

کاوشی نظری پیرامون پدیده جهانی شدن و امپریالیسم فرهنگی - رسانه‌ای: یکسان‌سازی و همگونی فرهنگی

میثم فرخی، دانش‌آموخته دکتری فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام)
mfarokhi65@gmail.com

تاریخ دریافت مقاله: فروردین ۹۴ تاریخ پذیرش نهایی: تیر ۹۴

چکیده

جهانی‌شدن پدیده‌ای است که از دهه‌های پایانی قرن بیستم و سال‌های آغازین قرن بیست و یکم بر مسائل جهانی، ملی و حتی فردی سایه افکنده است. روند بی‌وقفه‌ی این پدیده تقریباً همه عناصر خرد و کلان جامعه بشری را در سطوح گوناگون در معرض تغییر قرار داده است. بر این مبنا مقاله‌ی مذکور بر آن است که در ابتدا به واکاوی مفهوم جهانی‌شدن، بستر زمانی آن، تعاریف جهانی‌شدن، مکاتب و رویکردهای مرتبط با این پدیده بپردازد. در ادامه مفاهیم امپریالیسم فرهنگی و رسانه‌ای مورد مذاقه نظری و علمی قرار می‌گیرند و پس از آن نویسنده به نسبت و به‌عبارت دیگر پیوند میان جهانی‌شدن و امپریالیسم فرهنگی - رسانه‌ای می‌پردازد. بر این اساس جهانی‌شدن و امپریالیسم (فرهنگی - رسانه‌ای) به مثابه‌ی مفاهیمی بین‌المللی هم‌راستا و هم‌جهت با یک‌دیگر در نظر گرفته می‌شوند که در یک مسیر مشترک گام بر می‌دارند و هدف آن گسترش و صدور ارزش‌ها، باورها و اولویت‌های سبک زندگی کشورهای مسلط در جهان جهت تسخیر افکار عمومی سایر کشورها می‌باشد. این مفاهیم دو روی یک سکه هستند که در جهت همگون‌سازی، یکپارچه‌سازی و یکسان‌سازی دیگر فرهنگ‌ها حرکت می‌کنند و هدف آن‌ها تضعیف فرهنگ‌های بومی و محلی و استحاله آن‌ها در فرهنگ جهانی است. در انتهای این نوشتار نیز نویسنده در پاسخ به مشکلات متعدد بین‌المللی در قرن ۲۱ در نظام جهانی به‌عنوان پیشنهاد این موضوع را عنوان می‌کند که امروزه در عصر نوین اطلاعاتی و ارتباطی، فرایند جهانی‌شدن نیازمند بازسازی و آرایش مجدد بر اساس تنوع و تکثرهای فرهنگی و اجتماعات محله‌ای و منطقه‌ای می‌باشد؛ به گونه‌ای که هر یک از فرهنگ‌های مذکور به مثابه‌ی یک کنشگر و یا بازیگر بتوانند در عرصه و صحنه بین‌المللی و جهانی به ایفای نقش و جایگاه فرهنگ خود بپردازند و همچنین توانایی ارائه و انتقال مداوم سرمایه‌ی فکری و فرهنگی خود به دیگر فرهنگ‌ها را داشته باشند.

واژگان کلیدی

جهانی‌شدن، امپریالیسم، امپریالیسم فرهنگی، امپریالیسم رسانه‌ای، یکسان‌سازی فرهنگی.

مقدمه

گرفته است. در قسمت پایانی نیز تلاش شده تا نسبت و به عبارت دیگر پیوند میان جهانی شدن و امپریالیسم مشخص و معین گردد. و همچنین به این سوال پاسخ داده شود که در شرایط فعلی نظام جهانی که چشم‌انداز نه چندان روشنی از مشکلات متعدد جهانی در قرن ۲۱ را پیش روی خود دارد چه می‌توان کرد؟ آیا در عرصه بین‌المللی نیاز به تجدید نظر در دیدگاه‌های جهانی شدن و ورود به عرصه‌ها و فضا‌های جدید نظریه‌پردازی همسو با تحولات و تغییرات جهانی احساس نمی‌شود؟ که در این زمینه نویسنده به تنوع و تکثرهای فرهنگی و اجتماعات محلی و منطقه‌ای می‌پردازد.

۱- مفهوم جهانی شدن (Globalization)

۱-۱- بستر زمانی

همان‌طور که واترز (۱۹۹۵) بیان کرده است لفظ جهانی (Global) از ۴۰۰ سال پیش تاکنون مورد استفاده محققان با دیدگاه‌های متفاوت بوده است. (Waters, 1995) اگرچه لفظ جهانی شدن (Globalization) از حدود ۱۹۶۰ مورد استفاده قرار گرفته است و فرهنگ لغات وبستر در سال ۱۹۶۱ اولین لغت‌نامه‌ای بود که لفظ جهانی شدن را تعریف کرد، اما مفهوم جهانی شدن از نیمه دهه ۱۹۹۰ به‌عنوان یک بحث علمی جدی مورد توجه و مطالعه محققان قرار گرفت. (Robertson, 1992: 8) در همین راستاست که اسکات (۲۰۰۳) جهانی شدن را عامل شکننده‌ای برای اندیشه‌های آکادمیک در آغاز قرن بیست و یکم می‌داند.

به تعبیر کوهن و کندی تغییر روابط زمان و مکان و فرهنگ منشأ ظهور «زمینه اجتماعی» جدیدی شده است که مستلزم جامعه‌شناسی جهانی جدید است. (Cohen, 2000: 5) Kennedy & در واقع جامعه نسبتاً محلی و بسته گذشته، تبدیل به یک جامعه فرا محلی، جهانی و یا محلی - جهانی شده است که از همه گذشته تاریخ، سریعتر با فرهنگ‌ها و جوامع دور رابطه برقرار می‌کند. (Schuerkens, 2003: 21) هلد و مک گرو به چهار موج یا نقطه عطف در سیر تحول مفهوم جهانی شدن اشاره می‌کنند: نظری، تاریخی، نهادی و شالوده شکنانه. در موج اول، اندیشمندانی مانند گیدنز، آلبرو، هاروی، اوهای، روزنا و.. به نظریه‌پردازی پرداخته‌اند. در موج دوم یعنی موج تاریخی افرادی مثل هلد و مک گرو،

جهانی شدن پدیده‌ای است که در دهه‌های پایانی قرن بیستم و سنوات آغازین قرن بیست و یکم بر مسائل منطقه‌ای، ملی، جهانی سایه انداخته (قیصری، ۱۳۸۲: ۳۹۶) و بیش از هر پدیدار دیگری توجه برنامه‌ریزان و پژوهشگران حوزه‌های مختلف به‌ویژه اندیشمندان حوزه علوم اجتماعی به‌ویژه فرهنگ و ارتباطات را به خود جلب کرده است. روند بی‌وقفه‌ی این پدیده تقریباً همه عناصر خرد و کلان جامعه بشری را در سطوح گوناگون در معرض تغییر قرار داده است. باید توجه داشت که جهانی شدن با مفهوم جدید آن، محصول تعاملات فراملی است که طی ۲۰ تا ۳۰ سال گذشته عینیت پیدا کرده است. (Waters, 1995: 36) اما با این وجود علی‌رغم تعاریف متعدد در مورد ماهیت این پدیده، ابعاد و گستردگی آن هنوز اجماعی بین پژوهشگران صورت نگرفته و هر یک از آنان با توجه به دغدغه‌های ذهنی خویش از منظری خاص به جهانی شدن نگریسته و بر آن اساس تعریفی از آن ارائه داده‌اند. اما نکته حائز اهمیت در این زمینه آن است که اگرچه مفهوم و تعریف مشخص و مورد توافقی نسبت به جهانی شدن وجود ندارد، ولی از مجموعه نظریه‌ها فهمیده می‌شود که جهانی شدن به عنوان یک واقعیت وجود دارد. (Bartelson, 2000: 181)

از این رو موضوع اصلی این مقاله آن خواهد بود تا پس از واکاوی پیرامون دو پدیده جهانی شدن و امپریالیسم فرهنگی - رسانه‌ای به بررسی رابطه و پیوند میان این دو مفهوم پرداخته شود. نگارنده پیرامون مفهوم جهانی شدن به بستر زمانی، چستی جهانی شدن و مکاتب و رویکردهای آن می‌پردازد. در این راستا جهانی شدن، پدیده‌ای دو وجهی است که بخشی از آن نتیجه روند طبیعی گسترش فناوری‌های ارتباطی و جهانی شدن نظام سرمایه‌داری و بخش دیگر آن، پروژه‌ای و برنامه‌ریزی شده است که بیشتر در حوزه سیاست‌های جهانی و در پیوند با اهداف سیاسی قدرت‌های بزرگ جهانی شکل گرفته است اما به نظر این نوشتار وجه غالب این مفهوم جنبه‌ی پروژه‌ای آن است که در عرصه‌ی بین‌المللی ظهور و بروز عینی و واقعی دارد و همین جنبه باعث یکسان‌سازی و همگونی فرهنگی در جهان شده است. در قسمت بعد مفاهیم امپریالیسم فرهنگی - رسانه‌ای مورد بحث و تأمل نظری قرار

انقلاب ارتباطی در جهان، گسترش بازار جهانی، تقسیم کار نوین بین‌المللی، گسترش ارزش‌های دموکراتیک و حرکت افراد نیروهای بنیادینی هستند که جهانی شدن را حتی بعد از ۱۱ سپتامبر پیش می‌برند. (Held and McGrew, 2007:4) چه بسا همین دوگانه انگاری (نگاه مثبت و منفی) بود که در قرن بیست و یکم جیمز میتلمن (James mitelman) را بر آن داشت تا در کتاب سندرم جهانی شدن (۲۰۰۰)، تصریح کند که برای درک معنای دقیق این پدیده می‌بایست آن را نه تنها از دیدگاه اثباتی و بهره‌گیران مورد توجه قرار داد، بلکه مهم‌تر است تا جهانی شدن را از دیدگاه کسانی که از این فرآیند آسیب دیده‌اند توصیف کرد. (Mittelman, 2000)

۱-۲- چستی جهانی شدن

مفهوم Globalization در زبان فارسی بیشتر به جهانی شدن ترجمه شده است. شاید واژه‌ی جهان گسترتری ترجمه‌ی دقیق‌تری برای آن باشد. واژه‌ی Globalization که اخیراً به یکی از پرکاربردترین و رایج‌ترین مفاهیم علوم انسانی تبدیل شده، اسم مصدر از مصدر جعلی Globalize ساخته شده است. در فرهنگ‌های زبان برای این صفت سه معنا قائل شده‌اند:

۱. گرد مثل توپ یا کره
۲. مقولات مربوط یا شامل در کره‌ی زمین و اصولاً در سراسر جهان
۳. کلی یا جهان شمول

واژه Globalization با توجه به معنای سوم ساخته شده و ظاهراً فعل آن هم لازم است و هم متعدی و به‌همین دلیل می‌توان آن را از یک سو «جهان‌شمول کردن» یا «یکپارچه کردن» و از سوی دیگر «جهان‌شمول شدن» یا «یکپارچه شدن» ترجمه کرد. معنایی که در حال حاضر نوشتارها و گفتارهای علوم انسانی از آن مراد می‌شود، بر تحول همه جانبه‌ای دلالت دارد که نه تنها بعد جغرافیایی کره‌ی خاکی را در بر می‌گیرد، بلکه افزون بر آن، بر همه‌ی ابعاد زندگی دنیایی انسان تاثیر می‌گذارد. به‌عبارت دیگر ما با پدیده‌ای روبه‌رو هستیم که در سراسر جهان واقعاً گسترده شده است. پس به‌نظر واژه جهان گسترتری بهتر از دیگر واژه‌ها است. (رجایی، ۱۳۸۰: ۲۱-۲۲) اما با این وجود هنوز تعریف واضح،

هرست و تامپسون، فرانک، کاستلز و بالدوین به این مسئله پرداخته‌اند که تحولاتی که به جهانی شدن نسبت داده می‌شوند تا چه حد جدید و نوظهورند. در موج سوم یا نهادی افرادی چون هی، واتسون و پوگ به ارزیابی همگرایی‌ها و واگرایی‌های ناشی از جهانی شدن پرداخته‌اند و در موج چهارم یا شالوده‌شکنانه که بازتاب اندیشه‌های پساساختارگرا و سازه‌انگارانه است و تحولات کنونی به مثابه جهانی شدن رقیب یا آنچه هافمن «برخورد جهانی شدن‌ها» می‌نامد در نظر گرفته می‌شود. (Held and McGrew, 2007:5-6) برخی محققان مانند کازلارک (۲۰۰۱) از این تکثر مفهومی استقبال می‌کنند و آن را لازمه مفهوم جهانی شدن می‌دانند. برای نمونه این محقق با انتقاد از اروپامحوری نهفته در مفهوم جهانی شدن، از ضرورت توجه به تفاوت‌ها و رخدادهای متکثر در عرصه جهانی سخن می‌گوید که راه را برای ارائه‌ی نظریه‌ی انتقادی از جهانی شدن و اجتناب از جهان شمول انگاری (universalism) در نظریه‌پردازی در باب امر جهانی هموار می‌کند. (Kozlarek, 2001) یان بروف نیز به سه موج نظریات جهانی شدن اشاره می‌کند: در موج اول با کاهش قدرت دولت و افزایش محدودیت‌های آن بر اثر همگرایی‌های اقتصاد جهانی مواجه هستیم. در موج دوم، این تلقی وجود دارد که تحولات اقتصادی جهانی به لحاظ ماهوی و کیفی تحولانی جدید و بی‌سابقه نیستند و دولت‌ها همیشه برای رویارویی با جریان‌های اقتصادی فرا ملی بر دامنه‌ی نفوذ اقتصادی خود افزوده‌اند نه این که عقب کشیده باشند. موج سوم، نظریات که به دیدگاه شخصی بروف نزدیک‌تر است جهانی شدن روایتی بر ساختی و پدیده‌ای گفتمانی، تصادفی، پیچیده، ناهمگون و گسست آفرین است و نمی‌توان آن را پدیده‌ای برکنار و منفک از کنش‌ها و برداشت‌های انسانی دانست. براساس این برداشت پساساختارگرایانه جهانی شدن روایتی است که در جهان معاصر تولید و مصرف می‌شود تا زندگی انسان را امکان‌پذیر و معنادار کند. به‌عبارت دیگر، جهانی شدن مفهومی هژمونیک برای فهم پذیر کردن فرآیندها، جریان‌ها و گرایش‌های متمایز، متفاوت و ناهمگونی است که برخی بر برخی دیگر مسلطند (Bruff, 2005:263-70) با این وجود، هلد و مک‌گرو در جواب به منتقدان جهانی شدن برآنند که

شفاف و گویایی که بتواند تمامی جوانب و زوایای این پدیده را بازگو کند و از سوی دیگر مورد اجماع متفکرین و نظریه پردازان این حوزه واقع شود، وجود ندارد.

پژوهشگران از دیدگاه‌های مختلف به بررسی این مفهوم پرداخته و هر کدام وجوه و چشم اندازهای متفاوتی از آن را دارای اهمیت یافته‌اند و بدان پرداخته‌اند برای مثال بعضی هم چون جیمسون (۱۹۹۸) با نگاه فلسفی به تحلیل جهانی شدن پرداخته‌اند. نک چونگ (۱۹۹۸) ادبیات و گفت‌وگوهای جهانی را مورد بررسی قرار داده است. مفاهیم ابزاری جهانی شدن جنبه دیگری است که مورد توجه جامعه‌شناسانی چون گیدنز (۲۰۰۲) قرار گرفته است. جودی (۲۰۰۰) در مقاله اخیر خود از جهانی شدن در قلمرو حقوق صحبت می‌کند که البته آن را از حقوق بین‌الملل متمایز می‌نماید. جامعه‌شناسان سیاسی به مفهوم قدرت در مدار جهانی آن توجه کرده‌اند (من ۱۹۹۶، هلد و همکاران ۱۹۹۹) گروه عمده دیگری حوزه‌های اقتصاد جهانی (هرست و تامسون، ۱۹۹۶) را هدف گرفته‌اند و در نهایت فرهنگ‌گراها (رابرتسون، ۱۹۹۲، فیدرستون، ۱۹۹۵) ابعاد فرهنگی جهانی شدن را توسعه داده‌اند. مانوئل کستلر (۱۹۹۹) معتقد است که اطلاعات تکنولوژی‌های الکترونیک منشأ اصلی تحول بوده‌اند. او مراحل نوآوری تکنولوژی الکترونیک را مبتنی بر سه مرحله می‌داند: میکروالکترونیک، کامپیوتر، مخابرات. همین تحول تکنولوژیک الکترونیک است که سخت‌افزار جهانی شدن را فراهم آورد و وسعت جهانی به ارتباطات بخشید. (عاملی، ۱۳۸۳: ۱۸-۱۹)

در کل می‌توان گفت که کثرت تعاریف موجود درباره‌ی جهانی شدن، دال بر ابهام و عدم تعیین حدود و جوانب آن است. البته چنین امری جای تعجب ندارد زیرا اصطلاح جهانی شدن، بیانگر منظومه‌ی از پدیده‌ها و حوادث گسترده جهانی است که هنوز در حال شکل‌گیری و تکوین است و تاکنون به سطح نهایی خود نرسیده است و حتی تصور کاملی از حالت نهایی آن پدید نیامده است.

با مقدمه مذکور در ذیل برخی از تعاریف متعدد و مختلف از دیدگاه نظریه‌پردازان جهانی شدن ارائه می‌گردد:

آنتونی گیدنز با نگاه کارکردگرایی فارغ از قلمروهای جهانی شدن به تحلیل ماهیت و کارکردهای جهانی شدن می‌پردازد. او جهانی شدن را تقاطع و ارتباط «حاضر» و

«غایب» و یا «فعالیت از راه دور» می‌داند. از نظر گیدنز مهم‌ترین ساحت جهانی شدن، جهانی شدن ارتباطات است. صنعت ارتباطات است که منشأ یکی شدن فضای جهانی شده است و ارتباطات بین فردی، فرد با گروه و گروه با گروه را متحول کرده است. وی جهانی شدن را «فشرده شدن روابط اجتماعی در سطح جهانی به گونه‌ای که مکان‌های دورافتاده را به یک‌دیگر وصل کند و فاصله زمانی را در روابط اجتماعی از بین ببرد» می‌داند. (Giddens, 2001: 245)

بارتلسون درجات جهانی شدن را در قالب سه مفهوم انتقال (transference) تحول (transformation) و فراروی (transcendence) توضیح می‌دهد. جهانی شدن به مثابه انتقال به این معناست که تبادل بین واحدهای موجود در فرآیند جهانی شدن منجر به تغییر ماهیت و هویت آن‌ها نمی‌شود؛ یعنی ماهیت نظام هم‌چنان مبتنی بر واحدهای فرهنگی و اقتصادی محلی و ملی است. فراتر از این، جهانی شدن به مثابه تحول به این معناست که کلیت مرزبندی‌ها، قواعد و اعضای نظام و در واقع کلیت تعاملات انسانی دچار تحول می‌شوند. به این معنا نوعی تقسیم حوزه‌های صلاحیت بین دولت و مراکز اقتدار بیرون از دولت وجود دارد. اما در سطحی بسیار عمیق، جهانی شدن به مثابه فراروی به معنای تغییر ماهوی کنش‌گران، نفی تمایز درون/برون، تغییر شرایط وجودی واحدها و شبکه‌ای شدن هویت و قدرت در عرصه جهانی است (Bartelson, 2000: 284-290)

هلد (۲۰۰۱) جهانی شدن را پدیده‌ای مکانی می‌داند که مرتبط با گسترش و فشردگی روابط و شبکه‌ها در جوامع انسانی است. (Held, 2001) به نظر شولت جهانی شدن را می‌توان در پنج معنای متفاوت به کار برد. بین‌المللی شدن (internationalization)، آزادسازی (liberalization) جهانی‌گرایی (globalism) غربی‌سازی (westernization) و قلمروزدایی. (deteritorialization) او خود معنای آخر را می‌پذیرد و جهانی شدن را فرآیندی مستمر می‌داند که جهان را به «سپهر اجتماعی تقریباً بدون مرز» تبدیل می‌کند. او معتقد است: «تقسیم‌بندی‌های جغرافیایی باقی خواهد ماند، ولی جغرافیای سیاست جهانی دیگر محدود به قلمرو سرزمینی کشورها نخواهد بود» (شولت، ۱۳۸۴: ۴۷-۴۹)

مارکسیستی، جامعه شناختی و سازه‌انگاران (به‌طور مختصر) مورد بررسی قرار داد:

۱. لیبرالیستی: نظریه‌پردازانی مانند هلد، مک گرو، نای، کوهن و اوهمای جهانی شدن را دگرگونی تدریجی همراه با گسترش لیبرال دموکراسی می‌دانند. (رمضان زاده، ۱۳۸۸: ۱۱۳) از منظر این رویکرد، جهانی شدن فرایند جدیدی در تاریخ بشری است که با پیروزی الگوی لیبرالیسم در عرصه اقتصادی و سیاسی و مدیریت جهانی آغاز می‌شود. بسیاری از لیبرال‌ها بر این باورند که گسترش هنجارها و ارزش‌های مشترک، به گسترش حکومت‌های دموکراتیک و متکی بر نمایندگی ملت منجر می‌شود که نوعی وابستگی متقابل روانی را نیز ایجاد می‌کند. جوامعی که حول چنین اصول دموکراتیکی هم‌چون: حقوق فردی، تساوی در برابر قانون، حاکمیت اکثریت و رعایت حقوق اقلیت سازماندهی می‌شوند، پذیرای حل و فصل مسالمت آمیز اختلافات و همکاری و توافق هستند. (کلی، ۱۳۸۴: ۱۲۵)

۲. رئالیستی: از منظر رئالیستی افرادی چون والتز، گیلپین، کراسنر و گراهام تامپسون وجود پدیده جهانی شدن یا نو بودن آن را به دیده تردید می‌نگرند. در این تلقی، جهانی شدن پدیده جدید و بدیعی نیست، بلکه چهره جدیدی از بازی قدرت در سیاست جهانی است. از این منظر، جهانی شدن فرایندی است که از دیر زمان در تاریخ بشر وجود داشته، اما در حال حاضر شتاب بیشتری یافته است. (امیری، ۱۳۹۰: ۸۶-۸۷)

۳. مارکسیستی: بر اساس این رویکرد متفکرانی چون امین، والرشتاین و هابرماس جهانی شدن را گسترش نظام استثمارگر سرمایه‌داری می‌دانند. برای مثال واندانا شیوا با این رهیافت (مارکسیستی) به جهانی شدن می‌نگرد. او سه موج جهانی شدن را استعمار غرب، پروژه توسعه غربی و تجارت آزاد می‌داند. در موج اول، کشورهای اروپایی به استعمار قاره‌های آمریکا، آفریقا، آسیا و استرالیا پرداختند. بعد از این موج که از نظر این محقق ۱۵۰۰ سال به طول انجامیده است با موج دوم جهانی شدن مواجه هستیم. در موج دوم و از نیمه دوم قرن بیستم، جهانی شدن در قالب تحمیل مفهوم غربی «توسعه» به کشورهای غیر اروپایی ادامه یافت. در موج سوم، جهانی شدن در قالب تجارت آزاد درآمد و نهادهای بین‌المللی مثل سازمان تجارت جهانی و بانک جهانی از سال

از طرف دیگر سرزلاتوشه متفکر چپ‌گرای فرانسوی جهانی شدن را مرحله‌ای دیگر از فرایند غربی‌سازی جهان می‌داند، که در دورانی از تاریخ، به‌صورت جنگ‌های صلیبی و در دورانی دیگر، به‌صورت استعمار سپاهان توسط سفیدها تکرار شده است. لاش و یوری معتقدند که جهانی شدن در واقع جهانی شدن سرمایه‌داری غرب است. جان اسپوزیتو از جهانی شدن به‌عنوان یک خطر و تهدید بالقوه در راستای آمریکایی شدن تعبیر می‌کند و می‌گوید: «از یک طرف جهانی شدن به این معناست که ما به‌طور فزاینده در زمینه‌های سیاسی، اقتصادی و غیره به یکدیگر متکی و وابسته هستیم، خواه به‌نظر خوشایند بیاید یا خیر. اما یک نگرانی به‌جا وجود دارد و آن این‌که از سوی برخی یا شاید بسیاری خطر جهانی شدن ممکن است به معنی یک غربی شدن بزرگتر باشد. حتی در اروپا بسیاری از اروپاییان این تهدید را در خطر غربی شدن نمی‌دانند بلکه آن‌را در «خطر آمریکایی شدن» تلقی می‌کنند. موزیک آمریکایی، فیلم آمریکایی، ارتباطات آمریکایی و دیدگاه‌های آمریکایی و...» (آشناگر، ۱۳۸۸: ۸-۷) لایز و کاتز نیز جهانی شدن را به مثابه سلطه بی‌چون و چرای تمدن و فرهنگ غرب می‌دانند: «استیلا، همان چیزی است که در «لس آنجلس» بسته‌بندی شده، سپس به «دهکده جهانی» ارسال شود و آن‌گاه در مغز انسان‌های بی‌گناه می‌نشیند.» (Lieves & Kats, 1993: 124)

در مجموع می‌توان این گفت که جهانی شدن، پدیده‌ای دو وجهی است که بخشی از آن نتیجه روند طبیعی گسترش فناوری‌های ارتباطی و جهانی شدن نظام سرمایه‌داری و بخش دیگر آن، پروژه‌ای و برنامه‌ریزی شده است که بیشتر در حوزه سیاست‌های جهانی و در پیوند با اهداف سیاسی قدرت‌های بزرگ جهانی شکل گرفته است اما به‌نظر می‌رسد وجه غالب این مفهوم جنبه‌ی پروژه‌ای آن است که در عرصه‌ی بین‌المللی ظهور و بروز عینی و واقعی دارد.

۱-۳- رویکردهای نظری به جهانی شدن

برای ارزیابی تعاریف ارائه شده در خصوص جهانی شدن، می‌توان مجموع تعاریف را از منظر پنج‌گرایش نظری یا چهارچوب مفهومی یعنی رویکردهای لیبرالیستی، رئالیستی،

از تعبیر استعمار نو درباره آن استفاده می‌شود. در این نظریه کشورهای غربی به سرکردگی آمریکا تمام تلاش خود را به عمل می‌آورند تا بر نهادهای مالی بین‌المللی در دنیا سلطه پیدا نمایند. (Johnston, 2000: 375) رابرت کاکس امپریالیسم را «سلطه یک کشور بر دیگر کشورها با هدف تغییر رفتار خارجی آن‌ها و تضمین حداقل اشکال پذیرفته شده از رفتار داخلی آن‌ها» تعریف می‌کند. (Cox, 2004: 601). هارت و نگری امپریالیسم را نه مرکز قدرت سرزمینی با مرزهای مشخص بلکه دستگاه فرمان‌روایی غیرمتمرکز و غیرسرزمینی می‌دانند که مدیریت‌کننده هویت‌های مختلط، سلسله مراتب‌های منعطف و تبادلات متکثر از طریق شبکه‌های منعطف فرماندهی و هدایت است (Callahan, 2004: 582-583). نکسون و رایت نیز روابط مرکز پیرامون را جزیی مهم از ساختار امپریالیسم به حساب می‌آورند (Nexson and Wright, 2007: 258). از منظر بارکوی و لفی (در مقاله‌ای خود) امپریالیسم یا روابط امپریالی در بستری از روابط اجتماعی متراکم سلسله مراتبی شکل می‌گیرد که در آن، مرزهای ملی دیگر ظرف‌های نفوذ ناپذیری تلقی نمی‌شوند. (Barkawi and Laffey, 2002: 110-111).

پس جوهره اصلی امپریالیسم را می‌توان سلطه یک کشور بر کشوری دیگر دانست که این سلطه از طریق مستقیم و یا غیرمستقیم و مبتنی بر مجموعه‌ای از نظارت‌های نظامی، سیاسی و اقتصادی اعمال می‌شود. (سعیدی، ۱۳۹۰: ۵۹) طرف‌داران این نظر را جنبش‌های ضد جهانی‌شدن، منتقدان سیاست خارجی آمریکا در منطقه خاورمیانه و سایر جاه‌ها، حرکت‌های ملی‌گرایی در جهان سوم، مارکسیست‌ها و سایر کسانی تشکیل می‌دهند که امپریالیسم را پروژه‌ای مستمر می‌دانند که اقدامات آن شبیه عملکرد استعماری است و بر اساس آن شیوه‌های استیلاجویانه قدرت‌های اروپایی، ژاپن و آمریکا در قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم ادامه داده می‌شود. (Hardt and Negri, 2000: 15) این گروه غالباً کشورهای امپریالیستی را به‌خاطر سیاست‌های استثمار و تحقیر کشورهای جهان سوم محکوم می‌کنند و دلیل وقوع حوادثی مانند ۱۱ سپتامبر را عملکرد توسعه‌طلبانه امپریالیستی می‌دانند. (Brewer, 1980: 18-32)

۱۹۹۵ به بعد روند جدید جهانی‌شدن را در قالب سیاست‌های نولیبرال پیش بردند. این محقق با انتقاد از این روند طولانی بر این نظر است که جهانی‌شدن همیشه با خشونت، تحمیل و نابرابری همراه بوده است و می‌توان آن را «تحمیل اراده اقتصادی شمال به بقیه جهان» نامید. (Shiva, 2000: 131-2) ۴. جامعه‌شناختی: از منظر جامعه‌شناختی افرادی چون گیدنز، رابرتسون، آلبرو و واترز جهانی‌شدن را در بطن و جوهره پدیده‌های اجتماعی و عامل تغییر در بنیادهای زندگی اجتماعی بشر می‌دانند. (سلیمی، ۱۳۸۴: ۲۳-۲۴) برای مثال رونلد رابرتسون جهانی‌شدن را «درهم فشرده شدن جهان و هم تراکم آگاهی نسبت به جهان به‌عنوان یک کل» تعریف می‌کند. (رابرتسون، ۱۳۸۰: ۳۵) و یا آنتونی گیدنز «جهانی‌شدن را به مثابه افزایش و تقویت روابط اجتماعی در گستره‌ی جهان تعریف می‌کند که مناطق جغرافیایی دور از هم را به گونه‌ای به یکدیگر ارتباط می‌دهد که رویدادهای واقع شده در یک نقطه بر اتفاقات منطقه دیگر که در فاصله بسیار دور واقع شده اثر می‌گذارد و بالعکس» (Giddens, 1990) به نقل از شولت، ۱۳۸۴: ۴۹)

۵. سازه‌انگاران: بالاخره اندیشمندانی مانند توماس ریس و یان کلارک از منظر سازه‌انگاری به جهانی‌شدن می‌نگرند. توماس ریس بر این باور است که سازه‌انگاری به‌خوبی می‌تواند گسترش هنجارها و الگوهای فرهنگی ناشی از جهانی‌شدن را توضیح دهد و امکان بررسی نقادانه نظام‌های معنایی در گفتمان جهانی‌شدن را فراهم کند. (Riss, 2007: 141-2) یان کلارک نیز مزیت سازه‌انگاری در تحلیل جهانی‌شدن را توجه هم‌زمان به ابعاد مادی و معنایی واقعیت بین‌المللی می‌داند. او معتقد است که درهم‌تنیدگی قلمروهای ملی و بین‌المللی در فرآیند جهانی‌شدن، اتخاذ رویکرد نظری‌ای را ایجاب می‌کند که ابعاد مختلف جهانی‌شدن را در کلیت یکپارچه آن تحلیل کند و سازه‌انگاری بهترین رویکرد برای این منظور به‌شمار می‌آید. (کلارک، ۱۳۸۲: ۳۶۰-۳۵۸)

۲- امپریالیسم (Imperialism)

امپریالیسم واژه پیچیده‌ای است که عمدتاً به نفوذ اقتصادی و ناشایست کشورهای شمال اطلاق می‌گردد و گاهی اوقات نیز

سبک‌ها و الگوها، که محور اصلی تولیدات فرهنگی امپریالیستی را شکل می‌دهند، توجه می‌شود. (امیری، ۱۳۸۸: ۵۶) بلتران (۱۹۷۸) امپریالیسم فرهنگی را «فرایندی واقعی از نفوذ اجتماعی می‌داند که از طریق آن یک کشور، مجموعه باورها، ارزش‌ها، دانش و هنجارهای رفتاری خود و نیز تمامی شیوه زندگی‌اش را بر کشورهای دیگری تحمیل می‌کند.» تانستال (۱۹۹۷) بیان می‌دارد که «نظریه‌ی امپریالیسم فرهنگی بر آن است که فرهنگ‌های محلی، اصیل و سنتی در بسیاری از بخش‌های جهان در زیر انبوه عظیمی از فرآورده‌های فریننده تجاری و رسانه‌ای عمدتاً آمریکایی - که به گونه‌ای تبعیض‌آمیز به این کشورها سرازیر می‌شود- مدفون و در نتیجه ناپود می‌شوند. (ابو، ۱۳۸۵: ۶۶-۶۷). بر همین اساس است که امروزه بیشتر، امپریالیسم فرهنگی به معنای گسترش سلطه و هژمونی جهانی فرهنگ آمریکا با هدف فرسایش و محو سنت‌ها و ارزش‌های ملی و محلی ملت‌های جهان و ظهور ارزش‌های فرهنگی آمریکایی تعریف می‌شود. (Fraster, 2003).

از سوی دیگر در چند دهه اخیر نگاه انتقادی به سلطه غرب از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی و سایر کانال‌های فرهنگی در قلمروهای مختلف توسعه پیدا کرده و مورد توجه متفکران جامعه‌شناسی و علوم سیاسی و فرهنگ‌شناسی و علوم ارتباطات قرار گرفته است. متفکرانی مثل شیلر (۱۹۶۹)، بوید برت (۱۹۷۷)، تونستال (۱۹۷۷)، فوکس (۱۹۹۲) و ریوز (۱۹۹۳) با نگاه نقادانه به تحلیل سلطه جهانی نظام سرمایه‌داری پرداخته‌اند. (عاملی، ۱۳۸۳: ۴۹) برای مثال هربرت شیلر (متولد ۱۹۱۹) نویسنده و منتقد آمریکایی با اتخاذ رویکرد اقتصاد سیاسی به ارتباطات بین‌الملل، امپریالیسم فرهنگی را همان دسترسی جهانی رسانه‌های جمعی آمریکا بر جهان تعریف کرد. وی از جمله نظریه‌پردازان برجسته‌ای است که در این مورد دیدگاه‌های روشنی و در عین حال جنجال برانگیزی طرح کرده است. او نظریه‌ی خود را در قالب مکتب اقتصاد سیاسی ارتباطات از اواخر دهه‌ی ۱۹۶۰ با انتشار کتاب معروف وسایل ارتباط جمعی و امپراتوری آمریکا ارایه کرد. شیلر که در همه‌ی آثارش روی این نکته متمرکز شده است که در دوران جاری از سرمایه‌داری، اصطلاحات و ارتباطات اهمیتی آشکار در تثبیت و ساخت نظام اقتصاد آزاد

تقسیم‌بندی‌های مختلف از مراحل حیات امپریالیسم یا امپراطوری و مدل‌های نظری آن ارائه شده است (Chilcote 2002: 81-2; Callinicos 2007: 71-4). در جدیدترین آن‌ها کالینیکوس از امپریالیسم کلاسیک (۱۸۷۵-۱۹۴۵) امپریالیسم ابر قدرت‌ها (۱۹۰۰-۱۹۴۵) و امپریالیسم مافوق قدرت (Hyperpower imperialism) سخن گفته است. همچنین در حیطه نظریه‌ها و تئوریهای امپریالیسم نیز از انواع گوناگونی از امپریالیسم صحبت می‌شود که در ذیل به دو نوع از امپریالیسم با عنوان امپریالیسم فرهنگی و رسانه‌ای اشاره می‌شود.

۲-۱- امپریالیسم فرهنگی (Cultural Imperialism)

از زمانی که نظریه اقتصاد سرمایه‌داری که حاصل توسعه منطقی نظریه‌های مارکسیستی بود وارد عرصه اندیشه‌های اقتصادی و سیاسی شد، توجه به امپریالیسم فرهنگی به عنوان دستاورد طبیعی این نگاه ظهور پیدا کرد. مشهور است که بحث از امپریالیسم فرهنگی با لنین آغاز شد. لنین در واقع به دنبال آن بود که نه تنها تضادهای اقتصادی بلکه پیامدهای سیاسی و ایدئولوژیک و فرهنگی ناشی از تضادهای درونی نظام انحصاری سرمایه‌داری را مورد بحث قرار دهد. (Lee, 1980) در ادامه در دهه ۱۹۶۰ نوشته‌هایی چند بر مفهوم امپریالیسم فرهنگی متمرکز شدند. (ابو، ۱۳۸۵: ۶۵) و به تدریج این مفهوم به سایر جوامع نیز رسید، به گونه‌ای که حتی آن را می‌توان در گزارش‌های یونسکو، از جمله گزارش ۱۹۸۰ «یک جهان، چندین صدا» (Mac Bride, 1980) و گزارش ۱۹۸۵ «جریان بین‌المللی برنامه‌های تلویزیونی» (Varis, 1985) دید.

امپریالیسم فرهنگی را می‌توان «نوعی نفوذ اجتماعی دانست که به مدد آن کشوری تصورات، باورها، ارزش‌ها، معلومات و هنجارهای رفتاری و نیز زندگی خود را به کشورهای دیگر تحمیل می‌کند. (شیلر، ۱۳۷۷: ۳۰) یا این که می‌توان آن را تسخیر هویت ملت‌ها از راه دخالت توجیه شده در شئون آن‌ها با استفاده از اهرم تبلیغات رسانه‌ای و اطلاعات و داده‌های به‌ظاهر صادق در امور ملت‌های دیگر نامید در این مسیر شرایطی پدید می‌آیند که شکل‌های فریبنده‌تر و پنهان‌تر هجوم فرهنگ سلطه‌جو را برتری می‌بخشد و به ملی کردن

رسانه‌های سنتی و نوین نقش کلیدی برای انتقال فرهنگ مسلط به‌جوامع در حال توسعه ایفا می‌کنند. در واقع تئوری‌های وابستگی تاکید دارند که در امپریالیسم فرهنگی سازمان‌های رسانه‌ای مسلط، روش تفسیر مردم از فرهنگ ملی و بومی خود را تعیین می‌کنند. این دیدگاه که مفروض اصلی امپریالیسم فرهنگی است تأکید دارد که قدرت‌های غربی و آمریکا با چنین روشی مردم کشورهای درحال توسعه را به مصرف‌کنندگان منفعل محصولات فرهنگی خود که برای تعمیق سلطه فرهنگی و دستیابی به اهداف سیاسی طراحی و تولید شده‌اند مبدل می‌سازد. (White, 2001: 130) بر اساس مفروضات این نظریه نفوذ فرهنگ غرب و آمریکا به سراسر جهان نه به‌علت محبوبیت و کیفیت آن بلکه به علت پول و قدرت آن‌ها است. به رغم این که قدرت‌های استعماری در اواخر قرن نوزدهم کماکان از سرکوب و تحمیل برای محو یا تحت انقیاد درآوردن فرهنگ‌های بومی استفاده می‌کردند، رویکرد تازه‌ی این عصر جدید امپراتوری، استفاده از وسایل کمتر بی‌رحمانه برای انتقال فرهنگ بود. پیشرفت‌های تکنولوژیک و آموزش رسمی، بسیاری از مردم بومی را به سبک زندگی و اندیشیدن اروپایی جذب کرده است. (Lansford, 2007) در نتیجه، می‌توان گفت امپریالیسم فرهنگی با شروع این دوره به اشکال واضح‌تر تهدید، ابزارهای اقناعی را نیز برای گسترش سلطه خود افزود و با کمک شیوه‌های دیپلماسی فرهنگی در راستای براندازی نرم رقیبان کشورهای غربی به‌ویژه آمریکا عمل می‌کند. (ماه پیشانیان، ۱۳۹۰: ۱۳۱)

۲-۲- امپریالیسم رسانه‌ای (Media Imperialism)

پژوهشگران حوزه مطالعات رسانه و ارتباطات با ترویج نظریه وابستگی فرهنگی (که امپریالیسم فرهنگی نیز نامیده می‌شود) امپریالیسم رسانه‌ای را به مثابه اسلوب جدیدی از غلبه، برای تقویت وابستگی کشورهای جهان سوم و بازداشتن آن‌ها از توسعه یافتن (اگرچه نادانسته) می‌بینند. (Schiller, 1969 & Dorfman and Mattelart, 1971 & Smythe, 1981) در دهه ۱۹۷۰ یک محقق انگلیسی به نام اولیور بوید بارت پیشگام مطالعه در زمینه امپریالیسم رسانه‌ای می‌گوید: «امپریالیسم رسانه‌ای معرف آن است که چهار زمینه خاص،

دارد، به چگونگی هژمونی فرهنگی این نظام در شرایط زمانی مختلف می‌پردازد. (قرلسفلی، ۱۳۸۶: ۳۰) وی معتقد است که اقتصاد صنعتی آمریکا به‌خودی‌خود در برگیرنده‌ی حرکت به‌سوی بین‌المللی کردن وسایل ارتباطی و انتشاراتی است. (Schiller, 1969: 95) در مورد سلطه‌ی ارتباطات در نظریه‌های امپریالیسم اقتصادی مانند نظام جهانی و نظریه‌های وابستگی، شیلر امپریالیسم فرهنگی در ارتباطات را تشریح می‌کند و سلطه‌ی فرهنگی را فرآیندی می‌داند که از طریق آن، یک جامعه وارد سیستم جهان مدرن می‌شود و چگونگی جذب وی در این سیستم سلطه را که با فشارهای مری و نامریی موسسات آن جامعه در این فضا شکل می‌گیرد و حتی ارزش‌های سیستم سلطه را می‌پذیرد مورد بحث قرار می‌دهد. (Schiller, 1976: 9). وی معتقد بود شبکه‌های رسانه‌ای فراملی و صنایع ارتباطی به‌عنوان حامی ایدئولوژیکی زیرساخت‌های اطلاعاتی سرمایه‌داری جهانی و کارگزاری برای تشویق، حمایت و بسط سیستم مدرن جهانی عمل می‌کنند. به اعتقاد وی محصولات و صنایع فرهنگی می‌تواند تأثیرات منفی بسیاری همانند از خودبیگانگی، یکسان‌سازی، انطباق و سلطه فرهنگی ایجاد کند و سبب خلق نیازهای نادرست فرهنگی شود. (Schiller, 1976)

به‌طور خلاصه در مورد امپریالیسم فرهنگی باید گفت پس از پایان یافتن جنگ جهانی دوم توضیح موضوعات مرتبط با نفوذ فرهنگی آمریکا از پارادایم‌های ارتباطی و تئوری‌های توسعه خارج و در قالب تئوری‌های وابستگی مطرح شد. (Mohammadi & Sreberny, 1997) بر اساس این تئوری، وابستگی اقتصادی، سیاسی و اجتماعی ملت‌های در حال توسعه به هژمونی فرهنگی غرب و آمریکا به توسعه ارزش‌های سرمایه‌دارانه کمک می‌کند. در واقع براساس این تئوری محصولات رسانه‌ای فراملی که در متن جامعه سرمایه‌داری تولید می‌شود بر مخاطبان دارای تأثیرات اساسی بوده و آن‌ها را به مصرف‌کنندگان منفعل فرهنگی تبدیل می‌کند. (Rauth, 1988)

بنابراین می‌توان گفت بر اساس تئوری وابستگی، امپریالیسم فرهنگی بیشترین فشار خود را بر یک جامعه وابسته وارد می‌آورد تا فرهنگ، ارزش‌ها و سبک زندگی غرب و آمریکا را اتخاذ کند. (Tornlinson, 1991: 125) در این تئوری

معادل ۳۰۰ میلیارد دلار داشته است که این رقم سه برابر میزان ارزش در دوره مشابه سال ۱۹۹۹ و بسیار فراتر از ده سال پیش بوده است. (Mc Chesny, 2001: 3)

همچنین گزارش یونسکو یوردسترنگ و واریس در سال ۱۹۷۴ کار اولیه‌ای است که نشان می‌دهد چگونه محصولات فرهنگی آمریکا نه تنها بازارهای جهان سوم، بلکه نمای فرهنگی کشورهای اروپایی را نیز تحت نفوذ قرار داده‌اند. (Nordenstreng and Varis, 1974) به عقیده مولکاهی، سیل محصولات آمریکایی در کانادا باعث این نگرانی مهم درباره «امکان نجات یک سبک ملی زندگی که از سبک آمریکایی اقتباس نشده باشد» شده است. (Mulcahy, 2002: 267)

از جمله این محصولات می‌توان به عرصه فیلم اشاره کرد که مصیبت هالیوود به نگرانی بسیاری از کشورها، تبدیل شده است. عرضه فیلم‌های آمریکایی و برنامه‌های تلویزیونی این کشور به دیگر کشورها در سال ۱۹۹۹ با رشد ۲۲ درصدی همراه شد و ۱۲۵ فیلم برتر این سال، همه محصول هالیوود بودند. حتی کشوری مانند فرانسه که به‌عنوان کشوری ملی‌گرا و وابسته به فرهنگ خود شناخته می‌شود، ۹ فیلم برترش، همگی تولید گول‌های هالیوود بود. در ایتالیا نیز اقبال به فیلم‌هایی از این دست، به رکود محصولات داخلی انجامید. در آمریکای لاتین نیز تلویزیون‌ها در محصولات تولیدی گول‌های رسانه‌ای غرق شده‌اند. حتی در جوامعی که مردم به فیلم‌های با مضامین داخلی علاقمندند، این شرکت‌ها نیز به تولید این محصولات روی آورده‌اند که شرکت سونی پیشگام در این عرصه است؛ به طوری که با شرکت‌های داخلی در چین، فرانسه، هند و مکزیک همکاری‌هایی گسترده دارد. در هند که مدعی داشتن صنعت فیلم‌سازی داخلی تحت عنوان «بالیوود» است، رابطه نزدیک و رو به گسترش آن با گول‌های رسانه‌ای غربی غیرقابل انکار است. (Mc Chesny, 2001: 16-17)

در عرصه موسیقی نیز چنین شرایطی ملموس است. موسیقی همواره به‌عنوان یکی از سودآورترین بخش‌های فعالیت‌های رسانه‌ای و مناسب‌ترین میدان عرضه اندیشه‌های جدید بوده است. اگرچه عرضه ۶۰ درصدی آثار موسیقی آمریکا در سال ۱۹۹۳، در خارج از این کشور به ۴۰ درصد در سال ۱۹۹۸ رسید، اما این شرکت‌ها، به بازارهای داخلی و تشکیل

(مثل مالکیت، ساختار، توزیع و محتوای وسایل ارتباطی) یک کشور تحت تاثیر ذاتی فشارهای خارجی ناشی از منافع وسایل ارتباطی کشور یا کشورهای دیگر قرار دارند بدون این‌که کشور تحت فشار تاثیر نسبی متقابل بر کشورهای صاحب فشار وارد کند. (Boyd-Barrett, 1977: 117)

بر اساس این منظر تنها اندکی از رسانه‌های بین‌المللی که در کشورهای غربی پایه‌گذاری شده‌اند، بر تولید و توزیع جهانی فیلم، برنامه‌های تلویزیونی، موسیقی پاپ و انتشار کتاب تسلط کامل دارند. رابرت مک چنزی درباره بازار جهانی رسانه‌ها که در نتیجه فناوری‌های جدید و آزادسازی صنایع رسانه‌ای ملی ایجاد شده تحقیقاتی انجام داده است. از دیدگاه وی این بازار، انحصاری است و به دلیل هزینه‌های بالای تولید و توزیع، سطح سرمایه‌گذاری برای ورود به آن بسیار بالاست. شرکت‌ها با فروش تولیدات مشابه در رسانه‌های مختلف، سود هنگفتی کسب می‌کنند برای مثال، فیلمی ممکن است هم در سینماها به نمایش درآید، هم در شبکه‌های تلویزیونی کابلی و هم به شکل لوح فشرده، کتاب یا کمیک استریپ به فروش برسد. کارهای جانبی مختلفی نیز ممکن است در کنار سریال‌های تلویزیونی انجام شود تجارت فیلم، عواید اضافی نیز به همراه دارد. به‌عقیده مک چنزی، شرکت‌هایی که از این نوع اشتراک مساعی برخوردار نیستند، توانایی رقابت در بازارهای جهانی را ندارند. (Mc Chesny, 1991: 105)

از دیدگاه وی نظام رسانه‌ای انحصاری بین‌المللی دو جنبه دارد: جنبه اول آن که شرکت‌های رسانه‌ای غالب که عمدتاً هم آمریکایی هستند، با سرعتی سرسام‌آور همه نقاط زمین را در می‌نوردند و به‌واسطه شرایط داخلی آمریکا، تقریباً همه رقبای خود را در دیگر کشورها غافل‌گیر کرده‌اند. دومین جنبه، ادغام و تحکیم موقعیت آن‌ها است. صنایع رسانه‌ای بیش از پیش در حال تجمع و تمرکزند و بازیگران اصلی این عرصه نیز شرکت‌های متبوع این گول‌های رسانه‌ای هستند. به‌عنوان نمونه، بازار نشر کتاب‌های آموزشی آمریکا، هم این‌که در اختیار چهار شرکت اصلی است که همین بازار در سال ۱۹۸۰ در دست ده‌ها مؤسسه و شرکت بوده است. روند ادغام و تجمع نیز روندی سریع است؛ تنها در نیمه نخست سال ۲۰۰۰، میزان ادغام رسانه‌ها، شرکت‌های ارائه خدمات اینترنتی، شرکت‌های ارتباطی و مخابراتی، ارزشی

مستعمره می‌داند. (Callinicos 2007: 71-74) و یا در قاموس اندیشه‌ی چپ این طور عنوان می‌شود که دو مفهوم جهانی شدن و امپریالیسم دو روی یک سکه و قابل جمع‌اند؛ جهانی شدن مرحله سوم امپریالیسم، امپریالیسم بدون مستعمره، پروژه سیاسی نظام سرمایه‌داری و در خدمت تسلط امپریالی آمریکا دانسته می‌شود؛ تا جایی که از «جهانی شدن امپریالی»

سخن گفته می‌شود. (Imperial globalization)

(Webber, 2006: 141; Chilcote 2002: 83; Callinicos 2007: 62-5 and 73-4) این نگاه (بدبینانه) به جهانی شدن مختص اندیشمندان چپ نیست. نظریه‌پردازانی چون هی، رگمان و گیلپین نیز معتقدند جهانی شدن توصیف مفیدی از نیروهای اجتماعی شکل‌دهنده جهان ما محسوب نمی‌شود. آن‌ها بر این باورند که در شرایطی که انسان با واقعیات جهان تک‌قطبی (Thompson, 2006: 20) روبروست، امپریالیسم نوین، جایگزین جهان‌گرایی به مثابه یک پروژه سیاسی اقتصادی شده است. (Held and Mc Grew, 2007: 2) همچنین بوردیو و واکینوت جهانی شدن را حاصل امپریالیسم فرهنگی مبتنی بر جهان‌گشایی مسیحی و روندهای جبری اقتصادی و ضروری جلوه دادن ارتباطات فرا ملی در حوزه قدرت می‌دانند. (Bourdieu & Wacquant, 1999: 42)

عیسی صفا در مقاله «جهانی شدن امپریالیسم و سرمایه‌داری» بر آن است که تاریخ واقعی جهانی شدن با شکست اردوگاه سوسیالیستی و بازگشت مناسبات سرمایه‌داری در این کشورها همراه است. صفا جهانی شدن را همان تک‌قطبی شدن جهان با رهبری قدرت امپریالیستی آمریکا می‌داند و مشخصات جهانی شدن در مفهوم سرمایه‌داری آمریکایی را به این شرح بر می‌شمارد:

- تلاش برای زدودن همه ساختارهای اقتصادی که در برابر بخش خصوصی قرار می‌گیرند
- رخنه آشکار و کارای صندوق بین‌المللی پول (= بانک جهانی) در اقتصاد کشورهای دیگر یورش به پول ملی کشورهای جهان سوم یکی از سیاست‌های دایمی سوداگران مالی جهانی است
- زمینه دیگر سوداگرای مالی جهانی، مداخله فعال در بورس جهانی و ... است

شرکت‌های تابعه در کشورهای دیگر روآورده‌اند تا به تولید موسیقی‌های محلی بپردازند. موسیقی جهانی از سوی شرکت‌های رسانه‌ای توزیع می‌شود که اغلب هنرمندان کشورهای انگلیسی زبان را مدنظر دارند و هنرمندان دیگر کشورها به‌ویژه کسانی را که انگلیسی صحبت نمی‌کنند، نادیده می‌گیرند (Negus, 1997: 185-189).

پس روایت خاص‌تری از همگونی و یکپارچه‌سازی فرهنگی، آمریکایی کردن فرهنگ جهانی است. این همگونی عمدتاً از طریق رسانه‌های جهان‌گستر مروج فرهنگ آمریکایی تحقق خواهد یافت. بر این اساس آمریکا (و در رتبه بعد اروپای غربی) به دلیل برخورداری از سلطه بلا منازع بر منابع و مجاری اصلی تولید و توزیع فرهنگ هم‌چون دستگاه‌های ماهواره‌ای، فناوری‌های اطلاعاتی، بنگاه‌های خبری، امکانات زیاد در عرصه تولید و توزیع برنامه‌های متنوع تلویزیونی، صنعت فیلم‌سازی، قدرت تبلیغاتی، تولید و انتشار کتب و نشریات علمی، نفوذ و اقتدار جهانی و انگیزه و اهتمام جدی برای جهانی ساختن فرهنگ خویش، امکان نیل به این مهم را بیش از پیش برای خویش فراهم ساخته‌اند. بنابراین، فرهنگ جهانی در مسیر آمریکایی شدن و اروپایی شدن هر چه بیشتر سیر می‌کند.

جهانی شدن و امپریالیسم فرهنگی - رسانه ای: یکسان‌سازی و همگونی فرهنگی در لابه‌لای مطالب و مباحث مذکور در این مقاله، اشارات چندی پیرامون وجوه و نمادهای امپریالیستی جهانی شدن مطرح گردید. در راستای تکمیل بحث می‌بایست این موضوع را عنوان کرد که جهانی شدن و امپریالیسم (فرهنگی - رسانه‌ای) به مثابه‌ی مفاهیمی جهانی و بین‌المللی هم‌راستا و هم‌جهت با یک‌دیگر در یک مسیر مشترک گام بر می‌دارند که هدف آن‌ها گسترش و صدور ارزش‌ها، باورها و اولویت‌های سبک زندگی کشورهای مسلط (به‌ویژه آمریکا) در جهان جهت تسخیر افکار عمومی سایر کشورها می‌باشد. جهانی شدن و امپریالیسم فرهنگی - رسانه‌ای دو روی یک سکه هستند که در جهت همگون‌سازی، یکپارچه‌سازی، یکسان‌سازی دیگر فرهنگ‌ها اقدام می‌نمایند و هدف آن‌ها تضعیف فرهنگ‌های بومی و محلی و استحاله آن‌ها در فرهنگ جهانی است. برای مثال کالینیکوس جهانی شدن را مترادف امپریالیسم و شکلی جدید از امپریالیسم بدون

می‌شوند. حتی ضد فرهنگ‌ها و فرهنگ‌های مقاومت نیز از مقابله مؤثر و کارآمد با امپریالیسم فرهنگی ناتوان هستند و دیر یا زود در فرهنگ جهانی ادغام یا به حاشیه رانده می‌شوند. (امیری، ۱۳۸۸: ۹۷) این روند یکسان‌سازی به دلیل ایجاد تحولات ناخواسته در ساختار فرهنگی ملت‌ها و برهم زدن نسبت آن با سایر مؤلفه‌های محیطی، رشد و شکوفایی آن‌ها را به مخاطره افکنده و نوعی گسستگی اجتماعی فرهنگی را موجب می‌شوند. برای مثال شولت معتقد است که «فرهنگ‌های گوناگون تسلیم تهاجم تلویزیون، گردشگری جهانی، زبان انگلیسی جهانی، عقاید مربوط به حقوق بشر جهانی، مصرف‌گرایی جهانی و سایر مداخله‌های فوق قلمروی شده‌اند که با سنت‌های محلی مغایرت دارند. مؤسسات اقتصادی فراج جهانی مثل بانک توسعه بین‌المللی، سازمان بین‌المللی کمیسیون‌های اوراق بهادر، سازمان توسعه و همکاری اقتصادی، سازمان جهانی تجارت، و بانک جهانی به مسائل فرهنگی بی‌توجه هستند که این رویکرد، ویرانگری‌های بی‌دلیلی را موجب شده است. در این زمینه، برخی از ناظران نگران این هستند که جهانی شدن ممکن است به موازات از بین بردن تنوع زیستی، به نابودی تنوع فرهنگی منجر شود. حدود نیمی از زبان‌هایی که در حال حاضر در دنیا به کار می‌روند در معرض نابودی هستند، و برخی از زبان‌شناسان پیش‌بینی می‌کنند که بیش از ۹۰ درصد زبان‌ها طی یک قرن آینده از بین خواهند رفت.» (شولت، ۱۳۸۲: ۲۸۱) پس در مجموع می‌توان گفت که مفاهیم جهانی شدن و امپریالیسم (فرهنگی- رسانه‌ای)، همراستا با یکدیگر همه فرهنگ‌ها را به نفع یک فرهنگ غالب آمریکایی یا اروپایی وادار به عقب‌نشینی کرده و زمینه زوال و اضمحلال تدریجی آن‌ها را فراهم ساخته است. به بیان دیگر، مفاهیم مذکور به دلیل ویژگی عام‌گرایانه و جهان‌شمولشان، با هر نوع خاص‌گرایی و تمایز، از جمله خاص‌گرایی فرهنگی، سرسبز داشته و همزیستی با آن را در هیچ سطحی بر نمی‌تابند. به تعبیر دقیق‌تر، جهانی شدن در راستای امپریالیسم فرهنگی- رسانه‌ای درصدد تعمیم یک نوع خاص‌گرایی فرهنگی (به نام غربی‌گرایی یا آمریکایی شدن) به کل جهان و غلبه آن بر خاص‌های متکثر و متنوع موجود است. از این‌رو، جهت‌گیری و اقتضای طبیعی آن‌ها به سمت یکپارچه‌سازی یا

● انحصار و تمرکز نوآوری، تحقیق و توسعه در موسسات خصوصی چندملیتی

● دیکتاتوری سهام‌داران و شرکت‌های چندملیتی. (آشناگر، ۱۳۸۸: ۲۰)

پس بر مبنای نگاه مذکور جهانی شدن و امپریالیسم فرهنگی- رسانه‌ای روندهایی هستند که منجر به یکسانی و یکی شدن جهان (Unification) و همسان‌سازی (Homogenization) در قلمروهای فرهنگی، سیاسی، اقتصادی می‌شود. تاملینسون در این زمینه می‌گوید «هر شاخصی را بپذیرید، از لباس و غذا و موسیقی و فیلم و تلویزیون گرفته تا معماری (این فهرست فقط با آن‌چه که می‌خواهیم به‌عنوان کالای فرهنگی در آن بگنجانیم محدود می‌شود) همسانی به چشم می‌خورد و این واقعیت را نمی‌توان نادیده گرفت که اکنون برخی سبک‌ها، مارک‌ها، سلیقه‌ها و راه و رسم‌ها، رواج جهانی یافته‌اند و عملاً در همه جای جهان دیده می‌شوند. ... فرودگاه‌های بین‌المللی- این دروازه‌هایی که علی‌القاعده باید ما را به تنوع فرهنگی رهنمون شوند - نمونه بارز (هرچند نسبتاً ویژه) این نوع «همانگی فرهنگی» هستند؛ نمونه‌هایی که در سراسر جهان تقریباً یکسانند، و سبک‌های یک شکلی از مبلمان، سلیقه‌های غذایی بین‌المللی و طیف کاملی از مارک‌های بین‌المللی آشنا در فروشگاه‌های اجناس معاف از عوارض را ارائه می‌دهند. در واقع، نمونه‌های مارک‌های جهانی و شمایل‌های فرهنگ توده‌وار - کوکاکولا، مک دونالد، کالوین کلاین، مایکروسافت، لی وایز، دالاس، آی بی ام، مایکل جکسون، نیک، سی ان ان، مالبورو، شارتنسگر - کلیشه شده و حتی برخی از آن‌ها مترادف خود سروری (هژمونی) فرهنگی غرب شده‌اند. (تاملینسون، ۱۳۸۱: ۱۱۸)

روندهای مذکور همچنین به معنای به‌وجود آوردن روند «تکفرهنگی‌گرایی» جهانی (Mono-Culturalism) می‌باشند. بدین معنا که مردم در سراسر دنیا تحت تاثیر ارزش‌ها، هنجارها و اعمال فرهنگی متأثر از فرهنگ هژمونیک جهانی می‌باشند. «این موج فرهنگی چنان عظیم و نیرومند است که معمولاً با مقاومتی جدی روبه رو نمی‌شود. مقاومت فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های خاص موجود در جوامع مختلف اغلب با شکست روبه‌رو می‌شود و در برخی موارد هم فرهنگ‌های مختلف بدون هیچ مقاومتی در برابر فرهنگ جهانی تسلیم

یکسان‌سازی فرهنگی معطوف می‌باشد.^۱ از طرف دیگر جهانی‌شدن و امپریالیسم فرهنگی - رسانه‌ای نه تنها باعث غنا و اعتلا و در عین حال پالایش و تثبیت فرهنگ‌های ملی، بومی و محلی نمی‌شوند بلکه سبب بحران، تضعیف و در نهایت از بین رفتن فرهنگ‌های بومی و محلی می‌گردند.

نتیجه‌گیری

پیشنهادی برای تقویت فرهنگ‌های بومی و محلی

در این مقاله دو مفهوم جهانی‌شدن و امپریالیسم فرهنگی - رسانه‌ای مورد واکاوی و مذاقه قرار گرفت. در بخش مربوط به جهانی‌شدن مباحثی هم‌چون بستر زمانی جهانی‌شدن، تعاریف جهانی‌شدن و مکاتب و رویکردهای مرتبط با آن مورد بررسی قرار گرفت. به‌نظر نگارنده جهانی‌شدن، پدیده‌ای دو وجهی است که بخشی از آن نتیجه روند طبیعی گسترش فناوری‌های ارتباطی و جهانی‌شدن نظام سرمایه‌داری و بخش دیگر آن، پروژه‌ای و برنامه‌ریزی شده است که بیشتر در حوزه سیاست‌های جهانی و در پیوند با اهداف سیاسی قدرت‌های بزرگ جهانی شکل گرفته است اما به نظر این نوشتار وجه غالب این مفهوم جنبه‌ی پروژه‌ای آن است که در عرصه‌ی بین‌المللی ظهور و بروز عینی و واقعی دارد. از سوی دیگر در بخش دوم مفاهیم امپریالیسم فرهنگی - رسانه‌ای مورد بحث قرار گرفت که به‌طور خلاصه می‌توان مفاهیم مذکور را را نوعی نفوذ اجتماعی از طریق فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی دانست که به مدد آن کشوری تصورات، باورها، ارزش‌ها، معلومات و هنجارهای رفتاری و نیز زندگی خود را به کشورهای دیگر تحمیل می‌کند.

در قسمت سوم (و نهایی) مقاله نیز تلاش شد تا نسبت و به‌عبارت دیگر پیوند میان جهانی‌شدن و امپریالیسم فرهنگی - رسانه‌ای مشخص و معین گردد. بر این اساس روندهای مذکور به‌مثابه‌ی مفاهیمی جهانی و بین‌المللی هم‌راستا و هم

جهت با یک‌دیگر در نظر گرفته شدند که در یک مسیر مشترک گام بر می‌دارند و هدف آن‌ها گسترش و صدور ارزش‌ها، باورها و اولویت‌های سبک زندگی کشورهای مسلط (به‌ویژه آمریکا) در جهان جهت تسخیر افکار عمومی سایر کشورها می‌باشد. جهانی‌شدن و امپریالیسم فرهنگی - رسانه‌ای دو روی یک سکه هستند که در جهت همگون‌سازی، یکپارچه‌سازی و یکسان‌سازی دیگر فرهنگ‌ها اقدام می‌نمایند. روندهای مذکور همچنین به معنای به‌وجود آوردن روند «تک‌فرهنگی‌گرایی جهانی» (Mono-Culturalism) می‌باشند و هدف آن‌ها تضعیف فرهنگ‌های بومی و محلی و استحاله آن‌ها در فرهنگ جهانی است.

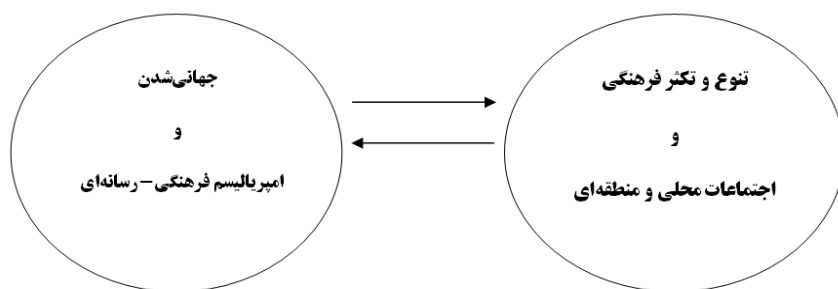
حال با توجه به این مسایل این سوال مطرح می‌گردد که در شرایط فعلی، نظام جهانی که چشم‌انداز نه‌چندان روشنی از مشکلات متعدد جهانی در قرن ۲۱ را پیش‌روی خود دارد چه می‌توان کرد؟ آیا در عرصه بین‌المللی نیاز به تجدیدنظر در دیدگاه‌های جهانی‌شدن و ورود به عرصه‌ها و فضاها‌ی جدید نظریه‌پردازی هم‌سو با تحولات و تغییرات جهانی احساس نمی‌شود. به‌نظر می‌رسد یک از زمینه‌های نظری که به‌عنوان پیشنهاد می‌توان مطرح کرد بیان این موضوع است که امروزه در عصر نوین اطلاعاتی و ارتباطی، پدیده جهانی‌شدن می‌بایست بر اساس تنوع و تکثرهای فرهنگی و اجتماعات محلی و منطقه‌ای بازسازی شود. به‌گونه‌ای که هر یک از فرهنگ‌های مذکور به‌مثابه‌ی یک کنشگر یا بازیگر بتوانند در عرصه و صحنه بین‌المللی و جهانی به ایفای نقش و جایگاه فرهنگ خود بپردازند و همچنین توانایی ارائه و انتقال مداوم سرمایه‌ی فکری و فرهنگی خود به دیگران فرهنگ‌ها را داشته باشند. در همین زمینه آرماند ماترلارت می‌گوید: «سفرهای تحقیقاتی من به چین، جزایر اقیانوس هند و نیز خاورمیانه نشان داد که آرزوی شهروندان در اقصی نقاط جهان بازسازی یا آرایش مجدد^۲ فرایند ادغام جهانی با شروع از اجتماع فرهنگی - منطقه‌ای است. این مساله به حوزه‌های دانشگاهی ورود نموده و از جغرافیدانان، تاریخ‌نگاران، انسان‌شناسان و اقتصاددانان خواسته شده تا پیرامون این جهان جدید مبتنی بر شبکه‌های محلی، بومی و منطقه‌ای تأمل و تدبیر نمایند» (Mattelart, 2010: 327)

۱. نکته حائز اهمیت این است که برخی دیدگاه‌ها «جهانی‌شدن را بستر مناسبی برای تشدید و تقویت انواع خاص‌گرایی و فعال ساختن انگیزه‌های معطوف به آن‌ها ارزیابی می‌کنند. به‌بیان دیگر، جهانی‌شدن به موازات عام‌گرایی نسبی در برخی حوزه‌ها، خاص‌گرایی را نیز حتی در مواردی پویاتر و زنده‌تر از فضای جامعه سنتی رونق و رواج داده است.» (شرف الدین، ۱۳۸۶: ۳۶) دیدگاه مذکور به‌نظر نویسنده در صحنه و عرصه بین‌المللی ظهور و بروز عینی و خارجی ندارد.

و نابرابری‌ها به دلایل مختلف وجود نداشته باشد. هرچند جوامع انسانی در خیلی از ویژگی‌های فرهنگی با هم اشتراکاتی دارند، اما در عین حال، همه جوامع چه در حوزه داخلی و چه در مقایسه با همدیگر، به درجات مختلف دارای سرشت نامتجانس فرهنگی هستند. این تنوع و کثرت باید هم‌چون «تنوع زیستی» به‌عنوان «میراث مشترک بشری» و «گنجینه سرشار تجربه، خرد و رفتار تمام انسان‌ها» مورد حفاظت و حمایت قرار گیرد. اصل کثرت‌گرایی به‌معنای دیگرپذیری و احترام به کثرت فرهنگ‌ها، هم در داخل کشورها و روابط بین قومی و هم در مناسبات بین کشورها حایز اهمیت بسیار است. حق برخورداری از فرهنگ خاص خود، حق ابراز ایمان و اجرای مراسم دینی خاص خود، حق استفاده از زبان خاص خود، حق شرکت در زندگی فرهنگی و... از جمله مواردی هستند که در حوزه داخلی می‌توان آن‌ها را برشمرد. (آذری، ۱۳۸۵: ۳-۴)

پس جامعه جهانی اگر مبتنی بر توجه و حتی برجسته نمودن فرهنگ‌ها و اجتماعات محلی و منطقه‌ای جریان یابد (لحاظ تنوع طلبی فرهنگی) نه تنها سبب بحران در هویت فرهنگ‌های بومی و محلی و از بین رفتن آن‌ها نمی‌شود، بلکه باعث غنا و اعتلا و در عین حال پالایش و تثبیت فرهنگ‌های مذکور می‌گردد و امکان بیشتر جهت تعامل و ایجاد تعادل در باورهای فرهنگی بومی و منطقه‌ای را فراهم خواهد کرد.

اساساً یک ملت با تأکید بر ویژگی‌های فرهنگی خاصی که موجب تمایزش از دیگران می‌شود، خود را تعریف می‌کند. این تمایز هویت‌ساز غالباً با ارجاع به مجموعه‌ای از عناصر به هم پیوسته و منحصر به فرد از قبیل زبان، نژاد، فرهنگ، مذهب، تاریخ، سرزمین و مانند آن تأمین می‌شود. در جامعه جهانی نیز، ملت‌ها می‌بایست با تأکید بر همین نشانه‌های تمایز که به‌طور موروثی از گذشتگان خویش به ارث برده‌اند و مقوم اصالت و هویت آن‌هاست، در تعامل با دیگران وارد شوند و در واقع عضویت در جامعه جهانی تنها با حفظ این اصول برای ملت‌ها مطلوبیت خواهد داشت. پس تمایل به احیای خاص‌گرایی‌ها و ایجاد تنوع فرهنگی بومی و محلی در واقع واکنشی به جریان یکسان‌سازی و همگونی پرشتاب فرهنگی است که توسط امپریالیسم فرهنگی - رسانه‌ای از طریق پدیده‌ی جهانی‌شدن تعقیب می‌شود. در این زمینه یونسکو ضمن تأکید بر این‌که همه فرهنگ‌ها بخشی از میراث مشترک بشری‌اند و هویت فرهنگی هر ملت از طریق تماس تفاهم‌آمیز با سنت‌ها و ارزش‌های دیگران تجدید شده و غنا می‌یابد، بر حفظ تنوع فرهنگی به مثابه‌ی حقوق فرهنگی پافشاری می‌نماید: «در جهانی که نزدیک به ۱۰۰۰۰ اجتماع انسانی در مرزهای حدود ۲۰۰ کشور همزیستی می‌کنند تنوع فرهنگی بدین معناست که تمامی افراد و گروه‌ها بتوانند از حقوق فرهنگی خود بر مبنای حقوق بشر و آزادی‌های اساسی انسان بهره‌مند شوند. همه فرهنگ‌ها امکان فعالیت مساوی همگام با سایرین را داشته باشند و در این زمینه انواع تبعیض‌ها



فهرست منابع

۱۳. شیلر، هربرت، (۱۳۷۷) «**وسایل ارتباط جمعی و امپراتوری آمریکا**»، ترجمه‌ی احمد میرعابدینی، تهران: سروش.
 ۱۴. امیری ب، حشمت، (۱۳۸۸) «**سلطه‌ی فرانوین فرهنگی**»، نامه پژوهش فرهنگی، شماره ۸
 ۱۵. ابو، بوسا (۱۳۸۵) «**امپریالیسم سایبر: روابط جهانی در عصر جدید الکترونیک**»، ترجمه پرویز علوی، تهران: ثانیه.
 ۱۶. قرلسفلی، محمد تقی (۱۳۸۶)، «**امپریالیسم و جهانی‌شدن: تداوم سه گونه سلطه در عصر جهانی‌شدن‌ها**»، پژوهش‌نامه حقوق و علوم سیاسی، شماره ۶.
 ۱۷. ماه پیشانیان، مهسا (۱۳۹۰)، «**دیپلماسی عمومی ابزار امپریالیسم فرهنگی آمریکا در خاورمیانه**»، مطالعات قدرت نرم، شماره ۱.
 ۱۸. تاملینسون، جان (۱۳۸۱)، «**جهان‌شدن و فرهنگ**»، ترجمه محسن حکیمی تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
 ۱۹. آذری، میرحسن (۱۳۸۵) «**تنوع فرهنگی: سیری در اقدامات و اعلامیه‌های یونسکو**»، تهران، دفتر مطالعات فرهنگی.
 ۲۰. شرف‌الدین، سیدحسین (۱۳۸۸) «**جهانی‌شدن: یکسان‌سازی یا تنوع فرهنگی و سیاست‌های ملی**»، معرفت، شماره ۱۲۳.
- Mittelman, James.H (2000) "The Globalization syndrome: Transformation and Resistance", New jersey:princeton University Press.
 - Held, David and Anthony McGrew (2007) "Introduction: Globalization at Risk?" in David Held and Anthony McGrew, eds. Globalization Theory: Approaches and Controversies, Cambridge: Polity Press.
 - Bruff, Ian (2005) "Making Sense of Globalization Debate When Engaging in Political Economy Analysis." BJPIR, Vol. 7, pp. 261-280.
 - Kozlarek, Oliver (2001) "Critical Theory and the Challenge of Globalization." International Sociology, Vol. 16, No. 4, pp. 607-622.
 - Held, David (2001) "Globalization, Cosmopolitanism and Democracy." An
۱. قیصری، نورالله (۱۳۸۲) «**جهانی‌شدن و تحول فرهنگ‌های سیاسی در جهان اسلام**» در مجموعه مقالات جهان شمولی اسلام و جهانی‌سازی (۳)، تهران: مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی.
 ۲. عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۳) «**جهانی‌شدن‌ها: مفاهیم و نظریه‌ها**»، ارغنون، شماره ۲۴.
 ۳. رجایی، فرهنگ (۱۳۸۰) «**پدیده جهانی‌شدن**»، ترجمه عبدالحسین آذرنگ، تهران: آگه.
 ۴. شولت، جان آرت (۱۳۸۴) «**جهانی‌شدن سیاست**» در جان بلیس و استیو اسمیت، جهانی‌شدن سیاست: روابط بین‌الملل در عصر نوین، ترجمه ابوالقاسم راه چمنی و دیگران، تهران: ابرار معاصر تهران
 ۵. شولت، جان آرت (۱۳۸۲) «**نگاهی موشکافانه بر پدیده جهانی‌شدن**»، ترجمه مسعود کرباسیان تهران، علمی و فرهنگی.
 ۶. آشناگر، داریوش (۱۳۸۸) «**جهانی‌شدن و امپریالیسم**»، اطلاعات سیاسی و اقتصادی، شماره ۲۶۸.
 ۷. رمضان‌زاده، عبدالله و مسعودی، حیدرعلی (۱۳۸۸) «**جستاری نظری پیرامون جهانی‌شدن و امپراطوری‌سازی و رابطه دو مفهوم**»، فصلنامه سیاست، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، شماره ۲.
 ۸. کلی، کیت اس. پیس (۱۳۸۴)، «**سازمان‌های بین‌المللی**»، ترجمه دکتر حسین شریفی طرازکوهی، تهران: میزان.
 ۹. امیری، ابوالفضل، (۱۳۹۰) «**جهانی‌شدن فرهنگ و راهبردهای مقاومت فرهنگی**»، مطالعات بسیج، شماره ۵۰.
 ۱۰. کلارک، یان، (۱۳۸۲) «**جهانی‌شدن و نظریه روابط بین‌الملل**»، ترجمه فرامرز تقی‌لو، تهران: انتشارات وزارت خارجه.
 ۱۱. سلیمی، حسین (۱۳۸۴) «**نظریه‌های گوناگون درباره جهانی‌شدن**»، تهران: سمت.
 ۱۲. سعیدی، رحمان (۱۳۹۰) «**ارتباطات بین‌المللی و میان فرهنگی**»، تهران: آوای نور.

- Callinicos, Alex (2007) **“Globalization, Imperialism and Capitalist World System”**, in David Held and Anthony McGrew eds. *Globalization Theory: Approaches and Controversies*, Cambridge: Polity Press
- Chilcote, H. Ronald (2002) **“Globalization or Imperialism”**, *Latin American Perspectives*, Vol. 29, No. 6.
- Brewer, A. (1980), **“Marxist Theories of Imperialism: A Critical Survey”**, London: Routledge and Kegan Paul.
- Hardt M. and A. Negri (2000) **“Empire”**, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Johnston R.J. et al., (2000), **“The Dictionary of Human Geography”**, 4th ed, Malden, MA: Blackwell
- Fraser, M. (2003). **“Weapons of Mass Distraction: Soft Power and American Empire”**. Toronto: Key Porter Books.
- Schiller, H. (1976). **“Communication and Cultural Domination”**, New York: International Arts and Sciences Press.
- Schiller, H. I. (1969). **“Mass Communications and American Empire”**. New York: A. M. Kelley
- Smythe, Dallas Walker. (1981). **“Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness, and Canada”**. Norwood, NJ: Ablex Pub. Corp.
- Dorfman, Ariel , and Armand Mattelart. (1971). **“How to Read Donald Duck: Imperialist Ideology in the Disney Comic”**. New York: International General.
- Mohammadi, A. (1997). **“The Many Cultural Faces of Imperialism”**. In Golding, P. & Sreberny Harris, P. *Beyond Cultural Imperialism: Globalization, Communication and the New International Order*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- White, L. A. (2001). **“Reconsidering cultural imperialism theory”**. *Transnational Broadcasting S.*
- Lansford, T. (2007). **“Imperialism, Cultural”**. In: Benjamin, T. *Encyclopedia of Western Colonialism since 1450*. Detroit: Macmillan Reference USA.
- Tornlinson, J. (1991). **“Cultural Imperialism: A Critical Introduction”**, Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Rauth, R. K. (1988). **“The Myth of Cultural Imperialism.”** *The Freeman, a publication of the World*, The Washington Richard N. Haass, "Toward Greater Democracy in the Muslim Quarterly, Summer 2003, p. 138
- Mc chesney, R. (1999) **“Rich Media poor Democracy”**. Urbana: University of ilinois press
- interview by Montserrat Guibernau, Cambridge: Center for the Study of Global Governance, London. Available at www.lse.ac.uk/Depts/global.
- Liebes, Tamar, and Katz, Elihu (1993) **“The export of meaning: cross-cultural readings of Dallas”**, policy press.
- Riss, Thomas (2007) **“Social Constructivism Meets Globalization.”** in David Held and Anthony McGrew, eds. *Globalization Theory: Approaches and Controversies*, Cambridge: Polity Press.
- Shiva, Vandana (2000) **“Ecological Balance in an Era of Globalization.”** In Paul Wapner and Lester Edwin J. Ruiz, eds. *Principled World Politics: The Challenge of Normative International Relations*, New York: Rowan and Littlefield Publishers, Inc., pp.130-149
- Boyd-Barrett, O. (1977) **“Media imperialism: towards an international framework for the analysis of media systems”**, pp. 116—35 in Curran, J. and Gurevitch, M. (eds) *Mass Communication and Society*, Edward Arnold, London.
- Mattelart, A. (2010) **“An Archaeology of the Global Era: Constructing A Belief”**. In Daya Kishan Thussu, eds. *International Communication: A Reader*, Routledge.
- Mc chesny, R. (2001) **“Global media, neoliberalism, and imperialism”**, *Monthly Review*; Mar 2001; 52, 10; *Alt-Press Watch (APW)*
- Bartelson, Jens (2000) **“Three Concepts of Globalization”** *International Sociology*, Vol.15, No. 2 pp. 180-196.
- Cox, Michael (2004) **“Empire, Imperialism and the Bush Doctrine”**, *Review of International Studies*, Vol. 30, pp. 585- 608.
- Callahan, A. William (2004) **“Remembering the Future- Utopia, Empire, and Harmony in 21st – Century international Relations”**, *European Journal of International Relations*, Vol. 10, No. 4.
- Barkawi, Tarak and Mark Laffey (2002) **“Retrieving the Imperial: Empire and International Relations”**, *Millennium: Journal of International Studies*, Vol. 31, No.1, pp. 109-127.
- Nexon, Daniel H. and Thomas Wright (2007) **“What’s at Stake in the American Empire Debate.”** *American Political Science Review*, Vol. 101. No. 2.
- Shaw, Martin (2002) **“Post- Imperial and Quasi- Imperial: State and Empire in the Global Era.”** *Millennium: Journal of International Studies*, Vol. 31, No. 2, pp. 327-336.

- Nordenstreng, Kaarle, and Tapio Varis. (1974). **“Television Traffic: A One-Way Street?”**, Reports and Papers on Mass Communication, No. 70. Paris: UNESCO.
- Mulcahy, Kevin V. (2002). **“Cultural Imperialism and Cultural Sovereignty: U.S.-Canadian Cultural Relations”**. Journal of Arts Management, Law & Society 31, no. 4: 265-79.
- Negus, K.(1997) **“Global Harmonies and Local Discords: Transnational policies and practices”** in the European Recording Industry. London: Arnold.
- Webber, Jeffery R. (2006) **“Book Review: Imperialism Colonies; Socialist Register 2004: The new Imperial Challenge; Empire of Capital; Globalization Unmasked: Imperialism in the 21s Century.”** Review of Radical Political Economics, Vol. 38.
- Thompson, William R. (2006) **“systemic Leadership, Evolutionary Processes, and International Relations Theory: The Unipolarity Question.”** International Studies Review, Vol. 8, pp. 1-22.
- Waters, M (1995) **“Globalization”**, London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre, and Loic Wacquant, (1999). **“On the Cunning of Imperialism Reason”** Theory, culture and Society 16: 41-58
- Schuerkens, U. (2003). **“The Sociological and Anthropological Study of Globalization and Localization”**. Current Sociology, 51(3/4), 209-222.
- Robin Cohen and Paul Kennedy (2000), **“Global Sociology”**, Palgrave.
- Robertson, R. (1992) **“Globalization: Social Theory and Global Culture”**. London: Sage
- Giddens, A (2001) **Sociology: 4 Edition**, Cambridge, Policy Press.