

فرهنگ ایرانی در عصر جهانی شدن (مورد مطالعه فرهنگ نوروز)

حاکم قاسمی^۱، زهرا ناظری^۲

چکیده

نوروز از آئین‌های کهن ایرانیان و نماد فرهنگ ایرانی از دوره باستان تا امروز پایدار مانده است. با ظهور فرایند جهانی شدن، شرایط جدیدی برای فرهنگ‌ها رقم خورده است. وضعیتی که می‌تواند به از بین رفتن فرهنگ‌های بومی و آئین‌های کهن منجر شود. پرسش این است که نوروز در مواجهه با فرایند جهانی شدن چه وضعیتی پیدا خواهد کرد؟ برای پاسخ به این پرسش با استخراج ویژگی‌های نوروز و ویژگی‌های جهانی شدن، قابلیت انطباق‌پذیری فرهنگ ایرانی و نوروز با جهانی شدن تبیین می‌شود.

نوروز دارای ویژگی‌های عام انسانی و جهانی است، تأکید بر ارزش‌های اخلاقی و انسانی، ترویج و تحکیم روابط انسانی و نوع‌دوستی، اهمیت دادن به محیط‌زیست و تأکید بر بهداشت و پاکیزگی از ویژگی‌های انسانی و جهانی فرهنگ نوروز است. با توجه به این ویژگی‌ها، این فرهنگ قابلیت انطباق با جهانی شدن را دارد و می‌توان، از فرصت‌های موجود در عرصه جهانی برای حفظ و گسترش این فرهنگ سود جست.

واژه‌های کلیدی

جهانی شدن، فرهنگ، فرهنگ ایرانی و نوروز

تاریخ پذیرش: ۹۱/۱۰/۰۵

تاریخ دریافت: ۹۱/۰۸/۲۹

ghasemi20@yahoo.com

۱. استادیار علوم سیاسی دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)

nazeri_z2009@yahoo.com

۲. کارشناسی ارشد روابط بین‌الملل

مقدمه

یکی از مسائل که از بدو شکل‌گیری نظریه جهانی شدن به موضوع مرکزی نظریه‌پردازان جهانی شدن تبدیل شده، پیامدهای فرهنگی آن است. فرهنگ‌ها در حالی که از تداوم برخوردارند، با تحول و تغییر نیز همراه هستند. لذا در فرایند جهانی شدن، برخی از فرهنگ‌ها، امکان پایداری و نفوذ بیشتری خواهند داشت اما برخی از فرهنگ‌ها با تهدید روبرو خواهند شد.

فرهنگ ایرانی نیز در فرایند جهانی شدن با تهدیدهایی روبروست اما ظرفیت‌هایی دارد که می‌تواند با اتکا به آنها پویا باقی بماند. از جمله این ظرفیت‌ها برخورداری از آئین‌ها، سنت‌ها، رسوم، اسطوره‌ها، نمادها و سمبل‌های متعدد و متنوع است. «راز ماندگاری ایران و هویت ایرانی، آئین‌ها، اسطوره‌ها و نمادهایی هستند که در طول تاریخ رشته همبستگی اقوام ایرانی و استمرار تاریخی این ملت را به وجود آورده‌اند» (نقیب‌زاده، ۱۳۸۵: ۲). رسم و آئین نوروز یکی از نمادهای فرهنگ ایرانی است که با وجود زمان درازی که از عمر آن می‌گذرد، همچنان پابرجا مانده و ارزش‌های نهفته در آن از نسلی به نسل دیگر منتقل شده است.

پرسش این است که نوروز در مواجهه با فرایند جهانی شدن چه وضعیتی پیدا خواهد کرد؟ آیا می‌تواند بر چالش‌های ناشی از جهانی شدن غلبه و خود را حفظ کند؟ در پاسخ باید گفت نوروز به‌عنوان نماد فرهنگ ایرانی از قابلیت‌های بالایی برای حفظ خود در عصر جهانی شدن برخوردار است. بنابراین می‌تواند بر تهدیدها غلبه کند و پابرجا باقی بماند.

روش

روش بررسی در این مقاله توصیفی - تحلیلی و روش گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای

است. با رجوع به آثار موجود و گردآوری اطلاعات در مورد پدیده جهانی شدن و فرهنگ نوزد، تأثیر جهانی شدن بر نوزد تبیین می‌شود. در این جهت با توصیف ویژگی‌ها و عناصر موجود در فرهنگ نوزد تلاش می‌شود تا چگونگی تأثیر جهانی شدن بر آن توضیح داده شود و ظرفیت نوزد برای تداوم در عصر جهانی شدن معرفی شوند.

تعریف مفاهیم

در این مقاله با توجه به تأثیر جهانی شدن، ظرفیت‌های فرهنگ ایرانی برای حفظ خود در فرایند جهانی شدن بررسی می‌شود. نوزد به عنوان نمادی از فرهنگ ایران در نظر گرفته شده و ظرفیت‌های آن برای حفظ خود در عصر جهانی شدن تبیین می‌گردد. بنابراین نوزد به عنوان متغیر وابسته و جهانی شدن به عنوان متغیر مستقل و ویژگی‌های نوزد به عنوان مولفه‌هایی (متغیرهای واسط) که چگونگی تأثیر جهانی شدن بر نوزد را مشخص می‌کنند، مطالعه می‌شوند.

جهانی شدن

جهانی شدن معانی زیاد و متفاوتی دارد، مانند: جهانی شدن به عنوان یک ایده، به عنوان الگو و پروژه، فرایند تاریخی و انسانی، به عنوان آینده احتمالی، موقعیت و در نهایت به عنوان یک روند (نهادندان، ۱۳۸۶: ۴۳). سلیمی می‌نویسد: «در مورد جهانی شدن یک معنی خاص وجود ندارد و هر فردی این کلمه را از دیدگاه خود تعریف می‌کند» (۱۳۸۴: ۲۵). شولت حداقل پنج معنا از جهانی شدن ارائه کرده که عبارت‌اند از: «۱. بین‌المللی شدن ۲. لیبرالیزه شدن جهان ۳. همگون‌سازی جهان ۴. غربی شدن یا مدرنیزاسیون (به‌ویژه در شکل آمریکایی‌سازی) ۵. قلمروزدایی و از بین رفتن مرزهای ملی» (۱۳۸۶: ۱۷ - ۱۵).

با توجه به تعاریف مختلف:

باید جهانی شدن را فرایندی چندبعدی دانست که بر اثر آن فرایند قلمروزدایی و کم‌رنگ شدن مرزهای ملی، گسترش پیوندهای بین جوامع، و افزایش ارتباطات و پیوندها در جنبه‌های مختلف فعالیت‌های اجتماعی، مانند: اقتصاد، سیاست و فرهنگ شکل می‌گیرد (4: 2010, Ghasemi).

گیدنز جهانی شدن را به‌عنوان افزایش روابط اجتماعی گسترده در سراسر جهان به‌گونه‌ای که نواحی دوردست به هم متصل شوند تعریف می‌کند (64: 1990). پیشگاهی فرد می‌نویسد: «نکته مشترکی که پیرامون جهانی شدن در بسیاری از نوشته‌ها وجود دارد شبکه‌ای بودن، فراگیر بودن، یکپارچگی، تفوق نظام سرمایه‌دار، فشردگی زمان و مکان و وابستگی عمومی است» (۱۳۸۰: ۱۵). سیدنورانی می‌نویسد:

جهانی شدن محیط یگانه‌ای را برای همه کشورهای جهان به وجود می‌آورد که در آن پیوندهای بین‌المللی به حداکثر رسیده و قوی‌تر از پیوندهای ملی عمل می‌کنند. در این محیط قوانین جهان‌شمول است و جامعه جهانی باید از آن تبعیت کند. در چنین شرایطی ملت‌ها هویت ملی خود را در تقدم دوم قرار خواهند داد و به تدریج هویت‌های جدیدی برای آنها خلق می‌شود که ناشی از همبستگی‌های فکری، شغلی یا قومی در نقاط مختلف جهان است (۱۳۷۹: ۱۵۸).

با وجود اختلاف‌نظرها، غالب پژوهشگران، جهانی شدن را نوعی همگون شدن و پیوند خوردن جوامع در گستره جهانی می‌دانند. در این مقاله جهانی شدن فرایندی تعریف شده که باعث کم‌رنگ شدن مرزهای بین ملت‌ها می‌شود و موجب می‌گردد بسیاری از مسائل و پدیده‌ها در گستره‌ای به وسعت جهان و بدون مرزبندی‌های محدودکننده مطرح و به‌عنوان موضوعی جهانی شناخته شوند (5-4: 2010, Ghasemi).

فرهنگ

در تعریفی فرهنگ شامل باورهای سستی، شکل‌های اجتماعی و ویژگی‌های مادی یک گروه نژادی، دینی یا اجتماعی و شکل یکپارچه آگاهی، اعتقاد و رفتار انسان است که تابع ظرفیت فراگیری او و انتقال آگاهی‌ها به نسل‌های بعدی است (صدری‌افشار و دیگران، ۱۳۷۷: ۵۷۳). تیلور «فرهنگ را حاصل رفتار و کردار انسان‌هایی می‌داند که در جامعه زندگی می‌کنند. به بیان دیگر فرهنگ شیوه کلی زندگی در هر جامعه است» (ستوده، ۱۳۷۶: ۱۹). از نظر تیلور:

فرهنگ مجموعه‌ای شامل معارف، اعتقادات، هنرها، صنایع، تکنیک‌ها، اخلاق، قوانین، سنن و بالاخره تمامی عادت‌ها، رفتار و ضوابطی است که انسان به‌عنوان عضو یک جامعه، آن را از جامعه خود می‌گیرد و در تلاش برای انتقال آن به جوامع دیگر (تعهد) برمی‌آید (روح‌الامینی، ۱۳۷۷: ۱۸). بنا به تعریف گلیفورد گیرتز:

فرهنگ بر الگوی معناهای نهفته در نمادها که به صورت تاریخی انتقال یافته است دلالت می‌کند، نظامی از برداشت‌های به ارث رسیده که به صورت نمادین بیان شده است. فرهنگ نه تنها کمک می‌کند خودمان را تعریف کنیم، بلکه در عین حال وسیله‌ای است که آدمی از طریق آن شناخت خود از زندگی و نگرش‌های مربوط به آن را مبادله می‌کند و توسعه می‌بخشد (گرانپایه، ۱۳۷۸: ۲۸).

در تعریفی دیگر؛

فرهنگ به منزله کلیتی از ویژگی‌های معنوی، مادی، فکری و احساسی است و به منزله مشخصه یک گروه اجتماعی، بر اثر تغییر و تحولات سیاسی و تکنولوژیک دچار دگرگونی می‌شود. هیچ فرهنگی از تأثیرپذیری از فرهنگ‌های دیگر و تحولات اجتماعی درونی و بیرونی در امان نبوده و

ثابت و ایستا نیست (سلیمی و سیفی آتشگاه، ۱۳۸۸: ۱۷۲).

با توجه به تعاریف مختلف باید گفت:

فرهنگ مجموعه به هم پیوسته‌ای از اجزای غیرمادی عینیت یافته در زندگی اجتماعی است که دارای اجزای مختلف است، ولی یک کل واحد را تشکیل می‌دهد. این کل واحد به اجتماعات انسانی هویت و به زندگی معنا می‌دهد. این مجموعه، مادی نیست؛ اما، با دستاوردهای مادی ارتباط تنگاتنگ دارد و بر آنها تأثیر می‌گذارد و از آنها تأثیر می‌پذیرد. از سوی دیگر این مجموعه، هرچند غیرمادی است، ذهنی و ادراکی نیست، بلکه در عالم واقع عینیت یافته و در زندگی جاری است. بنابراین شیوه و نحوه زندگی کردن را شکل می‌دهد تا جایی که به‌عنوان شیوه و چارچوب زندگی تلقی می‌شود (قاسمی، ۱۳۸۶: ۴۱).

از این رو فرهنگ مجموعه‌ای از آداب، رسوم، اعتقادات، ارزش‌ها، باورها، هنجارها، آئین‌ها، دانش‌ها و مانند اینهاست که طی دوره‌های تاریخی شکل گرفته و به صورت وجودی مستقل از انسان‌ها درآمده و آرمان‌ها و نگرش آنها به زندگی و نحوه زندگی آنها را تحت تأثیر قرار داده است.

فرهنگ ایرانی و نوروژ

با توجه به تعریف فرهنگ، فرهنگ ایرانی مجموعه‌ای از آداب و رسوم، اعتقادات، ارزش‌ها، باورها، هنجارها، آئین‌ها، دانش‌ها و مواردی از اینهاست که در بین مردم ایران رواج دارد. فرهنگ ایرانی باعث هویت‌بخشی به اقوام مختلف ساکن در ایران گشته که تمایز ایرانیان را از دیگر اقوام در پی داشته است. در اینجا پرداختن به ابعاد فرهنگ ایرانی مقدور نیست، لذا نوروژ به‌عنوان نمادی از فرهنگ ایرانی مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

نوروز رسم و سنتی است که همه‌ساله با آغاز فصل بهار در ایران و برخی از کشورها برگزار می‌شود. نوروز یک اسم مرکب است که از ترکیب دو واژه «نو» و «روز» به وجود آمده است. ایرانیان باستان از نوروز به عنوان «ناواسردا» یعنی سال نو یاد می‌کردند. مردمان ایرانی آسیای میانه نیز در زمان سغدیان و خوارزمشاهیان، نوروز را نوسارد و نوسارجی به معنای سال نو می‌نامیدند (دهخدا، ۱۳۶۵: ۱۰۲).

نوروز یکی از مؤلفه‌های شاخص فرهنگ و هویت ایرانی است.

جشن نوروز، هویت ملی ایرانیان را نشان می‌دهد و نشان‌دهندهٔ علائق، فرهنگ و تعلقات قومی آنها به حساب می‌آید. از آداب و تشریفات شکوهمند جشن نوروز می‌توان دریافت که بیشتر این تشریفات نماد نو شدن، آغاز حیات و شور زندگی و جنبش بوده‌اند (سگوند، ۱۳۷۷: ۳).

محققان آغاز نوروز را هزارهٔ سوم قبل از میلاد می‌دانند.

قدیمی‌ترین نشانه‌هایی که در آسیای غربی از جشن سال نو بازمانده به نخستین خاندان سلطنتی اور^۱ مربوط می‌شود که در طی آن ازدواج مقدس میان الههٔ آب و خدای باروری انجام می‌گرفته و کاهنهٔ معبد نقش الههٔ آب را بر عهده داشته است و این در هزارهٔ سوم قبل از میلاد مسیح بوده است. در این مراسم، شاه نقش الههٔ باروری را بر عهده داشته است (بهار، ۱۳۷۴: ۲۲۹).

این مراسم نشان می‌دهد که نوروز مراسمی قدیمی و دارای پیشینه‌ای دینی است. ایرانیان باستان که برای آفریده‌های خداوند اهمیت زیادی قائل بودند، به شکرانهٔ وجود این آفریده‌ها، در سالروز آفرینش هر یک از آنها، جشنی برپا می‌کردند. «در بعضی منابع از آتش به عنوان هفتمین آفریدهٔ خداوند یاد کرده‌اند و بدین سان جشن مربوط به وی، که با آن آفرینش کامل شد و جهان به گردش درآمد، نوروز نام گرفت» (نصری، ۱۳۸۷: ۱۹۴).

۱. سلطنت اور در هزاره سوم قبل از میلاد در غرب آسیا شکل گرفت و مرکز آن بین‌النهرین بود.

نوروز نقش مهمی در حفظ هویت و همبستگی ایرانیان داشته است. جشن نوروز، از نظر قدمت و دیرینگی، مداومت (۱۳ روز مداوم)، گسترده‌گی (از هندوستان و آسیای مرکزی و قفقاز تا مصر)، دین‌پایگی (آمیخته بودن مراسم و آداب نوروزی با تعالیم ماورالطبیعی)، شورآفرینی (ایجاد احساس شادی زیاد در بین خردسالان، جوانان و بزرگسالان)، شأن ارزنده‌ای در قوام هویت ایرانی ایفا کرده است (نصری، ۱۳۸۷: ۱۹۲).

امروزه در کشورهای متعددی نوروز به‌عنوان جشن‌های ملی برگزار می‌شود. این آئین نه تنها نقش بزرگی در شکل‌گیری هویت و همبستگی اقوام ایرانی ایفا می‌کند بلکه می‌تواند رشته پیوند همه کسانی باشد که خارج از مرزهای جغرافیایی امروز ایران، به نوروز عشق می‌ورزند و آنرا محترم می‌شمارند (نقیب‌زاده، ۱۳۸۵: ۳).

بنابراین نوروز نه تنها عاملی برای حفظ هویت و همبستگی ملی، بلکه عاملی برای هم‌گرایی ملت‌ها است.

چارچوب نظری

در جهان کنونی در عین حالی که شاهد جهانی شدن فرهنگ هستیم شاهد فرهنگی شدن جهان نیز هستیم. از این روست که «در سال‌های اخیر جنبه فرهنگی زندگی اجتماعی محور بحث بسیاری از رشته‌ها و شاخه‌های فرعی این علوم بوده است» (گل‌محمدی، ۱۳۸۱: ۱۲۲). جهانی شدن تمامی ساختارها را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ اما، یکی از وجوه مناقشه‌انگیز آن تأثیر جهانی شدن بر فرهنگ‌های ملی و محلی است. اگرچه هنوز «هیچ مفهوم و تعریف خاصی برای همگون‌سازی تمام سیستم‌ها ظاهر نشده است» (Tamlinson, 1999: 71). «نفس وجود جریانی

همگون‌ساز که در همگون شدن فرهنگ‌ها تأثیر جدی دارد انکارناپذیر است؛ اما تعریف، چگونگی و حد و مرز این جریان و میزان تأثیر آن در همگون‌سازی فرهنگ‌ها مورد مناقشه است» (شهرام‌نیا، ۱۳۸۶: ۱۱۰).

از جهانی شدن فرهنگ و تأثیر آن دو برداشت ارائه می‌شود: برداشت اول این است که یک فرهنگ بر دیگر فرهنگ‌ها غلبه می‌کند. لذا جهانی شدن فرهنگ به معنای به‌وجود آمدن یک فرهنگ فراگیر برای همه ملت‌ها است. «این دسته از متفکران با بیان دلایلی از روند کنونی جهان، مبنی بر گسترش سطح و عمق و درهم پیچیدگی‌های اجتماعی و اقتصادی جهان، نابودی فرهنگ‌های بومی و خلق فرهنگ نوین و پویای جهانی را اجتناب‌ناپذیر می‌دانند» (پیشگاهی‌فرد، ۱۳۸۰: ۶۰ - ۵۹). با این برداشت کسانی که جهانی شدن را مترادف غربی شدن می‌دانند معتقدند: «جهانی شدن به معنای آمریکایی شدن، غربی شدن یا مک‌دونالدی شدن ... صرفاً محدود به حوزه‌های اقتصادی یا سیاسی نمی‌گردد، بلکه حوزه فرهنگ را نیز در برمی‌گیرد» (کچوئیان، ۱۳۸۴: ۲۵۲).

در این شرایط فرهنگ مسلط در عرصه جهانی که همان فرهنگ غربی است، فرهنگ‌ها را در درون خود جذب می‌کند ... این امر سبب می‌شود فرهنگ‌ها در برابر فرایند جهانی شدن منفعل شده و ویژگی‌های خود را از دست بدهند (سجادی، ۱۳۸۳: ۸۸).

دیدگاه دوم این است که در شرایط جهانی شدن، بسیاری از فرهنگ‌های بومی و محلی امکان رشد پیدا می‌کنند. زیرا جهانی شدن فضایی فراهم می‌آورد که بسیاری از شاخصه‌های فرهنگ و هویت ملی و بومی برجسته‌تر شده، به فراسوی سرزمین ملی گسترش می‌یابد. لذا جهانی شدن به معنای از دست رفتن فرهنگ‌های بومی نیست، بلکه به معنای از دست رفتن مرزبندی‌های مصنوعی است (اردلان، ۱۳۷۹: ۴۹).

❖ با جهانی شدن فرهنگ‌های ملی و بومی با قرار گرفتن در معرض دید همگان امکان رشد می‌یابند. این توانایی به فرهنگ‌ها امکان می‌دهد که خود را حفظ کنند و توسعه بخشند.

چگونگی و نتایج تأثیر جهانی شدن بر فرهنگ‌های بومی را می‌توان در چند حالت صورت‌بندی کرد:

۱. جانشینی فرهنگ بومی با فرهنگ جهانی شده ۲. همزیستی فرهنگ‌های بومی و جهانی بدون ادغام این دو با یکدیگر ۳. ترکیب فرهنگ عمومی جهانی و فرهنگ ویژه بومی ۴. طرد فرهنگ جهانی با عکس‌العمل‌های قوی محلی. نتیجه طبیعی مواجهه با انتخاب‌های گسترده‌تر، برجسته‌تر شدن هویت‌های بومی است و همه فرهنگ‌ها به‌طور نسبی، یعنی متناسب با قدرت و اقتدار و پذیرش فرهنگی خود، قلمروی جهانی پیدا می‌کنند (سلیمی و سیفی آتشگاه، ۱۳۸۸: ۱۷۱).

آنچه مسلم است فرهنگ جهانی شکل می‌گیرد. در این فرهنگ، فرهنگ‌های بومی و محلی که متناسب با فرهنگ جهانی باشند و بتوانند خود را با این فرهنگ سازگار نمایند، ماندگار خواهند شد.

با توجه به تنوع فرهنگ‌ها، جهانی شدن تأثیر یکسانی بر آنها ندارد. فرهنگ‌ها از مجموعه‌ای از عناصر تشکیل شده‌اند که بخشی از آنها مانند برخی از اعتقادات، ارزش‌ها، آرمان‌ها و اسطوره‌های فرهنگی در مقابل تغییرات، پایدار و مقاوم هستند؛ اما، بخشی دیگر تغییرپذیرند مانند شیوه زندگی کردن و تأمین معیشت که ممکن است تغییر کند اما با حفظ عناصر اصلی، موجودیت خود را حفظ می‌کنند. بنابراین تغییر و تحول فرهنگ‌ها امری قابل قبول است. نگرانی در مواجهه با جهانی شدن، استحاله و حذف فرهنگ‌هاست.

تأثیر جهانی شدن بر هر فرهنگی به ویژگی‌ها و عناصر سازنده آن فرهنگ بستگی دارد. با توجه به ویژگی‌های فرهنگ‌ها، آنها به دو دسته خاص‌گرا و عام‌گرا دسته‌بندی می‌شوند. فرهنگ خاص‌گرا دارای ویژگی‌ها و عناصری است که مختص یک جامعه و تنها مورد احترام مردم آن جامعه است. ارزش‌های این فرهنگ‌ها تنها مورد قبول گروه‌ها و اجتماع‌های محدودی است و گستره عام و جهانی ندارد. فرهنگ‌های خاص‌گرا در رویارویی با تغییر و تحولات جهانی شدن دچار مشکل می‌شوند. زیرا در حالی که جهانی شدن به عام‌گرایی و به جهانی شدن ارزش‌های فرهنگی گرایش دارد، فرهنگ خاص‌گرا بر ارزش‌های خاص و مورد قبول گروهی محدود اصرار می‌ورزد. بنابراین قادر به خارج شدن از چارچوب‌های خاص مورد تأکید خود نیستند و توانایی انطباق خود با فرایند جهانی شدن را ندارند. بنابراین تحت فشار قرار می‌گیرد و ممکن است دچار استحاله و حذف شود.

فرهنگ‌های عام‌گرا دارای ویژگی‌هایی هستند که مختص یک جامعه و تنها مورد قبول مردم آن جامعه نیست، بلکه مورد احترام مردم و گروه‌های مختلفی در گستره جهانی است. ارزش‌های آنها نیز گستره عام و جهانی است. با توجه به ویژگی‌ها و ارزش‌های عام و تعمیم‌پذیر فرهنگ‌های عام‌گرا، این فرهنگ‌ها امکان دارند که مورد پذیرش دیگران قرار گیرند. لذا امکان ماندگاری در شرایط جهانی شدن را دارند. بین ویژگی‌های عام‌گرایانه در فرهنگ‌های عام‌گرا و جهانی شدن که به عام‌گرایی گرایش دارد، نه تنها تعارض و تضادی ایجاد نمی‌شود، بلکه سازگاری به وجود می‌آید. بنابراین فرهنگ‌های عام‌گرا توانایی انطباق با فرایند جهانی شدن را دارند و می‌توانند خود را حفظ نمایند.

در این مقاله با معرفی جهانی شدن و فرایندی که بر اثر آن ایجاد می‌شود و با بررسی ویژگی‌های فرهنگ نوروژ که نمودی از فرهنگ ایرانی است، امکان انطباق این فرهنگ با فرایند جهانی شدن مورد بررسی قرار می‌گیرد. با در نظر گرفتن ویژگی‌ها

❖ و ارزش‌های فراگیر نوروز می‌توان نتیجه گرفت که این فرهنگ قابلیت دارد که در اثر تغییر و تحولات جهانی شدن خود را حفظ کند و حتی بر دیگر فرهنگ‌ها تأثیر بگذارد.

فرهنگ ایرانی نوروز در عصر جهانی شدن

فرهنگ ایرانی در طول تاریخ، بحران‌های متعددی را پشت سر گذاشته است. ولایتی درباره این بحران‌ها و مقاومت فرهنگ ایرانی می‌نویسد:

هویت ایرانی در طول تاریخ با چهار بحران روبرو بوده است: ۱. حمله اسکندر: «بحران یونانی» ۲. سلطه بنی‌امیه و هجوم فرهنگ اشرافی و جاهلی عرب به فرهنگ ایرانی: «بحران اموی» ۳. حمله زردپوستان به آسیای مرکزی و حوزه‌التبایی و تهاجم فرهنگی مغول و تاتار: «بحران مغولی» ۴. تهاجم استعمارگران فرنگ و تحمیل فرهنگ غربی: «بحران فرنگی» (۱۳۷۹: ۴۸).

با توجه به این سابقه در مواجهه با هجمه‌های فرهنگی، این فرهنگ می‌تواند در دوره جهانی شدن نیز به رشد و بالندگی برسد. زیرا این فرهنگ، توانایی تطبیق خود را با شرایط جدید دارد.

بررسی فرهنگ نوروز این توانایی‌ها را به تصویر می‌کشد. «جشن‌های شش‌گانه ایرانی در فرایندهای تاریخی و در برخورد با فرهنگ‌های دیگر از بین رفته‌اند؛ اما نوروز از گزند فراموشی به دور ماند و توانست در فرهنگ ایرانی همچنان به حیات خود ادامه دهد» (سگوند، ۱۳۷۷: ۳). این امر ناشی از ویژگی‌ها و ظرفیت‌های فرهنگ نوروز است که با اتکا به آنها توانسته در مواجهه با هجوم‌ها خود را حفظ نماید. ویژگی‌های نوروز که ترسیم‌کننده تعمیم‌پذیری آن و ارزش‌های آن است، نشان می‌دهد این فرهنگ در مواجهه با جهانی شدن نیز خود را حفظ می‌کند و با استفاده از فرصت‌های جهانی شدن گسترش می‌یابد.

ویژگی‌های نوروز

ویژگی‌های نوروز که توانایی لازم را به نوروز، برای مواجهه با تهدیدها بخشیده، مولفه‌هایی هستند که در عصر جهانی شدن، نوروز را با جامعه جهانی پیوند زده و امکان دوام آن را فراهم می‌آورند. ویژگی‌های نوروز را می‌توان به دو دسته خاص و عام تقسیم کرد:

۱. ویژگی‌های خاص نوروز

آن دسته از ویژگی‌هایی است که مختص نوروز هستند. مانند: سفره هفت‌سین، ماهی قرمز، حاجی فیروز، عیدی دادن، پوشیدن لباس نو، چهارشنبه‌سوری و تعداد زیادی از آداب و رسوم ریز و درشت دیگر.

اگرچه نحوه انجام هر یک از این مراسم و آئین‌ها در مناطق مختلف، تا حدودی متفاوت است و آداب و رسوم محلی و موقعیت اقلیمی، این آداب را تا حدی تحت تأثیر خود قرار داده است؛ اما، معنا و مفهوم این آئین‌هاست که بخش مهمی از ذهن و ضمیر ایرانیان را تشکیل می‌دهد است و نقش قابل توجهی در تعریف و تثبیت هویت ایرانی ایفا کرده و می‌کند (نصری، ۱۳۸۷: ۲۰).

این ویژگی‌ها که جذابیت‌های فراوانی به نوروز بخشیده‌اند در شکل اجرا خاص هستند، اما معنا و مفهومی عام و انسانی دارند. به‌عنوان مثال هفت‌سین نماد خاص نوروز است و «اگر نوروز را به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های شاخص هویت ایرانی بدانیم، سفره هفت‌سین در کانون آن قرار دارد که در سراسر ایران متداول است» (همان: ۲۰۴) اجزای هفت‌سین از نظر ایرانی‌ها دارای معانی ارزشمند و انسانی است. این معانی بین ایرانیان که به آن باور دارند موجب همبستگی می‌گردد، اما برای سایرین که چنین معنایی از آنها برداشت نمی‌کنند بی‌تأثیر است. بنابراین به رغم جذابیت‌هایشان چندان تعمیم‌پذیر نیستند.

۲. ویژگی‌های عام نوروز

این ویژگی‌ها برای همه مردم با هر هویتی قابل فهم هستند.

نوروز زمانی است که بسیاری از ارزش‌های اخلاقی و انسانی موجود در فرهنگ ایرانی در آن تبلور می‌یابد. اصالت و محور بودن خانواده، صلح و رحمت و دیدار با بستگان، آشنایان، دوستان، احترام به بزرگ‌ترها، نوع دوستی و توجه به هموعان، مهربانی و دوست داشتن یکدیگر به ویژه مهربانی به کودکان، بهداشت و پاکیزگی و ارزش‌های متعدد دیگر در نوروز جنبه عینی می‌یابد (باریکانی، ۱۳۸۷).

لذا نوروز آئینی است ملی؛ اما ارزش‌های عام و جهانی دارد. ویژگی‌های عام و ارزش‌های انسانی، این فرهنگ را عام‌گرا و تعمیم‌پذیر کرده و به آن قابلیت گسترش و دربرگیری ملت‌های مختلف را داده است. این ویژگی‌ها عبارت‌اند از:

الف. معنویت‌گرایی و اخلاق‌محوری

فرهنگ نوروز فرهنگی معنوی و اخلاقی است.

به توصیه نیاکان ما، انسان‌ها باید در ابتدای سال، پیام معنوی نمادها را دریابند و پیش از توصیه به دیگران، آن معانی را در وجود خود تحقق و تجلی بخشند. تأمل در این توصیه، نشان می‌دهد که پیشینیان ما در تفسیر هستی و مناسبات انسان‌ها با همدیگر بسیار مرقی اندیشیده‌اند (نصری، ۱۳۸۷: ۲۱۰).

از این روست که برگزاری مراسم نوروز در هنگام تحویل سال نو همواره با دعا و نیایش آغاز می‌شود. توجه به معنویت و اخلاق نیاز فطری بشر است. در عصر جهانی شدن نیز این نیاز وجود دارد. این ویژگی، فرهنگ نوروز را با نیازهای فطری مردم در جهان پیوند زده و موجب شده به عنوان فرهنگی جلوه کند که خواست و نیاز همه افراد بشر را منعکس می‌کند.

ب. بین‌المللی بودن

نوروز در دوره باستان جشنی بین‌المللی بود. در حال حاضر نیز در گستره‌ای بیش از ایران رایج است. می‌توان دو مرحله در تاریخ نوروز را از هم تفکیک کرد. نخست «دوره باستانی» که تقریباً در تمام جهان متداول بود. دوم، «دوره اخیر» که با «فرایندهای جهانی شدن» و «مهاجرت» اقوام ایرانی به مناطق مختلف، آئین‌های نوروز در کشورهای مختلف برگزار می‌شود (نوروز و جهانی شدن، ۱۳۸۹).

در ۸ مهر ۱۳۸۸ نیز یونسکو، نوروز را به‌عنوان میراث معنوی یا ناملموس جهانی، به ثبت رساند. مجمع عمومی سازمان ملل نیز در ۴ اسفند ۱۳۸۸ روز ۲۱ مارس (اول فروردین) را با عنوان روز جهانی نوروز تصویب کرد. لذا نوروز به‌عنوان یک مناسبت بین‌المللی به رسمیت شناخته شد. بین‌المللی شدن نوروز موجب شده این فرهنگ از مرزهای ایران و کشورهای منطقه، به سایر نقاط جهان راه یابد و از فرهنگی خاص به فرهنگی عام و جهانی تبدیل شود.

ج. نو شدن و گرایش به مصرف

مثال عینی این نو شدن، خریدهای سال نو است. «ایرانیان روزهای پایانی سال را، فرصتی ضروری برای تحول و نو شدن می‌شمارند» (نصری، ۱۳۸۷: ۲۰۱). نو پوشیدن و نو خریدن و نو کردن لوازم منزل از رسوم نوروز است. از طرف دیگر ترویج و گسترش اقتصاد آزاد، رفع محدودیت‌های تجاری و سرعت گرفتن چرخه خرید و فروش، از مشخصه‌های جهانی شدن است. «مصرف‌گرایی به یکی از محوری‌ترین اجزای جهانی شدن فرهنگ تبدیل شده و خرید هسته مرکزی آئین مصرف‌گرایی است» (شولت، ۱۳۸۶: ۱۸۱). اگر این ویژگی جهانی شدن اقتصاد و فرهنگ را در نظر بگیریم و با رسوم خرید سال نو در فرهنگ نوروز تطبیق دهیم،

❖ درمی‌یابیم که این دو با اختلاف اندکی با یکدیگر مشابه هستند. لذا جهانی شدن نه تنها نوروز را تحت فشار قرار نمی‌دهد بلکه با توجه به اشتراک‌ها، آن را تبلیغ و ترویج می‌نماید.

د. پاکیزگی و رعایت بهداشت

نوروز با مفهوم پاکیزگی همراه است. خانه‌تکانی و نظافت شب عید نشانه این اندیشه است. علاقه به پاک شدن و پاک کردن در نزد ایرانیان توجیهی اسطوره‌ای و دینی دارد. «اقوام ایرانی اعتقاد دارند که اگر انسان‌ها بتوانند خود و ابزارهای مورد استفاده را پاک و پیراسته کنند برکت و گشایش را به خانه خود خواهند آورد» (نصری، ۱۳۸۷: ۲۰۱). لذا ایرانیان در نقاط مختلف جهان رسم خانه‌تکانی و نظافت شب عید را به‌جا می‌آورند و معتقدند باید تمیز و آراسته باشند تا سال خوبی را آغاز کنند.

بهداشت یکی از مهم‌ترین ارکان سلامت و رفاه بشریت و از مسائل مشترک انسان‌هاست. رعایت بهداشت و تلاش برای حفظ سلامتی نه تنها عامل توسعه اجتماعی، بلکه باعث رشد و افزایش توانایی کشورها در جریان جهانی شدن است.

در فرایند جهانی شدن که ارتباطات افزایش یافته و جابه‌جایی کالا، سرمایه و انسان‌ها با سهولت و سرعت بالایی صورت می‌گیرد، باکتری‌ها و ویروس‌ها نیز به سرعت حرکت می‌کنند و جابه‌جا می‌شوند. بنابراین بیماری‌ها نیز به سرعت در سطح جهان پخش می‌شوند و گسترش می‌یابند. این امر تلاش برای جلوگیری از انتقال بیماری‌ها را ضروری و به وظیفه‌ای جهانی تبدیل کرده است (حسین‌نیا، ۱۳۸۷).

لذا رعایت اصول بهداشتی با هدف جلوگیری از جابه‌جایی عوامل بیماری‌ها و گسترش آن در سطح جهان، به یکی از اساسی‌ترین مسائل در عصر جهانی شدن تبدیل شده است.

آنچه جهان امروز به آن توجه دارد رعایت اصول بهداشتی با این هدف است که با جهانی شدن از بروز بیماری‌های همه‌گیر و واگیردار جلوگیری شود. این همان چیزی است که در فرهنگ نوروز با تأکید بر پاکی و پاکیزگی متجلی شده است. از این رو اصل نظافت و رعایت بهداشت و پاکیزگی که در فرهنگ نوروز متجلی است کاملاً با خواست و نیاز جامعه جهانی منطبق است.

ه دیدوبازدیدهای نروزی و گسترش روابط انسان‌ها

ایرانیان در نوروز، به خانه اقوام رفته و صلۀ رحم را به جای می‌آورند. با گسترش شهرنشینی و مهاجرت‌ها افراد فامیل از یکدیگر دور افتاده‌اند، اما همچنان دید و بازدیدهای نروزی از برنامه‌های اصلی نوروز است. امروزه اعضای خانواده‌ها در نقاط دور از هم زندگی می‌کنند ولی گسترش وسایل ارتباط جمعی و راه‌های متعددی که به وجود آمده، فاصله‌ها را کوتاه کرده است. «تسهیل و افزایش سرعت ارتباطات میان افراد و جوامع مختلف بشری که خود محصول توسعه فناوری ارتباطات، پیشرفت صنعت حمل‌ونقل و افزایش تحرک و جابه‌جایی در جمعیت، سرمایه و دانش است از ویژگی‌های بارز جهانی شدن است» (شهرام‌نیا، ۱۳۸۶: ۱۱۹). از این منظر جهانی شدن با فراهم کردن شرایط لازم، به‌جا آوردن یکی از سنت‌ها و رسوم نوروز را تسهیل و به حفظ و گسترش آن کمک می‌کند.

تمایل به همزیستی و ارتباط بین انسان‌ها از نیازهای فطری بشر است. فرهنگی که بر ارتباط بین افراد جامعه تأکید دارد، در عصر جهانی شدن که با توسعه ارتباطات همراه است می‌تواند این نیاز بشر را بهتر تامین کند. در عصر جهانی شدن ارتباطات میان انسان‌ها افزایش می‌یابد و مرزهای محدودکننده کم‌رنگ می‌شوند. «ارتباطات به‌مثابه یکی از مهم‌ترین ابزار توسعه جهانی شدن در موج سوم تمدنی

❖ بشر در عصر دانایی، به عنوان موتور محرک، انتقال کالا، خدمات، نیروی کار، سرمایه و اطلاعات میان ملت‌ها را بیشتر خواهد کرد» (تافلر، ۱۳۷۷: ۸۰). یکی از رسوم نوروز نیز افزایش ارتباط میان انسان‌ها از طریق دیدوبازدیدهاست. از این رو یکی از ویژگی‌های فرهنگ نوروز با یکی از پیامدهای جهانی شدن، بر یکدیگر منطبق می‌شوند که با استفاده از آن می‌تواند خود را حفظ کند و گسترش دهد.

و. توجه به حفظ محیط‌زیست

در فرهنگ نوروز رابطه انسان با طبیعت و حفظ محیط‌زیست به اشکال مختلف متجلی می‌شود. نوروز با روز اول بهار و حیات دوباره طبیعت آغاز می‌شود و با روز سیزده بدر و روز آشتی با طبیعت پایان می‌یابد. یکی از رسوم نوروز نیز سبزه کاشتن است که به صورت نمادین توجه به رویش و سبز شدن طبیعت را منعکس می‌کند. توجه به طبیعت، که موجب آشنایی بیشتر با طبیعت می‌شود، جایگاه محیط‌زیست و حفظ آن را در فرهنگ ایرانی به تصویر می‌کشد.

آشنایی با طبیعت و محیط‌زیست زمینه‌ای برای شکل‌گیری فرهنگ دوستی با محیط‌زیست است. آشنایی با محیط‌زیست و پی بردن به اهمیت و آثار ارزشمند آن در زندگی است که اهمیت و ضرورت حفاظت از آن برای ما آشکار می‌شود. در نوروز با شرایطی که برای آشنایی با طبیعت و محیط‌زیست فراهم می‌شود، امکان آموزش درباره حفاظت از محیط‌زیست نیز فراهم می‌گردد (باریکانی، ۱۳۸۷).

از ویژگی‌های تحولات جهانی شدن نیز توجه به مسائل زیست‌محیطی است. «توجه به مسائل زیست‌محیطی موجب شکل‌گیری توافقیها و سازمان‌های مختلف فراملی شده است. بنابراین مسائل زیست‌محیطی نمادی از مسائل مشترک جهانی است که به هم‌گرایی بیشتر در عصر جهانی کمک شایانی کرده است» (شهرام‌نیا، ۱۳۸۶: ۱۱۷).

توجه به محیط‌زیست و حفظ آن، ارزشی عام، فراگیر و از نیازهای امروز بشر است. در بعد زیست‌محیطی، مشکلات مختلفی گریبان‌گیر نوع بشر شده که به همهٔ ابنای بشر مرتبط می‌شود. همچون آلودگی دریاها و اقیانوس‌ها، شکاف لایهٔ اوزن، اثر گازهای گلخانه‌ای که جهانی اندیشیدن را به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر تبدیل کرده است (همان: ۵۶).

از مسائل دیگر انسان امروز مسئلهٔ کمبود آب و خشکسالی است. «آب در اندیشه ایرانیان فقط مایهٔ رفع تشنگی نیست بلکه مظهر پاکی و باروری و الوهیت است. از این روست که نباید آب را گل کنیم و بیالائیم و یا بیهوده دور بریزیم» (نقیب‌زاده، ۱۳۸۵: ۲). امروزه با توجه به وابستگی متقابل در عصر جهانی شدن، مشکل زیست‌محیطی، مشکلی اساسی برای جهان و نوع بشر شناخته می‌شود. لذا نوروژ که بر حفظ محیط‌زیست و منابع طبیعی تأکید دارد، فرهنگی است عام‌گرا که منعکس‌کننده خواست‌های جهانی است.

در عصر جهانی شدن که تمایل به همگون شدن و حذف سنت‌هاست، برخی سنت‌ها خود را حفظ و به حل مشکلات بشری کمک می‌کنند. پاسداشت آنها، راه را برای اعتلای فرهنگ هموار می‌سازد. «سنت‌های هر ملت تمام آداب و رسوم و عادات و معنویاتی است که بر روی مبانی زندگی اجتماعات آنها استوار است و صحت یا عدم‌صحت آنها سرنوشت ملت‌ها را تعیین می‌کند» (صفا، ۱۳۸۱: ۴۴). فرهنگ ایران در عصر جهانی شدن با استفاده از ذخایر مادی و معنوی می‌تواند راه‌حلی برای مشکلات جامعهٔ بشری بیابد. نقیب‌زاده نوروژ را داروی کارآمدی می‌داند که می‌تواند «درمانی برای دردهایی مانند کمبود آب، آلودگی محیط‌زیست، جنگ‌ها و منازعات، تزلزل خانواده، بی‌احترامی به بزرگ‌ترها و ... باشد» (۱۳۸۵: ۳). از این روست که سنت‌هایی مانند نوروژ با توجه به ویژگی‌های آن به سستی مورد احترام تبدیل شده است.

نتیجه‌گیری

مطالعه جهانی شدن نشان می‌دهد مهم‌ترین شاخصه جهانی شدن گسترش ارتباطات و همبستگی بیشتر بین جوامع و گرایش به شکل دادن فرهنگی همگون با شاخصه‌های عام و فراگیر و مورد قبول جوامع مختلف است. لذا ارزش‌هایی که مورد قبول و پذیرش جوامع مختلف قرار گیرد در عصر جهانی شدن امکان رشد می‌یابند.

بررسی نوروژ و ظرفیت‌های درونی آن نشان می‌دهد که این فرهنگ از ظرفیت بالایی برای تداوم در عصر جهانی شدن برخوردار است. آنچه نشان می‌دهد نوروژ می‌تواند خود را با شرایط جهانی شدن وفق دهد، ویژگی‌ها و عناصری است که توانسته‌اند تا به امروز، نوروژ را پایدار بدانند و از خطرهای موجود در مسیر پر پیچ و خم تاریخ حفظ نمایند. این ویژگی‌ها عبارت‌اند از: توجه به ارزش‌های انسانی و اخلاقی، تأکید بر تحکیم و گسترش روابط انسانی، توجه به محیط‌زیست و حفظ آن، اهمیت دادن به بهداشت، پاکیزگی و سلامتی، توجه و احترام به حقوق افراد و مناسبات سازنده اجتماعی و بسیاری از ویژگی‌های اصیل انسانی. نوروژ با برخورداری از این صفات و ویژگی‌ها ابعادی عام‌گرا و تعمیم‌پذیر پیدا کرده است. نوروژ که مروج ارزش‌های عام، انسانی و تعمیم‌پذیر است می‌تواند با تکیه بر این ارزش‌ها به شناساندن هرچه بهتر و بیشتر خود به جهانیان بپردازد و مانع آسیب دیدن فرهنگ ایرانی در مواجهه با جهانی شدن شود. لذا از توانایی و قابلیت لازم برای انطباق دادن خود با جهانی شدن برخوردار است و می‌تواند با غلبه بر چالش‌های جهانی شدن، با استفاده از فرصت‌ها، ارزش‌های خود را جهانی کند و پایدار بماند.

منابع و مآخذ

- اردلان، اسعد (۱۳۷۹). «پدیده جهانی شدن و حقوق فرهنگی»، فصلنامه سیاست خارجی، سال چهاردهم، شماره ۲.
- باریکانی، رقیه (۱۳۸۷). «نوروز کارگاهی آموزشی به وسعت ایران»، همشهری آنلاین، ۲۷ اسفند ۱۳۸۷، قابل دریافت از: <http://www.hamshahrionline.ir>
- بهار، مهرداد (۱۳۷۴). *جستاری در فرهنگ ایران*، تهران: فکر روز.
- پیشگاهی فرد، زهرا (۱۳۸۰). *نگرشی ژئوپلیتیکی بر پدیده جهانی شدن*، تهران: دوره عالی جنگ دافوس.
- تافلر، آلوین (۱۳۷۷). *جابه‌جایی قدرت*، ترجمه شهیندخت خوارزمی، جلد ۲، تهران: علم.
- حسین‌نیا، عبدالحمید (۱۳۸۷). «بهداشت، جهانی شدن و کشورهای در حال توسعه»، *مردم‌سالاری*، ۱۳۸۷/۰۲/۰۷، شماره ۱۷۸۳.
- دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۶۵). *لغت نامه دهخدا*، تهران.
- روح‌الامینی، محمود (۱۳۷۷). *زمینه فرهنگ‌شناسی*، تهران: عطار.
- ستوده، هدایت‌الله (۱۳۷۶). *آسیب‌شناسی اجتماعی*، تهران: آوای نور.
- سجادی، عبدالقیوم (۱۳۸۳). *درآمدی بر اسلام و جهانی شدن*، قم: بوستان کتاب.
- سگوندا، اردشیر (۱۳۷۷). «باشکوه‌ترین جشن دینی ایرانیان»، *کیهان فرهنگی*، شماره ۱۵۰.
- سلیمی، حسین (۱۳۸۴). *نظریه‌های مختلف جهانی شدن*، تهران: سمت.
- سلیمی، حسین و حافظه سیفی آتشگاه، (۱۳۸۸). «تأثیر جهانی شدن بر فرهنگ (مطالعه موردی ژاپن)»، *رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی*، تهران: دانشکده اقتصاد و علوم سیاسی دانشگاه شهید بهشتی.
- سیدنورانی، سیدمحمدرضا (۱۳۷۹). «جهانی شدن کشورهای در حال توسعه و ایران»، فصلنامه *اطلاعات سیاسی - اقتصادی*، شماره ۱۵۶ - ۱۵۵، مرداد و شهریور سال چهاردهم، تهران: موسسه اطلاعات، دوره ۱۲-۱۱.
- شولت، جان‌آرت (۱۳۸۶). *نگاهی موشکافانه بر پدیده جهانی شدن*، ترجمه مسعود کرباسیان، تهران: علمی و فرهنگی.
- شهرام‌نیا، امیرمسعود (۱۳۸۶). *جهانی شدن و دموکراسی در ایران*، تهران: نگاه معاصر.

- صدری‌افشار، غلامحسین و دیگران (۱۳۷۷). *فرهنگ فارسی امروز*، ویرایش سوم، تهران: آریز.
- صفا، ذبیح‌الله (۱۳۸۱). *دورنمایی از فرهنگ ایرانی و اثر جهانی آن*، تهران: هیرمند.
- طباطبایی، جواد (۱۳۸۱). *دیی‌چه‌ای بر نظریه انحطاط ایران*، جلد نخست، تهران: نگاه معاصر.
- قاسمی، حاکم (۱۳۸۶). «جایگاه رسانه در مهندسی فرهنگی»، ماهنامه *زمانه*، سال ۶، شماره ۴۵: ۵۸-۳۸.
- کچوتیان، حسین (۱۳۸۴). «معضله هویت، فرهنگ و جهانی شدن: از رویکرد تا واقعیت»، فصلنامه *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۲ و ۳، بهار و تابستان: ۲۷۵-۲۵۱.
- گرانیایه، بهروز (۱۳۷۸). *فرهنگ و جامعه*، تهران: شریف.
- گل‌محمدی، احمد (۱۳۸۱). *جهانی شدن، فرهنگ، هویت*، تهران: نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴). *چشم‌اندازهای جهانی*، ترجمه محمدرضا جلالی‌پور، تهران: طرح نو.
- نصری، قدیر (۱۳۸۷). *میانی هویت ایران*، تهران: فکر روز.
- تقیب‌زاده، احمد (۱۳۸۵). «نوروز، سیاست و روابط بین‌الملل»، *همشهری دیپلماتیک*، سال اول، شماره ۱۲.
- «نوروز و جهانی شدن: طرح یک دیدگاه» (۱۳۸۹). تاریخ مراجعه ۱۲ اسفند ۱۳۸۹ قابل دریافت از:
<http://www.topiranian.com/maghalat/archives/001564.html>
- نهادن‌دیان، محمد (۱۳۸۶). *ما و جهانی شدن*، تهران: مؤسسه ملی مطالعات جهانی شدن.
- ولایتی، علی‌اکبر (۱۳۷۹). *بحران‌های هویتی تاریخی هویت ایرانی*، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.

Ghasemi, Hakem (2010). "Globalization and International Relation: Actors move From Non-Cooperative to Cooperative Games", *Global & Strategis*, Tahun 4, No. 1, Januari-Juni 2010, pp.1-14.

Giddens, Anthony (1990), *The Consequences of Modernity*, Cambridge: Polity

Tomlinson, John (1999), *Globalization and Culture*, UK. Polity press.