

## عوامل مؤثر بر نگرش جوانان نسبت به فرهنگ جهانی

افسانه ادریسی\*

E-mail: edrisiafsaneh@yahoo.com

### چکیده:

مفهوم جهانی شدن در عصر حاضر، به یکی از موضوعات اساسی جامعه بشری تبدیل شده و انسان‌ها در سطح جدید اجتماعی، فرهنگی به نام سطح جهانی زندگی می‌کنند. این سطح زندگی در میان جوانان برجسته‌تر شده است؛ زیرا آنان بیش از دیگران درگیر در گستره روابط فرهنگی با جوامع دیگر قرار می‌گیرند.

پدیده جهانی شدن در بعد فرهنگی، به واسطه فن‌آوری‌های بسیار پیشرفته و کارآمد ارتباطی و جدایی مکان از فضا و زمان، این امکان را فراهم می‌کند که زندگی اجتماعی، در فضایی بسیار گسترده شکل بگیرد. جهانی شدن فرهنگی موجب شکل‌گیری و گسترش فرهنگی خاص در عرصه جهانی می‌شود. این فرایند موجی از همگونی فرهنگی را در جهان پدید می‌آورد و همه خاص‌های فرهنگی را به چالش می‌طلبد. جهانی شدن، در عین حال که اقتصادی جهانی و جامعه‌ای فراملی پدید می‌آورد، فرهنگی جهانی را نیز شکل می‌دهد. در این مقاله، نگرش جوانان نسبت به فرهنگ جهانی، با سه رویکرد موافق، مخالف و فعال (اعتدالی) مورد سنجش قرار گرفته و هم‌تغییری آنان با ویژگی‌های فردی و خانوادگی و رضایت از کشور، بررسی شده است.

رویکرد نظری این تحقیق، آراء آنتونی گیدنز است و محقق با استفاده از نظریه «ساخت‌یابی»، به مطالعه برخی از عوامل مؤثر بر نگرش جوانان نسبت به فرهنگ جهانی پرداخته است.

نتایج به دست آمده حاکی از آن است که ویژگی‌های فردی و خانوادگی و رضایت از کشور، با نگرش جوانان نسبت به فرهنگ جهانی رابطه مستقیم و قوی دارد. ولی رضایت از کشور بیشتر از عوامل دیگر، گرایش نسبت به فرهنگ جهانی را تبیین می‌کند.

**کلیدواژه‌ها:** جهانی شدن فرهنگ، فرهنگ جهانی، نگرش، جوانان



## مقدمه

به نظر می‌رسد، همه ما، تا اندازه‌ای، تحت نظام شکوفای جهانی اطلاعات، تجارت و حمل و نقل سریع زندگی می‌کنیم که در آن شباهت‌های جهانی به همان اندازه تفاوت‌های محلی، واضح است. در واقع، «سطح» جدید اجتماعی و فرهنگی - یعنی سطح جهانی - در حال پیدایش است (جنکینز، ۱۳۸۱: ۲۴). پیدایش این سطح در میان تمامی دوره‌های سنی دیده می‌شود، ولی در میان جوانان برجسته‌تر است؛ زیرا آنان بیشتر از دیگران در گستره روابط فرهنگی با جوامع دیگر قرار می‌گیرند. جامعه فراملی یا جهانی، بیش از هر چیز محصول فرایند فشرده‌گی زمان، فضا و بی‌بستر شدن روابط اجتماعی است. هر اندازه که آگاهی انسان‌ها از درهم تنیدگی جهانی و فشرده‌گی فضا و زمان افزایش می‌یابد؛ بستر مناسبتری برای روابط اجتماعی متعدد و گفت‌وگوی فرهنگی فراهم می‌شود (بیر، ۱۹۹۴: ۹۴). جهانی شدن، ارتباطات فراملی را به بالاترین سطح غیرقابل تصور در تاریخ بشر رسانده است. این فرایند حاصل گسترش ارتباطات جهانی، رشد بنگاه‌های چندملیتی، نفوذ بازارهای مالی جهانی و تلاش‌های مربوط به مناسبات انسانی و حقوق بشر می‌باشد که زمینه‌های آن از نیم قرن پیش آماده شده بود و تغییرات گسترده‌ای را در سطوح گوناگون زندگی جامعه بشری، از مناسبات بین‌المللی گرفته تا روابط خانواده، ایجاد کرده است (هامیلتون، ۱۹۹۶؛ مارکینسون، ۱۹۹۹). این پدیده، به واسطه فن‌آوری‌های بسیار پیشرفته و کارآمد ارتباطی و جدایی مکان از فضا و زمان، این امکان را فراهم می‌کند که زندگی اجتماعی در فضایی بسیار گسترده شکل بگیرد و توانایی مکان در محدود و مقید کردن روابط اجتماعی و گستره زندگی اجتماعی بسیار کاهش یابد. به بیان دیگر، فرایند جهانی شدن با متحول کردن فضا و زمان، در واقع، زندگی اجتماعی را متحول می‌کند (گیدنز، ۱۹۹۴: ۴). این فرایند در دهه‌های اخیر، شدت و گسترش بی‌سابقه‌ای یافته، همه افراد و جوامع را کم‌وبیش تحت تأثیر قرار می‌دهد. این پدیده مهم، بی‌گمان هرگونه تکاپوی علمی و کاربردی معطوف به درک و تبیین آن را لازم می‌سازد. تازگی نسبی کیفی و کمی پدیده مورد بحث نیز دلیلی معتبر برای انجام پژوهش‌ها و نظریه‌پردازی‌های جدید، به ویژه در عرصه جامعه‌شناسی است.

واقعیت این است که در جهان کنونی، هیچ کشوری عملاً نمی‌تواند خود را از فرایند مناسبات جهانی منزوی سازد. انزوا نه مطلوب است و نه مقدور. مسأله اساسی این است که در کشاکش جهانی شدن و فشارهای بین‌المللی ناشی از آن، به سویی کشیده نشویم که ارزش‌ها، فرهنگ، هویت و هستی معنوی و تاریخی خود را از دست بدهیم.

هدف مقاله حاضر، شناسایی و تبیین میزان تغییرات نگرش جوانان نسبت به فرهنگ جهانی با تغییرات ویژگی‌های فردی، خانوادگی و رضایت از کشور در فضای دانشگاهی است.

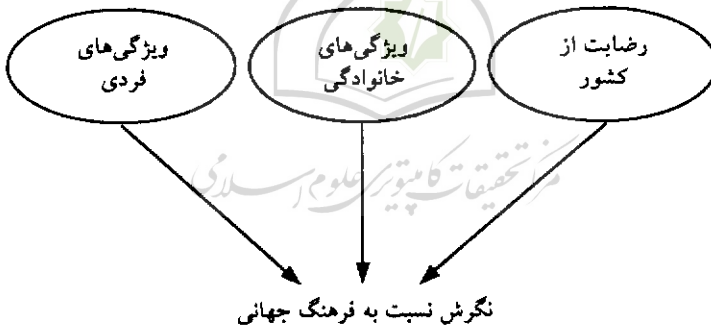
### چارچوب نظری

رویکرد نظری در این مقاله، تلفیقی و با هم بینی جامعه‌شناسی خرد و کلان در تبیین واقعیت اجتماعی می‌باشد. با توجه به برداشت گیدنز از ساخت‌یابی، می‌کوشیم که توجیه بهره‌گیری از این نظریه را به عنوان چارچوب نظری، روشن نماییم. گیدنز، در نظریه ساختاریابی، به دنبال غلبه بر معضل پارسونزی کنش و نظام است و در این زمینه از دو واژه عاملیت و ساختار استفاده می‌کند. منظور او از عاملیت، از معنایی که پارسونز در نظر دارد، فراتر می‌رود و بیش از پارسونز، برای آن اختیار عمل قایل است. گیدنز، عاملیت را مساوی با فرایند مداخله در جریان رویدادهای انسانی می‌داند. به عقیده وی، عاملیت با نیت‌های کنش‌گران کاری ندارد، بلکه با چیزهایی سر و کار دارد که کنش‌گران در عمل انجام می‌دهند که می‌توان آن را کردارهای اجتماعی نامید (ریترز، ۱۳۷۵: ۶۰۲) او ضمن قبول الزام در جهان، ادعا دارد که این الزام به آن معنا نیست که کنش‌گران، قدرت هیچ‌گونه گزینشی را ندارند. در نظریه ساخت‌یابی، گیدنز تلاش می‌کند تا موضوع دوگانگی بین عاملیت و ساختار را حل کند. او ابتدا از دو ایده در مورد ساخت و عاملیت که یکی، شیوه اندیشیدن درباره ساخت و دیگری محصور در درون فرد بودن عاملیت است، فاصله می‌گیرد و سپس به جای آن، عاملیت را جریان کنش‌های مردم دانسته و آن را به خودآگاهی آنان مرتبط می‌سازد. وی با الهام از مارکس تأکید دارد که بشر تاریخ خود را می‌سازد، اما نه تحت شرایطی که خود آن را انتخاب کرده باشد (گیدنز، ۱۳۷۹: ۱۷ و ۱۸).

«فضای ناشی از جهانی‌شدن، نیروی "ویرانگر" بی‌رحمی است که مجبوریم بر آن سوار شویم. موقعیت‌ها به گونه‌ای نیست که بتوانیم به اراده خود از آن خارج شویم یا از آن درگذریم» (گیدنز، ۱۹۹۰؛ شایگان ۱۳۷۸). در این شرایط، برخی فرهنگ‌ها به آسانی در فرهنگ جهانی یا فرهنگ‌های دیگر مستحیل می‌شوند، برخی دیگر موضعی سرسختانه و ستیزآمیز نسبت به فرهنگ مهاجم اتخاذ می‌کنند، شماری از فرهنگ‌ها به همزیستی مسالمت‌آمیز تن می‌دهند و تعدادی نیز گفت‌وگو و تبادل فرهنگی را گریزناپذیر می‌دانند. البته تحول فرهنگی و شکل‌گیری فرهنگ‌های عام و ترکیبی جدید

نیز از محصولات این اندرکنش فرهنگی در فضای جهانی است. جهانی شدن موجب می شود تا فرهنگها ضمن شناخت خود و تقویت خودآگاهی ملی، به همزیستی فرهنگی و استفاده از میراث مثبت تحول فرهنگ جهانی روی آورند و بر اساس عقلانیت به سوی آموزه های استحکام جهانی، آگاهی محلی و «جهانی فکر کن و محلی عمل کن» جهت یابند.

گیدنز معتقد است که جهانی شدن و یکپارچگی، واقعیتی غیر قابل انکار است. او در این مورد به سه رویکرد موافقان، مخالفان و رویکرد اعتدالی (جهانی شدن در عین محلی شدن) اشاره می کند. در این مقاله نیز نگرش جوانان نسبت به فرهنگ جهانی، با سه رویکرد موافق، مخالف و فعال (اعتدالی) مورد سنجش قرار گرفته است. عوامل مؤثر بر نوع نگرش جوانان نسبت به فرهنگ جهانی، بررسی شده و سه متغیر مهم ویژگی های خانوادگی، ویژگی های فردی و رضایت از کشور، بر اساس چارچوب نظری تحقیق انتخاب شده است که در مدل زیر ارائه می گردد.



### فرضیه های تحقیق

این مقاله از استراتژی قیاسی استفاده می کند و از این رو، فرضیه ها از چارچوب نظری استخراج می شوند. نوع فرضیه ها، غالباً، علی است یعنی تغییرات متغیر مستقل در یک جهت، موجب تغییر متغیر وابسته در جهت معین می شود.

در پاسخ به سؤال: آیا ویژگی های خانوادگی و فردی و رضایت از کشور، در میان جوانان، در تبیین نگرش نسبت به فرهنگ جهانی مؤثر است؟ این فرضیه ها، شکل گرفته اند:

**فرضیه اول:** میزان تغییرات نگرش نسبت به فرهنگ جهانی، با تغییرات ویژگی های فردی جوانان همراه است.

**فرضیه دوم:** میزان تغییرات نگرش نسبت به فرهنگ جهانی، با تغییرات ویژگی‌های خانوادگی جوانان همراه است.

**فرضیه سوم:** میزان تغییرات نگرش نسبت به فرهنگ جهانی با سه عامل مورد نظر همراه است. به گونه‌ای که ویژگی‌های خانوادگی از میان عوامل دیگر (ویژگی‌های فردی و رضایت از کشور)، بیشترین تأثیر را بر نگرش نسبت به فرهنگ جهانی دارد.

### روش‌شناسی

این تحقیق از نوع توصیفی و تبیینی است؛ زیرا به توصیف نگرش جوانان نسبت به فرهنگ جهانی و رابطه علی میان عوامل برگزیده آن پرداخته است. از نظر روش جمع‌آوری اطلاعات، این تحقیق را می‌توان از نوع تحقیقات پیمایشی دانست. موضوع پژوهش، روش‌های متفاوتی برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های پژوهش به دست می‌دهند که شامل مشخص کردن یک نقطه شروع، چندین مرحله و نقطه پایان است. خصوصیات ویژه این نقاط آغاز و پایان و مراحل فیما بین آنهاست که راهبردهای مختلف را مشخص می‌کند. در روش قیاسی، نقطه شروع آن قاعده مشاهده شده‌ای است که نیازمند تبیین است. در این راهبرد، نظریه‌ای موقتی و آزمایشی پذیرفته یا برساخته می‌شود، سپس فرضیه‌هایی از آن استنتاج شده و در نهایت، این فرضیه‌ها با گردآوری داده‌های مناسب، آزمون می‌شوند (بلیکی، ۱۳۸۴: ۱۳۵). روش قیاسی برای پاسخ‌دادن به پرسش‌های «چرا» در تحقیق است و با توجه به سؤالات مقاله انتخاب شده است.

### تعاریف نظری و عملیاتی

**نگرش نسبت به فرهنگ جهانی:** به عقیده فریدمن و همکاران، نگرش، نظامی بادوام است که شامل یک عنصر شناختی، یک عنصر عاطفی و یک عنصر تمایل به عمل می‌باشد. در این تعریف، عنصر شناختی بر اطلاعات، واقعیات و دانستنی‌ها دلالت دارد، عنصر احساسی نیز همان هیجان خوشایند یا ناخوشایندی است که در رابطه با نگرش به ما دست می‌دهد و عنصر رفتاری نیز گرایش و آمادگی برای عمل در رابطه با نگرش می‌باشد. جهانی‌شدن فرهنگ پیامدهایی دارد، از جمله تولید فرهنگ جهانی. سه نوع نگرش نسبت به فرهنگ جهانی وجود دارد. بنابراین، نگرش نسبت به فرهنگ جهانی، در سه بعد و به طریق زیر مورد سنجش قرار می‌گیرد:

(نگرش فعال + نگرش موافق + نگرش مخالف) = نگرش نسبت به فرهنگ جهانی



**شرایط فردی:** ویژگی‌ها و خصوصیات فردی مربوط به هر فرد را شامل می‌شود. در این تحقیق، ویژگی‌های فردی با شاخص‌های زیر مورد سنجش قرار می‌گیرد:

(ویژگی‌های تحصیلی + مقطع تحصیلی + جنس + سن) = ویژگی‌های فردی

**شرایط خانوادگی:** ویژگی‌ها و خصوصیات خانواده مربوط به هر فرد، ویژگی‌های خانوادگی اوست. در این تحقیق، ویژگی‌های خانوادگی با دو مؤلفه گرایش خانواده به هویت ملی و پایگاه اقتصادی و اجتماعی مورد سنجش قرار می‌گیرد:

(گرایش خانواده به هویت ملی + پایگاه اقتصادی، اجتماعی) = ویژگی‌های خانوادگی

(شغل والدین + تحصیلات والدین + درآمد والدین) = پایگاه اقتصادی و اجتماعی

**رضایت از کشور:** یکی از نیازهای اجتماعی فرد، رضایت از وضعیت کشور می‌باشد که میزان خشنودی و احساس خوشایند فرد از زندگی در وطن و کشور خود را شامل می‌شود. در این تحقیق رضایت از کشور با میزان خشنودی افراد در چهار بُعد اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی مورد سنجش قرار می‌گیرد:

(رضایت فرهنگی + رضایت اجتماعی + رضایت سیاسی + رضایت اقتصادی) = رضایت از کشور

**اعتبار و پایایی:** یکی از روش‌های اندازه‌گیری ضریب پایایی، آزمون آلفای کرونباخ است. این روش، متداول‌ترین روش‌های اندازه‌گیری پایایی پرسش‌نامه می‌باشد که براساس سازگاری درونی پرسش‌نامه شکل گرفته است. میزان آلفای سؤالات تمامی بخش‌ها، بالای ۰/۷۰ بود که در سطح قابل قبولی است.

در این تحقیق از دو روش برای اعتبار ابزار جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. روش تحلیل عاملی و روش اعتبار صوری. به منظور تعیین قابلیت سؤالات برای تحلیل عاملی، آزمون KMO انجام شد که ضریب به دست آمده در سطحی بالا و کاملاً رضایت‌بخش بود ( $KMO=0/812$ ). همچنین، آزمون کرویت بارتلت در سطح  $P<0/05$  معنادار بود. علاوه بر آن، در تحلیل عاملی از روش مؤلفه‌های اصلی و بارهای عامل  $0/40$  برای حداقل همبستگی قابل قبول میان هر ارزش و عامل استخراج شده استفاده شده است. سؤالاتی که از بار عاملی ضعیفی برخوردار بوده یا سؤالاتی که در چند عامل بار عاملی مشترکی داشتند، حذف گردید.

اعتبار صوری پرسشنامه نیز با نظرخواهی از پانزده نفر از صاحب‌نظران و اساتید این رشته انجام شد. به این ترتیب که سؤالات پرسش‌نامه به همراه سؤالات، اهداف و فرضیه‌های تحقیق به آنها ارائه گردید و از ایشان پرسیده شد که آیا سؤالاتی که طرح شده‌اند، قادر به اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق می‌باشند یا خیر؟ براین اساس، تعدادی از سؤالات حذف یا اصلاح گردید و پرسش‌نامه برای اجرا آماده شد.

### جمعیت آماری، حجم نمونه و شیوه نمونه‌گیری

**جمعیت آماری:** جمعیت آماری این تحقیق، دانشجویان دانشگاه تهران در نیمسال دوم ۸۵-۸۴ در سه مقطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری است. این امر از آن‌روست که دانشجویان اغلب جزو نیروهای فعال جامعه بوده و یا حداقل، گروه نخبه بالقوه به شمار می‌روند. توجه به جایگاه و نقش دانشجویان، از اهمیت خاصی برخوردار است؛ زیرا محیط دانشگاه نقش مهمی در فراهم‌نمودن تعاملات بین گروه‌ها و فرهنگ‌های مختلف ایفا نموده است. به عبارت دیگر، فضای ناشی از جهانی‌شدن فرهنگ در دانشگاه بیشتر نمود می‌یابد، زیرا از سویی میزان دسترسی جوانان به رسانه‌ها و وسایل الکترونیکی و مجلات بیشتر می‌شود و از سوی دیگر، مطالب و دروس ارائه‌شده در دانشگاه، آگاهی جوانان را نسبت به فشرده‌گی فضا و زمان افزایش می‌دهد.

انتخاب دانشگاه تهران نیز به دلایل مختلف از جمله قدمت، امکانات فراوان و برجسته بودن در زمینه‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی نسبت به دانشگاه‌های دیگر، صورت گرفت. **روش نمونه‌گیری و حجم نمونه:** در این تحقیق حجم نمونه ۲۰۰ نفر برآورد شده و از انواع شیوه‌های احتمالی به ترتیب زیر به کار گرفته شده است. نمونه‌گیری خوشه‌ای؛ از کل دانشگاه‌های کشور، دانشگاه تهران و از میان رشته‌های مختلف دانشگاه تهران، چهار رشته علوم اجتماعی، هنرهای تجسمی (نقاشی، گرافیک)، زیست‌شناسی و فیزیک از چهار دانشکده متفاوت انتخاب شد. در مرحله دوم، از نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده استفاده شد؛ بدین ترتیب که به تناسب فراوانی مقطع تحصیلی و جنسیت، سهمیه هر گروه تعیین شد که در جدول‌های زیر آمده است.

جدول شماره ۱: توزیع دانشجویان برحسب مقطع تحصیلی

| مقطع    | کارشناسی | کارشناسی ارشد | دکتری | جمع |
|---------|----------|---------------|-------|-----|
| فراوانی | ۱۴۴      | ۴۳            | ۱۳    | ۲۰۰ |
| درصد    | ۷۲       | ۲۱            | ۷     | ۱۰۰ |

جدول شماره ۲: توزیع دانشجویان برحسب رشته تحصیلی

| رشته    | علوم اجتماعی | هنرهای تجسمی | زیست‌شناسی | فیزیک | جمع |
|---------|--------------|--------------|------------|-------|-----|
| فراوانی | ۵۶           | ۴۳           | ۵۷         | ۴۴    | ۲۰۰ |
| درصد    | ۲۸           | ۲۱/۵         | ۲۸/۵       | ۲۲    | ۱۰۰ |



پس از مشخص شدن فراوانی هر طبقه، به وسیله نمونه‌گیری تصادفی ساده، افراد نمونه آماری انتخاب شدند.

### یافته‌های تحقیق

در جدول زیر، گرایش به هویت ملی خانواده به عنوان یکی از ویژگی‌های خانوادگی دانشجویان در نظر گرفته شده است.

جدول شماره ۳: توزیع فراوانی و درصد ویژگی‌های خانواده برحسب گرایش به هویت ملی

| مقطع تحصیلی | فراوانی | درصد |
|-------------|---------|------|
| ضعیف        | ۸       | ۴    |
| متوسط       | ۱۰۵     | ۵۲/۵ |
| قوی         | ۸۷      | ۴۳/۵ |
| جمع         | ۲۰۰     | ۱۰۰  |

گرایش به هویت ملی خانواده‌های دانشجویان بیشتر در سطح متوسط و قوی قرار دارد و درصد بسیار کمی از آنان در سطح ضعیف قرار دارند. به عبارت دیگر، بیشتر دانشجویان در خانواده‌هایی پرورش یافته‌اند که از نظر تمایل به هویت ملی در سطح متوسط و یا قوی می‌باشند.

توزیع فراوانی و درصد میزان رضایت از کشور دانشجویان در جدول زیر آمده است:

جدول شماره ۴: توزیع فراوانی و درصد میزان رضایت از کشور دانشجویان

| رضایت از کشور | فراوانی | درصد |
|---------------|---------|------|
| کم            | ۸۹      | ۴۴/۵ |
| متوسط         | ۹۶      | ۴۸   |
| زیاد          | ۱۵      | ۷/۵  |
| جمع           | ۲۰۰     | ۱۰۰  |

به لحاظ میزان رضایت از کشور، بیش از ۵۵ درصد دانشجویان در طبقه زیاد و متوسط قرار دارند که در مجموع نشان می‌دهد بیش از نیمی از دانشجویان از وضعیت اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی کشور رضایت دارند.

توزیع فراوانی و درصد نگرش دانشجویان نسبت به فرهنگ جهانی، در جدول زیر در سه طبقه مخالف، موافق و فعال آمده است.



جدول شماره ۵: توزیع فراوانی و درصد نگرش نسبت به فرهنگ جهانی

| نگرش نسبت به فرهنگ جهانی | فراوانی | درصد |
|--------------------------|---------|------|
| موافق                    | ۲۲      | ۱۱   |
| مخالف                    | ۴۴      | ۲۲   |
| فعال                     | ۱۳۴     | ۶۷   |
| جمع                      | ۲۰۰     | ۱۰۰  |

نگرش دانشجویان، بیشتر در طبقه نگرش فعال قرار دارد. به عبارت دیگر، آنان علاوه بر پای‌بندی به فرهنگ جامعه ایرانی، برخی از ویژگی‌های فرهنگ جهانی را می‌پذیرند. با توجه به یافته‌های تئوریک، که برخاسته از مطالعات تاریخی ایران می‌باشد، نیز این وضعیت تأیید می‌گردد. ایرانیان بنا به دلایل مختلف، از جمله موقعیت استراتژیک، همیشه در معرض تعامل با فرهنگ‌های دیگر بوده‌اند و این توانایی را کسب کرده‌اند که علاوه بر پای‌بندی به ریشه‌ها و اصول فرهنگی خود، از عناصر فرهنگی جوامع و گروه‌های دیگر نیز استفاده کنند. به همین دلیل، نگرش فعال نسبت به فرهنگ جهانی در میان دانشجویان، بیش از انواع دیگر نگرش‌هاست.

جهت دستیابی به رابطه بین نگرش نسبت به فرهنگ جهانی با رضایت از کشور، ویژگی‌های خانواده فردی از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد که رابطه بین این متغیرها (متغیرها در سطح فاصله‌ای است) در جدول ذیل آمده است.

جدول شماره ۶: همبستگی میان نگرش نسبت به فرهنگ جهانی و سه متغیر دیگر

| رضایت از کشور | ویژگی‌های فردی | ویژگی‌های خانوادگی |
|---------------|----------------|--------------------|
| ۰/۷۸          | ۰/۳۸           | ۰/۴۲               |
| ۰/۰۰۰         | ۰/۰۰۰          | ۰/۰۰۰              |
| ضریب همبستگی  | نگرش نسبت به   | فرهنگ جهانی        |
| سطح معنی‌داری | فرهنگ جهانی    |                    |

نگرش نسبت به فرهنگ جهانی، با سه متغیر دیگر رابطه معناداری دارد. بیشترین همبستگی بین رضایت از کشور و نگرش نسبت به فرهنگ جهانی است و سپس ویژگی‌های خانوادگی و ویژگی‌های فردی قرار دارند. در ادامه، از ضریب همبستگی جزئی استفاده شد؛ بدین معنی که رابطه رضایت از کشور با نگرش نسبت به فرهنگ جهانی، به طور جداگانه از رابطه دو متغیر دیگر اندازه‌گیری می‌شود. هدف از همبستگی جزئی، نشان‌دادن اهمیت نسبی متغیرهای مستقل مختلف در تبیین واریانس متغیر وابسته است. در نخستین گام، وجود یا عدم رابطه بین دو پدیده نشان داده می‌شود و گام بعدی خالص‌سازی تأثیر یا تعیین ضریب تأثیر است.

ضریب همبستگی جزیی نوع دوم بین نگرش نسبت به فرهنگ جهانی و رضایت از کشور، در صورتی که دو متغیر دیگر تحت کنترل قرار گرفته باشند، برابر است با  $Sig=0/000$ ،  $r_{12,34}=0/78$ ، نتایج نشانگر آن است که بهرغم کنترل دو متغیر دیگر، بین نگرش نسبت به فرهنگ جهانی و رضایت از کشور همبستگی قوی وجود دارد و همبستگی اولیه کاذب نبوده است.

ضریب همبستگی جزیی نوع دوم، بین نگرش نسبت به فرهنگ جهانی و ویژگی‌های فردی، در صورتی که دو متغیر دیگر تحت کنترل قرار گرفته باشد، برابر است با  $Sig=0/000$ ،  $r_{13,24}=0/25$ ، نتایج نشانگر آن است که بهرغم کنترل دو متغیر دیگر، بین نگرش نسبت به فرهنگ جهانی و ویژگی‌های فردی همبستگی وجود دارد؛ ولی این میزان از  $0/38$  به  $0/25$  کاهش یافته است.

ضریب همبستگی جزیی نوع دوم، بین نگرش نسبت به فرهنگ جهانی و ویژگی‌های خانوادگی، در صورتی که دو متغیر دیگر تحت کنترل قرار گرفته باشد، برابر است با  $Sig=0/000$ ،  $r_{14,23}=0/15$ ، نتایج نشانگر آن است که بهرغم کنترل دو متغیر دیگر، بین نگرش نسبت به فرهنگ جهانی و ویژگی‌های خانوادگی همبستگی وجود دارد؛ ولی این میزان از  $0/42$  به  $0/15$  کاهش یافته است. بنابراین، همبستگی بین نگرش نسبت به فرهنگ جهانی و رضایت از کشور، قویتر از دو متغیر دیگر است.

### داوری در باب فرضیه‌ها

در این تحقیق، برای داوری تجربی در باب گزاره تئوریک فرضیه‌ها، از روش رگرسیون استفاده شده که به نظر می‌رسد بهترین روش برای تبیین پدیده‌هاست و می‌تواند روابط علی را پیش‌بینی نماید.

در بررسی تجربی فرضیه اول که عبارت بود از همراهی میزان تغییرات نگرش نسبت به فرهنگ جهانی با تغییرات میزان ویژگی‌های فردی جوانان، ابتدا رابطه متغیر ویژگی‌های فردی با نگرش نسبت به فرهنگ جهانی، مورد تحلیل تجربی قرار گرفت. شواهد تجربی این فرضیه به شرح جدول ذیل است که به صورت رگرسیون ساده ارائه می‌شوند.

جدول شماره ۷: رگرسیون ساده متغیرهای ویژگی‌های فردی با نگرش نسبت به فرهنگ جهانی

| Sig   | b     | R <sup>2</sup> | R    | متغیرهای ویژگی‌های فردی   |
|-------|-------|----------------|------|---------------------------|
| ۰/۰۸  | -۱/۶۹ | ۰/۳۲           | ۰/۱۸ | جنسیت                     |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۴۱  | ۰/۰۹           | ۰/۳۱ | سن                        |
| ۰/۱۰  | ۰/۰۰۳ | ۰/۰۱           | ۰/۱۱ | تعداد واحدهای گذرانده شده |
| ۰/۷۸  | ۰/۰۰۵ | ۰/۰۴۰          | ۰/۲۰ | معدل واحدهای گذرانده شده  |
| ۰/۱۴  | -۰/۴۱ | ۰/۰۱           | ۰/۱۰ | رشته                      |
| ۰/۲۵  | ۰/۳۲  | ۰/۰۰۶          | ۰/۰۸ | وضعیت اشتغال              |
| ۰/۱۱  | ۱/۵۳  | ۰/۰۱           | ۰/۱۱ | وضعیت تأهل                |
| ۰/۰۲  | ۱/۱۸۲ | ۰/۰۲           | ۰/۱۵ | مقطع تحصیلی               |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۴۰  | ۰/۱۶           | ۰/۴۰ | تعداد ترم‌های گذرانده شده |

یافته‌های موجود در این جدول، دلالت بر آن دارند که نگرش نسبت به فرهنگ جهانی تنها با متغیرهای سن، مقطع تحصیلی و تعداد ترم‌های گذرانده شده همبستگی معناداری دارد. در اینجا، بیشترین رابطه با تعداد ترم‌های گذرانده شده است و سپس، به ترتیب، سن و مقطع تحصیلی قرار می‌گیرد.

شواهد نشان می‌دهد که نگرش نسبت به فرهنگ جهانی، بیشترین هم‌تغییری را با متغیر مقطع تحصیلی دارد. متغیرهای سن و تعداد ترم‌های گذرانده شده، هر کدام با ۰/۴۱ و ۰/۴۰، وزن نسبتاً یکسانی در تبیین نگرش نسبت به فرهنگ جهانی دارند. از سوی دیگر، هرگاه یک واحد تغییر در متغیرهای میزان سن، مقطع تحصیلی و تعداد ترم‌های گذرانده شده ایجاد شود، به ترتیب، به اندازه ۰/۴۱، ۰/۱۸، و ۰/۴۰ واحد افزایش در نگرش نسبت به فرهنگ جهانی قابل تخمین است.

در گام بعدی، شاخص ویژگی‌های فردی یعنی سه متغیر سن و مقطع تحصیلی و تعداد ترم‌های گذرانده شده وارد رگرسیون چندگانه شده و تحلیل می‌شوند.

جدول شماره ۸: رگرسیون چندگانه نگرش نسبت به فرهنگ جهانی برحسب ویژگی‌های فردی

| R    | R <sup>2</sup> | F     | Sig   | Constant | B <sub>1</sub> | B <sub>2</sub> | B <sub>3</sub> | Bata <sub>1</sub> | Bata <sub>2</sub> | Bata <sub>3</sub> |
|------|----------------|-------|-------|----------|----------------|----------------|----------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| ۰/۵۳ | ۰/۲۸           | ۲۵/۹۰ | ۰/۰۰۰ | ۶/۸۱     | ۰/۳۳           | ۰/۴۷           | ۰/۷۶           | ۰/۲۵۳             | ۰/۶۲              | ۰/۷۵              |

نگرش نسبت به فرهنگ جهانی = متغیر وابسته

تعداد ترم‌های گذرانده ۳، مقطع تحصیلی ۲، سن ۱ = پیش‌بینی‌کننده‌ها

یافته‌ها نشان می‌دهد که تغییرات نگرش نسبت به فرهنگ جهانی، از میان متغیرهای ویژگی‌های فردی، بهترین پرازش را با متغیرهای سن، مقطع تحصیلی و تعداد ترم‌های



گذرانده شده دارند. بر مبنای یافته‌های موجود، نسبتی از واریانس متغیر نگرش نسبت به فرهنگ جهانی، که از طریق ترکیب خطی متغیرهای سن، مقطع تحصیلی و تعداد ترم‌های گذرانده شده تبیین شده، ۵۳ درصد است.

$$y = 6.81 + 0.33(\text{سن}) + 0.47(\text{مقطع تحصیلی}) + 0.76(\text{تعداد ترم‌های گذرانده شده})$$

در این تابع، عرض از مبدأ معادل ۶/۸۱ است؛ یعنی، اگر تأثیر متغیرهای مستقل موجود در معادله کنترل شوند، پایه نگرش نسبت به فرهنگ جهانی به اندازه ۶/۸۱ است. حال اگر متغیرهای سن، مقطع تحصیلی و تعداد ترم‌های گذرانده شده وارد تحلیل شوند، به ازای هر واحد افزایش در این متغیرها، به ترتیب ۰/۳۳، ۰/۴۷، ۰/۷۶ واحد افزایش در نگرش نسبت به فرهنگ جهانی قابل برآورد است.

در داوری تجربی در باب فرضیه دوم، به رابطه نگرش نسبت به فرهنگ جهانی با ویژگی‌های خانوادگی پرداخته می‌شود. شواهد تجربی این فرضیه، به شرح جدول ذیل است که به صورت رگرسیون ساده ارائه شده است:

جدول شماره ۹: رگرسیون ساده متغیرهای ویژگی‌های خانوادگی با نگرش نسبت به فرهنگ جهانی

| Sig   | b    | R <sup>2</sup> | R    |                                  |
|-------|------|----------------|------|----------------------------------|
| ۰/۰۰۰ | ۲/۴۶ | ۰/۱۱           | ۰/۳۳ | پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۶۰ | ۰/۱۴           | ۰/۳۸ | گرایش هویت ملی خانواده           |

یافته‌های موجود در این جدول، دلالت بر آن دارند که نگرش نسبت به فرهنگ جهانی، با متغیرهای پایگاه اقتصادی و اجتماعی و گرایش به هویت ملی خانواده، همبستگی معناداری دارد. در اینجا، بیشترین رابطه با گرایش به هویت ملی خانواده است.

شواهد نشان می‌دهد که نگرش نسبت به فرهنگ جهانی، بیشترین هم‌تغییری را با متغیر گرایش به هویت ملی خانواده دارد. به گونه‌ای که ابتدا گرایش به هویت ملی خانواده، با ۰/۱۴ و سپس با پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده با ۰/۱۱، در تبیین نگرش نسبت به فرهنگ جهانی سهمیم هستند. از سویی دیگر، یک واحد تغییر در متغیرهای میزان گرایش به هویت ملی و پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده، می‌تواند به ترتیب موجب ۰/۶۰ و ۲/۴۶ واحد افزایش در نگرش نسبت به فرهنگ جهانی شود. در گام بعدی شاخص ویژگی‌های خانوادگی وارد رگرسیون چندگانه شده و تحلیل می‌شوند.

جدول شماره ۱۰: رگرسیون چندگانه نگرش نسبت به فرهنگ جهانی برحسب ویژگی‌های خانوادگی

| R    | R <sup>2</sup> | F    | Sig   | Constant | B <sub>1</sub> | B <sub>2</sub> | Bata <sub>1</sub> | Bata <sub>2</sub> |
|------|----------------|------|-------|----------|----------------|----------------|-------------------|-------------------|
| ۰/۴۶ | ۰/۲۱           | ۲۶/۶ | ۰/۰۰۰ | ۲/۳۹     | ۰/۵۱           | ۱/۹۵           | ۰/۳۲              | ۰/۲۶              |

نگرش نسبت به فرهنگ جهانی = متغیر وابسته  
 پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده ۲، گرایش به هویت ملی خانواده ۱ = پیش‌بینی‌کننده‌ها  
 شواهد نشان می‌دهد که نسبت واریانس متغیر نگرش نسبت به فرهنگ جهانی، که  
 از طریق ترکیب خطی متغیرهای پایگاه اقتصادی و اجتماعی و گرایش به هویت ملی  
 خانواده تبیین شده، ۲۱ درصد است.

(پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده)  $1/95 +$  (گرایش به هویت ملی خانواده)  $2/39 + 0/51 = y$   
 در این تابع، عرض از مبدأ معادل ۲/۳۹ است؛ یعنی، اگر تأثیر متغیرهای مستقل  
 موجود در معادله کنترل شوند، پایه نگرش نسبت به فرهنگ جهانی به اندازه ۲/۳۹  
 است. حال اگر متغیرهای گرایش به هویت ملی و پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده  
 وارد تحلیل شوند، به ازای هر واحد افزایش در این متغیرها، به ترتیب ۰/۵۱ و ۱/۹۵  
 واحد افزایش در نگرش نسبت به فرهنگ جهانی قابل برآورد است.

در مرحله پایانی، به داوری تجربی فرضیه سوم پرداخته می‌شود که براساس آن،  
 میزان تغییرات نگرش نسبت به فرهنگ جهانی با سه عامل مورد نظر همراه است؛ به  
 گونه‌ای که ویژگی‌های خانوادگی از میان عوامل دیگر (ویژگی‌های فردی و رضایت از  
 کشور) بیشترین تأثیر را بر نگرش نسبت به فرهنگ جهانی دارد. شواهد تجربی این  
 فرضیه به شرح جدول ذیل است که به صورت رگرسیون ساده ارائه شده است.

جدول شماره ۱۱: رگرسیون رابطه نگرش نسبت به فرهنگ جهانی با ویژگی‌های فردی و خانوادگی

و رضایت از کشور

| متغیر          | R    | R <sup>۲</sup> | b    | Sig   |
|----------------|------|----------------|------|-------|
| شرایط فردی     | ۰/۳۸ | ۰/۱۴           | ۰/۳۴ | ۰/۰۰۰ |
| شرایط خانوادگی | ۰/۴۲ | ۰/۱۸           | ۰/۶۲ | ۰/۰۰۰ |
| رضایت از کشور  | ۰/۷۸ | ۰/۶۱           | ۰/۴۶ | ۰/۰۰۰ |

یافته‌های موجود در این جدول نشان می‌دهند که نگرش نسبت به فرهنگ جهانی با  
 متغیرهای ویژگی‌های فردی، ویژگی‌های خانوادگی و رضایت از کشور همبستگی  
 معناداری دارند. در اینجا بیشترین رابطه با متغیر رضایت از کشور و سپس، به ترتیب،  
 ویژگی‌های خانوادگی و ویژگی‌های فردی است.

شواهد نشان می‌دهند که نگرش نسبت به فرهنگ جهانی بیشترین هم‌تغییری را با  
 متغیر ویژگی‌های خانوادگی دارد. متغیرهای رضایت از کشور و ویژگی‌های فردی، هر  
 کدام با ۰/۴۶، ۰/۳۴، در تبیین نگرش نسبت به فرهنگ جهانی مؤثرند. از سوی دیگر،



هرگاه یک واحد تغییر در متغیرهای ویژگی‌های خانوادگی، رضایت از کشور و ویژگی‌های فردی ایجاد شود، به ترتیب  $0/62$ ،  $0/46$  و  $0/34$  واحد افزایش در نگرش نسبت به فرهنگ جهانی قابل تخمین است.

در ادامه ویژگی‌های فردی، ویژگی‌های خانوادگی و رضایت از کشور وارد رگرسیون چندگانه شده و تحلیل می‌شوند.

جدول شماره ۱۲: رگرسیون چندگانه نگرش نسبت به فرهنگ جهانی برحسب سه متغیر دیگر

| R    | R'   | F   | Sig   | Constan | B <sub>1</sub> | B <sub>2</sub> | B <sub>3</sub> | Bata <sub>1</sub> | Bata <sub>2</sub> | Bata <sub>3</sub> |
|------|------|-----|-------|---------|----------------|----------------|----------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 0/78 | 0/67 | 109 | 0/000 | 7/02    | 0/41           | 0/13           | 0/63           | 0/40              | 0/09              | 1/07              |

نگرش نسبت به فرهنگ جهانی = متغیر وابسته

رضایت از کشور ۳، شرایط خانوادگی ۲، شرایط فردی ۱ = پیش‌بینی‌کننده‌ها

شواهد نشان می‌دهند که تغییرات نگرش نسبت به فرهنگ جهانی، بهترین پرازش را با متغیرها دارد. بر مبنای یافته‌های موجود، نسبتی از واریانس متغیر نگرش نسبت به فرهنگ جهانی، که از طریق ترکیب خطی متغیرهای ویژگی‌های خانوادگی، ویژگی‌های فردی و رضایت از کشور تبیین شده، ۶۷ درصد است.

(رضایت از کشور)  $0/63$  + (ویژگی‌های خانوادگی)  $0/13$  + (ویژگی‌های فردی)  $0/41$  +  $7/02 = y$   
 در این تابع، عرض از مبدأ معادل  $7/02$  است؛ یعنی اگر تأثیر متغیرهای مستقل در معادله کنترل شوند، پایه نگرش نسبت به فرهنگ جهانی به اندازه  $7/02$  است. حال اگر متغیرهای مستقل وارد تحلیل شوند، به ازای هر واحد افزایش در متغیرهای رضایت از کشور، ویژگی‌های فردی و ویژگی‌های خانوادگی، به ترتیب،  $0/63$ ،  $0/41$ ،  $0/13$  واحد افزایش در نگرش نسبت به فرهنگ جهانی قابل تخمین است.

یافته‌های آزمون تجربی نشان می‌دهند که بین میزان نگرش نسبت به فرهنگ جهانی و ویژگی‌های خانوادگی و فردی و رضایت از کشور، رابطه وجود دارد ولی رضایت از کشور بیش از عوامل دیگر بر نگرش نسبت به فرهنگ جهانی مؤثر است. این گزاره مشاهده‌ای با گزاره تئوریک سوم تحقیق سازگار نیست. به عبارت دیگر، گزاره تجربی به دست آمده، گزاره تئوریک فرضیه سوم را تأیید نکرده و فرضیه ابطال گردیده است.

### نتیجه‌گیری

جهانی‌شدن موجب کاهش چشم‌گیر محدودیت‌هایی است که فضا و زمان بر



زندگی اجتماعی تحمیل می‌کنند. هرچقدر هزینه‌ها و محدودیت‌های نام‌برده کاهش می‌یابند، بر گستره زندگی اجتماعی و حجم و تراکم روابط و کنش‌های اجتماعی افزوده می‌شود. بنابراین، جهانی‌شدن فرهنگ را می‌توان در برگیرنده فرایندها و عواملی دانست که هرگونه محدودیت و بستار فرهنگی زندگی اجتماعی را تعدیل می‌کند یا از بین می‌برد. این وضعیت موجب شکل‌گیری و گسترش فرهنگی خاص در عرصه جهانی می‌شود که آن را فرهنگ جهانی می‌نامند. این فرهنگ ویژگی‌های خاص خود را دارد و دیدگاه‌های متفاوتی در مورد آن شکل گرفته است. عده‌ای به آن به عنوان امپریالیسم فرهنگی می‌نگرند (سمیرامین، پل سوئیزی، هری مگداف و جیوانی اریگی، ۱۳۸۰) و آن را کابوسی برای جهان انسانی می‌دانند.

نتایج این تحقیق، نشان می‌دهد که فقط ۲۲ درصد دانشجویان مخالف فرهنگ جهانی هستند. بنابراین، نتایج این تحقیق تز امپریالیسم فرهنگی را تأیید نکرده است. گروهی دیگر، با فرهنگ جهانی موافق می‌باشند. این گروه‌ها علاقمندند که یک جهان، یک حکومت و یک فرهنگ در بین همه انسان‌ها وجود داشته باشد. این نگرش با نام موافق فرهنگ جهانی مطرح شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که فقط ۱۱ درصد دانشجویان موافق فرهنگ جهانی هستند. بنابراین، نتایج نشان‌دهنده آن است که دانشجویان تسلیم محض فرهنگ جهانی نمی‌شوند و در برابر آن منفعل نیستند. برخی نظریه‌پردازان دیگر نیز مدعی هستند که فرهنگ جهانی، فرهنگی است متمایز از فرهنگ‌های خاص و فرایند جهانی شدن فرهنگ را نمی‌توان فرایند آمریکایی‌شدن جهان دانست. به نظر آنها فرهنگ جهانی، فرهنگی التقاطی، عام و بی‌زمان است (اسمارت، ۱۹۹۸). جریان جاری حوزه‌های فرهنگی - جغرافیایی گوناگون، همیشه در برگیرنده نوعی تحول، آمیزش، انطباق و داد و ستد فرهنگی است و فرهنگ پذیرا معمولاً به صورت دیالکتیکی با واردات فرهنگی برخورد می‌کند. باید انعطاف‌پذیری و پویایی فرهنگ‌های غیر غربی را نیز پذیرفت و اینکه آنها قابلیت بومی‌کردن واردات فرهنگ غربی را دارند و حتی جریان معکوس نفوذ فرهنگ غیرغربی در فرهنگ غربی نیز امکان‌پذیر است. فرهنگ جهانی هرچه باشد، صرفاً حامل هویت فرهنگی - جغرافیایی یا ملی خاصی نیست و عوامل و شرایطی وجود دارند که از تبدیل جهانی‌شدن فرهنگی به جهانی‌شدن صرف و ساده فرهنگ غربی جلوگیری می‌کنند (تاملینسون، ۱۹۹۹).

به جای جهانی‌شدن فرهنگی مبتنی بر فرهنگ و تمدن غرب، بهتر است از تجدید نامتمایز بی‌مکان سخن گفت. در واقع، آنچه در جهان اتفاق می‌افتد، فرایندی معطوف



به سلطه فرهنگ غربی نیست. بنابراین تصور می‌شود که آینده جهان نسبت به آنچه گفتمان‌های امپریالیسم فرهنگی و همگونی فرهنگی ادعا می‌کنند، متفاوت خواهد بود (تاملینسون، ۱۹۹۹). این رویکرد نسبت به فرهنگ جهانی با عنوان نگرش فعال معرفی شده است. نتایج این تحقیق، حاکی از آن است که ۶۷ درصد دانشجویان نگرش فعال نسبت به فرهنگ جهانی دارند.

عوامل مؤثر بر نگرش دانشجویان نسبت به فرهنگ جهانی چیست؟ بسیاری از عوامل بر این رویکرد تأثیر دارد. ویژگی‌های اجتماعی به دو زیرگروه خانوادگی و سیاسی تقسیم می‌شوند؛ زیرا، خانواده در ایران از جایگاه و اهمیت بالایی برخوردار بوده و بر روی فرد تأثیرگذار است و از سویی دیگر، میزان رضایت فرد از کشور نیز با رویکرد او نسبت به فرهنگ جهانی رابطه نزدیکی دارد (لطف‌آبادی، ۱۳۸۰). نمی‌توان میان امر فردی، شخصی و اجتماعی تمایز قائل شد و مرز روشنی ترسیم کرد. این فرض که امر کلان به امر خرد تعین می‌بخشد، کاملاً رد می‌شود و باید بر دیالکتیک فرد و جامعه تأکید کرد (جنیکنز، ۱۳۸۱). در این تحقیق نیز تأکید بر ویژگی‌های فردی و اجتماعی بوده است.

نتایج تحقیق حاکی از آن است که رضایت از کشور، بیش از دو عامل دیگر در تبیین نگرش نسبت به فرهنگ جهانی مؤثر بوده است. این در حالی است که پاسخ تحقیق، در چارچوب فرضیه، آن بوده که ویژگی‌های خانوادگی مؤثرتر است.

شاید این نتایج، از سویی نشان می‌دهد که تصور پژوهشگران از جایگاه خانواده، در جامعه‌پذیری جوانان، درست نیست و دیگر آن اولویت گذشته را ندارد. از سویی دیگر، نشان‌گر آن است که مسائل سیاسی و رضایت آنها از کشور هنوز بسیار قوی و تعیین‌کننده‌تر از دیگر عوامل است.

نتایج این مقاله حاکی از آن است که با افزایش مقطع تحصیلی، نگرش فعال قویتر می‌شود. ویژگی‌های خانوادگی از جمله پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده، با نوع نگرش رابطه معناداری دارد. درعین حال، رابطه جنسیت با نگرش، مورد تأیید قرار نگرفت. مطابق نتایج این تحقیق بین مقطع تحصیلی، سن و تعداد واحدهای گذرانده‌شده و پایگاه اقتصادی و اجتماعی و رضایت از کشور، رابطه معناداری وجود دارد و آن را تأیید می‌کند، ولی رابطه جنسیت و رشته تحصیلی با نوع نگرش تأیید نگردید.

در این تحقیق ۶۷ درصد دانشجویان، رویکردی فعال نسبت به فرهنگ جهانی دارند. به عبارت دیگر، فرهنگ جهانی را در کنار فرهنگ ایرانی می‌پذیرند و عناصری از آن را مورد پذیرش قرار می‌دهند.



جهانی‌شدن موجب می‌شود تا فرهنگ‌ها ضمن شناخت خود و تقویت خودآگاهی ملی، به همزیستی فرهنگی و استفاده از میراث مثبت تحول فرهنگ جهانی روی آورند و براساس عقلانیت، به سوی آموزه‌های استحکام جهانی و آگاهی ملی جهت یابند (گیدنز، ۱۳۷۸). نتایج این پژوهش حاکی از آن است که جوانان ایرانی نسبت به فرهنگ جهانی نگرشی فعال دارند که بیشتر تحت تأثیر رضایت از کشور قرار دارد. جهانی‌شدن فرهنگ با تحت تأثیر قرار دادن نگرش جوانان نسبت به فرهنگ جهانی و تنظیم ارتباطات اجتماعی، بر هویت‌یابی ملی آن تأثیر می‌گذارد و شکل آن را مشخص می‌کند. ایرانیان ویژگی‌های منحصر بفردی دارند که همه به آن معترفند. یکی از آن ویژگی‌ها، ماندگاری آنهاست. راز این ماندگاری در توانایی آنها در ترکیب فرهنگ‌های مختلف است؛ به طوری که به‌رغم حفظ ریشه‌ها و ارزش‌های خود، عناصر مثبت فرهنگ‌های دیگر را گرفته و به آن پیوند می‌زنند.

آیا نگرش ما به جهانی‌شدن و اعتراف به اینکه جهانی‌شدن امری است مقدر، بدان معناست که ناچار باید تسلیم آن شد و شکست در برابر آن را پذیرفت؟ هرگز چنین نیست. پذیرش جهانی‌شدن به معنای پذیرفتن واقعیت‌های موجود و رویارویی صحیح با حقایق علمی است. نخستین گام در راه تعامل مثبت و علمی با جهانی‌شدن و برنامه‌ریزی مناسب برای مواجهه با آن، پذیرفتن آن است. برای داشتن قدرت تعامل با جهانی‌شدن، به کار و تلاش بی‌وقفه نیاز داریم و برای به فعلیت رساندن نیروها و توانمندی‌های درونی خویش، محتاج بسیج ملی هستیم. راه حل در گرو آگاهی و هوشیاری نسبت به معنا و جوهر جهانی‌شدن و پیوستن هشیارانه به آن است، بدون آنکه در بحث و جدل دربارهٔ امور فرعی و صوری متعلق به عادات و شیوهٔ رفتار، که راه به عمق و جوهر نمی‌برد، گرفتار شویم (ص ۲۴). بنابراین، نگرش فعال نسبت به فرهنگ جهانی، ضرورتی است که توانایی آن در اسلامیت و ایرانیت ما وجود دارد. در صورت برخورد هوشیارانه با جهانی‌شدن و فرهنگ جهانی است که می‌توان از «خود» چنان محافظت کرد که نه یکسره در متغیرها فروغلتید و نه از آنها به کلی کناره جویید. بدین سان، این «خود» با «خودها»ی دیگر در ساختن فرهنگ مشترک جهانی مشارکت خواهد کرد.



## منابع :

- ۱- اولسون، دیوید (۱۳۷۷)؛ *رسانه‌ها و نمادها: صورت‌های بیان، ارتباط و آموزش*، مترجم محبوبه مهاجر، تهران: سروش.
- ۲- برگر، پیتر و هانتینگتون، ساموئل (۱۳۸۴)؛ *چندجهانی‌شدن*، مترجم: علی کمالی و لادن کیانمهر، تهران: انتشارات روزنه.
- ۳- بلیکی، نورمن (۱۳۸۴)؛ *طراحی پژوهش‌های اجتماعی*، مترجم حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- ۴- بهاء‌الدین، کامل (۱۳۸۴)؛ *ملیت در جهان بی‌هویت (چالش‌های جهانی‌شدن)*، مترجم حجت رسولی، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- ۵- تاملینسون، جان (۱۳۸۱)؛ *جهانی‌شدن و فرهنگ*، مترجم محسن حکیمی، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ۶- ترکی، محمد (۱۳۸۳)؛ *فرهنگ بومی و چالش‌های جهانی*، مترجم ماهر آموزگار، تهران: نشر مرکز.
- ۷- نوسلی، غلامعباس (۱۳۸۰)؛ *جستارهایی در جامعه‌شناسی معاصر*، تهران: جامعه ایرانیان.
- ۸- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)؛ *هویت اجتماعی*، مترجم: تورج یاراحمدی، تهران: نشر و پژوهش شیرازه.
- ۹- رابرتسون، رونالد (۱۳۸۰)؛ *جهانی‌شدن - تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی*، مترجم کمال یولادی، تهران: انتشارات ثالث.
- ۱۰- رواسانی، شاپور (۱۳۸۳)؛ *ویژه‌نامه همایش هویت ملی و جهانی‌شدن*، گردآورنده مهدی عباسی، تهران: بی‌نا.
- ۱۱- ریتزر، جورج (۱۳۷۵)؛ *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، مترجم محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
- ۱۲- ریگار، ژان پیر و دیگران (۱۳۷۸)؛ *ایران در قرن بیستم: بررسی اوضاع سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ایران در یکصد سال اخیر*، مترجم عبدالرضا مهدوی، چاپ دوم، تهران: نشر البرز.
- ۱۳- سوئیزی، پل و دیگران (۱۳۸۰)؛ *جهانی‌شدن با کدام هدف؟*، مترجم ناصر زرافشان، تهران: نشر آگه.
- ۱۴- شایگان، داریوش (۱۳۷۸)؛ *افسون‌زدگی جدید: هویت چهل‌تکه و تفکر سیار*، تهران: نشر و پژوهش فرزانه روز.
- ۱۵- شولت، یان آرت (۱۳۸۲)؛ *نگاهی موشکافانه بر پدیده جهانی‌شدن*، مترجم مسعود کرباسیان، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- ۱۶- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)؛ *عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌ای*، مترجم علی پایا؛ جلد اول، ظهور جامعه شبکه‌ای، تهران: طرح نو.
- ۱۷- گل محمدی، احمد (۱۳۸۱)؛ *جهانی‌شدن فرهنگ و هویت*، تهران: نشر نی.
- ۱۸- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸)؛ *تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، مترجم ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- ۱۹- لطف‌آبادی، حسین (۱۳۸۴)؛ *بررسی تأثیر نحوه نگرش دانش‌آموزان دبیرستانی و پیش‌دانشگاهی ایران به جهانی‌شدن و تأثیر آن بر ارزش‌ها و هویت دینی و ملی آنان*، تهران: سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی درسی آموزش و پرورش.



۲۰- واترز، مالکوم (۱۳۷۹)؛ *جهانی‌شدن*، مترجم اسماعیل مردانی گیوی، سیاوش مریدی، تهران، نشر سازمان مدیریت صنعتی.

- 21- Albrow, M. (1996); *The Global Age*. Cambridge: Polity Press.
- 22- Beyer, P. (1994); *Religion and Globalization*. London: Sage.
- 23- Bauman, Zygmunt. (1995); "From Pilgrim to Tourist-or a Short History of Identity". In Stuart Hall & Paul Du Gay (eds.) *Questions of Cultural Identity*. London: Sage Publications. pp. 18-36.
- 24- Friedman, J. (1994); *Cultural Identity & Global Process*. London: Sage.
- 25- Giddens, A. (1994); *Living in a Post-Traditional Society*. In Beck, Giddens and Lash, Reflexive Modernization.
- 26- Giddens, A. (1991); *Modernity and Self Identity*. Cambridge: Polity Press.
- 27- Harvey, D. (1989); *The Condition of Postmodernity*. Oxford: Blackwell.
- 28- Smart, B. (1998); *Nationalism and Modernism*. London: Routledge.
- 29- Tomlinson, J. (1999); "Globalized Culture: The Triumph of the West?" In Skelton and Allen (eds) *Culture and Global Change*. London: Routledge.



