

مطالعه تطبیقی اثر فضای مجازی بر ارزش‌ها (با تأکید بر اثر میراث اسلامی)

دکتر یعقوب احمدی^۱

تاریخ وصول: ۹۵/۵/۶

تاریخ پذیرش: ۹۵/۱۲/۴

چکیده:

گسترش فزاینده‌ی فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و شکل‌گیری "جامعه‌ی شبکه‌ای" منجر به تحول و دگرگونی ارزش‌های فرهنگی در اغلب جوامع معاصر شده است که بارزترین مثال آن رشد ارزش‌های سکولار - عقلانی و ارزش‌های ابراز وجود یا رهابنده است. این مطالعه در صدد است تا با بررسی این فرایند، اثر میراث سنتی را در رابطه با فضای مجازی و ارزش‌های فرهنگی در چند کشور اسلامی واکاوی نماید. دیدگاه‌های نظری متفاوتی در رابطه با فضای مجازی و ارزش‌های فرهنگی قابل دسته‌بندی است: نخست دسته‌ای که بر همگرایی ارزش‌ها و فرهنگ‌ها در جهان عقیده تأکید می‌کنند؛ گروه دوم بر اهمیت ارزش‌های فرهنگی و ماندگاری کامل آن در جوامع مختلف تأکید دارند و گروه سوم بر امتزاج و ترکیب ارزش‌های سنتی و مدرن در جوامع جدید اذعان دارند. اخیراً نظریه‌ای تحت عنوان "دیواره‌های آتشین" بر اهمیت موانع فرهنگی - اقتصادی در تغییر و جایگزینی ارزش‌ها تأکید دارد. بر این اساس، تغییرات جامعه‌ی ایران در مقایسه با سایر نقاط نشان می‌دهد که چنین موانعی نیز در اثرگذاری فضای مجازی بر تغییرات ارزشی در جامعه‌ی ایرانی نقش کاملاً برجسته‌ای دارند.

مفاهیم کلیدی: میراث اسلامی، فضای مجازی، جامعه‌ی شبکه‌ای، ارزش‌های سکولار - عقلانی، ارزش‌های ابراز وجود

^۱ دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور yahmady@pnu.ac.ir

مقدمه و بیان مسأله

جهانی‌شدن یکی از پدیده‌های مهم دنیای معاصر است که با تعابیری چون فشردگی، یکپارچگی و همگون‌سازی جهان همراه است. در فرآیند جهانی‌شدن بسیاری از مؤلفه‌های زندگی با تحولی عمیق روبه‌رو شده است. برخی از این دگرگونی‌ها در عرصه‌ی سیاسی و اقتصادی ظاهر شده و برخی دیگر در حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی اتفاق افتاده است. توسعه‌ی سریع فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، شرایط نوینی در جهان ایجاد کرده که با تکیه بر آن میزان کنترل و هدایت جریان‌های مختلف سیاسی در کنار روابط تعاملی و بین‌المللی میان کشورها دست‌خوش تغییر واقع شده است. زندگی در فضای جامعه‌ی نوین با در نظر گرفتن شرایط خاص و پیشرفت‌های علمی و فناورانه، چهره‌ی دیگری از جهان ارائه کرده است. از نظر گیدنز «جهانی‌شدن به معنای افزایش وابستگی متقابل میان مردمان، مناطق و کشورهای مختلف جهان همراه با گسترش مناسبات اقتصادی و اجتماعی در پهنای گیتی است» (گیدنز، ۱۳۸۶: ۹۹۸). گیدنز همچنین جهانی‌شدن را فرایند وابستگی متقابل فزاینده‌ی جهان می‌داند و به نظر او توسعه‌ی روابط جهانی، در بردارنده‌ی نابرابری‌های زیادی میان جوامع جهان سوم است (فرقانی، ۱۳۸۲: ۱۶). از طرف دیگر جهانی‌شدن فرایندی اجتماعی است که در آن «قید و بندهای جغرافیایی، فرهنگی، مذهبی و ... از هم گسسته می‌شود، اما بیش از همه روند اقتصادی از آن تأثیر می‌پذیرد» (تامپلسون، ۱۳۸۱: ۲۸). «جهانی‌شدن، پدیده‌ای چند بعدی است، از این‌رو اقتصاد، سیاست، فرهنگ و ... را در بر می‌گیرد و با تحقق آن مرزهای ملی از بین رفته و یا کم‌رنگ می‌شوند؛ کشورها نقش گذشته‌ی خود را از دست می‌دهند و به جای قوانین داخلی، قوانین بین‌المللی بر کشورها حاکم می‌گردند (رجایی، ۱۳۸۰: ۲۴). «کاستلز» معتقد است جهانی‌شدن و اطلاعاتی شدن که به دست شبکه‌های ثروت، تکنولوژی و قدرت انجام می‌گیرد، جهان ما را دگرگون می‌سازد (فرقانی، ۱۳۸۲: ۱۶). بر این اساس جهانی‌شدن یکی از پدیده‌های مهمی است که اثرات شگرفی را در عرصه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ... به جای گذاشته و خواهد گذاشت. در مورد چگونگی اثرات و پیامدهای ناشی از آن رویکردهای مختلف و متناقضی ارائه شده است. بعضی از متفکران همانند ریتزر با مطرح ساختن نظریه‌ی «مک‌دونالدی شدن»^۱ معتقد به رشد همگرایی و نزدیک شدن فرهنگ‌ها به یکدیگر هستند. بعضی دیگر همانند ساموئل هانتینگتون با طرح

^۱ Mc Donaldization

نظریه‌ی «برخورد تمدن‌ها»^۱ معتقد به رشد تضاد و تنش در میان جوامع و ملت‌ها هستند، بعضی دیگر همانند رونالد رابرتسون با ارائه‌ی نظریه‌ی «جهان محلی شدن»^۲، معتقد به آمیزش و اختلاط فرهنگی در میان گروه‌ها و جوامع هستند (ریترز، ۲۰۰۸). نهایت اینکه نظریه‌پردازانی همانند رونالد اینگلهارت و پیپا نوریس با مطرح ساختن مدل «دیوار آتشین»^۳ معتقد هستند که در دنیای نوین با وجود رشد فزاینده‌ی وسایل ارتباطات جمعی در اثر پدیده‌ی جهانی‌شدن، موانعی در درون و میان مرزهای کشورها به‌عنوان موانع اساسی در جهت شکل‌گیری هم‌گرایی و جهان‌شمول‌گرایی عمل می‌کنند (اینگلهارت و نوریس، ۲۰۰۹). پیامدها و اثرات جهانی‌شدن متناقض و پیچیده هستند. از یک طرف ما شاهد رشد همگرایی‌های زیادی در مناطق مختلف جهان هستیم و از طرف دیگر شاهد رشد نابرابری‌ها و تنش‌های مختلف درون و میان جوامع هستیم. در اینجا این سؤال پیش می‌آید که فرایند جهانی‌شدن که در متن آن رشد و گسترش فضای مجازی قرار دارد، جوامع مختلف را به کدام سمت و سو به پیش خواهد برد و فرجام آن چه خواهد بود؟ بر این اساس در این نوشتار پس از بررسی و مروری اساسی بر رویکردها و مباحث جهانی‌شدن، پارادایم‌های اساسی که بر بعد فرهنگی جهانی‌شدن تأکید دارند را مورد مطالعه قرار داده و سپس سعی بر این است که با تأکید بر مدل دیوار آتشین رونالد اینگلهارت و پیپا نوریس پیامدهای رشد دسترسی به وسایل و رسانه‌های ارتباط جمعی ناشی از جهانی‌شدن بر وضعیت ارزش‌ها در کشورهای اسلامی مورد مطالعه قرار گیرد.

پیشینه پژوهش

الف) تحقیقات داخلی

احمدی و همکاران (۱۳۹۴)، در مطالعه‌ای در راستای بررسی تأثیر شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک بر ارزش‌های خانوادگی دانش‌آموزان مقطع متوسطه‌ی شهر تبریز، نشان می‌دهند که شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک از جنبه‌های مختلف می‌تواند بر ارزش‌های خانوادگی تأثیر گذارد؛ آنها همچنین برآنند که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت در فیس‌بوک، میزان وابستگی به فیس‌بوک، فضای صمیمیت در اثر وارد شدن دانش‌آموزان در محیط تعاملی فیس‌بوک، روابط احساسی در اثر وارد شدن دانش‌آموزان در

^۱ clash of civilizations

^۲ glolocalization

^۳ firewall

محیط عاملی فیس‌بوک و احساس رضایت دانش‌آموزان از احساس گمنامی در فیس‌بوک و ارزش‌های خانوادگی رابطه‌ای معکوس وجود دارد؛ اما بین میزان اطلاع خانواده در استفاده‌ی فرزندان از فیس‌بوک و ارزش‌های خانوادگی رابطه‌ی معنادار مستقیمی وجود دارد (احمدی، ۱۳۹۴).

خدامرادی و همکاران (۱۳۹۳) در بررسی میزان تأثیر استفاده از فضای مجازی بر ارزش‌های خانواده، برآورد کردند که ۱- ارزش‌های خانوادگی در میان افرادی که از فضای مجازی استفاده می‌کنند و افرادی که استفاده نمی‌کنند، متفاوت است؛ ۲- این ارزش‌ها در میان استفاده‌کنندگان از فضای مجازی، متناسب با طول زمان استفاده (روزانه، هفتگی و ماهانه) از فضای مجازی متفاوت است؛ ۳- ارزش‌های خانوادگی افرادی که فضای مجازی استفاده می‌کنند، با توجه به نوع استفاده از فضای مجازی متفاوت است (خدامرادی و همکاران، ۱۳۹۳).

نتایج عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۳)، در تحقیقی با عنوان تأثیر شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان حاکی از آن است که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده و میزان مشارکت و فعالیت کاربران در فیس‌بوک و هویت فرهنگی کاربران رابطه‌ی معنادار معکوس و بین واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک و هویت فرهنگی کاربران رابطه‌ی معنادار مثبتی وجود دارد (عدلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۳).

کیان‌پور و همکاران (۱۳۹۳)، در مطالعه‌ی با عنوان تعامل در فیس‌بوک و تأثیر آن بر هویت مدرن جوانان نشان می‌دهند که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت کاربران و واقعی تلقی کردن محتوای فیس‌بوک از سوی کاربران و هویت مدرن رابطه‌ی معنادار مثبتی وجود دارد؛ همچنین نتایج مطالعه‌ی آنها حاکی از آن است که فیس‌بوک از طریق بروز خود واقعی و تخلیه‌ی عاطفی، کسب توانمندی‌های روز و احساس جهان‌وطنی در بین کاربران خود باعث تقویت هویت مدرن آنها می‌شود (کیان‌پور و همکاران، ۱۳۹۳).

ب) تحقیقات خارجی

یافته‌های پژوهش تیلر (۲۰۱۲)، نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترکیب با نفوذ قدرت‌های غربی، حرکتی را به سوی همگن‌سازی جهان آغاز کرده‌اند که این حرکت سبب ایجاد تضاد و ستیز در جهان و حرکت برخی ملت‌ها به سوی شکست و تضعیف هویت ملی و سنت‌هایشان شده است؛ همچنین وی معتقد است که به واسطه‌ی

این شبکه‌های اجتماعی مجازی افراد قابل توجهی در سراسر دنیا در تعامل با یکدیگر قرار گرفته‌اند و با فرهنگ و عقاید بیگانه رو به رو شده‌اند و در خصوص از دست دادن هویت‌های ملی و دینی‌شان احساس خطر کرده‌اند (به نقل از عدلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۳). انتقال هویت فرهنگی در عصر فناوری ارتباطات و اطلاعات (مطالعه‌ی موردی: مهاجران فیجیان در بریسان استرالیا) پژوهشی است که توسط پاتریک به و همکارانش (۲۰۰۵)، به روش کیفی انجام شده است. از جمله نتایج مهم این پژوهش این است که بین اینترنت و هویت فرهنگی رابطه وجود دارد و اینترنت یکی از عوامل و منابع رو به گسترش و همچنین تأثیرگذار بر هویت فرهنگی مهاجران تلقی می‌شود (به نقل از مهدی‌زاده و عنبرین، ۱۳۸۸).

دینش و همکاران (۱۹۹۹)، در پژوهشی با عنوان هویت فرهنگی و سنجه‌های آن، پرسشنامه‌ای برای آسیایی‌ها در دو بخش نظری و پژوهشی به این پدیده پرداخته‌اند. در بخش نظری به شیوه‌های عملی برای تنظیم پرسشنامه‌ی هویت فرهنگی و در بخش پژوهشی به پیاده کردن این پرسشنامه روی بیماران هندی پرداخته‌اند. این مقاله اساساً پژوهشی روانکاوانه محسوب می‌شود که نتایج آن نشان می‌دهد عوامل کلیدی که در ایجاد تفاوت در سنت‌گرایی نسبت به مدرنیسم مهم هستند به ترتیب عبارت‌اند از: مذهب و آیین‌های مذهبی، زبانی که با آن صحبت می‌شود، عقاید مربوط به تدارک ازدواج، تصمیم‌گیری درباره‌ی خانواده‌ی موازی با ارتباطات جامعه در داخل‌های قومی همسان. امبر (۲۰۰۵)، مطالعه‌ای تحت عنوان درک هویت فرهنگی در قرن بیست و یکم: چالش پیش روی جوانان اماراتی پرداخته است. این تحقیق به فرآیند شکل‌گیری هویت فرهنگی در کشور امارات پرداخته است. این تحقیق به روش پیمایشی و با استفاده از ابزار پرسشنامه انجام شده است. نتایج این تحقیق نشان داد که عوامل مهم تشکیل‌دهنده‌ی هویت فرهنگی به ترتیب مذهب، زبان، ارزش‌های فرهنگی، اصل و نسب و ازدواج بوده است.

تیمس (۲۰۰۲)، پژوهشی با عنوان هویت، جامعه و اینترنت انجام داده است. این تحقیق به روش میدانی انجام شده است. نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد که محیط فیزیکی عامل خلق و بقای هویت است. با تکامل اشکال جدید ارتباطی که مفهوم زمان و مکان را تغییر داده است، مبنای جدیدی برای هویت و جامعه عرضه شده است و توسعه‌ی اینترنت به‌طور فزاینده‌ای امکان ایجاد و حفظ روابط چندگانه را افزایش داده است.

همچنین توانایی کاربران اینترنت در راستای پنهان‌سازی هویت خود ممکن است شرایط نگران‌کننده و دشواری را ایجاد نماید.

چارچوب نظری پژوهش

عوامل متعددی در رشد جهانی شدن سهیم‌اند. نخست، پایان جنگ سرد، فروپاشی کمونیسم در شوروی سابق، رشد مکانیسم‌های بین‌المللی و منطقه‌ای حکومت، ایجاد سازمان‌های چند دولتی و سازمان‌های غیر دولتی بین‌المللی موجب نزدیک شدن کشورهای جهان به یکدیگر شده‌اند. دوم، گسترش و رواج فناوری اطلاعات موجب تسهیل جریان اطلاعات در سراسر جهان شده و مردم را به اتخاذ نگرش جهانی ترغیب کرده است. سوم، ابعاد و اندازه‌ها و نفوذ و تأثیر شرکت‌های فراملیتی بیش‌تر شده و شبکه‌های از تولید و مصرف به وجود آورده است که سراسر جهان را پوشش می‌دهند و بازارهای اقتصادی را به هم متصل می‌کنند (گیدنز، ۱۳۸۶: ۱۱۰).

رویکردهای مختلف جهانی‌شدن

در رابطه با روند جهانی‌شدن مناقشات اساسی مطرح است. دیوید هلد و همکاران وی مناقشات مطرح شده را در سه دسته تقسیم‌بندی کرده‌اند: ۱- شک‌گرایان^۱، ۲- افراط‌گرایان^۲ و ۳- دگرگون‌گرایان^۳.

۱. شک‌گرایان: از دیدگاه این رویکرد جهانی‌شدن چیزی جز گزافه‌گویی نیست. آنها معتقد هستند که سطوح فعلی وابستگی متقابل اقتصادی چندان هم بی‌سابقه نیست. آنها موافق این عقیده هستند که تماس‌های کنونی در حال حاضر بیش از گذشته می‌باشد ولی به عقیده‌ی آنها اقتصاد جهانی فعلی آنقدر هم یکپارچه و ادغام‌یافته نیست که اقتصاد واقعاً جهانی شده‌ای را تشکیل دهد؛ زیرا حجم اصلی تجارت در سه ناحیه‌ی اروپا، آسیا - پاسفیک و آمریکایی شمالی انجام می‌شود. برای مثال کشورهای اتحادیه‌ی اروپا اغلب در میان خودشان تجارت می‌کنند و این مسئله در میان سایر کشورهای مناطق مختلف نیز صادق است و فکر اقتصاد واحد جهانی صادق نیست. از نظر شک‌گرایان رشد منطقه‌ای شدن دال بر کاهش ادغام و همگرایی پایین است. همچنین شک‌گرایان مخالف کاهش نقش

¹ sceptics

² hyper globalizers

³ transformationalists

دولت - ملت‌ها هستند و از نظر آنها حکومت‌های ملی همچنان بازیگران اصلی به حساب می‌آیند و بین‌المللی شدن فرآیندی است که بستگی به تمایل و حمایت حکومت‌ها و دولت‌ها دارد (گیدنز، ۱۳۸۶: ۸۷).

۲. *افراط‌گرایان*: از نظر متفکران این رویکرد جهانی‌شدن پدیده‌ای بسیار واقعی است که نتایج آن را می‌توان همه‌جا مشاهده کرد. جهانی‌شدن نسبت به مرزهای ملی بی‌اعتناست و در حال ایجاد نظم نوین جهانی است که منجر به پیش‌روی جریان‌های نیرومند تجارت و تولید بین‌المللی می‌شود. یکی از مشهورترین افراط‌گرایان نویسنده‌ی ژاپنی کنیچی اومائه است که جهانی‌شدن را پیام‌آور «دنیای بدون مرز» می‌داند؛ دنیایی که در آن نیروهای بازار قدرتمندتر از حکومت‌های ملی هستند. اکثر افراط‌گرایان بر نقش در حال تغییر ملت تأکید می‌کنند و معتقد هستند که قدرت حکومت‌های ملی از بالا - از سوی نهادهای منطقه‌ای و بین‌المللی مثل اتحادیه‌ی اروپا، سازمان تجارت جهانی، و ... به چالش خوانده می‌شوند. به‌طور کلی این تحولات از دیدگاه افراط‌گرایان بیانگر طلوع «عصر جهانی» است که در آن اهمیت و نفوذ حکومت‌های ملی رو به افول است (گیدنز، ۱۳۸۶: ۸۸).

۳. *دگرگون‌گرایان*: این دسته معتقد هستند که جهانی‌شدن در حال دگرگون ساختن بسیاری از جنبه‌های نظم کنونی است از جمله: روابط اقتصادی، سیاسی و اجتماعی. اما با این حال الگوهای قدیم هنوز هم پابرجا هستند. طبق این دیدگاه جهانی‌شدن فرایند پر تناقضی است که شامل جریان چند سویه تأثیراتی می‌شود که گاهی خلاف جهت یکدیگر عمل می‌کنند (گیدنز، ۱۳۸۶: ۱۱۰).

انواع پارادایم‌های فرهنگی جهانی‌شدن

جهانی‌شدن را اغلب به‌عنوان یک پدیده‌ی اقتصادی تشریح می‌کنند که با توجه به آن نقش اصلی به شرکت‌های فراملی داده می‌شود که منجر به درنوردن فعالیت‌های عظیم در مرزهای ملی و فراملی می‌شود. هر چند که عوامل اقتصادی جزء لاینفک جهانی‌شدن هستند، اما اشتباه است که تصور کنیم جهانی‌شدن فقط حاصل عوامل اقتصادی است. جهانی‌شدن حاصل جمع عوامل سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است. در رأس همه‌ی اینها توسعه‌ی فناوری اطلاعات و ارتباطات که سرعت و دامنه‌ی تعامل میان مردم سراسر جهان را تشدید و تقویت کرده است جهانی‌شدن را به پیش می‌راند (گیدنز، ۱۳۸۶: ۷۷). پارادایم‌های مختلفی در زمینه‌ی جنبه‌های فرهنگی جهانی‌شدن وجود دارد از جمله

مهم‌ترین آنها شامل: ۱- «همگرایی فرهنگی»^۱، ۲- «تمایزگرایی فرهنگی»^۲، ۳- «پیوندزنی فرهنگی»^۳ و ۴- «مدل دیوار آتشین»^۴ می‌باشند.

۱- پارادایم همگرایی فرهنگی:

در این پارادایم تأکید بر این است که فرهنگ‌های ملی در اثر رشد ارتباطات جمعی به سمت «غربی شدن»^۵ یا «آمریکایی شدن»^۶ به پیش می‌روند. پارادایم «همگرایی فرهنگی» بر همسانی و همگونی فزاینده میان فرهنگ‌ها و تمدن‌ها در سراسر جهان تأکید دارد. از این منظر فرهنگ‌های جهان تا حد زیادی در حال مشابه شدن هر چه بیشتر به پیش می‌روند. نظریه‌پردازانی که بر این چشم‌انداز نظری تأکید دارند، کانون توجه آنها بر پدیده‌هایی از جمله «امپریالیسم فرهنگی»^۷؛ «سرمایه‌داری جهانی»^۸؛ «غربی شدن»؛ «آمریکایی شدن» و «مک‌دونالدی شدن» است. دو نمونه‌ی اساسی از پدیده‌هایی که از نظر ریتزر موجبات همگرایی را فراهم خواهند ساخت شامل: «مک‌دونالدی شدن» و «جهانی شدن هیچ»^۹ می‌باشند. منظور از مک‌دونالدی شدن «فرایندی که از طریق آن اصول رستوران فست‌فود به تدریج در اغلب بخش‌های جامعه‌ی آمریکایی و سایر بخش‌های جهان غلبه پیدا می‌کند». مهم‌ترین ویژگی‌های مک‌دونالدی شدن شامل: بازدهی، محاسبه‌پذیری، پیش‌بینی‌پذیری، نظارت از طریق جایگزینی فناوری به جای افراد و عدم عقلانیت می‌باشند (ریتزر، ۲۰۰۸: ۵۸۳).

ریتزر با استفاده از مفهوم «جهانی شدن هیچ» به تشریح دقیق‌تر همگونی فزاینده در سراسر جهان می‌پردازد. وی با بهرمندی از ایده‌ی «جهان‌رشدی شدن»^{۱۰} به موضوع جهانی شدن هیچ می‌پردازد. از دیدگاه وی جهان‌رشدی شدن نیازمند فرایندهای خاصی از جمله: سرمایه‌داری، آمریکایی شدن و مک‌دونالدی شدن است که پیامد آن گسترش

¹ cultural convergence

² cultural differentialism

³ cultural hybridization

⁴ firewall model

⁵ westernization

⁶ americanization

⁷ cultural imperialism

⁸ global capitalism

⁹ llobalization of nothing

¹⁰ globalization

جهانشمول «هیچ» است. ریتزر مفهوم «هیچ^۱» را از «چیز^۲» متمایز می‌کند (ریتزر، ۲۰۰۸: ۵۸۶). هیچ یعنی «اشکال تهی و معمولاً دارای محتوی ناچیز و عمق کم». چیز یعنی «اشکال پر و عمداً سرشار از عمق و محتوی». از دیدگاه ریتزر صدور اشکال تهی به نقاط مختلف جهان ساده‌تر است، زیرا انتشار آنها نسبت به اشکال پر و معنی‌دار از حساسیت کمتری برخوردار است؛ همچنین به دلیل ویژگی حداقلی و هزینه‌ی کم آنها بازتولیدشان نسبتاً ارزان است. ریتزر چهار نوع فرعی از «هیچ» را مطرح می‌کند که همه آنها از محتوی عمیق تهی‌اند و همگی در شرف جهانی‌شدن‌اند از جمله:

- نا - مکان‌ها^۳: یعنی محیط‌هایی که اغلب از محتوی تهی هستند، مثل مراکز خرید.

- نا - چیزها^۴: مانند کارت‌های اعتباری.

- نا - مردم^۵: کارمندانی که به نامکان مربوط می‌شوند؛ مثل بازارهای تلفنی.

- نا - خدمات^۶: همانند خدمات ارائه شده توسط دستگاه‌های خودپرداز (ATM).

با تأکید بر این موارد است که ریتزر معتقد است گسترش و تکثیر این نوع اشکال هیچ، نشانه‌هایی از افزایش همگونی و تشابه در عرصه‌ی جهانی‌شدن است (همان: ۵۸۷).

۲- پارادایم تمایزگرایی فرهنگی:

در این پارادایم بر این امر تأکید می‌شود که بعضی از جوامع بسته و در حال توسعه به تضاد و جبهه‌گیری در مقابل فرهنگ مسلط سرمایه‌داری اقدام می‌کنند که پیامد آن ممکن است جنگ تمدن‌ها و فرهنگ‌ها باشد. برای مثال نظریه‌ی «برخورد تمدن‌های» هانتینگتون و عملیات تروریستی ۱۱ سپتامبر توسط القاعده نمونه‌های بارز این رویکرد می‌باشند. نظریه‌پردازان این پارادایم بر تفاوت اساسی و پایدار در درون و میان فرهنگ‌ها تأکید دارند. آنان اعتقاد دارند که در درون هر فرهنگی هسته یا جوهر ثابتی وجود دارد که معمولاً در اثر تغییرات یا نفوذ فرهنگ‌های دیگر ثابت و پایدار باقی خواهد ماند و اگر در درون فرهنگ تغییری رخ دهد آن تغییر سطحی و ظاهری خواهد بود. بر اساس این

¹ nothing

² something

³ non places

⁴ non things

⁵ non people

⁶ non services

رویکرد فرهنگ‌ها نه تنها در برابر جهانی‌شدن، بلکه در برابر نفوذ سایر فرهنگ‌ها بسته تلقی خواهند شد (ریترز، ۲۰۰۸: ۵۷۹). در یک تصویر، جهان همانند موزاییکی از فرهنگ‌های مجزا در نظر گرفته می‌شود. در تصویر دیگر که تهدیدکننده‌تر نیز به نظر می‌رسد، جهان همانند توپ‌های بلیارد فرض می‌شود که این توپ‌ها هر کدام نماینده‌ی یک فرهنگ فرض می‌شوند که پس از تماس و برخورد با هم، از همدیگر فاصله می‌گیرند که ممکن است سرانجام آن به تنش و تخاصم میان فرهنگ‌ها بیانجامد. این پارادایم در اثر دو رویداد اخیر زیر، طرفداران و منتقدان زیادی را به خود جلب کرده است:

۱. حملات تروریستی ۱۱ سپتامبر و جنگ‌های متعاقب آن در افغانستان و عراق.
۲. رشد فزاینده‌ی تکثرگرایی فرهنگی در آمریکا (رشد جمعیت آمریکاییان اسپانیایی‌تبار)؛ و کشورهای غربی (رشد جمعیت‌های مسلمان) (همان: ۵۸۱).

۳- پارادایم پیوندزنی فرهنگی:

این پارادایم بر اختلاط و ترکیب انواع فرهنگ‌ها، در سطح محلی و جهانی اشاره دارد. از این منظر جهانی‌شدن به‌عنوان فرآیندی عمیقاً خلاق در نظر گرفته می‌شود که بر اثر آن واقعیت‌های نوین فرهنگی پدیدار شده و منجر به افزایش و تداوم ناهمگونی در بسیاری از محل‌های مختلف خواهد شد. از دیدگاه این رویکرد تأکید اساسی بر «جهان محلی‌شدن» است. جهان محلی‌شدن «حالتی است که بیشتر در ارتباط با مفهوم «چیز» است. برخلاف جهان‌رشدی شدن که بیشتر در ارتباط با مفهوم «هیچ» است. منظور از جهان محلی‌شدن در هم‌تنیدگی امر جهانی و محلی است که به پیامدهای یگانه‌ای در نواحی جغرافیایی می‌انجامد». عناصر اساسی جهان محلی‌شدن از نظر رونالد رابرتسون شامل موارد زیر است:

۱. نزدیک‌شدن جهان و حرکت فزاینده‌ی آن در جهت تکثرگرایی.
۲. در نظر گرفتن افراد و گروه‌های محلی به‌عنوان عاملان مهم و خلاق به‌طوری که حامل نوآوری‌های خاص بوده و به گونه‌ای کاملاً ماهرانه عمل می‌کنند.
۳. در نظر گرفتن فرایندهای اجتماعی به‌عنوان فرایندهای رابطه‌ای و اتفاقی.
۴. کالاها و رسانه‌ها همگی سرکوب‌گر تلقی نمی‌شوند (همان: ۵۸۷).

رابرتسون با استفاده از مفهوم مشهور خود «جهان محلی‌شدن» در صدد مخالفت با مفهوم امپریالیسم فرهنگی بر می‌آید. از این دیدگاه ویژگی‌های جهانی در کنش متقابل با ویژگی‌های محلی و در جهت تولید ویژگی‌های کم و بیش متمایز جهان محلی در نظر گرفته می‌شوند، علاوه بر رابرتسون افراد دیگری همانند گارسیا کانسلیینی و پیترس هم بر

ناهمگنی فرهنگی تأکید می‌کند و فریدمن نیز که مشخصه‌ی جهان معاصر را التقاط فرهنگی می‌انگارد در این دسته قرار می‌گیرد (ریترز و گودمن، ۱۳۹۰: ۶۶۳). پیوندزنی فرهنگی دیدگاهی در مورد جهانی‌شدن می‌باشد که بر اساس آن دو یا چند عنصر از یک فرهنگ با سایر فرهنگ‌ها در جهان ترکیب خواهند شد، به گونه‌ای که منجر به افزایش تنوع در امر جهانی و محلی خواهند شد. نمونه‌ی آن صرف معجون‌هایی از قبیل نان حلقه‌ای ایرلندی، غذاهای چینی، پیتزای کوشر و ... است (ریترز، ۲۰۰۸: ۵۸۸). مفهوم دیگری که در قالب پارادایم پیوندزنی فرهنگی مطرح است، مفهوم «دورگه‌ای شدن»^۱ است که منظور از آن اختلاط و آمیزه‌ای از فرهنگ‌ها و زبان‌هایی است که پیش از این از یکدیگر مجزا بوده‌اند (همان: ۵۸۷). بنابراین مفاهیم جهان‌محلی شدن و دورگه‌ای شدن بیانگر این هستند که جهانی‌شدن فرایندی تک‌بعدی و تک‌علتی نیست بلکه پدیده‌ای است که می‌تواند به پیامدهای مختلفی بیانجامد.

۴- مدل دیوار آتشین:

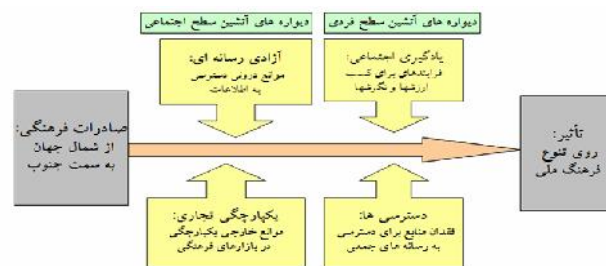
پارادایم چهارم تحت عنوان «نظریه‌ی دیوار آتشین»^۲ توسط رونالد اینگلهارت و پیپا نوریس مطرح شده است. آنها به منظور تشریح رویکرد خود نسبت به وضعیت فرهنگی در دنیای معاصر، چارچوب نظری خاصی را مطرح ساخته‌اند که متفاوت با سایر رویکردها است. این دو نظریه‌پرداز عنوان می‌کنند که امروزه دیدگاه‌های بسیاری در مورد نزاع بر سر عواقب ناشی از «ارتباطات جهانشمول‌گرا»^۳ شنیده می‌شود. از نظر آنها نتایج به دست آمده در این زمینه بی‌نتیجه است، و ادعاهای مخالفی برای هر نوع بحث قابل امکان می‌باشد. بر این اساس سؤال‌های زیر مطرح می‌شوند، آیا همان‌گونه که تز همگرایی فرهنگی استدلال می‌کند، ارتباطات جهانشمول‌گرا فرایند شبیه‌سازی ارزش‌های مدرن را در جوامع سنتی، تسریع خواهند بخشید؟ و یا همان‌گونه که تز تمایزگرایی فرهنگی استدلال می‌کند، می‌توانیم شاهد واکنش‌های متضادی در میان کسانی که احساس تهدید بیشتری می‌کنند، باشیم؟ یا اینکه آیا از طریق رشته‌های قرض گرفته شده از مکان‌های مختلف و جوامع، فرهنگ آمیزشی (مختلط) تولید خواهد شد؟ و یا همان‌گونه که مدل «دیواره‌ی آتشین» استدلال می‌کند نگرش‌ها و ارزش‌های نسبتاً قوی وجود دارند که در برابر جریان‌های

¹ creolization

² firewall theory

³ cosmopolitan communications

ارتباط جمعی عمیقاً ریشه‌دار هستند؟ نظریه‌ی ارائه شده توسط اینگلههارت و نورس نشان‌دهنده‌ی این است که اثرات استفاده از رسانه‌ها برای کسانی که در جوامع جهانشمول‌گرا و کسانی که در جوامع محدود و بسته زندگی می‌کنند متفاوت است. بر اساس نظر آنها فرهنگ‌های ملی متنوع هستند و نسبتاً پایدار باقی می‌مانند. مدل دیواره‌ی آتشین بیانگر این است که در اثر دخالت مجموعه‌ای از شرایط، تأثیر ارتباطات جهانشمول‌گرایانه روی فرهنگ‌های ملی تعدیل شده است. در سطح اجتماعی، میزان یکپارچگی تجاری تعیین‌کننده این است که آیا کشورها در بازارهای جهانی در هم تنیده شده‌اند یا نه؟ میزان آزادی رسانه‌ها، امکان دسترسی به اخبار و اطلاعات در هر کشور را تحت تأثیر قرار می‌دهد و سطوح توسعه‌ی اقتصادی سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های ارتباطی مدرن را شکل می‌دهد و به این ترتیب دسترسی به رسانه‌های جمعی فراهم می‌شود. این عوامل کاملاً با هم مرتبط هستند. علاوه بر این، در درون هر جامعه، دو دیواره‌ی آتشین مهم در درجه‌ی اول در سطح فردی عمل می‌کنند، یکی فقر، که به موجب آن عدم وجود منابع و مهارت‌های اجتماعی و اقتصادی مانع دسترسی به ارتباطات جمعی و اجتماعی می‌شود، و دیگری فرایند یادگیری روانشناختی - اجتماعی است که منعکس‌کننده‌ی محدودیت‌های اجتماعی، همانند: شیوه‌های اکتساب و انتقال نگرش‌های اصلی و ارزش‌های پایدار است (این چارچوب نظری را می‌توان در شکل ۱ مشاهده کرد). این دیواره‌ی آتشین، به صورت جداگانه و با هم ترکیب می‌شوند، به گونه‌ای که در مقابل تأثیرات خارجی به حفاظت از تنوع فرهنگی کمک می‌کنند. نهایت این‌که با توجه به دیدگاه آنها رسانه‌های جمعی تأثیر به‌سزایی دارند اما به نظر می‌رسد پیامدهای ناشی از ارتباطات جهانشمول‌گرایانه از آنچه که معمولاً فرض شده است و بدان پرداخته شده است، محدودتر به نظر می‌رسد (اینگلههارت و نورس، ۲۰۰۹: ۳۰-۲۸).



شکل ۱: مدل دیوار آتشین ارتباطات جهان‌شمول‌گرایانه

(منبع: اینگلههارت و نورس، ۲۰۰۹: ۳۱)

روش‌شناسی پژوهش

داده‌های مورد استفاده برای این پژوهش از مجموعه داده‌های پیمایش جهانی ارزش‌ها *WVS*، موج پیمایش سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۸ اخذ شده است. این پیمایش تقریباً در تمام کشورهای جهان صورت گرفته و با وجود نقص در بعضی از گویه‌های مورد پرسش در تعداد قلیلی از کشورها، مجموعه داده‌های بی‌نظیر با امکان مقایسه‌ی بین‌کشوری برای پژوهش‌های اجتماعی فراهم آمده است. در این پژوهش سه کشور نروژ، سوئد و سوئیس به‌عنوان نمونه‌ی تیپیک کشورهای فراصنعتی مرفه با زمینه‌ی دینی و فرهنگی پروتستان انتخاب شده‌اند. پنج کشور اردن، اندونزی، ایران، بنگلادش و ترکیه نیز به‌عنوان نمونه‌ی کشورهای اسلامی در این تحقیق جای گرفته‌اند. هدف از انتخاب این پنج کشور آن بود، که علاوه بر پوشش سطح وسیعی از جغرافیای جهان اسلام، دارای سطوح متفاوتی از توسعه‌ی اقتصادی باشند، تا امکان تأثیر یا عدم تأثیر میراث اسلامی بر ارزش‌های فرهنگی، فارغ از سطح توسعه فراهم آید؛ همچنین در این تحقیق دو کشور ایتالیا و اسپانیا با زمینه‌ی فرهنگی و دینی کاتولیک نیز جهت کنترل میزان تأثیر توسعه‌ی اقتصادی به آیت‌های مورد بررسی افزوده شده‌اند (با توجه به سطح درآمد، سرانه انتخاب و مورد مقایسه قرار گرفته‌اند).

برای پیشبرد این پژوهش، داده‌های پیمایش جهانی ارزش‌ها با مجموعه داده‌های دیگری در حوزه‌ی اقتصادی - اجتماعی تکمیل شده است. این داده‌ها سه شاخص مهم حوزه‌ی اقتصادی - اجتماعی را در بر می‌گیرند: سرانه‌ی تولید ناخالص داخلی، توسعه‌ی انسانی و در نهایت شاخص *KOF*.

سرانه تولید ناخالص داخلی

سرانه‌ی تولید ناخالص داخلی یا درآمد سرانه، حاصل تقسیم میزان تولید ناخالص داخلی کشور بر جمعیت همان کشور است. تولید ناخالص داخلی یا *GDP* به‌عنوان یکی از مقیاس‌های اندازه‌گیری در اقتصاد، در برگیرنده‌ی ارزش مجموع کالاها و خدماتی است که طی یک دوران معین، معمولاً یک سال، در یک کشور تولید می‌شود. گزارش سالانه‌ی این شاخص اقتصادی هر سال توسط برنامه‌ی پیشرفت و توسعه‌ی ملل متحد (*UNDP*) برای همه‌ی کشورهای جهان اعلام می‌شود.

توسعه انسانی

بر اساس شاخص *HDI* توسعه‌ی انسانی عبارت از متغیرهای زیر است (جدول ۱).

جدول ۱: ابعاد توسعه‌ی انسانی

میزان درآمد سرانه	توسعه‌ی انسانی شاخص <i>HDI</i>
سطح آموزش	
امید به زندگی	

این داده‌ها که شامل شاخص درآمدی (درآمد سرانه)، شاخص آموزشی و شاخص امید به زندگی است، توسط برنامه‌ی پیشرفت و توسعه‌ی سازمان ملل متحد برای همه‌ی کشورهای جهان به صورت سالانه گزارش می‌شود. داده‌های مربوط به سال ۲۰۰۵ که تقریباً مقارن با سال پیمایش ارزش‌هاست، برای کشورهای مورد تحلیل این پژوهش در جدول ۲ در انتهای این بخش گزارش شده است.

شاخص *KOF*

شاخص *KOF* به میزان جهانی‌شدن حوزه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی و اجتماعی کشورهای جهان پرداخته و با کاربرد شاخص‌های گسترده و دقیق در همه‌ی این حوزه‌ها به رصد میزان ادغام بازارهای ملی در روابط گسترده‌ی اقتصادی جهان، بررسی سطح ارتباط فرهنگی و تأثیرگذاری و تأثیرپذیری فرهنگ‌های ملی از تولیدات و مراودات دیگر کشورها، میزان گسترش حوزه‌ی ارتباطات انسانی در درون مرزهای ملی و خارج از آن و ... می‌پردازد. شاخص‌های *KOF* در سه حوزه‌ی طبقه‌بندی شده‌اند: اقتصادی، اجتماعی و سیاسی. شاخص *KOF* اجتماعی که مد نظر این پژوهش نیز هست، بر میزان دسترسی و کاربرد افراد جامعه به رسانه‌های داخلی و بین‌المللی و نیز رسانه‌های مجازی، کاربرد تلفن و اینترنت و در کل حجم و گستره‌ی ارتباطات و تعاملات اجتماعی در دسترس فرد در جوامع تأکید می‌کند. این شاخص در بر گیرنده‌ی موارد زیر است:

الف) اطلاعاتی در مورد تماس‌های فردی:

- ترافیک تلفن‌های خروجی بر اساس میزان مکالمه با خارج از کشور در هر هزار نفر جمعیت.

- مجموع کالاها، خدمات، درآمد و سایر موارد مالی بر اساس درصد تولید ناخالص داخلی، که از کشور خارج یا به آن وارد می‌شوند.
- مجموع جهانگردهای بین‌المللی وارد شده به کشور بر اساس نسبت جمعیت.
- هزینه‌ی تماس از کشور مبدأ به ایالات متحده‌ی آمریکا.
- تعداد خارجی‌های مقیم در کشور.
- (ب) داده‌هایی درباره‌ی جریان‌های اطلاعات:
- تعداد تلفن‌های ثابت در هر هزار نفر جمعیت.
- سرانه‌ی میزبان‌های اینترنت (شرکت‌های خدمات اینترنتی).
- نسبت کاربران اینترنت در کشور.
- تعداد خطوط کانال‌های کابلی به ازای هر هزار نفر.
- تیراژ روزنامه‌ها به ازای هر هزار نفر.
- تعداد رادیوهای در حال استفاده به ازای هر هزار نفر.
- (ج) اطلاعات در مورد مجاورت فرهنگی:
- تعداد رستوران‌های مک‌دونالد به ازای هر یکصد هزار نفر.

جدول ۲: رتبه‌ی کشورها بر اساس سطح توسعه و جهانی‌شدن تعاملات اجتماعی

شاخص‌های توسعه						کشور	ردیف
شاخص جهانی‌شدن تعاملات		توسعه‌ی انسانی		سرانه‌ی تولید ناخالص			
رتبه	میانگین	رتبه	میانگین	رتبه	میانگین		
۷	۵۷/۷۳۰	۸	۰/۶۸۴	۸	۴۳۳۴	اردن	۱
۹	۲۹/۸۸۰	۹	۰/۵۷۵	۹	۳۱۰۲	اندونزی	۲
۸	۳۰/۶۵۰	۶	۰/۶۸۵	۷	۹۲۲۸	ایران	۳
۱۰	۱۷/۵۱۰	۱۰	۰/۴۷۲	۱۰	۱۱۶۵	بنگلادش	۴
۶	۶۲/۰۶	۷	۰/۶۸۴	۶	۱۱۴۵۶	ترکیه	۵
۵	۷۵/۴۲۰	۴	۰/۸۶۹	۴	۲۸۲۸۰	ایتالیا	۶
۳	۸۲/۸۷۰	۵	۰/۸۶۵	۵	۲۷۳۹۲	اسپانیا	۷
۲	۸۳/۱۴۰	۲	۰/۹۰۵	۳	۳۲۷۰۳	سوئد	۸
۱	۸۹/۹۱۰	۳	۰/۸۸۲	۲	۳۵۷۸۴	سوئیس	۹
۴	۸۱/۰۳۰	۱	۰/۹۸۴	۱	۴۷۶۲۶	نروژ	۱۰

متغیرها، شاخص‌ها و اعتبار سازه ارزش‌های ابراز وجود

مدل اندازه‌گیری برای سازه‌ی اصلی ارزش‌های ابراز وجود در این مطالعه برگرفته از مدل ارزش‌های ابراز وجود اینگلهارت و ولزل (۲۰۰۹) است. هر چند این مدل کمی پیچیده است، اما نسبت به مدل‌های مشابه تعداد بیشتری از ارزش‌های ابراز وجود را در بر می‌گیرد. مدل مشتمل بر چهار شاخص فرامادی‌گرایی، استقلال، برابرخواهی جنسیتی و تساهل است.

ارزش‌های فرامادی‌گرایانه ناظر به تغییر نگرش افراد از تأکید بر بقا و امنیت فیزیکی و نیز تأمین نیازهای معیشتی (نگرش‌های ماتریالیستی) به نگرش‌هایی که هر چه بیشتر بر انتخاب انسانی، اخلاق، محیط زیست، تساهل و آزادی بیان و اندیشه تأکید می‌کنند، است (اینگلهارت و ولزل، ۲۰۰۹). اینگلهارت شش اولویت و شاخص اصلی را برای ارزش‌های مادی‌گرا یا ماتریال معین می‌کند: مبارزه با تورم، گسترش رشد اقتصادی، حفظ ثبات اقتصادی، حفظ نظم، مبارزه با افزایش جرم، و جنایت و حفظ و تقویت نیروهای نظامی. شش مورد ارزش‌های فرامادی یا پست‌ماتریال نیز عبارتند از: نقد بیشتر حکومت، آزادی بیان، سخن بیشتر در مورد مکان کار، زیبایی شهرها و محیط زندگی، تأکید بر رشد خصوصیات انسانی و جامعه‌ی انسانی و جامعه‌ای که در آن ایده‌ها بیشتر به حساب می‌آیند. از نظر وی در صورتی که پاسخ‌دهندگان گزینه‌های اول را انتخاب کنند، نشانه‌ی تأکید آنها بر ارزش‌های مادی یا ماتریال و گزینه‌های دوم گویای ارزش‌های فرامادی یا پست‌ماتریال است (سلیمی، ۱۳۸۷).

شاخص استقلال بر میزان اهمیت استقلال فردی نزد پاسخگو تأکید دارد. پاسخگویان در بازه‌ای قرار می‌گیرند که باید میان اهمیت بیشتر به پشتکار، مداومت و ثبات و استقلال فردی از یک‌سو و اطاعت و ایمان از سوی دیگر انتخاب کنند. قاعدتاً، نمرات بالاتر حاکی از احترام و اهمیت بیشتر به فرد و استقلال وی و نمرات پایین‌تر منعکس‌کننده‌ی نگرشی اقتدارگرایانه است. شاخص برابری‌خواهی جنسیتی نیز میزان نگرش‌های مردسالارانه در جامعه را نشانه می‌گیرد. اینگلهارت و ولزل همچنین از تساهل در رابطه با دگرباشان جنسی، طلاق، روسپیگری و سقط جنین به‌عنوان یکی از شاخص‌های ارزش‌های رهایی‌بخش بهره می‌گیرند. این شاخص نمادین بوده و گزینه‌های مطرح شده در آن بیشتر برای سنجش میزان مدارا و تحمل افراد در برابر افراد و گروه‌هایی است که در جامعه تعداد آنها بسیار نادر بوده و معمولاً در بیشتر جوامع احساس مثبتی نسبت به آنها وجود ندارد

(دبلیو وی اس، ۲۰۰۹). در کل سازه‌ی ارزش‌های ابراز وجود شامل متغیرهای زیر خواهد بود.

جدول ۳: ابعاد فرهنگ ارزش‌های ابراز وجود

ترجیح اظهار نظر و مشارکت در حاکمیت بر نظم و ثبات آمرانه	ارزش‌های فرامادیگرایی	ارزش‌های ابراز وجود
ترجیح آزادی بیان بر نظم و ثبات آمرانه		
ترجیح دخالت و مشارکت مردم در امور محلی بر مبارزه و مقابله شدید با جرائم		
تأکید بر مستقل بودن	شاخص استقلال	
تأکید بر پشتکار و کوشا بودن		
عدم تأکید بر مطیع و فرمانبردار بودن		
عدم تأکید بر ایمان مذهبی	نگرش به برابری جنسیتی	
مخالفت با اینکه مردان رهبران سیاسی بهتری هستند		
مخالفت با اینکه تحصیلات برای پسران مهم تر است		
مخالفت با اینکه مردان نسبت به زنان مدیران تجاری بهتری هستند	تساهل	
تساهل در برابر دگرباشان جنسی		
تساهل در برابر روسپیگری		
تساهل در برابر سقط جنین		
تساهل در برابر طلاق		

اعتبار مدل ارزش‌های ابراز وجود هم در سطح شاخص‌ها و هم در سطح کل مدل با آلفای کرونباخ و نیز تحلیل عاملی اکتشافی مورد بررسی قرار گرفته است. این کار علاوه بر تأیید شاخص‌ها به لحاظ اعتبار، اجازه‌ی تبدیل آنها به یک عامل را به ما خواهد داد. نتایج در جدول ۴ گزارش شده است.

جدول ۴: نتایج آلفای کرونباخ و مقدار ویژه برای شاخص‌های مدل فرهنگ سیاسی و توسعه‌ی انسانی

مقدار ویژه	آلفای کرونباخ	متغیرهای مشاهده شده مربوط به آن	متغیر پنهان یا شاخص
۲/۱۸	۰/۷۰	مخالفت با اینکه مردان رهبران سیاسی بهتری هستند	برابری جنسیتی
		مخالفت با اینکه تحصیلات برای پسران مهم‌تر است	
		مخالفت با اینکه مردان حق بیشتری برای اشتغال دارند	
۳/۰۵	۰/۸۹۳	تساهل در برابر دگرباشان جنسی	تساهل
		تساهل در برابر روسپیگری	
		تساهل در برابر سقط جنین	
		تساهل در برابر طلاق	
۲/۱۴	۰/۷۰	ارزش‌های فرامادی گرایی	ارزش‌های رهاینده (سطح کل مدل)
		استقلال	
		برابری جنسیتی	
		دموکراسی	

یافته‌های پژوهش

در این بخش ویژگی‌هایی کلی از جامعه‌ی مورد پژوهش به صورت میانگین‌های آماری ارائه می‌شود. این توصیفات میانگین‌هایی از شاخص‌های مختلف ارزش‌های ابراز وجود، شامل فرامادی‌گرایی، استقلال، برابری‌خواهی جنسیتی و تساهل را در بر خواهد گرفت. دامنه‌ی نمرات میانگین شاخص فرامادی‌گرایی بین ۱ تا ۵ قرار گرفته است. نمره‌ی ۵ به معنی نگرش فرامادی‌گرا (پست‌ماتریال) و نمره‌ی ۱ به معنی نگرش مادی‌گرایانه (ماتریالیستی) است. نمرات میانگین شاخص استقلال نیز در دامنه‌ی ۲- تا ۲+ قرار گرفته‌اند. نمره‌ی ۲+ به معنی تأکید بر استقلال و نمره‌ی ۲- به معنی تأکید بر مطیع بودن افراد و نگرش اقتدارگرایانه است؛ همچنین از آنجا که دو شاخص برابری‌خواهی جنسیتی و تساهل از طریق تحلیل عاملی و نمرات استاندارد شده ایجاد شده‌اند، دامنه‌ی نمرات مشخصی برای جامعه‌ی ایران نمی‌توان در نظر گرفت، اما به هر حال نمرات بالاتر در میانگین‌ها نشانه‌ی نگرش‌های برابری‌خواهانه و نیز تحمل و مدارای بیشتر و برعکس نمرات پایین‌تر گویای نظرات مردسالارانه و عدم تحمل و مدارای افراد می‌باشد.

جدول ۵ میانگین‌های کشوری را برای همه‌ی شاخص‌های ابراز وجود گزارش می‌کند. در صدر این جدول کشورهای سوئد، نروژ و سوئیس قرار گرفته‌اند. به عبارت دیگر، نمرات

میانگین کسب شده توسط این جوامع در همه‌ی شاخص‌ها با فاصله‌ی بسیار از دو دسته‌ی دیگر قرار گرفته‌اند. پس از آنها، کشورهای اسپانیا و ایتالیا قرار دارند که هر چند در نهایت میانگین کلی شاخص‌های ابراز وجود این دسته کشورهای در میانه‌ی طیف قرار گرفته است، اما بعضی از شاخص‌های آن به کشورهای اسلامی کاملاً نزدیک می‌شود. در نهایت، به ترتیب کشورهای ترکیه، اندونزی، بنگلادش، ایران و اردن قرار دارند، که در اکثر شاخص‌ها و نیز شاخص کلی ارزش‌های ابراز وجود، کمترین میانگین‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۵: میانگین‌ها و رتبه‌های کشورهای بر اساس شاخص‌های ارزش‌های ابراز وجود

ردیف	کشور	تعداد پاسخگو	ارزش‌ها									
			شاخص ارزش‌های فرامادی‌گرایانه		شاخص استقلال		شاخص برابری جنسیتی		شاخص تساهل			
			رتبه	میانگین	رتبه	میانگین	رتبه	میانگین	رتبه	میانگین		
۱	اردن	۱۲۰۰	۱/۶۱	۱۰	-۰/۲۰	۱۰	-۰/۷۶	۱۰	-۰/۷۳	۹	-۰/۹۷	۱۰
۲	اندونزی	۲۰۱۵	۷/۱	۹	-۰/۲۰	۹	-۰/۲۴	۷	-۰/۵۸	۸	-۰/۵۶	۷
۳	ایران	۲۶۶۷	۱/۸۵	۷	-۰/۱۰	۷	-۰/۷۵	۹	-۰/۴۵	۷	-۰/۶۲	۹
۴	بنگلادش	۳۰۲۵	۱/۸	۸	۰/۱۹	۵	-۰/۵۳	۸	-۰/۷۷	۱۰	-۰/۶۰	۸
۵	ترکیه	۱۳۴۶	۰/۲	۶	-۰/۱۰	۸	-۰/۱۳	۶	-۰/۳۸	۶	-۰/۳۳	۶
۶	ایتالیا	۱۰۱۲	۴۵/۲	۴	۰/۴۲	۴	۰/۳۴	۵	۰/۰۸	۵	۰/۲۹	۵
۷	اسپانیا	۱۲۰۰	۲۶/۲	۵	۰/۱۳	۶	۰/۶۵	۴	۱/۰۱	۴	۰/۶۰	۴
۸	سوئد	۱۰۰۳	۷۵/۲	۳	۱/۰۵	۲	۰/۷۷	۲	۱/۳۳	۱	۱/۱۴	۱
۹	سوئیس	۱۲۴۱	۸۵/۲	۱	۱/۰۸	۱	۰/۹۲	۱	۱/۰۷	۳	۱/۰۴	۳
۱۰	نروژ	۱۰۲۵	۷۶/۲	۲	۰/۹۵	۳	۰/۶۵	۳	۱/۱۷	۲	۱/۱۱	۲

در مرحله‌ی بعد با در نظر گرفتن شاخص درآمد سرانه یا *GDP*، پنج کشور اول در دو دسته‌ی فراصنعتی و صنعتی و بقیه‌ی کشورها نیز تحت عنوان کشورهای اسلامی دسته‌بندی شدند. به عبارت دیگر، در این پژوهش از این به بعد کشورهای سوئد، نروژ و سوئیس با عنوان کشورهای فراصنعتی، کشورهای اسپانیا و ایتالیا نیز به عنوان کشورهای صنعتی و بقیه نیز با عنوان کشورهای اسلامی شناخته می‌شوند.

کشورهای طبقه‌بندی شده با این عناوین، تحت آزمون واریانس یک‌طرفه قرار می‌گیرند، تا مشخص شود، که آیا ارزش‌های ابراز وجود بروز داده شده در کشورهای ذیل این طبقه‌بندی، دارای اختلاف میانگین معنی‌دار با یکدیگر هستند یا نه.

جدول ۵: میانگین نمرات میانگین شاخص‌ها برای همه‌ی کشورهای مورد بررسی در سه گروه

مناطق فرهنگی	تعداد پاسخگو	میانگین شاخص فرامادگرایی (۰-۵)	میانگین شاخص استقلال {۲-(-۲)}	میانگین شاخص برابری خواهی جنسیتی	میانگین شاخص شاخص	میانگین شاخص ارزش‌های ابراز وجود
کشورهای فراصنعتی	۳۲۶۹	۲/۸۰	۱/۰۳	۰/۷۷	۱/۲	۱/۰۹
کشورهای صنعتی	۲۰۱۵	۱/۷	-۰/۲۰	-۰/۲۴	-۰/۵۸	۰/۴۶
کشورهای اسلامی	۱۰۲۵۳	۱/۸	-۰/۱۱	-۰/۵۰	-۰/۵۶	-۰/۶۱

نتایج آزمون معنی‌داری که در جدول ۶ گزارش شده است، نیز حاکی از معنادار بودن تفاوت بین میانگین‌های حداقل دو دسته از کشورها، یا به عبارت دیگر وجود تفاوت معنادار میان کشورهای با زمینه‌ی متفاوت اقتصادی - اجتماعی می‌باشد.

جدول ۶: نتایج آزمون آنالیز واریانس یک‌طرفه برای سه رده‌ی سنی مختلف

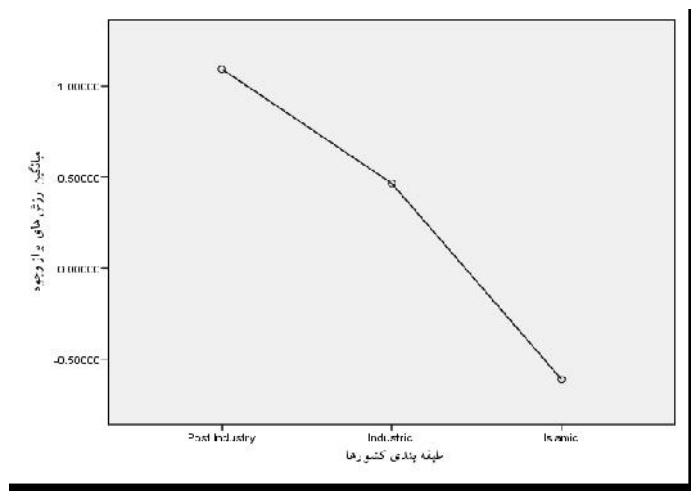
منبع تغییرات	درجه‌ی آزادی	مجموع مجذورات	میانگین مجذورات	مقدار	سطح معنی‌داری
میان‌گروهی	۲	۶۲۶۲/۷۱۷	۳۱۳۱/۳۵۸	۷۱۵۹/۱۸۰	۰/۰۰
درون‌گروهی	۱۱۱۲۸	۴۸۶۷/۲۸۳	۰/۴۳۷		
کل	۱۱۱۳۰	۱۱۱/۳۰			

این گزارش در جدول ۷ تکمیل شده و مشخص می‌شود که هر سه دسته از کشورها در میزان بروز ارزش‌های ابراز وجود دارای اختلاف معنادار می‌باشند. این بررسی که با استفاده از آزمون توکی انجام گرفته است، علاوه بر تأیید اختلاف معنادار میان کشورها، سیر نزولی آن از کشورهای فراصنعتی به صنعتی و سپس کشورهای اسلامی را نیز آشکار می‌کند.

جدول ۷: مقایسه‌ی میانگین نمره‌ی ارزش‌های ابراز وجود در سه رده‌ی سنی برای تمام ایران

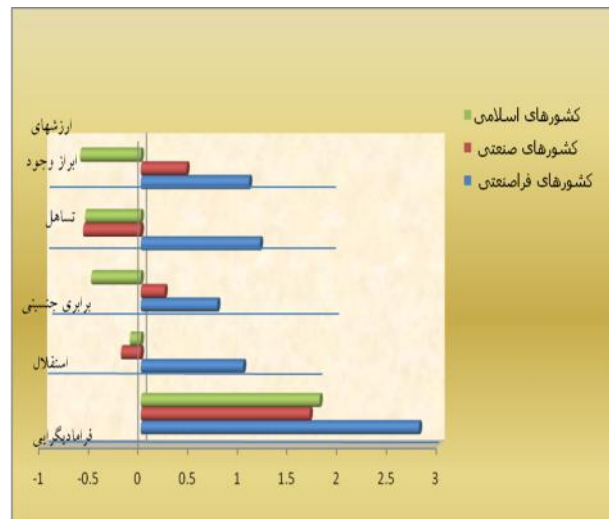
سطح اطمینان ۹۵٪	سطح معنی‌داری	خطای استاندارد	تفاوت میانگین	رده‌ی سنی	رده‌ی سنی
۰/۶۶	۰/۵۹	۰/۰۰	۰/۰۲۰	کشورهای صنعتی	کشورهای فراصنعتی
۱/۷۳	۱/۶۸	۰/۰۰	۰/۰۱۵	کشورهای اسلامی	
-۰/۵۹	-۰/۶۶	۰/۰۰	۰/۰۲۰	کشورهای فراصنعتی	کشورهای صنعتی
۱/۱۱	۱/۰۴	۰/۰۰	۰/۰۲۰	کشورهای اسلامی	
-۱/۶۸	-۰/۷۳	۰/۰۰	۰/۰۱۵	کشورهای فراصنعتی	کشورهای اسلامی
-۴/۰۴	-۱/۱۱	۰/۰۰	۰/۰۲۰	کشورهای صنعتی	

نمودار زیر همین تفاوت‌ها را در قالبی گرافیکی به تصویر می‌کشد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، ارزش‌های ابراز وجود بروز یافته در جوامع، دارای شیبه‌ی نزولی از کشورهای فراصنعتی با زمینه‌ی پروتستان به سوی کشورهای دارای میراث اسلامی است.

**نمودار ۱:** نمودار میزان بروز ارزش‌های ابراز وجود در میان کشورها

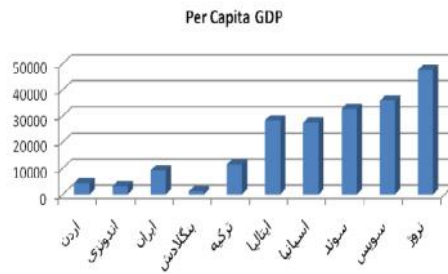
کشورهای فراصنعتی مرفه، همان‌طور که از نامشان هویداست، از بیشترین میزان سرانه‌ی تولید ناخالص داخلی و نیز توسعه‌ی زیرساخت‌های ارتباطات اجتماعی و دسترسی به فضای مجازی و رسانه‌ای برخوردارند. پس از آنها نیز کشورهای صنعتی و در انتها نیز کشورهای اسلامی مورد تحقیق، از کمترین میزان برخورداری در شاخص‌های توسعه بهره می‌برند؛ لذا هماهنگی و همخوانی میان شاخص‌های حوزه‌ی فرهنگی و شاخص‌های توسعه‌ی اقتصادی آشکار است. بدین معنا که کشورهایی که بیشترین میزان ارزش‌های ابراز وجود را بروز داده‌اند، دقیقاً در میان توسعه‌یافته‌ترین کشورها نیز قرار گرفته‌اند. به همین ترتیب، کشورهای با درجه‌ی توسعه‌یافتگی کمتر، به بروز میزان کمتری از این ارزش‌ها پرداخته‌اند. با توجه به شواهد بررسی شده، حالت کلی این نسبت، با در نظر گرفتن و برابر قرار دادن ارزش‌های ابراز وجود به‌عنوان شاخص اصلی و نهایی و دو شاخص توسعه یعنی سرانه‌ی تولید ناخالص داخلی و *KOF* صادق است.

همان‌طور که از نمودار ۲ نیز آشکار می‌شود، در شاخص کلی ارزش‌های ابراز وجود به عنوان ترکیبی از چهار شاخص دیگر، و نیز ارزش‌های فرامادی‌گرایانه و برابری‌خواهی جنسیتی، هماهنگی میان سطح توسعه و بروز ارزش‌ها در میان هر سه دسته از کشورها مشاهده می‌شود. به‌عبارت دیگر، هر چه میزان توسعه با توجه به دو شاخص درآمد سرانه و *KOF* افزایش می‌یابد، میزان بروز این ارزش‌ها نیز با افزایش مواجه می‌شود و بالعکس. اما این وضعیت در مورد دو شاخص باقی‌مانده، یعنی تساهل و استقلال صدق نمی‌کند. به‌عبارت دیگر، این دو شاخص همزمان با میزان توسعه از خود واکنش نشان نمی‌دهند. پیچیدگی موضوع در آنجا بیشتر می‌شود، که در یکی از این شاخص‌ها یعنی شاخص تساهل هر دو دسته کشورهای صنعتی و اسلامی تقریباً به یک اندازه به بروز این ارزش‌ها پرداخته‌اند و در شاخصی دیگر، یعنی استقلال، میانگین کشورهای اسلامی حتی از کشورهای صنعتی با زمینه‌ی کاتولیک نیز پیشی می‌گیرد.

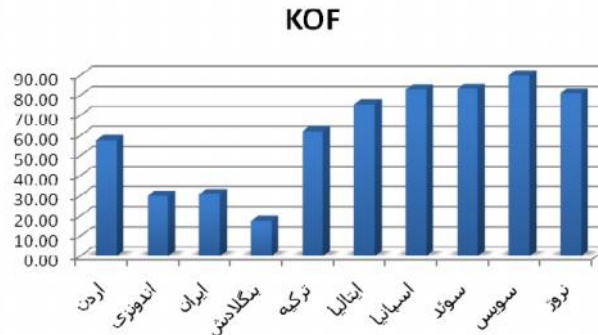


نمودار ۲: تصویر گرافیکی شاخص‌های ابراز وجود در سه دسته کشور مورد بررسی

همان‌طور که اشاره شد، شاخص *KOF* اجتماعی به میزان جهانی شدن تعاملات اجتماعی از طریق فضای مجازی، تلفن و رسانه‌ها می‌پردازد. از آنجا که، احتمالاً جهانی شدن هر چه بیشتر جوامع و گسترش ارتباطات از طریق فضای مجازی بر "همگرایی فرهنگی" اثر گذاشته و آنچنانکه طرفداران تز جهانی شدن فرهنگ و همگرایی فرهنگی ادعا می‌کنند سبب زوال ارزش‌های سنتی، ظهور و گسترش ارزش‌های مدرن و عموماً غربی در میان همه‌ی جوامع می‌شود (میر، بولی و رامیرز، ۱۹۹۷؛ استیونسون، ۱۹۹۷)، لازم است، به این موضوع نیز پرداخته شود. به عبارت دیگر، اینکه آیا جوامع با دسترسی هر بیشتر به فضای مجازی و رسانه‌ها، به همگرایی بیشتر و بروز ارزش‌هایی یکسان متمایل می‌شوند یا خیر.



نمودار ۳: توزیع درآمد سرانه در کشورهای مورد تحقیق (۲۰۰۵)

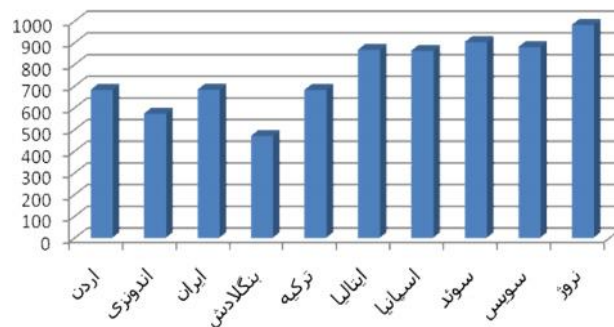


نمودار ۴: توزیع سطوح دسترسی به رسانه‌ها و فضای مجازی در کشورهای مورد تحقیق پیشتر (۲۰۰۵)

همان‌طور که از نمودار ۴ مشخص است، در میان کشورهای صنعتی و فراصنعتی سطوح دسترسی نسبتاً مشابه به رسانه‌ها و فضای مجازی وجود دارد. این کشورها که در بررسی‌های پیشین از درآمد سرانه‌ی بالاتر برخوردار بودند و در اینجا نیز از روابط و تعاملات اجتماعی گسترده‌تر از طریق فضای مجازی و رسانه‌ها بهره می‌برند، دارای سطوح بالاتری از بروز ارزش‌های ابراز وجود بوده و نزدیکی و تشابهاتی به لحاظ سطح این ارزش‌ها در میان آنها مشاهده می‌شود. اما در میان کشورهای اسلامی این موضوع با ابهام‌هایی روبرو می‌شود. بدان معنی که با وجود سطح توسعه‌ی اقتصادی و نیز دسترسی‌های کاملاً متفاوت این کشورها به رسانه‌ها و فضای مجازی، همگرایی در میزان بروز این ارزش‌ها در همه‌ی سطوح قابل مشاهده است. به عبارت دیگر، ظاهراً شاخص‌های توسعه آنچنان که انتظار می‌رود بر گسترش بروز بعضی از شاخص‌های ابراز وجود مؤثر نبوده‌اند. به عنوان مثال، در

حالی که سطح توسعه‌ی اقتصادی کشور ترکیه به کشورهای صنعتی نزدیک می‌شود، اما میزان بروز ارزش‌های ابراز وجود این کشور نیز، همچنان در سطح سایر کشورهای اسلامی است. حتی کشور اردن نیز که مطابق شاخص‌های *KOF* از سطح بسیار بالایی در زمینه‌ی دسترسی به فضای مجازی و رسانه‌ها برخوردار است، در پایین‌ترین سطح بروز این ارزش‌ها در میان کشورهای مورد بررسی قرار گرفته است. اما نکته‌ی جالب‌تر این موضوع در شاخص‌های زیرمجموعه ارزش‌های ابراز وجود مشاهده می‌شود؛ آنجا که کشورهای صنعتی با زمینه‌ی کاتولیک در دو شاخص استقلال و تساهل بسیار دورتر از کشورهای فراصنعتی با زمینه‌ی پروتستان و تقریباً مساوی با کشورهای اسلامی قرار گرفته‌اند. این در حالی‌ست، که شاخص‌های ارزش‌های فرامادی گرایانه و برابری جنسیتی آنها مطابق روند مورد توسعه و طبق انتظار پیش رفته است. اگر شاخص توسعه‌ی انسانی که مورد تأکید تعدادی از نظریه‌پردازان حوزه‌ی فرهنگ سیاسی (دیاموند، ۱۹۹۲؛ اینگلهارت و ولزل، ۲۰۰۹) است، مد نظر قرار گیرد، وضعیت از این هم پیچیده‌تر خواهد شد؛ چرا که تعدادی از کشورهای اسلامی از جمله ایران، ترکیه و اردن وضعیت خود را در سال‌های اخیر بسیار بهبود بخشیده‌اند. این در حالی‌ست، که همچنان هماهنگی در سطح توسعه و بروز ارزش‌های ابراز وجود در این کشورها مشاهده نمی‌گردد. به نمودار ۵ نگاه کنید.

HDI



نمودار ۵: سطح توسعه‌ی انسانی در کشورهای مورد تحقیق (۲۰۰۵)

نتیجه‌گیری

نظریه‌پردازان حوزه‌ی ارزش‌های ابراز وجود بر این باورند که فرهنگ سیاسی به شدت متأثر از شاخص‌های توسعه‌ی اقتصادی - اجتماعی است (اینگلهارت و ولزل، ۲۰۰۹). بر اساس این نظریه، افزایش عوامل در اختیار افراد در حوزه‌های اجتماعی و اقتصادی منجر به توانمندی ابناء بشری، فراغت از دغدغه‌های معیشتی و اقتصادی، گسترش دیدگاه‌ها و نگرش‌های بازتر و لیبرال‌تر به زندگی اجتماعی و سیاسی و در نهایت مناسبات نهادی مرتبط می‌شود. علیرغم صحت این نظریه در حالت کلی و صادق بودن این روند در بین کشورهای مورد تحقیق، ناهماهنگی‌هایی در میان بعضی از شاخص‌های زیرمجموعه ارزش‌های ابراز وجود، که قاعدتاً می‌بایست هماهنگ با روند توسعه تغییر یابند، وجود داشت؛ لذا وجود این استثناءها، امکان تسری این تر را به همه‌ی وضعیت‌ها، جوامع و بسترهای فرهنگی با دشواری‌ها و پیچیدگی‌هایی روبرو می‌کند.

از یک‌سو، بروز ارزش‌های مرتبط با دو شاخص استقلال و تساهل در کشورهای صنعتی با زمینه‌ی کاتولیک تقریباً برابر با کشورهای اسلامی بوده است؛ و از سوی دیگر، کشورهای مختلف اسلامی با سطوح مختلف توسعه‌ی اقتصادی - اجتماعی، دارای میانگین‌های تقریباً برابری از بروز شاخص‌های ارزش‌های ابراز وجود بوده‌اند.

جهت کنکاش بیشتر و روشن‌تر شدن ابعاد این موضوع، لازم است، زیرمجموعه‌های دو شاخص استقلال و تساهل بار دیگر مورد بررسی قرار گیرد. شاخص استقلال بر ارزش‌های نهادینه شده در خانواده مبنی بر استقلال فردی در زمینه‌ی باورهای دینی و خوداتکایی به عقل بشری و فردی فارغ از نهادهای مرجع دینی تأکید دارد و تأکید گویه‌های شاخص تساهل نیز بر گروه‌ها و روندهایی در جامعه قرار گرفته است، که احتمالاً مورد بیشترین نفرت‌ها و تفکرات کلیشه‌ای قرار دارند: پذیرش و تساهل در برابر دگرباشان جنسی، طلاق، روسپیگری و سقط جنین.

در اینجا به نظر می‌رسد که متغیر، عامل یا عوامل دیگری خارج از رویه‌های تبیین شده، آنچنان تأثیر قوی بر معادله داشته است که از حصول نتایج قابل انتظار مرتبط با روند توسعه‌ی اقتصادی - اجتماعی و گسترش جهانی‌شدن و تأثیر فضای مجازی و رسانه‌ای جلوگیری کرده است. به پیروی از ماکس وبر، تعداد زیادی از جامعه‌شناسان و اندیشمندان بر تأثیر پایدار سنت‌های دینی بر ساختار کلی فرهنگ در هر جامعه تأکید می‌کنند. هانتینگتون (۱۹۹۶) و اینگلهارت و ولزل (۱۳۸۹)، نیز از تأثیر سنت و فرهنگ بر روندهای تغییر ارزشی در میان جوامع سخن رانده‌اند. اخیراً نیز نوریس و اینگلهارت (۲۰۰۹)، از تأثیر

عواملی که آنها، دیوارهای آتشین می‌نامند، در عدم نفوذ جریان‌های وابسته به رسانه‌ها و فضای مجازی شواهد مستحکمی ارائه کرده‌اند. از نظر آنها، تأثیر عامل سنت‌های دینی و ملی تا آن حد است که نه تنها اجازه‌ی شکل‌گیری فرهنگ یکسان و جهانی را نخواهند داد، بلکه مرتباً بر عمق شکاف میان فرهنگ‌ها افزوده می‌شود. از نظر هانتینگتون (۱۹۹۶)، این شکاف به حدی است، که می‌توان از آن به‌عنوان دوگانه جوامع پروتستانی - اسلامی نام برد. به احتمال زیاد همین عامل در عدم همگرایی میان ارزش‌های مورد انتظار و سطح توسعه در تحقیق حاضر دیده شد. به ویژه آنکه، در دو شاخص استقلال و تساهل، آموزه‌های مشترکی از سوی هر دو دین اسلام و مسیحیت کاتولیک یافت می‌شود. آنجا که هر دو دین بر حرمت اموری همچون همجنس‌گرایی، روسپیگری، تأکید وافر دارند و طلاق و سقط جنین را نیز جز امور ناپسند به شمار می‌آورند؛ همچنین نگاه هر دو دین به مقوله‌ی ایمان از نوع نگاه پروتستانی که از کلیساهای تمرکززدایی شده برخاسته و فارغ از سلسله مراتب دینی، بر ایمان فردی و مشغولیت داوطلبانه‌ی شخصی در امور دینی و اجتماعی تأکید می‌کند، کاملاً متفاوت است. لذا از این منظر، اشتراک جوامع اسلامی و کاتولیک در بروز این دسته از ارزش‌ها با وجود تفاوت گسترده در سطوح توسعه و دسترسی به فضای مجازی و رسانه از ایتالیا و اسپانیای توسعه‌یافته تا بنگلادش و اندونزی توسعه‌نیافته امری آنچنان عجیب به شمار نمی‌آید. با توجه به این دلایل، از نگاه نگارندگان این پژوهش، واهمه از تأثیر سوء توسعه‌ی فضای مجازی، بهره‌گیری جامعه از این فضا و گسترش تعاملات بین فردی در این فضا بر فرهنگ دینی و ملی، آنچنانکه تعداد زیادی از روشنفکران و سیاستمداران ایرانی مدعی آن هستند، نمی‌تواند چندان منطبق بر واقعیت باشد.

فهرست منابع:

- احمدی، عزت‌الله؛ عدلی‌پور، صمد؛ میرمحمدتبار، سید احمد و ابوترابی، فاطمه (۱۳۹۴). "تأثیر شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک بر ارزش‌های خانوادگی دانش‌آموزان مقطع متوسطه‌ی شهر تبریز"، فصلنامه‌ی توسعه اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، دوره‌ی ۹، شماره‌ی ۴.
- تافلر، آلوین (۱۳۷۷). جابه‌جایی در قدرت، شهین‌دخت خوارزمی، چاپ هفتم، تهران، نشر سیم‌رغ.
- تامپلسون، جان (۱۳۸۱). جهانی‌شدن و فرهنگ، ترجمه‌ی محسن حکیمی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- رجائی، فرهنگ (۱۳۸۰). پدیده‌ی جهانی‌شدن، وضعیت بشری و تمدن اطلاعاتی، ترجمه‌ی عبدالحسین آذرنگ، تهران، انتشارات آگاه.
- ریتزر، جرج و جی گودمن، داگلاس (۱۳۹۰) نظریه‌ی جامعه‌شناسی مدرن، تهران، انتشارات جامعه‌شناسان.
- عدلی‌پور، صمد و خاکسار، فائزه (۱۳۹۱). "شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویت ایرانی)"، فصلنامه‌ی مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره‌ی ۱، شماره‌ی ۴.
- عدلی‌پور، صمد؛ قاسمی، وحید و میرمحمدتبار، سید احمد (۱۳۹۳). "تأثیر شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان"، فصلنامه‌ی تحقیقات فرهنگی ایران، دوره‌ی ۷، شماره‌ی ۱.
- فرقانی، محمد مهدی (۱۳۸۲). "جامعه‌ی اطلاعات جهانی و گذر از الگوی حاکم"، فصلنامه‌ی مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط‌جمعی (رسانه)، سال چهاردهم، شماره‌ی ۳۵.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۱). عصر اطلاعات: ظهور جامعه‌ی شبکه‌ای، ترجمه‌ی علی پایا، جلد اول: تهران: طرح نو.
- کفاشی، مجید (۱۳۸۸). "بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده"، فصلنامه‌ی پژوهش اجتماعی، سال دوم، شماره‌ی ۳.
- گل‌محمدی، احمد (۱۳۸۰). "جهانی‌شدن و بحران هویت"، فصلنامه‌ی ملی سال سوم، شماره‌ی ۱۰.

گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). تجدد و تشخص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه‌ی ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی، ترجمه‌ی حسن چاووشیان، تهران: نشر نی.
 مهدی‌زاده، شراره و عنبرین، زینب (۱۳۸۸). "بررسی رابطه‌ی میزان و نحوه‌ی استفاده از اینترنت و هویت فرهنگی جوانان"، انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره‌ی ۱۷۷.

مهدی‌زاده، محمد (۱۳۹۱). رسانه‌ها و بازنمایی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
 نیازی، احمد (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری هویت اجتماعی مدرن - سنتی دانشجویان دختر دانشگاه شهید چمران اهواز، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، اهواز.

Amber, H. (2005). Preserving Cultural Identity in the 10st Century: Challenges to the Emirati Youth, Department of Psychology, UAE University.

Brown, T. (1999). "Challenging globalization as discourse and phenomenon", International Journal of Lifelong Education, 18(1), 3-17.

Cheng, Y. C. (2000). "A CMI-Triplization Paradigm for Reforming Education in the New Millennium", International Journal of Educational Management, 14(4), 156-174.

Dinesh, Bhugra et al. (1999). "Cultural Identity and Its Measurement: A questionnaire for Asians", International Review of Psychiatry, 00, 1 /, 773.

Giddens, A. (1999). Runaway World: How Globalization is Reshaping Our Lives, London, and Profile Books.

Herbert J. Schiller. (1973). Communication and Cultural Domination. White Plains, NY: International Arts and Sciences Press.

Inglehart, R., Pippa, N. (2009). Cosmopolitan Communications (Cultural Diversity in a Globalized) World, published in the United States of America by Cambridge University Press, New York.

Kupper, A. and Jessice Kupper, F. (1996). Social science Encyclopedia 2 and Edition 1996, Rutledge London.

Timms, D. (2002). Identity, local community and the internet", University of Striling, www.e.uni/minerva/pdf/identity.

Moll, M. (1989). "No more teachers, no more schools: Information technology and the "deschooled" society", *Technology in Society* 20: 357-369.

North, D. (1982). *Structure and Change in Economic History*, New York: Norton.

Perelman, L. J. (1992). *School's out: Hyperlearning, the new technology and the end of education*. New York: William Morrow and Company.

Ritzer, G. (2008). *Sociological Theory*, New York, McGraw-Hill, Seventh Edition.

UNESCO (2001). *Universal Declaration on Cultural Diversity*. UNESCO, Paris.

Waters, M. (1995). *Globalization*, London: Routledge.