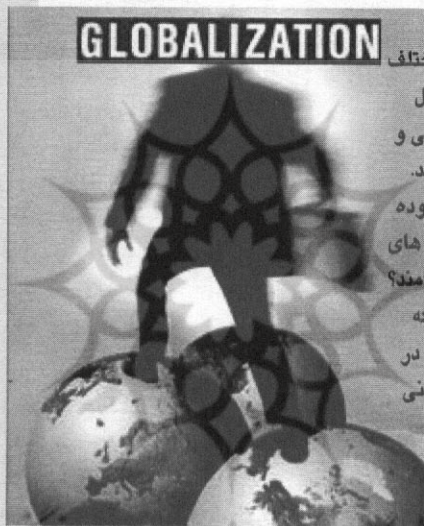


جهانی‌شدن و

الگوی کیت نش

رشید جعفر پور کلوری



چکیده:

مسأله جهانی شدن یکی از مباحث عمده در حوزه های مختلف علوم اجتماعی بویژه علوم سیاسی می باشد، که تأثیر قابل توجهی بر گرایشهای مختلف آن (روابط بین اندیشه سیاسی و ...) دارد. بسیاری از اندیشمندان در این زمینه نظر داده اند. سوال اصلی این است که آیا جهانی شدن یک فرایند تازه بوده یا این که ادامه مدرنیزاسیون و سرمایه داری است؟ حوزه های مختلف اجتماعی که جهانی شدن بر آن تأثیر می گذارد، کدامند؟ آیا جهانی شدن یک پروژه است یا پروسه؟ در نهایت این که تأثیر آن بر فرهنگ چیست و چه رابطه ای با فرهنگ دارد؟ در این مقاله ابتدا، سعی می کنیم نظریه هایی را در مورد جهانی شدن بیان کنیم. سپس به الگوی "کیت نش" بپردازیم.

سه نظر عمده در مورد جهانی شدن:

الف - مارکسیستها جهانی

شدن را پدیده ای جدید نمی دانند. بلکه آن را ادامه سرمایه داری مطرح می کنند.

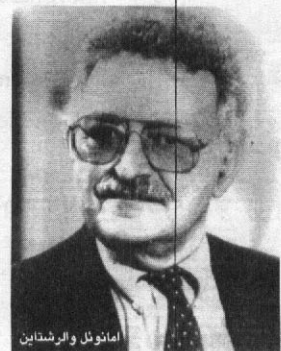
ب - لیبرالها

پیشرفته ترین کاربرد نظریه مارکسیستی از این نظر، مربوط به نظریه جهانی "امانوئل والرشتاین" است. حرکت سرمایه داری در قرنهای گذشته (از قرن شانزدهم) هم وجود داشته است و ساختار پیشرفته آن در حال شکل گیری است. نظام اقتصادی جهانی در گذشته به صورت منطقه ای بوده است؛ مثلاً، نظام اقتصاد منطقه ای در مستعمرات انگلستان وجود داشته است. نظریه جهانی "الرشتاین" بر نقش دولت - ملتها برای ثبات سرمایه داری جهانی تأکید دارد.

یکی دیگر از نظریه پردازان در این زمینه "دیوید هاروی" است. او معتقد است که شکل جدید سرمایه داری با عنوان "پسامدرنیته انعطاف پذیر"^۳ را می توان بر حسب مارکسیسم کلاسیک درک نمود. او "پسامدرنیته" را دربردارنده شدت یافتن و فشردگی زمانی - فضایی^۴ می داند؛ به طوری که با ارتباطات سریع، فضاها کوچک شده و اطلاعات خیلی سریع منتقل می شوند. در سرمایه داری جدید، شیوه های تولید "فوردی" - که بر تولید انبوه تأکید داشت - را کنار زده و صنعت جدید در پی تولید خرد خرد و سریع است که بتوانند "بازارهای تخصصی"^۵ و "بازارهای محلی"^۶ را تسخیر کنند. برای مثال کشورهای ژاپن و کره، انواع چادرهای مشکی را برای زنان مسلمان تولید می کنند. این نوع سرمایه داری، با نظارت بیشتر بر کارگران و مقررات زدایی^۷ از بازارهای مالی جهانی، توانسته است جریان سرمایه را تا حد زیادی از اختیار دولت - ملتها خارج کند. به نظر "هاروی" "پسامدرنیسم، به معنی "منطق فرهنگی سرمایه داری متأخر"^۸ است. به نظر وی "پسامدرنیسم نه فقط بر کالاهای تولید شده بلکه بر مصرف سریع مشخصه ها و نشانه های کالاها و خدمات گوناگون آنها نیز متکی است.

مصرف یک رفتار فرهنگی است نه فقط رفع نیاز

"لش و یوری" از دیگر نظریه پردازانی هستند که از آن به عنوان "سرمایه داری غیر سازمان یافته"^۹ و "پسامدرنیته" یاد می کنند. این گروه بر مصرف به عنوان مثنی بر جسته در سرمایه داری معاصر تأکید داشته و فرهنگ و ارزش سمبلیک را محور تحلیل خود



امانوئل والرشتاین

قرار می دهند. مصرف، یک رفتار فرهنگی است نه فقط رفع نیاز.^{۱۱} به عقیده آنها، اقتصاد کنونی مبتنی بر بخش نمادها و نشانه هایی نظیر: محصولات رسانه ای، خدمات تفریحی و ... است. از نظر "لش و یوری"، "پسامدرنیته" ذاتاً جهانی است.^{۱۲} و از قلمرو دولت - ملی خارج بوده و جریان سرمایه، تکنولوژی و اطلاعات جهان را کوچک جلوه می دهد.

ب - جهانی شدن ادامه همان روند مدرنیسم است.

"گیدنز" نماینده اصلی این نظریه است که جهانی شدن را نتیجه دینامیسم مدرنیته تلقی می کند. از نظر "گیدنز" مدرنیته، در بردارنده چیزی است که آن را تکه برداری^{۱۲} روابط اجتماعی از طریق فاصله گذاری زمانی - فضایی و استفاده باز اندیشانه از دانش می داند.^{۱۳} در عصر مدرنیته، زمان و فضا نهی شده و پدیده های اجتماعی متأثر از تحولات منطقه ای نزدیک به خود نیستند؛ اما، پدیده های محلی با توجه به انتقال سریع اخبار و اطلاعات، متأثر از تحولات فرامنطقه ای هستند. برای مثال، حادثه یازده سپتامبر آمریکا، تأثیر بسیاری بر بازارهای بورس اروپا گذاشت. به عقیده "گیدنز" دینامیسم مدرنیته، باعث جهانی شدن سرمایه داری، صنعت گرایی، کنترل اداری و در اختیار گرفتن ابزار خشونت که در دولت - ملت متمرکز شده اند، گردیده است. به نظر او دولت - ملت، اهمیت خود را در عصر جهانی شدن حفظ کرده، چون هیچ کشوری در جهان وجود ندارد که دولت نداشته باشد. به نظر وی، انسان در عصر مدرنیته سعی کرده از سنت دوری گزیده و در "سیاستهای زندگی اش"^{۱۴} به عقل خود متکی باشد.



گیدنز

"اولریش بک" از دیگر نظریه پردازان در این زمینه است که نظریه "سیاست فرهنگی اش بسیار به نظریه "گیدنز" نزدیک است. "بک"، نظر جامعه شناسان را به ویژگی زندگی اجتماعی "جامعه خطر پذیر"^{۱۵} جلب می کند. در این جامعه خطر پذیر، آلودگی محیط زیست یا جنگ هسته ای دارای مقیاس جهانی است. به نظر وی مادر عصر مدرنیته بازاندیشانه زندگی می کنیم.

ج - رویکرد پست مدرن:

این رویکرد از جهانی شدن که الگوی "کیت نش" نیز در آن قرار می گیرد، نظریه پردازانش آشکارا خود را "پساساختارگرا"^{۱۶} یا "پسامدرن" می نامند. آنها معتقدند که فرهنگ جهانی، همیشه فرهنگی پسامدرن تلقی شده که سرعت در حال تغییر و دگرگونی، جدایی و گسستگی، مختلط و تلفیقی است.^{۱۷} اصطلاح "فرهنگ جهانی"^{۱۸} به معنی یکی شدن فرهنگ در

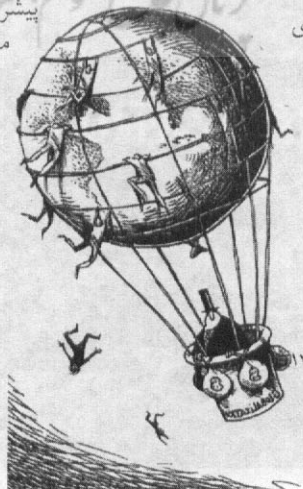
جهان نیست؛ بلکه اشاره ای به "جهانی شدن فرهنگ"^{۱۹} است. فرهنگ، یکی از مباحث عمده جهانی شدن است. نظریه پردازان ارتباطات، معتقدند که اخبار و اطلاعات، خیلی زود جابه جا می شوند؛ اما معنا و مفاهیم، این گونه نیستند. اگر در عصر مدرنیته به فرهنگ غربی، به عنوان یک "فراروایت" نگریسته شده، در عصر پسامدرن به عنوان "روایت" به آن نگاه می کنند. فرهنگ غربی به وسیله جهانی شدن، نسبی شده^{۲۰} و از حالت عام و جهانشمولی خارج شده است.

جهانی شدن فرهنگ، پدیده ای "پسامدرن" است. دیگر به فرهنگ غربی، به عنوان فرهنگی انسان ساز و متعالی که "فقط" آن می تواند انسانیت، اصالت فرد، حقوق برابر، عدالت و آزادی را متجلی سازد، توجه نمی شود؛ بلکه با نگاهی غیر غربی به فرهنگ غرب، نگریسته می شود. در نتیجه "اروپامداری" که در زمینه فرهنگ، رسالت نجات انسانها را

مختص به خود می داند، زیر سؤال می رود. در عصر جهانی شدن، زمینه ای فراهم می آید که برای دیگر فرهنگها نیز جایی در نظر گرفته می شود. لذا، می بینیم که فرهنگ غربی جهانی و نسبی شده است. هیچ مثالی در این مورد، بهتر از مورد "سلمان رشدی" نیست. کتابش راهم در "بریتانیا" و هم در سراسر جهان کفرآمیز می دانند؛ به طوری که وقتی امام خمینی (ره) حکم مرگ او را صادر نمودند، از آن حمایت کردند.^{۲۱} بنابراین، شمار کمی از مسلمانان در انگلیس وجود دارند که متأثر از فتوای حضرت امام (ره)، هویت اسلامی آنها بروز می کند و توهین به مقدسات دینشان را نمی پذیرند و این تعداد کم نیز با وجود داشتن فرهنگ غربی، فرهنگ اسلامی خود را نیز حفظ کرده اند.

از دیگر پدیده های فرهنگی در جهان، پدیده "فرهنگ دیاسپورا"^{۲۲} (مهاجران پراکنده) است. چند تباری با قومیتهای گوناگون بعد از مهاجرتهای گسترده به کشورهای

اگر هدف فرهنگی جهانی شدن، ترویج فرهنگ تجاری - مصرفی باشد، در این زمینه آمریکا می تواند بهترین الگوی مصرف باشد.



پیشرفته، ایجاد فرهنگ خاص مهاجران بر محور فرهنگهای فراملی، نیز پدید آمدن هویت و مشخصه های مختلف، به عنوان یکی از نتایج مهم جهانی شدن مطرح شده است. حضور گسترده اقلیت سیاهان در آمریکا و اروپا، بخشی از مطالعات جامعه شناسی را به خود اختصاص داده است. از طرفی به دلیل مهاجرت اقلیتهایی از یک کشور به کشور دیگر بویژه کشورهای غربی و اقامت طولانی یا دائم در آنجا و اختلاط در فرهنگ بومی آن منطقه، یک حالت "دورگه" فرهنگی پیدا کرده اند. این مهاجران، از یک سو به هویت اصیل و قدیمی خود پایبندند و از سوی دیگر به اقتضای زمانی

اگر هدف فرهنگی جهانی شدن، ترویج فرهنگ تجاری - مصرفی باشد، در این زمینه آمریکا می تواند بهترین الگوی مصرف باشد.

فرهنگ جهانی

- مکانی خود، نیاز به پذیرش فرهنگ جدید دارند. این حالت دوگانگی در نسلهای آینده هم به شیوه‌های مختلف بروز می‌کند. این پدیده در مورد ایرانیان مقیم خارج نیز دیده می‌شود (هویت ایرانی - آمریکایی). این هویت فرهنگی، در زمینه موسیقی بخوبی خود را نشان می‌دهد؛ مثلاً، بسیاری از آوازهای سنتی ایرانی در غرب با موسیقی تند غربی "راک" خوانده می‌شود که این مساله اختلاطی بی‌ترکیب است.

در مورد جهانی شدن فرهنگ، باید به فرهنگ پسامدرن به مثابه "جهانی - محلی"^{۲۳} شدن توجه کرد. نسل پیشین نظریه پردازان رسانه‌های جمعی، معتقد بودند که توسعه جهانشمول ارتباطات رسانه‌ای، باعث سلطه سیاسی فرهنگی و اقتصادی در غرب؛ یعنی "امپریالیسم فرهنگی غرب" یا "آمریکایی شدن" می‌شود. با این دیدگاه، فرایند جهانی شدن به صورت توطئه‌ای غربی یا آمریکایی علیه فرهنگهای محلی است. اما به نظر می‌رسد که این نظریه یک توهم توطئه بیش نیست.^{۲۴} و هیچ طرحی برای از بین بردن فرهنگهای محلی وجود ندارد. البته، باید پذیرفت که اگر هدف فرهنگی جهانی شدن، ترویج فرهنگ تجاری - مصرفی باشد، در این زمینه آمریکا می‌تواند بهترین الگوی مصرف باشد. در عصر مدرنیته، سعی در تقابل فرهنگ غربی با بقیه فرهنگها بوده است. اما اکنون دیگر فرهنگها در درون فرهنگ غرب جای گرفته‌اند. حتی اسلام در غرب یک پدیده غربی شده است.^{۲۵} اندیشه تقابل و برابری جای خود را به ایده همزیستی داده است. خلاصه اینکه با نگاه خوشبینانه تر، گفتمان غالب "گفتگوی فرهنگها"^{۲۶} است. در مورد جهانی -

محلی شدن بیان این نکته لازم است که اگر نوعی از الگوی فرهنگ غربی در دیگر کشورها رایج شود، به صورت فرهنگی محلی در می‌آید. به عنوان نمونه،

موسیقی
پاپ در
ایران به
صورت

موسیقی محلی درآمده است. و یا صنعت فیلم هند(بالی وود) متأثر از "سینمای هالی وود" بوده که به طور کامل محلی شده است. فرهنگی جهانی با اصطلاح "جهانی - محلی" شدن بیشتر انطباق دارد؛ زیرا در عرصه تولید کالاها از سوی شرکتهای چند ملیتی به نحوه انتخاب و

علاقه گروههای مصرف کننده خاص هر منطقه، بستگی دارد؛ مثلاً، نوشابه کوکاکولا با ذائقه‌های متفاوت مردمان مختلف جهان تولید می‌شود.^{۲۸} همچنین از لحاظ فرهنگی نیز تفسیرهای فرهنگی مصرف کنندگان، متناسب با نوع اندیشه و تفکر خود آنها می‌باشد. نوع برداشت و درک یک آفریقایی از فیلم غربی با یک اروپایی متفاوت است. انسان آفریقایی با ذهنیتهای خودش از آن فیلم به صورت محلی برداشت می‌کند. در نهایت تا وقتی که فرهنگ جهانی شدن به عنوان غربی شدن تلقی شده و به شیوه‌های گوناگون رد می‌شود، چارچوب محلی شدن به خود می‌گیرد.

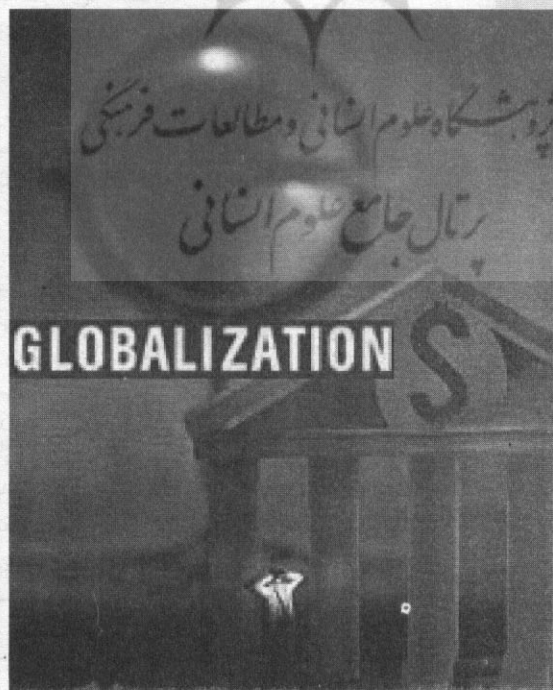
با بررسی اجمالی این سه نظریه در مورد جهانی شدن، حال سعی بر این است که "الگوی نش" را به طور وسیعتر مدنظر قرار داده چنان که گفته شد "الگوی نش" در رویکرد "چرخش پست مدرن" قرار می‌گیرد. با توجه به "الگوی نش" در مسأله "جهانی شدن" سه روند محسوس دیده می‌شود:

۱- جهانی شدن اقتصاد

۲- جهانی شدن مسایل محیط زیست

۳- جهانی شدن فرهنگ

در واقع نتیجه این فرآیند آن بوده که استقلال و حاکمیت دولت - ملتها به خطر افتاده است. "جهانی شدن اقتصاد" به این مفهوم است که دیگر دولت - ملتها در زمینه مسایل اقتصادی، استقلال ندارند و پدیده‌های اقتصادی داخل کشورها، متأثر از روند تحولات جهانی اقتصاد است. برای مثال، همان طوری که می‌دانید، اقتصاد ایران متکی بر نفت است، و در برابر تحولات قیمت جهانی نفت، بسیار آسیب پذیر می‌باشد. در جهانی شدن اقتصاد، این گونه نیست که کالایی فقط در یک کشور تولید شود، بلکه



مراحل این چرخه - تولید و فروش - ناهماهنگی پیش بیاید، تأثیری جهانی خواهد داشت. در فرایند جهانی شدن اقتصاد، نقش دولت - ملتها از بین نرفته بلکه تعدیل شده و از آن تعریف جدیدی شده است. این نقش در بعضی از نقاط جهان مانند آسیای جنوب شرقی به صورت "مدیریت بحران" درآمده است.

در بعد "زیست محیطی" اثرات آلودگیهای محیط زیست نیز، جهانی شده است؛ مثلاً مصرف بی رویه منابع طبیعی، تولید بیش از حد منابع انرژی ز، آلوده کردن دریاها و اقیانوسها، از بین بردن جنگلها (ریه های طبیعت)، ایجاد گازهای گلخانه ای که باعث گرم شدن زمین می شود، شکاف در لایه اوزن و ... همه به صورت فرایندی جهانی درآمده و فقط از جانب یک کشور، این عوامل انجام نمی شوند و اگر هم باید راه حلی برای رفع آنها اندیشیده شود، باید از سوی همه انسان ها و جوامع ارائه شود.

در زمینه جهانی شدن فرهنگ، باید اذعان کرد که ارتباطات فرهنگی بسیار زیاد شده است. به دلیل دسترسی آسان به اطلاعات، دیگر در کشورهای غیر دموکراتیک، دولتها نمی توانند اتباعشان را در مقابل سیل اطلاعات جهانی، نگه دارند. با گسترش رسانه های ارتباطی جهانی از قبیل: اینترنت، ماهواره و ... اطلاعات بسرعت پخش می شود و تصور وجود مکانهای منحصر و غیر مرتبط با جهان، به دور از واقعیت است؛ مانند وجود گروه "طالبان" در افغانستان و اگر هم مکانهایی این گونه پدید آید، خیلی کم می توانند دوام داشته باشند. ارتباطات رسانه ای از راههای مختلف از جمله: وسایل ارتباط جمعی، مهاجرت افراد و توریسم بیشتر شده و نیز باعث انتقال فرهنگها می شود. بسیاری از شهرهای بزرگ، چند فرهنگی شده اند. پدیده دیگر قابل توجه "فرهنگ سوم" است که مربوط به کارکنان مؤسسه ای خارجی در یک کشور دیگر می باشد. به اعتقاد "کیت نش"، در فرایند جهانی شدن فرهنگ، اگر هم سبک زندگی غربی به عنوان فرهنگ غالب در کشورهای مختلف مطرح شود، از آن به عنوان محلی برداشت می شود. برای مثال در ایران، کفش خارجی "nike" (نایکی) را نیک می خوانند که کاملاً برداشتی محلی از آن شده است.

در بعد جهانی شدن فرهنگ، برخی معتقدند که از دو مذهب مسیحیت و اسلام، تبلیغ بیشتری می شود و فضای جهانی، فضای گفتگوی این دینها شده است. گروهی دیگر معتقدند که جهانی شدن باعث سکولاریزه شدن دین می شود و با رشد جنبه اقتصادی جهانی و عقلانیت اقتصادی، بیشتر به بخش سکولاری دین توجه می شود. مطلب دیگر اینکه جهانی شدن باعث همگرایی و نزدیکی مذهبها شده و

پایه های مشترک جهانی آنها محکمتر می شود. در این فضایی که فرصت و تهدید وجود دارد، نباید آنچنان خوش بین و خوش باور بود که تحول و گسترش چشمگیری در زمینه رشد فرهنگ اسلامی صورت بگیرد و نیز نباید بدبین بود، زیرا دین اسلام با ارزشها و آرمانهای متعالی خود، غنای لازم برای رویارویی با اینگونه رویدادها و پدیده ها را دارد.

پی نوشتها:

۱ - دانشجوی کارشناسی ارشد علوم سیاسی و معارف اسلامی دانشگاه صادق(ع)

- 2 - world system theory
- 3 - flexible post modernity
- 4 - tim-space compression
- 5 - speclized markets
- 6 - local markerts
- 7 - Deregulating

۸ - نش، کیت، جامعه شناسی سیاسی معاصر(جهانی شدن، سیاست، قدرت)؛ ترجمه محمد تقی دلفروز با مقدمه دکتر بشیریه، انتشارات کویر، تهران ۱۳۸۰ چاپ اول، ص ۸۵

- 9 - disorganized capitalism

۱۰ - تقریرات درس جامعه شناسی سیاسی (۲)، دکتر کاووس سید امامی در ترم اول سال ۸۰ کارشناسی ارشد علوم سیاسی دانشگاه امام صادق(ع)

۱۱ - نش، کیت، همان، ص ۸۷

- 12 - Disernbeding

دکتر سید امامی ترجمه "بستر زدایی" به جای "تکه برداری شده" را مناسب می داند. بستر زدایی: یعنی این که پدیده های محلی متأثر از پیرامون محیطی و منطقه ای خودشان نبینند بلکه از محیطهای فرا منطقه ای متأثرند.

۱۳ - نش، کیت، همان، ص ۹۰

- 14 - life politics
- 15 - risk society
- 16 - post structural

۱۷ - نش، کیت، همان، ص ۹۶

- 18 - Global culture
- 19 - llobalization of culture

۲۰ - نش، کیت، همان، ص ۹۷

۲۱ - نش، کیت، همان، ص ۱۰۲

- 22 - diaspora
- 23 - globalization

۲۴ - تقریرات درس جامعه شناسی کارشناسی ارشد علوم سیاسی دانشگاه امام صادق(ع)، ترم اول سال ۸۰ - دکتر کاووس سید امامی، همان ۲۵

- 26 - discourse

گفتمان، حوزه معنی داری است که شرایطی را برای تجربه، اندیشه و عمل فراهم می آورد.

- 27 - curtutres dialogue

فرهنگ، بخش نرم افزاری تمدن است.

۲۸ - نش، کیت، همان، ص ۱۱۲

- 29 - crissis management

مدیریت بحران به این مفهوم که دولت - ملی بخش از شورشهای داخلی را به نفع یک شرکت فراملیتی سرکوب می کند چون احساس می کند که این کار به نفع منافع ملی آن کشور است.

- 30 - thrid culture

امام صادق(ع)