

مؤلفه‌های اساسی زندگی در جهان امروز

منوچهر ذوالفقاری

کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دبیر علوم اجتماعی استان همدان (شهرستان نهاوند)

چکیده

مؤلفه چهارم فردگرایی و حقوق شهروندی است. یعنی هر فردی که عضو یک جامعه است، شهروند به حساب می‌آید و حقوق و تکالیفش نسبت به جامعه‌ای که به آن تعلق دارد، «حقوق شهروندی» نامیده می‌شود. میان این چهار مؤلفه ارتباطی متقابل و منطقی وجود دارد. یعنی پدیده جهانی شدن اساسی‌ترین مؤلفه است؛ مؤلفه‌های دیگر را به وجود می‌آورد و آن‌ها نیز به روند جهانی شدن سرعت می‌بخشند.

جوامع گوناگون برای ادامه حیات در دنیای امروز به شناخت برخی فاکتورهای اساسی و تأثیرگذار نیاز دارند که بدون آن‌ها زندگی بسیار سخت و حتی ناممکن می‌شود. در این زمینه در مقاله حاضر چهار مؤلفه اصلی مورد بررسی قرار می‌گیرند. اولین مؤلفه پدیده جهانی شدن است. جهانی شدن فرایندی است که از طریق آن تعامل میان جوامع در حوزه‌های متفاوت گسترده‌تر و متراکم‌تر می‌شود، به نحوی که هر نوع تغییر در بخش‌هایی از جهان، موجب تغییر در دیگر بخش‌های جهان می‌شود.

کلیدواژه‌ها: جهانی شدن، رسانه‌ای شدن، تجاری شدن، فردگرایی، حقوق شهروندی.

مقدمه

امروزه جهانی شدن یکی از مفاهیم مهم اجتماعی و تاریخی به شمار می‌رود و به دلیل تأثیرگذاری فزاینده‌ای که در عرصه‌های متفاوت زندگی اجتماعی، در مقیاس‌های خرد، میانی و کلان دارد، به یکی از موضوعات اساسی علوم اجتماعی تبدیل شده است. مسلماً نظریه امانوئل والرشتاین درباره نظام جهانی سهم مهمی در شکل‌گیری جهانی شدن و مفهوم آن داشته است.

مؤلفه دوم رسانه‌ای شدن است. به این معنا که امروزه رسانه‌ها فقط ابزارهای فناورانه نیستند، بلکه به یک زبان و فرهنگ تبدیل شده‌اند که تمامی زاویه‌های زندگی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند و نقش بسیار مهمی در شکل‌دهی به شخصیت افراد و سبک زندگی آن‌ها دارند. مؤلفه سوم تجاری شدن است که می‌توان آن را فرایندی اطلاق کرد که طی آن، کالاها و خدمات، سرمایه و نیروی کار داخل یک جامعه و یا بین دو یا چند جامعه ارزش تجاری می‌یابند و در شرایط مبادله قرار می‌گیرند.

۴. **جهانی شدن به معنای غربی کردن یا نوگرایی به‌ویژه شکل آمریکایی شده آن:** در این معنا جهانی شدن نوعی پویایی است که از طریق آن، ساختارهای اجتماعی نوگرایی در سراسر دنیا گسترش می‌یابند و به‌طور طبیعی، فرهنگ‌های پیشین و خودمختار محلی را نابود خواهند کرد.

۵. **جهانی شدن به معنای قلمروزدایی:** در این معنا جهانی شدن شامل تجدید شکل‌بندی جغرافیایی است، به نحوی که مرزهای سرزمین‌ها دیگر شناسایی نمی‌شوند [شولت، ۱۳۸۲: ۷-۸]

در مجموع می‌توان جهانی شدن را فرایندی دانست که از طریق آن، تعامل میان جوامع و دولت‌ها در حوزه‌های متفاوت اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی گسترده‌تر و مترکم‌تر می‌شود، به نحوی که هر نوع تغییر در بخش‌هایی از جهان موجب تغییر و اثرگذاری در دیگر بخش‌های جهان در مقیاس‌های جهانی، منطقه‌ای، ملی و محلی می‌شود.

اما مخالفان جهانی شدن، استفاده از مفهوم جهانی کردن یا جهانی‌سازی را بر مفهوم جهانی‌شدن ترجیح می‌دهند. زیرا به گمان آن‌ها، جهانی‌سازی فرایندی است که مبتنی بر قصد و برنامه از پیش تعیین‌شده است. آن‌ها جهانی‌سازی را مترادف با پذیرش نظام سرمایه‌داری به‌خصوص از نوع آمریکایی آن می‌دانند. **استیگلیتز**، یکی از صاحب‌نظران توسعه اقتصادی می‌گوید: «جهانی‌سازی عبارت است از نزدیک شدن کشورها و ملت‌های جهان که نتیجه کاهش شدید هزینه‌های حمل‌ونقل و ارتباطات و نیز رفع موانع مصنوعی است که در راه جریان کالاها و خدمات، سرمایه، دانش و افراد قرار دارد. جهانی‌سازی نهادهای تازه‌ای را هم‌گام با نهادهای داخل کشورها به وجود آورده است که به فعالیت مشغول‌اند. از جمله این نهادها می‌توان «صندوق بین‌المللی پول»، «بانک جهانی» و «سازمان تجارت جهانی» را نام برد [استیگلیتز، ۱۳۸۲: ۳۱].

این نهادها به ترتیبی عمل کرده‌اند که به جای اینکه در خدمت جهان در حال توسعه باشند، به منافع کشورهای صنعتی پیشرفته و به‌ویژه منافع گروه‌های خاص در داخل این کشورها خدمت کرده‌اند. نتیجه عملکرد این نهادها باعث تشدید فرایند قطبی شدن جهان شده است و فاصله بین شمال و جنوب هر روز عمیق‌تر و گسترده‌تر می‌شود. این وضعیت کشورهای در حال توسعه و جهان سوم (پیرامونی) را به حاشیه روستایی نظام جهانی تبدیل خواهد کرد و می‌تواند به ظهور یک نظام طبقاتی فراملی منجر شود که برخلاف وضعیت طبقاتی در ساختار اجتماعی ملی، امیدی به مبارزه برای تغییر ساختار آن وجود ندارد [زاهدی، ۱۳۸۲: ۳۴۶].

در مجموع دو نوع داوری مثبت و منفی درباره جهانی شدن و جهانی‌سازی وجود دارد. در داوری و ارزیابی منفی، جهانی شدن از راه‌های زیر بر رشد بی‌عدالتی اجتماعی تأثیر گذاشته است:

پیش‌فرض اصلی دیدگاه نظام جهانی این است که جهان جدید از یک اقتصاد جهانی سرمایه‌داری تشکیل شده و دولت‌های ملی بخش‌هایی از یک کل هستند. به نظر والرشتاین، نظام جهانی پدیده‌ای کلی است که عناصر مرتبطی را درون خود جای داده است. به عبارت دیگر، نظام جهانی نظامی اجتماعی است که مرزها، ساختارها، قواعد مشروعیت و پیوستگی‌های خاص خود را دارد و همه این اجزاء، از طریق تقسیم کار و با استفاده از سازوکار بازار، به نحوی به یکدیگر متصل می‌شوند [زکیا و غفاری، ۱۳۹۰: ۳۱۰].

وی معتقد است: نظام جهانی از قرن شانزدهم میلادی با پیدایش سرمایه‌داری و روابط تولیدی خاص به وجود آمده است. پدید آمدن نظام تولید همگانی و طبقه کارگر و نیز انباشت بی‌وقفه سرمایه در اروپا موجب شد که اقتصاد اروپا به‌تدریج در جهان گسترش یابد. تاجران، صنعتگران و سرمایه‌داران اروپا، به علت افزایش توان و نیاز اقتصادی‌شان، بقیه جهان را به نظام جهانی ملحق کردند. رقابت آن‌ها همراه با انباشت بیشتر سرمایه، بازار داخلی را اشباع و نیاز به گسترش را بیشتر کرد. بحران‌های متعدد رکود و اضافه تولید در اروپا، انگیزه سرمایه‌داران را برای جهانی کردن سرمایه و اقتصاد خود دو چندان کرد. این فرایند به پیدایش نظام واحد جهانی انجامید. نظام مزبور درون خود به سه بخش متفاوت اما مرتبط تقسیم می‌شود: جوامع مرکزی، جوامع پیرامونی و جوامع نیمه‌پیرامونی [والرشتاین، ۱۳۷۶: ۳۸].

الف. آشنایی با پدیده‌های جهانی شدن و جهانی‌سازی

درباره مفهوم «جهانی شدن»، همانند دیگر واژه‌های علوم اجتماعی، با پنداشت‌ها و دریافت‌های متفاوتی روبه‌رو هستیم که بخشی از این اختلاف ناشی از پیچیدگی مفهوم و بخشی هم ناشی از دیدگاه‌های متفاوت درباره این واژه است. **شولت**، با مروری بر برداشت‌های متفاوت، پنج تعریف زیر را از جهانی شدن ارائه می‌دهد:

۱. **جهانی شدن به معنای بین‌المللی شدن:** از این منظر جهانی شدن یعنی جریان یافتن گسترده رو به رشد تجارت و به کار انداختن سرمایه در میان کشورها.

۲. **جهانی شدن به معنای آزادسازی:** در این معنا جهانی شدن به فرایند برداشته شدن محدودیت‌هایی اطلاق می‌شود که دولت‌ها در فعالیت‌های میان کشورها برقرار می‌کنند و هدف آن به وجود آوردن اقتصاد جهانی آزاد و بدون مرز است.

۳. **جهانی شدن به معنای جهان‌گستری:** در این معنا جهانی شدن یعنی فرایند انتشار تجربیات و هدف‌های گوناگون برای مردم چهار گوشه دنیا.



مارشال مک‌لوهان

غیرممکن و بی‌معناست. رسانه‌ها در زندگی ما از لحظات تنهایی تا محیط خانواده، فضای آموزشی و اداری، و غیره نفوذ کرده‌اند و هر روز هم بر تعداد، تکثر و تنوع آن‌ها افزوده می‌شود. علاوه بر این، در زمان حاضر رسانه‌ها فقط ابزارهای صرفاً فناورانه نیستند، بلکه به یک زبان و فرهنگ تبدیل شده‌اند که تمامی زاویه‌های زندگی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند. امروزه رسانه‌ها جزء جدایی‌ناپذیر زندگی ما شده‌اند و از لحظه تولد تا مرگ ما را همراهی می‌کنند. همچنین نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به شخصیت افراد و زندگی اجتماعی بسیار گسترده و اجتناب‌ناپذیر است. آموزش همگانی، جامعه‌پذیری، تربیت اعتقادی - اخلاقی و سیاسی، بالا بردن سطح آگاهی‌ها و کمک به پختگی و بلوغ عقلانی و در نتیجه تصمیم‌گیری‌های منطقی فردی و اجتماعی، از مهم‌ترین عملکردهای مثبت و سازنده رسانه‌هاست. اما از طرف دیگر، استفاده فراوان و غیرهدفمند از رسانه‌ها، به‌خصوص ماهواره، تلفن همراه، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، تأثیرات عمیق و متعددی بر کاربران می‌گذارد که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به تغییر ارزش‌های دینی - اعتقادی و اخلاقی، و ایجاد سبک زندگی جدید اشاره کرد.

۱. طبقات اجتماعی، کشورها، جنسیت‌ها، نژادها، بخش‌های شهری - روستایی و گروه‌های سنی از فرصت‌های نابرابری برای دستیابی به فضاهای جهانی ظاهراً «آزاد و باز» برخوردارند.
۲. حکومت‌های جهانی تخصیص منافع را طوری تنظیم می‌کنند که همواره به نفع طبقات ثروتمند است.
۳. جهانی شدن موجب تضعیف توانایی‌های جنبش‌های اجتماعی سنتی، مانند اتحادیه‌های کارگری، استعمارستیزی و مبارزه برای توزیع عادلانهٔ مزادها، سرمایه‌داری می‌شود.
اما در ارزیابی مثبت، طرفداران جهانی شدن معتقدند: «جهانی شدن غالباً موجب رشد و گسترش جنبش‌های اجتماعی جدید شده است و این جنبش‌ها معمولاً با کارکرد خود، مباحث عدالت جنسی، عدالت نژادی، حقوق کودکان، حقوق شهروندی و حق توسعه برای همهٔ کشورها را پیش کشیده‌اند.»

ب. استفاده از رسانه‌ها و برخورداری از سواد رسانه‌ای

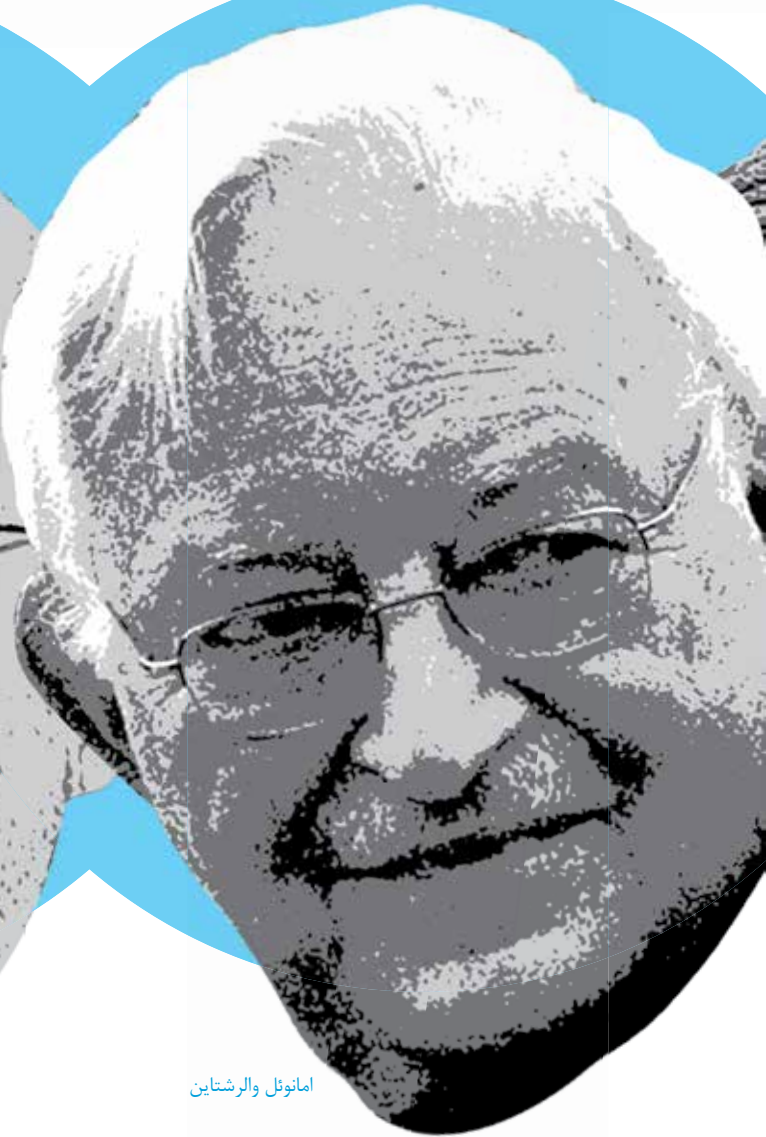
در دانش ارتباطات به فرایند انتقال پیام از فرستنده به گیرنده «ارتباط» می‌گویند. همچنین، اصطلاح «ارتباطات» به تأسیسات و وسایلی اختصاص داده شده است که وظیفهٔ انتقال افکار، اخبار و رفتارهای انسان را به عهده دارند [محسنیان‌راد، ۱۳۷۴: ۲۴۹]. هر ارتباطی پنج جزء دارد: فرستنده، گیرنده، پیام، وسیلهٔ ارتباط یا رسانه، و هدف پیام. از بین اجزای ارتباط بحث ما روی وسیلهٔ ارتباط یا «رسانه» متمرکز خواهد شد. تقریباً تمامی اندیشمندان حوزهٔ ارتباطات رسانه را ابزاری می‌دانند که فرستنده به کمک آن معنا و مفهوم موردنظر خود (پیام) را به گیرنده منتقل می‌کند. از دیدگاه اینان، رسانه‌ها به دو دستهٔ فردی و جمعی تقسیم می‌شوند: رسانهٔ فردی ابزاری است که فرستنده به کمک آن، امکان فرستادن پیام به تعداد محدود، مشخص، طبقه‌بندی‌شده و قابل کنترلی از مخاطبان را دارد؛ مانند تلفن ثابت و تلفن همراه. در مقابل، رسانهٔ جمعی ابزاری است که پیام را به‌سرعت، آسان و با هزینهٔ کم به تعداد انبوه، گوناگون و غیرقابل کنترلی از مخاطبان منتقل می‌کند؛ مانند تلویزیون. شاخص این رسانه‌ها ارتباطشان با جمع است [آقابخشی و دیگران، ۱۳۷۵: ۲۳۱].

مارشال مک‌لوهان، تئوریسین دانش ارتباطات، معتقد است: «تحت تأثیر وسایل ارتباط جمعی، انسان‌ها وارد مرحلهٔ جدیدی از زندگی اجتماعی می‌شوند. استفاده از این وسایل، به‌ویژه تلویزیون، اساس زندگی اجتماعی را زیر و رو می‌کند و جهان سرانجام به دهکده‌ای بزرگ تبدیل می‌شود [ساروخانی، ۱۳۹۱: ۲۱].»

در مقایسهٔ این رسانه‌ها با یکدیگر، رسانه‌های جمعی اهمیتی بسیار بیشتر و روزافزون‌تر یافته‌اند و به همین دلیل بحث ما بر رسانه‌های جمعی متمرکز خواهد شد. امروزه رسانه‌ها چنان با زندگی ما آمیخته شده‌اند که بدون آن‌ها زندگی تقریباً



استیگلیتز



امانوتل والرشتاین

ضمن درجه‌بندی رسانه‌های اطرافمان، از میان اطلاعات و پیام‌های پیرامونی آنچه را نیاز داریم، دریافت کنیم. به‌علاوه تشخیص دهیم، کدام‌یک از پیام‌های رسانه‌ای را نادیده بگیریم تا در برابر حجم انبوه اطلاعات و پیام‌های درست و نادرست، ضمن مدیریت هوشمندانه بهره‌مندی از پیام‌های رسانه‌ای، قدرت تحلیل و پردازش ذهنی‌مان را از دست ندهیم و به اعتیاد رسانه‌ای هم دچار نشویم [همان، ص ۱۴۶ - ۱۴۵].

در چنین فضایی است که مفهوم سواد رسانه‌ای و ضرورت برخورداری از آن برای حضور فعال، خلاق و مسئولانه مطرح می‌شود. سواد رسانه‌ای مهارتی است که به مخاطب یاد می‌دهد، به رمزگشایی و معنایابی پیام‌های رسانه‌ای بپردازد و از میان انبوه اطلاعات و پیام‌های بی‌شماری که به‌سرعت در حال انتشار هستند، به‌گزینش بپردازد و اطلاعاتی را انتخاب کند که با علاقه‌ها، سلیقه‌ها و ارزش‌های حاکم بر زندگی او هم‌خوانی و هماهنگی داشته باشد. به عبارت دیگر، سواد رسانه‌ای به ما می‌آموزد، از کدام رسانه‌ها و محتوای رسانه‌ای استفاده کنیم، چگونه و چه مقدار استفاده کنیم و در نهایت چگونه رسانه‌ها و محتوای آن‌ها را نقد و ارزیابی کنیم.

بدیهی است در دنیای رسانه‌ای شده امروز، صاحبان رسانه تمامی زاویه‌های زندگی افراد و گروه‌های اجتماعی را تحت‌نظر گرفته‌اند و با تولید انبوه اطلاعات، به کنترل اذهان، رفتار و سبک زندگی افراد می‌پردازند. البته اطلاعات تولیدشده توسط رسانه‌ها بسیار سیال و غیرقابل کنترل است و همین نکته مسئله را بسیار پیچیده و دشوار می‌سازد. امروزه اطلاعات تولیدی رسانه‌ها پیش از آنکه به شکل متن باشد، با هنر، سیاست، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، اقتصاد و غیره درآمیخته و در قالب کدهای نمادین جنبه فیگورال (شکلی) پیدا کرده است. این کار تشخیص و تفکیک اطلاعات واقعی از اطلاعات غیرواقعی را بس مشکل و پیچیده می‌کند. همچنین خیلی وقت‌ها اخبار و اطلاعات به همراه رنگ و لعاب زیاد و با استفاده از کلمه‌ها و تصویب‌های فریبنده و جذاب ارائه می‌شوند. اما با کمی دقت متوجه می‌شویم که برخلاف ظاهر فریبنده و جذابشان، محتوایی سطحی دارند و اطلاعاتی ارزشمند به ما ارائه نمی‌کنند [دانشور و سایر همکاران، ۱۳۹۵: ۱۵۱].

برای ما ضروری است که در برابر جریان سیل‌آسای پیام‌های رسانه‌ای، از نظر حجم و گوناگونی، رژیمی انتخاب کنیم تا

امروزه دیگر نمی‌توان خریدن، خواندن، دیدن و گوش کردن به انواع رسانه‌ها را متوقف کرد یا آنکه جلوی امواج رسانه‌ای را گرفت. اما می‌توان به ارتقای سواد رسانه‌ای افراد همت گماشت تا آنان درک بهتر و مناسب‌تری از پیام‌های دریافتی داشته باشند و بر اساس نیازهای ضروری خود، از میان انبوه اطلاعات، دست به انتخاب بزنند و تحت‌تأثیر هر پیام و محتوایی که برخلاف اعتقاداتشان است، قرار نگیرند [رحمانی، ۱۳۹۶: ۳۱].

ج. آشنایی با مفهوم تجاری شدن

آشکارترین و برجسته‌ترین نمودها و مصداق‌های فرایند جهانی شدن به حوزه اقتصاد اختصاص دارد. جهانی شدن موجب وابستگی متقابل اقتصادی کشورهای دنیا به یکدیگر و شکل‌گیری تجارت بین‌المللی شده است. امروزه جامعه‌ها و اقتصادها در سراسر جهان در حال یکپارچگی و پیوستگی هستند و این پیوستگی حاصل کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل، موانع تجاری کمتر، تبادل گسترده و سریع افکار، افزایش جریان‌های سرمایه و فشار مضاعف برای مهاجرت نیروی کار است [بانک جهانی با همکاری دانشگاه آکسفورد، ۲۰۱۳: ۲۱].

در علم اقتصاد واژه تجارت به معنای مبادله‌ای است که میان افراد یا گروه‌ها در یک جامعه و یا میان کشورها انجام می‌گیرد [گولد و کولب، ۱۳۷۶: ۲۱۴]. با توجه به این تعریف می‌توان تجاری شدن را فرایندی اطلاق کرد که طی آن کالاها و خدمات، سرمایه و نیروی کار بین افراد و گروه‌ها در یک جامعه و یا بین دو یا چند جامعه، ارزش تجاری می‌یابند و در شرایط مبادله قرار می‌گیرند. امروزه تقریباً تمامی کالاها و خدمات تولیدشده در جامعه‌های متفاوت خصوصیت تجاری یافته‌اند و تجاری شدن جزء لاینفک زندگی افراد، گروه‌ها و دولت‌ها به‌طور مداوم در داخل و خارج جامعه شده است.

پیدایش صنعت بخار، حمل‌ونقل ریلی و هوانوردی، و به دنبال آن، پیشرفت دانش فنی بشر، وجود امنیت نسبی در سرزمین‌ها، راه‌های مناسب و مورد قبول بین‌المللی موجب شد، هزینه‌های تجارت نه تنها در داخل مرزها بلکه در خارج از آن نیز کاهش یابد. امروزه صادرات و واردات کالاها و خدمات، سرمایه‌گذاری خارجی (حرکت سرمایه)، مهاجرت نیروی کار، برقراری روابط تجاری با ملت‌های دیگر، تشکیل اتحادیه‌های اقتصادی و مالی با کشورهای همسایه و اجرای موافقت‌نامه‌های همکاری اقتصادی، از مهم‌ترین برنامه‌ریزی‌های اقتصادی هر جامعه‌ای به شمار می‌روند. علاوه بر مبادلات بین کشورها، چندین شرکت چندملیتی و فراملیتی و نیز سازمان جهانی و بین‌المللی، با هدف هموار کردن مسیر تجارت بین جامعه‌ها و تنظیم روابط آن‌ها با یکدیگر، فعالیت می‌کنند. به همین دلایل امروزه کالاها به‌سرعت از مناطق تولید به سراسر دنیا انتقال می‌یابند. همچنین بازار یابان بین‌المللی می‌توانند با اطلاع از بازارهای کشورهای دیگر و نیازها و علاقه‌های مصرف‌کنندگان خارجی، به تولیدکنندگان

داخلی و افزایش رونق اقتصادی کشور کمک‌های شایانی کنند [جمعی از نویسندگان، ۱۳۹۵: ۱۱۰].

از طرف دیگر، تجارت بین‌الملل برای تمامی کشورها، مؤسسه و افراد می‌تواند سودآور باشد و موجبات تخصص و تقسیم کار بین‌المللی را فراهم آورد. کشورها با توجه به برتری یا مزیت نسبی خود در تولید یک یا چند کالا، کمیت و کیفیت تولید خود را افزایش می‌دهند. در مجموع تجاری شدن کالاها و خدمات، فایده‌هایی را هم برای تولیدکنندگان و هم برای مصرف‌کنندگان به همراه دارد.

از طرف دیگر، تجاری شدن و وابستگی متقابل اقتصادی کشورهای دنیا به هم پیامدهای نامطلوبی را هم به دنبال دارد که از جمله مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به نداشتن استقلال اقتصادی، تک‌محصولی شدن بسیاری از جامعه‌ها، شکنندگی و آسیب‌پذیری اقتصادی، تحریم اقتصادی (تجاری و مالی)، افزایش هزینه‌های ناشی از تحریم و غیره اشاره کرد که بحث پیرامون آن‌ها در این مقاله امکان‌پذیر نیست و مجال دیگری را می‌طلبد.

د. فردگرایی و حقوق شهروندی

فردگرایی از دیدگاه اندیشمندان علوم متفاوت تعریف‌های متفاوتی دارد که البته هم‌پوشانی دارند و تا حدودی به هم نزدیک هستند:

● **از دیدگاه فلسفه اجتماعی:** نظریه‌ای است که بر اساس آن، هر موجود انسانی به خودی خود مظهر غایی زندگی اجتماعی است. او بر جامعه ارجحیت دارد و جامعه باید در خدمت وی و باعث شکوفایی او شود.

● **از دیدگاه جامعه‌شناسی:** فرد یک واحد اجتماعی بنیادی به حساب می‌آید. مجموعه زندگی اجتماعی پیرامون او شکل می‌گیرد و او با کنش‌های آگاهانه و روابطش با دیگران، هستی اجتماعی را شکل می‌دهد.

● **از دیدگاه اقتصادی:** فرد آزادانه و آگاهانه در اقتصاد به دنبال سود خویش است. هر چه مانع آزادی او شود، مطرود است. بازار آزاد، رقابت آزاد و سقوط مرزهای گمرکی، تماماً باید در مکتب اصالت فرد رعایت شوند.

● **از دیدگاه سیاسی:** فردگرایان خواهان دخالت کمتر دولت و گسترش حقوق فردی هستند [ساروخانی، ۱۳۷۰: ۳۵].

به نظر می‌رسد، آنچه که به صورت مشترک در همه دیدگاه‌ها مستتر است، بحث حقوق فرد یا حقوق شهروندی است که به تشریح آن می‌پردازیم.

در زمان حاضر، هر فردی که عضو یک جامعه است، شهروند به حساب می‌آید و حقوق و تکالیفش نسبت به جامعه‌ای که به آن تعلق دارد، «حقوق شهروندی» نامیده می‌شود. شهروند کسی است که حقوق فردی و جمعی خود را می‌شناسد و از آن‌ها دفاع می‌کند. قانون را می‌شناسد و به آن عمل می‌کند و از طریق آن مطالبه می‌کند. از حقوق معینی هم برخوردار است. دو اصطلاح

نتیجه‌گیری

در دنیای امروز که به واسطهٔ ویژگی‌های جهانی شدن، رسانه‌های شدن، تجاری شدن و حقوق شهروندی، به شدت از نظر مکانی کوچک شده و به صورت یک دهکده درآمده است و کشورهای قدرتمند از ویژگی‌های یادشده به‌عنوان ابزارهایی برای کنترل سایر جامعه‌ها در جهت دستیابی به هدف‌ها، منافع و مطامع خود استفاده می‌کنند، دولت - ملت‌ها چه جایگاهی دارند و چگونه می‌توانند دوام و بقای خود را تضمین کنند؟ پاسخ گفتن به این سؤال خود نیازمند ساعت‌ها بحث و بررسی و نگاشتن چندین مقاله است. اما به صورت کلی و در چند سطر می‌توان گفت: مسلماً مدیران و برنامه‌ریزان کشورها و جامعه‌های ضعیف‌تر، برای اینکه در عرصه‌های متفاوت اقتصادی، سیاسی و فرهنگی مغلوب جامعه‌های قدرتمند نشوند، به برنامه‌ریزی بسیار دقیق و هوشمندانه‌ای بر مبنای توان داخلی جامعهٔ خود نیاز دارند؛ برنامه‌های که منافع ملی و حیاتی آنان را تأمین کند. مدیران این‌گونه جامعه‌ها (از جمله جامعهٔ خود ما)، ضمن مشارکت در فرایند جهانی شدن و استفادهٔ مثبت و بهینه از مزایای آن، باید هوشمندانه درصدد حفظ استقلال اقتصادی، سیاسی و فرهنگی با توجه به توانمندی‌های داخلی خود باشند.

منابع

۱. آقابخش، علی و دیگران، (۱۳۷۵). *فرهنگ علوم سیاسی*. انتشارات مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران. تهران.
۲. ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا، (۱۳۹۰). *جامعه‌شناسی توسعه*. انتشارات کیهان. تهران.
۳. استیگلیتز، جوزف، (۱۳۸۲). *جهانی‌سازی و مسائل آن*. ترجمهٔ حسن گلریز. نشرنی. تهران.
۴. بانک جهانی با همکاری دانشگاه آکسفورد، (۱۳۸۷). *جهانی شدن، رشد و فقر*. ترجمهٔ صابر شیبانی اصل. نشر نی. تهران.
۵. جمعی از نویسندگان، (۱۳۹۵). *اقتصاد*. شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران. تهران.
۶. دانشور، میترا و همکاران، (۱۳۹۵). *تفکر و سواد رسانه‌ای*. شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران. تهران.
۷. رحمانی، غلامعباس، (۱۳۹۶). «چرا سواد رسانه‌ای؟». ماهنامهٔ پیوند، شمارهٔ ۴۵۱.
۸. زاهدی، محمدجواد، (۱۳۸۲). *توسعه و نابرابری*. انتشارات مازیار. تهران.
۹. ساروخانی، باقر، (۱۳۹۱). *دانش‌نامهٔ ارتباطات*. انتشارات اطلاعات. تهران.
۱۰. ساروخانی، باقر، (۱۳۷۰). *دائرة المعارف علوم اجتماعی*. انتشارات کیهان. تهران.
۱۱. شولت، جی‌ای، (۱۳۸۲). *نگاهی موشکافانه بر پدیده جهانی شدن*. ترجمهٔ مسعود کرباسیان، انتشارات علمی و فرهنگی. تهران.
۱۲. گولد، جولیسوس و کولب، ویلیام، (۱۳۷۶). *فرهنگ علوم اجتماعی*. ترجمهٔ محمدجواد زاهدی مازندرانی، انتشارات مازیار. تهران.
۱۳. محسنیان‌راد، مهدی، (۱۳۷۴). *ارتباط‌شناسی*. انتشارات سروش. تهران.
۱۴. نش، کیت، (۱۳۹۱). *جامعه‌شناسی سیاسی معاصر*. ترجمهٔ محمدتقی دلفروز، انتشارات کویر. تهران.
۱۵. والرشتاین امانوئل، (بی‌تا). «آیندهٔ نظام جهانی سرمایه‌داری در دورهٔ پس از جنگ سرد». ترجمهٔ حمید احمدی، نشریهٔ راهبرد. شمارهٔ ۱۳.

شهروندی و حقوق شهروندی رابطهٔ متقابلی با مفهوم و مقولهٔ تابعیت دارند. امروزه شهروندی با مفهوم فرهنگ هر جامعه گره خورده است و هر فرهنگی شهروند خاص خود را دارد.

تحلیل تاریخی - جامعه‌شناختی **مفرد مارشال** نقطهٔ شروعی کلاسیک برای مبحث شهروندی است. از دیدگاه وی، شهروندی دربردارندهٔ سه نوع حقوق است: مدنی، سیاسی و اجتماعی.

حقوق مدنی عبارت‌اند از: حفظ آزادی‌های فردی، شامل آزادی شخصی، آزادی بیان، اندیشه و عقیده، حق مالکیت شخصی، حق انعقاد قراردادهای معتبر و حق برخورداری از عدالت.

حقوق سیاسی دربردارندهٔ حق مشارکت در اعمال قدرت سیاسی به عنوان یکی از اعضای نهاد برخوردار از اقتدار سیاسی، و یا به عنوان یکی از انتخاب‌کنندگان اعضای چنین نهادی است.

حقوق اجتماعی شامل رفاه اقتصادی، امنیت، میراث اجتماعی و حق زندگی به عنوان یک موجود متمدن طبق معیارهای حاکم بر یک جامعه است [نش کیت، ۱۳۹۱: ۱۹۳].

البته پدیدهٔ جهانی شدن بر مفهوم شهروندی تأثیر گذاشته است. در جامعه‌های معاصر، به واسطهٔ فرایند جهانی شدن، شهروندی به فراسوی دولت - ملت گسترش یافته است. امروزه دولت - ملت‌ها به واسطهٔ فرایندهای اقتصادی و اجتماعی

فراملی نمی‌توانند درون مرزهایشان را کنترل کنند و مجبور به همکاری مشترک با دیگر دولت‌ها، سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی شده‌اند. اتحادیهٔ اروپا بهترین نمونهٔ این تحول است،

چرا که گسترده‌ترین اختیارات را دارد و حاکمیت را تا حدودی با دولت‌های عضو تقسیم کرده است. این اتحادیه اکنون بعضی از ویژگی‌های یک دولت فراملی را ایجاد کرده است. از جملهٔ این ویژگی‌ها تضمین حقوق شهروندان اتحادیه است. بنابراین

اتحادیهٔ اروپا هم واکنشی به فرایند جهانی شدن است و هم خودش به چنین جهانی‌شدنی کمک می‌کند.

نهادهای سیاسی بین‌المللی دیگری مانند «ناتو»، «گات»، «گروه ۷» و غیره هم وجود دارند که می‌توانند بر حقوق شهروندان تأثیر بگذارند. آن‌ها می‌توانند از طریق حقوق بین‌الملل

که به وسیلهٔ تحریم‌های اقتصادی و در موارد محدودی با نیروی نظامی حمایت می‌شوند، بر حقوق بشر در دولت - ملت‌ها تأثیر بگذارند. در نتیجه اکنون می‌توان به حقوق فراملی اندیشید.

دیگر یک دولت - ملت نمی‌تواند حقوق شهروندان خود را تأمین کند و کسانی را که خارج از این مقوله هستند (حتی اگر ساکن آن کشور باشند)، از حقوق محروم کند. اکنون استدلال

می‌شود که حقوق جهان‌شمول‌تر بشر، حقوق شهروندی خاص دولت - ملت‌ها را لغو می‌کند.

امروزه دولت - ملت‌ها به عنوان بازیگران عرصهٔ جهانی حقوق بین‌الملل را پذیرفته‌اند و مسئول اجرای آن در سرزمین‌های خودشان هستند. همچنین باید در جهت مجبور کردن دولت‌هایی که توافقات بین‌المللی را رعایت نمی‌کنند، با یکدیگر

همکاری کنند [همان: ۲۳۷].