

## پویایی فرهنگی جهانی شدن،

### اسطوره‌های فرهنگی جهانی شدن<sup>۱</sup>

ترجمه: رامین مسعودی<sup>۲</sup>

#### چکیده

دوسناریوی قدرت مند در زمینه گفتمان عمومی پیامدهای فرهنگی جهانی شدن حکم فرماست. یکی از آن‌ها سناریوی بسیار شایع ای است که جهانی شدن را به عنوان یکسان سازی فرهنگی معرفی می‌کند. (به طور مثال تئوری بنیامین باربر<sup>۳</sup> به عنوان مک ورلد در مقابل جهاد<sup>۴</sup>). در این سناریو جوامع ای که به لحاظ فرهنگی در جهان متفاوت اند، توسط کالاها، رسانه (ها)، ایده‌ها و نهادهای جهانی مورد تاخت و تاز قرار می‌گیرند.

#### واژه‌های کلیدی

پویایی فرهنگی، اسطوره‌های فرهنگی

<sup>۱</sup> این متن توسط محقق آلمانی "جوآنابرایدن بک" نوشته شده و متن اصلی در سایت زیر موجود است

<http://www.inst.aft.studies/colab.html>

<sup>۲</sup> کارشناس ارشد مدیریت امور فرهنگی

<sup>۳</sup> Benjamin Barber

<sup>۴</sup> Mc world vs Jihad این تئوری بر این اعتقاد است که باورهای سنتی

## مقدمه

دوسناریوی قدرت مند در زمینه گفتمان عمومی پیامدهای فرهنگی جهانی شدن حکم فرماست. یکی از آن‌ها سناریوی بسیارشایع ای است که جهانی شدن را به عنوان یکسان سازی فرهنگی معرفی می‌کند. (به طور مثال تئوری بنیامین باربر<sup>1</sup> به عنوان مک ورلد در مقابل جهاد<sup>2</sup>). در این سناریو جوامع ای که به لحاظ فرهنگی در جهان متفاوت اند، توسط کالاها، رسانه (ها)، ایده‌ها و نهادهای جهانی مورد تاخت و تاز قرار می‌گیرند. در جهانی که مردمان آن از وین [در اروپا] تا سیدنی [در اقیانوسیه] غذای بیگ مگ<sup>3</sup> و لباس با مارک بنتون<sup>4</sup> می‌پوشند و شبکه‌های ام. تی. وی<sup>5</sup> و سی. ان. ان<sup>6</sup> تماشا می‌کنند و درباره‌ی حقوق بشر صحبت می‌کنند و نیز با کامپیوترهای آی. بی. ام<sup>7</sup> خود کار می‌کنند، ویژگیهای فرهنگی در معرض خطرند. همان طور که این محصولات و عقاید تقریباً "همگی ریشه‌ی غربی دارند، جهانی شدن نیز به عنوان پوششی از غربی شدن تلقی می‌شود. سناریوی دیگر فروپاشی فرهنگی و تعارض درون فرهنگی میباشد (در نظریه‌ی برخورد تمدن‌های هانتینگتون<sup>8</sup> مفروض شده است که مصداق تحقق آن نیز نسل کشی در یوگسلاوی سابق بود)

اما آیا واقعا "ما می‌توانیم فرآیندهای جهانی شدن فرهنگی (به عبارت دیگر فرآیند درون-ارتباطی در گستره‌ی جهانی) را با دانستن این دو تئوری کلیشه‌ای تقلیل دهیم؟ پس در این صورت معنی تمایل افراد بومی به کالاها و ایده‌های منتشر شده در سطح

<sup>1</sup> Benjamin Barber

<sup>2</sup> Mc world vs Jihad این تئوری بر این اعتقاد است که باورهای سنتی و محلی (جهاد) در مقابل نشانه‌ها و عوامل جهانی شدن (مک ورلد) ایستادگی می‌کنند. اگرچه جهاد یک لغت بابارمعنایی بسیار مهم در فرهنگ خاص اسلامی است، اما باربر آن را به تمامی فرآیندها، ابزارها و رفتارهای مقابل کننده در برابر جهانی شدن به کار برده است که این خود جای بحث بسیار دارد (توضیح مترجم)

<sup>3</sup> Big Mag غذاهای آماده تولید شده توسط کمپانی به همین نام

<sup>4</sup> Benetton

جهانی چیست؟ مثلاً " چرا مردم [در سراسر دنیا] نوشابه‌ی کوکاکولا می‌نوشند؟ یا وقتی سریال‌های بی محتوا و کسل کننده‌ی تلویزیونی<sup>1</sup> را تماشا می‌کنند، احساس مشابهی دارند؟ آیا واقعا" افراد شیوه‌ی زندگی قرن گذشته‌ی خویش را با سمبل‌های دنیای امروزی از قبیل بیل گیتس<sup>2</sup>ها و... عوض می‌کنند؟ و چگونه سناریوی یکسان سازی با رقیبش، فروپاشی فرهنگی قریب الوقوع کناره‌ی آید؟

به منظور دریافت تصویری روشن از تغییرات فرهنگی جهانی معاصر، ناگزیر ما کارکردهای فرهنگی را در سطح جهانی مورد بررسی قرار می‌دهیم. شاخص‌های قابل اندازه گیری واقعیت‌های موجود عمدتاً " شامل نرخ مرگ و میر، ازدواج‌های درون فرهنگی، و سهام بازار مستلزم درک وسیع تر در ابعاد اجتماعی شان هستند. آن‌ها باید با نگرش‌های خاص جهانی، ارتباطات جنسیتی، و مفهوم محلی درباره‌ی مرگ و ثروت ارتباط پیدا کنند.

### رویکرد فرهنگ شناسانه درباره‌ی جهانی شدن

اما چگونه کسی این درون \_ سوژه‌های زندگی را مورد بررسی قرار می‌دهد؟ بسیاری از نوشتارهای مرتبط با ابعاد فرهنگی جهانی شدن، تجربیات حاصله از دنیای غرب و گسترش آن‌ها به دیگر نقاط جهان می‌باشد. چیزی که ما به جای آن نیاز داریم چشم اندازه‌های تمرکز زدا و "توصیف عمیق" (به تعبیر گیرتز)<sup>3</sup> فرهنگ شناسانه از جوامع محلی در سراسر دنیا است و همچنین ترکیب این ویژگی‌ها با داده‌های کمی حاصله از دیدگاه‌های اقتصاد دیون، سیاسیون و دیگران به طور گسترده می‌باشد. مطلبی را که اغلب افراد می‌گویند با رفتاری که در واقع انجام می‌دهند یا مدنظرشان است بسیار متفاوت می‌باشد.

مطالعات فرهنگ شناسانه، جزئیات تحقیقات تجربی کسب شده را با پرسش‌های سیاسی و فلسفی مهم تر درمی آمیزد. یک مردم شناس می‌کوشد تا برای یک دوره‌ی

نسبتاً" طولانی بین 12 تا 18 ماه در یک زمینه خاص پژوهش کند تا رویکردی از افراد مورد بررسی خود را به دست آورد و یافته هایش را به مخاطبین بیشتری تعمیم دهد. نتیجه‌ی فرهنگ‌شناسی، یک تفسیر و تغییرمیان رویکرد درون فرهنگی و برون فرهنگی است (بعد دیگر مواجهه‌ی آن مردم‌شناس با مخاطبانش است) فرهنگ‌شناس سعی می‌کند به نسبت یک چشم انداز جامع تری را برای متداول کردن دیگر امور حاکم در جامعه ارائه کند. (به عبارت دیگر، به منظو چیرگی تفکیک ظاهری گروه‌های تجزیه تحلیلی مانند سیاست، فرهنگ و اقتصاد) محور اصلی مسائل قانونی، دیدگاه‌های جهانی، ساختار مناسک عبادی و اجتماعی پدیده‌های محرزی هستند که در موضوعات اجتماعی و وجوه مختلف زندگی انسان حضور دارند.

لذا برای درک بهتر از ابعاد فرهنگی جهانی شدن برخی از یافته‌های حاصل از مشاهدات مردم‌شناسانه در چهارفرضیه ذیل معرفی می‌شوند:

1) افراد مختلف کالاها، ایده‌ها و نهاد‌های جهانی شده را به شیوه‌های کاملاً "گونگون" تفسیر می‌کنند و نیز به منظور استفاده از آنها، این عوامل را از طرق مختلف به درون زندگی شان پیوند می‌دهند.

جوامع با رویکرد منفعلانه اجازه‌ی ورود تأثیرات جهانی و خارجی را [به درون کشور] نمی‌دهند. در عوض تحقیقات مردم‌شناسانه امتزاج توانایی جوامع با مواردی که به نظر باعث تهدیدشان می‌شود را بیان می‌کند. استراتژی‌های متنوعی در برابر اقدامات تأثیرات خارجی [بر جوامع] تعیین شده‌اند. برجسته‌ترین آنها راهبردهای "مقاومت" و "تناسب‌سازی" هستند.

باتوجه به [استراتژی] مقاومت: حکومت ایران به شهروندانش اجازه‌ی استفاده از ماهواره را نمی‌دهد. فرانسه نیز سعی می‌کند تا زبان فرانسوی را از انگلیسی شدن محافظت کند. به همین منظور واژگان جدیدی برای کلمات "فست فود" و "اینترنت" 1

اجتماعی یا بخش‌های خاصی از جامعه می‌بینند (دامنه‌ی این مقاومت از اعتراض علیه انتخاب دخترشایسته در بنگالور<sup>۱</sup> هندوستان گرفته تا جنگ چریکی زاپاتیست‌ها<sup>۲</sup> در ایالت چاپاس<sup>۳</sup> مکزیک).

اما بیشتر از رویکرد "مقاومت"، اغلب افراد تأثیرات غیربومی را با زندگی شان عجین و "متناسب" می‌سازند. مارشال سالینز<sup>۴</sup> به عنوان یک مردم‌شناس نوشته است که افراد اغلب کالاها و عقاید خارجی را برای بیشتر شبیه شدن [به مردمانی که این کالاها از آن کشورها وارد می‌شوند] استفاده می‌کنند. امروزه ما در ادبیات مردم‌شناسانه‌ی کنونی یک دامنه‌ی گسترده از مطالعات موردی (موردکاوی) را می‌بینیم که فرآیند "تناسب سازی" را به وضوح نشان می‌دهد. مثلاً "کمپانی مک دونالد<sup>۵</sup> که به طور حتم یک سازمان جهانی شده‌ی گسترده، در عین حال محبوب و مورد توجه در بیش از ۱۰۰ کشور می‌باشد و روزانه به ۳۰ میلیون مشتری سرویس ارائه می‌دهد. جرج ریتزر<sup>۶</sup> جامعه‌شناس حتی یک تئوری همگون سازی پس از ظهور این غول فست فود (مک دونالد) را به عنوان "مک دونالدیزاسیون"<sup>۷</sup> در جهان نامید. اما وقتی شما به مطالعات فرهنگ‌شناسانه‌ی مک دونالد در شرق آسیا یا روسیه نگاه می‌کنید (۱)، سناریوی یکسان سازی جهان اعتبارش را از دست می‌دهد. بله! برخی از ابعاد عقلانی، سریع و استاندارد شده‌ی نظام مک دونالد در بسیاری از جوامع پذیرفته شده

---

<sup>۱</sup> Bangalore مرکز استان کارناکاتا در هندوستان با ۷۴۱۰۰۰ کیلومتر وسعت و ۶۲۰۰۰۰۰ نفر جمعیت در سال ۲۰۰۷ میلادی این شهر مرکز فناوری اطلاعات هند است (توضیح مترجم)

<sup>۲</sup> Zapatistas ارتش آزادی بخش جنوب به نام گروه زاپاتا در سال ۱۹۱۰ میلادی توسط امیلینو زاپاتا در ایالت مورلوس در مکزیک به وجود آمد که در انقلاب مکزیک نیز شرکت داشتند. امروزه این گروه چریکی یکی از مخالفان سرسخت حکومت مکزیک بوده که دست به عملیات نظامی گسترده نیز زده اند (توضیح مترجم).

<sup>۳</sup> Chiapas یکی از ۲۲ ایالت مکزیک در جنوبی‌ترین قسمت کشور با بیش از ۷۳۰۰۰ کیلومتر وسعت و در حدود ۴.۳ میلیون نفر جمعیت در سال ۲۰۰۵ میلادی (توضیح مترجم)

وزنجیره‌ی آن تاثیر کمی گذاشته است. اگرچه تغییرات اثرگذاری در الگوهای غذایی را داشته است. اما نتایج حاصل از تحقیقات در این زمینه نشان می‌دهد که مک دونالد، خود توسط مشتریان گوناگونش به طور چشم گیر دچار تغییر شده است. رستوران داران بزرگ در پکن توانستند از معضل جلب مشتری توسط مک دونالد به صورت زیرکانه [به شکل زیر] فرار کنند؛ ضیافت‌های پرزرق و برق در رستوران‌های چینی بسیار پرطرفدار است. مردم تلاش می‌کنند با سفارش گران‌ترین غذاها و نوشیدنی‌ها از یکدیگر سبقت بگیرند. برای میزبان در این گونه ضیافت‌ها همیشه این نگرانی وجود دارد که مبدا مشتری‌ها در میز مجاور از غذاهای بهتری لذت ببرند و لذا این میزبان شرمنده‌ی میهمانانش شود. چنین رقابتی در رستوران‌های مک دونالد که لیست غذاهای آن محدود و استاندارد شده است، وجود ندارد. برای افرادی که به لحاظ مالی استطاعت کمی دارند رستوران‌های مک دونالد می‌توانند بهترین گزینه‌ی میزبانی باشند.

اغلب موفقیت یک کالای جهانی دلایل غیرمنتظره‌ای دارد [مثلاً]<sup>1</sup> دلیلی که افراد بسیار زیادی رستوران‌های مک دونالد را برای صرف غذا انتخاب می‌کنند می‌تواند وجود سرویس‌های بهداشتی تمیز و منحصر به فرد آن باشد. امری که باعث شده سطح استاندارد بهداشت عمومی در رستوران‌های شرق آسیا نیز بالا رود.

اگرچه رستوران‌های زنجیره‌ای فست فود غربی باعث بی‌کاری تعداد زیادی از فروشندگان تنقلات سنتی شده‌اند اما در عوض به جای امریکایی سازی<sup>1</sup> ذائقه باعث رونق اقتصادی فست فودهای محلی شده‌اند. در پکن یک شرکت فست فود زنجیره‌ای دایر شده که بیش از 1000 شعبه دارد و در آن غذاهای چینی مانند اردک سرخ شده و کوفته سرو می‌شود. در مسکو نیز کمپانی "روسکوژ بریستروس"<sup>2</sup> نوعی پیراشکی

<sup>1</sup> Americanization

<sup>2</sup> Ruskoje Bristros سابقاً "یک شرکت ساختمان سازی بوده که ۹۹٪ سهام آن

سنتی را به عنوان تنقلات بیرون بر<sup>1</sup> می‌فروشد و دامنه‌ی مشتریان از مدل الگو برداری شده ورقیب کنونی یعنی مک دونالد بیشتر است. متناسب سازی کالاها و ایده‌های جهانی به درون جوامع مختلف می‌تواند در سپهرهای گوناگون از مفاهیم غربی مانند توسعه پایدار و حقوق بشر تا سطح تکنولوژی رسانه‌ها و محتویات رسانه ای به وضوح آشکار شود.<sup>2</sup> نکته‌ی یکسان در مورد همه‌ی مصادیق گفته شده این است که اهداف تولیدکنندگان (کالا یا ایده) توسط افرادی که از آن‌ها استفاده می‌کنند، تغییر یافته است. این بدان معنا نیست که کالاهای وارداتی به شیوه‌های بسیار عمیق افراد را تحت تاثیر قرار نمی‌دهند بلکه به این مفهوم است که ما نمیتوانیم راجع به چگونگی این اثر گذاری نظر قطعی بدهیم.

## 2) جهانی شدن منجر به یک تنوع فرهنگی جدید می‌شود

در نتیجه‌ی افزایش ارتباطات فرهنگی یک سری کارکردهای سنتی و شیوه‌های زندگی و دیدگاه‌های سنتی به جهان از بین می‌روند. [مثلاً] تخمین زده می‌شود که فقط 10% از 6500 زبان محاوره ای امروزی باقی خواهند ماند. همزمان با آن، جهان گرایی منجر به ظهور آشکال فرهنگی جدید می‌شود، فرآیندی که توسط برخی از نویسندگان به عنوان "متن شدن حواشی" نام برده می‌شود. به دیگر سخن هر جایی که سنت‌های فرهنگی بایکدیگر ادغام شوند، کارکردهای نوین و دیدگاه‌های جهانی به وجود می‌آیند. یک مردم شناس سوئدی به نام یولف هانرز<sup>3</sup> واژه‌ی "خلق سازی"<sup>4</sup> را به کار می‌برد (2) که تلویحا" به معنی نوعی نوآوری

<sup>1</sup> Take away snack

<sup>2</sup> حتما" نویسنده ی متن اصلی نمی دانسته که اولین مطلب در مورد حقوق بشر مربوط به منشور کوروش کبیر، پادشاه ایران باستان

وپرمایگی در ایجاد "تابودی سنن فرهنگی" است. این واژه به اصطلاحات فرهنگی ای اشاره می‌کند که ریشه‌ی تاریخی ندارند اما در نتیجه‌ی تعاملات ارتباطی در سطح جهانی به وجود آمده‌اند.

افراد زیادی از نویسندگان مختلف گرفته تا تایگر وودز<sup>1</sup> ستاره‌ی درخشان ورزش گلف تمایل دارند تا بیوگرافی چندفرهنگی خود را بیان کنند. مثلاً "تایگر وودز خود را "کابلیناسیان"<sup>2</sup> می‌نامد. به این منظور که می‌خواهد اصل و نسب خویش را از فرهنگ سیاه پوستان، هندوها و آسیایی‌ها معرفی کند. نویسندگان اولین کسانی بودند که با بیوگرافی چندفرهنگی این تغییرات به اصطلاح "خلق‌سازی" را بیان کردند. نویسندگانی چون حنیف قریشی<sup>3</sup>، کری هالم<sup>4</sup> یا امین سوگی اُسدامر<sup>5</sup> از ترکیبات زبانی مختلف استفاده می‌کنند و در آثارشان تنوع و غنای تاثیرات فرهنگی شان را همچون تعارضاتی که بخشی از فرآیند "خلق‌سازی" را شکل می‌دهند، بیان می‌کنند. از سوی دیگر در پس چنین مباحثی، از نسلی که توسط کارگران مهاجر دهی 60 تا 70 میلادی به آلمان مهاجرت کرده‌اند<sup>6</sup> جوامع جدیدی مانند آمریکای لاتینی‌ها یا آفریقایی-آلمانی‌ها در آلمان پدیدار شده‌اند. تخمین زده می‌شود که حدود 400/000 آلمانی با نژاد سیاه و سفید که خودشان را با هویت آفریقایی-آلمانی می‌شناسند، وجود دارد. آمریکای لاتین تبارها در اموری همچون ازدواج، کار، وادغام شدن با آلمانی‌ها امتناع می‌ورزند.

آلمانی‌ها نیز به نسبت شیوه‌ی زندگی شان را تغییر می‌دهند. آن‌ها آداب و رسوم و زبان اسپانیولی را می‌آموزند. اجتماعات لاتینی از نظر سیاسی بی‌تاثیر یا دست کم

<sup>1</sup> Tiger Woods

<sup>2</sup> Cablinasian

<sup>3</sup> Hanif Kureishi نویسنده و نمایش‌نامه‌نویس پاکستانی-انگلیسی که موضوعات آثارش بیشتر درباره‌ی نژاد، ملی‌گرایی، مهاجرت و جنسیت است. وی بزرگترین مشکل خود را اختلاف فرهنگی میان افراد می





که فرهنگ‌های مختلف برای تمایز با یکدیگر به مسیر خود ادامه می‌دهند، همگی در عین حال مسیر یکسان متنوع بودن را طی می‌کنند. بیشتر گروه بندی و استانداردهای دگرگون شده‌ی امروز بیشتر از دنیای غرب نشأت می‌گیرند، اما در همه جای دنیا اشاعه می‌یابند. زیرا مردم در اقصی نقاط دنیا آنها را به خود اختصاص دهند. همچنین مردم از آنها برای بیان خود و پیشبرد اهداف شان استفاده می‌کنند. در این فرآیند نیز ساختارهای هژمونیک، خود مورد دگرگونی قرار می‌گیرند. ایده‌ها، ادبیات و پیشینه‌های تاریخی معتبر (شامل موارد متنوع به عنوان نهادگرایی حقوق بشر یا انحرافات رژیم آپارتاید در آفریقای جنوبی) وجود دارند که نشان می‌دهند افزایش توزیع عددی افراد در اکثر نقاط جهان عمدتاً "توسط رسانه‌ها انجام می‌شود و میلیون‌ها انسانی که در این تصاویر و فیلم‌ها ایفای نقش می‌کنند شیوه‌های زندگی خود را در آئینه‌ی زندگی دیگران منعکس می‌کنند.

در نتیجه این امر منجر به توسعه‌ی سطح آگاهی همگانی می‌شود و ظرفیت ایجاد زمینه‌های مشترک و نوعی ظرافت عجیب و غریب برای عده‌ی کثیری از مردمان جهان را نیز دارد. نکته حائز اهمیت آن است که فرهنگ جهانی در خلاء جریان ندارد بلکه بیشتر ساختارها و استانداردهای دگرگون شده‌ی امروزی از غرب ناشی می‌شوند و لذا دنیای غرب تلاشی مداوم به منظور اطمینان از حیات آن‌ها (منظور ساختارها و استانداردهای نوین) را میسر می‌سازد. از سوی دیگر<sup>1</sup>، نه تنها دیگر کشورها این سلطه را به چالش می‌کشند (مانند سیاست مداران و روشنفکران جنوب غربی آسیا) بلکه<sup>2</sup>، اشاعه‌ی ایده‌ها و نهادهای غربی به عنوان یک حقیقت، پس از اخذ و بومی شدن، نتایجی را به بار می‌آورند که دیگر غربی نیستند بلکه به نوعی منطقه‌ای و محلی شده‌اند<sup>3</sup>. تسریع گفتگو میان تمایزات و تشابهات فرهنگی در جوامع غربی باعث می‌شود که آن‌ها خودشان توسط فرآیند کثرت‌گرایی<sup>1</sup> دچار تغییر و تحول و در نهایت چند

فرهنگه<sup>1</sup> شوند. این فرضیه درست برعکس آن تصویری است که اعتقاد دارد ساختارهای فرهنگ جهانی پس از یک گفتمان پایدار تغییر نخواهند کرد.

#### 4) فرهنگ یکی از برجسته‌ترین مفاهیم جهانی است و به شیوه‌های بسیار متنوع بومی می‌گردد

از سال 1970 میلادی تا 1980 تعداد سرخ پوستان آمریکای شمالی از 700/000 نفر به 1/400/000 نفر افزایش یافته است. این پدیده به خاطر انفجار جمعیت نیست؛ بلکه رشد بسیار سریع تعداد آمریکای شمالی‌هایی را نشان می‌دهد که اصل و نسب شان و هم‌چنین ریشه‌های فرهنگی شان را به سرخ پوستان نسبت می‌دهند. در 20 سال گذشته فرهنگ فرهنگ‌ها (به تعبیر مارشال سالینز)<sup>2</sup> ظاهر شده است که یک چهارچوب سیستمی و منبع مهمی برای جوامع مختلف در گستره‌ی جهانی را ارائه می‌دهد. مردمان بومی، اقلیت‌های قومی و نژادی، خارجی‌ها با هویت‌های دگرگون شده مانند سیاه پوستان و هم‌چنین گروه‌های مختلف مانند صنف تاجران همگی یک مفهوم خاص را در میان خودشان به عنوان "فرهنگ" می‌نامند. اگرچه اساساً برخی از این گروه‌های بومی مثل سرخ پوستان [قبیله‌ی] هوپی<sup>3</sup> و کاپایو<sup>4</sup> این واژه (فرهنگ) را در زبان مادری شان نداشتند و به ناچار آن را از زبان‌های استعماری وام گرفتند.

مفهوم فرهنگ سابقاً توسط گروه‌هایی به کار می‌رفت که برای هویت، حمایت‌های مالی و حقوق سیاسی و اقتصادی خویش مبارزه می‌کردند، پس از کسب موفقیت در موارد اشاره شده‌ی فوق، بسیاری از فعالان عرصه‌ی فرهنگ صلاح دیدند که در خواست‌های شان را در سطح جهانی ابراز کنند. آن‌ها خواستار حمایت از سازمان‌های فرهنگی روز افزون را کردند تا تلاش‌های شان را وقف پاسداری از حقوق

فرهنگی کنند. سازمان‌های مردم نهاد<sup>1</sup> مانند عفو بین الملل یا شورای جهانی افراد بومی که به عنوان سایت‌های اطلاعاتی عمل می‌کنند و فشارهای فراوانی را بر گروه‌های مخالف دولت‌ها و انجمن‌های ملی اعمال می‌کنند. اقلیت‌های بومی یا ملی به منظور مطرح شدن در سطح جهانی و نیز به رسمیت شناخته شدنشان و همچنین حق و حقوقی که برای کسب آن نزاع می‌کنند، باید خود را با نظام جهانی سازگار کنند. این امر مستلزم آن است که ویژگی‌های فرهنگی به صورت استاندارد شده ارائه شوند. استانداردهایی که در قالب گروه بندی‌هایی که ما پیش تر به عنوان "ساختارهای تفاوت مشترک" معرفی کردیم (شامل زبان، شیوه‌ی زندگی، نگرش به جهان یا مناسک عبادی) مطرح شوند. [فی المثل] سرخ پوستان برزیلی فقط توسط این گروه بندی‌های استاندارد شده قادرند با گروه "پنان"<sup>2</sup> در "پرونو"<sup>3</sup> همراه باشند یا کارگران آلمانی با "پنان" علیه تجارت بین الملل چوب والوار همگام شوند.

محدوده‌ی استفاده‌ی مفهوم فرهنگ بسته به زمان و محتوای هویت‌های فرهنگی غنی یا ضعیف گسترده است. در آلمان، ما (منظور نویسنده) با اوریان<sup>4</sup> هستیم، در فرانسه ما را ژرمن<sup>5</sup> می‌نامند و در افریقای جنوبی ما را فقط به عنوان "افراد از آنسوی آب ها" می‌شناسند. هنگام فرارسیدن کریسمس، ژرمن‌ها حس عمیق ژرمنی را با برگزاری سنت‌های خاص ژرمنی بروز می‌دهند. سازگاری فقط با مفاهیم متنوع فرهنگی به شیوه‌های انعطاف پذیر و به صورت ماهرانه به کار گرفته می‌شود. با بیان تفاوت‌های فرهنگی به عنوان ویژگی‌های بنیادین، یک تعداد گروه‌های قومی و فرهنگ‌های ملی به شکل ماهرانه ایده‌ی فرهنگ را ابزاری برای قانونی ساختن استعمارگری و نژاد پرستی درآورده اند که البته اخیراً "مطالعاتی درباره‌ی انحرافات گوناگون مفهوم فرهنگ

<sup>1</sup> NGOs

<sup>2</sup> Panan

<sup>3</sup> Broneo سومین جزیره ی بزرگ دنیا واقع در جنوب شرقی آسیا

آغاز شده است. به هر حال دونکته‌ی اساسی می‌تواند شاهدهی بر مطالعه‌ی فرهنگ‌های مختلف باشد:

1. تعارضات قومی و نژادی و یا ملی، تعارضاتی هستند که اغلب سیاسی اند و شامل مسائلی چون مشروعیت مصلحت قانونی می‌شوند و نیز سابقاً<sup>1</sup> به منظور کسب یا ماندن در قدرت بوده است.

2. فرضیه همبسته شدن جهانی و فروپاشی قومی و نژادی هنوز نیازمند شواهد تجربی بسیاری است که توسط آن‌ها تایید شود.

به هر حال بیشتر گروه‌های قومی از دالیو<sup>1</sup> در هندوستان تا ناتپو<sup>2</sup> در هاوایی\_مفهوم فرهنگ را به شکل ابزاری در آورده اند که نه فقط برای گسترش آن بلکه برای شناسایی و حمایت حقوق مربوط به آن استفاده می‌کنند.

### نتیجه‌گیری: دیالکتیک‌های جهانی شدن

برخی از پویایی‌های جهانی شدن فرهنگ همان طور که آن را از ثبت دیدگاه فرهنگ شناسانه شان پدیدار می‌شوند، خلاصه می‌کنیم:

جهانی شدن فرهنگ یک فرآیند دیالکتیک گسترده است که در آن جهانی شدن با محلی شدن، همگرایی فرهنگی با فروپاشی فرهنگی، تمرکزگرایی با تمرکز زدایی، تعارض با خلق سازی اگرچه در حال حاضر دارای تضاد نیستند اما دو روی مختلف و غیر قابل تفکیک یک سکه‌اند.

تغییر فرهنگی نه تنها داستان انقراض و ویرانی نیست بلکه کسب و افزایش خلاقیت هم هست. لذا در واقع یک ارتباط درونی در حال افزایش است که نشان می‌دهد اگرچه اشکال قدیمی تنوع قطعاً<sup>3</sup> از بین می‌رود اما هم زمان با آن نوعی تنوع فرهنگی جدید پا به عرصه وجود می‌نهد.

مفاهیم و ساختارهای موثق دوران مدرن در گستره‌ی جهانی در حال انتشار هستند هر کشوری سرودملی، نظام آموزشی و بوروکراسی خاص خود را دارد. مردم در هر جایی در بولیوی، سوئیس یا چین<sup>1</sup> درباره‌ی مقوله‌ی حقوق بشر بحث می‌کنند. مقارن آن، تفاوت‌های فرهنگی لبه‌ی تیزتری را به خود می‌پذیرند که به عنوان کارکردهای مختلف و دیدگاه‌های جهانی باهم مقایسه می‌شوند. با یکدیگر رقابت می‌کنند. این امر در گرو فهم این فرآیند است که سیاست‌های هویتی (همانطور که در فرضیه 4 تشریح شد) اهمیت می‌یابند.

دیدگاه‌های مختلف جهانی و شیوه‌های زندگی در تماس با یکدیگر هستند و می‌توانند منجر به نوعی تشدید در موارد کلیشه ای و تعارضات شوند. وقتی این شیوه‌های زندگی و چشم اندازهای مختلف ترکیب می‌شوند منجر به خلق سازی ایده‌ها، کالاها و نهادها می‌شوند. [مثلاً] صاحبان مدارس در آلمان مجبوراند با تولیدکنندگان پوشاک ترکیه ای ارتباط کاری داشته باشند و به نوعی تعارض درون-فرهنگی خود را با آن‌ها حل کنند. یا موسیقی پاپ جوانان آلمانی ترک تبار (که ترکیبی از سنن موسیقی عربی و غربی است) به شدت هم در بین نوجوانان برلین وهم در استانبول پرتعداد شده است.

جهانی شدن برای اجتماعات جدید که اغلب مرزهای ملی و مذهبی را از بین می‌برد باعث ایجاد یک گستره‌ی عمومی جدید در حال تغییر است (هندوئیسم جهانی، جوامع لاتینی، فرهنگ جهانی تاجران یا هنرمندان از این قبیل هستند) (4) در همان زمانی که اجتماعات ملی به طور فزاینده با کثرت گرایی یا فروپاشی مواجهه می‌شوند، افراد کمتری نیز در مجاورت آن‌ها از همان خلاقیت فرهنگی سهم می‌برند و برای همان ارزش‌ها، زبان‌ها، گفتگو و مبارزه می‌پردازند. جهانی شدن و محلی شدن از چشم اندازهای یک فرآیند هستند. محل گرایی به طور عمده یک دگرگونی و در عین حال بخشی از جهانی گرایی است. تفاوت‌های فرهنگی به طور نمونه فرهنگ

کشورهای سنگاپور، آلمان، فعالیت اقتصادی کشورهای ترینیدا و سوئد،مد ایتالیایی و آشپزی کالیفرنایی همواره بوده‌اند و خواهند بود. این‌ها همه مواردی هستند که در یک نظام جهانی در کل دنیا با هم مشارکت دارند و خارج از این محتوای جهانی نمی‌توانند درک شوند.

اگر جهانی شدن فقط از یک نقطه نظر خاص دیده شود دوباره به صورت یک شمشیر دولبه ظاهر می‌شود. از یک نقطه نظر مقایسه شرایط زندگی یک ملت با دیگر ملت‌ها به منظور یکسان سازی فرهنگی می‌تواند باعث ناخشنودی، ناامنی و آسیب پذیری افراد در زمینه مشکلات و حشنتاک زندگی شهری و یا پاک‌سازی نژادی شود. از سوی دیگر قابلیت مقایسه‌ی بینش‌های جهانی و شیوه‌های زندگی بسیار متعدد می‌تواند باعث ایجاد دیالوگ و تعامل مفید بین شرایط مختلف شود و بعنوان یک فرصت استثنایی به منظور خود-واقع بینی و غنی سازی جامعه مورد تجربه قرار گیرد.

#### فهرست منابع

1. Vgl.Z.B.James L.Watson(Hg)1997,Golden Arches East.Mc Donald's in East Asia.Stanford
2. Ulf Hannerz,1992,Cultural Complexity,NewYork
3. Daniel Miller,1995,Acknowledging Consumption,London:p. 269
4. Rosalvia Aida Hernandez Castillo,Ronald Nigh,1995,Global processes&Local Identity among Mayan Coffee Growers in chaipas,Mexico,in:American Anthropologist 136-147