

بررسی تأثیر پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر دانشجویان (مطالعه موردی دانشجویان واحد علوم تحقیقات تهران)

جعفر رسولی

دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت امور فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی،
واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران rasouljafar90@yahoo.com (مسئول مکاتبات)

سوسن علانی

عضو هیئت‌علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران

چکیده

مقدمه و هدف: جهانی شدن به طور اعم و جهانی شدن فرهنگ به طور اخص، یکی از مباحث جدی در حوزه علوم انسانی در دنیای امروز به شمار می‌آید. هدف از این پژوهش تأییراتی که پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر فرایند هویت‌یابی، انتخاب گروه‌های مرجع و انتخاب الگوهای فرهنگی دانشجویان می‌گذارد از اهداف اساسی انجام این پژوهش بود.

روش کار: پژوهش حاضر به روش توصیفی - پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش را دانشجویان دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران (۴۴۶۷ نفر) در سال تحصیلی ۹۲ تشکیل می‌دادند که تعداد اعضای نمونه ۳۸۰ نفر با استفاده از جدول حجم نمونه «کرجسی - مورگان» و به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب گردید. همچنین برای سنجش روایی پرسشنامه از روش صوری و برای پایایی از روش آلفای کرونباخ که مقدار آن برابر با ۰/۷۶۸ می‌باشد، استفاده شد. داده‌های موردنیاز با استفاده از تکنیک پرسشنامه محقق ساخته گردآوری شد. به منظور تحلیل داده‌ها از نرم افزار «اس، پی، اس، اس» و با استفاده از آزمون‌های کولموگروف - اسمیرنف (به منظور بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها)، شاخص‌های آمار توصیفی و استنباطی (پیرسون و رگرسیون) جهت آزمون فرضیه‌ها استفاده گردید.

یافته‌ها و نتایج: یافته‌های بدست آمده تمامی فرضیه پژوهش را مورد تأیید قرار داده است، بدین معنا که پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر فرایند هویت‌یابی، انتخاب گروه‌های مرجع و انتخاب الگوهای فرهنگی دانشجویان تأییرگذار است؛ که این امر حاکی از گرایش دانشجویان به عناصر فرهنگی فراملی حاصل از جهانی شدن می‌باشد.

واژگان کلیدی: پیامدهای فرهنگی جهانی شدن، هویت‌یابی، گروه‌های مرجع، الگوهای فرهنگی

مقدمه

روابط میان فرهنگی در آن حاکم است و از دورانی که مشخصه آن گذار از استقلال فرهنگی به دوران تعمیم روابط متقابل و ارتباطات می‌باشد (لوکلر ۱۳۸۲، ۱۴). با عنایت به اهمیت فرایند هویت‌یابی، گروه‌های مرجع و الگوهای فرهنگی قشر جوان و شرایط جامعه ایران در دهه‌های اخیر، این نکته را باید متذکر شد که جامعه ایران در مسیر تحولات فرهنگی و اجتماعی وسیعی قرار گرفته است. تحولاتی که به ویژه در حوزه تغییر هویت‌یابی، گروه‌های مرجع و الگوهای فرهنگی جوانان مشهود بوده است. نسل جوان دیگر چندان خود را در چارچوب هنجارهای گذشتگان تعریف نمی‌کند. و در جریان شناخت چستی و کیستی هویت خویش به دنبال گروه‌های مرجع جدید و الگوهای جدید زندگی برای خود است تا جایی که در جامعه میان جوانان و بزرگسالان شاهد کمترین اتفاق نظر در زمینه فرهنگ عمومی نظیر معاشرت قبل از ازدواج، ازدواج با خویشاوندان، نحوه گذران اوقات فراغت و رفتارهای مذهبی را می‌توان مشاهده کرد (عبدی و گودرزی ۱۳۷۸، ۳۷).

لذا با توجه به اینکه فرایند هویت‌یابی، گروه‌های مرجع و الگوهای فرهنگی دلالت بر افراد یا گروه‌هایی دارد که الگو و سرمشق می‌شوند و رفتارها، آگاهی‌ها، ایدئولوژی و افکار معینی را در کنش‌های روزمره به آن‌ها القاء می‌کنند، تغییرات صورت گرفته در این سه حوزه برای دگرگونی‌های اجتماعی محسوب می‌شود (آزاد و غفاری ۱۳۸۳، ۷۰).

بنابر این، آنچه می‌توان گفت این است که جهانی‌شدن، با نفوذپذیر کردن مرزها و افزایش دادن چشمگیر برخوردهای فرهنگی، آگاهی انسان‌ها را از عناصر فرهنگی دیگر، مانند ارزش‌ها، هنجارها، آداب و رسوم بیشتر می‌کند و این دانایی در واقع، آگاهی از نسبی بودن دنیاها و اجتماعی و فرهنگی گوناگون و پرشمار است. در چنین شرایطی باور داشتن به برتری

تغییر و تحولات دو قرن اخیر، چهره جهان را یکسره دگرگون ساخته و سرعت تحولات در سال‌های اخیر به گونه‌ای بوده است که جهان امروز با یک دهه پیش تفاوت‌های بسیاری دارد. جهانی‌شدن به عنوان یکی از جریان‌های مسلط فکری عصر ما، از مهم‌ترین پدیده‌های فرهنگی معاصر به شمار می‌آید. این پدیده زمینه چالش‌های فراوانی را در عرصه فرهنگ و تمدن بشری فراهم ساخته است. «جهانی‌شدن» از جمله مسائل مهمی است که در پرتو پیشرفت روز افزون تکنولوژی و ارتباطات، کشورهای در حال توسعه را به چالش جدی کشانده است. جهانی‌شدن زنجیره‌ای از دگرگونی‌هاست که عرصه‌های گوناگون فرهنگ، سیاست و اقتصاد کشورهای جهان را در بر گرفته و گمان می‌رود، در نهایت به ایجاد یک نظام واحد جهانی بیانجامد. انفعال و استحاله فرهنگ‌های دیگر در اصطکاک با فرهنگ غربی، با توجه به توانایی‌های برتر تبلیغاتی این فرهنگ اهمیت این فرایند را دو چندان کرده است. شناخت «جهانی‌شدن» برای کشورهایی که بر حفظ ارزش‌های فرهنگی خود اصرار دارند، جهت شناخت تهدیدها و بحران‌هایی که این پدیده برای آن‌ها به دنبال خواهد داشت، بسیار مهم است. به عقیده کاستلز^۱ ماهیت جهانی که در حال شکل‌گیری است، اولاً و اساساً ماهیتی فرهنگی دارد. حاملان فرهنگ علی‌الاصول می‌توانند بالاترین سهم و نقش را در تحولات آتی ایفا نمایند (کاستلز ۲۱، ۱۳۸۰).

بی‌شک همه این تحولات در عرصه جهانی‌شدن زمانی مسأله‌ساز می‌شود که این پدیده را در عرصه فرهنگی و تأثیراتی که بر فرهنگ‌های گوناگون به لحاظ فرایند هویت‌یابی انتخاب گروه‌های مرجع و در نهایت انتخاب الگوهای فرهنگی می‌گذارد، واکاوی و کنکاش شود. زیرا بدون آنکه متوجه شد جوامع، در حال گذار از دنیای انزوای فرهنگی به دنیای دیگر می‌باشند که

شدن روابط اجتماعی در سطح جهانی هستیم، به گونه‌ای که مکان‌های دور افتاده را به یکدیگر متصل و فاصله زمانی در روابط اجتماعی از بین رفته است (گیدنز ۱۹۹۴، ۱۳۸۰)؛ و به طبع آن دگرگونی اجتماعی و فرهنگی در زیست فرهنگی جوانان در حال رخ دادن است.

لذا اهم پرداختن به پیامدهای فرهنگی جهانی شدن عبارتند از روشن‌بینی بهتر و درک صحیح از تحولات فرهنگی جهانی شدن؛ رصد نیازهای زیست فرهنگی نسل جوان امروز در شرایط فعلی با توجه به تحولات جهانی شدن؛ با توجه به شناختی که از ماهیت جهانی شدن و پیامدهای مثبت و منفی آن حاصل می‌شود می‌توان نقاط قوت و ضعف و میزان اثربخیزی و نفوذ و نحوه مواجهه با آن را بهتر درک و تبیین کرد. عدم انجام پژوهش جامع در این حوزه - چرا که با توجه به مطالعاتی که از پژوهش‌های قبلی انجام گرفته است - که تنها به بخشی از تأثیرات حاصل از جهانی شدن توجه شده است؛ در پژوهش حاضر تا حد امکان تلاش شده است، زوایای جدیدی از پیامدهای فرهنگی جهانی شدن را با مؤلفه‌های تأثیرگذار در زیست فرهنگی نسل جوانان مورد سنجش و ارزیابی قرار گیرد؛ پژوهش‌هایی از این دست، با توجه به تغییرات فرهنگی مستمر می‌تواند در برنامه‌ریزی و مدیریت فرهنگی سازمان‌ها و نهادهای متولی امور مربوط به نوجوانان و جوانان، در صورت توجه کافی، مؤثر واقع گردد. بدین منظور به هدف «شناخت تأثیر پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر دانشجویان» انجام شد و در پی پاسخگویی به سؤال «تأثیرگذاری پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر فرایند هویت‌یابی، انتخاب گروه‌های مرجع و الگوهای فرهنگی فراملی دانشجویان چگونه می‌باشد؟

دنیای خاص و دفاع از درستی مطلق آن در برابر فرهنگ‌های دیگر بسیار دشوار می‌شود (پترسون ۱۹۹۹، ۷۹).

اگر چه مسئله‌ساز بودن این پدیده در یک نگاه کلان به‌خوبی نمایان است. ولی پرواضح است که این پدیده را نمی‌توان به همین سادگی تفسیر و تبیین کرد، چرا که فرهنگ‌های مختلف با توجه به خاستگاه جغرافیایی و تاریخی خود به لحاظ فرهنگی دارای جهان‌بینی، ارزش‌ها، هنجارها و شناخت‌های متفاوتی با یکدیگر هستند، لذا میزان تأثیرپذیری و نحوه مواجهه جوامع با این پدیده نیز متفاوت خواهد بود.

با توجه به گستره «جهانی شدن» که ابعاد گوناگون حیات بشری را در برمی‌گیرد، پژوهش حاضر تنها در بُعد فرهنگی سامان یافته است؛ و به طبع آن سؤالی که این پژوهش درصدد پاسخگویی به آن می‌باشد، عبارت است از اینکه، اثرگذاری پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر دانشجویان به لحاظ فرایند هویت‌یابی، انتخاب گروه‌های مرجع و در نهایت انتخاب الگوهای فرهنگی در سطح فراملی چگونه می‌باشد؟

پرداختن به موضوع جهانی شدن و پیامدهای فرهنگی ناشی از آن که تبدیل به یک گفتمان مسلط در زیست جهان فرهنگی جوامع گردیده است و تأثیراتی که این پدیده فارغ از هرگونه پیش‌داوری در فرهنگ جوامع مختلف به همراه داشته، خود گویای اهمیت این پدیده است. در واقع همان‌طور که آلبرو معتقد است نوعی تحول در جهان‌بینی جامعه به وجود آمده است، به شکلی که نوعی جهان‌نگری در همه عرصه‌های فرهنگی و سیاسی و اقتصادی به وجود آمده که در دوره مدرنیته با این گستردگی وجود نداشت (عاملی ۱۳۸۳، ۱۱).

ضرورت پرداختن به موضوع تأثیرات پیامدهای فرهنگی جهانی شدن در این پژوهش، پی بردن به اثراتی است که این پدیده در بین دانشجویان به همراه دارد. چرا که در برهه‌ای زیست می‌کنیم که شاهد فشرده

فرضیه‌های پژوهش

۱. پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر فرایند هویت‌یابی فراملی دانشجویان تأثیرگذار است.
۲. پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر انتخاب گروه‌های مرجع فراملی دانشجویان تأثیرگذار است.
۳. پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر انتخاب الگوهای فرهنگی فراملی دانشجویان تأثیرگذار است.

جهانی شدن^۲

درهم فشرده شدن جهان و تبدیل آن به مکان واحد جهانی؛ این پدیده علاوه بر این که یک فرآیند است که به‌عنوان یک چارچوب مفهومی نیز با انگاره یا سامان جهانی سرو کار دارد (رابرتسون ۱۳۸۲، ۱۳۰). جهانی شدن فرایندی است که تمامی کشورهای دنیا، خواه ناخواه با آن مواجه هستند. در این فرایند کشورهای که از فرهنگ قالب برخوردارند، آن را به فرهنگ‌های ضعیف‌تر سوق می‌دهند و امری اجتناب‌ناپذیر است. لکن این فرایند دارای ابعاد مثبت و منفی است که چنانچه کشوری بتواند از فرصت‌های آن بهره‌گیرد، پیشرفت و ترقی را برای خود به ارمغان خواهد آورد. پدیده جهانی شدن یک پدیده چند وجهی و در حال گسترش و رو به تکامل است. جهانی شدن به یکی از مشخصه‌های مهم جامعه معاصر تبدیل شده است، هر چند بر همه مردم دنیا به یک شیوه و به یک اندازه تأثیر نگذاشته است (شولت ۱۳۸۲، ۵۶).

پیامدهای فرهنگی جهانی شدن

فرآیند جهانی شدن بسیاری از فرهنگ‌ها را کنار هم قرار می‌دهد و آن‌ها را وادار می‌کند تا در شرایط جدید، با تراکم و تداخل فضاهای فرهنگی به حیات خود ادامه دهند (گل محمدی ۱۳۶، ۱۳۸۶). بعد فرهنگی جهانی-شده یکی از مهم‌ترین ابعاد جهانی شدن در شرایط کنونی می‌باشد. اصولاً فرایند جهانی شدن دارای ویژگی

فرهنگی است. فرایندهای دگرگون ساز عظیم دوران ما که با جهانی شدن توصیف می‌شوند نمی‌توان به درستی فهمید، مگر آنکه آن‌ها را با واژگان مفهومی فرهنگ درک کرد. به همین سان، این دگرگونی‌ها بافت تجربه فرهنگی را تغییر می‌دهند و در واقع بر درک ما از مفهوم فرهنگ در دنیای مدرن تأثیر می‌گذارند (تاملینسون ۱۳۸۱، ۱۳).

جهانی شدن در ذات فرهنگ مدرن نهفته است و راه رسم فرهنگی در ذات جهانی شدن نمایان می‌شود. فرهنگ برای جهانی شدن و جهانی شدن برای فرهنگ دارای اهمیت است (تاملینسون ۱۳۸۱، ۱۳). به عقیده کاستلز ماهیت جهانی شدنی که در حال شکل‌گیری است، اولاً و اساساً ماهیتی فرهنگی است. حاملان فرهنگ علی‌الاصول می‌توانند بالاترین سهم و نقش را در تحولات آتی ایفا نمایند (کاستلز ۱۳۸۰، ۲۱). استدلال واترز اصولاً بر این فرض استوار است که عرصه فرهنگ بر مبادلات و روابط نمادین استوار است و جهانی شدن نیز در زمینه‌هایی بیشترین شتاب را دارد که در آن‌ها نمادها واسطه برقراری روابط هستند. مبادلات نمادین محدودیت‌های مبادله مادی را ندارد چرا که نمادها را می‌توان در هر مکان و هر زمان تولید کرد و محدودیت‌های نسبتاً اندکی در تولید و بازتولید آن‌ها وجود دارد. وانگهی این نمادها به سادگی قابل انتقال هستند. مهم‌تر اینکه چون نمادها غالباً گویای اصول و اعتقادات انسانی هستند، از اهمیت جهانی برخوردار می‌باشند (واترز ۱۳۷۹، ۲۱).

در خصوص پیامدهای فرهنگی جهانی شدن مباحث متنوع و اغلب متناقضی وجود دارد، ولی به‌طور مختصر رویکردهای موجود در خصوص آن را می‌توان در سه رویکرد کلی تقسیم‌بندی کرد.

رویکرد یکسان‌سازی^۳

خاص‌گرائی فرهنگی هیچ‌گونه تحمل و تساهل و همزیستی را برنمی‌تابد و پلورالیسم فرهنگی در آن محلی از اعراب ندارد (گل محمدی ۱۳۸۶، ۴۵).

بر اساس این رویکرد، جهانی‌شدن باعث سیطره ارزش‌های فرهنگی غرب بر سایر مناطق جهان خواهد شد. این رویکرد، جهانی‌شدن را در معنای «اروپایی شدن»، «غربی شدن»، «آمریکایی شدن» یا در معنای وسیع‌تر «امپریالیسم فرهنگی» مترادف در نظر می‌گیرد. بر اساس این رویکرد به بیان برگر، جهانی‌شدن خصوصاً در بعد فرهنگی حرکت ایده‌ها و کالاهای از غرب به سمت دیگر نقاط دنیاست (برگر و هانتینگتون ۱۳۸۴، ۱۱۰).

تلفیق فرهنگی^۵

این رویکرد که به رویکرد پیوندزنی نیز مشهور است به این امر اشاره دارد که پیامدهای فرهنگی جهانی‌شدن گوناگون و پیچیده است. این رویکرد به وجود فرهنگ جهانی مشترک و متشکل از برخی عناصر فرهنگ‌های مختلف اعتقاد دارد و آن را لزوماً مغایر و بر علیه فرهنگ‌های محلی نمی‌داند. ترس بیمارگونه از پیامدهای فرهنگی جهانی‌شدن را امری اغراق‌آمیز می‌داند و معتقد است که جهانی‌شدن به هر درجه از عمومیت فرهنگی برسد. خصوصیت‌های - فرهنگی را یکسره بی‌اعتبار نمی‌سازد؛ اما در عین حال بر این امر تأکید می‌کند؛ که جهانی‌شدن سرآغاز پیدایش فرهنگی، جهانی است که در آن شرکت‌کنندگان در این فرآیند بر هر که در آن مشارکت نمی‌جوید یا توان مشارکت ندارد، تحمیل می‌کند. این رویکرد، این تصور را که جهانی‌شدن فرهنگی الزاماً حرکت ارزش‌ها و ایده‌ها از سمت غرب به سمت سایر نقاط جهان است رد می‌کند؛ و معتقد است که جهانی‌شدن فرهنگی بیشتر یک رویکرد دو طرفه است. بررسی‌های انجام شده تا حدودی این جریان دو طرفه را تایید می‌کند (صالحی امیری و عظیمی دولت‌آبادی ۱۳۹۱، ۱۷۲).

فرآیند هویت‌یابی^۶

انسان موجودی است تأثیرپذیر و متغیر که هرگاه در شرایط جدیدی قرار گیرد، بلافاصله خود را با آن وفق می‌دهد. با توجه به شرایط دنیایی که در آن زندگی نشو و نما دارد، شواهد حاکی از آن است که ویژگی‌های این جهان همواره در حال تغییر است. اغلب

خاص‌گرائی فرهنگی^۴

فرآیند جهانی‌شدن نه تنها نوعی همگونی و ادغام فرهنگی دارد بلکه اسباب تنوع، واگرائی و رستاخیز- فرهنگی را هم فراهم می‌کند. خاص‌گرائی فرهنگی را می‌توان توسل به عناصر هویت بخش فرهنگی خاص دانست که در آن بر بی‌همتایی شیوه‌ها، اعمال و ایده‌های یک گروه یا جماعت معین تأکید می‌شود. عام‌گرایان فرهنگی، دیدی انتقادی نسبت به وضع موجود دارند. در عین حال که فرصت‌ها و امکان‌های فرهنگی ناشی از فرآیند جهانی‌شدن را هم به فال نیک می‌گیرند. ولی بسیاری از گروه‌های خاص‌گرا، کل فرآیند جهانی‌شدن یا بخشی از آن را با عنوان و عبارات‌های متفاوت رد می‌کنند. از دیدگاه آن‌ها جهانی‌شدن نه تنها تهدیدی جدید به شمار می‌آید، بلکه فرآیندی گریزناپذیر و غیر قابل برگشت هم نیست. این ادعا که فرآیند جهانی‌شدن عامل اصلی خاص‌گرائی فرهنگی بشمار می‌آید بیش از پیش وجود دارد. فرآیند جهانی‌شدن با فشردگی فضا و زمان، رهایی از مکان، نسبی کردن فرهنگ‌ها و تعدد مرجع‌های اجتماعی، هویت‌سازی معنایی به شیوه سنتی را دشوار و حتی ناممکن می‌کند. بنابراین نوعی بحران فراگیر و فزاینده هویت و معنا، جوامع مختلف جهان را فرا می‌گیرد.

جوانان پیشگام استقبال از تغییرات اند. علاقه به پذیرش افکار جدید، مد و ارزش‌های جدید با خرده فرهنگ‌های جوان همراه هستند تا جایی که این تغییرات زمینه‌هایی برای گسست ایجاد می‌کنند. افراد برای شکل دادن به باورها و عقاید خود و همچنین برای چگونگی عملکردهای خود در عرصه‌های مختلف، خود را با گروه‌هایی متشکل از افرادی که عقاید و عملکرد آنها را نمونه می‌پندارند، مقایسه می‌کنند و از این طریق به ترسیم فرایند هویت‌یابی خودشان می‌پردازند (خسروشاهی ۱۳۹۱، ۴۸).

الگوهای فرهنگی^۶

از خصوصیات فرهنگ، الگو دار بودن آن است. یعنی اینکه اعمال انسان از رفتارهای خرد و حرکات کوچک‌تر تشکیل شده است که از ترکیب آنها مدل و نمونه‌ای پدید می‌آید. به عبارتی الگو بیانی از نظم است و بر مجموعه‌ای از روش‌های رفتاری و ساخته‌های قابل رؤیت انسان دلالت می‌کند (وندال ۱۹۷۰، ۲). با این وصف الگو نظم مطلق نیست و استثناهایی و انحرافات جزئی قابل اغماض در آن وجود دارد (محمدی ۱۳۷۳، ۳۰۳) تمایل به هماهنگی و ساختن قالب‌های الگویی در «فرهنگ» بسیار قوی است و انسان پیوسته تحت فشار است تا رفتارش را با الگوهای موجود هماهنگ سازد و این هم آهنگی در زمینه‌های مختلف فرهنگی (مادی و غیرمادی) قابل مشاهده است (گلد اسمیت ۱۹۷۰، ۱۳-۱۰).

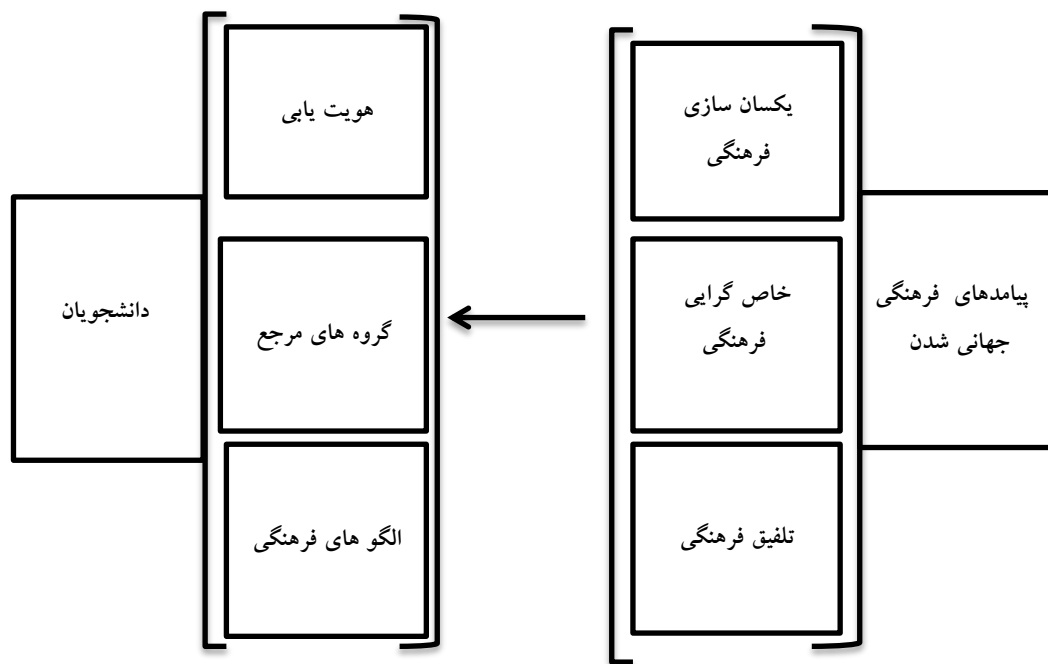
از آنجایی که الگوها نمایانگر هنجارها و قواعدی هستند که رفتار مردم را اداره می‌کنند و هر جامعه‌ای با رفتارهای الگودارش مشخص می‌گردد، جهت درک بهتر فرهنگ هر جامعه، شناخت الگوهای فرهنگی آن ضروری است. الگوهای فرهنگی بسیار متنوع هستند و بر حسب میزان صراحت و آشکار بودن، طیف وسیعی را تشکیل می‌دهند (بیالس و هوجر ۱۹۷۱، ۱۱۴).

صاحب‌نظران برآیند که تشکیل هویت، فرآیندی است که در تمام طول زندگی ادامه دارد، اما به سبب زاینده‌گی، خلاقیت و نیاز به استقلال در دوره جوانی تکوین هویت در این دوره از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، هویت مفهومی بسیار سیال و از جمله مفاهیم تفسیری در حوزه علوم انسانی و اجتماعی است و با توجه به اینکه از چه منظر، گفتمان یا سنت فکری به این مفهوم نگریسته شود. تعبیر مختلفی می‌توان از آن ارائه داد، علت این مسئله هم از یک سو به لایه‌های مختلف هویت و از سوی دیگر به تفاوت‌های گفتمانی، نوشته‌های علمی و فکری برمی‌گردد. از نظر استوارت هال هویت یک روند در حال «شدن» است و از طرفی یک شناسنامه و عامل شناخته شدن محسوب می‌شود (هال به نقل از ساروخانی و بابایی ۱۳۹۰، ۱۸).

فرآیند هویت‌یابی در دوران مدرن تغییر شکل داده است. در گذشته، مکان نقش کلیدی در خلق هویت اجتماعی افراد داشت، چرا که افراد کمتر با دنیای خارج ارتباط داشتند و ارتباط رودررو با اطراف در یک محیط ثابت و سنت‌های بومی -محلی، بخش اعظم هویت آنها را شکل می‌داد. به دنبال مدرنیته و بسط فناوری-های نوین اطلاعاتی و ارتباطی مانند اینترنت، نقش مکان در شکل دهی به هویت بسیار کمرنگ شد؛ چرا که رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی قادرند فرد را از مکان خودش جدا کنند و به جهان پیوند بزنند. در نتیجه افراد با منابع هویت‌یابی بی‌شماری روبرو هستند و هویت‌یابی شکل غیر محلی و جهانی پیدا می‌کند (نوابخش و ظهیری ۱۳۹۰، ۲).

گروه‌های مرجع^۷

گروه‌های مرجع به ویژه برای جوانان از جایگاه خاصی برخوردارند. جوانان با توجه به جریان جهانی-شدن فرهنگ، همواره نسبت به سایر اقشار بیشتر در معرض تغییرات فرهنگی هستند. در تمامی جوامع،



نمودار (۱): مدل مفهومی پژوهش

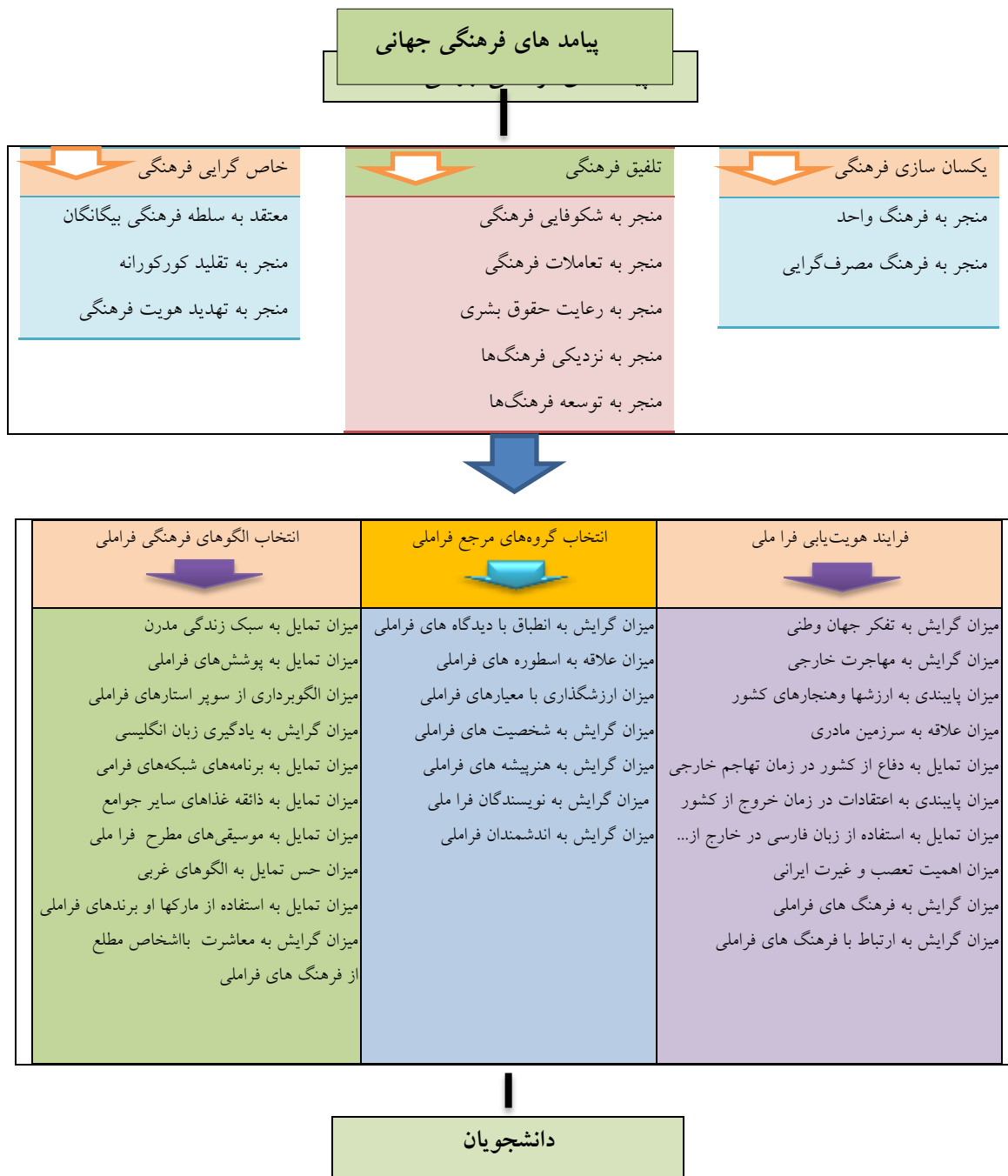
روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، پژوهشی توصیفی-پیمایشی است. برای گردآوری داده‌های مورد نیاز از روش اسنادی جهت مبانی نظری پژوهش و طراحی مدل مفهومی و روش میدانی با تکنیک پرسشنامه در قالب طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای استفاده گردیده است. جامعه آماری این پژوهش، جهت آزمون فرضیه‌ها، از دانشجویان واحد علوم تحقیقات تهران انتخاب شده است. همچنین نمونه‌گیری بکار رفته از نوع نمونه‌گیری خوشه‌ای بوده است. مبنای تعیین حجم نمونه با استناد به جدول «کرجس- مورگان» ۳۸۰ نفر در نظر گرفته شده است. به منظور تعیین روایی پرسشنامه از روایی صوری استفاده شده است. بدین منظور از نظرات متخصصین و خبرگان رشته جامعه‌شناسی فرهنگی و مدیریت امور فرهنگی استفاده گردید. همچنین برای محاسبه پایایی پرسشنامه تعداد ۶۰ عدد پرسشنامه اولیه بین دانشجویان توزیع و جمع‌آوری شد و از آزمون

ضریب کرونباخ که یکی از معتبرترین و متداول‌ترین آزمون‌ها در زمینه سنجش پایایی پرسشنامه می‌باشد استفاده گردید. میزان ضریب آلفای کرونباخ بدست آمده برای پرسشنامه با استفاده از نرم افزار «اس، پی، اس، اس» ۷۶۸/۰۷ به دست آمد. با توجه به این مقدار که از ۰/۷ بیشتر است، بنابراین ضریب آلفای پایایی بدست آمده نشان دهنده قابل قبول بودن پرسشنامه می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

تحلیل داده‌های گردآوری شده از طریق پرسشنامه در دو سطح تجزیه و تحلیل توصیفی و استنباطی انجام گرفت. از آمار توصیفی جهت داده‌های جمعیت شناختی (سن، جنسیت، میزان تحصیلات، رشته تحصیلی، شغل والدین) استفاده شد. همچنین از آمار استنباطی در گام نخست، جهت پایایی داده‌های جمع‌آوری شده استفاده شد تا مشخص شود سؤالات پرسشنامه تا چه میزان همبستگی درونی دارند.



نمودار (۲): مدل عملیاتی (محقق ساخته)

برای این منظور ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. در گام بعدی، با استفاده از نرم افزار اس «پی، اس»، اس «چگونگی توزیع داده (بررسی نرمال بودن) از طریق آزمون کلموگروف اسمیرنوف آزمون گردید، پس از اطمینان از نرمال بودن توزیع داده ها، با استفاده از آزمون t تک نمونه ای اندازه گیری متغیرهای تحقیق انجام شد و در نهایت با استفاده از محاسبه ضریب همبستگی و رگرسیون خطی چندگانه، رابطه بین متغیرها مورد بررسی قرار گرفت.

آمار توصیفی

بررسی اطلاعات جمعیت شناختی دانشجویان واحد علوم تحقیقات حاکی از آن است که در زمینه جنسیت پاسخگویان، ۱۷۴ نفر (۴۵/۸٪) از افراد نمونه مرد هستند و ۲۰۶ نفر (۵۴/۲٪) از افراد نمونه زن می-باشند؛ که بیشترین فراوانی مربوط به جنسیت مؤنث است. از لحاظ گروه سنی پاسخگویان با توجه به جدول (۲-۴)، ۱۳۷ نفر (۳۶/۱٪) از افراد نمونه در رده سنی کمتر از ۱۱ سال قرار دارند، ۹۲ نفر (۲۴/۲٪) در رده سنی ۲۲-۲۵ سال، ۸۴ نفر (۲۲/۱٪) از افراد نمونه در رده ۲۵-۳۰ سال و ۶۷ نفر (۱۷/۶٪) از افراد نمونه در رده سنی ۳۰ سال به بالا می-باشند.

مقطع تحصیلی ۱۷۷ نفر (۴۶/۶٪) از افراد نمونه لیسانس می-باشند، ۱۵۶ نفر (۴۱/۱٪) فوق لیسانس و مقطع تحصیلی ۴۷ نفر (۱۲/۴٪) دکترا می-باشند. همچنین ۷۵ نفر (۱۹/۷٪) از افراد نمونه در رشته مدیریت فرهنگی مشغول به تحصیل هستند، ۶۵ نفر (۱۷/۱٪) مطالعات زنان، ۹۷ نفر (۲۵/۵٪) جامعه‌شناسی، ۱۹ نفر (۵٪) مدیریت رسانه، ۵۳ نفر (۱۳/۹٪) ارتباطات، ۴۱ نفر (۱۰/۸٪) مردم‌شناسی، ۳۰ نفر (۷/۹٪) در رشته جمعیت‌شناسی مشغول به تحصیل می-باشند.

آمار استنباطی

بررسی نرمال بودن داده‌ها

در این قسمت ابتدا به بررسی نرمال بودن متغیرها با کمک آزمون کلموگروف اسمیرنوف پرداخته شد.

(H_0): نرمال بودن توزیع متغیرها
 (H_1): عدم نرمال بودن توزیع متغیر مورد بررسی

در صورتی که سطح معنی‌داری آزمون کمتر از ۰/۰۵ باشد فرض صفر را رد کرده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت توزیع داده‌ها نرمال نیست. در صورتی که سطح معنی‌داری آزمون بیشتر از ۰/۰۵ باشد فرض صفر را می‌پذیریم و توزیع داده‌ها نرمال است.

با توجه به جدول مقابل از آنجا که سطح معنی‌داری آزمون نرمال بودن تمام متغیرها بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین فرض صفر را رد نکرده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت توزیع متغیرها نرمال است

جهت بررسی ارتباط فرضیه‌های آزمون همبستگی پیرسون استفاده می‌نماییم. این آزمون زمانی استفاده می‌شود که توزیع متغیرها نرمال باشد. فرض صفر در آزمون پیرسون عدم وجود رابطه معنی‌دار بین متغیرهای مورد بررسی است و فرض مقابل وجود رابطه معنی‌دار بین دو متغیر است.

جدول (۱): بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها

متغیر	آماره K.S	سطح معنی‌داری	نتیجه
یکسان‌سازی فرهنگی	۱/۱۰۱	۰/۱۴۹	sig > 0.05 پذیرش فرض صفر- توزیع متغیر نرمال است.
خاص‌گرایی فرهنگی	۰/۹۳۸	۰/۳۴۲	sig > 0.05 پذیرش فرض صفر- توزیع متغیر نرمال است.
تلفیق فرهنگی	۱/۱۶۶	۰/۱۳۲	sig > 0.05 پذیرش فرض صفر- توزیع متغیر نرمال است.
هویت‌یابی	۰/۷۰۴	۰/۷۰۵	sig > 0.05 پذیرش فرض صفر- توزیع متغیر نرمال است.
گروه‌های مرجع	۱/۲۶۹	۰/۰۸۰	sig > 0.05 پذیرش فرض صفر- توزیع متغیر نرمال است.
الگوهای فرهنگی	۱/۲۹۵	۰/۰۷	sig > 0.05 پذیرش فرض صفر- توزیع متغیر نرمال است.

جدول (۲): بررسی آزمون همبستگی پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر فرایند هویت‌یابی دانشجویان

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب همبستگی	معنی‌داری	نتیجه
پیامدهای فرهنگی جهانی شدن	فرایند هویت‌یابی دانشجویان	۰/۳۸۶	۰،۰۰۰	وجود ارتباط معنی‌دار

جدول (۳): خلاصه نتایج توصیفی مدل رگرسیونی پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر فرایند هویت‌یابی دانشجویان

ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	مقدار آماره F	سطح معنی‌داری
۰/۳۲۸	۰/۲۲۴	۳۷/۰۱	۰/۰۰۰

پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر هویت‌یابی دانشجویان تأثیر گذار است

با توجه به سطح معنی‌داری «۰/۰۰۰» بدست آمده از ضریب همبستگی، مطابق جدول نشان دهنده این مطلب است که این مقدار چون کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت ارتباط معنی‌داری بین دو متغیر وجود دارد. به عبارتی پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر هویت‌یابی دانشجویان تأثیر گذار است.

با کمک رگرسیون خطی چندگانه به بررسی تأثیر ابعاد پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر فرایند هویت‌یابی پرداخته شد. جهت برآزش مدل رگرسیونی ابعاد پیامدهای فرهنگی جهانی شدن به عنوان متغیرهای مستقل و فرایند هویت‌یابی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است.

بدین ترتیب همان‌طور که در جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود، با توجه به مقدار آماره آزمون F و معنی‌داری آن در سطح اطمینان ۹۵٪ معادله رگرسیون معتبر بوده و نتایج آن قابل تحلیل است. مقدار ضریب تعیین ۰/۳۲۸ می‌باشد که این مؤید آن است که ۳۲/۸٪ از تغییرات متغیر وابسته به کمک متغیر مستقل قابل تبیین است.

با توجه به جدول شماره ۴ مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری متغیر تمام متغیرهای مستقل کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین می‌توان گفت با اطمینان ۹۵٪ پیامدهای فرهنگی جهانی شدن (یکسان‌سازی فرهنگی، خاص‌گرایی فرهنگی و تلفیق فرهنگی) بر فرایند هویت‌یابی تأثیر دارند.

با توجه به قدر مطلق مقدار ضریب بتای استاندارد شده می‌توان گفت تلفیق فرهنگی با ضریب بتای استاندارد شده (۰/۳۵۹) بیشترین سهم را تغییرات هویت‌یابی دانشجویان دارد و تنوع فرهنگی با ضریب بتای استاندارد شده (۰/۱۲۴) کمترین سهم را تغییرات هویت‌یابی دانشجویان دارد.

پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر انتخاب گروه‌های مرجع دانشجویان تأثیر گذار است.

با توجه به جدول شماره ۵ مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری متغیر تمام متغیرهای مستقل کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین می‌توان گفت با اطمینان ۹۵٪ پیامدهای فرهنگی جهانی شدن (یکسان‌سازی فرهنگی، خاص‌گرایی فرهنگی و تلفیق فرهنگی) بر انتخاب گروه‌های مرجع دانشجویان تأثیر دارند.

جدول (۴): تحلیل رگرسیونی و ضرایب رگرسیون شاخص‌های متغیرهای مستقل بر فرایند هویت‌یابی دانشجویان

متغیر	B	خطای استاندارد	BETA (ضریب استاندارد شده بتا)	آماره t	سطح معنی‌داری
عدد ثابت	۱۰/۶۶	۰/۶۴۴	-	۱۶/۵۵۷	۰/۰۰۰
یکسان‌سازی فرهنگی	۰/۰۸۶	۰/۰۳۵	۰/۱۴۳	۲/۴۴۱	۰/۰۱۵
خاص‌گرایی فرهنگی	۰/۰۷۴	۰/۰۲۳	۰/۱۲۴	۳/۲۱۷	۰/۰۰۰
تلفیق فرهنگی	۰/۲۱۳	۰/۰۳۲	۰/۳۵۹	۶/۶۹۳	۰/۰۰۰

جدول (۵): تحلیل رگرسیونی و ضرایب رگرسیون پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر انتخاب گروه‌های مرجع دانشجویان

متغیر	B	خطای استاندارد	BETA (ضریب استاندارد شده بتا)	آماره t	سطح معنی داری
عدد ثابت	۶/۷۱۹	۰/۶۵۳	-	۱۰/۲۹۶	۰/۰۰۰
یکسان‌سازی فرهنگی	۰/۱۰۸	۰/۰۳۶	۰/۱۵۳	۳/۰۳۳	۰/۰۰۳
خاص‌گرایی فرهنگی	۰/۱۹۲	۰/۰۳۲	۰/۳۲۹	۵/۹۹۲	۰/۰۰۰
تلفیق فرهنگی	۰/۱۵۸	۰/۰۳۱	۰/۱۹۶	۵/۰۹۶	۰/۰۰۰

با کمک رگرسیون خطی چندگانه به بررسی فرضیه فوق می‌پردازیم. جهت برازش مدل رگرسیونی ابعاد پیامدهای فرهنگی جهانی شدن به‌عنوان متغیرهای مستقل و انتخاب گروه‌های مرجع دانشجویان به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. بدین ترتیب همان‌طور که در جدول شماره ۷ مشاهده می‌شود، با توجه به مقدار آماره آزمون F و معنی‌داری آن در سطح اطمینان ۹۵٪ معادله رگرسیون معتبر بوده و نتایج آن قابل تحلیل است. مقدار ضریب تعیین ۰/۳۴۴ می‌باشد که این مؤید آن است که ۳۴/۴٪ از تغییرات متغیر وابسته به کمک متغیر مستقل قابل تبیین است.

با توجه به‌قدر مطلق مقدار ضریب بتای استاندارد شده می‌توان گفت خاص‌گرایی فرهنگی با ضریب بتای استاندارد شده (۰/۳۲۹) بیشترین سهم را، تغییرات متغیر انتخاب گروه‌های مرجع دانشجویان دارد و یکسان‌سازی فرهنگی با ضریب بتای استاندارد شده (۰/۱۵۳) کمترین سهم را تغییرات متغیر انتخاب گروه‌های مرجع دانشجویان دارد.

با توجه به جدول شماره ۶ مشاهده می‌شود، سطح معنی‌داری آزمون ۰/۰۰۰ است، که این مقدار کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت ارتباط معنی‌داری بین دو متغیر وجود دارد. به عبارتی پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر انتخاب گروه‌های مرجع دانشجویان تأثیر دارد.

جدول (۶): بررسی آزمون همبستگی پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر انتخاب گروه‌های مرجع دانشجویان

متغیر اول	متغیر دوم	ضریب همبستگی	سطح معنی داری	نتیجه
پیامدهای فرهنگی جهانی شدن	انتخاب گروه‌های مرجع دانشجویان	۰/۴۷۴	۰/۰۰۰	وجود ارتباط معنی‌دار

جدول (۷): خلاصه نتایج توصیفی مدل رگرسیونی پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر انتخاب گروه‌های مرجع دانشجویان

ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	مقدار آماره F	سطح معنی داری
۰/۳۴۴	۰/۲۸۶	۳۶/۲۵۶	۰/۰۰۰

جدول (۸): بررسی آزمون همبستگی پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر انتخاب الگوهای فرهنگی دانشجویان

متغیر اول	متغیر دوم	ضریب همبستگی	سطح معنی داری	نتیجه
پیامدهای فرهنگی جهانی شدن	انتخاب الگوهای فرهنگی دانشجویان	۰/۵۰۷	۰/۰۰۰	وجود ارتباط معنی‌دار

پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر انتخاب الگوهای فرهنگی دانشجویان تأثیر گذار است.

با توجه به جدول شماره ۸ مشاهده می‌شود، سطح معنی داری آزمون $F=0/000$ است، که این مقدار کمتر از $0/05$ می‌باشد بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان 95% می‌توان گفت ارتباط معنی داری بین دو متغیر وجود دارد. به عبارتی پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر انتخاب الگوهای فرهنگی دانشجویان تأثیر دارد.

با کمک رگرسیون خطی چندگانه به بررسی فرضیه فوق می‌پردازیم. جهت برازش مدل رگرسیونی ابعاد پیامدهای فرهنگی جهانی شدن به عنوان متغیرهای مستقل و انتخاب الگوهای فرهنگی دانشجویان به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است.

بدین ترتیب همان‌طور که در جدول شماره ۹ مشاهده می‌شود، با توجه به مقدار آماره آزمون F و معنی داری آن در سطح اطمینان 95% معادله رگرسیون معتبر بوده و نتایج آن قابل تحلیل است. مقدار ضریب تعیین $0/377$ می‌باشد که این مؤید آن است که $37/7\%$ از تغییرات متغیر وابسته به کمک متغیر مستقل قابل تبیین است.

بدین ترتیب همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود، با توجه به مقدار آماره آزمون F و معنی داری آن در سطح اطمینان 95% معادله رگرسیون معتبر بوده و نتایج آن قابل تحلیل است. مقدار ضریب تعیین $0/377$ می‌باشد که این مؤید آن است که $37/7\%$ از تغییرات متغیر وابسته به کمک متغیر مستقل قابل تبیین است.

با توجه به جدول شماره ۱۰ مشاهده می‌شود سطح معنی داری متغیر تمام متغیرهای مستقل کمتر از $0/05$ است، بنابراین می‌توان گفت با اطمینان 95% پیامدهای فرهنگی جهانی شدن (یکسان‌سازی فرهنگی، خاص‌گرایی فرهنگی و تلفیق فرهنگی) بر انتخاب الگوهای فرهنگی دانشجویان تأثیر دارند.

با توجه به قدر مطلق مقدار ضریب بتای استاندارد شده می‌توان گفت یکسان‌سازی فرهنگی با ضریب بتای استاندارد شده ($0/495$) بیشترین سهم تغییرات را متغیر انتخاب الگوهای فرهنگی دانشجویان دارد و خاص‌گرایی فرهنگی با ضریب بتای استاندارد شده ($0/215$) کمترین سهم تغییرات را متغیر انتخاب الگوهای فرهنگی دانشجویان دارد.

جدول (۹): خلاصه نتایج توصیفی مدل رگرسیونی پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر انتخاب الگوهای فرهنگی دانشجویان

ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	مقدار آماره F	سطح معنی داری
0/377	0/291	43/439	0/000

جدول (۱۰): تحلیل رگرسیونی و ضرایب رگرسیون پیامدهای فرهنگی جهانی شدن بر انتخاب الگوهای فرهنگی دانشجویان

متغیر	B	خطای استاندارد	BETA (ضریب استاندارد شده بتا)	آماره t	سطح معنی داری
عدد ثابت	15/163	0/879	-	17/25	0/000
یکسان‌سازی فرهنگی	0/480	0/048	0/495	10/01	0/000
خاص‌گرایی فرهنگی	0/274	0/039	0/215	7/025	0/000
تلفیق فرهنگی	0/327	0/043	0/333	7/604	0/000

نتیجه گیری

و باز تولید می‌کند. محصولات فرهنگی، امروز به سرعت از بسترهای محلی خود رها و به سرعت جهانی می‌شود، پس صرفاً حامل هویت فرهنگی، جغرافیایی یا ملی خاص نخواهد بود؛ و این فرصتی است که از نگاه حداقل دوری گزیده و با انتخاب آگاهانه یک رویکرد تعاملی محور و با بهره‌گیری از تمام ظرفیت‌های مغفول مانده (خواسته یا ناخواسته) در زیست جهان فرهنگی معاصر، می‌توان به بازیگری فعال در مناسبات جهانی با توجه به مقتضیات فرهنگی کشور تبدیل شد تا علاوه بر دو چندان کردن قدرت تعامل و اثربخشی فرهنگی، از چالش‌های پیشرو، ناشی از تحولات دنیای مدرن در امان ماند. تغییر و تحول فرهنگی همراه با تغییر و تحولات جهانی امروز بیش از گذشته خود را به جوامع تحمیل می‌کنند و سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان فرهنگی می‌بایست چگونگی مدیریت این تغییرات را مدنظر قرار دهند. مدیریت و نظام فرهنگی باید آستانه تحمل خود را برای جذب و هضم تغییرات افزایش دهند و این نکته را مدنظر قرار دهند که نادرست‌ترین شیوه، تقابل یا برخورد عکس‌العملی است؛ و بهترین شیوه ایجاد یک نظام مدیریت پیش‌نگر باهدف شناخت دقیق و پیش‌بینی تحولات فرهنگی جامعه به منظور مدیریت صحیح آن است.

منابع و مأخذ

اینگلهارت، رونالد. (۱۳۷۳). تحول فرهنگی در جوامع پیشرفته صنعتی: مترجم، مریم وتر. تهران: انتشارات کهن.

برگر، پیتر و ساموئل هانتینگتون. ۱۳۸۴. چند جهانی-شدن: ترجمه علی کمالی و لادن کیانمهر. تهران: انتشارات روزنه.

بیوک، محمدی. (۱۳۷۳). الگوی خاموش: نامه علوم اجتماعی. شماره ۷، زمستان.

جهانی شدن یک روند قابل انکارناپذیر است. فارغ از آن که عاملیت جهان غرب در ظهور و استمرار و مدیریت روند جهانی شدن چه میزان بوده است و این روند یک پروژه است یا پروسه، طبیعی است یا ساختگی، غربی است یا جهانی، مطلوب است یا نامطلوب و موارد دیگر، مسئله اینجاست که ما با یک جهانی شدن منحصر به فرد و واحد مواجه نیستیم، بلکه با چند جهانی شدن مواجه ایم (یا می‌توانیم باشیم) و فن‌آوری‌های مدرن قابلیت‌هایی را در اختیار همگان حتی غیر غربی‌ها قرار داده است که می‌توان با بهره‌گیری از آن‌ها در این روند نقشی مؤثر ایفا کرد و حتی به آن جهت دارد یا مسیرش را اصلاح کرد. لذا هر نوع رویکرد سلبی و ارتجاعی در این زمینه به‌طور حتم می‌تواند نتایج ناخوشایندی را به همراه داشته باشد که شاید در دراز مدت هم نتوان از پیامدهای فرهنگی آن در امان بود، چرا که با توجه به بافت فرهنگی جامعه ما که متأثر از الگوی ایرانی-اسلامی است و عناصر فرهنگی برخاسته از الگوی غربی که یک نوع زیست فرهنگی مدرن، در لوای اومانیزم، سکولاریسم، لیبرالیسم و در نهایت فمینیسم را در چارچوب فرهنگ رسانه‌ای تولید و بازتولید می‌کند، می‌تواند، زیست فرهنگی جامعه ما را با چالش جدی مواجهه سازد. نتایج برآمده از این پژوهش به‌خوبی این موضوع را نمایان می‌سازد؛ که تأثیرپذیری دانشجویان از پیامدهای فرهنگی جهانی شدن در سطح فراملی رو به فزونی می‌باشد. نکته اساسی این است که گریز از فرایند جهانی شدن با در نظر گرفتن تمام ابعاد آن، ناممکن است. از این رو شناخت ابعاد آن به ویژه در جامعه مثل ایران از اهمیت بسزایی برخوردار است.

جهانی شدن با نفوذپذیر کردن و سیال پذیر کردن مرزها، انسان‌ها را درون زیست فرهنگی جدیدی قرار می‌دهد که تعاملات اجتماعی مختص خودش را تولید

- تاملینسون، جان. (۱۳۸۱). جهانی‌شدن و فرهنگ: مترجم محسن حکیمی. تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). هویت اجتماعی: مترجم: تورج یاراحمدی. تهران: نشر شیرازه.
- خسرو، شاهی، صبوری، حبیب. (۱۳۹۱). بررسی گروه‌های مرجع جوانان در شهر. تهران: فصلنامه علمی پژوهش اجتماعی، دوره چهارم، شماره یازدهم.
- رابرتسون، رونالد. (۱۳۸۲). جهانی‌شدن و تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی: ترجمه کمال پولادی. تهران: انتشارات ثالث.
- روزنا، جیمز. (۱۳۷۸). پیچیدگی‌ها و تناقض‌های جهانی‌شدن، فصلنامه سیاست خارجی: ترجمه احمد صادقی، تهران: سال سیزدهم، شماره چهارم.
- ساروخانی، باقر، بابایی فرد، اسد. ۱۳۹۱. اینترنت، جهانی‌شدن و هویت فرهنگی در ایران. تهران: انتشارات دیدار.
- شولت، یان، آرت. (۱۳۸۱). نگاهی موشکافانه بر پدیده جهانی‌شدن، ترجمه کرباسیان. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- صالحی امیری، سیدرضا، عظیمی دولت‌آبادی. ۱۳۸۹. مبانی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی. تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- عاملی، سعیدرضا. (۱۳۸۳). جهانی‌شدن مفاهیم و نظریه‌ها: انتشارات فرهنگ و ارشاد اسلامی. تهران: فصلنامه ارغنون شماره ۲۴.
- عبدی، عباس؛ گودرزی محسن. ۱۳۷۸. تحولات فرهنگی در ایران: تهران: انتشارات سروش.
- گل محمدی، احمد. (۱۳۸۰). تجدد، جهانی‌شدن و هویت خاص گرابی‌های فرهنگی در جهان معاصر. پایان نامه دکتری. دانشگاه تهران. دانشکده حقوق و علوم سیاسی.
- گیدنز، آتونی. (۱۳۸۰). جامعه‌شناسی: ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- لوکلر، ژرار. (۱۳۸۲). جهانی‌شدن فرهنگی آزمونی برای تمدن‌ها: ترجمه سعید کامران. تهران: وزارت خارجه.
- واترز، مالکوم. (۱۳۷۹). جهانی‌شدن، ترجمه اسماعیل مردانی گیوی. تهران: انتشارات مدیریت صنعتی.
- هال، استوارت. (۱۳۸۳). هویت‌های قدیم و جدید، قومیت‌های قدیم و جدید. ترجمه شهریار وقعی پور، فصلنامه فلسفی ادبی فرهنگی ارغنون، شماره بیست و چهارم.
- Holton, Robert. (2000). Globalizations Cultural Consequences, Annual off the Academy of Political and Social Science, Vol.570
- Walter Goldschmidt. (1970). Exploring the way of Mankind, N.Y. Holt Rinehart and Winston,
- Wendell H. Oswalt. (1970). Understanding our Culture. N.Y. Holt Rinehart and Winston,
- Ralph L. Beals and Harry Hoijer. (1971). An Introduction Anthropology. N.Y. Mcmillan Cc.

یادداشت‌ها

¹ Castells² Globalization³ Cultural Convergence⁴ Cultural Particularism⁵ Culture Hybridization⁶ Identification⁷ Reference Groups⁸ Cultural Patterns