‌تر می‌گردد. به‌طور کلی از نظر جیمسون در وضعیت- فرامدرنی، در سایه شکل جدید ارتباطات، شاهد استقبال از تفاوت‌ها و تمایزات هستیم که در آن‌همه فرهنگ‌ها در جایگاهی قرار می‌گیرند که برای تحمل همدیگر یک فضای پلورالیستی- فرهنگی عظیمی را به وجود می‌آورند (واحدی، ۱۳۸۸: ۹۵-۹۴).

از نظر پرانک، جهانی شدن واقعاً یک انقلاب است، انقلابی که برگشت‌ناپذیر و غیرقابل‌جلوگیری است؛ روندی است که موجب انتقال همه جوامع خواهد شد. پتانسیل‌های موجود در نیروی جهانی شدن موجب می‌شود که ارتباط با هر کس، هر کجا و در هر زمان امکان‌پذیر باشد (عاملی، ۱۳۹۰: ۴۳).

از نظر نیومن و جودکا، جهانی شدن با پیشرفت‌های فناورانه‌ای مرتبط است که شرایطی را فراهم می‌کند که ضبط و بازیابی اطلاعات و برقراری ارتباط با آن را در هر شکلی صرف نظر از بعد زمان و مکان و حجم اطلاعات امکان‌پذیر سازد. «جهانی شدن بر افزایش تقابل و وابستگی در میان جوامع، فرهنگ‌ها و مردم دنیا دلالت می‌کند و اغلب با نگرانی درباره کاهش استقلال محلی و حاکمیت محلی همراه است» (عاملی، ۱۳۹۰: ۴۳).

۲-۵ فرهنگ و جهانی شدن

یکی دیگر از ابعاد جهانی شدن، بعد فرهنگی و تأثیرات آن بر ساختار سیاسی اجتماعی و اقتصادی ملت‌ها و کشورهاست. بسیاری از روشنفکران و تحلیلگران، پدیده جهانی شدن را بیشتر با توجه به بعد فرهنگی و اثرات اجتماعی آن مورد توجه قرار داده‌اند. از نظر دیوید هلد، جهانی شدن به معنی حرکت مردمان، نشانه‌ها و پدیده‌ها در فضای بین‌قاره‌ای و مابین مناطق است. فرهنگ نیز از این نظر، جهانی شده است. زمان و مکان در مبادلات و تأثیرگذارهای متقابل در عرصه فرهنگی، رنگ باخته و فناوری ارتباطات و اطلاعات آن را حذف نموده است. در شرایط جهانی شدن و گسترش سریع ارتباطات، مبادلات و روابط فرهنگی و زیرساخت‌ها و نهادهای لازم برای آن افزایش یافته و این امر نگرش‌ها و ارزش‌های خاصی را در عرصه جهانی گسترش داده است. این بعد از جهانی شدن، بر اقتصاد و سیاست تفوق دارد و عمده توجه آن بر روی مشکلاتی است که فرهنگ جهانی، با بهره‌گیری رسانه‌های جمعی، برای هویت‌های ملی و محلی به وجود می‌آورد. مبنای تحلیل طرف‌داران فرهنگ جهانی، بر این اصل مبتنی است که رشد فزاینده فناوری و وسایل ارتباط جمعی، اینترنت و ماهواره، موجب فشردگی زمان-مکان و نزدیکی فرهنگی کشورها شده و از این طریق یک فرهنگ مسلط در سطح جهانی تشکیل داده است (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۶۴).

۱-۲-۵- تعریف و ماهیت فرهنگ: صورت باستانی فرهنگ، در متن بازمانده از اوستا و نوشته‌های فارسی باستان یافت نشده است. صورت پهلوی آن «فرهنگ» است. گمان می‌رود از پسوند «فر» به- معنی پیش و ریشه باستانی «ئنگ» به معنای کشیدن می‌باشد. واژه فارسی «هنگ» به معنای قصد و آهنگ، «هنجیدن» و «هیختن» و «انجیدن» به معنای بیرون کشیدن و بر آوردن است. «هنج» و «هنگ» در واژه‌های «دودهنج» و «دودهنگ» به معنی دودکش از همین ریشه است (آشوری ۱۳۸۶: ۲۵). از دیدگاه اسلامی ندوشن مفهوم فرهنگ ریشه در زبان و ادب فارسی دارد و فرهنگ در آن به معنی ادب، فرزادگی، دانش، حکمت، بزرگ منشی، انسان دوستی، تهذیب نفس و دانایی آمده است. هدف فرهنگ در تفکر ایرانی، پرورش انسان خوب است و نمونه انسان‌های با فرهنگ، قهرمان‌های آراسته و خوب شاهنامه مثل فریدون و سیاوش هستند (اسلامی ندوشن، ۱۳۷۱: ۱۶).

در تعریف ماهوی فرهنگ، نظریه پردازان از زوایای گوناگون به تعریف فرهنگ پرداخته‌اند. بعضی آن را «رفتار یا الگوهای رفتاری» دانسته‌اند. ویسلر می‌گوید: تمام فعالیت‌های اجتماعی به- گسترده‌ترین معنای آن مانند زبان، زناشویی، نظام مالکیت، ادب، مصنوعات هنری و مانند آن جزو فرهنگ به‌شمار می‌روند (وئوقی، ۱۳۸۶: ۱۱۴). پاره‌ای «بازتاب اندیشه و شناخت بشر» را فرهنگ آن نامیده‌اند. دائره‌المعارف ایتالیا، فرهنگ را مجموعه‌ای از شناخت‌ها و معلومات ذهنی و اجتماعی می‌داند که به دست آوردن آن نیازمند مطالعاتی وسیع و گوناگون است. برخی دیگر، «مجموعه اندوخته‌های مادی و معنوی» بشر را فرهنگ بر شمرده‌اند و بالاخره عده‌ای، «ارزش‌ها، هنجارها، باورها و مجموعه امور پذیرفته شده و هنجار یافته‌ی اجتماعی» را فرهنگ قلمداد نموده‌اند (پیروزمند، ۱۳۸۹: ۲۷). در واقع فرهنگ به عنوان حلقه واسط بین مردم و دولت، می‌تواند با تولید نارضایتی و یا رضایتمندی، دولت‌ها را تقویت و یا در تنگنا قرار دهد و فرهنگ از این جهت دارای اهمیتی- راهبردی می‌باشد و توجه ویژه‌ای به فرهنگ صورت می‌گیرد (افتخاری، ۱۳۹۱: ۲۳۱). ماکس وبر «مفهوم فرهنگ» را «مفهوم ارزش» می‌داند و می‌گوید: فرهنگ از یک سلسله روش‌ها و زمینه‌ها متأثر است که آن روش‌ها و زمینه‌ها افراد یک جامعه را به هم می‌پیوندند و در رفتار، کردار و روابط اجتماعی آن‌ها منعکس می‌شود. ولی برای درک این تعریف باید به وابستگی عمیق ارزش‌ها و سمبل‌ها و به

تغییرات مادی و نتایجی که این ارزش‌ها و سمبل‌ها به دنبال می‌آورند و با خود از آن‌ها زاده می‌شوند، توجه کرد (صالحی امیری، ۱۳۹۲: ۲۴).

فرهنگ مجموعه‌ای است از عقاید، آداب و رسوم و سایر جنبه‌هایی که بیش‌تر بر ابعاد و جنبه‌های معنوی و معرفتی وجود انسان توجه دارد (صالحی امیری، ۱۳۹۲: ۳۸). شورای عالی انقلاب فرهنگی در آبان ۱۳۸۸ در نظام‌نامه مهندسی فرهنگی کشور، فرهنگ را به این صورت تعریف کرده - است: «نظام واره‌ای است از باورها و مفروضات اساسی، ارزش‌ها، آداب، و الگوهای رفتاری ریشه‌دار و دیرپا و نمادها و مصنوعات که ادراکات رفتار و مناسبات جامعه را جهت و شکل می‌دهد و هویت آن را می‌سازد». در این تعریف رویکرد مجموعه‌ای و نظام‌وار به فرهنگ شده است که حداقل چهار لایه برای آن در نظر گرفته شده است که رفتارها و مناسبات جامعه را جهت و هویت می‌دهد (بابایی طلائی، ۱۳۹۳: ۲۶).

۲-۲-۵- مولفه‌های اساسی فرهنگ

۲-۲-۱-۵- ارزش‌ها: عمده‌ترین قسمت فرهنگ را ملاک‌ها و معیارها و اصول حاکم بر آن تشکیل می‌دهند. ارزش‌های اساسی جامعه در همین عرصه مطرح می‌گردد. داوری ما از رفتار و گفتار و پندار دیگران بر اساس ارزش‌های ما انجام می‌شود. انتخاب اهداف، شیوه‌ها و وسیله نیل به آن‌ها در جامعه با ملاک‌های ارزشی سنجیده می‌شود. ارزش‌ها به ما می‌گویند چه چیز مطلوب است و کدام روش از نظر اجتماعی نامطلوب و نکوهیده می‌باشد. اصولاً انسان قبل از هر چیز یک موجود ارزشی است و اگر این ویژگی را از او بگیریم، دیگر تفاوتی با حیوان ندارد. آدمی همواره در چالش با نفس خویش است و آن چه را که در محیط او می‌گذرد و به نحوی مربوط به او می‌شود مورد ارزشیابی قرار می‌دهد. ارزش مالک چیزی بودن، ارزش خوشبخت و موفق بودن، ارزش فعال و اعمال نیکو، ارزش زیبایی، ارزش زندگی و... همه به غایات زندگی و جامعه مربوط می‌شوند. طبیعی است که جوامع و فرهنگ‌های مختلف، معیارهای متفاوتی برای ارزش‌ها دارند و به تناسب بینش، باورها و اعتقادات خود روی رفتار و پندار خویش و دیگران داوری می‌کنند. بعضی باورها مربوط به نکات جزئی زندگی روزمره و بعضی از آن‌ها در حوزه مسائلی است که از

نظر فرد، سازمان یا جامعه، به طور کلی اهمیت زیاد دارد. باورهای اساسی، زمینه ایجاد باورهای عملی و واقعی زندگی را فراهم می‌آورند و جهت حرکت باورهای روزمره را تعیین می‌کنند. باورهای اساسی و تعیین‌کننده روشی است که هر کاری باید بر اساس آن انجام گیرد، اما باورهای روزمره روشی است که کارها عملاً به طور روزانه انجام می‌شود؛ خواه با آن‌ها هماهنگ باشد یا نباشد.

این که یک جامعه ثروت مادی را ارزش بداند و یا اعتلای روحی و معنوی، و یا این که ارزش‌ها چگونه به ضد ارزش تبدیل می‌شوند، بی‌تردید یک معضل اساسی فرهنگ است. اگر در جامعه کار و تلاش، سازندگی، علم، هنر، قناعت، اطاعت از قانون تحقیر شود و جای آن را گرایش به مصرف مصنوعات بیگانه، تجملات، رفاه، انگل زیستی، لاقیدی، زد و بند، رشوه‌خواری، دزدی، دلالی، فرار از قانون بگیرد، اینها نشانه آن است که آن جامعه بیمار است و فرهنگ آن دستخوش بحران سرنوشت‌ساز شده است (بابایی طلائی، ۱۳۸۴: ۵۹-۵۸). انسان‌ها به‌طور معمول ارزش‌ها و آرمان‌هایی دارند که برای حفاظت از آن‌ها تلاش می‌کنند. ارزش‌ها و آرمان‌ها با توجه به سطوح و شرایط مختلف، متفاوت می‌باشد. در یک نگاه کلی، ارزش، چیزی است که بقای آن پرداخت هزینه‌هایی را توجیه می‌کند (گروه مطالعاتی امنیت، ۱۳۸۷: ۱۴۱-۱۳۲). بنا بر هر تفکر دینی و غیر دینی، هر مفهوم که از اهمیت بیشتری در سطوح زندگی فردی و اجتماعی برخوردار باشد، به عنوان «ارزش» قلمداد می‌شود. «عدالت، امنیت، نظم و...» می‌توانند به عنوان ارزش‌های یک جامعه تلقی شوند (صالحی امیری، ۱۳۹۲: ۸۱).

انسجام و یکپارچگی در ارزش‌های مردم با ارزش‌های حاکمیت در روندهای امنیتی و کارکردهای ثبات و بی‌ثباتی یک نظام، تأثیر زیادی دارند. در مجموعه مطالعاتی که پیرامون توسعه و نوسازی صورت گرفته، رابطه تحولات ارزشی و ثبات سیاسی مورد توجه جدی بوده و در همین چارچوب انقلاب‌ها و ناآرامی‌های جوامع بر اثر ناهمگونی‌های ارزشی، زمینه‌ساز پیدایش نظریه‌های زیادی بوده است. ارزش‌های سنتی منشأ و خاستگاه اصلی فرهنگ‌های ملی جوامع را تشکیل داده، هویت‌های ملی بر آن اساس شکل می‌یابند و فلسفه وجودی برای هر جامعه بر اساس

این ارزش‌ها شکل می‌گیرند (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۲: ۸۰).

۲-۲-۵-هنجارها: معیارها، رفتارهای ثابتی هستند که گروه، به لحاظ فکری یا رفتاری، از افراد انتظار دارد یا آن‌ها را در قالب عرف، آداب، سنت‌ها، قواعد و قوانین تأیید می‌کند. این الگوهای رفتاری از نسلی به نسل دیگر در میان اعضای یک مجموعه منتقل می‌گردند. ضمانت اجرا و استمرار این آداب و قواعد همان شیوه‌های سنتی پاداش یا تنبیه به ترتیب برای کنش‌های هنجار و رفتارهای نابهنجار می‌باشد. عمده‌ترین انواع هنجارها عبارتند از: سنت‌های عامه، آداب معاشرت، اخلاقیات و قوانین.

سنت‌های عامه، عبارتند از: الگوهای متداول رفتار روزانه زندگی افراد در جامعه و در تعامل آن‌ها با یکدیگر. این سنت‌ها به شیوه‌های کنش و رفتار قابل قبول مربوط می‌شود که معمولاً تخطی از آن‌ها خلاف نزاکت، ادب و یا صرفاً ناموجه تلقی می‌گردد، ولی کسی را به خاطر آن تنبیه نمی‌کنند (بابایی طلائی، ۱۳۸۴: ۵۲-۵۱). به نظر گیدنز هنجارها اصول و قواعد معینی هستند که از مردم انتظار می‌رود آن‌ها را رعایت کنند. هنجارها نشان‌دهنده باید و نبایدها در زندگی اجتماعی هستند. به نظر لایتنن هنجارها آن قاعده رفتار یا خصوصیتی است که اکثریت اعضای جامعه یا یک گروه به آن عمل می‌کنند. یا می‌پذیرند و عدم پیروی از آن مجازات و توبیخ (بیشتر غیر رسمی) را در پی دارد (حاجیانی، ۱۳۸۸: ۱۵۲). داهرنس دورف و برخی دیگر از اندیشمندان نظیر هریسون یکی از کارکردهای مهم هنجار را تنظیم گرامر اجتماعی می‌دانند و معتقد هستند هنجارها، روابط اجتماعی را تنظیم می‌کنند و از این طریق نظم اجتماعی را به وجود می‌آورند (افقی و صادقی، ۱۳۸۸: ۶۹).

یکی دیگر از جنبه‌های مهمی که جهانی شدن می‌تواند اثرات گسترده‌ای بر آن‌ها داشته باشد، مجموعه آداب و رسوم، آیین‌ها و فرهنگ عامیانه مردم در یک منطقه یا کشور می‌باشد که این پدیده نیز می‌تواند اثرات مثبت و منفی زیادی به خود به همراه داشته باشد. جهانی شدن این فرصت را به وجود آورده تا برخی آیین محلی و ملی که ریشه‌های تاریخی و حتی دینی دارند، بتوانند در عصر جهانی شدن از فرصت جهانی شدن بهره برده و توجه جهانی را به محتوای خود جذب کنند. جشن نوروز و آیین تعزیه تنها بخش بسیار کوچکی از آیین‌هاست که در سال‌های گذشته به شکل

وسعی در سطح جهانی برای ارائه آن تلاش شد (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۲: ۲۶۵).

تیین رابطه جهانی‌شدن و ادیان توحیدی همانند موضوع جهانی‌شدن و فرهنگ تا حدودی مشکل است. این مهم تا اندازه زیادی معلول بیان دو دیدگاه کاملاً متفاوت پیرامون این دو موضوع جهانی‌شدن و ادیان با یکدیگر می‌باشد. توضیح این که عده‌ای با ارزیابی مثبت از جهانی‌شدن، رویکرد به دین و احیای دین در دوران معاصر را پیامد جهانی‌شدن می‌دانند و برخی طرفداران این نظریه تا آنجا پیش می‌روند که ادیان الهی را پیش‌تاز جهانی‌شدن معرفی کرده و در صدد ایجاد نوعی همسازگرایی میان آموزه‌های دینی و ابعاد جهانی‌شدن بر آمده‌اند؛ اما در مقابل گروهی دیگر معتقدند که دین و جهانی‌شدن به لحاظ ماهوی کاملاً با یکدیگر در تضاد می‌باشند، زیرا از یک طرف هر دین آموزه‌های کلامی و اخلاقی خاص خود را دارد، حال آن‌که جهانی‌شدن تأکید بر گسترش ارزش‌ها بدون در نظر گرفتن مرز و مکان دارد و از سوی دیگر جهانی‌شدن مروج ارزش‌های پست‌مدرن است که کاملاً در تضاد با آموزه‌های کلامی و اخلاقی ادیان می‌باشد (سلیمی، ۱۳۸۰: ۱۸۸-۱۷۵). اما برخی از تحلیل‌گران نیز برای تییین رابطه جهانی‌شدن و ادیان توحیدی، بر مبنای نظریه روزنا در خصوص رابطه جهانی‌شدن و فرهنگ، هم‌گرایی را مبنای قرار داده‌اند. بدین معنا که جهانی‌شدن برای ادیان هم فرصت بوده است و هم چالش (مسعودنیا، ۱۳۸۹: ۲۳۶). شناخت چالش‌ها و فرصت‌های ایجاد شده فراروی ادیان توحیدی بر اثر جهانی‌شدن تنها با بررسی تأثیر جهانی‌شدن بر ادیان در سه سطح احیای دین، ابعاد دین و همگرایی ادیان امکان‌پذیر است (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۲: ۲۵۲).

۳-۲-۵- باورها و عقاید: فرهنگ یک ملت بیش از هر چیز تحت تأثیر بینش‌ها، عقاید و ایدئولوژی‌های حاکم بر آن می‌باشد. بینش از سه مؤلفه عقاید، ارزش‌ها و آگاهی‌ها تشکیل می‌شود. ایدئولوژی متکی به ایمان و یقین در فراسوی شناخت عقلی، علمی و تجربی قرار دارد و به همین لحاظ بسیاری از الگوهای رفتاری و بینشی افراد در جامعه را شکل می‌دهد (بابایی طلاپه، ۱۳۸۴: ۵۷). باورها و اعتقادات برای همگان از اعتباری خاص و ویژه برخوردار است. در واقع باورها از منابع مختلف تولید می‌شوند و متعاقب استقرار به صورت آگاهانه یا ناآگاهانه، کلیه رفتارهای بازیگر را

تحت تاثیر قرار می‌دهد. ادیان و ایدئولوژی‌ها، کانون اصلی تولید اعتقادات و باورها هستند (افتخاری، ۱۳۹۱: ۱۱۳). چنان‌که ابن‌خلدون در «مقدمه» نشان داده، نوع اعتقادات در اعتلاء و یا زوال ملت‌ها نقش مستقیم دارد (ابن‌خلدون، ۱۳۷۵: ۳۰۲-۳۰۱).

رهبان فرزانه انقلاب^(مدظله‌العالی) در بیانی دیگر در باب سرمایه‌گذاری دشمن برای اثرگذاری بر ارزش‌ها و اعتقادات مردم می‌فرماید: «...البته از همه اینها مهم‌تر، مسأله فرهنگ است؛ به‌ویژه در سطح باورها و عقاید مردم. می‌بینید چقدر دارند سرمایه‌گذاری می‌کنند. اشاره شد که بسیاری از سرمایه‌های گوناگون بین‌المللی صرف ایجاد رسانه‌های اثرگذار می‌شود، از قبیل ماهواره و اینترنت و موبایل و امثال اینها؛ دارند سرمایه‌های زیادی را صرف می‌کنند برای اینکه بر روی عقاید مردم و باورهای مردم اثر بگذارند و اینها را در واقع از حیثه نفوذ نظام اسلامی و ارزشهای اسلامی خارج کنند؛ که البته پادزهر آن هم این است که ما بتوانیم در سطوح مختلف، نسبت به باورها طرحهای تبیینی و اقناعی داشته باشیم؛ علمای ما، سازمان‌های فرهنگی ما، سازمان‌های تبلیغاتی ما، گویندگان ما، صداوسیما ما باید بتوانند این باورها را در ذهن مردم تثبیت کنند و تعمیق کنند که البته ارتباط مستقیم علما با مردم، یک عامل و عنصر بی‌بدیلی است؛ هیچ چیزی جای این را نمی‌گیرد، هیچ چیزی؛ حتی صداوسیما که یک رسانه فراگیر است، نمی‌تواند جای ارتباط مستقیم علما و متفکرین دینی را با مردم بگیرد» (امام‌خامنه‌ای مدظله‌العالی ۱۳/۰۶/۱۳۹۳).

۴-۲-۵- نمادها و رفتارها: عناصر و ابزارهای مفید برای شناخت گستره ظرفیت و پویایی فرهنگ جامعه، مطالعه و بررسی نمادهاست. نماد عبارت از یک اشاره، مضمون، شیء یا رفتاری است که در روابط اجتماعی به کار می‌رود تا به وسیله آن، چیز دیگری القاء یا تداعی شود. نماد یک نشانه ارتباطی است که نوعی آگاهی را با ساده‌ترین و سریع‌ترین شکل منتقل می‌کند (بابایی طلاتپه، ۱۳۸۴: ۵۳). نمادها و اسطوره‌ها به‌عنوان دو واقعیت فرهنگی در هر نظام فرهنگی در ارتباط متقابل با عناصر، ترکیبها و پحوزه‌های مختلف موجود در آن نظام، ایفای نقش می‌کنند و از جایگاهی ویژه خویش برخوردارند و به موازات ایجاد و گسترش روابط میان ملت‌ها، در مناسبات و داد و ستدهای فرهنگی آنها نیز نمود پیدا می‌کند (رمودی، ۱۳۸۰: ۸۴). نمادها، اشاره، مضمون، شیء یا

رفتاری که در روابط اجتماعی به کار می‌رود تا به وسیله آن چیز دیگری القا یا تداعی شود (کوئن، ۱۳۸۳: ۹۴).

شاید بتوان گفت زبان یکی از عمده‌ترین مسائلی است که در عرصه جهانی شدن به شدت در معرض مستقیم این امواج قرار می‌گیرد (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۲: ۲۶۳). زبان مهم‌ترین جلوه گاه فعالیت انسان در عرصه نمادسازی است. البته به جز زبان، انسان از طریق خلق آثار هنری، فنآوری و نشانه‌های قراردادی موجود در جامعه نیز نمادسازی می‌کند و به استقرار و انتقال اندیشه خود می‌پردازد (کرایب، ۱۳۷۸: ۴۰).

معظم له در باب اهمیت زبان فارسی می‌فرمایند: «من خیلی نگران زبان فارسی‌ام؛ خیلی نگرانم. سال‌ها پیش ما در این زمینه کار کردیم، اقدام کردیم، جمع کردیم کسانی را دور هم بنشینند. من می‌بینم کار درستی در این زمینه انجام نمی‌گیرد و ته‌اجم به زبان زیاد است. همین‌طور دارند اصطلاحات خارجی [به کار می‌برند]. ننگش می‌کند کسی که فلان تعبیر فرنگی را به کار نبرد و به جایش یک تعبیر فارسی یا عربی به کار ببرد؛ ننگشان می‌کند. این خیلی چیز بدی است (امام‌خامنه‌ای (مدظله العالی) ۹۲/۹/۱۹).

۳-۵- جهانی شدن و امنیت فرهنگی

۱-۳-۵- امنیت: واژه امنیت، دارای وسعت و دامنه کاربرد فراوان بوده و طیف وسیعی از فرد و جامعه را در بر می‌گیرد. امنیت، اساساً مقوله‌ای ذهنی است. تعریف امنیت و ترسیم دامنه آن، با ذهنیت و درک نخبگان و مردم جامعه، از مفاهیم آسیب‌پذیری و تهدید، ارتباط مستقیم دارد و از پیش فرض‌ها و تجربه‌های آن‌ها در مقوله‌هایی مانند: منافع ملی، ارزش‌های ملی، قدرت ملی و... متأثر است. برخی بر این باورند که گفتمان‌های امنیتی در هر جامعه‌ای که شکل بگیرند، کاملاً از داده‌هایی متأثر هستند که محیط داخلی و خارجی بر نظام تحمیل می‌کند؛ از آن جهت که متغیرهای محیطی خود بر طبیعتی دگرگون شده استوارند، پس پدیده امنیت با بروز و ظهور متغیرهای بی‌بدیل و پیچیده‌تر شدن عناصر تشکیل دهنده و مشخصه هر زمان، تعریفی دوباره می‌پذیرد و قرائت جدیدی از مدل‌های خود را می‌طلبد (تاجیک، ۱۳۷۸: ۹۹۷). تحوّل مهم مفهوم امنیت در عصر جهانی شدن، برجسته شدن جنبه‌های نرم افزاری آن در کنار جنبه‌های سخت افزاری آن

است (محمودی میمند، ۱۳۹۰: ۳۸).

امروزه امنیت را صرفاً در گستره نظامی در نظر نمی‌گیرند و مفهوم امنیت، مفهومی به گستره وسعت زندگی بشری است. در بازتعریف‌های جدید از امنیت، این امر علاوه بر ابعاد نظامی مشتمل بر ابعاد فرهنگی، اقتصادی، زیست محیطی و سیاسی است.

۲-۳-۵- امنیت فرهنگی

برخلاف آنچه در امنیت سیاسی مورد توجه قرار می‌گیرد؛ یعنی حفظ ثبات سازمانی دولت و نظام حکومتی، امنیت فرهنگی معطوف به مؤلفه‌های هویتی جامعه و هویت ملی است و نه اقتدار و حاکمیت دولت. بنابراین، امنیت دولت و حکومت تنها به عنوان مقدمه و لازمه امنیت جامعه، موضوعیت و مشروعیت دارد. چون مهم‌ترین وظیفه و کارکرد دولت تأمین امنیت دولت و مردم است (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۸۷: ۹۵). امنیت فرهنگی عبارت است از: ایجاد وضعیت مطمئن، آرامش بخش و خالی از هرگونه تهدید و تعرض در انسان نسبت به دین، افکار و اخلاق، آداب و رسوم، باورها، ارزشها، میراث فرهنگی، آثار ادبی و... به عبارت دیگر، مصونیت فرهنگ فرد و جامعه از هرگونه تعرض و تهدید را امنیت فرهنگی می‌نامند (صالحی امیری، ۱۳۸۹: ۲۲).

۳-۳-۵- جهانی شدن فرهنگی: گسترش مدرنیته برجسته‌ترین وجه جهانی شدن است. جهانی شدن فرهنگی عبارت است از: یک رشته نهادها و شیوه‌های رفتار که در پی فروپاشی نظام فئودالی در اروپای غربی شکل گرفت و در طول چندین دهه به نقاط دیگر جهان راه یافت و در سده بیستم به واسطه عرصه ارتباطات، گسترش فرهنگ و تمدن غربی با پیشرفت چشم‌گیری ادامه یافت. یک برداشت رایج و آشنا از جهانی شدن فرهنگ غربی، همان امپریالیسم فرهنگی است. از این دیدگاه جهانی شدن عبارت است از: «اراده همگون‌سازی فرهنگی جهان؛ در این صورت، جهانی شدن نه یک فرایند تابع نیروهای ساختاری و غیر ارادی، بلکه، نوعی تحمیل فرهنگ غرب بر جهان غیر غرب است که از سوی عوامل و اراده‌های اقتصادی-سیاسی نیرومند انجام می‌شود» (یعقوبی پور، ۱۳۸۳: ۱۱۳-۱۱۲).

مانوئل کاستلز، تحولات فناورانه در حال وقوع را انقلاب فناورانه نامیده و آن را ابزاری موثر در اجرای فرایند بنیادین تجدید ساختار نظام سرمایه داری می‌داند. در واقع کاستلز، در تدوین سه

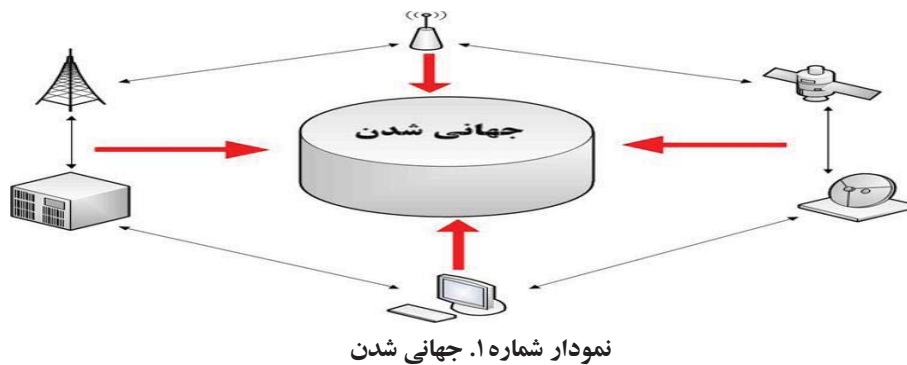
گانه عصر اطلاعات؛ اقتصاد، جامعه و فرهنگ، به بررسی «پیدایش یک ساختار اجتماعی نوین» می‌پردازد. این ساختار جدید به عنوان روندی تاریخی، کارکردها و فرایندهای مسلط در عصر اطلاعات هر روز بیش از پیش پیرامون شبکه‌ها سازمان می‌یابند. شبکه‌ها ریخت جدید جوامع ما را تشکیل می‌دهند و گسترش منطق شبکه‌ای تغییرات چشم‌گیری در عملیات و نتایج فرایندهای تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد می‌کند. پارادایم نوین فناوری اطلاعات، بنیان مادی گسترش جامعه شبکه‌ای را در سرتاسر ساختار اجتماعی فراهم می‌آورد (کاستلز، ج ۱، ۱۳۸۰: ۵۴۳).

تجدد چیزی نیست که بر صورت تمدن‌های گذشته افزوده شود. آن را به علم و فناوری هم نمی‌توان تحویل کرد. نظم خاصی است که در غرب پدید آمده و استقرار یافته و از اینجا به همه جا رفته است و می‌رود. این تجدد گسترش‌یابنده هم از راه می‌رود هم از بی‌راهه. اما در کمتر خانه‌ای چنان که در غرب استقرار یافته است ساکن می‌شود و هر جا می‌رود غالباً نظم خانه‌ها را به هم می‌زند و صاحب‌خانه را پریشان می‌کند. اکنون تجدد در همه زوایا و خفایای اقوام روی زمین نفوذ و رخنه کرده است (داوری اردکانی، ۱۳۹۰: ۲۹۷). فرهنگ در دوره جهانی شدن در حقیقت مجموعه‌ای است از فرهنگ‌های جدید و قدیم که گاهی باهم می‌جنگند و گاهی باهم از در صلح و تفاهم و هم‌زبانی در می‌آیند. زندگی بشر در دوران جهانی شدن، به اقتضای تحول سریع تکنیک مصرفی، دستخوش تحول و احیانا آشوب و آشفتگی می‌شود. نظم جهان کنونی دیگر متکی بر تفکر نیست و وظیفه فرهنگ را نیز نظام تولید فناوری مصرفی به عهده گرفته است (داوری اردکانی، ۱۳۹۰: ۲۰۴). رابرت مرتون معتقد است رسانه‌ها ممکن است در درازمدت ساختارهای ارزشی را بسازند یا آن‌ها را دگرگون کنند. اورث راجرز محقق امریکایی نیز معتقد است که ارتباطات عامل دگرگونی اجتماعی هستند (طاهری، ۱۳۸۳: ۸۱). ظهور صنعت همزمان ارتباطات و به طور خاص صنعت ماهواره، اینترنت و صنایع مربوط به فناوری اطلاعات، تأثیری جدی بر روابط اجتماعی، روابط بین‌فرهنگی و تمدنی، نظام‌های سیاسی دولت-ملت و اقتصادهای ملی داشته است (عاملی، ۱۳۹۰: ۲۴۹). نوعی جبرگرایی فناوری ارتباطی از طریق افزایش وسایل ارتباط جمعی بر تبادل فرهنگ‌ها تأثیرگذار است و شاید بتوان گفت فناوری، ایدئولوژی و فرهنگ جغرافیای محل ساخت خود را به همراه

دارد و این شرایط، تبادل فرهنگ‌ها را به صورت غالب و مغلوب در آورده است (صالحی‌امیری، ۱۳۸۹: ۷۴).

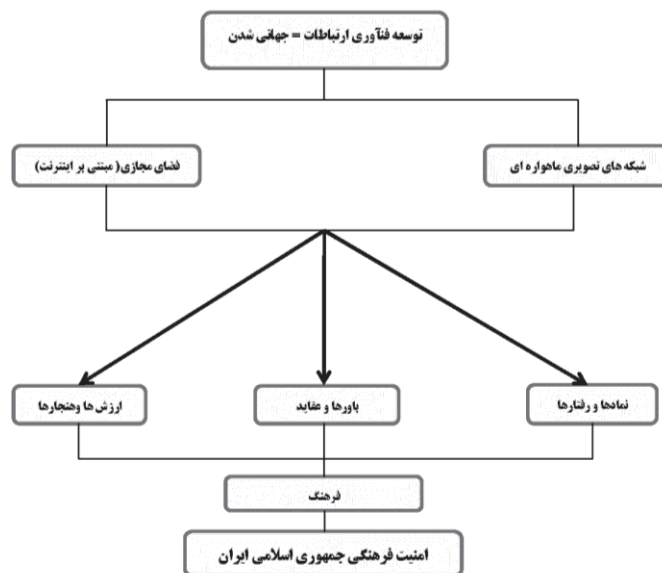
۶- مدل مفهومی تحقیق

اندیشمندان حوزه جهانی‌شدن، این پدیده را به مثابه برداشته شدن فاصله‌ها و مرزهای جغرافیایی به-شمار آورده‌اند. صاحب‌نظرانی نظیر: آنتونی گیدنز، آنتونی مک‌گرو، رولاند رابرتسون، تامیلسون، کلمن جیمز، نیومن، استیو اسمیت و جان بلیس از جمله کسانی هستند که جهانی‌شدن را در این قالب تبیین نموده‌اند. فن‌آوری‌های ارتباطی نظیر ماهواره، موبایل، اینترنت و فضای مجازی از مهمترین عناصر این امر به شمار می‌آیند.



پدیده جهانی‌شدن دارای آثاری در عرصه‌های مختلف از جمله فرهنگ و امنیت فرهنگی با تغییر در لایه‌های سه‌گانه باورها و عقاید، ارزش‌ها و هنجارها و نمادها و رفتارها، طبق مدل مفهومی زیر است. برای سنجش تأثیر جهانی‌شدن بر امنیت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، پرسش‌نامه‌ای مبتنی بر بیانات امامین انقلاب اسلامی، هم‌چنین اصول مترقی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران با ۱۴ شاخص و ۶۳ گویه طراحی شده است.

تأثیر جهانی شدن بر امنیت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران



۷- تجزیه و تحلیل داده های تحقیق

۷-۱- نیمرخ جمعیت پاسخ گویان:

جدول شماره ۱: جدول فراوانی جنسیت پاسخ دهندگان

جنس	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
مرد	۶۰	۸۷	۸۷	۸۷
زن	۹	۱۳	۱۰۰	۱۰۰
جمع	۶۹	۱۰۰	۱۰۰	

جدول شماره ۲: جدول فراوانی سن پاسخ دهندگان

سن	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
۳۰ <=	۰	۰	۰	۰
۳۱-۳۵	۱۵	۲۱.۷	۲۱.۷	۲۱.۷
۳۶-۴۰	۲۶	۳۷.۷	۳۷.۷	۵۹.۴
+۴۱	۲۸	۴۰.۶	۴۰.۶	۱۰۰

فصلنامه مدیریت و پژوهش‌های دفاعی، سال پانزدهم، شماره ۸۰، بهار ۱۳۹۵

جدول شماره ۲: جدول فراوانی سن پاسخ‌دهندگان

سن	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
۳۰ ≤	۰	۰	۰	۰
۳۱-۳۵	۱۵	۲۱.۷	۲۱.۷	۲۱.۷
۳۶-۴۰	۲۶	۳۷.۷	۳۷.۷	۵۹.۴
+۴۱	۲۸	۴۰.۶	۴۰.۶	۱۰۰
جمع	۶۹	۱۰۰	۱۰۰	

جدول شماره ۳: جدول فراوانی سطح تحصیلات پاسخ‌دهندگان

مدرک تحصیلی	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
کارشناسی ارشد	۳۷	۵۳.۶	۵۳.۶	۵۳.۶
دکتری	۳۱	۴۴.۹	۴۴.۹	۹۸.۵
تحصیلات حوزوی	۱	۱.۵	۱.۵	۱۰۰
جمع	۶۹	۱۰۰.۰۰	۱۰۰.۰۰	

تأثیر جهانی شدن بر امنیت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

جدول شماره ۴: جدول فراوانی عضویت پاسخ دهندگان در شبکه‌های اجتماعی

نوع پاسخ	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
بلی	۴۷	۶۸.۱	۶۸.۱	۶۸.۱
خیر	۱۴	۲۰.۳	۲۰.۳	۸۸.۴
بی پاسخ (نامعلوم)	۸	۱۱.۶	۱۱.۶	۱۰۰
جمع	۶۹	۱۰۰.۰۰	۱۰۰.۰۰	

با توجه به جدول بالا حدود ۸۷ درصد از پاسخ دهندگان مرد می‌باشند و حدود ۱۳ درصد از پاسخ دهندگان زن هستند که بر اساس جدول جامعه آماری انتخاب گردیده‌اند. با توجه به جدول مذکور و طبقه‌بندی سن پاسخ دهندگان افراد از نظر سنی به این شرح قرار دارند: الف- سن کمتر از ۳۰ سال تعداد: ۰ نفر ب- سن ۳۱ تا ۳۵ سال تعداد: ۱۵ نفر ج- سن ۳۶ تا ۴۰ سال تعداد ۲۶ نفر د- سن بیشتر از ۴۰ سال تا ۶۱ سال تعداد: ۲۸ نفر. که بیشترین فراوانی در فاصله سن بالاتر از ۴۱ سال بوده و کمترین تعداد پاسخ‌گویان در بین سنین ۳۱ تا ۳۵ سال می‌باشند. ۳۸ نفر از پاسخ دهندگان به پرسش‌نامه دارای فعالیت آموزشی - پژوهشی در حوزه فرهنگ و ۳۱ نفر نیز دارای مسئولیتهای اجرایی در این حوزه می‌باشند. تحصیلات پاسخ‌گویان با توجه به جدول بالا از کارشناسی ارشد تا دکتری و تحصیلات حوزوی می‌باشد که بیشترین پاسخ دهندگان دارای تحصیلات کارشناسی ارشد به تعداد ۳۷ نفر بوده اند که می‌توان دلیل آن را مسئولیتی دانست که این افراد در آن جایگاه قرار گرفته‌اند. ۶۸ درصد از پاسخ‌دهندگان عضو شبکه‌های اجتماعی بوده و ۲۰ درصد آنان عضو این شبکه‌ها نیستند. همچنین بیش از ۱۱.۵ درصد پاسخ‌دهندگان نیز به این پرسش پاسخ نداده‌اند.

۲-۲- تأثیر جهانی شدن بر امنیت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

امنیت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران														
نمادها و رفتارها			باورها و عقاید				ارزش‌ها و هنجارها						مولفه‌ها	
زبان و ادبیات فارسی	مذهب و شریعت اسلامی	وحدت کلمه	جهادگرایی	مردم‌پاوری	خردپاوری	آینده‌پاوری	ولایت فقیه‌مداری	خداپاوری	حمایت از محرومان	استکبارستیزی	عدالت‌محوری	آزادی‌خواهی	استقلال‌طلبی	شاخص‌ها
۵۲.۳	۹۰.۵	۸۰.۱	۸۶.۸	۸۰.۵	۷۸.۳	۸۰.۷	۸۳.۸	۸۳.۸	۷۹.۴	۸۵.۳	۷۱.۴	۷۵.۲	۶۵.۹۴	میانگین تأثیر جهانی شدن
۱	۱		۱	۸	۳	۶	۱	۰	۷	۳	۲	۶		میانگین کل
۷۸.۵ درصد														

جدول شماره ۵. تأثیر جهانی شدن امنیت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (به تفکیک شاخص‌ها و مؤلفه‌ها)

۲-۳- بررسی پرسش‌های تحقیق

۱-۳-۲- بررسی پرسش اصلی پژوهش: پدیده جهانی شدن، چه تأثیری بر امنیت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران دارد؟

با عنایت به داده‌های تحقیق و آماره‌های ثبت‌شده، جهانی شدن تأثیری حدود ۷۸.۵ درصدی بر امنیت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران دارد. بیشترین تأثیر جهانی شدن بر سطوح سه گانه امنیت فرهنگی، سطح باورها و عقاید با میانگین ۸۲.۲ درصد بوده است و این تأثیر بر دو سطح دیگر نیز به شرحی که در پاسخ به پرسش‌های فرعی تحقیق خواهد آمد، به میزان زیاد ارزیابی شده است.

	تأثیر جهانی شدن بر امنیت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران
Valid	۶۹
Missing	۰
Mean	۷۸.۵۴۲۲
Minimum	۶۶.۴۶
Maximum	۹۳.۷۶

جدول شماره ۶. تأثیر جهانی شدن بر امنیت فرهنگی

۲-۳-۷- تجزیه و تحلیل پرسش‌های فرعی تحقیق و نتیجه‌گیری

۱. جهانی‌شدن، چه تأثیری بر باورها و عقاید مردم در جمهوری اسلامی ایران دارد؟

لایه باورها و عقاید، مشتمل بر ۵ شاخص است. میانگین به دست آمده از تأثیر جهانی‌شدن بر این لایه از فرهنگ، عدد ۸۲.۲ بوده که حداقل پاسخ ثبت شده در خصوص این مؤلفه ۶۰.۶۶ و حداکثر پاسخ نیز ۹۸.۸ و انحراف معیار ۱۰.۱ می‌باشد. پس پاسخ دهندگان تأثیر جهانی‌شدن را بر باورها و عقاید مردم در جمهوری اسلامی ایران به میزان خیلی زیادی (بیش از ۸۲ درصد) مؤثر دانسته‌اند. بیشترین تأثیر جهانی‌شدن بر شاخص ولایت فقیه‌مداری با میانگین ۸۷.۳۱ می‌باشد با توجه به ابتدای انقلاب اسلامی و حکومت جمهوری اسلامی ایران بر اصل مرفی ولایت فقیه، این امر هدفمند و هوشمندانه به نظر می‌رسد. همچنین کمترین تأثیر جهانی‌شدن بر باورها و عقاید، در شاخص خودباوری با میانگین ۷۸.۳۳ می‌باشد که گویای تأثیر زیاد می‌باشد. نتیجه تحقیق، گویای آن است که پیامدهای روند کنونی جهانی‌شدن، مغایر با ثبات و ترویج باورها و عقاید اسلامی در فرهنگ ایران است.

۲. جهانی‌شدن، چه تأثیری بر ارزش‌ها و هنجارهای حاکم بر مردم در جمهوری اسلامی ایران دارد؟

لایه ارزش‌ها و هنجارها مشتمل بر ۵ شاخص است. میانگین به دست آمده از تأثیر جهانی‌شدن بر این لایه از فرهنگ، عدد ۷۶ بوده که حداقل پاسخ ثبت شده در خصوص این مؤلفه، ۶۴/۱۳ و حداکثر پاسخ نیز ۹۱/۳۸ و انحراف معیار ۷/۵ ثبت گردیده است. بنابراین پاسخ جهانی‌شدن را بر ارزش‌ها و هنجارهای مردم در جمهوری اسلامی ایران به میزان خیلی زیادی (۷۶ درصد) مؤثر دانسته‌اند. بیشترین تأثیر جهانی‌شدن بر شاخص استکبارستیزی با میانگین ۸۵/۳۳ می‌باشد. با توجه به این که استکبارستیزی یکی از شعارهای اصلی و رویکردهای اساسی انقلاب اسلامی و حکومت جمهوری اسلامی ایران می‌باشد، توجه به این امر، ضروری و حائز اهمیت به نظر می‌رسد. به عبارت دیگر، دشمن با ابزارهای جهانی‌شدن در تلاش است تا با اثرگذاری بر رویکردهای محوری انقلاب اسلامی ایران و تغییر و یا استحاله شکلی و ماهوی آن به هدف اصلی خود که همانا تغییر رویکرد مردم در برابر شعارهایی با مضامین استکبارستیزی می‌باشد و هشیاری در این زمینه امری

ضروری و حیاتی ارزیابی می‌گردد. همچنین کمترین تأثیر جهانی شدن بر ارزش‌ها و هنجارها، در شاخص استقلال طلبی با میانگین ۹۶/۶۱ می‌باشد. با توجه به نتیجه تحقیق، بنظر می‌رسد پیامدهای روند جهانی شدن، مغایر با ثبات و ترویج ارزش‌ها و هنجارهای اسلامی-ایرانی در فرهنگ جامعه است.

۳. جهانی شدن، چه تأثیری بر نمادها و رفتارهای مردم در جمهوری اسلامی ایران دارد؟

لایه نمادها و رفتارها مشتمل بر ۴ شاخص است. میانگین به دست آمده از تأثیر جهانی شدن بر این لایه از فرهنگ، عدد ۷۷/۴۳ بوده که حداقل پاسخ ثبت شده در خصوص این مؤلفه، ۶۳/۳۳ و حداکثر پاسخ نیز ۹۱/۴۶ و انحراف معیار ۶/۲۹ می‌باشد. پاسخ‌دهندگان جهانی شدن را بر نمادها و رفتارهای مردم در جمهوری اسلامی ایران، به میزان زیادی (۷۷ درصد) مؤثر دانسته‌اند. بیشترین تأثیر جهانی شدن بر شاخص مذهب و شریعت با میانگین ۹۰.۵ ثبت شده که گویای رویکرد ضد مذهبی جهانی شدن در ایران است. با توجه به ماهیت مذهبی و دینی انقلاب اسلامی ایران، این امر برنامه‌ریزی شده و هدفمند ارزیابی می‌گردد. همچنین کمترین تأثیر جهانی شدن بر نمادها و رفتارها، در بعد زبان و ادبیات فارسی با میانگین ۵۲.۳۱ می‌باشد که گویای تأثیر متوسط بر این شاخص می‌باشد. از اختلاف میانگین معنادار این شاخص با سایر شاخص‌های این مؤلفه، چنین ارزیابی می‌گردد که جهانی شدن می‌تواند دارای فرصت‌هایی برای تقویت امنیت فرهنگی در حوزه زبان و ادبیات فارسی باشد.

با توجه به نتایج تحقیق روند جهانی شدن، مغایر با ثبات و ترویج نمادها و رفتارها در فرهنگ ایران بوده و موید دغدغه‌های همیشگی رهبر فرزانه انقلاب در خصوص هجمه فرهنگی دشمن به-ویژه در حوزه مذهب شیعه است.

کتابنامه

الف - منابع فارسی

- ۱- ابن خلدون، عبدالرحمن (۱۳۷۵)، ترجمه محمد پروین گنابادی، تهران، انتشارات علمی فرهنگی.
- ۲- اسلامی ندوشن، محمدعلی (۱۳۷۱)، فرهنگ و شبه فرهنگ، تهران، انتشارات یزدان.
- ۳- آشوری، داریوش (۱۳۸۶)، تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ، تهران، نشر آگه.
- ۴- افتخاری، اصغر (۱۳۹۱)، الگوی جنگ روانی غرب علیه جمهوری اسلامی ایران، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع) و سازمان فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ۵- افروغ، عماد (۱۳۸۷)، ما و جهانی شدن، تهران، انتشارات سوره مهر.
- ۶- افقی، نادر و صادقی، عباس (۱۳۸۸)، مطالعه تطبیقی ارزش‌ها و هنجارها و رابطه آن با آنومی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره دوم، شماره ۸.
- ۷- آلبرو مارتین (۱۳۸۱)، نظام جهانی: جامعه‌شناسی پدیده جهانی شدن، ترجمه نادر سالارزاده-امیری، تهران، انتشارات آزاداندیشان.
- ۸- امام خامنه‌ای (مدظله العالی)، بیانات، نرم افزار حدیث ولایت، قم، مرکز تحقیقات علوم اسلامی کامپیوتری.
- ۹- امام خمینی (ره)، صحیفه نور، نرم افزار صحیفه نور، قم، مرکز تحقیقات علوم اسلامی کامپیوتری.
- ۱۰- انبارلویی، سعید (۱۳۸۰). «رادیو و اینترنت». فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۶.
- ۱۱- بابایی طلائی، محمدباقر (۱۳۸۴)، مبانی استراتژی فرهنگی از دیدگاه علی (ع)، تهران: انتشارات دانشکده فرماندهی و ستاد.
- ۱۲- بابایی طلائی، محمدباقر (۱۳۹۳)، سبک زندگی و جهانی شدن در پهنه فرهنگ علوی، تهران. انتشارات مرکز ملی جهانی شدن.

- ۱۳- پیروزمند، علی رضا(۱۳۸۹)، مبانی و الگوی مهندسی فرهنگی، قم، انتشارات فجر ولایت.
- ۱۴- تاجیک محمد رضا(۱۳۷۸)، گفت‌مانهای امنیتی جمهوری اسلامی ایران، تهران، مجله سیاست خارجی، سال سیزدهم، شماره ۴، زمستان.
- ۱۵- حاجیانی، ابراهیم(۱۳۸۸)، تحلیل جامعه شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره پنجم.
- ۱۶- داوری اردکانی، رضا(۱۳۹۰)، درباره غرب، تهران، نشر هرمس.
- ۱۷- دهقانی فیروزآبادی(۱۳۹۲)، سیدجلال، جهانی شدن فرهنگ و امنیت فرهنگی، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- ۱۸- رمرودی، حمیدرضا(۱۳۸۰)، «روابط فرهنگی، بین‌المللی، نماد و اسطوره در روابط بین‌الملل»، فصلنامه فرهنگ و دیپلماسی، شماره اول، وزارت امور خارجه.
- ۱۹- سلیمی، حسین(۱۳۸۰)، فرهنگ گرایي؛ جهانی شدن و حقوق بشر، تهران، نشر وزارت خارجه.
- ۲۰- صالحی امیری، سیدرضا(۱۳۸۹)، دیپلماسی فرهنگی، تهران، انتشارات ققنوس.
- ۲۱- صالحی امیری، سیدرضا(۱۳۹۲الف)، آسیب شناسی فرهنگی در ایران، تهران، انتشارات ققنوس.
- ۲۲- صالحی امیری، سیدرضا(۱۳۹۲ب)، مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی، تهران، انتشارات ققنوس.
- ۲۳- طاهری، محمود(۱۳۸۳)، رسانه‌ها و گفتگوی فرهنگ‌ها، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی.
- ۲۴- عاملی، سعیدرضا(۱۳۹۰)، مطالعات جهانی شدن؛ دوفضایی شدن‌ها و دو جهانی شدن‌ها، تهران، انتشارات سمت.
- ۲۵- کاستلز، مانوئل(۱۳۸۰)، عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌ای، جلد اول: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ظهور شبکه‌ای، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران، طرح نو.
- ۲۶- کرایب، یان(۱۳۷۸)، نظریه اجتماعی مدرن، ترجمه عباس مخبر، تهران، نشر آگه.

تأثیر جهانی شدن بر امنیت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

- ۲۷- کوئن، بروس (۱۳۸۳) مبانی جامعه شناسی، ترجمه و اقتباس غلامعباس توسلی و رضا فاضل، تهران، انتشارات سمت.
- ۲۸- گروه مطالعاتی امنیت (۱۳۸۷)، نظریه امنیت در جمهوری اسلامی ایران، تهران، دانشگاه عالی دفاع ملی.
- ۲۹- گل محمدی، احمد (۱۳۸۱)، جهانی شدن فرهنگ و هویت، تهران، نشر نی.
- ۳۰- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸)، پیامدهای مدرنیته، ترجمه محسن ثلاثی، مترجم، تهران، نشر مرکز.
- ۳۱- محمودی میمند غلامرضا (۱۳۹۰)، تأثیرات جهانی شدن بر امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران، تهران، انتشارات امیرکبیر.
- ۳۲- میرمحمدی، داود (۱۳۸۱)، جهانی شدن، ابعاد و رویکردها، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۱۱.
- ۳۳- نونزاد، محمد (۱۳۸۶). جهانی شدن و تأثیرات فرهنگی آن، فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، شماره ۵.
- ۳۴- وثوقی، منصور و علی اکبر نیک خلق (۱۳۸۶)، مبانی جامعه شناسی، تهران، نشر بهینه.
- ۳۵- یعقوبی پور، مهدیه (۱۳۸۳)، تأثیر جهانی شدن بر هویت ملی، تهران، اطلاعات سیاسی اقتصادی، شماره ۲۶۸-۲۶۷.

ب- وبگاهها

1. www.itu.int/en
2. www.blog.iese.edu/bizknowledgewatch/category/ranking
3. www.khamenei.ir
4. www.leader.ir

