

فرصت‌ها و چالش‌های جهانی شدن بر هویت نسل سوم انقلاب اسلامی و راه‌کارهای مقابله با آن براساس روش تحلیل SWOT

غلامرضا بهروزی لک* / فاطمه قربانی**

(۸۶-۶۱)

چکیده

با گذشت بیش از دو دهه از جهانی شدن، این پدیده به مدد فناوری ارتباطات توانسته است، عرصه را برای ورود منابع جدید هویت‌ساز فراهم نماید. (تاریخچه) بنابراین، اکنون نسل جدید انقلاب اسلامی، با جهانی شدن روبه‌روست و البته، ویژگی‌ها و نیازهای این مرحله از زندگی، هویت جوان را برای اثرپذیری بیشتر از جهانی شدن مستعد می‌کند. (مسئله) در پژوهش‌های پیشین تحقیقی درخور در این باره، انجام نشده است (پیشینه) و این پرسش که جهانی شدن حامل چه فرصت‌ها و تهدیدهای هویتی برای نسل جوان انقلاب اسلامی می‌باشد، همچنان نیازمند پاسخگویی است. (سؤال) توجه به ابعاد گوناگون جهانی شدن، میزان تهدیدها را بیش از فرصت‌ها نشان می‌دهد. (فرضیه) غرض این پژوهش مصونیت بخشی به نسل سوم انقلاب اسلامی در برابر چالش‌های جهانی شدن است. (هدف) این مقاله با بهره‌گیری از رویکرد مدیریت استراتژیک براساس مدل

*. دانشیار گروه علوم سیاسی دانشگاه باقرالعلوم (نویسنده مسئول) - blak@bou.ac.ir

** . دانشجوی دکتری مدرسی معارف اسلامی دانشگاه پیام نور - qorbani_f@yahoo.com

SWOT، فرصت‌ها و چالش‌های جهانی شدن و اثر آن را بر نسل جوان، تحلیل کرده است. (روش) مهم‌ترین راهبردهای پیشنهادی عبارت است از: لزوم تقویت بینش دینی جوانان و شناخت هرچه بیشتر فرهنگ غرب؛ درونی کردن ارزش‌های دینی، معرفی الگوهای معنوی و اخلاقی؛ توجه جدی به فرهنگ رسانه؛ اتخاذ رویکرد مناسب؛ تبلیغ ارزش‌های دینی؛ هم‌خوانی و اکثس‌ها با چالش‌ها. (یافته)

واژگان کلیدی

جهانی‌شدن، انقلاب اسلامی، نسل سوم، فرصت‌ها و تهدیدها

مقدمه

در سال (۱۳۵۷-۱۹۷۹ م.) انقلابی با ماهیتی مذهبی در ایران شکل گرفت و امروز نزدیک چهل سال از عمر آن می‌گذرد و با وجود پشت‌سر گذاشتن چالش‌های گوناگون، اکنون با جهانی‌شدن مواجه است که می‌تواند برای نسل جدید انقلاب اسلامی، فرصت‌ها و چالش‌های فراوانی را ایجاد کند. جهانی‌شدن تعاریف بسیاری دارد، اما بیش از هر چیز، ماهیت اقتصادی دارد؛ ولی این مسئله از اهمیت دیگر ابعاد آن مانند بعد فرهنگی و سیاسی نمی‌کاهد، از این رو، جهانی‌شدن افزایش معارف بشری و تحکیم روابط بین‌المللی و رفاه و توسعه نسبی را برای جهانیان به ارمغان آورده، ولی سبب بروز چالش‌ها در حوزه‌های گوناگون فرهنگی، سیاسی و اقتصادی شده است؛ به گونه‌ای که طرفداران دیدگاه رهیافت و اگرایی معتقدند حرکت اصلی جهانی‌شدن به سمت افزایش نابرابری و عدم تعادل بین ملت‌هاست. (کیانی، ۱۳۸۰: ۵)

در پرتو جهانی‌شدن، سطح ارتباطات مقوله‌های هویتی نیز گسترش جهانی می‌یابد و اثرگذاری و اثرپذیری این مقوله‌ها در سطح بین‌المللی مطرح می‌شود. جهانی‌شدن در نخستین نگاه با شکستن و تضعیف نقش مرزهای ملی، در راستای گسترش و تعمیم فرهنگ و هویت عام و فراگیر جهانی عمل کرده، و در صدد ادغام و همگون‌سازی دیگر فرهنگ‌ها و هویت‌ها با فرهنگ و هویت واحد جهانی مسلط است. (بهروزی‌لک، ۱۳۸۶: ۱۹)

با جهانی‌شدن، سطح زندگی و هویت افراد در جامعه جدید، دچار دگرگونی اساسی

شده، و ارتباط انسان‌ها با فراتر از مرزهای محلی و کنش متقابل آنها با پدیده‌های اجتماعی، که فراتر از مکان و سنت‌های مکان‌مندند، امکان نوع جدیدی از زندگی روزمره را دامن زده است. (Giddens, 1999: 7)

بر خلاف جوامع سنتی، جهانی شدن توانسته است با افزایش منابع هویتی، اسباب اثرپذیری هر فرد را از منابع گوناگون هویت فراهم کند. جهانی شدن در همه ابعاد آن از طریق اثرگذاری بر نظام‌های ارزشی، اعتقادات مذهبی، رفتار اجتماعی و شیوه سنتی زندگی مردم، اسباب تغییرات هویتی افراد - به خصوص جوانان - را فراهم می‌کند؛ از این رو، برخی نظریه پردازان هنگام بحث از پیامدهای جهانی شدن، آن را موجد آزادی و اضطراب، فرصت و خطر می‌دانند و از دیالکتیک جهانی شدن سخن می‌گویند. (Giddens, 1994: 224)

مفهوم و چهارچوب

تعریف مهم‌ترین کلیدواژه‌های مقاله ضروری است، زیرا سبب هم‌زبانی آن با مخاطبان می‌شود و نیز، بیان چهارچوب نظری می‌تواند قالبی برای دسته‌بندی اطلاعات وسیعی باشد که درباره موضوع مقاله وجود دارد:

۱. جهانی شدن: این واژه معادل کلمه انگلیسی Globalization و واژه‌های عربی *الْعَوْلَمَة* و *الْكوكِبَة* (الحمدی، ۱۳۸۱: ۸) است. البته اندیشمندان آن را به صورت جامع و مانع تعریف نکرده‌اند، به گونه‌ای که برخی از این تعاریف به جنبه اقتصادی و برخی دیگر به ابعاد سیاسی، یا فرهنگی و یا ارتباطی آن توجه دارند.

اندیشمندان، جهانی شدن را تفسیرهای گوناگونی نموده‌اند؛ مثل ادغام مردم جهان درون جامعه‌ای واحد (Albrow, 1996: 4)، اتصال فرهنگی^۱ (تاملینسون، ۱۳۸۱: ۱۳)، فشردگی در زمان و فضا (Harvey, 1989: 240)، جدایی زمان از فضا^۲ (Giddens, 1994: 4)، پیروزی اقتصاد

1. cultural connectivity.

2. time-space compression.

جهانی سرمایه‌داری (Wallerstein, 1983: 18)، بیان‌گر جامعه نو و شبکه‌ای (Castells, 1996: 1)، به‌مثابه پروژه یا طرح‌واره (لاتوش، ۱۳۷۹: ۱۱۰)، پدیده (نش، ۱۳۸۰: ۱۱۴)؛ (Dodds, 2000: 28)، گسترش ارزش‌های مشترک بشری (هام‌لینک، ۱۳۸۰: ۳۷۶)، فراگفتمان جدید (تاجیک، ۱۳۸۱ الف: ۳۰۸)، گسترش فوق‌قلمروگرایی (Held, 1999: 16)

گیدنز^۱ جهانی شدن را فاصله‌گذاری فضایی-زمانی تعریف می‌کند، دو وجهی که از نگاه مدرن به جهان، رابطه پیچیده‌ای با یکدیگر دارند. هاروی^۲، همین موضوع را بسط می‌دهد و جهانی شدن را به معنای «فشرده‌شدن زمان و فضا و کوچک‌شدن جهان تعبیر می‌کند.» (Harvey, 1989: 4) رابرتسون^۳ بر این باور است که جهانی شدن، «هم‌به‌فشرده‌شدن جهان، و هم افزایش جهان‌آگاهی به‌طور کلی اشاره دارد.» (Albrow, 1996: 88) همچنین آلبرو^۴ «جهانی شدن را «گسترش رویه‌ها، ارزش‌ها و فناوری که بر حیات افراد در مقیاس جهانی تأثیر دارند.» (Albrow, 1996: 89) تعریف می‌کند؛

۲. هویت: هویت، پاسخ به پرسش «من کیستم» است و دو معنای به‌ظاهر متناقض دارد: نخست بیانگر مفهوم تشابه مطلق است؛ و دوم به معنای تمایز است. (جنکینز، ۱۳۸۰: ۵) به بیان روشن‌تر، هویت داشتن یعنی یگانه‌بودن، ولی از دو جنبه متفاوت؛ همانند دیگران بودن در طبقه خود و همانند خودبودن در گذر زمان (Hekman, 1999: 5) همان‌گونه که اشاره شد، منظور از اینکه چیزی یا فردی هویت دارد، به این معناست که این چیز یا فرد مانند دیگر وجودهای دارای آن هویت است و در عین حال مانند چیز یا فردی متمایز، هویت و خاصیتی دارد. (گل محمدی، ۱۳۸۹: ۲۲۴)؛

۳. نسل: نسل به گروهی از افراد اطلاق می‌شود که در فاصله زمانی معینی به دنیا آمده‌اند، و موقعیت‌های تاریخی، و علایق خاص در سطح فردی و سیستمی، آنها را از هم متمایز می‌کند. (بیکر، ۱۳۷۷: ۱۱۸) منظور از یک نسل فاصله میان والدین و فرزندان‌شان

1. Giddens.

2. Harveyo.

3. Robertson.

4. Albrow.

است؛ از این رو، مادر انقلاب اسلامی تا امروز شاهد حضور سه نسل هستیم: پدر بزرگ‌ها و مادر بزرگ‌ها، پدران و مادران و فرزندان‌شان. این اثر در پی آن است که تأثیرات جهانی شدن (اعم از فرصت‌ها و چالش‌ها) را بر نسل سوم، بررسی کند؛

۴. **تهدید:** حالتی خارجی است که می‌تواند به صورت منفی بر پارامترهای عملکردی اثر گذارد و مزیت رقابتی را کاهش دهد که ایجادکننده اقدام‌های مثبت در زمان مناسب است. (صائمیان و ازغنده، ۱۳۸۶: ۲۴) در این مقاله، منظور از تهدید هر چیزی است که ثبات و امنیت را به خطر اندازد، یا موانع و چالش‌های که ما را از رسیدن به هدف باز داشته، یا باعث کاهش سرعتمان در دستیابی به آن شود؛

۵. **فرصت:** حالتی خارجی است که می‌تواند به صورت مثبت بر پارامترهای عملکردی اثر گذارد و مزیت رقابتی را بهبود بخشد لذا ایجادکننده اقدام‌های مثبت در زمان مناسب است. (صائمیان و ازغنده، ۱۳۸۶: ۲۴) منظور از فرصت در این نوشتار، وجود زمینه یا موقعیت مطلوب در محیط بیرونی برای فرد، سازمان یا کشور است که با بهره‌برداری از آن می‌توان نتایج یا عواید فراوانی به دست آورد. همچنین فرصت، به وضعیت‌هایی گفته می‌شود که کشورها را قادر می‌سازد با بهره‌گیری صحیح از آنها، اهداف ملی‌شان را تحقق بخشند و تهدیدها را دفع کنند؛

۶. **چهارچوب نظری:** یکی از مدل‌های تحلیل مدیریت استراتژیک، الگوی SWOT است. در این الگو با شناسایی دقیق عوامل درونی (نقاط قوت و ضعف نسل سوم) و شناسایی عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدهای جهانی شدن) و ترسیم وضعیت موجود، اهداف و راهکارها تدوین می‌شود. این الگو کلان‌نگر است و به ما کمک می‌کند درک روشن‌تری از تحولات و وضعیت نسل سوم انقلاب اسلامی داشته باشیم و به درستی تصمیم بگیریم.

تحلیل راهبردی، اقدام‌ها و برنامه‌ریزی‌هایی را شامل می‌شود که نتیجه آن به حداکثر رساندن قوت‌ها و فرصت‌ها و به حداقل رساندن ضعف‌ها و تهدیدهاست. این روش، از مهم‌ترین ابزارها برای انطباق نقاط قوت و ضعف سازمان با فرصت‌ها و

تهدیدهای پیش‌روی آن می‌باشد. این مدل، شیوه تحلیل را برای شناسایی عوامل در انتخاب استراتژی مناسب می‌نمایاند. سوات ابتدای عبارات قوت‌های داخلی (S)،^۱ ضعف‌های داخلی (W)،^۲ فرصت‌های بیرونی (O)^۳ و تهدیدات بیرونی (T)^۴ است. راهکارهای برگرفته از این چهار عنصر در این الگواز ترکیب عوامل درونی و بیرونی حاصل می‌شود. قوت-فرصت؛ قوت-تهدید؛ ضعف-فرصت؛ و ضعف-تهدید (پیرس و رابینسون، ۱۳۹۳: ۳۷۰)

الف) نقاط قوت نسل سوم انقلاب اسلامی

منظور از نقاط قوت، وجود زمینه یا امکان مطلوب درون فرد، سازمان یا کشور است که با بهره‌برداری از آن همراه استفاده از فرصت‌ها می‌توان به نتایج دلخواه دست یافت. برخی نقاط قوت این نسل عبارت‌اند از:

۱. هویت‌طلبی (مظاهری سیف، ۱۳۸۴: ۴۲)؛ S₁;
۲. روحیه نوخواهی و تنوع‌طلبی (مددپور، ۱۳۸۲: ۸)؛ S₂;
۳. روحیه آرمان‌گرایانه و گریز از محافظه‌کاری (مظاهری سیف، ۱۳۸۵: ۱۶)؛ S₃;
۴. خلاقیت و نوآوری، هیجان‌جو بودن، شاد و پرنرژی بودن (منطقی، ۱۳۸۳: ۹۳)؛ S₄;
۵. کنجکاوی، نوع‌دوستی، عقل‌گرایی و خردورزی (قاسمی، ۱۳۸۸، ج ۱: ۵۳۰)؛ S₅;
۶. پویایی و روحیه انتقادگری (مظاهری سیف، ۱۳۸۵: ۱۶)؛ S₆;
۷. تمایل به گسترش عدالت اجتماعی و مشارکت بیشتر (تاجیک، ۱۳۸۱: ۲۷۱)؛ S₇;
۸. فردگرایی، تمایزطلبی، استقلال‌جویی و مصلحت‌گرایی (ذکایی، ۱۳۸۶: ۱۱)؛ S₈.

ب) نقاط ضعف نسل سوم انقلاب اسلامی

مهم‌ترین این ضعف‌ها عبارت‌اند از:

۱. ناپایداری در ارزش‌ها: نسل جوان ارزش‌های نه‌چندان پایدار دارند. برخی

1. Strengths.
2. Weaknesses.
3. Opportunities.
4. Threats.

نوجوانان، الگوهای ارزشی‌ای را پذیرفته‌اند که گاهی نشئت گرفته از فرهنگ وارداتی و بی‌مایه غرب و تمایلات نوگرایانه و تنوع‌طلبانه است و با هنجارها و ارزش‌های جامعه مخالفت می‌ورزد. (خسروشاهیان، ۱۳۷۹: ۱۷) $W_1 =$

۲. داشتن استقلال رأی: نسل جوان می‌خواهد استقلال رأی داشته باشد و مانعی در برابر خویش نبیند، بنابراین، مشورت با دیگران را نوعی مانع می‌پندارد. (مددیور، ۱۳۸۲: ۸) $W_2 =$

۳. محوریت داشتن احساسات: در حوزه جوانان انواع نگرش‌ها، با محوریت داشتن احساسات همراه است؛ یعنی جوانان رویکردهای رادیکالی دارند که معمولاً احساسات را با هیجان و شدت بیشتری دنبال می‌کند و از آن طرف، سریع به مرز سرخوردگی می‌رسند؛ یعنی همان‌گونه که آرمانی برای آنها مطرح می‌شود، به صورت رادیکالی، سریع به دنبال آن روان می‌شوند و در صورتی که با مانع مواجه شوند، سریع دچار سرخوردگی می‌شوند، در واقع هم آن رادیکالیسم، و هم این سرخوردگی، از یک جنس‌اند. (افتخاری، ۱۳۸۳: ۲۶) $W_3 =$

۴. نداشتن مقاومت در برابر مشکلات: نسل جدید با وجود هیجان‌جو بودن، شاد و پرنرژی بودن، به دلیل تفاوت تربیتشان با نسل پیشین، مقاومتشان در برابر مشکلات کمتر است. (منطقی، ۱۳۸۳: ۹۳) $W_4 =$

ج) تهدیدهای جهانی شدن بر هویت نسل سوم انقلاب اسلامی

محل و سرزمین توانایی هویت‌سازی بسیار بالایی دارند، و مهم‌ترین عواملی‌اند که نیازهای هویتی انسان را تأمین می‌کنند؛ به‌گونه‌ای که مرزپذیری مکان، و به تبع آن فضا این امکان را برای انسان فراهم می‌کند که همراه احساس متمایز بودن، ثبات داشتن و تعلق به گروه را نیز حس، و این‌گونه امنیت و آرامش لازم را برای زندگی کسب کند. (گل‌محمدی، ۱۳۸۹: ۲۳۰) باتوجه به این مطلب، اگر جهانی شدن رافشرد شده زمان و مکان در نظر بگیریم، باید در پی پاسخ‌گویی به این پرسش باشیم که چگونه جهانی شدن می‌تواند برای هویت نسل سوم تهدید یا چالش به وجود آورد؟

۱. حوزه اقتصاد: این بعد از جهانی شدن جنبه اقتصادی را بررسی می‌کند که به نظر بیشتر متفکران مسائل جهانی، وجه غالب جهانی شدن را تشکیل می‌دهد و با عالم‌گیر شدن نظام سرمایه‌داری، و الگوی اقتصاد لیبرال تعریف می‌شود. خاستگاه اصلی و نخستین جهانی شدن اقتصاد، تجارت است. در ارتباط با نتایج چنین فرآیندی دو دیدگاه بدبینانه و خوش‌بینانه وجود دارد:

الف) نظریه پردازان بدبین: جهانی شدن اقتصاد را شعاری ایدئولوژیک و گمراه‌کننده می‌دانند که کشورهای سرمایه‌داری پیشرفته آن را مطرح می‌کنند و نتیجه آن افزایش شکاف‌های اقتصادی بین شمال و جنوب در سطح بین‌المللی و ثروتمندان و فقرا در سطح ملی کشورهاست. (مجتهدزاده، ۱۳۷۹: ۴۵)؛

ب) نظریه پردازان خوش‌بین: آنان استدلال می‌کنند که این فرآیند در درازمدت باعث می‌شود همه مردم از فرصت‌های ناشی از آن بهره‌برند که نتیجه آن افزایش سطح رفاه و بهبودی امور معیشتی همگان است. (کیلی و مارفلیت، ۱۳۸۰: ۲۳)

اگر برآیند اقتصادی جهانی شدن نتیجه‌ای باشد که بدبینان از آن یاد می‌کنند، از بین رفتن مرزها و یکی شدن جوامع از دیدگاه اقتصادی باعث می‌شود تا بسیاری از انگیزه‌ها، ارزش‌ها، معیارها و حتی ابعاد و سلیقه‌های مصرفی جوامع نیز به تغییر و تحول دچار شود و بسیاری از کالاها که از دیرباز در تقسیم‌بندی جزء کالاهای لوکس قرار می‌گرفتند و بودن یا نبودنشان برای خانواده تعیین‌کننده نبود، اقلام ضروری محسوب شوند و زندگی بدون آنها تصور نشدنی باشد. (رفیع‌پور، ۱۳۷۸: ۱۷۳)

به نظر می‌رسد نتایج و پیامدهای اقتصادی جهانی شدن، به دلیل نفوذ قدرت‌های سرمایه‌داری و نهادهای آن در سطح جهانی، بیش از آنکه به کاهش شکاف فقر و غنا بیانجامد، به افزایش فاصله شمال-جنوب و فقیر و غنی منتهی خواهد شد. این نابرابری و تبعیض، اثرهای فرهنگی و اجتماعی خاصی را در پی دارد؛ زیرا گسترش وسایل ارتباط جمعی و سهولت حمل و نقل باعث افزایش آگاهی کشورهای جنوب و محروم از رفاه کشورهای شمال می‌شود که می‌تواند زمینه‌ساز ایجاد حس خودکم‌بینی، تحقیر و ناراحتی‌های روانی و روحی در این جوامع شود. (مکارم، ۱۳۸۲: ۱۰۷)

تمایل به گسترش عدالت اجتماعی و مشارکت بیشتر از دیگر ارزش‌های مطرح میان نسل سوم است. (تاجیک، ۱۳۸۱ب: ۲۷۱ و ۲۷۲) جهانی شدن اقتصاد به افزایش نابرابری در جوامع و فقدان عدالت اجتماعی منجر می‌شود و نابرابری‌ها موجب باارزش شدن ثروت و در پی آن، تغییر ارزش‌ها می‌شوند (رفیع‌پور، ۱۳۷۸: ۱۷۳) و با توجه به اینکه ارزش (در اشکال گوناگونش) همواره از بنیادی‌ترین عوامل تعریف‌کننده و سامان‌دهنده (و نیز تخریب‌کننده) هویت (جامعه ایرانی) محسوب می‌شود، بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که جهانی شدن در عرصه اقتصادی سبب افزایش نابرابری و تشدید فاصله طبقاتی و گسترش فقر و تبعاتش می‌شود و این افزایش سبب ایجاد تغییرهای ارزشی و در نهایت ایجاد حس خودکم‌بینی، تحقیر و ناراحتی‌های روانی و روحی افراد، به خصوص نسل جوان، خواهد شد؛

۲. حوزه سیاست: براساس تفاوت برداشت‌ها از ماهیت جهانی شدن و جهت آن، پیش‌بینی اثر جهانی شدن بر هویت یک نسل در حوزه سیاست نیز متفاوت است. اگر جهانی شدن سیاست به هژمونی سیاست و تشکیل نظام تک‌قطبی در جهان، (نش، ۱۳۸۰: ۷۵) و صرف نظر کردن دولت‌ها از حق حاکمیتشان، (برتران، ۱۳۷۶: ۱۲۸) تحول مفهوم قدرت از شکل سخت‌افزاری به نرم‌افزاری، تبدیل قدرت نظامی محور به قدرت اطلاعات محور و در اختیار گرفتن قدرت در دست صاحبان سخت‌افزار تکنولوژی اطلاعات و نرم‌افزار ارتباطات منجر شود، طبیعی است که با هویت نسل سوم تعارض جدی خواهد داشت.

همواره قدرت‌های هژمونیک در پی هویت‌سازی‌اند و برای حفظ این هویت‌ها می‌کوشند. پس اگر هویت‌ها ساخته می‌شوند، باید منابع و مصالحی برای ساختن آنها وجود داشته باشد؛ به بیان دیگر، هر جامعه باید منابع هویت‌بخش و معناآفرین را در اختیار اعضایش قرار دهد تا آنها بتوانند هویتشان را بیابند و زندگی‌شان را معنا دار کنند و البته جوامع و گفتمان‌های مسلط شرایط و چهارچوب لازم برای ترکیب، پردازش و بازتعریف منابع هویت‌بخش را فراهم می‌کنند. (گل محمدی، ۱۳۸۹: ۲۲۸)

بافرسوده‌تر و نفوذپذیر تر شدن مرزهای ملی، حدود مرزهای هویتی در هم می‌ریزد و سلطه بلامنازع هویت و فرهنگ ملی مخدوش می‌شود (Hall, 1996: 299) و مواجهه و تعامل فرهنگ‌ها و عناصر هویت‌بخش در گستره جهانی، به نسبی شدن هویت‌ها می‌انجامد و تلاش و اقدام‌های بسیار و گوناگونی برای بازسازی هویت و مرزبندی‌های جدید هویتی آغاز می‌شود، ولی در این عرصه جدید، دولت دیگر چندان نقشی ندارد و کوشش برای بازسازی هویت ملی راه به جایی نمی‌برد. در دوره تجدد، پروژه هویت‌سازی از کارویژه‌های اصلی دولت بود و نهادینه شدن مرزبندی هویتی و غیریت‌سازی، مسئولیت هویت‌سازی را از دوش فرد بر می‌داشت، اما جهانی شدن سرمایه، فرهنگ و اطلاعات، هویت‌سازی را امری فردی کرده است. (Silverman, 1999: 52)

یکی از خصوصیات نسل سوم، هویت‌طلبی آنهاست. آنان در جست‌وجوی هویت‌اند و با پرسش‌هایشان درباره خود و جامعه تحقیق می‌کنند تا تصور درستی از آن بیابند (مظاهری سیف، ۱۳۸۵: ۱۶) اما گسترش جریان‌های جهانی و شکل‌گیری جامعه فراملی، دولت را - در جایگاه نهادی هویت‌ساز - در عرصه یکی از کارویژه‌هایش؛ یعنی هویت‌سازی به مشکل دچار می‌کند؛ از این رو، نهاد دولت، میزان بیشتری از قدرت و اختیار آتش را به سازمان‌های بین‌المللی واگذار می‌کند. (گل محمدی، ۱۳۸۹: ۹۸)

باتوجه به آنچه گفته شد می‌توان نتیجه گرفت که در موقعیت جهانی شدن، نهاد دولت، یعنی یکی از منابع هویت‌بخش، نمی‌تواند نقش خود را در فرآیند هویت‌سازی برای جامعه به درستی ایفا کند؛ بنابراین، در این جوامع، نسل جوان به اختلال در فرآیند هویت‌سازی دچار خواهند شد؛

۳. حوزه فرهنگ و اجتماع: عرصه فرهنگ و مسائل اجتماعی از چالش‌برانگیزترین حوزه‌هایی است که در فرآیند جهانی شدن بر هویت نسل سوم اثر می‌گذارد. از جهانی شدن فرهنگ دو نوع برداشت وجود دارد:

الف) برخی منظورشان از جهانی شدن فرهنگی، شکل‌گیری و گسترش فرهنگی خاص در عرصه جهانی است. این فرآیند همگونی فرهنگی را در جهان پدید می‌آورد و همه خاص‌های فرهنگی را به چالش می‌کشد. (گل محمدی، ۱۳۸۹: ۹۸)

چنین تحلیل بدبینانه‌ای درباره جهانی شدن فرهنگ، به طور عمومی بر هژمون شدن و استیلای فرهنگ جوامع توسعه یافته و به صورت خاص بر توسعه فرهنگ غربی و امریکایی دلالت می‌کند. به تعبیر برخی نویسندگان، در این برداشت، محلی سازی جهان^۱ و تعمیم الگوهای فرهنگی ملی و محلی در سطح جوامع بشری مطرح است. (مسعودنیا، ۱۳۸۹: ۲۲۴) بر اثر چنین نظام فکری از جهانی شدن، همه مردم و به خصوص جوانان باید یکسان فکر کنند و یک چیز بخواهند و ببینند و در یک جهت پیش بروند و کسی حق ندارد و نمی‌تواند براساس فرهنگ منطقه‌ای یا مذهبی‌اش برنامه ریزی کند. می‌توان سه جنبه کلی را درباره امپریالیسم فرهنگی شناسایی کرد که عبارت‌اند از: گسترش تجدد غربی، گسترش و جهانگیر شدن فرهنگ مصرفی سرمایه داری؛ (Hall, 1996: 305) و جهانی شدن فرهنگ امریکایی (Smith, 1998: 215; Owen, 1999: 117)

معتقدان به این دیدگاه، جهانی شدن را حامل فرهنگ خاصی می‌دانند که زمینه را برای شکل‌گیری مفهومی به نام صنعت فرهنگ فراهم می‌سازد که به دلیل خصایص لیبرالیستی آن، از ابعاد معنوی و زیست بشری می‌کاهد و مناسبات اجتماعی انسان‌ها و جوامع به مناسبات شیء یا کالایی‌شدگی مبدل می‌شود، مفهومی که چپ‌نوا^۲ از آن با عنوان شیء‌شدگی یاد می‌کند. (غنی‌نژاد، ۱۳۷۹: ۸) برخی دیگر از صاحب نظران معتقدند که در موقعیت جهانی شدن فرهنگ، بسیاری از شاخص‌های فرهنگ‌های بومی و محلی امکان می‌یابند به فراسوی محدوده جغرافیایی تحت نفوذشان منتقل شوند. (Halliday, 2002: 75)؛

ب) از دیدگاه خوش‌بینانه، جهانی شدن فرهنگ به معنای بین‌المللی شدن فرهنگ‌های ملی، مذهبی و قومی یا به تعبیری، جهانی شدن فرهنگ‌های ملی و محلی است. در این تلقی، جهانی شدن معادل با کثرت‌گرایی فرهنگی است که زمینه‌ساز

1. global localization.

۲. شکست جنبش‌های کارگری و پیدایش جنبش‌های فاشیستی، از عوامل پیدایی رویکرد انتقادی به مارکسیسم یا ایجاد مکتب فرانکفورت (چپ‌نوا، مارکسیسم انتقادی) شد. هورکهایمر، آدرنو، مارکوزه و هابرماس مهم‌ترین نظریه پردازان این مکتب‌اند. (شیرودی، ۱۳۹۳: ۲۴۹)

جهان‌گستری برای اقلیت‌ها و شنیده‌شدن صدای آنان است. بنابراین، پدیده چند فرهنگی، مفهومی تناقض‌نماست؛ زیرا هم بیانگر تنوع است و هم وحدت. تنوع، لازمه جهانی‌شدن است؛ زیرا تجلی دلبستگی‌های ملی و هویت‌های خاص را مجاز می‌شمارد، اما در عین حال مستلزم وحدت است؛ زیرا مفهوم دهکده جهانی را ترویج می‌کند. انسان بدون بهره‌مندی از میزانی از وحدت نمی‌تواند بقا داشته باشد، اما، بدون وجود تنوع و فکر تازه، همسانی بر او غلبه خواهد یافت. (رجایی، ۱۳۸۰: ۳۳) در این دیدگاه، جهانی‌شدن در حوزه فرهنگ به تشدید ابراز هویت‌های محلی، افزایش آگاهی‌های فرهنگی در جوامع گوناگون منجر خواهد شد و مقاومت فرهنگ‌های حاشیه‌ای را در برابر فرهنگ مسلط کنونی امکان‌پذیر خواهد کرد. (Shaw, 2003: 10)

باتوجه به این دیدگاه‌ها نتیجه می‌گیریم:

۱. اگر دیدگاه نخست از جهانی‌شدن فرهنگ را بپذیریم، باتوجه به خصوصیات دوره جوانی، به یقین هویت نسلی این گروه سنی دچار چالش خواهد شد:
 - ۱-۱. مصرف‌زدگی: در این صورت مصرف، از منابع هویت‌بخش برای شکل‌گیری هویت این نسل به شمار خواهد آمد؛ زیرا جریان جهان‌گیر فرهنگ مصرفی، الگوها و روش‌های هویت‌یابی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. جهانی‌شدن فرهنگی در حالی که همه مرزهای فرهنگی را تخریب می‌کند و نهادها و عناصر سنتی هویت‌بخش را به چالش می‌کشد، مصرف را به منبع اصلی هویت و انفکاک اجتماعی تبدیل می‌کند. در جامعه مصرف‌زده، مصرف به شکل اصلی ابراز وجود و منبع اصلی هویت اجتماعی تبدیل می‌شود و افراد با مصرف بیشتر هویت می‌یابند. (گل‌محمدی، ۱۳۸۹: ۱۰۶) این رفتارهای اجتماعی نوعی استراتژی‌های فرهنگی‌اند که در حالت افول هویت‌های سنتی و مدرن، ابراز وجود را از طریق تولید کالایی هویت، ممکن می‌سازند. (Friedman, 1994: 191)
 - ۱-۲. تغییر در سبک زندگی: فرهنگ مصرفی متأثر از جهانی‌شدن فرهنگی، سبک و شیوه زندگی نسل سوم را که برگرفته از فرهنگ دینی و اسلامی است، تهدید می‌کند؛

زیرا در این دیدگاه، مرز میان مصرف برای تأمین نیازهای زیستی و مصرف به مثابه شیوه زندگی فرو می‌ریزد و بیشتر فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی به خرید و مصرف تنزل می‌یابد؛ به بیان دیگر، خرید به مد مسلط زندگی عمومی معاصر تبدیل می‌شود.

فرهنگ مصرفی، یا فرهنگ تجدد، یا فرهنگ و تمدن غربی سبب می‌شود فرد با خوردن، نوشیدن، پوشیدن، چگونگی گذران اوقات فراغت، یا به عبارتی با شیوه زندگی هویت یابنده از طریق روابط اقتصادی (طبقه) یا پیوندهای سیاسی (ملیت). (Friedman, 1994: 191) سبک زندگی به جوان امکان متمایز شدن می‌بخشد و این تمایز ارزشمند تلقی می‌گردد و برایش جشن گرفته می‌شود. باید سبک‌های زندگی را پاسخ‌های کارکردی به مدرنیسم دانست. (Chaney, 1996: 4)

۱-۳. تغییر گروه‌های مرجع: ناپایداری در ارزش‌ها، و گرایش بیشتر به تجملات در این گروه سنی، موجب می‌شود در گروه‌های مرجع نسلی تغییر یابد و الگوهای ارزشی نشئت گرفته از فرهنگ مصرفی سرمایه‌داری پذیرفته شود. اگر ارزش‌ها و هنجارهای گروه‌های مرجع با ارزش‌ها و هنجارهای کلی نظام اجتماعی همخوانی و تطابق داشته باشد، مشروعیت نظام اجتماعی بالا می‌رود و از شدت مسائلی مانند بحران هویت، ناهنجاری‌های اجتماعی و شکاف ارزشی نسل‌ها کاسته می‌شود. (رفیع‌پور، ۱۳۷۶: ۴۳۹)

سلطه فرهنگ و تمدن غربی، به ویژه آمریکا، بر سیستم‌های ماهواره‌ای، ساخت فناوری اطلاعاتی، بنگاه‌های خبری، تبلیغات، تولید برنامه‌های تلویزیونی و صنعت فیلم‌سازی، شکل‌گیری الگوهای مرجع و ارزشی را برای نسل جوان موجب شده است که این الگوها هویت آنان را تهدید می‌کند. سلطه هالیوود بر صنعت سینما، ترجیح موسیقی پاپ آمریکایی به ویژه برای نسل جوان، نقش بستن، عکس شخصیت‌های محبوب صحنه‌های هنری آمریکا بر پیراهن‌های جوانان و نوجوانان (Haynes, 1999: 16) و... را می‌توان مصادیق بارزی از این سلطه فرهنگی به حساب آورد؛

۲. اگر دیدگاه خوش‌بینانه را بپذیریم، رویکرد به جهانی شدن فرهنگ، از تلقی پست مدرنیستی به فرهنگ جهانی ناشی خواهد شد که به سرعت در حال تغییر، گسستگی، پاره‌پاره‌گی، تکثر، اختلاط و تلفیق شدن است. (نش، ۱۳۸۰: ۱۷۹)

می‌توان سه شاخصه اصلی پست‌مدرن را نفی فراروایت‌ها، بنیادستیزی و جوهرستیزی معرفی کرد. (مارش و استوکر، ۱۳۷۸: ۲۰۰-۱۸۹) اساس نظریه پست‌مدرن شالوده‌شکنی، تکثرگرایی و اعتبار به غیر است. در حوزه فرهنگ نیز مکتب پست‌مدرن، مرکز را مرکز‌زادایی می‌کند و حاشیه را مرکز کل کارکرد فرهنگی قرار می‌دهد و به دنبال آن است که به غیر ذی وجود، وجود ببخشد. براساس چنین بینشی در فرهنگ جهانی در جایگاه فراروایت تردید می‌شود و آن‌گاه نه فقط خصلت هژمونیک (سلطه‌گری) ندارد، بلکه فقط یک فرهنگ میان فرهنگ‌های دیگر است. (مسعودنیا، ۱۳۸۹: ۲۲۹)

جهانی‌شدن مروج ارزش‌های پست‌مدرن است که با آموزه‌های کلامی و اخلاقی ادیان کاملاً تضاد دارد. (سلیمی، ۱۳۸۰: ۱۸۸) از این دیدگاه جهانی‌شدن در عرصه فرهنگ و دین به دلیل خصلت پست‌مدرنیستی‌اش در دو حوزه اعتقادات دینی نسل جوان را تهدید می‌کند:

الف) در حوزه هستی‌شناسی (ایجاد بحران در نظام معنایی): یکی از مبانی پست‌مدرنیست‌ها توجه به بی‌نهایتی معنا در مقام منبعی برای ساختن هویت‌ها و ساختارهاست؛ از این رو، جهانی‌شدن از طریق ایجاد تنوع در ابزار هویت فرهنگی و طرح بدیل‌های متکثر، موجب جداسازی جوانان دیندار از مبانی حقیقت‌محور و یقین‌آور نظام معنایی‌شان، (رضایی، ۱۳۸۰: ۶۸) و غلبه نسبی‌گرایی و اباحه‌گری میان آنان می‌شود؛

ب) در حوزه روابط و ساختارهای اجتماعی: جهانی‌شدن ساختارهای قدرتمندی را پدید می‌آورد که همه هویت‌های فردی و جمعی را نادیده می‌گیرند، یادست‌کم دگرگون می‌کنند؛ به بیان دیگر، جهانی‌شدن نظام‌های کارکردی را بر زندگی اجتماعی مسلط می‌سازد. این نظام‌ها ابزاری‌اند و تعلق گروهی یا شأنی در آنها معنا ندارد. با جهانی‌شدن، دنیایی از بازارها، شبکه‌ها و سازمان‌های استراتژیک شکل می‌گیرد که بیشتر با الگوی انتظارات عقلانی، مانند غرایز، قدرت‌طلبی و محاسبات خودخواهانه

تغییر و دگرگونی در روابط و ساختارهای اجتماعی که در پایداری و قوام نظام معنایی افراد نقش مؤثری دارد، بر انتقال فرهنگ بین نسل‌ها وقفه ایجاد می‌کند؛ یعنی با گذشت زمان ساختارهای روابط جمعی بیشتر می‌شوند و اشکال گوناگونی می‌یابند. وقتی این ساختارهای روابط جمعی تغییر می‌کنند، یا اهمیتشان را از دست می‌دهند، شکاف نسلی و ارزشی بین نسل‌ها پیش می‌آید، (رضایی، ۱۳۸۰: ۷۰) به گونه‌ای که برخی صاحب‌نظران برای از دست رفتن ارزش‌ها و هویت‌ها نگران‌اند. آنان به تعارض‌های میان ارزش‌های سنتی و مدرن اشاره می‌کنند و معتقدند چنین تعارض‌هایی به ویژه نسل جوان و نوجوان را آماج خود قرار داده است. آنها برای کنار گذاشتن ارزش‌های سنتی در زمینه‌های گوناگون نگران‌اند. (حاضری، ۱۳۸۰: ۴۱)

کد	تهدیدهای جهانی شدن
T۱	نابرابری‌های اقتصادی
T۲	کم‌رنگ شدن نقش دولت در جایگاه منبع هویت‌ساز
T۳	مصرف‌زدگی
T۴	تغییر در سبک و شیوه زندگی
T۵	تغییر در گروه‌های مرجع
T۶	بحران در نظام معنایی
T۷	بحران در حوزه روابط و ساختارهای اجتماعی

د) فرصت‌های جهانی شدن برای هویت نسل سوم انقلاب اسلامی

برخی از فرصت‌های جهانی شدن عبارت‌اند از:

۱. تبادل اطلاعات میان جوانان از فرهنگ‌های گوناگون: ارتباط میان اطلاعات و جهانی شدن، به گونه‌ای است که از سویی اطلاعات نقش و جایگاه خاصی در جهانی شدن دارد و از سوی دیگر، جهانی شدن موجب افزایش دسترسی به اطلاعات و درک اهمیت آن شده است. در عرصه اطلاعات می‌توان تعبیر کرد که افراد به تعامل،

مشارکت و همکاری تشویق گردیده‌اند؛ در نتیجه جهانی شدن در حال عینیت یافتن است. جهانی شدن نیز موجب گسترش، تسریع، تسهیل و تشویق ارتباطات شده است. (عاملی، ۱۳۸۶: ۲۲۵) بنابراین، افراد برای دستیابی به موفقیت در روابط اعم از شخصی، تجاری، فرهنگی، سیاسی و... به اطلاعات وابسته‌اند و تصمیم‌گیری‌های کارآمد نیز در گرو دستیابی به اطلاعات است؛ اطلاعات به صورت کالا درآمده و ارزش سرمایه‌گذاری در این زمینه آشکار شده است.

از سوی دیگر، تعاملات و ارتباطات بیشتر، تولید اطلاعات را افزایش داده و محمل‌های گوناگون اطلاعاتی پدید آمده و شبکه‌های اطلاعاتی مانند اینترنت و بزرگ‌راه‌های اطلاعاتی در خدمت تبادل اطلاعات قرار گرفته است؛ از این رو، اطلاعات به صورت گسترده تبادل می‌شود، به گونه‌ای که اطلاعات‌گرایی، همزاد جهانی شدن گذشته است. با توجه به مطالب بیان شده، جوانان می‌توانند با بهره‌گیری از این فرصت ارزش‌ها و آموزه‌های دینی و اسلامی را نشر و اشاعه دهند و به دیگر جوانان برسانند. امروزه جوامع می‌توانند از اینترنت با سرعت بالا و هزینه اندک استفاده کنند و در این جهان تکثرگرا، کسی موفق است که افکارش را میان دیگران رواج دهد. در غرب «فرهنگ مخالف»^۱ در قالب‌های گوناگون، حاکمیت‌های جامعه را در قلمرو آموزش، تربیت، خانواده، سنت، حقوق بشر، طبیعت و محیط زیست نقد کرده است و نهضت بازگشت به معنویت، سنت و دین اصیل روندی کاملاً جدی است. (عاملی، ۱۳۸۶: ۲۲۵)

جوان مسلمان می‌تواند در کنار همبستگی با دیگر جوانان، به آنان القا کند که اسلام برای همه امور، راه‌حلی دارد و هیچ میلی را رها نکرده است و این گونه در جهت ترویج دین و اخلاق دینی بکوشد. اکنون اخراج دختران محجبه از دانشگاه‌های غربی کنجکاو همگان را برانگیخته است تا دریابند حجاب چه آسیبی به ساختار جامعه غرب می‌زند که غرب با آن مقابله می‌کند؟ و جوان مسلمان می‌تواند از این فرصت

استفاده کند و نشان دهد که غرب از ورود اسلام به جوامع خود می ترسد؛ زیرا هویت شکل گرفته از فرهنگ دینی را مانع رسیدن به اهدافش می داند؛

۲. امکان ایجاد زمینه برای مطرح شدن فرهنگ‌های دیگر: مهم‌ترین نمود خصلت پسامدرن جهانی شدن، آشکار بودن سیاست هویت و امکان عرضه و ظهور قرائت‌های دیگر در عرصه جهانی است که محصول نفی روایت کلان است؛ به عبارت دیگر، یکی از عوامل در هدایت‌گذار از مدرنیسم به پسامدرنیسم، زایش فرهنگی جهانی است که به سبب آن نظام‌های فکری امکان می یابند با یکدیگر آشنا شوند و در هم رسوخ کنند؛ گرچه این تداخل و تنوع گاه تشخیص ارزش نسبی نظام‌های فکری گوناگون را دشوار می سازد. (ذکایی، ۱۳۸۸: ۳۷)

از این منظر، فرهنگ و تمدن اسلامی که درون مایه‌های غنی، جذاب و جامع دارد، مجال بروز می یابد و با توجه به توانمندی و ظرفیت بالای اسلام برای پاسخ‌گویی به مسائل زندگی جدید و ارزش‌های جهان‌شمول آن مقتضیات و وضعیت جدید می تواند فرصت‌های مناسبی را برای معرفی افکار و آرای اسلام و در نهایت، جهان‌گیر شدن این دین آسمانی به وجود آورد. (سجادی، ۱۳۸۳: ۱۰۹ و ۱۱۰) بنابراین، در جهان کنونی که جوانان، از فرهنگ‌های بسیاری اثر می‌پذیرند، فرهنگی می‌تواند تداوم یابد که پاسخ‌گوی نیازهای مادی و روحی آنان باشد.

هویت مستلزم نوعی انتخاب است؛ از این رو، باید آن‌قدر زمینه‌های فرهنگی تقویت هویت خودی را توسعه داد که افراد دلایل کافی برای انتخاب نمادهای هویت خودی داشته باشند. (فرهادی، ۱۳۹۰: ۶۳-۹۶)

کد	فرصت‌های جهانی شدن برای نسل سوم
۰۱	تبادل اطلاعات میان جوانان از فرهنگ‌های گوناگون
۰۲	امکان ایجاد زمینه برای مطرح شدن فرهنگ‌های دیگر

ه) راهکارها

پیش‌تر گفتیم راهبردهای مبتنی بر الگوی تحلیل راهبردی SWOT؛ ترکیب‌های دو گانه از قوت - فرصت SO؛ قوت - تهدید ST و ضعف - فرصت WO؛ ضعف - تهدید WT است؛ از این رو، با در نظر گرفتن ترکیب فرصت‌ها و چالش‌های جهانی شدن و نقاط ضعف و قوت نسل جوان، راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شود:

۱. تقویت بینش دینی جوانان و شناساندن فرهنگ غرب به آنان (ترکیب T1W1, T6S1):

بهادادن به تفکر (مطهری، ۱۳۶۲: ۲۱۸) و تبیین صحیح دین و دستوره‌های حیات‌بخشش باعث می‌شود جوانان به دین و مسائل معنوی متمایل شوند؛ زیرا وضعیت فرد در جوانی به گونه‌ای است که انواع غرایز، به ویژه غریزه جنسی و لذت‌طلبی، در او به اوج رسیده و عوامل بیرونی نیز او را احاطه کرده است. با توجه به این مطلب اگر دین‌برایش چنان ترسیم شود که گویی مانع ارضای غرایز اوست و راهکاری برای ارضای آنها ندارد، طبیعی است که او از دین، گریزان می‌شود. تقویت باورهای دینی و پی‌ریزی بینشی درست در زمینه مذهب و سیاست می‌تواند مانند سنگری نفوذناپذیر از جوانان در برابر بمباران فرهنگی دشمن محافظت نماید. بررسی سیر تاریخی و مبانی و اصول فکری حاکم بر فرهنگ و تمدن غرب نیز می‌تواند نسل جوان را از تحولات جهان درباره دشمن‌شناسی، حفظ هویت دینی و ملی و بهره‌گیری از دستاوردهای مثبت و تجارب غرب (امام خمینی، ۱۳۶۹، ج ۵: ۱۲۹) آگاه کند که در نهایت مواجهه منطقی و به دور از افراط و تفریط را با این فرهنگ در پی دارد؛

۲. درونی کردن ارزش‌های اصیل دینی و اسلامی از طریق فرهنگ‌سازی و اصلاح فرآیند

انتقال ارزش‌ها و هنجارها به نسل جدید (ترکیب T1S7, T3S7, T4W1, T6S7, O1S1):

دورکیم^۱ و پارسونز^۲ در پاسخ این پرسش که چرا اعضای یک جامعه ارزش‌های آن را می‌پذیرند و به هنجارهای آن گردن می‌نهند، می‌گویند که افراد، آن هنجارها و ارزش‌ها

1. Emile Durkheim.

2. Talcott Parsons.

را درونی می‌کنند و این‌گونه آن ارزش‌ها و هنجارها جزء اعتقادات درونی، امتیازات شخصی و انتظارات افراد از یکدیگر می‌شود. (ورسلی، ۱۳۷۸: ۶۸ و ۶۹) از این‌رو، یکی از راه‌های جلوگیری از گسترش تأثیرات جهانی شدن بر هویت نسلی را می‌توان درونی کردن ارزش‌های دینی در نسل جوان دانست.

ارزش‌ها و هنجارهای ملی تعیین‌کننده بایدها و نبایدهای ایستاری (نرماتیو)^۱ جامعه‌اند و بیشتر از منابع دینی - ایدئولوژیک به دست می‌آیند. بنابراین، هرگونه شکاف ارزشی - هنجاری میان حال و گذشته، باید و نبایدهای متفاوتی را فراروی نسل‌های گوناگون قرار داده است که شکاف عمیقی را میان آنان موجب می‌شود؛ (تاجیک، ۱۳۸۲: ۵۷) بنابراین، اصلاح فرآیند انتقال ارزش‌ها و هنجارها به نسل جدید، برای جلوگیری از تأثیرات جهانی شدن ضروری به نظر می‌رسد؛

۳. معرفی الگوها و اسطوره‌های معنوی و اخلاقی (ترکیب T3S6, T5W1, T5S1): جوانان بخشی از هویتشان را با پیروی از الگوها و اسطوره‌ها به دست می‌آورند. وجود رابطه سیال و پایدار و اطمینان بخش میان آحاد مردم و گروه‌های مرجع می‌تواند تضمین‌کننده وفاق و اتصال نسلی باشد. اگر نسل جوان ایرانی در وضعیت پر تلاطم و بحرانی‌اش بتواند به انگیزه‌ها و انگیزه‌های گروه‌های مرجع سنتی خود اعتماد کند، جامعه می‌تواند از بروز شکاف نسلی عمیق مصون بماند. (تاجیک، ۱۳۸۱ الف: ۲۷۸) اگر نسل سوم الگوهایش (الگوهای عملی) را از درون نسل قبل انتخاب نکند، به سراغ الگوهای دیگر می‌رود، در این صورت، مفاهیم بین نسلی قطع می‌شود؛ (فیرحی، ۱۳۸۲: ۴۶۶) از این‌رو، عرضه الگوهای مرجع ارزشی متناسب با مقتضیات زمانی (عصر جهانی شدن) در چهارچوب ارزش‌های دینی و اسلامی می‌تواند از گرایش افراد و به‌خصوص نسل جوان به الگوهای مرجع غربی جلوگیری کند؛

۴. توجه جدی به فرهنگ و رسانه و نقش آن در شکل‌گیری هویت نسلی (ترکیب T3S1, T4W2, O1W1, O2S1, O2S4): رسانه‌های جمعی انواع گوناگونی از اطلاعات و محتوا،

به‌ویژه هنجارها و ارزش‌ها را انتقال می‌دهند (گیدنز، ۱۳۷۷: ۸۸) و با انتقال ارزش‌ها، آنها را درونی می‌کنند؛ بنابراین، اولیای امور می‌توانند با برنامه‌ریزی مناسب که شامل آموزش شیوه‌های بهره‌گیری درست از رسانه‌هاست، جوانان را از آسیب‌های پیش‌رو، مصونیت بخشند و فرصتی برای آنان ایجاد کند تا با بهره‌گیری از آموزش زمینه‌ها و عناصر معنوی و قدرت تفکر، زندگی را از دریچه متفاوتی ببینند و تجربه کنند؛

۵. به‌کارگیری رویکرد مناسب با جهانی‌شدن (ترکیب O₂S₁, T₄W₂, O₁W₁, T₃S₁)

(O₂S₄): در مواجهه با جهانی‌شدن می‌توان سه رویکرد را در نظر گرفت:

۱. رویکرد سازش‌گرایانه: در این رویکرد تمدن جهانی معادل ارزش‌های فرهنگی غرب و امریکا تلقی می‌شوند و برای ادامه حیات چاره‌ای جز پذیرش و انطباق کامل با آن وجود ندارد؛

۲. رویکرد دفع‌گرایانه: این رویکرد بانفی همه دستاوردهای تمدن بشری که اتفاقاً مانند گروه پیش‌آن را محصول تمدن غربی و امریکایی می‌داند، در پی آن است تا بدون توجه به واقعیات با آن مقابله کند؛

۳. رویکرد فعالانه: اساس این رویکرد آن است که جهانی‌شدن و تمدن جهانی دستاورد مشترک بشری است و تمایز و تنوع فرهنگی در زمینه بی‌همتایی و تنوع فرهنگی زمینه مناسب برای گفت‌وگو و عرضه گوناگون به بشر فراهم کرده است. (درویشی، ۱۳۸۳: ۱۶۰)؛

۶. تبلیغ مناسب ارزش‌ها و بهره‌گیری از عقلانیت و استدلال در اشاعه و گسترش آن

(ترکیب T₂W₃, T₂S₇, O₂W₁): تبلیغات، بر معرفی و مصرف کالاهای ارزشی نقش بسیار مؤثری دارد. استدلال و عقلانیت ابزارهای پذیرفته‌شده نسل‌های جدید است و بر تبلیغ ارزش‌های دینی نقش مؤثری دارد. استدلال و عقلانیت دو عنصر ارتباطات اجتماعی جدید و نتایج مکانیسم‌های ذهنی جمعی، ابزارهای کارآمدی‌اند که با آنها می‌توان آرمان‌های انقلاب اسلامی را در جوامع گوناگون و نهادهای عقلانی آنها بسط داد. (عبداللهیان، ۱۳۸۲: ۲۵۲) بنابراین، در وضعیت کنونی و به‌خصوص در آینده، نسل جدید

افراد و گروه‌هایی را در مقام گروه‌های مرجع، یا مرجعیت‌های اجتماعی می‌پذیرند که توان بالایی برای به‌کارگیری قوه خلاقیت، استدلال و شیوه عقلانیت رایج داشته باشند؛ از این رو، بر حاملان و مروجان آرمان‌های انقلاب اسلامی ضروری است تا بیش از پیش خود را به این دو عنصر کارآمد مسلح کنند. (درویشی، ۱۳۸۳: ۱۶۲)؛

۷. هم‌خوانی و واکنش‌ها با مسائل و چالش‌های جدید (ترکیب T3S4, T7S4): توئین بی^۱ (متوفای ۱۳۵۳-۱۹۷۵) مورخ برجسته معاصر معتقد است هنگامی تمدن‌ها فرومی‌پاشند که میان چالش و واکنش، تناسب و همخوانی وجود نداشته باشد. (توئین بی، ۱۳۷۶: ۱۱۸) از این رو، نبودن تناسب و همخوانی میان چالش ناشی از جهانی شدن و واکنش مناسب در برابر آن، و همچنین نداشتن توانایی و ظرفیت لازم برای به‌کار بردن واکنش متناسب و همخوان با چالش‌ها، فرآیند هویت‌پذیری نسل جوان را با مشکل مواجه خواهد کرد؛ مثلاً اگر تحقق اصل ولایت، برقراری عدالت اجتماعی، خودباوری و اتکا نداشتن به غیر، پایبندی به ارزش‌های دینی و ملی و... را آرمان‌های اجتناب‌ناپذیر انقلاب اسلامی بدانیم، بر مسئولان جمهوری اسلامی واجب می‌شود هر چه را در وضعیت کنونی چالشی در مقابل این آرمان‌ها ایجاد کند به‌درستی بشناسند و متناسب با آن واکنش نشان دهند.

جدول تحلیلی راهبردهای ترکیبی ST, WT و WO, SO

شماره	نوع استراتژی	ترکیب راهبرد
۱	تقویت بینش دینی جوانان و شناساندن فرهنگ غرب به آنان	T1W1, T6S1
۲	درونی کردن ارزش‌های اصیل دینی و اسلامی از طریق فرهنگ‌سازی و اصلاح فرایند انتقال ارزش‌ها و هنجارها به نسل جدید.	T1S7, T3S7, T4W1, T6S7, O1S1
۳	معرفی الگوها و اسطوره‌های معنوی و اخلاقی به جوانان	T3S6, T5W1, T5S1

T3S1, T4W2, O1W1, O2S1, O2S4	توجه جدی به فرهنگ رسانه و نقش آن در شکل‌گیری هویت	۴
T2W3, T2S7, O2W1	اتخاذ رویکرد متناسب با جهانی‌شدن	۵
T3W2, T4S4, T6W4	تبلیغ مناسب ارزش‌ها و بهره‌گیری از عقلانیت و استدلال در اشاعه و گسترش آن	۶
T3S4, T7S4	همخوانی واکنش‌ها با مسائل و چالش‌های جدید	۷

نتیجه‌گیری

وقوع انقلاب صنعتی سوم، زمینه‌ساز تحولی شد که جهانی‌شدن نام گرفت. مهم‌ترین پیامد این تحول کم‌شدن نقش زمان، مکان و فضا بود. جهانی‌شدن در ابعاد گوناگون با در اختیار داشتن ابزارهای اطلاعاتی و تبلیغاتی می‌تواند تأثیرات بی‌شماری بر هویت افراد داشته باشد. در این مقاله کوشیده‌ایم با استفاده از روش تحلیل استراتژیک SWOT، ضمن تجزیه و تحلیل ضعف‌ها و قوت‌های بالقوه درونی جوانان، و نیز تجزیه و تحلیل فرصت‌ها و تهدیدهای بیرونی، راهکارهایی را برای به حداکثر رساندن قوت‌ها و فرصت‌ها و به حداقل رساندن ضعف‌ها و تهدیدها بیان کنیم.

نسل سوم انقلاب اسلامی به سبب ویژگی‌های خاص دوران جوانی و همچنین دوری زمانی از انقلاب اسلامی و دفاع مقدس و قرار گرفتن در فضای جهانی‌شدن، میزان اثرپذیری‌اش بسیار فراتر از دیگران است، بنابراین، در این نوشتار با در نظر گرفتن اینکه جهانی‌شدن می‌تواند حامل فرصت‌ها و تهدیدهایی برای هویت این نسل باشد، برخی از این فرصت‌ها مانند تبادل اطلاعات و امکان طرح فرهنگ‌های دیگر در میان جوانان و همچنین تهدیدهایی مانند مصرف‌زدگی، تغییر در سبک زندگی، تغییر گروه‌های مرجع را بررسی کردیم و در پایان در این باره راهکارهایی را پیشنهاد دادیم.

کتابنامه

- افتخاری، اصغر (۱۳۸۳). «کالبدشکافی هویت، مبانی، بحران‌ها و راهکارها»، مجموعه مقالات هویت در ایران، به اهتمام علی اکبر علیخانی، تهران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، ص ۲۳-۴۱.
- الحمادی، عبدالله، (۱۳۸۱). «ما و مظاهر جهانی شدن»، ترجمه عبدالله نکونام قدیمی، روزنامه همشهری، شماره ۲۲۴۳، سال ۸، ص ۷-۸.
- برتران، بدیع (۱۳۷۶). فرهنگ و سیاست، ترجمه احمد نقیب زاده، تهران، نشر دادگستر.
- بهروزی لک، غلامرضا (۱۳۸۶). جهانی شدن و اسلام سیاسی در ایران، تهران، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- بیکر، ترزال (۱۳۷۷). نحوه انجام تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ ناییبی، تهران، روش.
- پیرس، جان؛ رابینسون، ریچارد کنت (۱۳۹۳). برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک، ترجمه سهراب خلیلی شورینی، تهران، یادواره کتب.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۱ الف). جزوه درسی انقلاب اسلامی و ریشه‌های آن، تهران، دانشگاه امیرکبیر.
- _____ (۱۳۸۱ ب). «جامعه ایرانی و شکاف نسلی»، فصلنامه راهبرد، شماره ۲۶، زمستان، ص ۲۶۴-۲۸۰.
- _____ (۱۳۸۲). «رسانه و بحران در عصر فراواقعیت (با تاکید بر بحران هویت)»، پژوهشنامه علوم سیاسی، شماره اول، سال چهارم، ص ۳۹-۶۲.
- تاملینسون، جان (۱۳۸۱). جهانی شدن و فرهنگ، ترجمه محسن حکیمی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- توئین بی، آرنولد (۱۳۷۶). بررسی تاریخ تمدن، ترجمه محمدحسین آریا، تهران، امیرکبیر.
- چنکینز، ریچارد (۱۳۸۰). هویت اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران، شیرازه.
- حاضری، علی محمد (۱۳۸۰). «مسائل اجتماعی متأثر از تعارض ارزش‌ها در دوران گذار»، نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران، شماره ۴، ص ۴۱-۵۳.
- خسروشاهیان، وحید (۱۳۷۹). «شکاف نسل‌ها: مروری بر تضادهای ارزشی بین نسلی»، روزنامه همشهری، ۸ شهریور ۱۳۷۹، ص ۵ و ۶.

- امام خمینی (ع) (۱۳۶۹). صحیفه نور، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ج ۵.
- درویشی، فرهاد (۱۳۸۳). «آرمان‌های انقلاب اسلامی در عصر جهانی شدن؛ چالش‌ها و واکنش‌ها»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، شمال ۳، دوره پنجم، ص ۱۴۰-۱۷۱.
- ذکایی، سعید (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی جوانان ایران*، تهران، آگه.
- _____ (۱۳۸۸). «فرهنگ‌گذار و الزامات آن برای روابط نسلی؛ پژوهش جوانان»، *فرهنگ و جامعه*، شماره ۲، بهار و تابستان، ص ۲۹-۴۸.
- رجایی، فرهنگ (۱۳۸۰). *پدیده جهانی شدن، وضعیت بشری و تمدن اطلاعات*، تهران، آگه.
- رضایی، عبدالعلی (۱۳۸۰). «میزگرد جهانی شدن، ابعاد و پیامدها»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۱۰، سال سوم، ص ۶۱-۷۸.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۶). *توسعه و تضاد*، تهران، دانشگاه شهید بهشتی.
- _____ (۱۳۷۸). *آنومی یا آشفتگی اجتماعی*، تهران، سروش.
- سجادی، سید عبدالقیوم (۱۳۸۳). *درآمدی بر اسلام و جهانی شدن*، قم، بوستان کتاب.
- سلیمی، حسین (۱۳۸۰). *فرهنگ‌گرایی، جهانی شدن و حقوق بشر*، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی وزارت امور خارجه
- شیرودی، مرتضی (۱۳۹۳). *اندیشه‌های سیاسی در غرب*، تهران، پژوهشکده علوم اسلامی امام صادق (ع).
- صائمیان، آذر؛ ازغنده، رضا (۱۳۸۶). «چالش‌های ایران برای ورود به سازمان تجارت جهانی با استفاده از الگوی swot»، *نشریه مدیریت*، شماره ۱۲۴-۱۲۵، ص ۲۱-۲۶.
- عاملی، سعید رضا (۱۳۸۶). *نظریه‌های ارتباطات؛ مفاهیم انتقادی در مطالعات رسانه‌ای و فرهنگی*، ترجمه گودرز میرانی، تهران، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- عبداللهیان، حمید (۱۳۸۲). «تغییرات فرهنگی و شکاف نسل‌ها در ایران»، *مجموعه مقالات نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها در ایران*، به اهتمام علی اکبر علیخانی، تهران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، ص ۲۵۱-۲۶۵.
- غنی‌نژاد، موسی (۱۳۷۹). «جهانی شدن»، *فصلنامه مطالعات راهبردی*، شماره ۸-۷، سال سوم، ص ۹-۲۶.
- فرهادی، علی (۱۳۹۰). «بررسی تحلیلی پدیده جهانی شدن با تمرکز بر حوزه فرهنگ»، *فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن*، شماره ۴، دوره ۲، ص ۶۳-۹۶.

فیرحی، داود (۱۳۸۲). «ملاک‌های سیلان یا انقطاع نسل‌ها»، مجموعه مقالات نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها در ایران به اهتمام علی اکبر علیخانی، تهران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، ص ۷۱-۸۰.

قاسمی، یارمحمد (۱۳۸۸). «تبین گسست نسلی با تکیه بر جامعه ایلام»، مجموعه مقالات کندوکاو در مسائل جوانان و مناسبات نسلی، تهران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، ج ۱، ص ۲۶۷-۳۰۳.

کیانی، داود (۱۳۸۰). «فرهنگ جهانی، اسطوره یا واقعیت؟»، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۱۰، سال سوم، ص ۹۱-۱۲۲.

کیلی، ری و مارفلیت، فیل (۱۳۸۰). جهانی شدن و جهان سوم، ترجمه حسن نورایی بیدخت و محمدعلی شیخ علیان، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.

گل محمدی، احمد (۱۳۸۹). جهانی شدن، فرهنگ و هویت، تهران، نشر نی.

گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷). جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، نشرنی.

لاتوش، سرژ (۱۳۷۹). غربی‌سازی جهانی، ترجمه امیر رضایی، تهران، نشر قصیده.

مارش، دیوید؛ استوکر، جری (۱۳۷۸). روش و نظریه در علوم سیاسی، ترجمه امیرمحمد حاجی یوسفی، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.

مجتهدزاده، پیروز (۱۳۷۹). «جهانی شدن»، نشریه امنیت، شماره ۱۳-۱۴، سال چهارم، ص ۷۰-۸۹.

مددپور، محمد (۱۳۸۲). «صورت‌های نوعی گسست نسلی و فرهنگی»، مجموعه نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها در ایران، به اهتمام علی اکبر علیخانی، تهران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، ص ۲۲۱-۲۳۵.

مسعودنیا، حسین (۱۳۸۹). «جهانی شدن و ادیان توحیدی: فرصت‌ها و چالش‌ها»، فصلنامه راهبرد، شماره ۵۵، سال نوزدهم، ص ۲۲۴-۲۴۲.

مطهری، مرتضی (۱۳۶۲). فلسفه اخلاق، قم، صدرا.

مظاهری سیف، حمیدرضا (۱۳۸۴). «تعریف نسل سوم»، ماهنامه زمانه، شماره ۳۱-۳۲، سال چهارم، فروردین، ص ۴۵-۵۳.

_____ (۱۳۸۵). «نسل سوم و آینده انقلاب اسلامی»، پگاه حوزه، شماره ۲۰۱، قم، دفتر

تبلیغات اسلامی، ص ۱۲-۱۵.

مکارم، حمید (۱۳۸۲). جهانی شدن و پیامدهای فرهنگی آن، تهران، نشر سجده.

منطقی، مرتضی (۱۳۸۳). *جوانان و مناسبات نسلی*، به اهتمام محمدعلی محمدی، تهران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.

نش، کیت (۱۳۸۰). *جامعه‌شناسی سیاسی معاصر؛ جهانی‌شدن، سیاست، قدرت*، ترجمه محمدتقی دلفروز، تهران، کویر.

ورسلی، پیتر (۱۳۷۸). *نظم اجتماعی در نظریه‌های جامعه‌شناسی*، ترجمه سعید سعیدمیدفر، تهران، موسسه فرهنگی و انتشاراتی تبیان.

هام لینک، سیزجی (۱۳۸۰). «معنای دو پهلوئی جهانی‌شدن»، ترجمه ناصر شکیب، *مطالعات راهبردی*، ش سوم، پاییز، ص ۳۶۶-۳۸۱.

Albrow, M. (1996). *The Global Age*. Cambridge, Polity press.

Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Oxford, Blackwell.

----- (1997). *The Power of Identity*. Oxford, Blackwell.

Chaney, D. (1996). *Lifestyles*. London, Routledge.

Dodds, K. (2000). *Geopolitics in a changing world*. London, Prentice Hall.

Friedman, J. (1994). *Cultural & Global Process*. London, Sage.

Giddens, A. (1994). "Living in a Post-Traditional Society". In Beck, Giddens and Lash, *Reflexive Modernization: Politics, Tradition, and Aesthetics in the Modern Social Order*. Stanford, Stanford University press.

----- , (1999). *Economic Globalization & Culture*. in Merrill Lynch Form.

Hall, S. (1996). "The Question of Cultural Identity". In S. Hall, D. Held and A. McGrew (eds) *Modernity and its Future*. Cambridge, Polity press.

Halliday, F. (2002). *The world at (2000)*. London, Palgrave Macmillan.

Harvey, D. (1989). *The Condition of Postmodernity*, Oxford, Basil Blackwell.

Haynes, J. (1999). "Intoduction". In J. Haynes (ed), *Globalization and Political Culture in the Third World*, London, McMillan.

Hekman, S. (1999). "Identity Crises". In S. Hekman (ed). *Feminism, Indentity and Differenece*, Frank Cass.

Held, D. (1999). *Global Transformation, Economics and Culture*. Cambridge, Polity press.

Owen, J. (1999), "The City and Identity", In Skelton and Allen (eds): *Culture and Global Change*, London, Routledge.

Shaw, M. (2003). "Global state" www.Meria.com.

Silverman, M. (1999). *Facing Postmodernity*. London, Routledge.

Smith, A. (1998). *Nationalis and Modernism*. London, Routledge.

Wallerstein, I. (1983). *Historical Capitalis*. London, Verso.