

مراکز دینی و فرهنگی در روند هویت‌یابی‌ها طی جهانی‌شدن

دکتر کاوه احمدی علی‌آبادی

چکیده

در این مقاله، می‌کوشیم پس از بررسی جهانی‌شدن و تبعات آن، تعریفی پویا از فرهنگ و هویت‌های فرهنگی، ملی و دینی در عصر جهانی‌شدن ارائه دهیم. ما باید با نگاهی به ساختار، روابط و ابعاد مختلف هویت، آن را از خرافات، جهل و تعصب‌ها بزداایم و امکان تبلور ارزش‌ها و حقوق انسانی و معنوی را با تعامل مداوم فرهنگ‌های بومی و جهانی فراهم آوریم. در این میان، دین و اخلاقیات در آخرین موج جهانی‌شدن جایگاهی ویژه دارند.

روندی از هویت‌یابی‌های در گذار، یکی از اساسی‌ترین موضوع‌های مورد بررسی خواهد بود که به تبیین و برنامه‌ریزی نیاز خواهد داشت؛ به‌خصوص پدیده‌ی انتقال آن از نسلی به نسلی دیگر. در گذشته، این انتقال موروثی صورت می‌گرفت؛ اما اینک ماهیت این انتقال از اساس دگرگون شده است و هر جامعه‌ای ناگزیر است معیارهای جدید هویت‌یابی دینی، فرهنگی و اخلاقی را بشناسد و خود را با آن همراه سازد. چنین وضعیتی، همه‌ی نهادهای پرورشی در خانه، مدرسه، مسجد، حسینیه و مراکز فرهنگی، دانشگاهی و دینی را وادار می‌کند تا رسالتشان را بازنگری، بازاندیشی و بازتعریف کنند تا امکان تعامل اخلاقی و معنوی ادیان مختلف در جهان فراهم آید. در عصر جهانی‌شدن، فرهنگ هرچه بیشتر به شبکه‌ای زنده و زاینده بدل شده است و مرگ آن هنگامی رقم خواهد خورد که به تقلید مسخ گردد؛ زیرا فرهنگ حاصل آفرینش نیروهای انسانی و اجتماعی است. نتیجه اینکه، فرهنگ را نباید چون سنتی ثابت و تغییرناپذیر تقدیس کرد، بلکه باید اهداف و غایت آن را بازتعریف کرد و در عین انعطاف‌پذیری، انسجام و تکرر، باید خود را در عصر جهانی‌شدن حفظ کرد. واژگان کلیدی: جهانی‌شدن، هویت‌یابی، فرهنگ بومی و فرهنگ جهانی.

مقدمه

جهانی شدن نه چنان که طرفداران آن مطرح می کنند، نوش داروی همه‌ی دردهای قرن حاضر است و نه چنان که هواداران نظام‌های شکسته خورده باور دارند، توطئه و فاجعه‌ی نظام‌های مبتنی بر دموکراسی. آن‌ها غافل‌اند از اینکه جهانی شدن، حتی بدون اظهار نظر آنان، واقعیتی انکارناپذیر است و وجود دارد. نه تنها با نگاه به اطراف خود می‌توانیم بسیاری از نشانه‌های جهانی شدن را ببینیم، بلکه هنگامی که با جهانی شدن مخالفت می‌کنیم، این اظهار نظر خود را به کمک نشانه‌های بارز جهانی شدن انعکاس می‌دهیم. هنگامی که نظرهای خود را در مورد جهانی شدن از طریق رسانه‌های جمعی انعکاس می‌دهیم، نشان‌دهنده‌ی آن است که در دنیای جدید جهانی هستیم. جهانی شدن با ماست، چه باور کنیم، چه نکنیم و چه بپسندیم یا نپسندیم. ما فقط می‌توانیم با شناخت فرصت‌ها و تهدیدهای جهانی شدن، از فرصت‌هایش استفاده کنیم و تا حد ممکن از توان‌هایش بکاهیم. نخستین قدم در این راه، شناخت جهانی شدن است.

تعریف جهانی شدن

می‌توان جهانی شدن را این گونه جمع‌بندی و خلاصه کرد:

۱. افزایش بی‌سابقه‌ی سرمایه‌گذاری خارجی و افزایش جریان سرمایه‌ی بین‌المللی؛
۲. گسترش حجم تجارت و تنوع معامله‌های بین‌المللی؛
۳. انتقال سریع و روبه‌گسترش تکنولوژی؛
۴. شکل‌گیری شرکت‌های بزرگ چندملیتی؛
۵. مهاجرت نیروی کار بین‌المللی؛
۶. گسترش حمل‌ونقل بین‌المللی و شبکه‌های راه‌های زمینی، دریایی و هوایی در سطح جهان؛
۷. پدیداری و گسترش ارتباطات مخابراتی و الکترونیکی؛
۸. گسترش رسانه‌های جمعی؛ همچون روزنامه‌ها، خبرگزاری‌ها، رادیو، تلویزیون و سینما؛
۹. گسترش ارتباطات ماهواره‌ای، رایانه‌ای و اینترنتی.

امواج ادوار مختلف جهانی شدن

تاکنون، جهان چندین موج از فرآیند جهانی شدن را پشت سر گذاشته است. نخستین آن‌ها به دوران پس از اسکندر و کم‌وبیش یونانی شدن شرق و غرب برمی‌گردد و آخرین آن‌ها به انقلابی بازمی‌گردد که رسانه‌ها، رایانه‌ها و اینترنت به وجود آوردند. در پایان قرن نوزدهم، دنیا تا حدود زیادی جهانی شده بود. کاهش چشمگیر هزینه‌ی حمل‌ونقل موجب رونق سریع تجارت شد و نرخ تجارت جهانی در سال ۱۹۱۳ به میزانی رسید که تا پیش از آن سابقه نداشت. رشد تجارت با جابه‌جایی بی‌سابقه‌ی سرمایه در سطح جهان (حدود

۱۰ درصد تولید ناخالص داخلی در برخی از کشورها) همراه شد و مهاجرتی گسترده، به ویژه به آمریکا، صورت گرفت (نرخ مهاجرت در برخی کشورها به ۰/۵ تا یک درصد رسید). پس از دو جنگ جهانی و بروز رکود بزرگ، موج جدید جهانی شدن آغاز شد که ویژگی بارز آن کاهش هرچه بیشتر هزینه حمل و نقل بود (از سال ۱۹۴۰ تا ۱۹۶۰ به بیش از نصف کاهش یافت). توسعه‌ی شرکت‌های چندملیتی از دیگر خصایص این دوره از جهانی شدن بود. این شرکت‌ها قادر بودند فراتر از موانعی چون سیاست‌گذاری‌های ملی عمل و به دورافتاده‌ترین نقاط جهان نفوذ کنند. نتیجه‌ی این عوامل رشد غیرمنتظره‌ی تولید و ارتقای سریع سطح زندگی مردم بود.

اما موج جدید جهانی شدن چیز دیگری است. موج اخیر مدیون تسهیل روند تبادل اطلاعات و رشد بی‌سابقه‌ی کامپیوتر، تکنولوژی‌های مخابراتی، رایانه‌ها و به‌خصوص اینترنت است که مهم‌تر از کاهش چشمگیر هزینه‌هاست (از دهه‌ی ۱۹۷۰ تاکنون، هزینه‌ی حسابرسی و ارتباطات تا ۹۹ درصد کاهش یافته است). این پیشرفت‌ها، حتی در سطح اقتصادی و فنی، (بیشترین انتقادات به جهانی شدن از همین بعد اقتصادی است) به تدریج کیفیت و دامنه‌ی خدمات قابل مبادله را گسترش داد و اقتصاد جهانی را بیش از پیش به سوی هم‌پیوندی سوق داد.

دستاوردهای جهانی شدن

اکنون، در پس همه‌ی تحولات به‌وقوع‌پیوسته در جهان، ترکیبی از نظم و بی‌نظمی وجود دارد که محصول اختلاف نظر درباره‌ی جهانی شدن است.^۱ نظریه‌پردازانی که به جهانی شدن و دستاوردهای آن می‌بالند، بر این باورند که اگر بخواهیم فقط با نگاهی خرده‌گیرانه، صرفاً جنبه‌های منفی جهانی شدن را به حساب آوریم، گزینش بیشتر جوامع را در راه جهانی شدن نادیده گرفته‌ایم. جهانی شدن دستاوردهای مختلفی داشته است که همگون‌سازی اقتصادی فقط یکی از آنهاست. این روند، تولید جهانی را افزایش داده است، رشد اقتصادی را در پی داشته است، درآمد و کیفیت زندگی را ارتقا بخشیده است و موجب رشد بخش غیررسمی اقتصاد و اشتغال گردیده است.^۲ حتی همگون‌سازی اقتصادی نیز تا حد زیادی اوضاع مادی و رفاهی مردم را در اقصی نقاط جهان بهبود بخشیده است. همگون‌سازی میلیون‌ها فرصت شغلی ایجاد کرده و باعث شده است حدود دو تریلیون دلار سرمایه از کشورهای ثروتمند به کشورهای فقیر و در حال توسعه منتقل شود.

۱. Brezinski, ۱۹۷۰؛ Macluhan, ۱۹۷۰؛ Seyf, ۱۹۹۷

۲. زمانی، ۱۳۸۴، ص ۳۵-۵۰.

در عرصه‌ی فرهنگی نیز، این روند بستری برای «گفتگوهای ناهماندساز» پدید آورده است.^۱ اینکه اینترنت باعث شده است شکاف میان کشورهای غنی و فقیر کمتر شود، فقط به بحث اقتصادی محدود نمی‌شود و در حوزه‌های اجتماعی و فرهنگی نیز نتایجی به بار آورده است که در تاریخ بی‌سابقه بوده است. سلسله‌مراتب اقتدار و لایه‌لایه‌شدن جامعه، که از عوامل اصلی تبعیض‌ها و توزیع نامتناسب دانش و آگاهی بود، اکنون از طریق رسانه‌های جهانی و اینترنت شکسته شده است. همه می‌توانند با بهره‌بردن از شبکه‌های اطلاعاتی وسیع از همه‌جای دنیا باخبر شوند. جهانی‌شدن حتی باعث تحولات اجتماعی و سیاسی نیز شده است. البته، این روند همزمان عواقب منفی و تاوان‌هایی نیز به بار آورده است که از جمله باید به اضمحلال برخی فرهنگ‌های بومی و آسیب‌پذیری بیشتر جوامع فقیر در مقابل بحران‌های جدید فرهنگی اشاره کرد.

آخرین موج جهانی‌شدن: انقلاب ارتباطات و اطلاعات

با ظهور رسانه‌های جمعی و اطلاعات جهانی یک‌طرفه، آخرین موج جهانی‌شدن آغاز شد؛ با پیدایش مخابرات و موبایل، که اطلاعاتی دوطرفه داشتند، حرکت صعودی‌اش را ادامه داد و با پیدایش اینترنت و رسانه‌هایی با اطلاعاتی هوشمند و واقعیت مجازی به اوج خود رسید. این اتفاق‌ها به معنای واقعی یک انقلاب بود. با اینترنت می‌توان در کمترین زمان با بزرگ‌ترین کتابخانه‌ها، معتبرترین موزه‌ها و گالری‌های هنری ارتباط برقرار کرد و در مدتی کوتاه چند هزار پیام ردوبدل کرد، بدون هیچ‌گونه نظارت تحمیلی.^۲ در چنین موقعیتی است که بسیاری از ره‌پویان دینی و معنوی می‌توانند به‌خوبی باهم ارتباط برقرار کنند و تبادل اطلاعات کنند.

جهانی‌شدن، هویت‌بخشی و مردم محروم

جهانی‌شدن یکی از بزرگ‌ترین دستاوردها را برای مردم محروم و منزوی داشته است. امروزه، انسان محروم دیگر مجبور نیست چشم امید به توانایی‌های بسیار محدود تکنولوژی بدوزد و به دانش محل و کشور خود منحصر شود. او می‌تواند به‌سرعت از آخرین دانش‌ها، تجارب و تکنولوژی‌های پیشرفته‌ترین جوامع بهره‌برد.^۳ یکی از مهم‌ترین تأثیرهای جهانی‌شدن هویتی است که به انسان‌های محروم و حاشیه‌نشین بخشیده است. تا دیروز، بسیاری از آن‌ها در ابتدایی‌ترین تصمیم‌های محلی و بومی‌شان در نظر گرفته نمی‌شدند، چه

۱. لال، ۱۳۷۹، ۲۱۳-۲۱۴.

۲. له فور، ۳۷۰، ص ۴۶.

۳. احمدی، ۱۳۸۶.

رسد به کشورشان. درحالی که امروز، آن‌ها می‌توانند از طریق شبکه‌های ارتباطی گسترده، رسانه‌های جمعی، مخابرات و اینترنت با همه جای دنیا ارتباط برقرار کنند.

ابریزگرهای ارتباطی و شاهراه‌های اطلاع‌رسانی جهانی

تحولات شگرف تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی در جهان امید به عدالت، مردم‌سالاری، کاهش رنج‌ها و کمک به کسب حقوق انسانی و دینی مردم را تا حدی افزایش می‌دهد. پیش از عصر رسانه‌ها، هر شخصی در حد محیط فیزیکی و اجتماعی اطراف خود اطلاعات کسب می‌کرد؛ ولی در عصر ارتباطات رادیو، تلویزیون، روزنامه، مجله، مخابرات و اینترنت همه‌ی اطلاعات در اختیار همگان قرار می‌گیرد. به‌بیان‌دیگر، در قلب انقلاب ارتباطات انتشار جهانی دانش نهفته است. انقلاب ارتباطات می‌تواند به نفع بشر باشد، در راستای کاستن فاصله‌ها قرار گیرد و دموکراتیک و آزادی‌بخش باشد.

فقر اطلاعاتی

در عصر ارتباطات، فقر فقط به کمبودهای مادی و درآمد مالی اندک اطلاق نمی‌شود؛ بلکه نداشتن آگاهی و اطلاعات از اصلی‌ترین معیارهای فقر است. به‌بیان‌دیگر، مردم از نظر دسترسی داشتن به منابع اطلاعاتی متعدد و متنوع در جهان به فقیر و غنی تقسیم می‌شوند. دسترسی به اطلاعات از طریق اینترنت از هر رسانه‌ی جمعی دیگر سهل‌تر و گسترده‌تر شده است که به‌معنای کاهش سریع فاصله بین مستمندان و فقرا از منظر دستیابی به اطلاعات است.

ارتباطات و توسعه در عصر جهانی شدن

کمتر محققى است که به ارتباط عمیق میان ارتباطات و توسعه‌ی فرهنگی باور نداشته باشد. توسعه یعنی تغییر در نحوه‌ی نگرستن مردم به همه‌ی جهان و این تغییرها جز با پردازش اطلاعات شکل نمی‌گیرد. امروزه، دیگر بدون ارتباطات هیچ اطلاعاتی بین مردم منتشر نمی‌شود و بدون تفسیر اطلاعات هیچ کشف، تغییر و اصلاحی انجام نمی‌شود.^۱ تغییر فرهنگی و به‌ویژه تغییر دینی به ارتباطات میان‌فرهنگی وابسته است. امروزه، این امر به کمک رسانه‌های جمعی متعدد تسهیل شده است.

مسئله‌ی اساسی این است: چه کسی، از کدام مجری، به چه کسی و با کدام نتیجه چه می‌گوید؟^۲ در جامعه‌ای پیشرفته، نقش وسایل ارتباط جمعی به اطلاع‌رسانی و تبلیغات و فرهنگی محدود نمی‌شود؛ بلکه رسانه‌ها ابزاری هستند برای پاسخگویی دولت و کندوکاوش آن‌ها. آن‌ها علاوه‌براینکه به مردم اطلاعات می‌رسانند، تریبونی به‌شمار می‌روند برای مباحث مورد علاقه‌ی افکار عمومی و اعمال

۱. بورن، ۱۳۷۹، ص ۸.

۲. Lasswell، ۱۹۷۲، ص ۱۱۷.

خواسته‌های مردم. اما نکته این است که رسانه‌های گروهی فقط هنگامی به تعقیب اهداف و دستیابی به کارکردهای فوق‌قادر خواهند بود که مستقل باشند.^۱

افکار عمومی، بومی، ملی و جهانی

افکار عمومی مجموعه عقاید افراد جامعه در برابر موضوعی است که مردم درباره‌اش منافع و علایقی مشترک دارند و به سخن دقیق‌تر طرز تلقی و واکنش اجتماع است که نظر جزء بزرگی از جامعه را نشان می‌دهد.^۲ امروزه، افکار عمومی بیش از هر زمان دیگری در عرصه‌ی سیاست و اجتماع برای خود جا باز کرده است. اگر در گذشته حکومت‌ها می‌توانستند با نادیده گرفتن خواست مردم خودسرانه به هر اقدامی متوسل شوند، اکنون با پدیده‌ای به نام افکار عمومی مواجه هستند. این پدیده فقط به قلمرو داخلی کشورها محدود نمی‌شود؛ بلکه در سطح جهانی نیز حکومت‌ها و دولت‌ها ناگزیرند افکار عمومی جامعه‌ی بین‌المللی را مراعات کنند. ارتباطات و رسانه‌های جمعی، از طریق انواع تکنولوژی‌های اطلاعاتی، افکار کنونی جهان را شکل می‌دهند. تکثیر، تنوع و انتشار رسانه‌ها این امکان را به شهروندان داده است تا، از طریق افکار عمومی‌شان، سیاستمداران را از خواسته‌هایشان آگاه کنند. از این رو، ضروری است تا مؤسسه‌هایی بی‌طرف و متخصص اطلاعات مبتنی بر افکار عمومی را بسنجند و منعکس دهند. اکنون، دیگر افکار عمومی به یک جامعه‌ی مشخص محدود نمی‌شود و علاوه بر سیاستمداران، بسیاری از مدیران سازمان‌های جهانی غیرسیاسی نیز می‌کوشند افکار عمومی مردم در سراسر جهان را مدنظر قرار دهند.

فرهنگ جهانی و فرهنگ بومی

فرهنگ دنیای اطرافمان را در ذهنمان تعریف می‌کنند، به آن شکل می‌بخشد، طبقه‌بندی‌اش می‌کند و معنایش می‌بخشد.^۳ درحقیقت، فرهنگ بخش انسان ساخته‌ی محیط است، حال چه ذهنی باشد و چه عینی. فرهنگ است که تعیین می‌کند اعضای آن فرهنگ رابطه‌شان را با محیط، ماوراءالطبیعه و مردم درون و بیرون فرهنگشان چگونه تنظیم کنند.^۴ به بیان دیگر، فرهنگ است که واقعیات را برایمان می‌سازد! فرهنگ به گروه و اعضای آن کمک می‌کند تا از عهده‌ی مشکلات زندگی، در محیطی خاص و زمانی معین، برآیند.

۱. اروخانی، ۱۳۷۱، ص ۱۰۰-۱۰۱.

۲. ستوده، ۱۳۷۴، ص ۱۷۲ و بیرو، ۱۳۷۰، ص ۳۱۲.

۳. تری یاندریس، ۱۳۷۸، ص ۴۸.

۴. بورن، ۱۳۷۹، ص ۱۲۰.

فرهنگ‌ها فصول مشترکی دارند؛ همان‌گونه که تمایزاتی نیز دارند. فصول مشترک فرهنگ‌های مختلف، که به اصیل‌ترین و انسانی‌ترین وجوه فرهنگ مربوط می‌شود، فرهنگ جهانی را می‌سازد. مخاطبان چنین فرهنگی نیز جهانی خواهند بود و آن فرهنگ به بخش بزرگی از نیازها و تقاضاهای فرهنگی مردم، به‌ویژه جوانان، در جوامع مختلف پاسخ خواهد گفت.^۱ اما این‌ها به معنای نادیده گرفتن فرهنگ‌های بومی و گوناگونی‌های زیست‌بومی‌شان نیست. فرهنگ‌های بومی، بدون آنکه حذف شوند، می‌توانند در روح تکثر فرهنگی نقشی بزرگ ایفا کنند.^۲ اما رابطه‌ی فرهنگ و زیست‌بوم یک‌طرفه نیست و همان‌گونه که زیست‌بوم فرهنگ انسانی را می‌آفریند فرهنگ نیز وضعیت جدیدی را بر زیست‌بوم تحمیل می‌کند. همین نکته است که مطالعات فرهنگ‌های محلی و جوامع منطقه‌ای را برای نسل فردا ضروری می‌کند.

نباید به فرهنگ‌ها به شکل پدیده‌هایی ایستا نگاه کنیم. فرهنگ‌ها مدام تغییر می‌کنند و بسیاری از وجوه تفاوت‌ها، بیش‌ازاینکه از اختلاف‌ها برخیزد، از گوناگونی و تنوع روح انسانی حکایت دارد. باید توجه داشت که برخی از فرهنگ‌ها خرافات، تعصب‌ها و عادت‌های ضدانسانی و ضدارزشی دارند؛ از این رو ضروری است تا فرهنگ جهانی با زدودن خرافات و تعصب‌های ضدانسانی و ضدارزشی، بر فرهنگی معنوی تأکید کند که مقدمه‌ی نجات و رستگاری بشر باشد. فرهنگی که مانع خلاقیت شود یا تجربه‌های فرهنگی گذشته را نادیده بگیرد، نمی‌تواند فرهنگی جهانی شود. بنابراین، به نظر می‌رسد یکی از اولویت‌ها باید توجه توأمان به فرهنگ جهانی و فرهنگ‌های بومی با رویکردی «انسانی و معنوی» باشد.

نبردها و تهاجمات جدید فرهنگی

امروزه، تهاجمات فرهنگی با هویتی جدید زاینده و بازآفریده می‌شوند. باید توجه شود که بنیان نبرد کنونی فرهنگ‌ها با برجسب‌ها، شعارها و تبلیغات نیست، بلکه حرکتی خزننده و تهاجمی مخفی است که کل جوهره‌ی تحولات آتی دنیای ما را در بر گرفته است. امروزه، ابعادی از فرهنگ‌ها در حال نبرد هستند و برخی از فرهنگ‌ها نیز تمایم خواه هستند و می‌خواهند همه‌چیز در انحصار و اختیار آن‌ها باشد.

هویت فرهنگی و ملی

هویت به معنای «چه کسی بودن» است و از نیاز طبیعی انسان به شناخته‌شدن یا شناسانده‌شدن به چیزی یا جایی برمی‌آید. این حسن تعلق بنیادی ذاتی در وجود انسان دارد. برآورده‌شدن این نیاز باعث «خودآگاهی» فردی می‌شود و ارضای حسن تعلق میان گروهی انسانی، خودآگاهی جمعی و مشترک یا

۱. دکوئینار، ۳۱۶، ص ۵-۷ و بهجت و رفعت، ۳۱۶، ص ۸-۹.

۲. تری یاندیس، ۱۳۷۸، ص ۴۶ و ۵۷.

هویت بومی یا ملی آن گروه انسانی را تعیین می‌کند. اگر مردم یک کشور را سلول‌های وجودی آن در نظر گیریم، بی‌تردید ترکیبات اجتماعی و اداری ارکان حیات آن کشور هستند و آنچه از هویت و ملیت می‌شناسیم، به منزله‌ی روح این پیکر خواهد بود.^۱

اگر نیازمندی‌های معنوی و حس تعلق انسان به چیزی یا جایی ارضا نشود، موجودی سرگردان خواهد شد و هرگز نخواهد توانست از کلاف سردرگم بی‌سروسامانی و بی‌هدفی رهایی یابد.^۲ پدیده‌ها و نهادهای معنوی و فرهنگی هستند که فضای شخص را از دیگر محیط‌های انسانی جدا می‌کنند و به افراد آن فضای انسانی ویژه، سربلندی هویتی و حس همدلی و همراهی می‌دهند. هویت ملی و جوهی دارد به این قرار: ۱- خانواده؛ ۲- زبان؛ ۳- دین و آئین؛ ۴- زادگاه و سرزمین؛ ۵- تاریخ؛ ۶- ایدئولوژی، سنت‌ها و ارزش‌ها؛ ۷- باورها و رفتارها؛ ۸- دانش و فنون؛ ۹- خودآگاهی و خودیابی که از نحوه‌ی ترکیب مؤلفه‌های پیشین پدید می‌آید.

با نظری بر تاریخ گذشته‌ی ایران و نگاهی به مؤلفه‌های هویتی در جامعه‌ی کنونی آن درمی‌یابیم که هویت ایرانی هویتی چند پایه است و بر عواملی چون سرزمین مشترک، تاریخ مشترک، ادبیات مشترک، دین مشترک و آداب و منش مشترک استوار است. اگرچه هویت فرهنگی جامعه مدیون همه‌ی اجزاء و عناصر موجود در فرهنگ آن جامعه است؛ اما نمی‌توان انکار کرد که این هویت بخشی در برخی عناصر یک فرهنگ حضوری قوی‌تر دارد^۳ و بی‌شک هویت دینی در ایران بزرگترین عنصر فرهنگی است. هویت هر ملتی در ریشه‌های اجتماعی و فرهنگی تاریخ آن مردم نهفته است، ولی هویت هرگز به گذشته محدود نمی‌شود، بلکه به ماهیاتی مربوط می‌شود که از خصایص کنونی اجتماعی و فرهنگی جامعه نشأت می‌گیرد. حتی خصایص تاریخی- هویتی یک ملت نیز فقط به وقایع و مؤلفه‌های گذشته‌شان مربوط نمی‌شود، بلکه از میانشان آن ویژگی‌هایی ماندگارند که قابلیت بازتولید دارند و مشکل هویتی جوان را حل می‌کنند.^۴

سیر هویت‌یابی فرهنگی، دینی و اخلاقی

هویت، به‌مثابه‌ی مسیر هویت‌یابی، همواره مورد پرسش و بازتعریف و بازآفرینی است و نسل‌های مختلف آن را تحقق می‌بخشند و تحلیل می‌کنند. این مسیرها صرفاً مسیر عقاید نیستند، بلکه به‌طوریکسان متضمن

۱. ساختار فرهنگی هویت ملی، ۱۳۷۸، ص ۳۴-۳۵.

۲. همان، ص ۳۲-۳۳.

۳. طرح تدوین برنامه‌ی ایران ۱۴۰۰، ۱۳۷۵، ص ۳.

۴- احمدی، ۱۳۸۱-۱۳۸۲: ۳۰-۳۱

کل جوهره‌ی اعتقادورزی نیز هستند که شامل هنجارها، رفتارها، الگوها، حس زنده‌ی تعلق، شیوه‌های درک جهان و شرکت فعالانه است.

ساختار، روابط و ابعاد هویتی

بحث درخصوص محیط‌های اجتماعی- فرهنگی که در آن انتقال هویت از نسلی به نسلی دیگر رخ می‌دهد، محوری را برای تحلیل کنش کارگزاران اجتماعی و نهادهایی پدید می‌آورد که انتقال هویتی را به عهده دارند. ساختاری که به شبکه‌ای از روابط و مناسبات برمی‌گردد: نخست، مناسبات میان‌پویایی درونی اعتقادورزی که رشد تجربه‌ی هویتی فردی یا جمعی جدید را مقدور می‌سازد. دوم، نقش دخالت‌های بیرونی که از طریق اجتماعی‌شدن، نهادهای دینی، مسجد، خانواده، مدرسه و... به بسط و سازگار کردن اشخاص برای انتقال هویتی اقدام می‌ورزند. سوم، عوامل مربوط به محیط در حال تغییر که این فرآیند بر بستر آن شکل می‌گیرد.

برای اینکه ساختار این هویت‌یابی را تبیین کنیم، باید ابعاد و تنوع مشخص‌کننده‌ی هویت‌یابی‌ای را معین کنیم که ماکول به گزینش اشخاص و نسل‌هاست و به ترکیب‌های گوناگون آن دست یازیم. از بعد هویت تاریخی، باید باور یا کنشی را شناسایی کنیم که در هویت‌یابی و آفرینش آن دخیل بوده است. از بعد کارکردی نیز باید موضوع را بررسی کنیم تا تداوم و بازآفرینی آن را در مرحله‌ی کنونی مشخص کنیم. همچنین، باید از بعد معناشناختی موضوع را ارزیابی کنیم تا ابعاد آفرینش، بازآفرینی یا مسخ آن را شناسایی کنیم و جایگاه تقلید تا بازآفرینی معنوی را دریابیم.^۱

جهانی‌شدن و هویت‌یابی دینی و روش امام خمینی (رحمة الله علیه)

در دنیای امروز، ادیان نیز مانند همه‌ی نهادهای اجتماعی با مشکلات فرهنگی مواجه‌اند. این موضوع هنگامی مهم‌تر جلوه می‌کند که دریابیم انتقال دین به نسل‌های جوان‌تر همان فرآیندی است که دین با آن خود را به‌مثابه‌ی «دین در جریان زمان» شکل می‌دهد. این همان چیزی است که موجب پویایی دین می‌شود و دین را برای انتقال در جریان زمان توانا می‌سازد.

مسئله‌ی انتقال فرهنگ از نسلی به نسل بعد بسیار مهم است و باید دقیق بررسی شود. مراد از انتقال این نیست که فرزند عیناً مانند والدین شود؛ زیرا چنین چیزی باعث خشک‌شدن و بی‌طراوتی فرهنگ می‌شود. افزون‌برآنکه، اگر آرمان انتقال این باشد که فرزندان باید تصاویر کاملی از والدینشان باشند، آشکار است که هیچ جامعه‌ای به این آرمان نایل نمی‌شود؛ چون در عصر جهانی‌شدن تغییر فرهنگی حتی

۱. همان، ص ۳۱-۳۲.

در جوامعی تداوم دارد که تحت حاکمیت سنت قرار دارند.^۱ در گذشته، این انتقال با قاعده‌مند کردن ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارها صورت می‌گرفت؛ ولی اکنون ماهیت این انتقال از اساس دگرگون شده است و هر جامعه‌ای اگر درصدد است انتقال را با بینشی کافی ارائه دهد، ناگزیر است معیارهای جدید هویت‌یابی دینی را بشناسد و خود را با آن‌ها همراه سازد. چنین موقعیتی همه‌ی نهادهای پرورشی (خانه، مدرسه، مسجد و مراکز آموزشی و دینی) را وادار می‌کند تا رسالتشان را بازتعریف کنند.

چنین پدیده‌ای مشخصاً در انقلاب اسلامی اتفاق افتاد و امام خمینی (رحمة‌الله‌علیه) یکی از اصلی‌ترین شخصیت‌هایی بود که چنین بازتعریفی از رسالت دینی را در سال‌های پیش از انقلاب در نسلی درونی کرد. تا پیش از آن، مراجع و مراکز دینی عمدتاً انسان دینی را شخصی می‌دانستند که در ایام خاصی از سال در مراسمی شرکت کند و برخی وقایع دینی - تاریخی را تجدید خاطره کند. اما استاد مطهری (رحمة‌الله‌علیه)، آیت‌الله طالقانی (رحمة‌الله‌علیه)، امام خمینی (رحمة‌الله‌علیه) و... از رهبرانی بودند که شخصیت دینی را کسی دانستند که وقایع دیروز دینی را در مسائل امروز جامعه کشف کند و با بازتعریف آن، الگو و هنجاری جدید معرفی کند. از این‌رو، آن‌ها برخلاف تفکرهای قالب سنتی دینی در دوره‌ی پهلوی، فقط درصدد به‌وجود آوردن تنفر و انزجار از یزید و شمری نبودند که امام حسین (علیه‌السلام) را به شهادت رسانده بودند؛ بلکه آن‌ها در جستجوی یافتن یزیدیان و شمرهای دوره‌ی خود برآمدند و آن را به‌عنوان رسالتی برای مبارزه و رفتار به نسل خود ارائه کردند. در آن دوره، بیشتر متدینان سنتی به آن‌ها انتقاد و حتی طردشان کردند. هنوز نیز برخی از سنت‌پرستان مذهبی بازآفرینی الگوهای جدید دینی آن‌ها را به‌مثابه‌ی بخشی از پیکره‌ی دین قبول ندارند.

توجه به این نکته بسیار ضروری است؛ زیرا بسیاری هنوز بازتعریف دهه‌های گذشته را الگوی نسل امروز معرفی می‌کنند. اگر بر این باوریم که انسان رو به کمال است و هدف از خلقت را در جهان‌بینی دینی همین رسیدن به کمال می‌دانیم، پس این به‌معنای آن است که دنیای امروز به باورها، نگرش‌ها، رفتارها و الگوهای جدیدی نیاز دارد که راه‌حلی برای مشکل امروز باشد. بنابراین، بازتعریف دینی، به‌ویژه برای جوانان، باید عملاً در دستور کار قرار گیرد.

تعاملات جهانی اخلاقیات در ادیان مختلف

اخلاقیات و ادیان از ارزش‌های والای انسانی و معنوی‌ای هستند که ورای نژادها، فرهنگ‌ها و ملیت‌ها رسالتشان را تعریف کرده‌اند، به‌خصوص ادیان بزرگ و توحیدی که رسالت اخلاقی‌شان را فراتر از محدودیت‌های جغرافیایی و قومی پیش برده‌اند. اما امروزه، جهانی‌شدن این ایده را هرچه بیشتر به واقعیت

۱. دانیل، ۱۳۸۰، ص ۲۸۷-۲۸۸.

نزدیک تر ساخته است. جهانی شدن امکان عملی تعامل و تبادل پیام‌های اخلاقی و دینی را برای همه‌ی مردم دنیا فراهم آورده است. در گذشته، درگیری‌های بسیاری در می‌گرفت تا پیام یک دین یا اصول اخلاقی‌اش به گوش مردمی در محدوده‌ی دیگر جغرافیایی برسد؛ اما اینک جهانی شدن ابزاری در راه این هدف ادیان است. بنابراین، عصر جهانی شدن بهترین دوره برای دین جهانی اسلام خواهد بود تا رسالت جهانی‌اش را عملی کند.

تعاملات نسل‌ها، الگوهای تربیتی، جامعه‌پذیری و مشارکت

هر گاه موقعیت محیط یا نوع تعامل افراد تغییر کند، برنامه‌های جدیدی برای تعاملات جدید در اذهان درونی می‌شود و در قالب باورها و رفتارهایی متظاهر می‌شود که درحقیقت پاسخی است به موقعیت تعاملی جدید.^۱ در این موقعیت، با دو گروه باور و رفتار متفاوت روبه‌رو می‌شویم که در مواردی با هم در تضاد هستند:^۲ گروه، نسل یا قشری که به تعاملات گذشته پاسخ می‌گویند و گروه، نسل یا قشری که از تعاملات جدید پیروی می‌کنند.^۳

در جامعه‌ی ما، الگوهای تربیتی، پرورشی و جامعه‌پذیری نسل جدید با مشارکت او تحقق نمی‌یابند، بلکه دستاوردهای نسلی که مسئولیت‌های زندگی را در خانه و جامعه به عهده دارند، به شکل آماده، در اختیار نسل جدید قرار می‌گیرد. اما این امر گاه مشکلاتی می‌آفریند. آنچه در نسل گذشته ملاک و ارزش بوده است، فقط به جهت این پدید آمده است که حاصل تجارب نسل گذشته بوده است. از آنجا که نسل گذشته امکان تجربه‌ای مشابه را به نسل جدید نمی‌دهد، این نسل هیچ تعاملی را تجربه نمی‌کند که به شناخت‌ها، رفتارها، معیارها و گزینش‌هایی با ملاک‌های نسل گذشته منتهی شود.^۴ به‌همین دلیل، نسل گذشته همواره نسل جدید را محکوم می‌کند که بینش‌ها و انتخاب‌هایش رویایی و غیرواقعی است. اما علت چنین دستاوردی چیست؟ آیا عاملش چیزی جز الگوهای سنتی تربیتی و جامعه‌پذیری در جامعه‌ی ماست که باعث شده است به نسل جدید اجازه نشود خودش تجربه و تعامل کند؟ از این‌رو، تا نسل گذشته به نسل جدید اجازه ندهد خودش تجربه کند، هرگز نسل جدید نمی‌تواند به همان ملاک‌ها، بینش‌ها و رفتارها دست یابد.

۱. همان، ص ۱۲ و ۴۰-۴۱.

۲. احمدی، در نوبت چاپ، ۳۲۷-۳۳۸.

۳. احمدی، ۱۳۸۳.

۴. احمدی، ۸۲-۱۳۸۱، ص ۷۵-۷۷ و ۸۱.

علل برخی از آسیب‌های اجتماعی عدم مشارکت

نسل جدید که از ابتدا در نهاد خانواده و سپس در نهادهای پرورشی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی فقط ناظر نسل گذشته بوده و در هیچ یک از آنها مشارکتی نداشته است، باید زمانی کارها و مسئولیت‌ها را از نسل گذشته تحویل بگیرد، درحالی که اصلاً آمادگی آن را ندارد. بنابراین، باید تعامل میان نسل‌ها قوی‌تر و عمیق‌تر گردد و راهی پیگیری شود که انقلاب ایران در پی آن بود. نسل جوان باید در امور مهم مداخله و تصمیم‌گیری کند؛ همان‌گونه که در انقلاب ۵۷ نیز این امر رخ داد.

نسل جدید ارزش و معنای چیزهایی را درک نمی‌کند که نسل پیشین با زحمت و تاوان بسیار به چنگ آورد؛ زیرا در کارها و تصمیم‌ها به مشارکت دعوت نشده است. در نتیجه، نه تنها به همه‌ی چیزهایی که نسل گذشته به‌سختی به‌دست آورده بی‌تفاوت و ناآگاه است - از این رو پرتوقع و طلبکار نیز می‌شود -، بلکه معیارها و ملاک‌های او از واقعیت دور است که می‌خواهد همه چیز را یک‌دفعه اصلاح کند. در نتیجه، او در اولین مواجهه با دنیای واقعی، به دلیل مشارکت نداشتن، امکان موفقیت نخواهد داشت.^۱

نقش بسیج در جامعه‌ی ایران

بسیج سرمایه‌ی انقلاب است و میلیون‌ها عضو دارد؛ در نتیجه باید نقشی اساسی‌تر در فرهنگ‌سازی جامعه ایفا و گنج گذشتگان را حفظ کند. بسیجی وظیفه‌ای به‌مراتب دشوارتر از جنگیدن دارد که همان پاسداری و سازندگی است. در حین عمل است که بسیجیان مصادیق واقعی دستورهای دینی را به‌درستی درک می‌کنند و در می‌یابند که عمل کردن براساس اخلاقیات دینی چقدر دشوار است. بسیاری از کشورها آرزوی دارند که چنین سرمایه‌های آماده‌به‌خدمتی داشته باشند تا بتوانند از آنها در راه سازندگی جامعه‌شان بهره‌برند. بسیج می‌تواند برای مددکاری و امدادسانی بسیار مفید و راهگشا باشد. اگر خواهان انقلابی در عرصه‌های دینی، اجتماعی و فرهنگی هستیم، این ظرفیت موجود سازمان‌یافته است و فقط باید آن را جهت‌دهی و برنامه‌ریزی کرد. بسیج در موقعیت‌های بحرانی و حوادث غیرمترقبه نیز می‌تواند بسیار مؤثر باشد؛ به شرط اینکه برای رویارویی با آنها آموزش دیده و آماده باشد. چنان‌که در زلزله‌ی بم دیدیم، نخستین یاری‌رسانان برخی از طلبه‌ها و گروه‌های مذهبی بودند. هنگام زلزله، نیروهای امدادسان محلی یا خود آسیب دیده‌اند یا بیشتر به فکر نجات خانواده‌ی خود هستند؛ در نتیجه نیروهای بسیجی‌ای که به سرعت وارد منطقه‌ی بحران‌زده می‌شوند، می‌توانند بسیار مشکل‌گشا باشند.

۱. همان، ص ۸۲-۸۳

در بیان اهمیت نفس انسان دوستی در دین اسلام این سفارش پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله) کافی است که: «اگر کسی فریاد کمک خواهی مسلمانی را بشنود و بی تفاوت بماند، مسلمان نیست».^۱ ما باید کمک به هم‌نوع را از طریق کتب دبستانی و دروس دانشگاهی به افراد آموزش دهیم. البته این کافی نیست و باید دانش آموزان و دانشجویان را به مکان‌های محروم و نیازمند ببریم و آنان را از نزدیک با کاستی‌ها و مشکلات مستضعفان آشنا کنیم. کمک به هم‌نوع را باید از کودکی در انسان درونی کرد تا این رفتار در بزرگسالی به کنشی اجتماعی بدل شود. سپس، با برنامه‌ریزی و سازماندهی می‌توانیم بزرگ‌ترین تغییرها را در جامعه ایجاد کنیم.

آموزش از طریق اینترنت و کارگاه‌های رسانه‌ای

مدتی است که مساجد و مراکز دینی کلاس‌های آموزشی مختلفی برای جوانان و متقاضیان برگزار می‌کنند؛ اما امروزه روش‌های جدیدی نیز در سیر تکاملی آموزش پدیدار شده است که بهتر است مراکز دینی و فرهنگی کشورمان نیز با آنها آشنا شوند. یکی از راه‌های جدید آموزش، آموزش از راه دور یا آموزش به کمک اینترنت است. دست‌اندرکاران عرصه‌ی تکنولوژی معتقدند اینترنت توفانی از ابتکارها در حوزه‌ی آموزش برانگیخته است. درحالی که برنامه‌نویسان حرفه‌ای نقش مریبان را بازی می‌کنند، ارتباط و آموزش میلیون‌ها نفر در داخل خانه و از طریق شبکه فراهم شده است.

الیس بویسجولی، مدیر اسکول نت (مدرسه‌ی اینترنتی) کانادا، عقیده دارد: «این یک تحول فرهنگی است؛ تحولی که زمان می‌برد... طرح‌های کنونی درواقع بخشی از یک هدف بزرگ‌تر است؛ ایجاد فرهنگی برای آموزش از گهواره تا گور».^۲

مراکز دینی و فرهنگی حتماً باید به چنین فضایی توجه کنند. آنها به کمک شبکه‌های فعال اینترنتی می‌توانند، بهتر از هر زمان دیگری، پاسخگوی پرسش‌های بی‌پایان دینی، اخلاقی، معنوی و... جوانان باشند. آنها می‌توانند با معرفی پایگاه‌ها و شبکه‌های اینترنتی ملی و جهانی اذهان جوانان بومی را فراسوی محدوده‌ی جغرافیایی‌شان ببرند و از ابتدا به نوجوانان آموزش دهند که چگونه فراتر از دنیای فردی خود بیندیشند.^۳

۱. کافی، ج ۲، ص ۱۶۳.

۲. فین، ۳۷۰، ص ۱۳-۱۴.

۳. باچر و بلتران، ۳۵۷، ص ۱۱-۱۳.

نتیجه گیری

جهانی شدن پدیده‌ای است که با افزایش بی‌سابقه‌ی سرمایه‌گذاری خارجی و سرمایه‌ی بین‌المللی، گسترش حجم تجارت و تنوع معاملات بین‌المللی، انتقال سریع و روبه‌گسترش تکنولوژی و نیروی کار بین‌المللی و گسترش حمل‌ونقل بین‌المللی، ارتباطات، رسانه‌ها و فرآیندهای تبادل اطلاعات در جهان شکل گرفته است. جهانی شدن با امواج مختلفی ظهور یافته است که آخرین آن‌ها به گسترش اطلاعات و شبکه‌ی اینترنت مربوط می‌شود. جهانی شدن در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی نتایجی به بار آورده است که تاکنون در تاریخ سابقه نداشته است. سلسله مراتب اقتدار و لایه‌لایه شدن جامعه اکنون از طریق رسانه‌های جهانی و اینترنت شکسته شده است. انسانی که تاکنون در کشور و پایتخت خود بیگانه بود و نادیده گرفته می‌شد، می‌تواند با کمک شبکه‌های اطلاعاتی وسیع در دورافتاده‌ترین نقاط جهان از اطلاعات همه جای جهان آگاه شود و در بسیاری از مراکز مردمی و مدنی مشارکت کند.

امروزه دنیای اطلاعات و ارتباطات همگان را از طرز اداره جهان آگاه ساخته است و می‌تواند زمینه‌ی همکاری همگان را فراهم آورد. اینترنت باعث شده است شکاف میان کشورهای غنی و فقیر کمتر شود و این روند در دهه‌های جاری نیز تسریع می‌شود. اما جهانی شدن عواقب منفی و تاوان‌هایی نیز دارد که از جمله باید به اضمحلال برخی فرهنگ‌های بومی و گوناگونی‌های آن‌ها و آسیب‌پذیری بیشتر جوامع فقیر و کمتر توسعه‌یافته در مقابل بحران‌های جهانی شدن و نبردهای جدید فرهنگی اشاره کرد. باید توجه داشت، جدای از جهانی شدن، فرهنگ شبکه‌ای زنده و زاینده است و مرگ آن هنگامی رقم می‌خورد که به تقلید مسخ گردد؛ زیرا فرهنگ حاصل آفرینش نیروهای انسانی و اجتماعی است. از این رو، فرهنگ بیش از هر بخش دیگری با جهانی شدن در ارتباط است. هویت‌های فرهنگی، ملی، دینی و اخلاقی، برای نسل فردا، بر بستر جهانی شدن شکل خواهند گرفت. در نتیجه، نباید آن‌ها را چون سنتی ثابت و تغییرناپذیر تقدیس کرد؛ بلکه باید آن‌ها را فرآیندی شکل‌پذیر دانست که نه تنها می‌توانند خود را با وضعیت‌های جدید تطبیق دهند، بلکه اهداف و غایت آن را بازتعریف می‌کنند. این به آن معناست که نهادهای پرورشی در خانه، مدرسه، مسجد، حسینیه و مراکز دینی و فرهنگی باید رسالتشان را بازنگری و بازتعریف کنند تا طرحی نو در اندازند.

منابع فارسی

۱. آریسپه، اوردس. در جستجوی هویت، پیام یونسکو، شماره ۳۱۶.
۲. احمدی علی آبادی، کاوه، جایگاه عرف و باورها و رفتارهای اجتماعی عامه در کسب دانش و شناخت خلاق؛ نمونه‌ی موردی جامعه‌ی ایران، کمیته‌ی پژوهشگران معاونت مطالعات و تحقیقات مرکز بین‌المللی گفتگوی تمدن‌ها، تهران، ۱۳۷۹-۱۳۸۰.
۳. احمدی علی آبادی، کاوه، شناخت شناخت‌ها، انتشارات فرهنگ کاوش، تهران، ۱۳۸۰.
۴. احمدی علی آبادی، کاوه، برنامه‌ریزی بلندمدت بخش اجتماعی و فرهنگی؛ نمونه‌ی موردی جامعه‌ی ایران، دفتر آمایش سرزمین سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، تهران، ۱۳۸۱-۱۳۸۲.
۵. احمدی علی آبادی، کاوه، شکاف نسل‌ها و مشارکت اجتماعی؛ مجموعه مقالات همایش ملی مناسبات نسلی در ایران: ابعاد و عوامل گسست و پیوند نسل‌ها، پژوهشکده‌ی علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ۱۳۸۳.
۶. احمدی علی آبادی، کاوه، تبیین چشم‌انداز توسعه‌ی فرهنگی در ایران، جلد چهارم، فرهنگ و توسعه؛ مجموعه مقالات همایش سیاست‌ها و مدیریت برنامه‌های رشد و توسعه در ایران، مؤسسه‌ی عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، تهران، ۱۳۸۴.
۷. احمدی علی آبادی، کاوه، تبیین جامع از توسعه‌ی جوامع روستایی در ایران، مقالات دومین همایش ملی توسعه‌ی روستایی ایران، دانشگاه تهران و مؤسسه‌ی توسعه‌ی روستایی ایران، تهران، ۱۳۸۶.
۸. احمدی علی آبادی، کاوه، نظریه‌ی جامع تعاملی تناقضی، تهران، (در نوبت چاپ).
۹. باچر، سیلویا و مونیکا بلتران. لطفاً ساکت! کودکان سخن می‌گویند، پیام یونسکو، مجله‌ی یونسکو، مرکز انتشارات کمیسیون ملی یونسکو در ایران، شماره ۳۵۸، تهران.
۱۰. بورن، اد، بعد فرهنگی ارتباطات برای توسعه، ترجمه‌ی مهرسیما فلسفی، مرکز تحقیقات و مطالعات و سنجش صداوسیما، تهران، ۱۳۷۹.
۱۱. بهجت انادی و عادل رفعت. توسعه چیست؟، پیام یونسکو، شماره ۳۱۶.
۱۲. بیتهم، دیوید و بویل، کوین، آزادی، دموکراسی و جامعه‌ی مدنی، ترجمه‌ی دکتر زمانی، تهران، ۱۳۷۷.
۱۳. بیرو، آلن، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه‌ی دکتر باقر ساروخانی، چ ۲، انتشارات کیهان، تهران، ۱۳۷۰.

۱۴. تافلر، الوین، موج سوم، ترجمه‌ی شهیندخت خوارزمی، چ ۱۴، نشر علم، تهران، ۱۳۸۰.
۱۵. تری یاندریس، هری، س، فرهنگ و رفتار اجتماعی، ترجمه‌ی نصرت فتی، انتشارات رسانش، تهران، ۱۳۷۸.
۱۶. دانیل، هروی-لژه، انتقال و شکل‌گیری هویت اجتماعی-دینی در مدرنیته، ترجمه‌ی محمود نجاتی حسینی، نامه‌ی پژوهش، شماره‌های ۲۰ و ۲۱، تهران، ۱۳۸۰.
۱۷. دکوئیار، خاویر پرز، تنوع خلاق ما، پیام یونسکو، مجله‌ی یونسکو، مرکز انتشارات کمیسیون ملی یونسکو در ایران، شماره‌ی ۳۱۶، تهران.
۱۸. زمانی، هادی، ایران: فرصت‌ها و چالش‌های جهانی‌شدن، انتشارات بال، تهران، ۱۳۸۴.
۱۹. ساختار فرهنگی هویت ملی، مطالعات طرح پایه آمایش، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، جلد پنجم، تهران، ۱۳۷۸.
۲۰. ساروخانی، باقر، جامعه‌شناسی ارتباطات، چ ۳، انتشارات اطلاعات، تهران، ۱۳۷۱.
۲۱. ستوده، هدایت اله، درآمدی بر روان‌شناسی اجتماعی، چ ۲، انتشارات آوای نور، تهران، ۱۳۷۴.
۲۲. طرح تدوین برنامه‌ی ایران ۱۴۰۰، گروه فرهنگی، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، تهران، ۱۳۷۵.
۲۳. فین، شون. آن‌ها به اینترنت وصل هستند، اما آیا چیزی هم یاد می‌گیرند؟ پیام یونسکو، مجله‌ی یونسکو، مرکز انتشارات کمیسیون ملی یونسکو در ایران، شماره‌ی ۳۷۰، تهران.
۲۴. لال، جیمز، رسانه‌ها، ارتباطات، فرهنگ، ترجمه‌ی مجید نکودست، مؤسسه‌ی انتشاراتی روزنامه ایران، تهران، ۱۳۷۹.
۲۵. له فور، رنه. شبکه‌های خبری اینترنتی هم‌اورد غول‌های رسانه‌ای، پیام یونسکو، مجله‌ی یونسکو، مرکز انتشارات کمیسیون ملی یونسکو در ایران، شماره‌ی ۳۷۰، تهران.
۲۶. محسنی و همکاران، بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی در تهران، آئینه‌ی پژوهش، مؤسسه‌ی پژوهشی فرهنگ، هنر و ارتباطات، تهران، ۱۳۸۰.

فهرست منابع لاتین

- The Information Superhighway: Roadmap for Renewed)Bollier. D, (۱۹۹۳-
Public Purpose, Tikkun ۸:۴.
)- Calmann-Levy, Paris La Revolution Technetronigu, Breziniski. Z, (۱۹۷۰)-

- Dunn. J, (۱۹۹۲) Democracy: The Unfinished journey, ۵۰۸ BC to AD ۱۹۹۳,
Oxford University Press, Oxford.
- Gilder. G, (۱۹۹۳) Telecosm: The New Rule of Wireless, Forbes ASAP.
- The Structure and Function of Communication in Lasswell. H.D, (۱۹۷۲)-
in W. Schramm (ed) Mass Communication. New York, University Society,
of illinois Press.
- .Guerre et paix dans le Village global,laffont, Paris Macluhan.M, (۱۹۷۰)-
Communications and the Third World,Routledge, -Reeves. G, (۱۹۹۳)
London
- Sreberny-Mohammadi. A, (۱۹۹۱) The Global and the Local in International
Communications and the Third World, Edward Arnold, London.
- Globalization and the Crisis in the International Economy, Seyf. A, (۱۹۹۷)-
in Global Society, Vol.۱۱, no.۳.

منبع: مرکز رسیدگی به امور مساجد