



«آنچه که در مقوله فرهنگ بر عهده حکومت است، عبارت است از نظارت هوشمندانه، متفکرانه، آگاهانه، مراقبت از هرزروی نیروها و هرزروی علف های هرز، هدایت جامعه به سمت درست، کمک به رشد و ترقی فرهنگی افراد جامعه؛ باید به این همه مجموعه انسان و به خصوص جوان که در جامعه هستند، کمک کرد تا بتوانند راه صحیح و رشد خود را پیش ببرند. ما نه معتقد به ولنگاری و رهاسازی هستیم که به هرج و مرج خواهد انجامید، نه معتقد به سخت گیری شدید؛ اما معتقد به نظارت، مدیریت، دقت در برنامه ریزی و شناخت درست از واقعیات هستیم. نمی شود ما میدان را رها کنیم تا دیگران هر کاری که می خواهند، بکنند. امروز همان کسانی که ادعای آزادی می کنند و دم از لیبرال بودن می زنند، پیچیده ترین و دقیق ترین و ظریف ترین شیوه کنترل را بر روی فرهنگ کشورهای خودشان، بلکه سراسر دنیا، اعمال می کنند و سعی دارند که فرهنگ خود را به کشورهای دیگر منتقل و تزریق کنند.»

۸۲/۱۰/۲۳

بیانات مقام معظم رهبری در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی با ایشان



سر مقاله

مهندسی فرهنگی و جهانی شدن / ۴

اخبار

گفت و گو

دکتر محمد نهاوندیان:

مؤلفه های فرهنگ برای پیروزی در رقابت جهانی شدن / ۱۲

دکتر سعید رضا عاملی:

مهم ترین چالش مهندسی فرهنگی نگاه آسیب شناسانه صرف است / ۱۷

دکتر جمشید جعفرپور:

مهندسی نظام آموزشی بخشی از مهندسی فرهنگی است / ۲۶

مقالات

مهندسی فرهنگی در جامعه اطلاعاتی / ۳۴

تقلین گرانقدر؛ الگویی راهبردی در طراحی مهندسی فرهنگی / ۴۴

مهندسی فرهنگی و هویت ملی در عصر جهانی شدن / ۵۶

فرهنگ ملی و محلی در عصر جهانی شدن / ۶۲

جهانی شدن و نیاز به مهندسی فرهنگ / ۷۰

میز گرد

مهندسی فرهنگی در عصر جهانی شدن / ۷۸

یادداشت

هویت مکانی مهندسی فرهنگی / ۹۰

ماهنامه مهندسی فرهنگی شورای عالی انقلاب فرهنگی

مدیرمسئول: دکتر بابک نگاهداری

شورای سردبیری:

دکتر جمشید جعفرپور، غلامرضا بصیرنیا،

دکتر محمد اسحاقی، دکتر مهدی ناظمی

همکاران این شماره:

عبدالرضا رستمی، علی حیدری،

مهدی شکیبانیان، بهروز طهماسب کاظمی،

مهدی زمانی، نسرین ذوالفقاری،

حامد مخبر، حسن هادی بیگلو،

مجتبی عبیدی، حبیب الله دامچی

حروفچینی: فاطمه صالحی، مریم دودله، داوود امامی

طرح روی جلد:

الیاس جهانیان

صفحه آرا:

فرهاد حریری

ناظر چاپ: محسن داجر

تلفن: ۵-۶۶۴۶۸۲۷۱ - ۶۶۹۷۴۵۳۸

صندوق پستی: ۶۳۱۷ - ۱۴۱۵۵

پست الکترونیک:

info@mohandesifarhangi.com

نشانی پایگاه اطلاع رسانی:

www.mohandesifarhangi.com

مهندسی فرهنگی و جهانی شدن

بشر موجودی آگاه و پویاست و برخلاف موجودات دیگر می‌تواند در سایه علم و تجربه محیط زندگی خویش را هدفمندانه برای رسیدن به نقطه ایده‌آل و مطلوب تغییر دهد. این ویژگی همواره باعث ظهور و نمود تحولات گوناگون و نوپدید در جهان بوده است. به عبارت دیگر تحولاتی که بشر در طول حیات تاریخی خودش رقم زده، هیچگاه یکسان و مشابه نبوده است. همین ناهمسانی و عدم تشابه حکایت از آن دارد که روح تحول‌خواهی و ایجاد تغییر برای نیل به هدف هرگز به یک شکل ثابت و تکراری عمل نمی‌کند. با ورود به دنیای مدرن و به موازات افزایش تجربه و دانش، انسان دیگر در مواجهه با تغییرات و تحولات طبیعی مقهور آنها نبود بلکه آهسته آهسته توانست این وضعیت را تغییر دهد و خود را از حالت مقهور و مغلوب خارج سازد. تجربه و دانش روزافزون در این راه به بشر کمک فراوانی کرده است.

شاید به یک تعبیر بتوان گفت افزایش غیرقابل‌تصور دامنه و حجم دانش در جهان معاصر و تبلور آن به شکل‌های مختلف که در قالب ساخته‌ها و دستاوردهای متنوع و بی‌شمار نمود یافته است به خوبی مبین وقوع یک انقلاب بزرگ در ذهن و اندیشه انسان جهان معاصر است که به نوعی چنین اتفاقی را می‌توان در پدیده جهانی شدن مشاهده کرد. اگر بخواهیم به پدیده جهانی شدن به عنوان یکی از پیامدهای مهم رشد و توسعه ارتباطات و فناوری اطلاعات بپردازیم به ناچار باید آن را در یک ارتباط تنگاتنگ با دیگر زمینه‌ها و عوامل مختلف مورد بررسی قرار دهیم. جهانی شدن به عنوان نمودی از تلاش مستمر بشر برای ایجاد تحول در ساختار جهان حاصل یک فرآیند پیچیده تاریخی است. این پدیده را به هر معنا و مفهومی که در نظر بگیریم نه تنها قابل انکار

دستیابی به هدف خود در صحنه عمل دست به یک مهندسی فرهنگی می‌زنند. با توجه به ابعاد مختلف جهانی شدن و تغییرات سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ناشی از آن کشورهای مختلف جهان برای سازگاری با تغییرات حاصل از روند جهانی شدن باید دست به ابتکار عمل زده و با یک مهندسی و مدیریت فرهنگی دقیق، پیش‌بینی و تخمین‌های لازم را برای برخورد با آسیب‌های احتمالی پیش رو انجام داده و خود را برای ورود به دوران جهانی شدن آماده سازند. این سازگاریها در سه سطح فراملی، ملی و فردی باید لحاظ شود. در سطح فراملی باید به توسعه یک نوع سازماندهی نوین جهانی به منظور حل مسائل و مشکلات جهانی رو کرد، در سطح ملی دولت‌های محلی جایگاه و برنامه ویژه‌ای را برای مواجهه هدفمند با این پدیده باید داشته باشند و نهایتاً در سطح فردی می‌بایست توجه داشت که رفتار اجتماعی دارای همبستگی بالایی با فرهنگ و هویت خود داشته باشد. در این میان کشور ما به لحاظ برخورداری از یک پشتوانه قوی فرهنگی و هم جهت نبودن آن با سیاست‌های اروپا و آمریکا، هدف جدی مهندسی فرهنگی آنها می‌باشد که ما نیز با مهندسی فرهنگی پویا باید ضمن مقابله موثر با آن تلاش نماییم فرهنگ غنی خود را در ورای مرزهای ملی توسعه دهیم.

از سوی دیگر جهانی شدن در کنار صدماتی که ممکن است به لحاظ ورود منابع هویتی مختلف و هدف‌گیری آنها و افزایش مراجع فرهنگ‌ساز به هویت ملی کشورها وارد سازد امکانات مناسبی را نیز به لحاظ منابع و ابزارها برای توسعه و گسترش فرهنگ ملی در ورای مرزهای تضعیف شده می‌دهد. توجه مدبرانه به محذورات و مقدراتی که جهانی شدن برای ما به عنوان عضوی از نظام بین‌الملل ایجاد می‌کند ما را در دستیابی به اهداف مهندسی فرهنگی موفق خواهد نمود. اکنون این سوال مطرح می‌شود که با کنار رفتن مرزها در فرآیند جهانی شدن چگونه باید حریم ارزشی و فرهنگی خود را حفظ و مهندسی کرد؟ چگونه باید از رهگذر «شناخت» آینده به «ساختن» فردایی پرداخت که در آن امنیت هستی شناختی (هویتی) انسان و جامعه ایرانی تضمین شده باشد؟ چگونه می‌توان چشم فرهنگی انسان ایرانی را شست که طور دیگر (متفاوت از گذشته) به «خود» و «دگرخود» بنگرد و طرحی نو برای آینده فرهنگی و هویتی خود دراندازد؟

مدیر مسئول

نیست بلکه به عنوان یک واقعیت بزرگ و تأثیرگذار در تمامی جنبه‌های زندگی انسان امروزی امری مهم و در خور توجه است. جهانی شدن به عنوان یک پدیده نوظهور که حل و هضم آن در مراحل اولیه پیدائی آن اندکی دشوار است توانسته دستاوردها و پیامدهای متعددی را به ارمغان آورد هر چند برخی از این پیامدها و دستاوردها به دلیل مواجهه ناصحیح با آن و یا بر اثر دخالت برخی از قدرت‌ها بیشتر با تأثیرات منفی و احیاناً مخرب همراه بوده است.

جهانی شدن و حرکت تمامی جوامع به سوی جهانی وحدت یافته که در آن همه چیز در سطح جهانی مطرح و نگریده می‌شود در بعد فرهنگی، تداخل فرهنگها و تضعیف مرزها و هویتها را در پی داشته است. امروزه جهان معاصر تحت تأثیر پدیده نوظهور جهانی شدن به عنوان مولود رشد و توسعه فزاینده ارتباطات و فناوری اطلاعات؛ تحولات فراوان و متنوعی را در حوزه‌های مختلف اجتماعی همچون سیاست، اقتصاد و فرهنگ تجربه می‌کند. از آنجا که نمی‌توان مرزهای نفوذ ناپذیری در مقابل اشاعه اندیشه‌ها و کالاها ایجاد کرد در بلندمدت جهانی شدن پیشرفت خواهد کرد. پویای مرزگشای جهانی شدن دقیقاً به این دلیل بارزتر می‌شود که طی دهه‌های گذشته گسترش فراوان امکانات، منافع و بازارها، زمینه بالقوه رواج عالمگیر آنها را فراهم ساخته است.

اما چه باید کرد؟ آیا باید با یک نگاه مقاومت یا فرار در برابر این تحولات اجتناب ناپذیر نوعی محرومیت اختیاری از فواید و مزایای مثبت پدیده جهانی شدن را برگزید؟ به نظر می‌رسد علی‌رغم تمامی دغدغه‌ها و نگرانی‌های فراوانی که در کشورهای مختلف نسبت به تأثیرات گسترده و منفی این پدیده در عرصه‌های گوناگون وجود دارد، خردمندانه‌تر و سازنده‌تر آن باشد که در مواجهه با این پدیده همواره جانب احتیاط و شکیبائی را رعایت کنیم و آن را به خوبی مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و از وجوه مثبت آن بهره‌برداری نموده و در برابر جنبه‌های منفی و هدایت شده آن تدبیر مناسب اتخاذ کنند.

در عصر جهانی شدن ما با دو دسته از کشورها روبه‌رو هستیم در دسته اول کشورهایی هستند که تلاش می‌کنند با استفاده از تمام توان و ظرفیت‌های خود فرهنگ خود را به فرهنگ غالب در جهت دستیابی به اهدافشان تبدیل کنند در سوی دیگر با کشورهایی روبرو هستیم که به شیوه‌های مختلف تلاش دارند تا از صدمه جدی به فرهنگ و هویت ملی جلوگیری کنند. به نظر می‌آید هر دو دسته این کشورها برای



دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی عنوان کرد: تولید سه هزار صفحه ادبیات مهندسی فرهنگی

دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی اظهار داشت: تا امروز نزدیک به سه هزار صفحه ادبیات مربوط به «مهندسی فرهنگی» در زمینه‌های مفهوم‌شناسی، مدیریت کلان حوزه فرهنگ، بخش‌ها، مؤلفه‌ها، اجزا و زیرمجموعه‌های مهندسی فرهنگی کشور تولید شده است.

دکتر محمدرضا مخبر دزفولی دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی در حاشیه دیدار خود از خبرگزاری فارس، درباره مهندسی فرهنگی کشور که یکی از اولویت‌های سه‌گانه شورای عالی انقلاب فرهنگی در سال جاری اعلام شده است، ابراز داشت: در مورد موضوع مهندسی فرهنگی برنامه‌های زیادی در دستور کار شورای عالی انقلاب فرهنگی است.

وی افزود: یک زمانی این موضوع به حدی ابهام برانگیز بود که خیلی‌ها در موردش حاضر نبودند وارد بحث شوند و خیلی‌ها ممکن بود بدون توجه انکار کنند. اما امروز به دنبال ذهنیت‌سازی که

انجام گرفته و ارتباطات و تعاملاتی که با مجموعه نخبگان و دانشگاهیان برقرار شده است، بسیاری از مراکز علمی و پژوهشی خودشان به صورت خودجوش در این زمینه کارهای مطالعاتی کرده‌اند و امروز خواستار راه‌اندازی دوره‌های کارشناسی ارشد و دکتری در زمینه مهندسی فرهنگی هستند.

دکتر مخبر دزفولی ادامه داد: چند دانشگاه بزرگ کشور اکنون از ما درخواست کرده‌اند که دوره‌های کارشناسی ارشد و دکتری در زمینه مهندسی فرهنگی راه‌اندازه شود. دلیلش هم این است که وقتی موضوع مهندسی فرهنگی جا افتاد و ابعاد قضیه مشخص شد و ادبیات قابل قبولی در مورد آن موضوع آماده‌سازی شد، ذهنیت نخبگان به سمتی می‌رود که چه بهتر که ما بیاییم به صورت آکادمیک و علمی برای اینکه هم در این زمینه آموزش داده شود و هم محور پژوهشی قرار بگیرد، کارهایی را

انجام بدهیم.

وی گفت: شورای عالی تخصصی برای هر سه اولویت شورای عالی انقلاب فرهنگی در امسال تشکیل شده است که شورای عالی تخصصی مهندسی فرهنگی در حقیقت کل موضوعات پیرامون موضوع مهندسی فرهنگی را بررسی می‌کند و گزارش کارهای مطالعاتی در این شورا ارائه می‌شود.

دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی افزود: تعدادی از اعضای هر سه شورای تخصصی، اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی هستند، به علاوه تعدادی از صاحب‌نظران و کارشناسان و متخصصین ذی‌ربط. مثلاً در زمینه مهندسی فرهنگی تعدادی از کارشناسان در حوزه‌های فرهنگی نیز حضور دارند.

وی اضافه کرد: ما اکنون داریم تعاملات خودمان را با دانشگاه‌ها و حوزه‌های علمی به‌بیشتر می‌کنیم و سعی

می‌کنیم ارتباطات خودمان را بیشتر کنیم تا بحث مهندسی فرهنگی از حالت ذهنی صرف تبدیل به یک موضوع عینی و واقعی شود. البته باید به یک نکته در بحث مهندسی فرهنگی توجه کنیم؛ چون فرهنگ یک مقوله سیالی است و همیشه در حال حرکت است و اینطور نیست که ایستا باشد، سیاست‌گذاری در زمینه آن نیز سیال است و چون فرهنگ پویا است، مهندسی‌اش هم باید در حال حرکت صورت بگیرد و تغییرات باید همیشه در آن لحاظ شود.

دکتر مخبر دزفولی اظهار داشت: امروز دو سه پیشنهاد جدی در زمینه مهندسی فرهنگی مطرح است. از جمله این پیشنهادها این است که ما چندین موضوع در مقوله فرهنگ را به عنوان اولویت اول برای حل معضلات آن مطرح کنیم؛ مثلاً موضوعات ازدواج، طلاق، اعتیاد و ... زیرا یک عده از کارشناسان

ما به این نظر رسیده‌اند که می‌شود مشکلات موضوعاتی از این دست را که جزو مشکلات در زمینه فرهنگ هستند از این طریق حل کرد و اگر اینها حل شوند بخشی از رفتارهای فرهنگی جامعه اصلاح می‌شود.

وی افزود: تعداد دیگری از کارشناسان ما بر این عقیده‌اند که باید اول روی اصول و مبانی فرهنگی تاکید کنیم و بعد به الزامات و اولویت‌های آن بپردازیم. عده دیگری هم معتقدند که با رصد به موقع مسایل فرهنگی و پیدا کردن نقاط جدی مشکل‌ساز در زمینه فرهنگ می‌توان به حل معضلات فرهنگی پرداخت، به این معنی که می‌توان با رصد به موقع، این هنجارهای منفی را تبدیل به هنجارهای مثبت کرد و می‌شود مهندسی فرهنگی را در زمینه عمل تدارک و طراحی کرد.

دکتر مخبر دزفولی ادامه داد: همه این موارد جزو موضوعات مورد بحث ما است و پژوهش‌های مختلفی در این زمینه انجام گرفته است. اما همانطور که اشاره شد چون مقوله فرهنگ مقوله سیالی است نتایج مهندسی فرهنگی به صورت تدریجی پدید می‌آید و ممکن است در وهله اول به صورت حسی قابل درک نباشد. پژوهش‌های ما در نهایت تبدیل به سیاست‌نامه می‌شود و این سیاست‌نامه با تصویب در صحن علنی شورا تبدیل به سیاست می‌شود.

وی در مورد زمان‌بندی این سیاست مهندسی فرهنگی گفت: این موضوع زمان‌بر است و باید آن را مرحله به مرحله پیش ببریم. ما باید در طول زمان متناسب با مقوله فرهنگ که امر تغییرپذیری است، طراحی‌های خودمان را سازمان‌دهی کنیم. ■

استاندار استان مرکزی:

کار مهندسی فرهنگی در استان آغاز شده است

استاندار مرکزی گفت: بحث مهندسی فرهنگی امری ضروری است که کارهای اجرایی آن در این استان آغاز شده است. به گزارش ایرنا "عبدالله سهرابی" در مراسم اختتامیه همایش تخصصی دو روزه کارشناسان شورای فرهنگ عمومی استانهای کشور در هتل امیرکبیر اراک افزود: مسوولان فرهنگی باید با هدایت این بخش و عزم جدی توفیقات چشمگیری را در بحث مهندسی فرهنگی کسب کنند.

وی بیان کرد: در سند چشم‌انداز بیست ساله، بحث مسائل فرهنگی دیده شده و قالبها مشخص شده است.

استاندار مرکزی با اشاره به وجود ۱۶۵ هزار کارگر، ۸۴ هزار دانشجو، ۲۹۶

هزار دانش‌آموز در سطح این استان افزود: چهره‌های فرهنگی این استان تاکنون تلاشهای ارزنده‌ای داشته‌اند اما کافی نیست.

وی بیان کرد: دشمنان با برنامه‌های مختلف و هزینه‌های سنگین قصد ضربه زدن به ارزشهای فرهنگی این مرز و بوم را دارند که همه باید در این زمینه هوشیار باشند. سهرابی ادامه داد: شورای فرهنگ عمومی استانها باید ماموریت اصلی خود را برای آگاه‌سازی نسل سوم از ارزشهای انقلابی و اسلامی به کار گیرد.

وی گفت: شورای فرهنگ عمومی استانها باید برنامه‌های خود را در راستای پیگیری اجرای سیاستهای فرهنگی نظام در قالب طرح جامع مهندسی

فرهنگی، بهره‌مندی از تعالیم فرهنگی و متعالی اسلام، ایجاد وحدت رویه میان دستگاه‌های فرهنگی، اتکا به فرهنگ اصیل و بومی جامعه، استفاده از استادان حوزه و دانشگاه در جلسات و برنامه‌ریزی برای فرهنگ‌پذیری به کار گیرند.

استاندار مرکزی، تشکیل کمیته نظارت بر اجرای مصوبات، تشکیل کمیته حجاب و عفاف، برنامه‌ریزی و تصویب آیین‌نامه سیاست‌گذاری در حوزه موسیقی، فعال‌سازی کمیته‌های تخصصی، شناسایی تضادهای فرهنگی و تشکیل اتاق فکر فرهنگی را از جمله برنامه‌های اجرایی شورای فرهنگ عمومی این استان عنوان کرد. ■

تمامی دانشگاههای کشور که در داخل مرزهای سرزمینی کشور شعبه تاسیس کرده‌اند موظف به تدریس به زبان فارسی شدند

می‌شوند و در راستای هماهنگ سازی با مقتضیات روز برای شتاب پیدا کردن سرعت علمی این دانشگاه، اساسنامه آن با تغییراتی تصویب شد.

در مورد ادامه تحصیل کارگران نمونه براساس مصوبه قبلی شورای عالی انقلاب فرهنگی در مورد پذیرش کارگران نمونه دولتی در دانشگاهها و ادامه تحصیل کارگران در آموزش عالی با درخواست وزارت کار و امور اجتماعی میزان پذیرش این قشر در مراکز آموزش عالی به ۲۵ نفر در سال افزایش یافت و همچنین به لحاظ گستره پذیرش هم کارگران نمونه می‌توانند در آموزشکده‌های فنی و حرفه‌ای، دانشگاه پیام نور و دانشگاه علمی و کاربردی پذیرش شوند. ■

باشد وزرای علوم، تحقیقات و فناوری و بهداشت، درمان و آموزش پزشکی آن را تدوین کنند و اگر لازم باشد که در شورای عالی انقلاب فرهنگی هم تصویب شود در دستور قرار گرفته و بررسی و تصویب شود.

همچنین اساسنامه دانشگاه تربیت مدرس با توجه به اینکه مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی است و این دانشگاه پس از انقلاب فرهنگی توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی تأسیس شده است در جلسه شورا مطرح شد. در اساسنامه‌ای که قبلاً مصوب شده بود یک سری ضوابطی برای ورودی و خروجی دانشجویان این دانشگاه طراحی شده بود و به این دلیل که خیلی از خروجی‌های دانشگاه تربیت مدرس عضو هیأت علمی دانشگاهها

با مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، تمامی دانشگاهها از جمله دانشگاههای بزرگ کشور که در مناطق مختلف مؤسسات آموزش عالی راه اندازی کرده‌اند یا در شرف راه‌اندازی هستند، مکلفند که حتماً به زبان فارسی تدریس کنند.

طبق این مصوبه زبان فارسی یکی از محورهای هویتی است و برای پاسداشت زبان فارسی بر این موضوع تأکید شد. از این پس دانشجویان خارجی این مراکز مانند دانشگاههای سایر کشورها باید ابتدا دوره زبان فارسی را بگذرانند و بعد طی دوره لازم و آموزش زبان فارسی سایر دروس را آموزش ببینند. البته پیش بینی شده است اگر سیاستها و ضوابطی در تکمیل این بحث هم لازم

مرکز ساماندهی ترجمه و نشر معارف اسلامی و علوم انسانی برای خارج از کشور تاسیس می‌شود

اسلامی تحت عنوان مرکز ساماندهی ترجمه و نشر معارف اسلامی و علوم انسانی برای خارج از کشور تأسیس می‌شود. وظیفه این مرکز برنامه‌ریزی برای ترجمه مفاهیم بلند اسلامی، مبانی و مفاهیم تشیع، مفاهیم انقلاب اسلامی و آثار متفکرین برجسته اسلامی است که جز مهمترین اولویت‌های موضوعی این مرکز تلقی می‌گردند. این مرکز پیرامون این موضوعات آثار فاخر را برمی‌گزیند و به روش‌های قوی، منسجم و در عین حال علمی به زبان‌های مختلف کشورهای که مخاطب و علاقمند به این معارف و مفاهیم هستند ترجمه می‌کند

این زمینه آثاری ترجمه شده بود که بسیار ضعیف، پراکنده و نامنسجم بود برخی آثار هم در این خصوص مورد غفلت واقع می‌شد همه این موارد جز آسیب‌های این کار محسوب می‌شد و در عین حال نیاز به یک تمرکز جدی بود تا آثار مهم و برجسته اسلامی ایرانی امکان ترجمه به زبان‌های مختلف دنیا با مخاطبین گوناگون را پیدا نماید.

این مصوبه به پشتوانه مطالعات فراوان دستگاه‌های مختلف و درگیر با این موضوع تدوین شده است. بر اساس این مصوبه؛ مرکزی زیر نظر سازمان فرهنگ و ارتباطات

شورای عالی انقلاب فرهنگی تاسیس مرکز ساماندهی ترجمه و نشر معارف اسلامی و علوم انسانی برای خارج از کشور را زیر نظر سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی تصویب کرد.

ضرورت تصویب این مصوبه از سوی شورای عالی انقلاب فرهنگی به این حقیقت بر می‌گردد که بسیاری از ملل دنیا و کشورهای مختلف علاقمندان با مفاهیم و معارف اسلامی، بحث‌هایی که با انقلاب اسلامی پیوند خورده و متفکرین اسلام و ایران آشنا شوند و آثار مکتوب و حتی آثار الکترونیکی در اختیارشان باشد. البته در



دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی خواستار آسیب‌شناسی جدی مسائل و مشکلات در حوزه علوم انسانی شد

سه گانه فوق را جزء برنامه‌های اصلی آینده خود قرار دهد و توجه جدی خود را معطوف به مسایل کلان حوزه فرهنگ نماید.

دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی اصلی‌ترین رهیافت برای برون رفت از رکود فعلی در حوزه علوم انسانی را نگاه جهادی برای حل مشکلات دانست و از پژوهشگران جهاد دانشگاهی خواست که در این حوزه نیز جهاد با تحول و نوآوری موجبات پیشرفت و حل معضلات را فراهم آورد.

دکتر مخبر در بخش دیگری از بیانات خویش خواستار همکاری تنگاتنگ این پژوهشکده و سایر مراکزی که در علوم انسانی فعالیت می‌نمایند با مراکز پژوهشی حوزه علمیه گردید و آمادگی شورای عالی انقلاب فرهنگی را برای تبدیل نتایج و دستاوردهای علمی در حوزه علوم انسانی به سیاست و تصویب مصوبات لازم اعلام نمود.

در این بازدید آقایان دکتر طیبی ریاست جهاد دانشگاهی، دکتر قبادی ریاست پژوهشکده علوم انسانی و دو تن از کارشناسان این پژوهشکده به تفصیل درباره فعالیت‌های انجام شده و همچنین برنامه‌ها و طرحهای پژوهشی در دست انجام و آتی این پژوهشکده توضیحات لازم را ارائه نمودند. همچنین دکتر فضایی ریاست مرکز مطالعات راهبردی شورای عالی انقلاب فرهنگی مطالبی را در رابطه با معرفی و برنامه‌های آتی این مرکز ارائه نمود. ■

دکتر محمدرضا مخبر دزفولی دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی در بازدید از پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی با بیان این نکته که خود را جزء خانواده گسترده جهاد دانشگاهی می‌داند به کاستی‌ها و ضعف‌های موجود در حوزه علوم انسانی و اجتماعی اشاره کرد و خواستار بررسی مشکلات و آسیب‌های موجود در حوزه توسعه در علوم انسانی شد.

وی با بیان نقش جهاد دانشگاهی و جایگاه آن به عنوان یکی از ستون‌های اصلی توسعه علمی و فناوری در کشور خواستار همکاری جهاد دانشگاهی در این آسیب‌شناسی و ارائه نتایج تحقیق و بررسی به شورای عالی انقلاب فرهنگی شد.

دکتر مخبر در این بازدید که با حضور دکتر طیبی ریاست جهاد دانشگاهی انجام شد با اشاره به اهمیت بحث فرهنگ در کشور بیان داشت: دشمنان نیز با وقوف کامل به این مسئله حمله اصلی خویش را در بخش فرهنگ سازماندهی نموده‌اند و پژوهشکده علوم انسانی باید نقش جدی در تبیین فرهنگ و مؤلفه‌های اساسی مربوط به آن نظیر هویت و همچنین دشمن‌شناسی و رصد تحرکات دشمن داشته باشد. دکتر مخبر با بیان مأموریت‌های اصلی شورای عالی و منویات رهبری در زمینه مهندسی فرهنگی، تهیه نقشه جامع توسعه علمی کشور و تحول و نوسازی نظام آموزشی کشور، خواست این پژوهشکده موارد

ترکیب شورای برنامه‌ریزی این مرکز متشکل شده است از سه نفر از صاحب نظران به انتخاب شورای عالی انقلاب فرهنگی؛ یک نفر صاحب نظر به انتخاب رئیس مرکز جهانی علوم اسلامی، رئیس یا معاون زیربند سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، معاون فرهنگی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، یک نفر صاحب نظر به انتخاب رئیس پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی می‌باشد.

این شورا برنامه‌ریزی خود را در زمینه‌های هدایت، حمایت و انتخاب موضوعات مطابق شرح وظایف خود انجام خواهد داد و سیاستگذاری‌های مهم را برای تصویب به شورای عالی انقلاب فرهنگی ارایه می‌کند.

این شورا در صحنه عمل مأموریت عملیاتی کردن ترجمه آثار را برعهده دارد و مقرر شد سالانه بودجه‌ای برای این مرکز در نظر گرفته شود و به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی برسد و عیناً در بودجه سالیانه دولت که جهت تصویب به مجلس شورای اسلامی ارائه می‌گردد دیده شود. ضمن اینکه این مرکز موظف است سالانه گزارش فعالیت‌های خود را جهت ارزیابی به شورای عالی انقلاب فرهنگی ارائه نماید. با شکل‌گیری این مرکز؛ ترجمه آثار مهم و برجسته زبان فارسی نظیر متون و آثار فاخر در زمینه‌های معارف اسلامی و علوم انسانی با استفاده از وسایل کمک آموزشی و فناوری‌های نوین به زبان‌های مختلف دنیا امکان پذیر خواهد شد.

از آثار علامه طباطبایی، استاد شهید مرتضی مطهری، موضوعات مرتبط با حضرت امام (ره) و بسیاری از مفاهیم بلند در زمینه جهان بینی، معرفت‌شناسی و مسائل اعتقادی می‌توان به عنوان آثاری که شایسته ترجمه هستند نام برد. ■

دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی: طرح جامع تربیت معلم در شورای عالی انقلاب فرهنگی تصویب می‌شود

دکتر مخبر دزفولی دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی با اعلام این مطلب در بیست و چهارمین همایش سراسری روسای آموزش و پرورش سراسر کشور که در سالن مرکز همایش‌های صدا و سیما برگزار شد ضمن بی بدیل شمردن شورای عالی انقلاب فرهنگی از این شورا به عنوان بالاترین نهاد سیاست گذار در حوزه علم و فرهنگ کشور یاد کرد و افزود: این شورا تنها شورایی است که مصوباتش حکم قانون را دارد و همواره به مثابه ودیعه حضرت امام راحل(ره) مستظهر به حمایت‌های مقام معظم رهبری است.

دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی سه رسالت و وظیفه مهم شورای عالی انقلاب فرهنگی را پرداختن به مسائل کلان سه حوزه مهم کشور یعنی دانشگاهها و مراکز علمی و پژوهشی، فرهنگ عمومی و آموزش و پرورش دانست و ضمن بیان اینکه دانشگاهها از لحاظ تعداد مصوبات بالاترین سهم و بیشترین تعامل را به صورت فعال با این شورا دارا می‌باشند خواستار تعامل بیشتر و فعالانه سازمان بزرگ آموزش و پرورش با این شورا شد. وی ضمن تاکید بر تاثیر گذاری موثر مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی در حل مشکلات علمی و دانشگاهی میزان تعامل وزارت آموزش و پرورش

با شورای عالی را در این زمینه اندک دانست و آمادگی شورای عالی انقلاب فرهنگی را جهت همکاری و تعامل سازنده با این نهاد مهم و تاثیرگذار در خصوص موضوعات و مواردی که دارای جهت گیری کلان و برخوردار از نگاهی آینده نگرانه در مسیر تحقق سند چشم انداز و حل معضلات امروز و آینده آن باشد اعلام کرد.

دکتر مخبر همچنین از تاسیس شورای تخصصی نوسازی و تحول نظام آموزشی کشور در کنار شورای مهندسی فرهنگی و شورای تدوین نقشه جامع علمی کشور در شورای عالی انقلاب فرهنگی خبر داد و خواستار تعامل فعال آموزش و پرورش با شورای عالی انقلاب فرهنگی در موضوعات سه گانه فوق شد. وی تغییر و تحول اساسی در حوزه آموزش و پرورش و تعلیم و تربیت را زیر بنایی ترین اقدام میان بر برای توسعه علمی و تکنولوژیک کشور دانست و با اشاره به تاکید مقام معظم رهبری مبنی بر یافتن راه‌های میان بر یکی از راه‌های میان بر را توجه ویژه و جهشی نسبت به موضوع آموزش و پرورش و تعلیم و تربیت بر شمرد و خواستار تغییر رویکرد آموزش و پرورش از حافظه پروری به خلاقیت پروری و نو آوری شد.

دکتر مخبر در ادامه افزود: این تفکر که تحقیق و پژوهش مخصوص یک

قشر خاص از جامعه می‌باشد یک تفکر استعماری است و تفکر مطلوب حرکت عموم جامعه به سمت دانشمند شدن است و از آموزش و پرورش به دلیل در اختیار داشتن آماده‌ترین ذهن‌ها به عنوان محوری‌ترین دستگاه برای عملیاتی کردن این تفکر یاد کرد.

دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی در ادامه سخنان خود با بیان اینکه ذهن ناآماده به دنبال نوآوری نخواهد رفت؛ وجود انگیزه و ایجاد فرهنگ کنکاش و جستجوگری در جامعه را لازمه تحقق خلاقیت پروری و نو آوری دانست و افزود: ترویج فرهنگ مطالعه و کتابخوانی، نقد، پرکاری، همکاری و کار دسته جمعی، درستی و امانت و پیش‌بینی و پیشگویی در مجموعه آموزش و پرورش از جمله ضرورت‌های مهم نوسازی و تحول نظام آموزشی کشور است که همواره باید از سوی مسوولین این نهاد بزرگ مورد اهتمام جدی قرار گیرد.

دکتر مخبر با اشاره به تاکید مقام معظم رهبری مبنی بر تقویت زبان فارسی و تبدیل آن به زبان علم، تولید و انتشار اطلاعات و یافته‌های علمی به زبان فارسی را در این زمینه بسیار موثر دانست و اظهار امیدواری کرد در سایه تولید علم و انجام تحقیقات و پژوهش‌های مفید و برجسته از سوی محققان و اساتید جامعه علمی کشور

دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی و نظر موافق رئیس محترم جمهور تا مهر امسال به تصویب خواهد رسید. در این طرح به بحث تامین و نگهداشت نیروی انسانی و مباحث خاص تربیت معلم پرداخته شده است. ■

تربیت معلم را کلیدی‌ترین و محوری‌ترین موضوع آموزش و پرورش دانست و از بررسی طرح جامع تربیت معلم در آینده نزدیک در شورای عالی انقلاب فرهنگی خبر داد و گفت: این طرح با کار کارشناسی آموزش و پرورش، پی‌گیری

و انتشار آنها به زبان فارسی؛ مقدمات لازم برای رسیدن به این هدف مهم فراهم گردد.

دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی در پایان ضمن گرامیداشت مقام والای معلمان از آنان به عنوان استاد یاد کرد و



رئیس مرکز مطالعات راهبردی شورای عالی انقلاب فرهنگی: شبکه ملی رصد فرهنگی به منظور تعامل بین نخبگان با شورای عالی انقلاب فرهنگی راه‌اندازی شده است

وارد شوند که جزء دلسوزان انقلاب باشند. وی با اشاره به راه اندازی شبکه ملی رصد فرهنگی گفت: این شبکه به منظور تعامل بین نخبگان بسیجی و دیگر نخبگان با شورای عالی انقلاب فرهنگی برای رصد فرهنگی و مهندسی فرهنگی کشور راه اندازی شده است و استادان بسیجی می‌توانند در جهت کمک به رشد علمی و فرهنگی کشور، این شبکه ملی را یاری رسانند.

رئیس مرکز مطالعات راهبردی شورای عالی انقلاب فرهنگی در پایان با اشاره به آغاز دور جدید فعالیت شورای عالی انقلاب فرهنگی، مهندسی فرهنگی، تدوین نقشه جامع علمی و تحول و نوسازی نظام آموزشی و علمی کشور را از مهمترین وظایف و اهداف این شورا دانست و تصریح کرد: شورای عالی انقلاب فرهنگی کارهای بسیار زیادی انجام داده است و هم اکنون نیز حدود ۱۵۶۰ مصوبه دارد که در بسیاری از مسایل فرهنگی کشور، بسیار راه گشا است. ■

جریان‌ها و مسائل فرهنگی جامعه و آینده‌نگری فرهنگی بپردازد. وی در زمینه مهندسی فرهنگی تصریح کرد: تعیین مولفه‌های فرهنگی، برنامه‌ریزی راهبردی و طراحی ساختار بهینه شورای عالی و ایجاد بانک اطلاعات فرهنگی کشور از جمله مسائل مهم مهندسی فرهنگی است.

وی مواجهه فعال و مبتکرانه با تهاجم فرهنگی را یک امر همگانی عنوان کرد و خطاب به اساتید بسیجی اظهار داشت: این امر نیاز به نقد عالمانه و دقیق دارد. وی در خصوص ضرورت و اهمیت شناسایی نخبگان فرهنگی و دریافت پیشنهادها مجموعه علمی - فرهنگی گفت: این کار می‌تواند برای شورا کار آفرین باشد و ارتقای شورا جز با عنایت ویژه اساتید و تشکیل گروه‌های مطالعاتی فرهنگی مقدور نیست.

دکتر فضایی با تاکید بر ضرورت فعال شدن کرسی‌های نظریه پردازی، نقد و مناظره اظهار داشت: در این زمینه مواجهه فعال و مبتکرانه با تهاجم فرهنگی و همچنین جلوگیری از فساد ضروری است و کسانی می‌توانند در این عرصه

رئیس مرکز مطالعات راهبردی شورای عالی انقلاب فرهنگی در جمع بسیج اساتید کشور در مشهد با اذعان به این که شورای عالی انقلاب فرهنگی قرارگاه فرهنگی کشور است افزود: مهندسی فرهنگی و تدوین نقشه جامع فرهنگی اولویت اول این قرارگاه می‌باشد. وی همچنین ضمن تاکید بر تشکیل جبهه‌ای فرهنگی برای برنامه‌ریزی در جهت مبارزه با تهاجم فرهنگی؛ برنامه‌ریزی جامع برای مقابله با تهاجم فرهنگی، پرداختن به مدیریت کلان و راهبردی فرهنگ کشور را از جمله وظیفه مهم شورای عالی انقلاب فرهنگی بر شمرد و در این راستا تنظیم مدیریت فرهنگی کشور و ایجاد ساختاری کلان را برای هدایت مجموعه فرهنگی ضروری دانست.

دکتر فضایی، مرکز مطالعات راهبردی شورای عالی انقلاب فرهنگی را مرکزی تازه تاسیس دانست که به دستور مقام معظم رهبری در سال ۸۴ شکل گرفت و اکنون با جدیت تمام می‌کوشد به مهمترین وظایف خود یعنی رصد وضعیت موجود فرهنگی کشور، شناسایی به موقع

**گفت و گو با دکتر محمد نهاوندیان
رئیس مرکز مطالعات جهانی شدن**



مؤلفه‌های فرهنگ برای پیروزی در رقابت جهانی شدن

دکتر محمد نهاوندیان دارای دکترای تخصصی اقتصاد از دانشگاه جرج واشنگتن می‌باشد. وی معاونت پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی و ریاست موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی را در کارنامه خود دارد. دکتر نهاوندیان در حال حاضر رئیس مرکز ملی مطالعات جهانی شدن و اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران است از وی کتب و مقالات متعددی در حوزه جهانی شدن منتشر شده است.

سیستمی، نکته دوم توجه به نقش آفرینی و رویکرد فعال داشتن فرهنگ و در موضع مهندسی قرار گرفتن است. این دو عنصر باید در هر گونه تغییر یا طراحی برای مهندسی فرهنگی مد نظر قرار گیرد و به هیچ وجه نباید از مهندسی فرهنگی سوء تعبیر شود، به نحوی که نوعی تشابه با معانی مکانیکی از مهندسی به ذهن بیاید و این گونه القاء شود که فرهنگ هم مثل سیستم‌های مکانیکی قابل

بحث ما در مورد رابطه مهندسی فرهنگی و جهانی شدن است و اینکه در عصر جهانی شدن با اقتضائات و لوازم آن در تهیه نقشه مهندسی فرهنگی چه باید کرد و به چه چیزهایی باید توجه داشت؟

من مقدمتاً در رابطه با مهندسی فرهنگی باید عرض کنم که طبعاً در این تعبیر تاکید اصلی بر دو عنصر است؛ اول توجه به هندسه درون عناصر فرهنگی و به معنایی یک نظم هدفمند و یک انسجام

مهندسی کردن، تنظیم و اداره یک شکل است. این تصور، تصور درستی نیست. از سوی دیگر نباید از مهندسی فرهنگی نفس مهندسی فهمید چون در هندسه و ریاضیات آنچه هست قوانین عام متحدالشکل است در حالی که در فرهنگ تجلیات گوناگون و رنگارنگ، حقیقت واحد دیده می‌شود. پس در کاربرد تعبیر مهندسی فرهنگی بسیار مهم است که ما بر آن دو عنصر قبلی تاکید کنیم و از دو برداشت ذکر شده پرهیز کنیم.

اما در ارتباط بین مهندسی فرهنگی و جهانی شدن من یک رویکرد سه سویه را مورد تاکید قرار می‌دهم که دو سوی آن مهندسی فرهنگی و جهانی شدن است و سوی سوم، رشد. در واقع می‌خواهم ارتباطی بین مفهوم رشد با این دو مفهوم در جهانی شدن دیده شود. آنچه ما شاهدیم، از یک سو مسابقه فرهنگها با یکدیگر است برای تفوق، نفوذ و گسترش در راه پیروزی. در این مسابقه از امکانات اقتصادی و سیاسی جوامع برای این تفوق فرهنگی استفاده می‌شود اما از سوی دیگر در کنار این مسابقه که گاهی شکل تنازع هم پیدا می‌کند، رویه دیگری هم دیده می‌شود و آن هم تعامل فرهنگهاست برای در هم آمیختن با یکدیگر و ساخت فرهنگ جهانی. به عبارت دیگر در این فرآیند بسیار پیچیده، بازیگران فراوان صحنه فرهنگ را می‌بینیم که سنتز حاصل از تنازعها پیدایش مؤلفه‌هایی برای یک فرهنگ جهانی است. برای ناظری که از بیرون نگاه می‌کند گویی فرهنگ‌های مختلف یا بسته‌های فرهنگی مختلف در رقابت با یکدیگر شرکت کرده‌اند و برنده این رقابت باید از آزمون قابلیت جهانی شدن سرفراز بیرون بیاید. یعنی هر فرهنگی که

عناصر جهان پذیرتر یا جهان شمول‌تر با تکیه بر مشترکات انسانی بیشتر داشته باشد برنده این مسابقه است و همین جاست که نکته بدیعی جلوه می‌کند و آن درخشندگی عناصر فطرت انسانی است؛ به عبارت دیگر در این مسابقه جهان شمول، فرهنگی برنده است که بیشتر از دیگران تکیه بر ارزشها و اصالت‌های فطری انسان داشته باشد که مشترک جوامع بشری است. اما آن نکته‌ای که عرض کردم و رویه سوم این راه را باید تشکیل دهد توجه به رشد است، هم در یک نگاه دینامیک به مهندسی فرهنگی و هم در نگاه مسابقه‌ای به جهانی شدن می‌بینیم این اتفاق در حال سکون روی نمی‌دهد؛ بلکه فرآیندی برای شدن و مسابقه‌ای برای برنده شدن است و هنر پیروزی در مهندسی فرهنگی و همچنین در فرآیند جهانی شدن، در رشد نهفته است. البته رشد در اینجا به معنای وسیع کلمه مورد نظر است همان مفهومی که در کاربرد قرآنی این کلمه مورد توجه است نه معنای محدود اقتصادی که در شاخص تولید ناخالص ملی خلاصه شود؛ رشد به معنای بروز تکاملی استعدادهای بشری در بعد فردی و اجتماعی در ساحتهای فرهنگی، اقتصادی، سیاسی با یک هدفمندی ارزشی. یعنی رشد به معنایی که در کلام زیبای امام علی (ع) آمده است که «ولیکن مرکب القصد و مطلبک الرشده»؛ هدف را باید ریشه قرار داد. رشد به این معنا شامل عدالت هم هست؛ چون عبارت است از یک هماهنگی موزون بین ابعاد مختلف برای طی مسیر تکامل و این موزونی در روابط و ابعاد مختلف همان چیزی است که ما از آن به عدالت تعبیر می‌کنیم. این مفهوم از رشد در این معنای وسیع هم

همانطور که می‌دانید مفهوم جهانی شدن بیشتر با جهانی شدن در حیطه اقتصاد مطرح است، اما با توجه به ارتباط تنگاتنگ اقتصاد و فرهنگ در عرصه جهانی نمی‌توان این دو را از هم تفکیک کرد. جهانی شدن فرهنگها نیز در طی اعصار مختلف تمدن بشری به شکلهای مختلف اتفاق افتاده. اما امروزه فرهنگ غرب با ادبیات خودش سعی دارد فرهنگ غالب در جهان باشد، قدرت اقتصادی زیاد و ابزارهای ویژه‌ای که غرب برای جهانی شدن فرهنگ خود تولید کرده و آن را در سراسر جهان گسترده است - اینترنت یکی از آنهاست - و برحسب مورد آنها را در اختیار فرهنگهای دیگر قرار می‌دهد. این تجربه‌ای است که قرن‌ها قبل، فرهنگ ایرانی و اسلامی در دو مقطع زمانی

بدون این ابزارها آن را تجربه کرده است. بر این اساس و با توجه به این ابزارها چه مؤلفه‌هایی را باید مورد توجه قرار داد تا بتوان فرهنگ غنی ایران اسلامی را در این مسابقه جهانی وارد کرد؟ از طرفی طبق نظر صاحب‌نظران، مهمترین و شدیدترین بحرانها در عرصه جهانی شدن، بحران فرهنگی است و در سایر عرصه‌ها از جمله اقتصاد، سیاست و حقوق بحرانها به شدتی که در عرصه فرهنگ وجود دارد نیست؛ حال برای جلوگیری از ایجاد این بحرانها و کاهش تأثیرات فرهنگی غرب چه باید کرد؟

سوال بسیار مهمی است. به نظر می‌رسد که در تدوین سیاست‌ها و تشخیص این مولفه‌ها تفکیک سه مدار عملیاتی مفید باشد. ما یک سری کارهایی باید در مدار ملی انجام دهیم و یک سری کارها در مدار منطقه‌ای و دسته‌ای دیگر از اقدامات باید در مدار جهانی قرار گیرد. در مدار ملی با هدف توانمندسازی

محققان، شکلی از جلوه فرهنگی مهندسی را که اصالت فرهنگی در آن محفوظ باشد و توان تعامل با این پدیده‌ها را نیز داشته باشد برگزید؛ به عبارت دیگر ما نباید تک تک افراد را در جامعه در معرض یک رودررویی قرار دهیم. باید گزینه‌های سومی را پیدا کنیم که در واقع تجلی امروزین همان هویت اصیل باشد. به عنوان نمونه، پدیده‌هایی از غرب به جامعه ما می‌آید، اگر از همان روز اول برایش طراحی داشته باشیم و حتی برای اسمش .. اگر اسم ایرانی خوش آهنگ برایش تهیه کنیم، جامعه ما هم بسیار از این نام ایرانی استقبال می‌کند. اما اگر بگذاریم یک مدتی بگذرد، دیگر تعویض این نام دشوار می‌شود و زبان فارسی را آرام آرام در معرض این نگرانی قرار می‌دهد که زبانی رو به گذشته است و نه رو به آینده. پس یک نکته این بحث تحقیق مستمر برای روز آمد کردن تجلی هویت ملی است. نکته دوم نقش هنر

از مهندسی فرهنگی نباید نفس مهندسی شبیه آنچه در هندسه و ریاضیات است برداشت شود در فرهنگ تجلیات گوناگون و رنگارنگ با حقیقت واحد دیده می‌شود

فرهنگ ملی برای برآمدن پیروزمندانه از چالش جهانی شدن اقدامات مختلفی را می‌شود انجام داد که مؤلفه‌های مختلف فرهنگی را توانمند کند. به بعضی از این اقدامات اشاره می‌کنم؛ یکی از مؤلفه‌هایی که بسیار مهم است بحث هویت ملی است؛ اینکه ما مرتباً با پژوهش‌های تفصیلی بتوانیم مولفه‌های هویت ملی را روز آمد کنیم. یعنی به جای اینکه عناصر فرهنگی در چالش یک پدیده وارداتی ناچار از رو در رویی شوند و انتخاب بین همه یا هیچ کس شود، با رویکرد

است؛ یعنی در بحث اول من روی تحقیق تاکید داشتم. تحقیقات باید به عنوان قلب مهندسی فرهنگی در پیدا کردن راه‌حلهای برخورد ما با پدیده‌های جدید تلقی شود و مورد حمایت جدی و علمی قرار بگیرد. نکته دوم، بحث هنر است. ما در حیات فرهنگی جامعه ناچار از این هستیم که مرتباً اصالت‌های ریشه‌دار را در جامعه عرضه کنیم. خلاقیت هنری در واقع نبض زنده بودن در برابر پدیده‌های جهانی است که از بیرون به آن عرضه می‌شود. ما حتماً باید خلاقیت‌های هنری،

تولید کالا و خدمات فرهنگی را مورد حمایت قرار دهیم. اینجا بحث حمایت از حقوق مالکیت فکری بطور بسیار جدی مطرح می‌شود. نکته سوم بحث استفاده از فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطی است؛ ما هر چه بتوانیم خودمان مهندسی گسترش ارتباطی را به دست بگیریم و به جای مقابله با این گسترش، راهکار نشان دهیم، توانسته‌ایم مولدان فرهنگ خودی را در مقابل مولدان فرهنگ بیگانه توانمند سازی کنیم. بنابراین به فناوری اطلاعات و ارتباطات، نه به عنوان شمشیری در دست دشمن، بلکه به عنوان شمشیری که می‌تواند در دست دشمن یا دوست قرار بگیرد باید نگاه کرد. در این مصاف گسترش تواناییها در این حوزه برای برقراری ارتباط موثر و موفق مورد تاکید است. منظور از ارتباطات، همه لایه‌های ارتباطات است؛ ارتباطات بین فردی، گروهی، جمعی، ملی، بین فرهنگی و جهانی. همه اینها باید مورد توجه قرار گیرد. نکته چهارم بحث مهاجرت است؛ یکی از عرصه‌های تعامل فرهنگی جامعه با جهانی شدن فرهنگ، مهاجرت انسانهاست. اگر ما جاده تحرک مغزها و سرمایه‌های انسانی‌مان یکطرفه باشد، این پرچم از خود باختگی و شکست در مصاف است اما اگر توانستیم مهندسی کنیم که این مهاجرت دو سویه باشد، مهاجرت‌ها هدفمند باشد، ساز و کار و فضای اجتماعی ما در سلسله مراتب اجتماعی در ساختار قدرت طوری باشد که زمینه مهاجرت نخبگان کمتر و استقبال از نخبگان مهاجر بیشتر شود این معنایش پیروزی در این مصاف است. در این وضعیت، فرهنگ ما، جامعه ما و کشور ما از یک بالندگی و تپندگی بسیار شادابی برخوردار است و همچنان که

اینکه آحاد جامعه ما بتوانند در مواردی که تعارضات فرهنگی بین فرهنگ خود و فرهنگ بیگانه بر ایشان مطرح می‌شود، راهکار حل مسئله را آموخته باشند تا بتوانند معضلات را حل کنند.

امروزه انتقادات مهمی بر پدیده جهانی شدن وارد می‌شود که از جمله آن می‌توان به ایجاد شکاف و نابرابری میان فقرا و اغنیا و مسائل تلخ و حادی همچون تروریسم اشاره کرد که از یک نگاه در واقع نیمه تاریک جهانی شدن است. سؤال این است که آیا جهانی شدن می‌تواند به نوعی تعدیل یابد تا این مسائل مرتفع گردد؟ آیا با وجود این مسائل می‌توان به مثبت بودن پدیده جهانی شدن اطمینان داشت؟ چگونه می‌توان پدیده جهانی شدن را شکل داد تا عامل رشد جامعه بشری باشد و از سوی دیگر بفرماید تنوع فرهنگی و بها دادن به مشارکت جهانی چه تاثیری در این زمینه دارد؟

آن نگرانی که اشاره می‌کنید نگرانی درستی است. به همین جهت است که آن نوع از جهانی شدن که نتواند بهره‌مندی همه آحاد بشر را از این فرآیند تامین کند، محکوم به شکست است. نوعی از جهانی شدن هم که نتواند تنوع فرهنگی را بپذیرد و سامان دهد محکوم به شکست است. اما توجه کنیم که جهانی شدن یک نسخه تمام شده نیست و تنها یک نوع ندارد؛ ما باید هم صدا با بسیاری دیگر، از شکل منصفانه‌تر و متنوع‌تری از جهانی شدن دفاع کنیم. ما هم باید فعالانه با مشارکتمان در شکل‌گیری فرآیند جهانی شدن نسخه‌ها و شیوه‌های انحصارگرانه، سلطه‌گرانه و ناعادلانه را از صحنه بیرون کنیم و شکل‌های عادلانه،

رفتار اخلاقی، فضای اخلاقی چه در کسب و کار چه در سازمانها باید ریشه بگیرد چون ما رویکرد تربیتی را به خاطر توجه زیاد به آموزش علوم و مهارتها بعضاً مورد غفلت قرار می‌دهیم.

آن نوع از جهانی شدن که نتواند بهره‌مندی همه آحاد بشر را تامین کند و نتواند تنوع فرهنگی را بپذیرد و سامان دهد محکوم به شکست است. جهانی شدن یک نسخه تمام شده نیست و تنها یک نوع ندارد؛ ما باید هم صدا با بسیاری دیگر، از شکل منصفانه‌تر و متنوع‌تری از جهانی شدن دفاع کنیم

نکته آخر بحث نهاد سازی است. نهادسازی، تخصصی برای گسترش راهکارها و مهارتهای وفاق آفرینی و حل تعارضات بین فرهنگی است. حل تعارضات همچنان که در مدیریت، مهارتهای ویژه را می‌طلبد، در جامعه نیز تعارضات حتماً پیش می‌آید. اینکه شما به عنوان مدیر بتوانید تعارضات را حل کنید یک مهارتی است که شما باید بیاموزید. در فرهنگ هم همین طور است؛ ما حتماً باید براین مسئله تأکید داشته باشیم که به نهادهای اجتماعی نیاز داریم که به آحاد جامعه برای حل تعارضات فرهنگی کمک کنند؛ در مدرسه، دانشگاه، محیط کار و مساجد.

می‌تواند صادر کند، می‌تواند جذب هم بکند. نکته پنجم بحث زبان است که به آن اشاره شد؛ زبان فارسی نماد زنده بودن ماست. اما در رویکرد ما در تقویت زبان فارسی نباید آن را در مقابل زبانهای جهانی قرار بدهیم. اصلاً از این تعارض باید فاصله بگیریم؛ ما یک رویکرد جامع و چند وجهی باید در زبان آموزی داشته باشیم. ما زبان فارسی را به عنوان زبان ملی، لهجه‌ها و گویشهای ملی به عنوان زبان عاطفی، زبانهای منطقه‌ای را برای صدور فرهنگی و زبانهای جهانی را به عنوان وسیله تعامل با دیگر جوامع می‌توانیم در کنار هم قرار دهیم. در این صورت است که یک ایرانی می‌تواند مسلط به زبان انگلیسی باشد اما بر زبان فارسی خود پافشاری می‌کند. لذا در داخل جامعه خودش از به کارگیری زبان بیگانه پرهیز می‌کند. فارسی را در جای خودش پاس می‌دارد و انگلیسی را هم به عنوان یک ابزار به کار می‌گیرد اما قلب و روحش با زبان فارسی تنظیم می‌شود. این رویکرد جامع در عین حالی که به کارگیری زبانهای بیگانه را مجاز می‌شمرد اما جایگاه زبان فارسی را به عنوان محور اشتراک فرهنگی درون جامعه محترم می‌داند. ما شبیه سیاست زبانی را در کشورهای دیگر مانند فرانسه مشاهده می‌کنیم.

مورد ششم نهاد خانواده و به طور کلی بحث تربیت است؛ اینکه ما خیال کنیم می‌توانیم بالندگی فرهنگی داشته باشیم اما از عنصر اصلی تربیت بویژه تربیت خانواده غافل باشیم، ما را به یک پرتگاه بسیار جدی هضم و اضمحلال سوق می‌دهد. ارزشهای اخلاقی در تربیت خانوادگی و البته محیطهای آموزشی باید مورد تأکید قرار بگیرد. نظام اخلاقی

حوزه‌ای که تامین بودجه و امکانات و مدیریتش با دستگاه‌های دولتی و شبه دولتی است. حتی در آنجا هم تحقق آن مصوبات درصد بالایی شاید نداشته باشد؛ یعنی فلان برنامه تلویزیونی، فلان اثر هنرمندی که مورد تشویق قرار می‌گیرد، فلان برنامه فرهنگی که در فرهنگسرا برگزار می‌شود، ارتباط اجرایی این تولید با مصوبات، در جریان مدیریت عملی خیلی پررنگ نیست. این یک نگاه مدیریتی می‌طلبد که چگونه ما این ارتباط را جدی و کارا بسازیم که از بحث ما خارج است.

چون محوریت بحث ما سیاستگذاری است، وارد جزئیات صحبت های شما نمی شویم. اگر اجازه بدهید همان بحث را ادامه بدهیم و در مدار منطقه‌ای و جهانی هم مؤلفه‌ها را مرور کنیم.

در مدار منطقه‌ای ما سرمایه عظیمی در مشترکات فرهنگی با بسیاری از کشورها و جوامع داریم. این را باید به یک موهبت بزرگ که می‌تواند به ما در این زمینه که هم جهانی شویم و هم ایرانی بمانیم، کمک کند. یعنی اگر ما اتحادیه‌های فرهنگی و ارتباطی منطقه‌ای و توسعه حضور مردم در کشورهایی که اشتراکات فرهنگی با آنها داریم مدیریت کنیم، مردم ما احساس می‌کنند هم جهانی شده‌اند و هم در عین حال به فرهنگ خودشان کماکان مفتخرند. راه دوم این است که رابطه فرهیختگان، متخصصان و شهروندانمان با دیگر مسلمانان جهان را مدیریت کنیم. افزایش ارتباط ما این احساس و توانایی را به ما می‌دهد که ما در یک جامعه بزرگ جهانی حضوری موثر داریم. یعنی دیگر ما هفتاد میلیون نیستیم، ما یک میلیارد و دویست میلیون

با مهندسی فرهنگی در مدار ملی جهانی شدن بحث کنیم، تا حدی جلو رفته‌ایم اما در بحث مدار منطقه‌ای و جهانی، خیلی مطلب قابل عرضه نداشته‌ایم. پیشنهاد شما در مورد سیاستها و راهکارهایی که می‌توان در مدار منطقه‌ای و جهانی دنبال کرد چیست؟

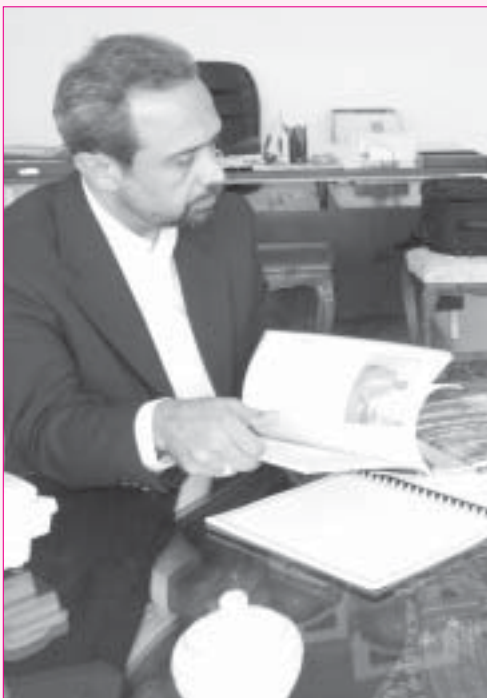
وقت آن رسیده است که ما نگاهی بیاندازیم و ببینیم رابطه و فاصله بین آنچه که ما بین سطح سیاستگذاری که در موردش حرف می‌زنیم و تصمیم می‌گیریم، با آنچه در عرصه واقعیت فرهنگی جامعه می‌گذرد چگونه است؟ یعنی چه مقدار از سیاستهای مصوب ما در آنچه که در تولید فرهنگی در جامعه صورت می‌گیرد تجلی پیدا می‌کند و چه مقدار از تحولات فرهنگی جامعه تاثیر پذیر است که ما جلساتی می‌گذاریم و می‌تشنیم و به مصوباتی می‌رسیم که آنها را ابلاغ می‌کنیم. این رابطه بین تصمیم و تحقق شایسته بررسی جدی است.

آنچه که دقیقا در شورا بارها بحث و دنبال می‌شود دقیقا همین است؛ حلقه مفقوده بین سیاستها و راهبردها و برنامه‌ها، خیلی مواقع می‌بینیم به لحاظ آرمان گرایی، سیاستها خوب تدوین شده است اما تبدیل این سیاستها به راهبردها و برنامه‌ها دچار مشکل است.

ببینید این مطالب در حوزه عمومی تولید فرهنگی به طور جدی مطرح است. شما نمی‌توانید یک نویسنده را مجبور کنید که چگونه بنویسد. اما اگر او بپسندد و بپذیرد و کارشناسی شما را در ارائه یک خط مشی منطقی، ملی و ارزشی بشناسد، از او استفاده می‌کنید حتی در حوزه دولتی، در

مشارکت جوانه و مبتنی بر مشترکات بشری را تبلیغ کنیم و تشویق کنیم تا در عرصه‌های اقتصادی، در تدوین قواعد و مقررات سازمانهای بین المللی تجلی پیدا کند. در عرصه فرهنگ هم که موضوع سخن امروز ماست، با حضور مبتکرانه و تولید فرهنگی به این هدف می‌توان رسید؛ یعنی اگر ما چنین نگرانیهایی را داریم، راه حل حضور فعالانه و اقدام جدی و با برنامه است. نباید در نقد و گلایه درنگ کرد و به بهانه نگرانی از پیش رفتن باز ایستاد.

در قسمت پیش، در مورد تدوین سیاستها در مدار ملی بحث کردیم. خوشبختانه مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی در بحث مدیریت مبتنی بر پژوهش بوده و مصوبات متعددی در مورد آن و سیاستهای کلان کشور داریم. در خصوص هویت نیز کار شده؛ در مورد حفظ هویت ملی به شکلهای مختلف در شورا مصوباتی داشته‌ایم. در بحث هنر نیز به همین منوال و در بحث فناوری اطلاعات هم که خوب می‌دانید آغازگر تدوین قوانین مربوط به فناوری اطلاعات، شورای عالی انقلاب فرهنگی بوده. سیاستهای اجرای قوانین، ایجاد زیر ساختهای اطلاع‌رسانی و از این قبیل. بحث نخبگان و بحث بنیاد ملی نخبگان باز مربوط به شورای عالی بوده. در بحث سیاستهای تشکیل، تحکیم و تعالی خانواده، باز شورا مصوبه دارد. در بحث زبان که شما اشاره داشتید، همه این بحثها مطرح بوده است. در قسمت مدار ملی می‌توانم بگویم که سیاستهای کلی که بدان اشاره کردید به شکلی به تصویب شورای عالی رسیده است. دست کم اگر بخواهیم در رابطه



صدایمان را قدرتمند کنیم. باید در جهان اینترنتی حضور فعال داشته باشیم. باید تعیین کننده بهترین و جذابترین برنامه‌های جهان‌گستر ماهواره‌ای و اینترنتی باشیم، این البته نیاز دارد که با دیگران همکاری کنیم. در شبکه بین‌المللی گردشگری با جذب شرکا، حضوری فعال داشته باشیم. بالاخره نکته بسیار مهمی که باید محور سیاست کلی ما در مواجهه با جهانی شدن باشد، این است که جهانی شدن را از ارزشهای جهانی انسانی تغذیه کنیم. جهانی شدن نباید بدون ارزش باشد. ارزشهای مشترک

انسانی، ارزشهای اخلاقی است. باید جنبش اخلاق جهانی را به عنوان هدایت فرآیند جهانی شدن تقویت کنیم. وقتی

انسانی، همه اینها زمینه طرح پیدا می‌کند و با طرح این زمینه‌ها بسیاری از کاستی‌ها و نارسایی‌ها و مفاسدی که در فرآیند جهانی شدن بدون در نظر گرفتن اخلاق ممکن است بشریت را تهدید کند، درمان می‌شود. این اشاراتی که کردم در واقع نکاتی بود از مجموعه‌ای که به عنوان متن پیشنهادی سیاستهای کلی جمهوری اسلامی ایران در خصوص جهانی شدن تدوین شده است توسط جمعی از اهل نظر و بعد هم در شورای ملی، شورای راهبردی مرکز ملی مطالعات جهانی شدن تصویب شده و برای بررسی و تصویب در مجمع تشخیص مصلحت نظام مطرح است. اینها نکاتی بود در بخش فرهنگ که در آن سیاستهای کلی طرح شده است. شما و خوانندگان محترم نشریه خوبتان را توصیه می‌کنم آن متن را مورد ملاحظه قرار دهید، شاید نواقص عرض من در فرازهای دیگرش مورد تکمیل قرار بگیرد. ■

نفر هستیم و البته نکته بسیار مهم سوم، این است که برای این احساس افتخار در عضویت در یک جامعه جهانی اسلامی حتما باید با عواملی که مسلمان بودن را موجب شرمندگی و شرمساری افراد در جامعه جهانی می‌کند مقابله کنیم؛ برخی اشکال تحریف آمیز از اسلام، سوء استفاده افراط گرایانه در روشهای بدعت آمیز دور از منطق مثل روشهایی که برخی گروههای تکفیری در سالهای اخیر پیش گرفته‌اند باید با اینها مقابله کرد. مقابله کردن با این قبیل موارد نه از باب رد یک فکر غلط است، بلکه از باب حراست یک هویت افتخارآمیز برای بیش از یک میلیارد مسلمان جهان است. ما با عواملی که فخر کردن و بالیدن به هویت اسلامی را مورد خطر قرار بدهند، باید مقابله کنیم. این مورد از این جهت اهمیت دارد که در عین حال این مقابله با تحریفهای مخرب نباید ما را به دام یکسان انگاری در فهم دینی بکشاند. ما تنوع‌های مجاز در فهم دینی و در اجتهاد را باید مورد استقبال قرار دهیم تا بتوانیم این بالندگی را سامان دهیم.

در مهندسی فرهنگی تاکید بر دو عنصر بسیار مهم است اول توجه به هندسه درون عناصر فرهنگی به معنای یک نظام هدفمند و یک انسجام سیستمی دوم توجه به نقش آفرینی و داشتن به رویکردی فعال در مهندسی فرهنگی است

بالاخره در مدار سوم که مدار جهانی است یک نکته بسیار مهم این است که ما با تمام کسانی که در تفسیر جهانی شدن فرهنگی، از تنوع فرهنگی دفاع می‌کنند، باید هم‌سنگر و هم‌جبهه شویم، از جمله در رابطه با تنوع فرهنگی، حفظ اصالت‌های دینی، حفظ آداب و رسوم و تاریخ که بخش جدایی ناپذیر هویت ملی است.

نکته دوم این است که در جهان جهانی شده، اگر بخواهید از خودتان دفاع کنید باید قدرتمند باشید. ما باید اتحادیه‌های رسانه‌ای تأسیس کنیم. باید

بحث ارزشهای جهانی و اخلاق جهانی مطرح شود، مباحثی نظیر عدالت، توجه به محرومان، توجه به اهداف متعالی

گفت و گو با دکتر سعیدرضا عاملی

رئیس موسسه مطالعات آمریکای شمالی و اروپا دانشگاه تهران

مهم ترین چالش مهندسی فرهنگی نگاه آسیب شناسانه صرف است



دکتر سعیدرضا عاملی عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران است. وی موسس و عضو هیئت امنای کالج اسلامی مطالعات پیشرفته، موسس موسسه اسلامی حقوق بشر و عضو کمیته بین المللی جهانی شدن لندن و موسس و رئیس موسسه مطالعات اسلامی لندن می باشد. از وی کتابها و مقاله های متعددی به زبان فارسی و انگلیسی چاپ شده است.

تلقی دیگر که در کنار واژه جهانی شدن وجود دارد این است که این تصور به وجود می آید که یک مرکز برای جهانی شدن وجود دارد و آن مرکز یا مثلاً یک نگاه فرا استعماری جدید می خواهد دنیا را در استعمار خودش بگیرد. به نظر من جهانی شدن در ایران، با قرائت مارکسیستها و سوسیالیستها فهم شده و نگاه انتقادی که به جهانی شدن وجود دارد به خاطر این است که

با توجه به بحث جهانی شدن دو سویه یا جامعه دوقلو که مطرح کرده اید، جهانی شدن را برای ما تعریف کنید.

جهانی شدن واژه ای است که در مورد آن بدفهمی وجود دارد و این به خاطر کلمه جهان است که در آن به کار رفته است. تا صحبت از جهانی شدن می شود، اینگونه تلقی می شود که یک فکر، یک ایده، یک کلیشه و یک تولید، تمام جهان را در بر می گیرد و یک

نزدیک می‌کند به مفاهیمی که در دوران مهدویت با آن آشنا هستیم.

در روایات داریم که حضرت مهدی(عج) در یک نقطه می‌نشینند و با مردم جهان صحبت می‌کنند. ایشان می‌گویند و می‌بینند و مردم جهان ایشان را می‌بینند و می‌شنوند. خب این امر الان مثلاً در صنعت «ویدئوکنفرانسینگ» امر قابل قبولی است، حتی محتوای زمان امام با محتوای زمان ما نزدیک است که من نمی‌خواهم وارد آن بحث شوم.

از نظر من اگر بخواهیم گفتمان چپ را هم در جهانی شدن دخالت دهیم باید بگوییم که جهانی‌شدن، سخت‌افزار و نرم افزار دارد. جهانی‌شدن یک فرآیند طبیعی دارد و یک فرآیند ایدئولوژیک. جهانی‌شدن به اصطلاح یک سازوکار فیزیکی دارد و یک سازوکار محتوایی. بلکه من هم در جنبه جهانی‌شدن ایدئولوژیک و هم در حوزه محتوایی جهانی‌شدن این را قبول دارم که آن کسی که قدرت بیشتری دارد تلاش بر نفوذ بیشتر در جهان دارد اما معنایش این نیست که ما در این گردونه باید یک نگاه صرفاً آسیب شناسانه داشته باشیم و از فعالیت و خلق کردن در این حوزه غافل بمانیم. نگاه آسیب شناسانه باعث مرگ یک جامعه است اگر فقط یک نگاه غالب باشد. آسیب شناسی لازم است ولی اگر تبدیل به یک گفتمان غالب شد آن وقت جامعه فقط به آسیبها نگاه می‌کند، مثل فردی است که دائم مریض می‌بیند، دائم بیمار می‌بیند، دائم در جامعه قتل و جنایت می‌بیند. خب این فرد هم به طور طبیعی مریض می‌شود ولی وقتی در جریان خلق قرار می‌گیرد آنگونه خواهد شد که خداوند از بندگانش انتظار داشته، که مظهر اسما او شویم

ارتباط حاضر با غایب به وجود آمده و در حال توسعه یافتن است و اگر ما با نگاه عدالت‌گرایانه بخواهیم به این فرآیند نگاه کنیم، به نکات بسیار روشنی می‌رسیم. به عنوان مثال، ارتباط حاضر با غایب در یک فرآیند برنامه‌ای، نقش هیجانات انسان را، ارزشهای بین‌فردی و بین‌گروهی افراد را در توزیع منابع کشور به صفر می‌رساند و در واقع در قالب یک نظام برنامه‌ای «Code of indentification» است که منبعی می‌شود که یک سیستمی به کسی سرویس بدهد یا ندهد. به نظر من جهانی‌شدن دو «Master force» دارد. یکی از آنها صنعت حمل و نقل است؛ صنعت حمل و نقل باعث می‌شود جهانی‌شدن در جهان فیزیکی اتفاق بیفتد. به معنای اینکه هرچه صنعت حمل و نقل تندتر می‌شود، جهان، در بعد فیزیکی کوچکتر می‌شود.

یک صنعت دیگر نیز فضای مجازی جهانی‌شدن را به جریان می‌اندازد و آن، صنعت همزمان ارتباطات است. صنعت همزمان ارتباطات مفهوم زمان را عوض می‌کند، یعنی زمان فیزیکی بر مبنای متغیر سرعت، مکان و حرکت معنی پیدا می‌کند. اما مبنای زمان مجازی انتقال اطلاعات است. آن وقت اینجا شما با زمان «سین کرنیک» یا موازی مواجه هستید و در آنجا در جهان فیزیکی با زمان خطی. یک لحظه باید بپردازیم تا لحظه بعدی خلق شود. در زمان مجازی، لحظات همه ذخیره می‌شوند و موازی اتفاق می‌افتند، لذا می‌تواند هزار اتفاق به صورت موازی در یک زمان واحد انجام شود. این تحولی بسیار بزرگ است، تحولی است که اگر ما به سنت دینی خودمان مراجعه کنیم، خیلی ما را

بیشتر از دیدگاه چپ سوسیالیستی و مارکسیستی راجع به جهانی شدن بحث می‌شود. لذا بیشتر به جهانی شدن به عنوان یک انتقاد نگاه شده و جهانی شدن به عنوان یک جریان سرمایه‌داری نو فهم شده که می‌خواهد جهان را در سلطه خود بگیرد. ضمن اینکه من این موضوع را انکار نمی‌کنم که جهانی شدن یک جاهایی مساوی است با آمریکایی شدن، جهانی شدن یک جاهایی به معنای توسعه نظام سرمایه‌داری آمریکایی و غربی در جهان است و یک جاهایی به عنوان توسعه «نئولیبرالیسم» اما آن اتفاقی که جهانی شدن جدید را توضیح می‌دهد، ظهور صنعت همزمان ارتباطات است؛ صنعت همزمان ارتباطات با «مورس» آغاز شد و با اتفاقی که در حوزه مخابرات و رادیو و تلویزیون افتاد مختصات جهان را تغییر داد. این صنعت با آمدن اینترنت تبدیل به یک صنعت واقعیت مجازی شد؛ به این معنا که اگر در صنعت همزمان ارتباطات صدا می‌توانست به شکل همزمان منتقل شود یا پیام متن می‌توانست به شکل همزمان منتقل شود، امروز تمام عناصر ارتباط حضوری - منتهی به صورت مجازی - امکان انتقال پیدا کرده است، ویدئو کنفرانسینگ اتفاق افتاد، یا انتقال بو، که از طریق صنعت ارتباطات این امکان فراهم شده است. حالا جهانی شدن در این مفهوم ارتباطی؛ یعنی «Trans localization»؛ یعنی صنعتی که امکان ارتباط حاضر با غایب را، امکان ارتباط فرد با خارج از مکان خودش را برقرار می‌کند. معنای این امر این است که فرد در بستر جهانی شدن ارتباطات بر استبداد مکان، جغرافیا و زمان غلبه کرد. خیلی اتفاقات مبارکی در پرتو این

جغرافیای خاصی بودن ناخواسته قدرت و توان یک فرهنگ را بر فرهنگ دیگر تحمیل می‌کرد ولی اگر امروز کسی تلفن دستش می‌گیرد این احساس را پیدا می‌کند که دارد با یک ابزار صحبت می‌کند و این ابزار دارد با جای دیگری تماس برقرار می‌کند. اساساً آیا ما باید نگران باشیم از اینکه چیزی را که متعلق به دیگری است از آن استفاده می‌کنیم؟ تکنولوژی در زمان توسعه خود از جغرافیای خودش خارج می‌شود و تبدیل به یک ابزار جهانی می‌شود که ملتها و فرهنگهای مختلف از آن استفاده میکنند.

در فرد ایرانی، دو نوستالژی قوی است و اتفاقاً این دو نوستالژی، بنیاد برجستگی جامعه ایرانی است البته اگر ما درست از آن استفاده کنیم. یکی نوستالژی سنت است؛ ایرانی شدیداً سنت‌گراست و به سنتهای اجتماعی و دینی خود علاقه دارد.

نوستالژی دومی که در فرد ایرانی بسیار قوی است، نوستالژی پیشرفت است؛ آن کسانی که به طبل سنت‌گرایی محض می‌زنند به نظر من به این روحیه توجه نمی‌کنند. اگر ما به دنبال مهندسی فرهنگی هستیم، باید به این نوستالژی دوم شدیداً توجه کنیم؛ ایرانی شدیداً پیشرفت‌گراست، ایرانی را نمی‌توانید با هیچ ملیتی در دنیا در این مورد مقایسه کنید. وقتی آقای پروفیسور «مک دونالد» از استرالیا آمده بود، می‌گفت من به هشتاد و دو و سه کشور سفر کرده‌ام و فاصله بین واقعیت زندگی و انتظار از زندگی «Life expectancy» و «Life reality» در هیچ کشوری به اندازه ایران زیاد نیست.

فرض بر این است که در نظام

است و وقتی که اکثر سرویسهای اینترنتی، بانکهای اینترنتی و سرویسهای ارتباطی ماهواره‌ای قدرت غالبش در دست یک فرهنگ است، طبعاً نگاه استیلایی هم در آن مطرح می‌شود، همچنان که فرهنگهای

در فرد ایرانی، دو نوستالژی قوی است که اگر ما درست از آن استفاده کنیم بنیاد برجستگی جامعه ایرانی است : یکی نوستالژی سنت و یکی نوستالژی پیشرفت

غیر از ما، فرهنگهای اروپایی یا آسیای شرقی نیز به دنبال این هستند که در برابر این نفوذ فرهنگی مقاومت کنند. سوال این است که در مقابل این بحث، به نظر شما جامعه ایرانی باید به کدام گفتمان از جهانی شدن بپردازد؟ به نظر شما ما باید در کجای بحث قرار بگیریم تا بتوانیم مؤثر باشیم؟

این یک بحث قدیمی در دیدگاه‌های «مارکس» و «هگل» است و تأکید بر این دارند که تکنولوژی عامل تغییرات اجتماعی است یا بحث صنعت فرهنگ که از طرف مکتب فرانکفورت و آدورنو مطرح شد. بحث صنعت فرهنگ در زمان خودش بحث درستی بود. صنعت فرهنگ صنعتی است که فرهنگ تولید می‌کند، صنعتی است که فرهنگ توده‌وار تولید می‌کند، ولی به نظر من این گفتمان، گفتمان دقیقی نیست. ما باید تفکیک قائل شویم بین خیرگی تکنولوژی و دوره نهادینه شدن تکنولوژی و ابزارمند شدن آن. تلفن اولیه را وقتی کسی برمی‌داشت ممکن بود احساس بریتانیایی بودن به او دست بدهد، برای اینکه تلفن در بریتانیا اختراع شده بود و متعلق به یک جامعه خاص بود. این خاص بودن و متعلق به

و یکی از اسما خدا هم خلق است، ما باید خلق کنیم، نوآوری داشته باشیم، ابتکار به خرج دهیم و در این فضا فعالیت داشته باشیم. لذا جهانی شدن را نمی‌شود در یک تعریف واحد توضیح داد، باید به این تقسیمات توجه کرد ولی

اگر بخواهیم به یک مفهوم یک خطی یا یک تعریف یک خطی برای جهانی شدن برسیم، برای جهانی شدن بهتر است به جای واژه «Globalization» از واژه «Translocalization» استفاده کنیم. واژه فراملی شدن یا فرامکانی شدن «Trans place» را بگوییم. جهانی شدن یعنی یک فرآیند ارتباطی که موجب دسترسی به فضاهای خارج از جغرافیای حضور ما می‌شود، این یعنی جهانی شدن. جهانی شدن هم می‌تواند بد باشد، هم خوب. کما اینکه در ارتباطات حضوری هم همینطور است. در ارتباطات حضوری آدم می‌تواند هم با پلیدی مرتبط باشد و هم با نیکی و خیر

همانطور که شما هم اشاره کردید ، یک گفتمان وجود دارد که می‌خواهد در جهانی شدن خودش را تحمیل کند، آن چیزی که در بحثهای داخلی ما نیز مطرح می‌شود، نوعی مقابله و درواقع نگاه تدافعی به این مسئله است. از طرفی هم می‌دانیم که قدرت مطلقه تمام این تکنیکهای فنی که شما به آنها اشاره کردید در دست دولت آمریکا

مدرن جنبه‌هایی وجود دارد که به جنبه محتوایی دنیای مدرن برمی‌گردد که اینها باید توسط ارزشهای ما تولید شود. ما در خیلی از زمینه‌ها با محتوا مشکل داریم. جنبه‌هایی از آن نیز جنبه‌های ابزاری است که می‌تواند بر سنت و ارزشهای ما افزوده شود؛ یعنی سنت به علاوه ابعاد ابزاری زندگی مدرن که می‌تواند زندگی جدید ایرانی را در یک مسیر ادامه دهد والا جنبه‌های محتوایی و ایدئولوژیک آن را نمی‌توانیم بپذیریم.

یک نکته را باید اینجا در نظر بگیریم: ما بحث مواجهه را داریم که در صحبت‌های شما نیز پررنگ بود. در این مواجهه باید چه کار کرد؟

در مواجهه فرهنگی، همیشه فرهنگ ضعیف می‌بازد. زمانی ما در مواجهه موفق می‌شویم که فرهنگ قوی و قدرتمند داشته باشیم، فرهنگ قدرتمند برابر آدم قدرتمند است. شما ببینید آدمی که اعتماد به نفس دارد و باورهای خودش را پذیرفته و به آن احترام می‌گذارد، در هر فرهنگی برود فضای خودش را می‌سازد، یعنی شروع می‌کند اولاً دنبال محراب و مسجد و ارزشهای خود. دنبال حفظ خانواده خودش است؛ برای اینکه پذیرفته است که ارزشمندترین دیدگاه در درجه اول اعتقاد به خدا و توحید است؛ توحید با او هست. ولی اگر فرهنگی چه به لحاظ جمعی و چه به لحاظ فردی ضعیف شد، این فرهنگ در هر جامعه‌ای که برود و در هر مواجهه‌ای قرار بگیرد، مانند بوقلمون رنگ عوض می‌کند. فرهنگ را باید قدرتمند کرد. اگر فرهنگ محلی ما قدرتمند شود، در عرصه جهانی هم قدرتمند می‌م.

حال این فرهنگ در چه تابعی قرار می‌گیرد تا معنادار شود؟ من در مقاله‌ای که در اسپانیا ارائه کردم یک ماتریس برای فرهنگ ترسیم کرده‌ام. آن ماتریس این است که اگر دو قدرت و دو عشق در یک فرهنگ صورت بگیرد، آن فرهنگ صد در صد قدرتمند است، که البته جزئیاتش قابل بحث است. در کلیتش اگر کسی بخواهد بحث و تفسیر کند، قطعاً انتقادات زیادی بر او وارد است ولی اگر جزئیاتش تفسیر شود به نظر من قابل دفاع است. یکی عشق به فرهنگ و ارزشهای فرهنگی و محلی است؛ این عشق باید وجود داشته باشد، وقتی این

تاکید بیش از حد بر آسیب‌ها جامعه را به یاس می‌کشاند و روح خلاقیت و نوآوری را از جامعه سلب می‌کند

عشق وجود داشت مانند یک قوه جاذبه، هر جایی که این فرد برود این جاذبه او را به سمت خودش می‌کشد. عشق دومی که باعث می‌شود مهاجرت‌های مجازی و فیزیکی صورت بگیرد و موجب باخت ما در مواجهه با فرهنگ‌های دیگر نشود، عشق به دولت است. عشق به دولت بسیار بسیار اهمیت دارد. تعلق سیاسی در یک کشور، حس عضویت در فضای ملی، تعلق ملی، که من از اینها تعبیر به عشق سیاسی و عشق به دولت می‌کنم. این دو تا عشق وقتی صورت گرفت، اولاً فرد علاقه‌ای به مهاجرت ندارد، چون مگر مهاجرت چیست؟ مهاجرت تابع قانون جاذبه‌های مقصد و

دافعه‌های مبدأ است. اگر این دو نیروی جاذبه و دافعه همزمان صورت بگیرد فرد اگر بتواند، فیزیکی مهاجرت می‌کند و اگر نتواند، مجازی مهاجرت می‌کند. گاهی در حوزه فرهنگ، با آدمهایی مواجه می‌شویم که احساس می‌کنیم اینها متعلق به این جامعه نیستند، اینها مهاجرت مجازی کرده‌اند، نهادهایی که این افراد با آن‌ها ارتباط دارند و آدمهایی که با آن‌ها ارتباط دارند، در سرزمین‌های دیگر هستند ولی وقتی این دو عشق بود اگر مکان فرد هم عوض شود، یعنی اینکه یک فرد ایرانی با این دو عشق برود آمریکا زندگی کند یا هر کشور دیگر، در هر صورت این فرد یک ایرانی مسلمان شیعه است و متعلق به این سرزمین است.

حال اگر به جای این دو عشق، نفرت باشد، یا یکی عشق و یکی نفرت شود. دو تا نفرت داشته باشیم به جای عشق، نفرت از فرهنگ و تمدن به هر دلیلی و نفرت از دولت. اینجا شما قطعاً با مهاجرت‌های وسیع فیزیکی و مجازی مواجه می‌شوید. اتفاقی که مثلاً در آلمان شرقی و در روسیه در آغاز فروپاشی افتاد. گاهی عشق، معطوف به فرهنگ است، نفرت از دولت است، گاهی عشق معطوف به دولت است، نفرت از فرهنگ است، چیزی که در زمان «آتاتورک» اتفاق افتاد. آتاتورک دوری از فرهنگ و تمدن خودش را تشویق کرد. ولی نکته من این است که همیشه برآیند بین عشق و نفرت نیست، گاهی ممکن است تمایلات شدت و ضعف داشته باشد یا بی‌علاقگی ولی این نکته را باید تقویت کرد که تأکید می‌شود به این نکته که با نگاه تعامل، خلق و پیشرفت‌گرایی و با پارادایم سنت‌گرایی

فرهنگ جزو واژه‌هایی است که سهل و ممتنع است. تعاریف خیلی زیادی از آن ارائه شده و اساساً فرهنگ، مفهومی است که خیلی تابع زمانه است. یعنی شما نمی‌توانید تعریف مطلق از فرهنگ ارائه دهید و بخواهید با آن تعریف مطلق فرهنگ را جلو ببرید لذا اگر شما در ادبیات فرهنگ‌شناسی هم مراجعه کنید میبینید که مثلاً در دوره روشنگری اروپا (enlightment) فرهنگ واژه‌ای بود که به عنوان سبک زندگی طبقه بالای جامعه استفاده می‌شد، لذا از مفهوم با فرهنگ و بی‌فرهنگ استفاده می‌شد. فرهنگ مقوله‌ای است که تغییر می‌کند، اما از زمان «ویلیامز» به بعد، در حوزه فرهنگ‌شناسی، که الان هم جنبه‌ی رایجی دارد، در ایران هم شاید خیلی‌ها فرهنگ را به این معنا می‌گیرند، فرهنگ را به معنای روش زندگی می‌گیرند یا سبک یا مسیر زندگی (the way of life) به نظر من باید مقداری در این امر تجدید نظر کرد که منظور ما از فرهنگ چیست؟ ما باید ذهن اجتماعی را کالبد شکافی کنیم. باید ببینیم که در کالبد شکافی ذهن اجتماعی چه تلقی راجع به فرهنگ وجود دارد؟ وقتی ما می‌گوییم می‌خواهیم فرهنگ را برنامه‌ریزی یا مهندسی کنیم منظورمان چیست؟ به نظر من فرهنگ به جنبه‌های برجسته زندگی مربوط می‌شود و در واقع فرهنگ، تمدن زنده است. فرهنگ عبارت است از جنبه‌های برجسته زندگی. فرهنگ یکی از وجوه برجسته زندگی است و اتفاقاً نگرانی‌های ما مربوط به آن وجوه برجسته است؛ یعنی ما نگران هستیم از اینکه جشن‌ها، سرگرمی‌ها و شادی‌های ما به عنوان یک جنبه برجسته زندگی که وجود دارد، ایرانی اسلامی هست یا نیست. حال اگر

ما را به آن تشویق می‌کنند که ما باید به سمت نوآوری حرکت کنیم. اینجا این ابهام وجود دارد که آیا باید همه اینها بومی باشد؟ مثلاً در پیشرفت گرایی ما فقط باید به عناصر بومی توجه کنیم و فقط از ابزار بومی استفاده کنیم؟ نه، اینجا خیلی از عناصر هست که می‌تواند

یکی از راهکارهایی که صنعت رسانه‌ای ما باید انجام بدهد این است که از تکنیک مشابه‌ای استفاده نکند، این تکنیک باید تولید شود و باید دید متناسب با ارزش‌های دینی و الهی خودمان از چه صنعت رسانه‌ای می‌توانیم استفاده کنیم

غیربومی باشد. ما باید تولیدمان در این فرآیند سنتی مدرن به گونه‌ای باشد که نگاه «اینجا ایران است» کاملاً در فرد برجسته شود. در «اینجا ایران است» اسلام، تشیع و تمدن ایران به صورت عناصر برجسته وجود دارد ولی مهم این است که این حس بودن در ایران، حس عضویت در جامعه ایران در این فرهنگ پررنگ شود.

اگر بخواهیم رابطه‌ای بین فرهنگ و مهندسی فرهنگی تعریف کنیم به چه مولفه‌هایی می‌توان اشاره کرد؟

در درجه اول باید ببینیم منظور ما از فرهنگ چیست؟ ما از فرهنگ چه می‌دانیم که می‌خواهیم آن را مهندسی کنیم، چون

به توسعه فرهنگی جامعه ایران فکر کنیم. دقیقاً در قالب این مدل به آن نگاه می‌کنم که اگر بخواهیم یک جامعه‌ای داشته باشیم که این جامعه قدرتمند باشد، باید به نوستالژی‌هایش توجه کنیم. نوستالژی‌های آن نوستالژی‌های مقدسی است، نوستالژی‌های بدی نیست،

نوستالژی‌هایی که در زمینه سنت وجود دارد در واقع مبین تمایلات و ارزش‌های دینی و روح سنت اجتماعی ماست.

اساساً تمدن ما و تمدن ایرانی ما را زمانی که دوره‌بندی می‌کنند، از شش دوره اساسی آن، چهار دوره متعلق به دوره بعد از آمدن اسلام به ایران است. شما اگر به آثار فیزیکی تمدن هم نگاه کنید ارزش‌های اسلامی ما ظهور دارد. اولاً تمدن ما بیشتر حول و حوش مسجد و مراکز دینی شکل گرفته و یا آن آثار و میراثی که بعد از این دوره وجود داشته است، سبک نظام شهرسازی‌مان هم همین طور است. لذا نوستالژی دوم که پیشرفت گرایی است، امری است که دولتمردان ما و بزرگان،

کسی که قدرت و تلاش بیشتری دارد، نفوذ بیشتری هم در جهان دارد اما معنایش این نیست که ما در این گردونه باید یک نگاه صرفاً آسیب شناسانه داشته باشیم و از فعالیت و خلق کردن در این حوزه غافل بمانیم

با این نگاه به فرهنگ بنگریم و آن را به عنوان یک جنبه برجسته زندگی به حساب آوریم و به تعبیر دیگر فرهنگ را به معنای وجه زنده تمدن بگیریم؛ سوال این است که آیا می‌شود آن را مهندسی کرد یا نه؟

با توجه به آن چیزی که مدنظر مقام معظم رهبری است و اگر به نگاهی که ایشان به موضوع داشتند توجه کنیم، به برنامه‌ریزی فرهنگی می‌رسیم. نگاه ایشان این بود که فرهنگ را می‌شود برنامه‌ریزی کرد، و جوهی از فرهنگ را می‌شود برنامه‌ریزی کرد؛ یعنی فرآیندهای اختیاری‌ای در فرهنگ وجود دارد. بالاخره آنهایی که با واژه مهندسی فرهنگی مشکل دارند احتمالاً می‌خواهند بگویند شما به قدرت اراده انسان توجه نکرده‌اید، به قدرت دخالت فرد در فرهنگ زندگی‌اش توجه نکرده‌اید و می‌خواهید او را به عنوان یک ماشین نگاه کنید! نه انسان ماشین نیست. انسان، انسان است و انسان صاحب اراده است، انسان صاحب انگیزه است، ولی اگر به ملاک و معیار برگردیم، فکر می‌کنم مخالفین هم در این جهت مشکلی نداشته باشند که جوهی از فرهنگ زندگی ما هست که قابل برنامه‌ریزی است.

امروز ما می‌توانیم تمدن را با اراده بسازیم. با اراده این نسل و اراده این مردم می‌شود تمدنی را ساخت که نسل بعد هم که آمد نسل امروز کنارش بایستد و احساس «بودن» کند. چون اتفاقاً یکی از عناصری که در فرهنگ وجود دارد و در جنبه‌های برجسته اهمیت دارد، این است که احساس بودن در جامعه به انسان دست می‌دهد. یک جامعه کنارش می‌ایستد و می‌گوید من هستم، ما هستیم. واقعا این

نقد را شورای عالی انقلاب فرهنگی باید پررنگ کند که در بیست و هفت سال بعد از انقلاب، اگر ما منتقد غرب هستیم چرا بنای غرب را توسعه می‌دهیم؟ چرا تمام ساختمانهای دولتی که در این ایام ساخته شد به نوعی توسعه نظام و معماری غرب بود، مثلاً این ساختمان

آنچه در مهندسی فرهنگی مهم است، توجه به نقش قدرت اراده انسان است پیش شرط برنامه‌ریزی فرهنگی احترام به اراده انسان است که اتفاقاً یکی از ارکان ارزش‌های دینی ماست

مجلس شورای اسلامی. بالاخره باید کنارش بایستیم و بگوییم من هستم، ما هستیم. برج میلاد یک کپی است از نمونه‌های همین برجی که در دنیا ساخته شده است. البته از وجوه موفق معماری ایرانی نمی‌شود چشم پوشی کرد. بعد از انقلاب مثلاً بنای مصلاي تهران، حس افتخار در ایرانی ایجاد می‌کند، منتهی باید برجسته‌اش کرد، مطرحش کرد و آن را به یک نماد ملی تبدیل کرد.

حالا بحث من این است که ما اگر به جای مهندسی فرهنگی برنامه‌ریزی فرهنگی و سیاستگذاری فرهنگی را بگذاریم، این قابل پذیرش است، می‌شود اتفاق بیفتد منتهی با یک پیش شرط؛ پیش شرط نگاه برنامه‌ریزی فرهنگی، احترام به اراده انسان است که این اتفاقاً یکی از ارکان ارزش‌های دینی

ماست. دین عرصه‌ای است که در آن به انتخاب انسان احترام گذاشته شده است. منظورم در این است، که در برنامه‌ریزی فرهنگی دائماً باید توجه به اراده انسان باشد. یعنی این نگاه باعث نشود که ما انسان را ماشین، درخت و چوب فرض کنیم. انسان، انسان است. انسان موجود صاحب اراده است. در برنامه‌ریزی باید به این اراده توجه شود وگرنه این یک امر بسیار طبیعی است که اگر ما برنامه‌ریزی فرهنگی نکنیم، دیگران برای ما برنامه‌ریزی فرهنگی می‌کنند. اگر ما نتوانیم مسیر درستی را در پیش روی این نسل بگذاریم، دیگران مسیر بد راپیش‌روی آنها می‌گذارند.

شما بیشتر به جنبه محتوایی فرهنگ وسیال و زنده بودن آن اهمیت می‌دهید. آیا صورت فرهنگ مهم نیست؟ مثلاً کت و شلوار پوشیدن؟ یا آپارتمان‌نشینی؟ به نظر شما تکنولوژی فرهنگ خودش را نمی‌آورد؟ این صورت نمی‌تواند محتوا را تغییر بدهد؟

تکنولوژی جنبه ابزاری دارد. شما می‌توانید با ابزار صورت بندیهای مختلفی کنید. اینکه من از آن طرف با روحیه سنتی‌گرایی روی مسئله تأکید دارم و همزمان هم معتقدم باید روحیه پیشرفت‌گرایی را به عنوان یک مینا قرار دهیم معنای آن این نیست که ما نمی‌توانیم توسط تکنولوژی صورت‌بندی جدیدی را به وجود بیاوریم؛ مثلاً الان انواع و اقسام کلیپ‌های تصویری به وجود می‌آید. ما با کلیپ تصویری نباید مخالفت کنیم. باید بر نوع خاصی از کلیپ تصویری تأکید کنیم. اساساً به نظر من این حالت تدافعی دائم داشتن

آسیب اجتماعی می‌شود. شما الان صدا و سیما را نگاه کنید. صدا و سیما با نگاه آسیب‌شناسی برنامه تولید می‌کند یعنی دائماً داستانهایی که تبدیل به فیلم می‌شود، آسیبهای اجتماعی است که در جامعه وجود دارد و مربوط به یک قشر خاصی از جامعه است. این نگاه در صدا و سیما یک جامعه بیمار تولید می‌کند در صورتی که می‌توانیم یک ایرانی را در فیلم تولید کنیم که این ایرانی قدرت گره‌گشایی اجتماعی دارد. می‌توانیم یک ملودرامی را از صدا و سیما عرضه کنیم که یک فرد خردمند و با فرهنگ ایرانی را به نمایش بگذارد.

از نظر من مهمترین آسیب، خود نگاه آسیب‌شناسانه است و در مقابل آسیب‌ها، نگاه خلاقیت و نوآوری و نگاه ساختن و نه‌راسیدن از تعامل با دیگران راهکاری است که می‌تواند با روحیه‌ای که در فرهنگ ایرانی وجود دارد کارساز باشد و ما روحیه فرهنگ ایرانی را باید درک کنیم.

یک قدرت برتر در بحث تکنولوژی آمریکا است و قطعاً آنها یک مهندسی فرهنگی یا مدیریت فرهنگی هم برای خودشان دارند که این قضیه را تعمیم می‌دهند. آنجا این مباحث چگونه است؟ آیا یک ارگان خاص متوجه مهندسی فرهنگی یا فراهم کردن بسترهای لازم می‌شود؟ سؤال دیگر اینکه به عنوان مثال در بحث مهندسی فرهنگی، درست است که در خارج بحث جهانی سازی را مطرح می‌کنند ولی در داخل، خودشان تضاد قومیت را خیلی پر رنگ می‌کنند. می‌خواستم بدانم هدف آنان چیست؟ آیا این الگو موفق است و این موضوع قابل پیاده شدن در ایران است؟

دست دشمن باشد. این مسئله خیلی امیدوار کننده است. با توجه به همه مقدراتی که جهانی شدن در اختیار ما می‌گذارد، چالشهای ما در مهندسی فرهنگی چیست؟ شما فرمودید که در جاهایی آمریکایی شدن اتفاق افتاده است، اما این هم جهانی شدن را زیر سؤال نمی‌برد، چالشهای ما در این عرصه چیست؟

ما باید این نکته را بپذیریم که جهانی شدن فاعل مطلق ندارد. ما با یک جهانی

به نظر من فرهنگ به جنبه‌های برجسته زندگی مربوط می‌شود و در واقع فرهنگ، تمدن زنده است

شدن مواجه نیستیم، با جهانی شدنهای متکثری مواجه هستیم و یکی از این جهانی شدنها آمریکایی سازی جهان است که بسیار هم خطرناک است و به دنبال غلبه بر جهان است و می‌خواهد استانداردهای خودش را در جهان تحمیل کند. البته از استانداردهای بالایی نیز استفاده می‌کند که این استانداردها می‌تواند تأثیر گذار باشد. شما ببینید که مثلاً کتاب مثنوی معنوی مولانا در آمریکا پرفروش‌ترین کتاب می‌شود. این هم جهانی شدن ایرانی و جهانی شدن ارزشهای ایرانی است و یک فرصت تاریخی برای ما به وجود آمده است. این واقعاً یک فرصت بزرگ تاریخی است که ما بتوانیم دوباره آن وضعیت برجسته ایران را در جهان پیدا کنیم. چالشی که در این میان برای ما مطرح است، یعنی مهمترین چالش، نگاه آسیب‌شناسانه است. یعنی آن چیزی را که ما بعنوان یک آسیب گریز به آن نگاه می‌کنیم تبدیل به یک

در حوزه فرهنگ خیلی خطرناک است چون حالت تدافعی داشتن در حوزه فرهنگ یک حالت شوک دارد. ما در دوره جنگ آن زمان که حالت پدافند داشتیم، همه سختی‌های زیادی داشتند، سردرد می‌گرفتند، و به یک بهانه‌ای می‌خواستند برگردند. ولی آن زمان که عملیات بود همه نشاط داشتند و کار می‌کردند. عرض من این است که ما در این حوزه باید با رویکردهای سنت‌گرایانه خودمان فعال عمل کنیم و

از تکنولوژی به عنوان یک ابزار استفاده نکنیم. ما نباید جنبه استفاده ابزاری از تکنولوژی جدید را انکار کنیم، منتها باید آن را در یک صورت ایرانی باز تولید کنیم و در آن صورت ایرانی از آن بهره ببریم.

در فرمایشات حضرت عالی نکته‌ای خاص و در خور توجه وجود دارد. بحث‌هایی که درباره جهانی شدن مطرح می‌شود این احساس را به انسان دست می‌دهد که گویی در مقابل یک هجوم خانمانسوز قرار گرفته است حال آن که در نگاه شما از قضا جهانی شدن مقدرات ما را در عرصه جهانی صد چندان کرده است. برای اینکه بتوانیم هویت ملی، هویت منطقه‌ای، ارزشهای اسلامی، دینی و بومی خودمان را بیان کنیم ابزارهای قدرتمندی را در اختیار ما نهاده است، حتی با وجود این واقعیت که قدرت کنترل تمام این ابزارها در



**امروز هم ما می‌توانیم تمدن را با اراده بسازیم.
با اراده این نسل و اراده این مردم می‌شود
تمدنی ساخت که نسل بعد هم که آمد نسل امروز کنارش
بایستد و احساس «بودن» کند**

ایران وحشت را نمایش می‌دهد، اگر آمریکایی‌ها در صنعت بازنمایی‌شان اسلام وحشت را نشان داده‌اند، ما نباید در تکنیکمان از آن صنعت استفاده کنیم. ما در صنعت بازنمایی خودمان باید آمریکای ناموفق و آمریکای موفق را در کنار هم توضیح بدهیم. این امر هم برای سلامت اجتماعی خودمان مفید است و هم زبان راستگویی، زبانی است که تیغش در جریان فرآیندهای اجتماعی برنده‌است.

به نظر من ما باید نگاه کنیم و ببینیم که چه صنعت رسانه‌ای را متناسب با ارزش‌های دینی و الهی خودمان مورد استفاده قرار دهیم. نباید لزوماً از همان تکنیک استفاده کنیم. ■

بود به این خاطر بود که قائل بود اینها دو دروغ می‌گویند. یک دروغ را زمانی می‌گویند که تصویر را از واقعیت می‌گیرند و دروغ دوم آنان این است که آنان واقعیت را نقاشی می‌کنند. لذا در مدینه فاضله‌اش هم جایی برای هنرمندان قائل نبود. موفقیت صنعت رسانه‌ای ایرانی و اسلامی ما در این است که بتواند خودش را دور کند از صنعت دروغگویی و نزدیک کند به صنعت راستگویی، هزینه صنعت راستگویی بسیار بالاست و ممکن است در کوتاه مدت در جریان رقابتی نتواند برود ولی قطعاً در درازمدت برنده این میدان خواهد بود.

اگر آمریکایی‌ها در صنعت بازنمایی

الگوی آمریکایی با این نگاه طراحی شده است که بتواند بالاترین استاندارد پذیرفته شده هیجانانگیز اجتماعی جوامع را نشان‌گیری کند. آمریکایی‌ها به یک نوع بومی‌سازی فکر می‌کنند، در همه تولیداتشان، که آنها را اسیر تولید متکثر نمی‌کند. یک نگاه در بومی‌سازی است که ما را اسیر نگاه متکثر می‌کند. باید برای هر فضا محصولی متناسب با آن فضا تولید کنیم. یک نگاه بومی‌سازی است که نگاه فراگیر دارد و اسیر تکثر نمی‌شود. در واقع هر جا که آن تولید می‌رود، پذیرفته می‌شود. هالیوود هر جا می‌رود بیننده خودش را دارد. آمریکایی‌ها دنبال تولید متکثر بومی نبوده‌اند و در فضای آنان نیست. یک استاندارد تعریف می‌کنند و این استاندارد را طوری برنامه‌ریزی می‌کنند که نائقه‌های مادی جوامع را نشان بگیرد. این نائقه به گونه‌ای است که خستگی را به دنبال نمی‌آورد. بعد از یک مدتی افراد مصرف‌کننده این صنعت می‌شوند، صنعتی که بیشتر به انگیزه‌های مادی جوامع توجه می‌کند، انگیزه‌های کوتاه مدت جوامع را نشان می‌گیرد، ولی در درازمدت جواب نخواهد داد. ما در این فضا باید چکار کنیم؟ یکی از کارهایی که صنعت رسانه‌ای ما باید انجام بدهد این است که نباید از تکنیک مشابه استفاده کند. این تکنیک باید تولید شود. تکنیک رسانه‌ای آمریکایی مبتنی بر صنعت بازنمایی است؛ مبتنی بر صنعت برجسته‌سازی است؛ مبتنی بر تعریف سناریوهای خاص با گرفتن عنصر واقعیت یا بخشی از آن است. البته معمولاً در این صنعت بازنمایی، دروغگویی به صورت رسمی اتفاق می‌افتد.

اینکه افلاطون به هنرمندان مشکوک

گفت و گو با آقای دکتر جمشید جعفرپور

رئیس کمیسیون مشورتی شورای عالی انقلاب فرهنگی

مهندسی نظام آموزشی بخشی از مهندسی فرهنگی است



دکتر جمشید جعفرپور عضو هیأت علمی دانشگاه تربیت معلم و دارای دکترای فقه و حقوق می‌باشد. ایشان ریاست کمیسیون تعلیم و تربیت دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی را در کارنامه خود دارد و هم‌اکنون رییس کمیسیون مشورتی این شورا است.

می‌دانیم که سیر نهایی خودش را ادامه می‌دهد و یا پروژه‌های است که آمریکایی‌ها به یک مفهوم و غرب به مفهوم کلی‌تر تلاش می‌کنند در حوزه‌های مختلف، فرهنگ و اقتصاد جهان سوم را تحت تأثیر خود قرار دهند و آن را در راستای منافع‌شان هدایت کنند؟

درباره اولین محور بحث، یعنی بحث جهانی شدن، شما به نحوی اشاره داشتید که دو نگاه و رویکرد به این

این شماره نشریه در نظر دارد به مهندسی فرهنگی و جهانی شدن - که نزدیک به یک دهه به صورت جدی مطرح است - بپردازد. جهانی شدن آثار و نتایج بسیار عظیمی در حوزه‌های اقتصادی و فرهنگی دارد. حال ما می‌خواهیم بدانیم در این عرصه آیا می‌توان مهندسی فرهنگی کرد یا نه؟ دیگر اینکه بحث جهانی شدن را یک فرآیند طبیعی، محصول یک تاریخ

و با کشورهای دیگر متفاوت باشد. اگر ما بگوییم دیگر مرزها تضعیف شده‌اند، هویت ملی اهمیت و معنای خودش را از دست می‌دهد. اگر هویت ملی و مرز هم تضعیف شده، پس بحث مهندسی فرهنگی چه لزومی دارد؟ و نگاه شورای عالی انقلاب فرهنگی به این بحث چیست؟

داستان بین صفر یا صد نیست. واقعیت این است که مرزها تضعیف شده، اطلاعات و ارتباطات از مرزهای سیاسی یا کشوری فراتر رفته است. تأثیر می‌گیریم و تأثیرگذار هم هستیم، اما این به معنای آن نیست که هیچ‌گونه هویتی از پیشینه خودمان برایمان باقی نمانده است. الان بحث من در مورد ایران و جمهوری اسلامی هم نیست. این واقعیتی در مورد همه کشورهای است. واقعیت این است که به هر میزان استحکامات فرهنگی و پایه‌های هویت ملی و فرهنگی در یک جامعه مستحکم باشد، میزان تأثیرپذیری آن نیز کمتر است. هر جامعه و هر کشوری که بیشتر بتواند مولفه‌های فرهنگی خود را ارائه کند، طبیعتاً تأثیرگذارتر است. بحث بر سر شدت و ضعفی است که به ریشه‌های فرهنگی یک جامعه بر می‌گردد. اما نگاهی که در شورای عالی انقلاب فرهنگی در مورد جهانی شدن بود، یک نگاه بینابینی را پیشنهاد می‌کرد یعنی؛ نه بطور کامل بحث جهانی شدن یک فرآیند طبیعی است که هیچ‌گونه مدیریتی بر آن اعمال نمی‌شود و نه اینکه یک جریان هدایت‌شده است که کشوری که قدرت دارد هرطور که دلش می‌خواهد جهان را پیش می‌برد. این هم با خیلی از شواهد سازگاری ندارد. این نگاهی است که در جلسه شورا مطرح شد

و چه بسا آنها را به مسائل شخصی و بومی خودمان ترجیح بدهیم. در نتیجه به شدت این تأثیر و تأثر افزایش یافته است. طبیعتاً افراد را به تفکر و می‌دارد که راجع به آنها نقدهای مثبت یا منفی داشته باشند؛ بخشی از آن را بپذیرند و خودشان را تعدیل کنند یا در برابر بخشی از آنها مستحکم بشوند. بر روی مواضع خودشان پافشاری بیشتری کنند. هر قدر که یک جامعه از فرهنگ مستحکم‌تر و متقن‌تری برخوردار باشد، مقدار ایستادگی آن بیشتر می‌شود و از واژه‌های بیشتری استفاده می‌کند. از سویی هر قدر از ضعف و سستی پایه‌های فرهنگی برخوردار باشد، طبیعتاً در مواجهه، دیگران بر او برتری می‌یابند و دریافتی‌ها بیش از ارسالی‌ها می‌شود. گیرندگی این فرهنگ بیش از فرستندگی اوست. این واقعیتی است که الان در صحنه اتفاق می‌افتد. این واقعیت باید در کارها و تصمیمات ما به شدت مؤثر واقع شود. یعنی اگر ما این موضوع را به عنوان یک واقعیت پذیرفتیم، یک سری الزامات برای ما به وجود می‌آورد تا در عمل رعایت کنیم وگرنه ضربه می‌خوریم.

ملاک تعیین‌کننده هر کشور، مرز است. شما از یک طرف می‌فرمایید ما باید در مقابل هجوم به فرهنگمان یک موضع اتخاذ کنیم و از سوی دیگر قائل به این مسئله هستیم که مرزها در حال تضعیف شدن هستند. فرق دنیای سنتی و مدرن هم در این است. در دنیای مدرن مرزها شکل گرفت و بعد ملتها تشکیل شدند و هر کشوری خواست هویتی را برای خود ترسیم کند که در این هویت همه عناصر فرهنگی مشخص باشد

موضوع وجود دارد؛ گروهی بحث جهانی شدن را مطرح می‌کنند و آن را حاصل رشد امکانات و فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی و به تعبیری تبدیل جهان به یک دهکده کوچک، قلمداد می‌کنند و گروهی هم آن را یک پروژه و یک برنامه هدایت‌شده و طرح‌ریزی‌شده می‌دانند که نیروهایی با هدایت‌های خاص و نامحسوسی تلاش در رساندن دنیا به آن نقطه مشخص دارند. از طرفی هر کدام از این دو گروه برای خودشان ادله و شواهدی را ارائه می‌کنند. به هر حال واقعیتی در حال ظهور است. چیزی که با هدایت و به شکل طبیعی و خودکار دارد این کار را به انجام می‌رساند و به شدت مرزها را در نور دیده و به عبارتی مرزهای جغرافیایی و سیاسی شناخته‌شده تقریباً مفاهیم خود را از دست می‌دهند. امروزه مرزهای بین‌المللی به شدت تضعیف شده و یک حالت در هم تنیدگی و نزدیکی شدید بین حوزه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و از جمله فرهنگی در جهان مشاهده می‌کنیم. این اتفاقی است که افتاده و دارد تشدید می‌شود. حاصل رشد بسیار سریع فناوری‌های ارتباطی و به تبع آن اطلاعاتی و شفاف شدن همه اتفاقات و مواضع شده است. چیز نامشکوف و مخفی به آن معنا، امروزه دیگر باقی نمانده است. کمترین اطلاعات در ظرف چند ثانیه به آن طرف دنیا مخابره می‌شود و همه از آن مطلع می‌شوند. در واقع همه در خانه‌ها و مرزهای شیشه‌ای زندگی می‌کنیم. طبیعتاً از یکدیگر آگاه هستیم و به طور طبیعی ما تأثیر می‌گیریم. هیچ چیز از رفتار همسایه‌های ما و دیگران بر ما نامشکوف نیست لذا می‌توانیم راجع به آنها تأمل کنیم. خوب و بد آن را دریابیم

است. مخاطب این آسیب‌ها بیشتر قشر جوان است. آسیب‌هایی که از این بابت می‌بینیم باید در مهندسی فرهنگی برنامه‌ای برایش داشته باشیم. اگر قبول دارید، این آسیب‌ها و راهکار مقابله با آنها چیست؟

این نکته که جوان‌ها هدف عمده جهانی‌سازی یا تهاجم فرهنگی هستند نکته صد در صد درستی است. به دلایل مختلف هم این مطلب تأیید می‌شود: اولاً کشور ما کشور جوانی است و بخش عمده‌ای از ساکنان این کشور جوان هستند. دوم به دلیل اینکه این جوان‌ها هستند که می‌توانند این انقلاب و سابقه به وجود آمده در طول ربع قرن اخیر را حفظ کنند که صدمات فراوانی به مخالفان انقلاب وارد می‌کند. لذا به انحراف کشاندن آن بخش، از اهداف اولیه هر دشمنی به حساب می‌آید. کارها و محصولات که تولید می‌شود مخاطب آن قشر جوان جامعه است. آنها تأثیرپذیر هستند. هدف آن بحث‌ها جوان‌ها هستند. لذا این مطلب کاملاً درست است و البته برای ما تکالیفی هم ایجاد می‌کند. آسیب‌هایی که ممکن است به کلیت جامعه، بویژه به جوانان وارد شود همین بحث گسستگی و گسیختگی از سوابق فرهنگی و ریشه‌های فرهنگی خودشان است. یکی از جاهای آسیب‌پذیر اینجا است که این زیبایی‌ها را خوب تبیین نمی‌کنیم. ما در دینمان زیبایی‌هایی داریم که می‌تواند هم برای کسانی که مسلمان هستند و به طور طبیعی تمایل دارند و هم برای افرادی که به دنبال حقیقت هستند جذاب باشد، ولو غیر مسلمانان، ولی ما آن چهره‌های زیبا، جذاب و رحمانی دین را نمایش نمی‌دهیم. دشمنانی داریم که تلاش می‌کنند چهره عبوسی از فرهنگ دینی ما

چیزهایی در دید یک ملت خوب جلوه می‌کند و یک‌سری چیزها ضد ارزش و غیرارزشی اسم‌گذاری می‌شود. از دل این ارزش‌ها و ضد ارزش‌ها، هنجارها و ضد هنجارها تولید می‌شوند. ارزش‌هایی که به شکل عملکرد غالب جامعه تجلی می‌کند و فرهنگ یک جامعه نام می‌گیرد. فرهنگ جامعه آن است که از میان ارزش آمده و نمود بیرونی و رفتاری پیدا کرده است. لذا فرهنگ ایرانی حالا چه در بعد مذهبی و چه در بعد ملی آن مولفه‌هایی است که عموم مردم ایران در عمل به آن متعهد هستند، نه در فکر و اندیشه. این یک مقدار کار را برای ما عینی‌تر می‌کند. اگر ما می‌گوییم مهمان‌نوازی را به عنوان صفت ایرانی‌ها مثال می‌زنند، به دلیل این است که بطور فراوان نمود دارد. در غالب صحنه این کشور شما به هر گوشه‌ای مراجعه کنید این خصیصه را مشاهده می‌کنید. ممکن است یک ضد هنجارهایی هم به عنوان خصلت‌هایی

که بر اساس آن شروع این موج طبیعی بوده، حاصل همان فناوری‌ها، رشد تکنولوژی‌ها و ارتباطات بوده، اما یک عده خواسته‌اند با زرنگی این سیر تکامل طبیعی را به جهت‌های خاص هدایت کنند. یعنی سوار این موج و جریان شوند که در کشورهای غربی و در رأس آن به شکل خاص که قدرت تکنولوژیکی مثل آمریکا متهم ردیف اول این داستان است می‌خواهند به سمتی که می‌خواهند همه را یکسان‌سازی کنند به آن جهتی که خودشان قرار دارند.

با این نگاه، جهانی شدن ممکن است برای ما یک فرصت باشد، از آن طرف ممکن است صدماتی هم داشته باشد. اگر مهندسی فرهنگی انجام نشود، چه صدماتی ممکن است در حوزه فرهنگی کشور بر ما وارد شود؟

در واقع فرهنگی که در جامعه ایرانی و در کشور جمهوری اسلامی ایران از

واقعیت این است که به هر میزان پایه‌های هویت ملی و فرهنگی در یک جامعه مستحکم‌تر باشد، تأثیرپذیری آن جامعه نیز کمتر است.

ایرانی مطرح شود. فرض کنید می‌گویند ایرانی‌ها خیلی تقدیرگرا هستند. همه چیز را به قضا و قدر محول می‌کنند؛ به جای اینکه بروند برای تغییر اوضاع و احوال، می‌گویند تقدیر این بوده است.

تحولاتی که در عرصه ارتباطی، ابزارها و صنایع فرهنگی اتفاق افتاده آسیب‌هایی به جامعه ما وارد کرده

آن صحبت می‌کنیم، یک فرهنگ دیرپا و عمیق است؛ هم مبتنی بر باورهای اعتقادی و دینی و هم ملی. البته معمولاً فرهنگ را به سه طبقه تقسیم می‌کنند؛ اولی باورها و اعتقادات بنیادین جامعه است. حالا این باورها می‌تواند دینی باشد یا باورها و اعتقادات ملی. بر اساس این باورها و بینش‌ها یک‌سری گرایش‌ها و ارزش‌ها شکل می‌گیرد و

نگاه کنیم در قالب مهندسی فرهنگی جا می‌گیرد. چون بخشی از مهندسی فرهنگی قشر جوان ما، مسئله آموزش، یعنی مهندسی فرهنگی نظام آموزشی است چون مثل جامعه سنتی، آموزش فقط خواست مدرسه نیست. آموزش در سطح جامعه بیش از مدرسه است و تأثیر آموزش غیررسمی بیشتر است.

از جمله انتقاداتی که بر نظام آموزش و پرورش کشور وارد است، مسئله تأثیرپذیری از نظام آموزش و پرورش کشورهای توسعه‌یافته است. با توجه

به افزایش قدرت تأثیرگذاری نظام آموزشی این کشورها در سایه رشد فزاینده ارتباطات و فناوری اطلاعات، برنامه‌ریزی و سیاستگذاری کلان نظام آموزشی کشور باید چگونه باشد تا بتواند در راستای کاهش یا حذف آثار نامطلوب و ناهمسو از پیکره نظام آموزشی مؤثر باشد و در عین حال زمینه لازم را برای اخذ نکات مثبت و تجربه‌های مفید نظام‌های آموزشی کشورهای توسعه‌یافته فراهم سازد؟

یکی از دلایل تأثیرپذیری نظام ما از نظام‌های توسعه‌یافته غربی این است که ما با وجود این که بیش از یک ربع قرن است به شکل رسمی نظام اسلامی را مستقر کرده‌ایم هنوز در آموزش و پرورش به صورت کلی، چه رسمی که شامل وزارت آموزش و پرورش و آموزش عالی و چه غیر رسمی که صدا و سیما، دستگاه‌های فرهنگی، مطبوعات و جاهای دیگر را شامل می‌شود. مبانی آموزش

او یک عمل مرتجعانه‌ای جلوه کند ولی کاری که هیچ استدلال منطقی پشت آن نیست، جزیی از ارضای خواسته زودگذر یک فرد به عنوان تجدد و امروزی بودن جلوه کند. ما در قبال هر کدام از اینها وظایفی داریم و چاره‌ای نیست جز این که آن بنیان‌های اعتقادی را محکم کنیم. ما اعتقاد داریم فطرت‌های پاک می‌آید و این را می‌پذیرند. طبیعتاً دست بالای تکنولوژی را آنها دارند و می‌توانند محتواهای لازم را به شکل فاخر ارائه کنند و اگر ما از آن طرف کاری نکرده باشیم جامعه را نحیف کرده‌ایم. طبیعی

یکی از دلایل تأثیرپذیری نظام ما از نظام‌های توسعه‌یافته غربی این است که با وجود این که بیش از یک ربع قرن است به شکل رسمی نظام اسلامی را مستقر کرده‌ایم هنوز در آموزش و پرورش به صورت کلی، چه رسمی که شامل وزارت آموزش و پرورش و آموزش عالی است و غیر رسمی که صدا و سیما، دستگاه‌های فرهنگی، مطبوعات و جاهای دیگر را شامل می‌شود، مبانی آموزش و پرورش اسلامی، فلسفه و هدف‌هایش به شکل یک سند مصوب تبیین نشده است

است که از چنین ساختاری نباید انتظار داشت که مقاومت داشته باشد و بیمار نشود. لذا این واکنشین کردن، مسئله مهمی است.

بخشی از اقدامات شورای عالی انقلاب فرهنگی به نظام آموزشی تعلق دارد که اگر بخواهیم با یک نگاه کلان

عرضه می‌کنند. دشمن با ابزاری که دارد می‌تواند روی افکار جوانان دانش‌آموز و دانشجوی جامعه تأثیرگذار باشد. لذا باز اینجا ما باید به این موضوع توجه کنیم که در نمایش زیبایی‌های فرهنگ خودمان یک مقدار ضعف داریم که باید این را تقویت کنیم؛ یعنی یک جایی مثل شورای عالی انقلاب فرهنگی باید سیاستگذاری کند. دستگاه‌های اجرایی نیروهایشان را تربیت کنند؛ امکانات و ابزار را تهیه کرده و در اختیار کسانی بگذارند که در این مسیر تلاش می‌کنند. قرار نیست اگر دولت وجهه همتش فرهنگی باشد و

خودش را یک دولت اسلامی بداند نسبت به مسائل اسلامی و غیراسلامی به یک نحو موضع نشان بدهد و بگوید من به همه نشریات و کتاب‌ها یارانه می‌دهم، حالا هرکس می‌خواهد منتشر کند. این موضع، موضع معقولی نیست. ما حداکثر باید بگوییم اگر دیگران می‌خواهند افکار مخالف ما را تولید و پخش کنند، ما مزاحم آنان نمی‌شویم ولی اینکه بخواهیم یارانه در اختیار آنان بگذاریم، پول بدهیم که بر ضد ما فیلم بسازند. به این حریت نمی‌گویند، یک مقدار حماقت است. آسیب‌هایی که ممکن است به جوانان وارد شود اولاً دور شدن از مبانی و

ریشه‌های اعتقادی، چه ملی و چه مذهبی ماست. از اینجا ترویج ارزش‌ها در ذهن آنان جابجا می‌شود؛ جابجایی ارزش و به طور طبیعی جابجایی هنجارها. آن وقت هنجارهای مثبت ممکن است در دید یک جوان جایش را به یک ضد هنجار بدهد. احکام اسلامی ممکن است در دید

فرهنگی آموزش‌های رسمی غفلت کند. شما اگر بخواهید یک شورا متکفل بحث مهندسی فرهنگی شود، به صورت طبیعی، گسترش این حوزه‌ها ممکن است تمرکز آن را معطوف فرهنگ عمومی کند و فرصتی برای اندیشیدن به این واقعیت پیدا نکند یا فرصتی برای عمل پیدا نکند. اگر دنبال نقشه جامع علمی هستید بدانید که محصولات دانشگاهها و پژوهشگاهها، در آموزش و پرورش شکل و قالب گرفته‌اند. علت این که در شورای عالی سه شورای تخصصی تشکیل شده است؛ این نیست که دیوار قطوری بین آنها حائل است. این یک تقسیم کاری است که اینها باید یک جا به هم ملحق شوند و با هم دیده شوند. حالا اعضای شورای عالی در این مرحله به سه بخش تقسیم شده‌اند که هر کدام در حوزه خودش باید آن بحثها را در ارتباط با یکدیگر پیش ببرد. الان دوستانی که از این سه شورا، در داخل دبیرخانه پشتیبانی می‌کنند به این توجه دارند که آن گامهایی که طراحی می‌شود برای بخش مهندسی فرهنگی، چیزی کاملاً دور و بی ارتباط با بخش تحول و نوسازی نباشد. در بحث مهندسی فرهنگی نظام آموزشی، دانش آموزان در یک محیط قرنطینه نیستند.

بالاخره عوامل بسیاری روی آنها تاثیر گذاری می‌کند. باید حواسمان باشد که اثر آن عوامل بیرونی و ناخواسته آنها را به کدام سمت می‌برد. از جهات مختلف دارد بر آنها نیرو وارد می‌شود. ببینیم برآیند نیروها، آنها را به کدام سمت می‌برد؟ حالا چقدر می‌توانیم از آن عوامل ناخواسته جلوگیری کنیم؟ چقدر توان و تکنولوژی داریم؟ چقدر توان فرهنگی و سیاسی داریم؟ اینها

معلومات چگونه است؟ ما تفسیری که مبتنی بر تحقیق باشد، نداریم. این گامی است که باید برداشته شود. نکته بعد که شاید از این نکته سخت‌تر است این که مطلوبمان در آموزش و پرورش چیست؟ ما می‌گوییم دانش آموز در این نقطه ایستاده، دانشجوی ما در اینجا است. اما آنکه باید باشد و تراز جمهوری اسلامی و مطلوب ماست، چیست؟ دانش آموز مطلوب چگونه باید باشد؟ دانشجوی مطلوب به چه کسی می‌گویند؟ در جمهوری اسلامی بازدهی این دانش آموز موقع خروج از آموزش و پرورش چه حدی باید باشد؟ چه اندازه باید خلاقیت داشته باشد. چقدر باید به مسائل ملی و مذهبی‌اش معتقد و عامل باشد؟ چقدر باید روحیه افتخار ایرانی بودن و مسلمان بودن در او باشد؟ چقدر روحیه تعاون و نوع دوستی داشته باشد؟ چقدر اطلاعات و معلومات و محفوظات باید داشته باشند؟ چون اگر ندانیم مقصد کجاست نمی‌توانیم حرکت

و پرورش اسلامی، فلسفه و هدف‌هایش به شکل یک سند مصوب تبیین نشده است. ممکن است اندیشمندانی باشند که کتاب هم نوشته باشند اما این مباحث سند نشده است. لذا اولین گام سفارش به جاهایی است که بتوانند برای ما مبانی، اهداف و فلسفه تعلیم و تربیت یا آموزش و پرورش را تبیین کنند که آن را شورای عالی انقلاب فرهنگی مصوب کند. چالش بعدی ما این است که تصور دقیقی از وضع موجود نداریم. شما در اظهار نظرهایی که می‌شود، می‌بینید چه تنوع و تکثری وجود دارد. بعضی نسبت به جامعه خیلی ابراز بدبینی می‌کنند و جامعه را هر روز بدتر می‌بینند؛ دروغ زیاد شده، پارتی‌بازی و رشوه زیاد شده و امثالهم. در مقابل بعضی نگاهشان متفاوت است و می‌گویند به رغم بعضی کاستی‌ها جامعه، جامعه متدین، خوب و مثبتی است و بعضی ممکن است بینابین باشند. خب بالاخره وضع جامعه ما چیست؟ ما باید وضع

بخشی از اقدامات شورای عالی انقلاب فرهنگی به نظام آموزشی تعلق دارد که اگر بخواهیم با یک نگاه کلان نگاه کنیم در قالب مهندسی فرهنگی جا می‌گیرد

کنیم. لذا در آموزش و پرورش شما وقتی که کودک را در شش سالگی تحویل می‌گیرد، در ۱۷ و ۱۸ سالگی باید با این ویژگی‌تحویل‌بدهد

در بحث اینکه آموزش و پرورش بخشی از مهندسی فرهنگی است که شما فرمودید، واقعیت همین است. یعنی اگر بخواهد جامعه‌ای به لحاظ فرهنگی مهندسی شود، نمی‌تواند از مسئله آموزش و پرورش و مهندسی

موجودمان را کاملاً با شاخص‌های کمی قابل محاسبه بسنجیم که سطح دینداری جامعه چگونه است؟ این کارهایی است که باید انجام شود. حالا چون شما بحثتان در مورد نظام آموزشی بود و آن هم بیشتر آموزش‌های رسمی، طبیعتاً باید بپرسیم الان وضع موجود دانش آموزان و دانشجویان ما به لحاظ تدین و به لحاظ دین باوری، به لحاظ اخلاقی و به لحاظ علمی، به لحاظ اطلاعات و

این نظام و هر دولتی که می‌خواهد بحث مهندسی فرهنگی را انجام دهد طبیعتاً می‌خواهد به حفظ و پالایش باورها اقدام کند، نه تغییر باورها. یعنی اگر اتفاقی در خلاف جهت ارزشهای اصیل دینی و ملی ما می‌افتد، می‌خواهد آنها را از بین ببرد و هرس کند ولی نمی‌خواهد خودش در یک سمت دیگر باشد و مردم را به آن سمت هدایت کند چون خودش هم در میان مردم است

آیا رویکرد مهندسی فرهنگی، رویکرد حل مشکلات و آسیبهای اجتماعی و تقویت باورهای جامعه خودمان است یا رویکرد تغییر باورها و ارزشهای جامعه در راستای منافع سیاسی و حکومتی است؟

یک وقتی است که اگر دولتی باشد که اعتقادات آن، باورها و ارزشهایش مخالف باورهای عام جامعه باشد و بخواهد دست به یک عمل و یک مهندسی بزند، طبیعتاً سعی می‌کند با تغییر در باورها، مردم را به سمت باورهای خودش متمایل کند. اما در کشور ما هر دولتی با هر گرایشی آمده از طرف مردم بوده و با تفاوتی که در نوع نگرشها و همگی آنان تاکید داشته است. همه آنان از آن هجوم و از آن جهانی‌سازی نگران بوده‌اند. با همه شدت و ضعفی که در آنها وجود داشته است. همه آنان بر حفظ هویت و میراث فرهنگی تاکید داشته‌اند. لذا این نظام و هر دولتی که می‌خواهد بحث مهندسی فرهنگی را انجام دهد طبیعتاً می‌خواهد به حفظ و پالایش آن باورها اقدام کند، نه تغییر باورها. یعنی اگر می‌بیند که اتفاقی می‌افتد که در خلاف جهت ارزشهای

است و حل مشکل در گرو این اقدام است. عمل گرایانه وارد شویم. ولی بدون اینکه بدانیم این بخش که به عنوان آسیب می‌شناسیم در کجای آن جدول کلی ما قرار می‌گیرد، افتادن در همان مسیری است که از بالا نگاهی روی آن نباشد. بعضی از دوستان خیلی عمل‌گرا هستند. لذا باید هر چند وقت، نگاه کنیم و ببینیم کجای کار هستیم. رصد همین است که ببینیم ما چقدر اثر می‌گیریم. آیا مسیرمان به سمت آن هدف است یا پشت به هدف می‌تازیم و هر قدر می‌رویم دورتر می‌شویم.

برخی فکر می‌کنند حکومت می‌خواهد باورها را در راستای منافع خودش تغییر داده و استفاده کند. ولی واقعیت این نیست؛ وقتی دولت می‌خواهد در مهندسی فرهنگی در بخش مصرف جامعه، تجمل‌گرایی را حل کند، آمار بی‌رویه طلاق را حل کند و ... اینها هیچ کدام سیاسی و در راستای منافع صرف حکومت نیست، بلکه دولت در راستای وظایف ذاتی و در جهت ایجاد یک جامعه مطلوب و در جهت منافع شهروندانش این کار را انجام می‌دهد. شما این فضا را به چه نحوی می‌بینید؟

نکاتی است که باید در طول این مسیر زیر نظر و مراقبت گرفته شود. اگر اینها مشخص نشد، دو دستگاه مخاطب ما می‌شوند؛ آموزش و پرورش و آموزش عالی، چون در بحث نوسازی و تحول نظام، ما به بخش آموزشهای غیر رسمی کار نداریم. آنها در بخش مهندسی فرهنگی و رسانه‌ها جای می‌گیرند. اما این دو دستگاه باید برنامه‌های تحولی خودشان را بیاورند و به تثبیت برسانند. بعد هم شورا نظارت می‌کند. بر نحوه اجرای این برنامه‌ها و بازخوردگیری رفع معایب جبران و اصلاح آن ضعفها و بردن به آن سمتی که به آن نقطه برسیم، نظارت می‌کند.

قطعاً مهندسی فرهنگی دارای بعد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. یک مقدار ملموس‌تر به این مسئله بپردازیم. در ابعاد مختلفی که قرار است مهندسی فرهنگی به آن بپردازد چه چیزهایی را قرار است مهندسی فرهنگی حل کند و یا کدام داشته‌ها را تقویت کند؟ برخی رویکرد حل المسئله‌ای به موضوع دارند یعنی آسیب‌ها را شناسایی می‌کنند و راهکارهای آن را یکی یکی بررسی می‌کنند و راه حل آن را ارائه می‌دهند رویکرد جنابعالی چیست؟

من ابتدا این را به عنوان بخشی از راه حل می‌دانم. یعنی اینکه ما بیایم به تک تک مشکلات بپردازیم یک نگاه از بالا و کلان نداشته باشیم. به نظرم نمی‌دانیم که به کجا می‌رویم. یعنی من این را می‌پسندم که یک نگاه کلان داشته باشیم. اما در آن کلیات باقی نمی‌مانیم. در عمل بیایم به روش حل مشکل و بگوییم آسیب‌های مهم جامعه ما این

توانایی خوبی دارد. حالا ما روی بحث جهانی شدن فکر کنیم و سعی کنیم که فرهنگمان را توسعه دهیم. قاعدتاً در مهندسی فرهنگی این باید دیده شود. اینها هم بخشی از مهندسی فرهنگی است. آیا روی اینها کاری شده و اگر نشده باید به چه سمت و سویی حرکت کنیم و چه راهکارهایی برای آن دیده شود. چه دستگاہهایی باید در آن وارد شوند؟

واقعیت این است که به شکل سازمان دهی شده و طراحی شده، ما خیلی دنبال اینکه مهاجم در فرهنگمان باشیم، نبودیم. هرازگاهی، آن کارهای طبیعی که انجام داده‌ایم و به بیرون ارائه شده است، علاقه‌مندان و مشتاقان زیادی را به خودش جلب کرده ولی اینها حالتی ناخواسته بوده و خیلی ناشی از طراحی و برنامه‌ریزی ما نبوده، مثلاً الان سینمای ایران یک الگوی جدید در جهان باز کرده، اینکه ما یک سینمایی داشته باشیم بدون اینکه در آن سکس و خشونت باشد و جذاب هم باشد. پیش از این، دنیا پذیرفته بود که سکس و خشونت عوامل جذب هستند اما سینمای ما نشان داد بدون اینها هم می‌توان حرفهای انسانی و جذاب زد.

اگر ما به دلیل اینکه مرزهایی را قائل شده‌ایم، مثلاً در صنعت سینما و گفته‌ایم با فرهنگ ما نمی‌سازد، به طور طبیعی ذهن آن فیلمنامه نویس و فیلم‌ساز را برده‌ایم به این سمت که از جذابیت‌های دیگری بهره بگیرد. البته هدایت و حمایت هم انجام گرفته است. حالا ما می‌توانیم در صحنه‌های دیگر این طور عمل کنیم. یعنی اگر یک راه را می‌بندیم، راههای دیگر را باز کنیم که همه آن تراوشات ذهنی و فکری هدایت شوند به آن سمتها. ولی اگر

آموزش و پرورش بخشی از مهندسی فرهنگی است . واقعیت این است که اگر جامعه‌ای بخواهد به لحاظ فرهنگی مهندسی شود، نمی‌تواند از مسئله آموزش و پرورش و مهندسی فرهنگی آموزش‌های رسمی غفلت کند

خودش را سوار گرانتی‌ترین ماشین می‌بیند، بالاترین امکانات در دسترس اوست و آن دیگری هم می‌خواهد زود به آنجا برسد. وقتی شما به لحاظ اقتصادی مجال آن کار را دارید، به لحاظ فرهنگی هم باید انتظار آن سیلی و ضربه را هم داشته باشید. لذا وقتی ما بحث از مهندسی فرهنگی می‌کنیم، طبیعتاً ابعاد مختلف آن باید مدنظر باشد. نمی‌شود ما برویم در مدارس این موارد را بخواهیم از دانش آموز یا در صدا و سیما بگویم اما وقتی پایش را از مدرسه و یا خانه بیرون می‌گذارد، واقعیت چیز دیگری باشد.

این هماهنگ نبودن فعالیت‌های ما در صحنه فرهنگ است که این مشکل را پدید آورده است.

بحثی در بین اندیشمندان است که می‌گویند فرهنگ غیر قابل مهندسی است ولی آنچه که در صحنه عمل در دنیا اتفاق می‌افتد چیز دیگری است. آمریکا را نگاه کنید که کشورش همه دنیا را تحت سیطره خودش قرار داده است. پس اگر فرهنگ غیر قابل مهندسی است، چطور با شیوه‌های مختلف افکار ملتهای مختلف را با خود همراه می‌کند و این کار را انجام می‌دهد. فرهنگ ما به دلیل برخورداری از ریشه‌های قوی و پشتوانه قوی تاریخی، به نظر می‌آید

اصیل دینی و ملی ماست، می‌خواهد آنها را از بین ببرد و هرس کند ولی نمی‌خواهد خودش در یک سمت دیگر باشد و مردم را به آن سمت هدایت کند چون خودش هم در میان مردم است. به هر حال دولت‌های ما همگی از دل مردم جوشیده‌اند. یکی از دوستان در یک جایی می‌گفت این مباحث مربوط به قرن ۱۸ اروپا است و فرهنگ مردم زاینده مناسبات اقتصادی و اجتماعی است. لذا شما چگونه می‌خواهید فرهنگ را عوض کنید بدون اینکه آن مناسبات را دست بزنید. از قضا مهندسی فرهنگی درست همان است که آن مناسبات را بخواهید تغییر دهید. مهندسی فرهنگی درست همان است که آن مناسبات اقتصادی و اجتماعی دست بخورد؛ یعنی آنها که قبول داریم و درست است. وقتی شما مانور تجمل را به لحاظ اقتصادی بها می‌دهید وقتی روا می‌دارید که کسی خانه‌ای بخرد که ۳/۵ میلیارد تومان است و در طبقه ۵۶ یک برج ساکن است و کسی هم از خرید یک آپارتمان با پنجاه میلیون تومان بر نیاید، این فرهنگ به دنبال خودش خیلی چیزها را می‌کشاند.

چرا الان سن شروع خیلی از ناهنجاریها و بزهکاری‌ها پایین آمده است؟ چون وقتی آنجا را می‌بیند، احساس خلاء و کمبود می‌کند. یکی مثل



وقتی ما از مهندسی فرهنگی بحث می‌کنیم، طبیعتاً ابعاد مختلف آن باید مدنظر باشد. نمی‌شود ما برویم در مدارس این موارد را از دانش آموز بخواهیم یا در صدا و سیما بگوییم اما وقتی پایش را از مدرسه و یا خانه بیرون می‌گذارد، واقعیت چیز دیگری باشد

بخواهم دقیق به سؤال شما جواب بدهم ما خیلی در این زمینه سرمایه‌گذاری نکرده‌ایم. بیشتر به فکر دفاع بوده‌ایم. طبیعتاً در جنگ کافی نیست انسان خوب دفاع کند، باید حمله کند و حملات آنها را تضعیف کند.

به هر حال در مهندسی فرهنگی و در این یک ساله گذشته با پیگیریها اطلاعات خوبی تولید شده است. ما حداقل با همایشی که برگزار کرده‌ایم و پیگیریهای دیگر، دست کم چند هزار صفحه مطلب پدید آورده‌ایم.

الان چند نمونه از دانشکده‌های دانشگاه‌های معتبر می‌گویند ما می‌خواهیم رشته مهندسی فرهنگی دایر کنیم یعنی اینکه سرفصلها برای آنان روشن شده است مهندسی فرهنگی باید به چه بپردازد بعد مراحل و فازهای آن کجاست، اگر این موضوع روشن نشده بود به خود جرأت گام گذاشتن در وادی تاریخ را نمی‌دادند. الان به ما می‌گویند از شورا به ما مجوز بدهید، می‌خواهیم رشته ارشد مهندسی فرهنگی را راه بینداریم. این نشان می‌دهد ما یک حرکت رو به جلو داشته‌ایم، ادبیات تولید شده است. البته باید بیش از اینها تولید شود.

کار بسیار بزرگی است و هنر مدیریت مهندسی فرهنگی این است که این موضوع را جامع الاطراف ببیند. قطعاً یک شورای چهار پنج نفره نمی‌تواند مهندسی فرهنگی کند مگر اینکه از همه توانها استفاده کند. یعنی باید هنر استفاده و مدیریت پتانسیل افراد را داشته باشد و بعد هم پیگیری و مداومت، چون این کاری نیست که سریع به نتیجه برسد. اگر تصمیمی گرفته شد با گذشت زمان و پیش آمدن بعضی از حوادث و اتفاقات عقب‌نشینی نکنیم و بخواهیم از نو طرح

جدیدی را بیفکنیم. اگر این طراحی انجام شده را قبول داریم. تا آخر باید جلو برویم. اگر قرار است اصلاح شود به هم نریزیم، بلکه در طول مسیر اصلاح کنیم و نخواهیم دوباره از صفر طراحی را تجدید کنیم. به هر حال یک عزم ملی بین همه افراد لازم است، با گرایش‌های مختلف سیاسی. قطعاً مرجعی مثل شورای عالی انقلاب فرهنگی به دلیل اینکه از تغییرات سیاسی اجتماع کمتر متأثر می‌شود، می‌تواند بهترین جایگاه برای این مطلب باشد، گرچه از آن مصون هم نمی‌ماند. بعضی از اعضای شورا اشخاص حقیقی هستند که تابع جریان‌های سیاسی خواهند بود اما سابقه کلی و اکثری شورا حالت ثبات و آرامش دارد که چندان با این تلاطم‌ها به هم نمی‌ریزد. لذا آن اصل باید بین همه، حتی کسانی که با تغییر جریان‌ها وارد صحن شورا می‌شوند، وجود داشته باشد که بتوان این جریان را به جلو برد. این به نام هیچ جریان خاص سیاسی نباید ثبت شود که دیگران خودشان را بیگانه با آن احساس کنند. فکر کنم هرکس که دین و ملیتی دارد باید توان خودش را صرف کند و بر مسئولان است که از این توان استفاده کنند. ■

جدیدی را بیفکنیم. اگر این طراحی انجام شده را قبول داریم. تا آخر باید جلو برویم. اگر قرار است اصلاح شود به هم نریزیم، بلکه در طول مسیر اصلاح کنیم و نخواهیم دوباره از صفر طراحی را تجدید کنیم. به هر حال یک عزم ملی بین همه افراد لازم است، با گرایش‌های مختلف سیاسی. قطعاً مرجعی مثل شورای عالی انقلاب فرهنگی به دلیل اینکه از تغییرات سیاسی اجتماع کمتر متأثر می‌شود، می‌تواند بهترین جایگاه برای این مطلب باشد، گرچه از آن مصون هم نمی‌ماند. بعضی از اعضای شورا اشخاص حقیقی هستند که تابع جریان‌های سیاسی خواهند بود اما سابقه کلی و اکثری شورا حالت ثبات و آرامش دارد که چندان با این تلاطم‌ها به هم نمی‌ریزد. لذا آن اصل باید بین همه، حتی کسانی که با تغییر جریان‌ها وارد صحن شورا می‌شوند، وجود داشته باشد که بتوان این جریان را به جلو برد. این به نام هیچ جریان خاص سیاسی نباید ثبت شود که دیگران خودشان را بیگانه با آن احساس کنند. فکر کنم هرکس که دین و ملیتی دارد باید توان خودش را صرف کند و بر مسئولان است که از این توان استفاده کنند. ■



مهندسی فرهنگی در جامعه اطلاعاتی

نویسندگان:

دکتر احمد ودادی، عضو هیات علمی دانشگاه
اعظم دشتی رحمت آبادی، پژوهشگر علوم اجتماعی

چکیده:

جامعه امروز با تغییرات کم نظیری مواجه است؛ امروزه می‌توان گسترش فناوری ارتباطات و اطلاعات را در تمام ارکان جامعه مشاهده کرد. این دگرگونیها با نام‌های مختلفی از جمله عصر اطلاعات، فضای سایبر، جامعه دانش‌مدار، جامعه شبکه‌ای و جامعه اطلاعاتی نامگذاری شده است. تعاریف مختلفی از جامعه اطلاعاتی ارائه شده است. می‌توان گفت جامعه اطلاعاتی یک جامعه‌ی چند وجهی است که در آن تمام لایه‌ها و سطوح نیازمند اطلاعات است.

همان طوری که معاون مدیرکل یونسکو در زمینه اطلاعات و ارتباطات بیان داشته است، هنوز پرسشهای نگران‌کننده‌ای در زمینه مفهوم جامعه اطلاعاتی وجود دارد. جامعه اطلاعاتی ویژگیهای مختلفی دارد که نظریه پرداز ارتباطی یکی از ویژگیهای مهم آن نقش کلیدی فناوری اطلاعات و ارتباطات است.

و بستر، تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر جامعه را به پنج دسته تقسیم می‌کند. و به طور کلی تأثیرهای فرهنگی از ملموس‌ترین تأثیرها به شمار می‌آید.

اگر مهندسی فرهنگی را طراحی، نوسازی و بازسازی سیستم فرهنگ در نظر بگیریم و یا «طراحی نظامهای جدید تغییر دهنده، فرهنگ موجود که می‌تواند با ایجاد تغییراتی گسترده در نظامهای موجود فرهنگ‌ساز جامعه تحولات و تغییرات تدریجی جامعه را به سمت تحقق اهداف فرهنگی از پیش تعریف شده هدایت کنند» را به عنوان تعریف مهندسی فرهنگی قبول کنیم سؤال اصلی این است که مهندسی فرهنگی در جامعه اطلاعاتی چگونه باید صورت پذیرد؟ در این مقاله ضمن مطالعه و بررسی جامعه اطلاعاتی، مهندسی فرهنگی و ضرورت مهندسی فرهنگی در عصر اطلاعات، ویژگیهای جامعه اطلاعاتی، فرصتها و تهدیدات موجود از منظر فرهنگی و ملاحظات لازم در مهندسی فرهنگی در این جامعه تشریح می‌شود.

جامعه اطلاعاتی

امروزه کمتر کسی می‌تواند ورود جهان به عصر جدید را منکر شود. در دهه‌های پایانی قرن بیستم تحولات پر شتاب جامعه صنعتی شکل تازه‌ای به خود گرفت. موتور محرکه این تحولات سریع و برق‌آسا پیشرفت‌های بزرگ بشر در عرصه علم و تکنولوژی بود که خود مبنای دگرگونی جهان در ابعاد مختلف شد.

اکنون جهان در حالی وارد قرن بیست و یکم شده است که کشور همه تغییرات سیاسی، نظامی اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی آن، تحت الشعاع انقلاب علمی - تکنولوژیک است. با پیدایش شبکه‌های نوین و جهانی اطلاعات و ارتباطات و تاثیرپذیری همه ابعاد زندگی، جهان وارد عصر نوینی شده است که با عناوین مختلفی از جمله عصر اطلاعات، فضای سایبر و جامعه دانش مدار نامگذاری می‌شود. می‌توان بیان داشت که پس از دهه هشتاد اصطلاح جامعه اطلاعاتی مفهوم کلیدی دنیای امروز ما شده است. این پدیده مفاهیم مختلفی چون اجتماع، فرهنگ، اقتصادی و فناوری را تحت الشعاع خود قرار داده است. (احمدآبادی، ۱۳۸۳)

مفهوم جامعه اطلاعاتی در واقع ابداع یک محقق و استاد دانشگاه کیوتو ژاپن است که در سال ۱۹۶۳ در مقاله‌ای با عنوان «نظریه تکامل اجتماعی» با محوریت صنایع اطلاعات در روزنامه «هوسوآساهی» ارائه شد. بعد از درج این مقاله دیگر محققان ژاپنی نیز این واژه را به کار بردند. از جمله «ماسونا» که بیان داشت: «در جامعه اطلاعاتی، تولید اطلاعات با ارزش، قدرت محسوب می‌شوند نه مواد یا کالاهای با ارزش».

البته دکتر کاظم معتمد نژاد، استاد برجسته علم ارتباطات، در مورد منشاء و ماهیت جامعه اطلاعاتی معتقد است: نخستین نگاه‌های علمی به جامعه اطلاعاتی حاصل تحقیقات نظری افرادی چون «دانیل بل» و «فریتز مچل» است که ویژگی‌های جوامع پسا صنعتی و اقتصاد اطلاعاتی را در محیط دانشگاهی مورد بررسی قرار دادند. (شکرخواه، ۱۳۸۴)

به منظور تبیین و تشریح دقیق جامعه اطلاعاتی بهتر است ابتدا به توضیح واژه اطلاعات پردازیم:

«اطلاعات» توصیف کننده مجموعه‌ای از مفاهیم است که ذهن افراد آن را دریافت، ضبط و معنا بخشی می‌کند و سپس موقعیت دانایی خود را بر مبنای آن تغییر می‌دهد؛ از این منظر اطلاعات در بر دارنده اجزای زیر است که از طریق ابزارها و وسایل ارتباطی میسر می‌شود. (وبستر، ۱۳۸۰)

۱- مطالب مترکم و یا خلاصه شده همچون کتاب و روزنامه.

۲- مجموعه واقعیات با داده‌هایی مانند فرهنگنامه‌ها، دایره المعارفها، طرح‌های هنری و ...

۳- مجموعه‌های مرکب مثل قوانین مصوب، بررسی‌های علمی و ...

۴- اطلاعات دیداری و شنیداری مانند برنامه‌های رادیو- تلویزیونی و ...

اما اندیشمندان معاصر هر یک از نگاه خاصی به جامعه اطلاعاتی نگریسته‌اند:

به نظر آلوین تافلر، نویسنده مشهور کتاب موج سوم، جامعه اطلاعاتی فقط دیجیتال و شبکه‌ای بودن نیست؛ بلکه گذر از نیروی جانورگونه به اقتصاد مبتنی بر نیروی ذهنی است که با جابجایی‌های دردناک اجتماعی، فرهنگی و نهادهای سیاسی همراه است.

از دید مانوئل کاستلز، جامعه اطلاعاتی در حال ظهور، عمدتاً زاینده رابطه در حال تغییر بین سرمایه داری جهانی، دولت و جنبش‌های اجتماعی جدید است.

همچنین دانیل بل، جامعه شناس امریکایی، به جوامعی، عنوان اطلاعاتی اطلاق می‌کند که فعالیت‌های اساسی‌شان در پردازش اطلاعات، بیش از تولیدات صنعتی و کشاورزی است. (کرمی‌فرد، ۱۳۸۴)

در این میان می‌توان از ۵ منظر متفاوت نیز به بررسی جامعه اطلاعاتی پرداخت و معیارهایی را ارائه کرد که براساس آن جامعه اطلاعاتی از جوامعی که هنوز وارد عصر اطلاعات نشده‌اند، تشخیص داده می‌شود. فرانک و بستر در کتاب نظریه‌های جامعه اطلاعاتی این معیارها را به شرح زیر فهرست می‌کند. (وبستر، ۱۳۸۰)

۱- فنی

متداولترین تعریف جامعه اطلاعاتی بر نوآوری‌های فوق العاده و رو به رشد تکنولوژی بنا شده است. مفهوم کلیدی این منظر پیشرفت‌های خیره کننده فنی در پردازش، نگهداری و انتقال اطلاعات و تاثیر آن در زوایای حیات اجتماعی است. کاهش شدید هزینه نوآوریها و افزایش چشمگیر توان، ظرفیت و کاربرد آن، موجب استقبال دولت‌ها و ملت‌ها است. در این نگاه با گسترش شبکه رایانه‌ای خدمات، عناصر اساسی تشکیل دهنده یک جامعه اطلاعاتی پدید می‌آید.

میشل پیور و چارلز سیبل معتقدند فناوریهای نوین مبنایی اساساً متفاوت را در روش کار کردن - تخصصی سازی انعطاف پذیر - به وجود می‌آورند. بر اثر نفوذ فناوری‌های ارتباطی و رایانه‌ای،

شرکتها می‌توانند با ارزیابی بازار، واکنش ماهرانه‌ای را تدارک ببینند و این دورنمای پایان تولید انبوه و جایگزین شدن آن با تولیدات سفارشی است.

۲- اقتصادی

در این منظر با مفاهیمی چون «اقتصاد اطلاعاتی» و نظریه پردازانی چون فریتز مچلپ آشنا می‌شویم؛ مچلپ در تعریف جامعه اطلاعاتی به وجوه اقتصادی بویژه صنایع اطلاعاتی تاکید می‌کند و بر پنج گروه صنعتی زیر تاکید دارد:

الف- آموزش و پرورش

ب- رسانه‌های جمعی

ج- سخت افزار و تجهیزات اطلاعاتی

د- خدمات اطلاعاتی مثل بیمه

ه- فعالیتهای اطلاعاتی چون پژوهش

به اعتقاد وی با بررسی ارزش اقتصادی هر یک از این شاخصها، می‌توان سهم آنها را در تولید ناخالص ملی تعیین کرد که این خود نشان دهنده جایگاه اقتصاد اطلاعاتی در جامعه خواهد بود. مشخصه بارز اقتصاد اطلاعاتی به تعبیر پیتر دراکه این است که دانش، اساس اقتصاد نوین را تشکیل می‌دهد.

۳- شغلی

معیاری متداول، در اعلام ظهور «جامعه اطلاعاتی» برمبنای تغییرات شغلی متمرکز است.

زمانی که مشاغل اطلاعاتی به وجه غالب در میان مشاغل موجود در جامعه تبدیل شوند، ما به یک جامعه اطلاعاتی رسیده‌ایم.

دانیل بل ظهور جامعه یقه سفید یا صاحبان مشاغل اطلاعاتی و کاهش کار

صنعتی را دارای چنان تاثیرات عمیقی می‌داند که آن را به مثابه پایان مبارزات سیاسی طبقات، افزایش هوشیاری جمعی و رعایت برابری میان زن و مرد تلقی می‌کند.

۴- مکانی

در این منظر عمدتاً بر شبکه‌های اطلاعاتی تاکید می‌شود که مکان‌های جغرافیایی را به یکدیگر پیوند داده و تاثیر شگفت‌انگیزی بر سازمان، زمان و مکان داشته است؛ به گونه‌ای که زمان و مکان منقبض شده و بنا به گفته آنتونی گیدنز این خود گزینه‌هایی را در اختیار شرکتها، دولتها و حتی افراد می‌گذارد که تا کنون دست نیافتنی بوده است. «جان گودارد» معتقد است: فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، زیر ساختی را فراهم می‌سازد که با پردازش اطلاعات، تجارب «بی درنگ» ممکن شده است. داد و ستد اطلاعات به گونه‌ای پر شتاب توسعه یافته که رشد اطلاعاتی سازی اقتصاد یا همان جهانی شدن اقتصاد، مرزهای جغرافیایی را کمرنگ کرده است.

۵- فرهنگی

تحولی که در پرتو فناوری اطلاعات به وقوع پیوسته است، تحولی شگرف و مداوم در ارزشهای فرهنگی، آداب و رسوم کشورها، ملت‌ها و قومیت‌هاست. بی‌تردید، هم اینک، سبک زندگی، نحوه پوشش، خوردن و آشامیدن، محل زندگی و محل کار از محتوای اطلاعاتی بسیار بالایی برخوردار شده و از نظر تاریخی از نوآوریهای اطلاعاتی لبریز شده است. ما در محیطی لبریز از رسانه‌ها زندگی می‌کنیم، به این معنا که زندگی

امروزی اصولاً پیرامون نمادسازی امور (symbolisation) و مبادله و دریافت پیام دور می‌زند. این همان انفجار نشانه سازی (signification) است که به زعم بسیاری از نویسندگان علامت ورود به «جامعه اطلاعاتی» است. شاید عظمت این انفجار اطلاعاتی باعث شده برخی از اندیشمندان به صورتی متناقض «مرگ نشانه‌ها» را اعلام کنند. یورشهای رعد آسای نشانه‌ها، خود آرایی ما با نشانه‌ها و ناتوانی در گریز از نشانه‌ها در همه جا، به سرانجامی شگفت‌آور می‌انجامد؛ «ویرانی معنا». ژان بودریار می‌گوید: «از این دیدگاه، نشانه‌ها در گذشته مرجعی داشتند ... در دوره «پست مدرن» ما در چنان کلاف سر در گمی از نشانه‌ها گرفتار شده‌ایم که اهمیت معانی از میان رفته است ... به علاوه پیامگران به موجوداتی آفرینشگر، خودآگاه و فعال تبدیل شده‌اند که همه نشانه‌ها را با شک و گمان و چشمانی پرسشگر استقبال می‌کنند. بنابراین نشانه‌ها به سادگی معنایی وارونه به خود می‌گیرند، مورد تفسیر دوباره قرار گرفته و از معنای مورد نظر فرستنده منحرف می‌شوند.

براساس دیدگاههای «فریتز مچلپ» و «دانیل بل» شاخصهای بارز جامعه اطلاعاتی عبارتند از:

- ۱- کارگزاران اطلاعاتی به عنوان وسیع‌ترین گروه در حال اشتغال
- ۲- ایجاد ساختار فناوری ذهنی در کنار ساختار فناوری‌های فنی و صنعتی
- ۳- اطلاعات بسته بندی شده به عنوان عنصر اصلی کالا و فرآورده‌های مورد استفاده در صنعت، به زندگی فردی و اجتماعی. (کریمی فرد، ۱۳۸۴)

بنابراین جامعه اطلاعاتی جامعه‌ای صرفاً فناورانه نیست بلکه دارای ساختار

اجتماعی ویژه‌ای است که با ظهور پارادایم اطلاعاتی ارتباط دارد. به بیان دیگر شاخصهای اطلاعات، سمبل و نماد جامعه اطلاعاتی هستند.

در حال حاضر مفهوم جامعه اطلاعاتی به مثابه یک مفهوم در حال گذار و چند معنایی می‌تواند برای هر کشوری مفهوم ویژه‌ای داشته باشد. البته همانگونه که معاون اطلاعات و ارتباطات مدیر کل یونسکو بیان داشته است، هنوز پرسشهای نگران کننده‌ای در زمینه مفهوم جامعه اطلاعاتی وجود دارد. (شکر خواه، ۱۳۸۴)

مهندسی فرهنگی

از مهندسی فرهنگی تعاریف گوناگونی ارائه شده است، این تعاریف را می‌توان به شکل پیوستاری تصور کرد که یک طرف آن بیشتر به نفی انجام مهندسی در امور فرهنگی گرایش دارد و طرف دیگر آن، مهندسی فرهنگی را همانند مهندسی در علوم فنی می‌داند. البته در اینجا مسئله رد یا تایید هیچ یک از این دیدگاه‌ها وجود ندارد و فقط به ذکر این نکته اکتفا می‌شود که غیر از اجماع نسبی بر عدم تایید نگرشهای اکثریتی (دو سرطیف)، اجماع قابل قبولی بر تعریف خاصی از مهندسی فرهنگی وجود ندارد. یک تعریف از مهندسی فرهنگی به طراحی، نوسازی و بازسازی سیستم فرهنگ اشاره دارد (ناظمی، ۱۳۸۴)، «طراحی نظامهای تغییر دهنده فرهنگ موجود با ایجاد تغییراتی گسترده در نظامهای موجود فرهنگ ساز جامعه که بتواند تحولات و تغییرات تدریجی جامعه را به سمت تحقق اهداف فرهنگی از پیش تعریف شده هدایت کند»؛ تعریف دیگری از مهندسی فرهنگی است (بنیانیان،

۱۳۸۶) در دنیای پرشتاب امروز، فرهنگ از جریان پرتلاطم تغییرات و تحولات در امان نمانده و بسیار تأثیرپذیر و تأثیرگذار بر دیگر ابعاد زندگی بشر بوده است. درک این تأثیرات و تأثرات برای ممانعت از شکل‌گیری بحران‌های پر دامنه آینده ضروری است.

بدین منظور در ادامه بحث ضمن ارائه تعریفی از فرهنگ و مشکلات فرهنگی، به لزوم مهندسی فرهنگی و میزان و نحوه دخالت دولت در فرهنگ اشاره می‌شود. مردم‌شناسان، در حدود سیصد تعریف از مفهوم فرهنگ را مطرح کرده‌اند ولی از دید ما فرهنگ تمامی محتوای مکرم آدمی است که در فرآیند جامعه‌پذیری از جامعه فرا گرفته شده است و در علم، هنر، تکنیک، دین، اخلاق، رفتار فردی و اجتماعی، هنجارها، ارزش‌ها و... تجلی می‌یابد. فرهنگ و مطالعه بر روی مشکلات آن نخستین بار به صورت مدون توسط بنیانگذاران مکتب فرانکفورت و نئومارکسیستها مورد توجه قرار گرفت. اینان جوهر آدمی را

نخستین نگاههای علمی به جامعه اطلاعاتی حاصل تحقیقات نظری افرادى چون «دانیل بل» و «فریتز مچل» است که ویژگیهای جوامع پسا صنعتی و اقتصاد اطلاعاتی را در محیط دانشگاهی مورد بررسی قرار دادند

فرهنگ دانسته و عقیده داشتند جامعه جدید از طریق تحریف فرهنگ به استثمار شدید آدمی پرداخته و انسان‌ها تبدیل به عروسک‌های خیمه‌شب‌بازی شده‌اند. بنا به نظر آنها برای حصول به مدینه فاضله باید آدمی را از استثمار فرهنگی رهایی داد. (ریترز، ۱۳۷۹)

ولی افرادی چون روسو و اسپنسر بر آن بودند که دخالت انسان در راه و رسم زندگی، خود باعث پریشانی و مزاحمت سیر طبیعی تکامل بشر می‌شود. (همان) اما نظریه‌پردازان نظریه تضاد و دیالکتیک بیشترین تئوری‌پردازی در مورد ضرورت و امکان دخالت در فرهنگ و مبارزه جهت بازسازی فرهنگ جامعه را در کارنامه خود دارند. بیشترین تلاش عملی در جهت مهندسی فرهنگی نیز متعلق به سرمداران کمونیست است که آگاهانه کوشیدند فرهنگ جوامع خویش را بازسازی کنند هر چند شواهد بیانگر این واقعیت است که آنان هرگز به اهداف انقلابی خویش و آفرینش انسان سوسیالیست نایل نیامدند. (رحمانی فیروزجاه، ۱۳۸۶)

اما مهندسی فرهنگی زمانی اهمیت و ضرورت خویش را نمایان می‌کند که جامعه دچار مشکل فرهنگی باشد و یا در شرف برخورد با مشکلات فرهنگی قرار گرفته باشد.

منظور از مشکل به عقیده دورکیم، پدیده‌ای است که باید جز آنچه هست، باشد. (دورکیم، ۱۳۶۸)

رابرت مرتن شکاف بین معیارها (standards) و واقعیات (realities) را مسأله یا مشکل می‌داند و یا به عبارتی زمانی که بین آنچه «باید باشد» و «آنچه هست» شکاف ایجاد شود مسئله یا مشکل به وجود می‌آید. (مرتن، ۱۳۷۶)

و مشارکت در آن به عنوان حق ذاتی هر عضو جامعه شناخته می‌شود، این مسئولیت بر عهده کلیه دولت‌ها گذارده شده تا شرایطی را فراهم آورند که همگان قادر به اعمال این حق باشند. سپس همانطور که دولت‌ها برای اقتصاد، علم، آموزش و پرورش و رفاه سیاستگذاری می‌کنند در مورد فرهنگ نیز سیاستهایی طراحی کنند». (اجالی، ۱۳۷۹)

رنه مائو که در کنفرانس و نیز در مراسم افتتاحیه سخنرانی می‌کرد، مداخله مسئولان دولتی در امور فرهنگی را براساس دو موضوع اساسی زیر استوار دانست: (رحمانی فیروزجاه، ۱۳۸۶)

الف - حق استفاده از فرهنگ

ب - توسعه فرهنگی

اما همانگونه که فوکو نیز بیان می‌دارد، دولت به رغم قدرت زیاد دستگاههای خود، نمی‌تواند تمام روابط قدرت موجود را تحت کنترل درآورد. (هیرانو، ۱۹۹۳) از این رو می‌توان گفت که نقش دولت در عرصه اجتماع و به تبع آن در عرصه فرهنگ محوری است ولی با محدودیت‌های خاصی مواجه است. با این وجود نقش دولت در فرهنگ، بسته به رویکرد فرهنگی غالب دستگاههای دولتی می‌تواند متفاوت باشد.

اجلاس جهانی درباره جامعه اطلاعاتی

پس از کوششهای سازمان‌های بین‌المللی در دهه ۹۰ برای ساماندهی دسترسی همگانی به شبکه‌های اطلاعاتی و ایجاد قوانین پایه برای یکپارچه سازی اهداف جامعه اطلاعاتی و تکمیل پروتکل‌های بین‌المللی، سازمان ملل متحد با همکاری اتحادیه بین‌المللی مخابرات تصمیم گرفت اجلاسی در سطح جهانی

اجتماعی عمل می‌کنند اما اعتقادی بدان‌ها ندارند. گروهی که به گفته ماکس وبر، افعال آنها سنتی است و صرفاً بر حسب رسم و عادت و خوگرفتن به شیوه‌های مرسوم عمل می‌کنند بدون اینکه ذره‌ای در مورد چرایی یا کارایی آن ببینند.

از آنجا که دسترسی به فرهنگ و مشارکت در آن به عنوان حق ذاتی هر عضو جامعه شناخته می‌شود، این مسئولیت بر عهده کلیه دولت‌ها گذارده شده تا شرایطی را فراهم آورند که همگان قادر به اعمال این حق باشند سپس همانطور که دولت‌ها برای اقتصاد، علم، آموزش و پرورش و رفاه سیاستگذاری می‌کنند در مورد فرهنگ نیز سیاستهایی طراحی کنند

د) انزوا و گوشه‌گیری: عده‌ای

که بی‌تفاوتی را پیشه خود می‌کنند و با گوشه‌گیری و انزوا به زندگی روزمره و تکراری خویش می‌پردازند. این افراد نه نگران ارزشهای اجتماعی بریاد رفته هستند و نه روش جدیدی را برای رسیدن به هنجارهای موجود برای ترقی جامعه در نظر دارند و لذا دائماً در حالت طغیان‌گری و شورش به سر می‌برند. جوانان تحصیل کرده و پرشور غالباً در این دسته می‌گنجند. مطابق نظریه مرتن، تعداد زیادی از مردم جامعه خویش را می‌توانیم در این گروه‌ها جای دهیم. هرکدام از این گروه‌ها به استثنای گروه اول به تنهایی برای هر کشوری خطرناک است. از این روست که مهندسی فرهنگی در این دوره ضرورت زیادی دارد. یونسکو نیز به عنوان معتبرترین سازمان فرهنگی دنیا در ماده ۱۱۲ سند کنفرانس جهانی سیاستگذاری فرهنگی تصریح می‌کند که: «از آنجا که دسترسی به فرهنگ

سوی‌رایت میلز عقیده دارد چیزی که ارزش‌های اجتماعی مردم را مورد تهدید قرار دهد یک مسئله تلقی می‌شود. (میلز، ۱۳۷۰)

زمانی که جامعه دچار مشکل فرهنگی می‌شود، شکاف فرهنگی در بین

آن محرز می‌شود. مرتن معتقد است در چنین شرایطی مردم در ارتباط با هنجارها به پنج شیوه عمل می‌کنند:

الف) هم‌نوايي: برخی از مردم با درک معیارها و ارزشهای اجتماعی رفتار و پندار خویش را با آن هماهنگ می‌سازند.

ب) نوآوری: کسانی که معیارها و ارزشهای جامعه را می‌شناسند و سعی می‌کنند با این معیارها هماهنگ باشند، اما برای این هماهنگی از ارزشهای غیر معمول استفاده می‌کنند. گروههای فشار بویژه فشار ایدئولوژیک واقعی در جامعه نمونه این دسته هستند. کسانی که درد دین، درد فرهنگ و ارزشهای اسلامی را دارند اما برای هماهنگ کردن افراد جامعه با این ارزشها به روشهای غیرمعمول و ابداعی متوسل می‌شوند که در نهایت مشکل آفرین بوده و به خشونت‌گرایی منجر می‌شود.

ج) مناسک‌گرایی: کسانی که طبق عادات و رسوم به معیارها و ارزشهای

با عنوان اجلاس جهانی جامعه اطلاعاتی در دو مرحله برگزار کند. مرحله اول این اجلاس سال ۲۰۰۲ میلادی در شهر ژنو و مرحله دوم آن سال ۲۰۰۵ میلادی در کشور تونس برگزار شد. در این اجلاس که اکثر کشورها در سطح رؤسای جمهوری شرکت کرده بودند، دو سند بیانیه اصول و نقشه عمل به تصویب رسید. در بخش دوم بیانیه اصول، مباحث مختلفی از جمله تنوع فرهنگی و هویتی، گوناگونی زبانی و محتوای محلی و ابعاد اخلاقی جامعه اطلاعاتی گنجانده شده است. نقشه عمل نیز مکمل بیانیه اول و در واقع رهنمود اجرایی آن است. (معمتمدنژاد، ۱۳۸۳)

نتیجه شاخص دو اجلاس، خطوط عمل یازده‌گانه است که کوششهای فراوانی از سوی کشورها صورت گرفته و گزارش‌هایی نیز ارائه شده است. با توجه به اهمیت موضوع، سازمان ملل گروهی تحت عنوان گروه سازمان ملل درباره جامعه اطلاعاتی (UNGIS) برای پیگیری اهداف دو اجلاس یاد شده و مسائل فراروی سازمان در عرصه جامعه اطلاعاتی را در اوایل سال ۲۰۰۶ تشکیل داد.

در میان یازده خط عمل، برخی از آنها مستقیماً به مباحث فرهنگی می‌پردازند و برخی دیگر مرتبط با این مباحث هستند البته تعدادی نیز با مباحث تکنیکی و تکنولوژیک مربوط می‌شوند. خط عمل ۳، دسترسی به اطلاعات و معرفت‌هاست خط عمل ۸ در مورد هویت فرهنگی و تنوع فرهنگی و زبانی و مضامین محلی است، خط عمل ۹، به مباحث رسانه‌ها می‌پردازد و موضوع خط عمل ۱۰، درخصوص ابعاد اخلاقی جامعه اطلاعاتی است، در چندین اجلاس

مهم درباره خطوط عمل یازده‌گانه برگزار شده و شورهای مختلف ضمن بحث و تبادل نظر - گزارش‌هایی از اقدامات خود ارائه داده‌اند. از جمله دومین اجلاس، تسهیل‌کننده خطوط عمل است. این در حالی است که بنا به گفته رئیس انجمن ایرانی جامعه اطلاعاتی، گرچه در ایران اقداماتی صورت گرفته اما گزارش مشخصی در کار نیست. (نشست تخصصی ایران و یازده خط عمل) دغدغه فرهنگ و زبان از جمله مهمترین نگرانیهای بسیاری از کشورها در اجلاس جهانی جامعه اطلاعاتی بود، به نحوی که دبیرکل وقت سازمان ملل در سخنرانی خود در اجلاس ژنو، ضمن ابراز نگرانی، اعلام کرد: چنانچه کشورهای مختلف دنیا در جامعه اطلاعاتی به صورت منفعل عمل کنند، شاهد بسته‌های از پیش فراهم شده فرهنگی خواهیم بود که زبان و فرهنگ کشورهای پیشرفته را به کشورهای توسعه نیافته تحمیل خواهد کرد. (شمیرانی، ۱۳۸۳)

یونسکو و جامعه اطلاعاتی

یونسکو به عنوان سازمانی بین‌المللی در زمینه علم و فرهنگ، نقش حساسی جهت پیشبرد ابعاد مختلف اخلاقی، حقوقی و اجتماعی کاربرد فناوری اطلاعاتی و ارتباطات بر عهده دارد و تاکنون چند کنگره بین‌المللی در حوزه اخلاق اطلاعاتی برگزار کرده است. هدف از برگزاری کنگره‌های بین‌المللی یونسکو در زمینه اخلاق اطلاعاتی، قدرت بخشیدن به این گونه بحث‌ها در سطح بین‌المللی و برجسته کردن ابعاد اخلاقی و اجتماعی در جامعه اطلاعاتی است (علی‌آبادی، ۱۳۸۰) همچنین یونسکو در راستای رسالت خاص خود و با توجه

به جهانی شدن ناشی از توسعه سریع فناوری اطلاعاتی و ارتباطی جدید که از یک سو تنوع فرهنگی را به مخاطره می‌اندازد و از سوی دیگر برای برقراری گفت‌وگو میان فرهنگ‌ها و تمدن‌ها شرایط جدیدی ایجاد می‌کند، بیانیه تنوع فرهنگی را در کنفرانس عمومی پاریس در سال ۲۰۰۱ ارائه کرد. این بیانیه مهمترین بیانیه در زمینه پاسداری از فرهنگ‌های گوناگون در سطح ملی و بین‌المللی به شمار می‌آید. (رسانه، ۱۳۸۰)

طرح و تأکید مفاهیم «جامعه معرفتی» و «جامعه‌های معرفتی» در کنار واژه «جامعه اطلاعاتی» توسط یونسکو، به معنی اولویت دادن به رویکردها و الگوهای فرهنگی و نرم‌افزاری بر رویکردها و الگوهای فنی و سخت‌افزاری است. جامعه معرفتی بر خلاف جامعه اطلاعاتی اندیشه مدار است نه فنی مدار؛ این جوامع بیشتر بر ویژگیهای متنوع فرهنگی، سیاسی و اقتصادی بنا می‌شوند که نظامهای معرفتی خاصی را تشکیل می‌دهند در این جوامع تنوع فرهنگی و گفت‌وگوی میان فرهنگی امکانی برای طرح دارد. (نشست تخصصی ایران و یازده خط عملی)

سیاست یونسکو و هواداری آن از برقراری «نظم نوین جهانی اطلاعات و ارتباطات» که به جای دکترین «جریان آزاد اطلاعات» به دکترین «جریان آزاد و اشاعه گسترده‌تر و متعادل‌تر اطلاعات» استوار است، از نکات قابل توجه دیگر فعالیت‌های یونسکو در راستای جامعه اطلاعاتی است. طبق این سیاست، اطلاعات و ارتباطات تنها نقش اقتصادی ندارند، بلکه نقشهای فرهنگی، سیاسی و اجتماعی هم ایفا می‌کنند. لذا باید در برابر تأثیرات منفی آن بر هویت ملی، استقلال

جامعه دشوار است و تنها می‌توان گفت که برآستی تحولات بنیادین در راه است (کاستلز، ۱۳۸۰) شاید مهمترین ویژگی سیستم‌های چند رسانه‌ای این است که بیشتر جلوه‌های فرهنگی را با همه جلوه‌هایش در قلمرو خود جای می‌دهند. ظهور سیستم‌های چند رسانه‌ای به معنای پایان جدایی و حتی تمایز میان رسانه شنیداری-دیداری و چاپی، فرهنگ عامیانه و فرهنگ فرهیختگان، سرگرمی و اطلاعات، آموزش یا اغواست؛ همه جلوه‌های فرهنگی از بدترین تا بهترین و از نخبه‌گراترین تا مردمی‌ترین، در جهان دیجیتال گرد هم می‌آیند.

از نظر کاستلز، ساکنان جهان چند رسانه‌ای را دو گروه کاملاً متمایز تشکیل خواهند داد؛ کاربران فعال و کاربران منفعل. یعنی کسانی که از توانایی انتخاب مدارهای ارتباطی چند سویه برخوردارند و کسانی که تنها به تعداد محدودی برنامه از پیش آماده شده دسترسی دارند اینکه هر یک از کاربران در کدامیک از این دو گروه قرار می‌گیرند، تا حدود زیادی به طبقه اجتماعی، نژاد، جنسیت و کشور بستگی دارد. (همان)

ضبط صوت‌های دیسکی، DVD، CD، VCD که در دسترس همگان است، رایانه‌های شخصی که در هر خانه‌ای وجود دارند و پایگاه‌های online و همه و همه در ایجاد بستر فرهنگی، بسیار تأثیرگذار بوده و به کاربران این رسانه‌ها، خطمشی فرهنگی داده و الگوسازی می‌کند. برای درک دگرگونی‌های اجتماعی، مشخص کردن ویژگی‌هایی که کانون پارادایم فناوری اطلاعات را تشکیل می‌دهند، الزامی است. از نظر مانوئل کاستلز اولین ویژگی پارادایم جدید این است که اطلاعات

هستند و مقولات اجتماعی و مربوط به رویه‌های کار و مسائل شخصی و سازمانی را در بر می‌گیرند. از این رو می‌توان بیان داشت رسیدن به راه‌حلهای فرهنگی بدون اندیشیدن به جنبه دیجیتال فرهنگ، کار بسیار دشواری است. (شکرخواه-۱۳۸۵)

از بین فناوریهای اطلاعات و ارتباطات، منظومه اینترنت و سیستم‌های چندرسانه‌ای تأثیرات فرهنگی فراوانی دارند اینترنت عامل مؤثری در ایجاد تغییر درون فرهنگی است؛ اینترنت به دو شیوه موجب تغییر فرهنگی می‌شود، نخست فرهنگ خود را عرضه می‌کند و دوم گذرگاهی برای سایر فرهنگ‌ها تدارک می‌بیند. در هر فرهنگی درمورد گفت و گوهای افراد قوانین خاصی وجود دارد، این قوانین در ارتباطات اینترنتی نادیده گرفته می‌شود. اینترنت همبستگی درون گروهی را کاهش داده، گفت و گو با اعضای بیگانه را آسان می‌کند و در نتیجه ارتباطات برون گروهی یا بین گروهی را تسهیل می‌کند. (همشهریانلاین)

فرهنگی و همچنین استقلال اقتصادی و سیاسی تامل کرد. (سی اُجو، ۱۹۹۴) همانطور که مدیرکل وقت یونسکو به مناسبت تصدی این مقام یادآور می‌شود، جهانی شدن - ناشی از توسعه سریع فن‌آوری اطلاعاتی و ارتباطی - چالشهای جهانی پدید می‌آورد که پاسخی جهانی را می‌طلبد، این پاسخ باید با رعایت شایسته تنوع فرهنگی، هویت فرهنگی، و احترام به مؤلفه‌های فردی همراه باشد که کرامت راستین مردمان را تشکیل می‌دهد. (علی‌آبادی، ۱۳۸۰)

جامعه اطلاعاتی و مهندسی فرهنگی

یکی از مشخصه‌های بارز جامعه اطلاعاتی، فناوری اطلاعاتی و ارتباطی است و بستر تأثیر این فناوری را به پنج گروه تقسیم کرده و بیان می‌دارد که تأثیرهای فرهنگی فناوری اطلاعات بر جامعه از ملموس‌ترین تأثیرها به شمار می‌آید (تبادل وسیع و سریع اطلاعات به افزایش شتاب در همگرایی فرهنگها) تشکیل خرده فرهنگ‌های مجازی، تهاجم

در دنیای پرشتاب امروز، فرهنگ از جریان پرتلاطم تغییرات و تحولات در امان نمانده و بسیار تأثیرپذیر و تأثیرگذار بر دیگر ابعاد زندگی بشر بوده است. درک این تأثیرات و تأثرات برای ممانعت از شکل‌گیری بحران‌های پردامنه آینده ضروری است

سیستم‌های چند رسانه‌ای به عنوان سیستم‌های ارتباط الکترونیک جدید، ارتباط دیجیتالی را به کل زندگی، از خانه تا کار، از مدرسه تا بیمارستان و از تفریحات تا مسافرتها گسترش داده است. به دلیل تازگی سیستم چند رسانه‌ای، ارزیابی تأثیرات آن بر فرهنگ

اطلاعات به قلمرو خصوصی و ... از جمله تأثیرهای مشهود این فناوری بر فرهنگ است. (وبستر، ۱۹۹۵) یکی از شاخصه‌هایی که برای شناخت شکاف دیجیتالی تدوین شده است، شاخص‌های جامعه اطلاعاتی (ISI) است. این شاخصها غالباً فرهنگی

ماده خام آن است، اینها تکنولوژی‌هایی هستند که بر روی اطلاعات عمل می‌کنند. برخلاف انقلابهای تکنولوژیک پیشین که در آنها تنها اطلاعات بر روی فناوری عمل می‌کرد. دومین ویژگی، اشاره به فراگیر بودن تأثیر فناوری جدید دارد. از آنجا که اطلاعات بخش لاینفک تمامی فعالیتهای بشری است، همه فرایندهای حیاتی فردی و جمعی ما مستقیماً توسط رسانه‌های تکنولوژیک جدید شکل داده می‌شوند. سومین ویژگی به منطق شبکه‌سازی هر سیستمی که از تکنولوژی جدید اطلاعاتی استفاده می‌کند اشاره دارد. اکنون شبکه با استفاده از تکنولوژی اطلاعاتی در همه انواع فرایندها و سازمانها می‌تواند تحقق عینی پیدا کند، بدون وجود این تکنولوژی‌ها تحقق ساختن منطق شبکه سازی بسیار دست و پا گیر است و ویژگی چهارم تأکید می‌کند که تکنولوژی اطلاعات به انعطاف پذیری متکی است نه تنها فرایندها برگشت پذیر هستند بلکه سازمانها و نهادها را نیز می‌توان با آرایش مجدد اجزای آنها اصلاح و حتی به طور اساسی تغییر داد. وجه تمایز پیکره‌بندی پارادایم جدید توانایی آن برای پیکره‌بندی مجدد است، ویژگی پنجم، همگرایی فزاینده تکنولوژیهای خاص در درون یک سیستم بسیار منسجم است که در آن مسیرهای تکنولوژیک قدیمی و جداگانه غیرقابل تشخیص می‌شوند. (کاستلز، ۱۳۸۰) هر اقدامی در عصر اطلاعات از جمله مهندسی فرهنگی مستلزم درک درست از ویژگیهای پارادایم جدید است.

طبق ویژگی اول این پارادایم و گفته ماسونا، تولید اطلاعات، مواد خام تکنولوژی جدید است و از اهمیت خاصی برخوردار است چرا که ماده اولیه

محصولات و خدمات به حساب می‌آیند. از این رو یکی از ارکان مهندسی فرهنگی در این عصر تولید اطلاعات در قالبهای مختلف است به عنوان نمونه در حال حاضر یکی از مشکلات ما عدم تولید علمی و منسجم اطلاعات در قالب پایگاه‌های اطلاعاتی جامع و قابل اتکا در زمینه‌های مختلف است. حل اینگونه مشکلات قدم اولیه و اساسی در مهندسی فرهنگی به حساب می‌آید. زیرا تنها سازمانها و کشورهایی که این نوع اطلاعات را تولید نموده و در اختیار دارند می‌توانند از مزایا و فرصتهای فوق‌العاده فناوری اطلاعات استفاده کنند.

◆

**به نظر آلون تافلر، نویسنده
مشهور کتاب موج سوم،
جامعه اطلاعاتی فقط دیجیتال
و شبکه‌ای بودن نیست؛ بلکه
گذر از نیروی جانورگونه به
اقتصاد مبتنی بر نیروی ذهنی
است که با جابجایی‌های
دردناک اجتماعی، فرهنگی و
نهادهای سیاسی همراه است**

◆

در ویژگی دوم کاستلز اشاره دارد که تمامی فرایندهای حیاتی ما مستقیماً توسط رسانه تکنولوژیک جدید شکل داده می‌شوند؛ گرچه توسط آن تعیین نمی‌شوند. بنابراین در طراحی و بازسازی سیستم فرهنگ توجه به این مسئله نقش اساسی دارد. فناوری جدید از خصوصی‌ترین بخش حوزه‌های فردی تا مفاهیم و مباحث کلان حوزه جمعی را تحت تأثیر قرار داده است

و این تأثیر همان طور که پیتزدراکر در کتاب "چالشهای مدیریت در سده ۲۱" گفته است، فقط تغییر در روشها نیست بلکه تغییر در مفاهیم را نیز شامل می‌شود. (پیتزدراکر، ۱۳۸۵) برای نمونه هم شخصیت و هویت افراد و هم هویت ملی شدیداً تحت تأثیر فناوری جدید قرار داد. مارک پاستر تأکید می‌کند که در دوره جدید که ارتباطات الکترونیک در جامعه سیطره دارد، این داده‌ها و اطلاعات در حکم اجتماعات مجازی هستند که هویت فردی را می‌سازند. (پاستر، ۱۳۷۷) هویت ملی نیز در جامعه اطلاعاتی به شدت تهدید می‌شود، در این جامعه بسا انسانهایی که با همسایه‌ها، هم محلی‌ها و همشهریهای خود احساس قرابت نداشته ولی با فرد دیگری در آن سوی جهان احساس مشترکی دارند.

(حسنوی، ۱۳۸۵)

درک منطق شبکه‌سازی در این عصر ضروری است؛ زیرا طبق ویژگی دوم پارادایم جدید شبکه با استفاده از فناوری اطلاعات در همه انواع فرایندها و سازمانها تحقق معینی پیدا می‌کند. به عنوان نمونه طبق منطق شبکه‌سازی، می‌توان پدیده‌های بدون ساختار را در عین حفظ انعطاف‌پذیری، سازمان داد. در طراحی نظامهای جدید تغییر دهنده فرهنگ به کمک این ویژگی می‌توان گروههای غیررسمی زیادی را در قالب شبکه سازماندهی کرد، بدون اینکه آنها را در قالبهای رسمی سازمانی قرار داد و از نوآوری و تحرک آنها جلوگیری کرد. درک اینکه در پارادایم جدید می‌توان سازمانها و نهادها را با آرایش مجدد اجزای آنها اصلاح و حتی به طور اساسی تغییر داد، یاریگر ایجاد تغییراتی گسترده در نظامهای موجود فرهنگ‌ساز

دارد. فرهنگ از جمله پدیده‌های اجتماعی است که با همه افراد جامعه ارتباط دارد و هر یک از افراد جامعه حقی در بهره‌مندی و استفاده از آن دارند. دولت موظف به کمک به شهروندان در مشارکت و بهره‌مندی از فرهنگ است. اما خصوصیات و ویژگی‌های خاص فرهنگ که ارتباط درونی با شهروندان دارد و نیازمند پویایی و تحرک است، محدودیت‌هایی برای کارگذاران دولت جهت دخالت در فرهنگ ایجاد می‌کند. بنابراین طراحی، نوسازی و بازسازی سیستم فرهنگ (مهندسی فرهنگی) باید به شکلی صورت گیرد که دولت ضمن حضور فعال در عرصه‌های مختلف فرهنگی از جمله صنایع فرهنگی، بنگاه‌های فرهنگی، زندگی فرهنگی، بودجه‌های فرهنگی، آموزش فرهنگ، کنترل محیط زیست و مشارکت‌های فرهنگی، زمینه رشد فرهنگ را بدون دخالت در محتوای آن فراهم کند.

از طرف دیگر جامعه کنونی با تغییرات کم نظیری مواجه است. یکی از ویژگی‌های این جامعه گسترش فناوری اطلاعاتی و ارتباطی در تمام ارکان جامعه است. این جامعه با عناوین مختلفی از جمله جامعه اطلاعاتی نام گذاری شده است. با توجه به اهمیت موضوع جامعه اطلاعاتی دو اجلاس جهانی مهم در این زمینه برگزار شده است. یازده خط عمل که نتایج شاخص این اجلاس است دربرگیرنده مباحث فرهنگی جامعه اطلاعاتی است. ضروری است همانند بسیاری از کشورها با تشکیل کارگروه‌های تخصصی و انجام اقدامات مناسب و شرکت در نشست‌های مربوطه، ضمن حضور فعال و تبادل نظر، از تجربیات دیگر کشورها نیز استفاده

اطلاع رسانی فرهنگی نگاه مجزا که چه بخش از این سیستم مبتنی بر تکنولوژی مخابرات - کامپیوتر و میکرو الکترونیک و... است تصویرگویی از این سیستم به دست نمی‌دهد. چنان این تکنولوژیها در این سیستم به هم پیوسته‌اند که امکان تصور جداگانه آنها وجود ندارد.

سیاست یونسکو و هواداری آن از برقراری «نظم نوین جهانی اطلاعات و ارتباطات» که به جای دکترین «جریان آزاد اطلاعات» به دکترین «جریان آزاد و اشاعه گسترده‌تر و متعادل‌تر اطلاعات» استوار است، از نکات قابل توجه دیگر فعالیت‌های یونسکو در راستای جامعه اطلاعاتی است

این امر به درک کلیت سیستم کمک کرده و از افتادن در دام نگاه‌های تکنولوژیکی مجزانات می‌دهد.

کاستلز در انتهای بحث پارادایم جدید بیان می‌دارد که پارادایم تکنولوژی اطلاعات به سمت گشودگی به عنوان شبکه‌ای چند وجهی حرکت می‌کند، جامعیت - پیچیدگی و شبکه‌سازی کیفیات اصلی تعیین کننده آن هستند و بعد اجتماعی انقلاب تکنولوژی اطلاعات در چارچوب پارادایم، در حقیقت نیرویی است که کار بست علمی آن در قلمرو کنش اجتماعی آگاهانه، موضوع کندوکاو است و نباید آن را به دست قضا و قدر سپرد.

نتیجه‌گیری:

در مجموع باید گفت دولت بزرگترین سازمان و نهاد اجتماعی است که وظیفه تنظیم و تدوین امور اجتماعی را به عهده

جامعه یعنی مهندسی فرهنگی است. همانطور که کاستلز شرح می‌دهد، در این پارادایم، معکوس کردن هرم قوانین بدون انهدام سازمانی به یک امکان تبدیل شده است. به بیان دیگر تغییر دائم و سیال سازمانی وجه مشخصه جامعه اطلاعاتی است. این وجه مشخصه

ابزار و توانایی راهبردی در پاسخگویی سازمان به درخواست‌های متنوع و متغیر است. می‌دانیم که محیط اغلب سازمانها از جمله سازمانهای فرهنگی، در عصر اطلاعات، محیطی پیچیده و پویاست. البته همانطور که مالگن اشاره می‌کند توانایی نه تنها برای یافتن جایگاه بلکه برای بیرون راندن دیگران، وجود دارد. (کاستلز، ۱۳۸۰)

سیستم‌های مختلف طبق ویژگی دیگر پارادایم جدید، سیستم‌های بسیار منسجمی هستند که بر مبنای تکنولوژیکی نمی‌توان یک بخش را بدون اجرای دیگر تصور کرد. طبق این ویژگی در نظامهای فرهنگ‌ساز و یا تغییر دهنده فرهنگ انواع فناوریهای ارتباط و شکل‌های پردازش اطلاعات همگی به شکل منسجم در یک نظام جای می‌گیرند و امکان تصور جداگانه آنها وجود ندارد. مثلاً در یک سیستم

مهندسی فرهنگی، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی. ۱۳۸۶

۱۸_ کریمی فرد، علیر، ماهیت جامعه اطلاعاتی _

نشریه اصلاح و تربیت، شماره ۴۸، ۱۳۸۴

۱۹_ احمد آبادی، لیلا گزارش روند برگزاری اجلاس جهانی سران درباره جامعه اطلاعاتی و

مشارکت ایران، انتشارات علمی فرهنگی، ۱۳۸۳

۲۰_ شکرخواه، یونس. جامعه اطلاعاتی، چند

دیدگاه بنیادی، فصلنامه رسانه، شماره ۶۲۱۳۸۴

۲۱_ ریتزر، جورج. ترجمه ثلاثی، محسن؛

تئوری‌های جامعه شناسی، انتشارات علمی، ۱۳۷۹

۲۲_ ناظمی، مهدی. درآمدی بر مهندسی فرهنگ و

مهندسی فرهنگی کشور. دبیرخانه شورای عالی

انقلاب فرهنگی.

۲۳_ بنیانیان، حسن. مهندسی فرهنگی از نظر

تا عمل در جامعه ایران، مجموعه مقالات اولین

همایش ملی مهندسی فرهنگی، ۱۳۸۴. شورای

عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۶

۲۴_ پاستر، مارک. عصر دوم رسانه‌ها. ترجمه

غلامحسن صالحیان، مؤسسه ایران، ۱۳۷۷

۲۵_ حسینی، رضا. قمی تفرشی، شیدا؛ تأثیر

جامعه اطلاعاتی بر انسجام اجتماعی. مرکز

پژوهش‌های ارتباطات. ۱۳۸۵.

۲۶_ گزارش روند برگزاری اجلاس جهانی سران

درباره جامعه اطلاعاتی (Wsis) و مشارکت ایران،

شرکت انتشارات علمی و فرهنگی - ۱۳۸۳، گزارش

علی شیرانی.

۲۷_ گزارش کاظم معتمدی نژاد.

۲۸_ نشست تخصصی ایران و یازده خط عمل

مصوب دو اجلاس جهانی سران درباره جامعه

اطلاعاتی.

www.iranwsis.ir

۲۹_ علی آبادی، گیتا؛ اقدامها و فعالیتهای یونسکو

در زمینه جامعه اطلاعاتی، نشریه رسانه، شماره ۳،

۱۳۸۰

۳۰_ بیانیه تنوع فرهنگی یونسکو، نشریه رسانه،

پاییز ۱۳۸۰

۳۱_ شکرخواه، یونس، جنبه دیجیتال فرهنگ،

سایت ایران و جامعه اطلاعاتی، iranwsis.ir،

۱۳۸۵

۳۲_ همشهری آنلاین. اینترنت و تغییر فرهنگی

(www.hamshahrionline.ir)

۳۳_ دراکر، پیتر؛ چالش‌های مدیریت در سده ۲۱،

ترجمه محمود طلوع، انتشارات رسا، ۱۳۸۵

change and ... (1976) translated by lain....

Grant. Introvation by milce gane. Sage

4-Ken ichiro, hirano(1993): The state

and cultural transformation in moderne-

ast asia; united - nations univercity press,

tokyo.

5-Sean o. siochu. Will the real wsis

please stand up?: the historic encounter

of the information society and the com-

munication.

Society. Gazette, vol.66, no.-34.

6-Webster, frank, 1995, theories of the

information society, london: routledge.

۷_ رضائیان، علی. شناخت خرده سیستم‌ها و

سازماندهی الگوی تعاملی آن «نشریه دانش

مدیریت دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، شماره

۱۲۴، ۱۳۷۳

۸- معتمد نژاد، کاظم، گزارش روند برگزاری

اجلاس جهانی سران درباره جامعه اطلاعاتی

(Wsis) و مشارکت ایران. ۱۳۸۳. شرکت انتشارات

علمی، فرهنگی

۹_ وبستر، فرانک؛ نظریه‌های جامعه اطلاعاتی.

ترجمه اسماعیل قدیمی؛ تهران، قصیده سرا، چاپ

اول، ۱۳۸۰.

۱۰_ رحمانی فیروزجاه، علی. ضرورت و روشی

برای مهندسی فرهنگی. مجموعه مقالات اولین

همایش مهندسی فرهنگی، دبیرخانه شورای عالی

انقلاب فرهنگی، چاپ اول، ۱۳۸۶.

۱۱_ کاستلز، مانوئل، عصر اطلاعات جلد اول،

ترجمه احمد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران،

طرح نوع، چاپ اول، ۱۳۸۰.

۱۲_ دورکیم، امیل. قواعد روش جامعه‌شناسی. ترجمه

علی محمد کاردان، تهران، دانشگاه تهران. ۱۳۶۸.

۱۳_ مرتن، رابرت مشکلات اجتماعی و نظریه‌های

جامعه شناختی. (ترجمه تولایی). نوبت. تهران.

امیرکبیر ۱۳۷۶

۱۴_ میلز، سسی رایت. بینش جامعه شناختی نقدی

بر جامعه شناسی آمریکایی. ترجمه عبدالمعبود

انصاری. تهران. سهامی انتشار ۱۳۷۰

۱۵_ اجاللی پرویز سیاست گذاری برنامه ریزی

فرهنگی در ایران. تهران. نشر نی. ۱۳۷۹

۱۶_ ژیرارد، آگوستین. توسعه فرهنگی. ترجمه

عبدالحامید زرین قلم، تهران وزارت فرهنگ و

ارشاد اسلامی، ۱۳۷۲

۱۷_ غلامپور آهنگر، ابراهیم. جایگاه دولت در

عرصه فرهنگ، مجموعه مقالات اولین همایش

کرده و راهکارهای مشترک دنبال شود .

یونسکو به عنوان مهمترین سازمان

بین‌المللی در زمینه فرهنگ، اقدامات و

فعالیت‌های مختلفی را در زمینه جامعه

اطلاعاتی انجام داده است. همانطور که

مدیرکل وقت یونسکو اشاره کرده است،

چالش‌های جهانی ناشی از گسترش

سریع فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی

نیاز به پاسخ جهانی دارد. لذا همکاری

فعال با یونسکو باید به عنوان یک بخش

مهم از فعالیت‌های مهندسی فرهنگی در

جامعه اطلاعاتی باشد.

به نظر می‌رسد اکنون یکی از راه‌های

مؤثر حفظ فرهنگ‌ها و اشاعه آنها، اتکا به

همین فناوری نوین ارتباطی و اطلاعاتی

است و این فناوریها به دلیل غلبه بر

زمان و مکان، قدرت شگفت‌انگیزی در

تبلور فرهنگ و تحقق راه‌حل‌های مرتبط

با آنها دارند.(شکرخواه، ۱۳۸۵) امروزه

اندیشیدن به فرهنگ برای رسیدن به

راه‌حل‌های فرهنگی در عصر اطلاعات

بدون درک ایست پارادایم تکنولوژی

اطلاعات، کار بسیار دشواری شده

است. با شناخت و درک ویژگی‌های این

پارادایم می‌توان هوشمندانه در راستای

مهندسی فرهنگی قدم برداشت. ■

منابع:

1-Piore Michaeland Sabel, chanel(1984) the second ... divide. New york: basic books.

machlup, fritz(1984) knowledge: is crea- tion, distribution, and economic signifi- cance, vol.III: the economic of informa- tion and human capital. Princeton: nj: princeton univercity ...

2-Machlup, Fritz (1962) the production and distribution of knowledge in the united states. Princeton: iv j: princeton univercity press

3-Boudrillard, jea (1993 a) symbolic ex-



ثقلین گرانقدر؛ الگوهای راهبردی طراحی ساختار مهندسی فرهنگی جهان اسلام

نویسندگان:

دکتر شهرام علمداری، عضو هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی
دکتر مصطفی ادیب، عضو هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی بقیه الله الاعظم

چکیده:

صهیونیسم جهانی در چند دهه گذشته اقدامات زیادی را برای جلوگیری از گسترش اسلام در جهان انجام داده است. گسترش اختلافات مذهبی و قومی، توسعه فساد اخلاقی و اعتیاد به مواد مخدر، ویزه در نسل جوان مسلمان، راهاندازی انواع مختلف رسانه‌ها و افزایش تولید محصولات فرهنگی با محوریت تخریب مبانی فرهنگی ناب قرآنی، جذب مدیران جهان اسلام به الگوهای مدیریتی غرب و دورساختن آنها از فرهنگ مدیریت قرآنی و هزاران پروژه عملیاتی دیگر، بخشی از این اقدامات محسوب می‌شود. این مقاله به تبیین مبانی مدیریت راهبردی و عملیاتی مهندسی فرهنگی از دیدگاه قرآن و عترت پرداخته و چارچوب سازمانی مقابله با انواع مختلف تهاجم فرهنگی را تشریح می‌نماید:

تعریف دقیق از مهندسی فرهنگ و مهندسی فرهنگی اولین بخش از این مقاله است. به طور خلاصه، مهندسی فرهنگی عبارت از تعریف و تبیین فرآیندهای فرهنگی و تلاش در جهت ارتقای کیفیت مستمر آن فرآیندها در جهت جلب رضایت خالق و تکریم مخلوقات خداوند است. مهندسی فرهنگی با تعریف فوق، اجرا نخواهد شد مگر آنکه مدیریت راهبردی بر ساختار آن سایه افکنده باشد.

دو یادگار گرانقدر حضرت رسول اکرم (ص)، کتاب خدا و عترت او هستند؛ قرآن کریم در حد کشش عقل بشری، بیش از یک هزار تدبیر فرهنگی را تبیین ساخته است. این تدابیر فرهنگی، سیاست‌های اصلی در مسیر زندگانی انسان هستند (چراغ‌ها و تابلوهای

نشانگر درمسیر زندگی انسان). سیره نبوی، سیره علوی و سیره دیگر ائمه معصومین(ع)، الگوهای اجرایی این تدابیر هستند. دشمنان اسلام بادرک خطری که تدبیر در قرآن کریم و زندگی ائمه معصومین(ع) می‌تواند برای آنها داشته باشد، پازل فرهنگی پیچیده‌ای برای ممانعت از گسترش فرهنگ قرآن و عترت طراحی کرده‌اند که دارای ابعاد مختلف فلسفی، فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و امنیتی است.

برای اجرایی کردن تدابیر و سیاست‌های فرهنگی در حوزه‌های مدیریتی فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و امنیتی، لازم است این تدابیر، به اهداف راهبردی، راهبردها، اهداف کمی، برنامه‌ها و پروژه‌های اجرایی فرهنگی تبیین شوند. به عبارتی اگر در مرحله فلسفه و تدبیر فرهنگی بمانیم، نه تنها این تدابیر فرهنگی به مرحله اجرایی نمی‌رسند بلکه در صحنه اجرایی همان اتفاقی خواهد افتاد که الان در سطح جهانی و ملی شاهد آن هستیم. درواقع اگر از الگوی حدیث ثقلین دربرنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری‌های خود استفاده نکنیم، دچار مشکلات فراوانی خواهیم شد.

اولین و اساسی‌ترین قدم برای اجرایی کردن تفکر مهندسی فرهنگی در سطح ملی و جهانی، سازماندهی علمی و صحیح است. متعاقب تشکیل هسته اولیه هسته فکری مهندسی فرهنگی جهان اسلام، برنامه راهبردی و عملیاتی این ساختار بر مبنای قرآن و عترت و با الگوی ارائه شده در این مقاله تدوین می‌شود. نتیجه عملی این مرحله از مطالعه، تشکیل پازل راهبردی و عملیاتی مهندسی فرهنگی جهان اسلام است. متعاقب برنامه‌ریزی عملیاتی و

تاکتیکی سازمان مهندسی فرهنگی جهان اسلام، به خوبی آشکار خواهد شد که تاکتیک‌ها و پروژه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و امنیتی دشمنان اسلام چه مبنای‌ای دارد. نتیجه اصلی این مرحله، پیش‌بینی پازل راهبردی و عملیاتی دشمنان اسلام است

درمرحله آخر، با کنار هم گذاشتن دوپازل یاد شده و تشکیل دبیرخانه دائمی مرکز تحقیقات و مطالعات راهبردی و عملیاتی مهندسی فرهنگی جهان اسلام در همه حوزه‌های حکومت اسلامی، می‌توان اتاق فکری پویا و فعال درجهت خنثی کردن نقشه‌های دشمنان و متعاقب آن، گسترش تفکر مهدویت و زمینه‌سازی ظهور آن حضرت(عج) را پایه‌ریزی کرد. بدیهی است در این بین، نقش نخبگان جهان اسلام بسیار مهم و باارزش خواهد بود که در این مقاله به نحوه آموزش این افراد نیز پرداخته‌ایم.

مقدمه:

یکی از مشکلات اساسی کشورهای اسلامی در قرن ۲۱، توسعه تفکر جهانی شدن در تمام ابعاد زندگی بشری است. گسترش سازمان‌های بین‌المللی، شرکت‌های فراملی و سازمان‌های غیردولتی باعث شده‌اند که پیچیدگی خاصی در اداره جوامع ایجاد شود. امنیت و سیاست از قلمرو کشورها خارج شده و ابعاد جهانی یافته‌اند. اقتصاد کشورها به شدت تحت تاثیر سازمان جهانی تجارت قرار گرفته است. سازمان ملل متحد هر سال، معیارهای جدیدی را به عنوان معیارهای توسعه اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و سیاسی و امنیتی برای رده‌بندی کشورها تدوین می‌کند و کشورها را در چالش‌های

روزافزونی قرار می‌دهد. بحران‌های روز افزون طبیعی، (زلزله‌ها و سیل‌ها و...) اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در دنیا باعث شده‌اند که مدیران به دنبال آماده سازی ملت‌های خود باشند. فرهنگ به عنوان یک مقوله مهم مورد تهاجم قرار گرفته است و مدیریت عرصه فرهنگی نیاز به نوآوری‌های روز افزون دارد.

محیط زیست به عنوان یکی از نمادهای جهانی شدن، مورد سوء استفاده خیلی از سازمان‌های بین‌المللی قرار گرفته است. سلامت انسان‌ها توسط حوادث، بیماری‌های قلب و عروق و بیماری‌های نوپدید و بازپدید مورد تهاجم قرار گرفته و سازمان جهانی بهداشت با طراحی برنامه‌های مختلف و متنوع سعی در دخالت در مدیریت سلامت همه کشورهای عضو دارد. ورزش و گردشگری نیز نمادهایی از جهانی شدن هستند که به سرعت در حال توسعه هستند. توسعه تکنولوژی، صنعت ارتباطات، مطبوعات و رسانه‌ها و اینترنت و ماهواره به عنوان محمل‌های اصلی جهانی شدن (وبه قولی، ناتوی فرهنگی) بسیار مهم محسوب می‌شوند. همه موارد ذکر شده در بالا یک معنی دارند و آن اینکه در چنین جهانی، جوامعی می‌توانند جان سالم به در ببرند که آمادگی کامل در برابر بحران جهانی شدن داشته باشند. آمادگی جوامع ممکن نخواهد شد مگر آنکه در پنج بعد زیرمطالعات عمیقی انجام دهند:

الف- تدوین چشم انداز، رسالت‌ها، ارزش‌ها، راهبردهای اساسی در همه حیطه‌ها، قوانین و دستورالعمل‌ها، فرایندها و شاخص‌های عملکردی فرهنگی برای جامعه هم در دوران عاقبت و هم در مصیبت.

ب_ ارزیابی جامع کلیه آسیب پذیری‌های فرهنگی جامعه و ایجاد بانک اطلاعات آسیب پذیری‌ها با بررسی کامل خطرات بالقوه فرهنگی، بررسی کامل جامعه، بررسی محیط زیست و جغرافیای طبیعی مناطق مختلف، بررسی آثار خطرات بر جوامع و اولویت‌بندی همه خطر پذیری‌ها برای طراحی برنامه‌تداخل‌ها.

ج_ تدوین برنامه راهبردی و عملیاتی مدیریت توسعه فرهنگی و مدیریت بحران فرهنگی بر اساس استعدادها و خطرات بالقوه جامعه طبق اصول علمی.

د_ مدیریت آموزش، پژوهش و اطلاع رسانی عمومی و تخصصی.

ه_ ارزشیابی و پایش کلیه برنامه‌های تدوین شده براساس شاخص‌های عملکردی تدوین شده و انجام مانورهای متعدد برای ارزیابی و پایش برنامه‌های توسعه و بحران فرهنگی در جامعه.

باتوجه به اینکه اسلام و بخصوص شیعه، غنی‌ترین برنامه‌های مدیریتی را در زمینه ایجاد حکومت جهانی دارد و اصل متعالی ولایت فقیه در مکتب ما به عنوان بهترین الگوی حکومتی در دنیا مطرح است، نخبگان جوامع اسلامی باید در همه حیطه‌های مدیریتی آموزش ببینند تا آنچه که به عنوان فرهنگ مهدویت و انتظار در مذهب شیعه جعفری طراحی شده است، عملیاتی شود و همین مدیران نخبه بتوانند زمینه ساز حکومت جهانی حضرت صاحب‌امر(عج) شوند.

از معضلات اساسی انقلاب اسلامی ایران در عمر ۲۷ ساله خود این بوده است که به رغم تأکیدات مکرر رهبر کبیر انقلاب، حضرت امام خمینی(ره) و مقام معظم رهبری، دال بر گسترش نهضت نرم افزاری، کمتر به این مقوله توجه

شده است. در واقع همه پیشرفت‌های انجام شده در جهت بوده است که متخصصین و استادان برجسته ای از بین نخبگان کشور تربیت شوند ولی همین نخبگان در مدیریت سازمان‌ها در سطح ملی و در تعاملات بین‌المللی دچار مشکلات زیادی شده‌اند.

صهیونیسم بین‌الملل و نهضت‌های سکولار و لیبرال در داخل و خارج کشور جمهوری اسلامی ایران، سالهاست که برنامه تربیت مدیران نخبه را در کشورهای مختلف شروع کرده‌اند بطوری که در کشورهای آمریکا و انگلیس این جریان هر ساله صدها مدیر سکولار را وارد جامعه جهانی می‌کند. البته باید متذکر شد که این مدیران به دلیل عدم توجه به آموزه‌های فرهنگی شیعه و ولایت فقیه و همچنین دستورالعمل‌های قرآنی مطمئناً دچار نقائص و شکست‌های فراوان مدیریتی خواهند بود و به حکم آیه " و نريد ان نمـن علی الذین استضعفوا فی الارض و نجعلهم ائمه و نجعلهم الوارثین " حکومت جهانی در دست مستضعفین خواهد بود.

بخش اول- تعریف فرهنگ (CULTURE)
در کتب مختلف علمی، تعاریف متعددی از فرهنگ شده است ولی با توجه به تغییرات متنوعی که در عرصه فرهنگ جهانی رخ داده است، شاید لازم باشد که بازتعریفی از فرهنگ انجام شود تا بتوان در شرایط کنونی، تعریفی

عملی از مهندسی فرهنگی ارائه کرد. فرهنگ از دیدگاه لغت (فارسی، عربی، انگلیسی و فرانسه)، به معانی پیروزی، تیزهوشی، مهارت، پروردن، مراقبت از چیزی، بارور کردن، و کاشتن گیاه به کاررفته است.

از نظر اصطلاحی نیز تعاریف زیادی از فرهنگ در کتب علمی وجود دارند که هر کدام از زاویه‌ای فرهنگ را بررسی و تعریف کرده‌اند؛ مثلاً از زوایای انسان شناسی، مردم شناسی، جامعه شناسی، روان شناسی، قوم شناسی و غیره. این تعاریف را می‌توان به دسته‌های مختلفی تفکیک کرد مانند نمادین، ساختاری، کلاسیک و توصیفی، هنجاری، تاریخی، و تعاریف دیگر. در این مقاله قصد نداریم که به این مقوله‌ها بپردازیم، بنابراین فقط به عصاره همه این تعاریف پرداخته می‌گیریم.

تعریف فرهنگ از نظر همه صاحب‌نظران علمی از ترکیب سه تعریف حاصل می‌شود:

الف_ ماهیت فرهنگ: عبارت از آن ذات، جوهره و امری است که فرهنگ را از نظر موضوع از سایر موضوعات مجزای می‌سازد.

ب_ موضوعات فرهنگی: عبارت است از تجزیه ماهیت فرهنگ و بیان مولفه‌ها، عوامل و اجزایی که بر روی هم نظام فرهنگی را تشکیل می‌دهند.

ج_ کارکرد فرهنگ: به معنای نتیجه، ثمره، محصول و مظاهری است که از

رفتار(مهارت)	تمایل(نگرش)	شناخت(دانش)	
			نسبت به جهان
			نسبت به سایرین
			نسبت به اشیا

فرهنگ به دست آمده و نقش بقای حیات اجتماعی را ایفا می‌کند.

ماهیت فرهنگ شامل رفتار یا الگوهای رفتاری، مجموعه شناخت و اندیشه بشر، شیوه یا الگوی زندگی، مجموعه اندوخته‌های مادی و معنوی بشر و درانتها پذیرش‌های هنجار یافته اوستند.

موضوعات فرهنگی از دیدگاه دانشمندان را می‌توان با نگاه به جدول زیر درک کرد:

کارکرد فرهنگ را نیز می‌توان در سه بعد بررسی کرد:

الف_ ایجاد تفاهم

ب_ احراز هویت

ج_ حفظ و ارتقای انسجام اجتماعی

با قرار دادن سه عنصر ماهیت فرهنگ، موضوعات فرهنگی و کارکرد فرهنگ در یک ماتریس سه جانبه می‌توان به تعریف فرهنگ رسید. تعریفی که به گونه‌ای مورد توجه دانشمندان مختلف در قرن‌های گذشته بوده است. در واقع با تفاوت دیدگاه‌های بشری در هر یک از سه عنصر فوق، بدیهی است که تعریف از فرهنگ تفاوت پیدا خواهد کرد.

از نظر نویسندگان این مقاله، فرهنگ را باید از چهار بعد نگاه کرد تا بتوان پازلی را برای برنامه‌ریزی راهبردی و عملیاتی فرهنگ یک جامعه تشکیل داد. در این پازل، هر خانه دارای معنی و مفهوم کاربردی و عملیاتی خواهد بود. هر چند خانه، زیرسایه یک راهبرد و همه راهبردها تحت لوای سیاست‌ها عمل می‌کنند و همه این اجزا ناشی از فلسفه و حکمتی خواهند بود که مبنای همه تصمیم‌سازی‌های فرهنگی هستند.

ابعادی که مابرای فرهنگ در یک جامعه قائم شامل موارد زیر هستند:

الف_ بعد افقی یا حوزه‌های فرهنگی: فرهنگ شامل تمام دانش، نگرش و مهارت‌هایی است که در حوزه‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، امنیتی و... شکل می‌گیرند. طبق یک برآورد تحلیلی از حوزه‌های فرهنگی در کشورهای مختلف، حدود ۴۰ حوزه فرهنگی قابل تعریف است که هر حوزه بالقوه می‌تواند محل ظهور و بروز تفاهم یا سوء تفاهم‌ها و یا تهاجم فرهنگی باشد. طبق بررسی‌های انجام شده توسط نویسندگان این مقاله، هر حوزه فرهنگی ذکر شده، دارای حداقل ۲۵ زیرحوزه فرهنگی است که از نظر مهندسی فرهنگی، ارزش بالقوه بالایی دارند. بنابراین تا اینجا ما با حداقل ۱۰۰۰ قطعه از پازل فرهنگی در بعد افقی مواجه هستیم. با دقت در محصولات مختلف فرهنگی همچون برنامه‌های یک روز هر شبکه تلویزیونی در ایران و یا شبکه‌های خارجی و یا رسانه‌های مکتوبی همچون کیهان، اطلاعات و شرق و... می‌توان به اهمیت دادن ناخود آگاه مدیران این محصولات فرهنگی به تک تک این حوزه‌ها و زیرحوزه‌ها پی برد.

ب_ بعد عرضی فرهنگ: در هر حوزه و زیرحوزه فرهنگی، ما با بعد دیگری از فرهنگ روبه‌رو هستیم که آن عبارت است از بعد عرضی فرهنگ. در واقع وقتی در مورد هر محصول فرهنگی (مثلاً یک فیلم سینمایی یا سریال یا یک مقاله یا کتاب)، صحبت می‌شود، چه در فرهنگ عامه و چه در مجامع تخصصی، تحلیل‌هایی انجام می‌شود که همه ریشه در فرهنگ آن جامعه دارند. وقتی به تحلیل‌ها دقت می‌کنیم، می‌بینیم که همه تحلیل‌گران، آگاهانه یا ناخود آگاه، محصول فرهنگی

منتشر شده را از ابعادی همچون فلسفی، سیاستگذاری، برنامه‌ریزی‌های توسعه، آمایش سرزمین، ارزیابی خطرات تهدیدها و ضعف‌ها، ارزیابی فرصت‌ها و قوت‌ها، برنامه‌ریزی‌های بحران، آموزشی، پژوهشی، ارزیابی و پایش، مدیریت راهبردی، مدیریت کیفیت و... نقد می‌کنند.

در واقع، در تحلیل هر حوزه فرهنگی، شاخص‌هایی که مورد توجه هستند، در یکی از حوزه‌های زیر قرار می‌گیرند:

۱_ تدوین چشم انداز، رسالت‌ها، ارزش‌ها، راهبردهای اساسی در همه حیطه‌ها، قوانین و دستورالعمل‌ها، فرایندها و شاخص‌های عملکردی فرهنگی برای جامعه هم در دوران عافیت و هم در مصیبت.

۲_ ارزیابی جامع کلیه آسیب‌پذیری‌های فرهنگی جامعه و ایجاد بانک اطلاعات آسیب‌پذیری‌ها با بررسی کامل خطرات بالقوه فرهنگی، بررسی کامل جامعه، بررسی محیط زیست و جغرافیای طبیعی مناطق مختلف، بررسی اثرات خطرات بر جوامع و اولویت بندی همه خطرپذیری‌ها برای طراحی برنامه‌تداخل‌ها.

۳_ تدوین برنامه راهبردی و عملیاتی مدیریت توسعه فرهنگی و مدیریت بحران فرهنگی بر اساس استعدادها و خطرات بالقوه جامعه طبق اصول علمی.

۴_ مدیریت آموزش، پژوهش و اطلاع‌رسانی عمومی و تخصصی

۵_ ارزشیابی و پایش کلیه برنامه‌های تدوین شده بر اساس شاخص‌های عملکردی تدوین شده و انجام مانورهای متعدد برای ارزیابی و پایش برنامه‌های توسعه و بحران فرهنگی در جامعه.

ضروری بر رفتار و ویژگی‌های سیستم، بستگی به رفتار و ویژگی‌های دست کم یک جز ضروری دیگر از همان سیستم دارد.

هـ_ تاثیر هر زیر مجموعه متشکل از اجزای ضروری بر آن سیستم، وابسته به رفتار حداقل یک زیر مجموعه دیگر از همان سیستم است.

خلاصه: ویژگی‌های هر سیستم حاصل تعامل بین اجزای آن است نه کنش‌های مستقل اجزا.

حالا به مثال موجود زنده فرهنگی با دو میلیون سلول زنده برمی‌گردیم. مهندسی فرهنگی با همین دیدگاه سیستمی و تفکر فرهنگی با ابعاد ذکر شده در بخش اول، عبارت از مدیریت راهبردی و اجرایی این سلول‌های زنده برای حرکت مداوم رو به جلوی همه اجزا و کل سیستم به سمت هدف کلان فرهنگی جامعه است.



بخش سوم_ هرم تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی در عرصه فرهنگ.

پس از تعریف فرهنگ و مهندسی فرهنگی، لازم است که وارد موضوع اصلی این مقاله یعنی هرم تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی در عرصه فرهنگ

تعریف فوق از فرهنگ، با پدیده‌ای سر و کار داریم که اگر ما نتوانیم برای هر سلول آن برنامه راهبردی و عملیاتی مشخص و دقیق داشته باشیم، قطعاً رقبای فرهنگی ما برای آنها برنامه خواهند داشت.

بخش دوم_ تعریف مهندسی فرهنگی

همانند فرهنگ، تعاریف زیادی برای مهندسی فرهنگی بیان شده است. همه این تعاریف به گونه‌ای در تعریف زیر خلاصه می‌شوند:

تفکر مهندسی فرهنگی به ترکیبی از تفکر مهندسی و تفکر فرهنگی گفته می‌شود. تفکر مهندسی راتاحدودی می‌توان همان تفکر و بینش سیستمی دانست و تفکر فرهنگی و فرهنگ را می‌توان بستر و زمینه ساز کلیه اجزا و رفتارهای فردی، گروهی و اجتماعی تلقی کرد. تفکر و بینش سیستمی دارای پنج مشخصه اساسی است:

الف_ سیستم را متشکل از دو جزء یا بیشتر می‌داند که دارای یک یا چندین کارکرد یا ویژگی معین است.

ب_ هر جزء از مجموعه اجزای سیستم، باید بتواند رفتار و ویژگی‌های کل سیستم را تحت تاثیر قرار دهد.

ج_ در مجموعه مورد نظر، زیر مجموعه‌ای از اجزا وجود دارند که برای تحقق کارکرد معین و تعریف شده کل در یک ویا بیش از یک

محیط کفایت می‌کنند و وجود هر یک از اجزا برای تحقق کارکرد معین مورد نظر کفایت می‌کنند، اما هیچ یک از این اجزا به تنهایی برای تحقق این کارکرد کفایت نمی‌کنند.

د_ تاثیرگذاری هریک از اجزای

طبق بررسی‌های انجام شده توسط مولفین این مقاله، از نظر عرضی، حداقل ۴۰ بعد مختلف برای هر حوزه یا زیر حوزه فرهنگی وجود دارند. با احتساب این بعد از فرهنگ، تا اینجا ما با چهل هزار سلول فرهنگی برای مهندسی فرهنگی مواجه هستیم.

ج_ بعد عمودی فرهنگ: وقتی از فرهنگ یک جامعه سخن به میان می‌آید، ذهن‌ها به سمت سطوح فرهنگی جامعه سوق داده می‌شود. دلیل این موضوع آن است که هر کدام از ما انسان‌ها، جدا از فرهنگ عمومی جامعه‌ای که به آن تعلق داریم، به دلیل قرار گرفتن در یکی از سطوح اجتماعی مانند دانش آموز، دانشجوی، روحانی، اصناف و بازاری، استاد، نخبه، مدیر، کارمند، کشاورز و... دارای عمق مشخصی از فرهنگ هستیم. این بعد از فرهنگ را بعد عمودی فرهنگ می‌نامیم. طبق بررسی‌های انجام شده توسط مولفان این مقاله بر روی جوامع مختلف انسانی در جهان، در یک جامعه حدود ۵۰ سطح فرهنگی اجتماعی قابل احصا بوده‌اند. با احتساب این بعد از فرهنگ، تعداد سلول‌های فرهنگی یک جامعه به حدود سه میلیون و پانصد هزار عدد می‌رسد.

د_ حال اگر فرهنگ یک جامعه را یک موجود زنده دو میلیون سلولی با همه مشخصات جامع موجودات زنده بدانیم، این موجود زنده در هر برهه از زمان، دارای یک سری مولفه‌های فرهنگی است که خاص آن زمان است. در واقع اگر زمان را بعد چهارم فرهنگ در نظر بگیریم، حافظه تاریخی و میراث فرهنگی یک جامعه، بعد چهارم فرهنگ یک جامعه را تشکیل می‌دهد.

خلاصه اینکه: با در نظر گرفتن

بر محصولات فرهنگی براساس شاخص‌های فرهنگی تعریف شده در هر نظام فرهنگی.

بخش پنجم - چارچوب برنامه‌ریزی راهبردی و عملیاتی در عرصه فرهنگ
در این بخش از مقاله به چارچوب برنامه‌ریزی راهبردی در عرصه فرهنگی می‌پردازیم. مراحل برنامه‌ریزی راهبردی برای موجود زنده دو میلیون سلولی فرهنگی تشریح شده در فوق، عبارتند از:

الف- تدوین چشم انداز فرهنگی
ب- تدوین ماموریت و رسالت فرهنگی کشور

ج- تدوین اهداف کلان فرهنگی جامعه براساس ماموریت و چشم انداز فرهنگی جامعه.

د- تحلیل درونی و برونی فرهنگی (قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها) و استخراج موقعیت راهبردی فرهنگی

ه- استخراج راهبردهای فرهنگی و- تعریف اهداف عینی فرهنگی
ز- تعریف فعالیت‌های یا پروژه‌های فرهنگی جامعه.

ح- بودجه‌ریزی فرهنگی بر مبنای فعالیت‌های فرهنگی.

ط- پایش و ارزشیابی فرهنگی بر اساس شاخص‌های تعریف شده فرهنگی جامعه.

بخش ششم - چارچوب مدیریت پروژه‌های اجرایی در عرصه فرهنگ
جهت مدیریت پروژه‌ها در عرصه فرهنگی باید مراحل زیر را اجرا کنیم:
الف- تعریف دقیق اهداف کمی پروژه یا محصول فرهنگی براساس هر سلول زنده فرهنگی.

ب- تقسیم بندی پروژه به اجزای

خانواده، هماهنگ است؟ چقدر در جهت راهبرد فرهنگی و سیاست‌های کلان فرهنگی جامعه قرار دارد؟ یا کلا چقدر با دیدگاه‌های فلسفی کلان جامعه مطابقت دارد؟
و خلاصه:

هر محصول فرهنگی (کتاب، مقاله، فیلم، سریال، تبلیغات و آگهی‌های تجاری و...)، ردپایی جدی از دیدگاه فلسفی تولید کنندگان آن است.



بخش چهارم - چارچوب مدیریت راهبردی در عرصه فرهنگ
وقتی صحبت از مدیریت راهبردی به میان می‌آید، این حدیث از حضرت علی (ع) به ذهن خطور می‌کند:
"خدا رحمت کند کسی را که بداند از کجاست، در کجاست و به کجا می‌رود."
چرخه علمی مدیریت راهبردی دارای اجزای زیر است:

در عرصه فرهنگی، مدیریت راهبردی شامل اجزای زیر خواهد بود:

الف- برنامه‌ریزی راهبردی فرهنگی که در بخش بعدی به آن خواهیم می‌پردازیم.

ب- اجرای پروژه‌های فرهنگی براساس برنامه‌ریزی‌های عملیاتی و تاکتیکی.

ج- ارزیابی و پایش راهبردی

شویم. وقتی صحبت از تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی برای هر حوزه‌ای می‌شود، ما با یک هرم علمی مواجهیم:

در عرصه فرهنگی، هرم فوق به صورت زیر قابل تعریف است:

الف- هر محصول فرهنگی را اگر به عنوان یک پروژه فرهنگی در نظر بگیریم، حاصل یک برنامه‌ریزی عملیاتی است که در بخش‌های بعدی تعریف خلاصه شده‌ی آن را ارائه خواهیم کرد.

ب- برنامه‌ریزی عملیاتی در حوزه یک راهبرد فرهنگی، منجر به تولید تعداد زیادی پروژه‌های فرهنگی می‌شود که قطعاً توسط یک برنامه‌ریزی تاکتیکی مناسب و علمی، همه این پروژه‌ها باید با هم هماهنگ شوند.

ج- برنامه‌ریزی‌های تاکتیکی و عملیاتی در زیر لای برنامه‌ریزی راهبردی فرهنگی معنا و مفهوم پیدا می‌کنند.

د- اگر سیاست‌های کلان فرهنگی در یک نظام تعریف نشده باشند، قطعاً برنامه راهبردی و همه زیر مجموعه‌های آن دچار یک سردرگمی خواهند بود.

ه- همه سیاست‌های کلان فرهنگی، سرچشمه گرفته از دیدگاه‌های فلسفی فرهنگی در یک جامعه هستند.

حالا همان موجود زنده فرهنگی دو میلیون سلولی را در نظر بگیرید که می‌خواهید برای آن تصمیم‌گیری کنید.

قطعاً کار بسیار سختی خواهد بود که محصولات فرهنگی را که می‌خواهید برای تعالی تک تک سوله‌های این موجود

زنده در جامعه تولید یا توزیع کنید، از همه ابعاد افقی، عرضی و عمودی، تحلیل شده باشند. مثلاً بدانید که

این محصول فرهنگی، چقدر با دیگر محصولات فرهنگی هم خانواده یا ناهم

ب- قرآن کریم به عنوان معجزه پیامبر اکرم(ص)، یک سند راهبردی برای حکومت جهانی اسلام است. طبق بررسی انجام شده توسط مولفین مقاله، قرآن کریم دارای بیش از هزار تدبیر فرهنگی است. هر تدبیر فرهنگی به گونه‌ای طراحی شده است که در هرم تصمیم‌گیری، بخش‌های فلسفه، سیاست‌گذاری و راهبردها را تشکیل می‌دهد. قرآن با بیان داستان انبیای الهی و اقوام مختلف در تاریخ، تحلیلی کامل از جوامع به دست می‌دهد که اساس برنامه‌ریزی راهبردی فرهنگی را تشکیل می‌دهد. در طرحی که قرآن برای موجودیت فرهنگی جامعه جهانی ترسیم می‌کند، به همه ابعاد افقی، عرضی و عمودی و حتی زمانی فرهنگ، توجه شده است. تحلیل آیات قرآن با این دیدگاه، می‌تواند موضوع یک تحقیق گسترده باشد که ده‌ها جلد کتاب به عنوان عصاره آن

فرهنگی دو میلیون سلولی، مهندسی فرهنگی، مدیریت راهبردی، برنامه‌ریزی راهبردی و عملیاتی و درانتها مدیریت پروژه‌های فرهنگی آگاهی پیدا کردیم، نگاهی به ساختار تدبیر و مدیریت در حکومت اسلامی می‌افکنیم.

در هرم تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی فرهنگی، تکلیف جهان اسلام به خوبی تعریف شده است چون:

الف- فلسفه و حکمت متعالی اسلام نسبت به همه دیدگاه‌های بشری بالاتر و حتی غیر قابل مقایسه است. اگر به سیر تفکر فلسفی غرب از ارسطو، افلاطون، قرون وسطی، دوران رنسانس و پس از رنسانس بیفکنیم، می‌بینیم که بشر در سیر زمان هرگز نتوانسته است پاسخی کامل و دقیق به سوالات اساسی زندگی انسانی بدهد. در قرن حاضر این سرگیجه فلسفی تشدید شده و باعث تزلزل جوامع غیر اسلامی شده است.

اصلی و فرعی یا work package های تعریف شده.

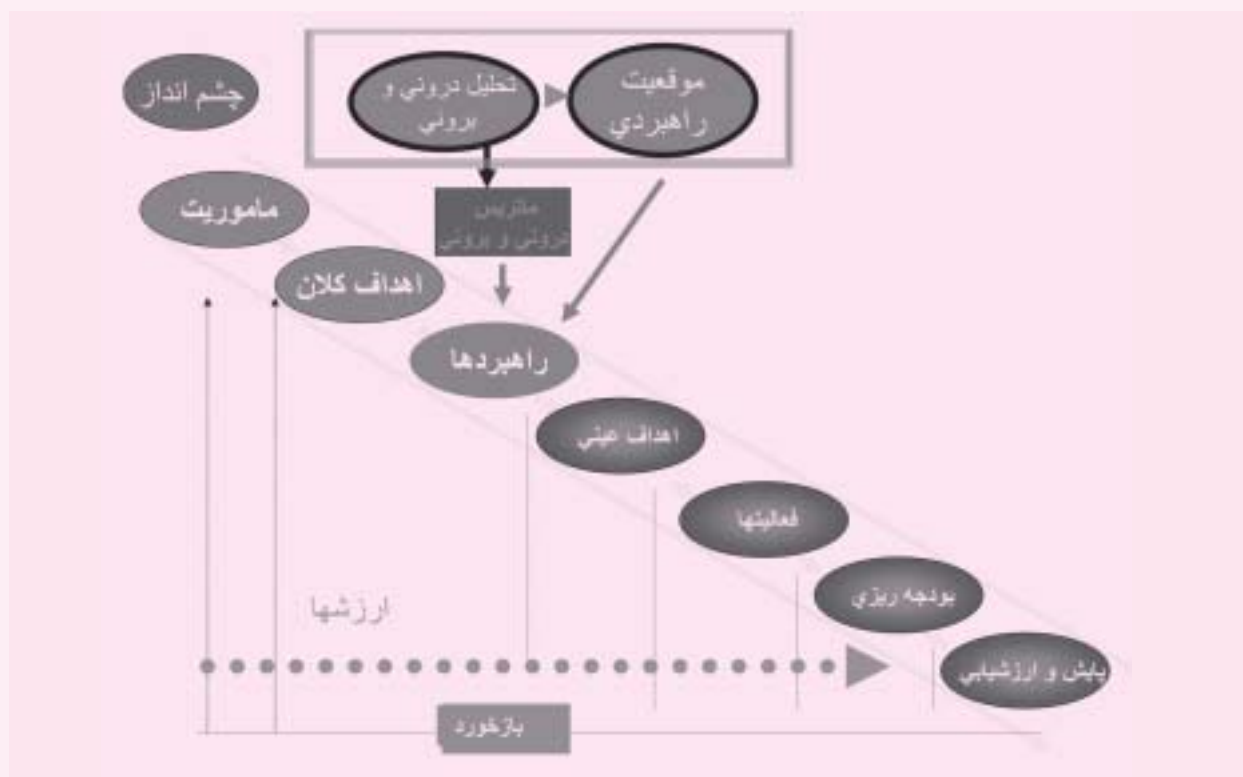
ج- تعریف فعالیت‌های اختصاصی مورد نیاز برای هر work package د- مصور سازی فعالیت‌های فوق الذکر به صورت یک شکل شبکه‌ای (network diagram) جهت نشان دادن ترتیب فعالیت‌ها و رابطه بین آنها در جهت رسیدن به اهداف کمی پروژه‌های فرهنگی جامعه.

ه- ایجاد جدول تخمین زمانی برای انجام فعالیت‌های یک پروژه فرهنگی و- ایجاد جدول هزینه برای انجام فعالیت‌های یک پروژه فرهنگی.

ز- ایجاد برنامه پایه برای پروژه (baseline plan)

بخش هفتم- قرآن، سند راهبردی حکومت جهانی اسلام

حال که نسبت به موجود زنده



فرهنگ لیبرال دموکراسی و مبارزه با فرهنگ اسلامی انجام داده‌اند، توجه به چند جمله از استراتژیست‌های آنها بدون شرح اضافی کافی است:

۱_ تلاش با هدف جلوگیری از نفوذ تفکرات رهبر ایران به جوامع دانشگاهی یک محور اساسی در برنامه‌ریزی راهبردی است.

"بولتن خبری تحلیلی مؤسسه امریکن اینتر پرایس، نوامبر ۲۰۰۴ به نقل از پایگاه اینترنتی www.diplomat.org

۲_ با توجه به فضای حاکم بر جامعه ایران پس از حادثه کوی دانشگاه تهران و ترس خانواده‌ها از حضور فرزندان

در اقدامات سیاسی دانشجویی بهترین راهکار استفاده از این فضای روانی و دور نمودن دانشجویان و بویژه دانشجویان ممتاز از مفاهیم سیاسی و ایجاد شرایط ترویج این نظریه با برپایی متعدد جلسات اعتراض و تحصن به مناسبت‌های گوناگون می‌باشد.

"بولتن خبری مرکز صلح، فرهنگ و توسعه خاورمیانه دانشگاه ایالتی جورجیا، دسامبر ۲۰۰۳، به نقل از www.diplomat.org

۳_ خیزش جوانان دانشگاهی ایران بعد از سال ۲۰۰۰ میلادی (۱۳۷۹) به سوی کتاب نهج البلاغه بسیار نگران کننده است و نیازمند تدوین برنامه‌های عملیاتی متعددی است.

"دبورا استار (Deborah star) مدیر بخش مطالعات گروه مطالعات خاور نزدیک دانشگاه کرنل نیویورک آمریکا Department of Near Eastern Studies, Cornell University



فاز دوم: استخراج شاخص‌های پازل فرهنگی براساس تدابیر و فعالیت‌های فرهنگی از قرآن کریم و روایات با متد برنامه‌ریزی راهبردی و عملیاتی و با کمک نخبگان حوزه و دانشگاه.

فاز سوم: پیش‌بینی تهدیدات: تحلیل محصولات فرهنگی دشمنان اسلام براساس شاخص‌های طراحی شده فاز دوم.

فاز چهارم: طراحی الگوی اجرایی پروژه‌های فرهنگی جامع براساس دیدگاه قرآن و عترت.

فاز پنجم: شروع دوره‌های آموزشی و پژوهشی مهندسی فرهنگی برای نخبگان حوزه و دانشگاه براساس یافته‌های چهار فاز قبلی.

بخش دهم: اقدامات صهیونیسم جهانی در جهانی‌سازی فرهنگ لیبرال دموکراسی و مبارزه با فرهنگ اسلامی جهت پی‌بردن به اقداماتی که صهیونیست‌ها در جهت جهانی‌سازی

تحقیقات خواهد بود. **بخش هشتم - عترت، سند عملیاتی حکومت جهانی اسلام** از همان ابتدای نزول قرآن کریم، پیامبر اکرم (ص)، با کلام و رفتار خود در جهت الگوسازی برای جامعه جهانی تلاش کرد. آنچه که قرآن کریم به صورتی کلان و راهبردی بیان کرده است، پیامبر اعظم (ص) و خاندان بزرگوارش (ع)، با "عصمت" و دیعه نهاده شده در ایشان، به طور عملی نشان داده‌اند.

بنابراین، اسلام در هرم تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی فرهنگی برای جامعه جهانی، هیچ چیز را کم نگذاشته است. طبق

بررسی‌های انجام شده توسط مولفین بر روی بیش از یکصد هزار حدیث و روایت، پیامبر اکرم (ص) و ائمه اطهار، با روش عملی شفاف و دقیقی، محصولات فرهنگی جاودانی را به یادگار گذاشته‌اند که اگر با روش علمی، تحلیل شده و در یک چارچوب عملیاتی ارائه شود می‌تواند الگوی بسیار خوبی برای جهان اسلام باشد.

بخش نهم - تدوین شاخص‌های ارزیابی فرهنگی براساس قرآن و عترت

به نظر مولفین این مقاله، تدوین شاخص‌های فرهنگی براساس قرآن و عترت، اساسی‌ترین کاری است که در مهندسی فرهنگی کشور باید اجرا شود. این اقدام، باید در چند فاز انجام گیرد:

فاز یک: طراحی چارچوب پازل فرهنگی جامعه در ابعاد افقی، عرضی و عمودی و زمانی با کمک نخبگان اجرایی، حوزه و دانشگاه‌ها.

۴_ ترویج فرهنگ سطحی‌نگری، خرافه‌پردازی با تبلیغات معکوس در باب گسترش نفوذ جریان فکری متفکرین جوانگرا و نواندیش اسلامی راهبرد مهم و مورد تأکید است.

"دکتر درو زعاوی (Dr. Dror Ze) (evi) رئیس گروه مطالعات خاورمیانه دانشگاه بن‌گورین (نگو اسرائیل، تأسیس ۱۹۹۴م) "The Department of Middle East Studies, Ben-Gurton University of the Negev" ۵_ با استفاده از هر ابزار و یا بهتر بگویم تمام ابزارها باید فضای دین‌گرایی و اخلاق در جامعهٔ جوانان ایران که اساسی‌ترین راهبرد برون رفت جمهوری اسلامی از چالشهای متعددی نظیر جنگ و تحریم و ... است را پاک کرد و اخلاق دینی را از این جامعه دور کرد که در غیر این حالت هر برنامه‌ای با شکست روبرو خواهد شد.

"راس برن (Ross Brann) محقق مرکز مطالعات پیشرفته یهودی دانشگاه پنسیلوانیا، رئیس گروه مطالعات خاورمیانه دانشگاه کرنل، Department of Near Eastern Studies, Cornell University"

۶_ به نظر من باید محور تبلیغات در ایران به سمت توجه به رشد در زمینه‌هایی مانند ورزش، هنر و... رفته و از انعکاس رشد علمی جداً فاصله گرفت. پروفیسور یکوتیل گرشونی Prof. Yekutiel Gershoni، رئیس گروه تاریخ خاورمیانه و آفریقا، دانشگاه تل‌آویو The Department of Middle East and African History, Tel Aviv University"

۷_ هرچه سریعتر باید راهبردهای مبارزه با روند روبه رشد جریان

شناسی در ایران را عملیاتی کنیم. "زئیف بونن (Zeev Bonen) محقق برجسته در مرکز مطالعات استراتژیک بگین-سادات و مؤسسه صنایع نظامی اسرائیل، فعالیت می‌کند. بونن به مدت ۴ سال مدیرکل و بعدها رئیس مرکز رافائل-اداره توسعه تسلیحات وزارت دفاع اسرائیل-بوده و در دانشگاه حیفا و کالج دفاع ملی اسرائیل تدریس می‌کرد. همچنین وی به عنوان مشاور در کمیته امورخارجه کنست و کمیته دفاعی و یک مدیر تحقیقات و دانشمند ارشد در وزارت صنایع خدمت نمود. تخصص کاری وی در تکنولوژی تسلیحات استراتژیک نظامی و صنایع دفاعی است."

۸_ هر تلاشی به جهت جلوگیری از حرکت صحیح مراکز تحقیقاتی ایران قابل تقدیر است.

"پروفیسور جوئل میگدال (Prof. Joel Migdal)، رئیس انجمن مطالعات اسرائیل Association for Israel Studies محل اشتگتن دی.سی، تاریخ‌تاسیس: ۱۹۸۵م"

۹_ ظهور بریتانیای کبیر در منطقه، ارتباط مستقیم با جلوگیری از روند رو به رشد روحیهٔ اعتماد به نفس در ایرانیان دارد.

"پرفیسور کرول هیلن برن Prof. Carole Hillenbrand، معاون و رئیس شورای مرکزی انجمن مطالعات خاورمیانه‌ای بریتانیا The British Society for Middle East Studies . BRISME"

تاریخ تأسیس: ۱۹۷۳ م. محل استقرار: انگلستان (دورهام)"

۱۰- موفق‌ترین راهبرد انتشار اخباری است که فضای ایران را مملو

از ناامیدی کند.

"گیسلن آلوم Ghislaine Alleaume، رئیس انجمن فرانسوی مطالعه جهان عرب و اسلام Association Francaise Pour l Etude des Mondes Arabe et Musulmans (AFEMAM) تاریخ تأسیس: ۱۹۸۵م. محل استقرار: فرانسه (پاریس)"

۱۱- اساسی‌ترین عامل موفقیت در خاورمیانه دور کردن جریانهای علمی و اعتقادی از یکدیگر است.

"فیلیپ سی. ویلکاکس Philip C. Wilcox، رئیس بنیاد صلح خاورمیانه، Foundation for Middle East (Peace FMEP)"

محل استقرار: واشنگتن دی.سی. ، تاریخ تأسیس: ۱۹۷۹ میلادی، ریزن فرهنگی سفارت آمریکا در ویتنام، مامور اقتصادی و تجاری آمریکا، جاکارتا و بنگلادش، سرکنسول آمریکا در بیت المقدس، معاون امور سیاسی سازمان ملل در بخش امور سازمان‌های بین‌المللی"

۱۲- با شناختی که از مردم منطقه دارم زمینهٔ روانی مناسبی برای ایجاد شکاف بین نخبگان و مردم معمولی که نتیجهٔ آن خروج نخبگان از بدنهٔ اجتماع و آمدن آنها به سوی غرب است وجود دارد.

"چاس دبلیو. فریمن Chas W. Freeman، رئیس شورای سیاست خاورمیانه Middle East Policy Council MEPC"

تاریخ تأسیس: ۱۹۸۱ م محل استقرار: آمریکا (واشنگتن دی.سی.)

سفیر آمریکا در عربستان (از ۱۹۸۹ تا ۱۹۹۲)

ایرانیان دارد که بخش قابل توجهی از آن وابسته به باورهای مذهبی آنهاست. بنابراین تلاش برای از بین بردن و حتی کمرنگ کردن مظاهر اعتقادی اسلامی مانند رعایت حجاب و... الویت نخست عملیاتی ما است که در این مسیر به استفاده از تمامی ابزارهایی که در اختیار داریم بویژه رسانه‌ها به شدت پایبندیم.

"یوزف اچ. یروشلمی Yosef H. Yerushalmi، مدیرمرکز مطالعات اسرائیل و یهود، دانشگاه کلمبیا Center for Israel & Jewish Studies, (Columbia University (CIJS

تاریخ تأسیس: ۱۹۵۰ محل استقرار: آمریکا (نیویورک)، دارای مدرک دکترا از دانشگاه کلمبیا (در سال ۱۹۶۶):

دارای مدرک دکترای افتخاری از دانشگاه‌های متعدد جهان؛ استاد تاریخ، جامعه و فرهنگ یهود"

۱۹- واحد اطلاعات ارتش فدرال آمریکا پس از مراحل تحقیقات و رسیدن به این مطلب که اعتقاد راسخ ایرانیان به هویت ملی خود یکی از موانع اصلی شکست برنامه‌های قبلی بوده است سرمایه گذاری کلانی را در امر ایجاد ختلافات قومی و تثبیت قومی گرایی به جای ملی گرایی انجام داده است.

"به نقل از روزنامه فاینشال تایمز ۲۵/۲/۲۰۰۶"

۲۰- بوجه تحقیقاتی کمپانی والت دیسنی که سه سهامدار اصلی آن یهودی هستند و وظیفه اصلی آنان ساخت انیمیشن ویژه کودکان است، سال گذشته بالغ بر ۵۶ میلیارد تومان بوده است.

۲۱- بزرگترین سرقت تاریخ بشریت در قرون گذشته صورت گرفت و آن

۱۵- تنها مطلب انرژی هسته‌ای نیست؛ در همه زمینه‌ها حرکت ایران خطرناک و غیرقابل پیش بینی است. ما نحوه جلوگیری از این روند تحقیقاتی خطرناک برای صلح جهانی! را به طور ویژه در دستور کار داریم.

"میلی زوکر دستیار اجرایی مرکز رند برای سیاست‌های کلی خاورمیانه The RAND Center for Middle East Public Policy

محل استقرار: آمریکا (کالیفرنیا، سانتامونیکا)"

۱۶- ما از هر روشی برای تغییر حوزه دید جوانان ایران از مطالب علمی استفاده کنیم؛ تأکید می‌کنم از هر روشی. "دکتر مایکل گالچینسکی Dr. Michael Galchinsky

رئیس بخش مطالعات یهودی مرکز صلح، فرهنگ و توسعه خاورمیانه، دانشگاه ایالتی جورجیا

Middle East Center for Peace, Culture, And Development, Georgia State University

محل استقرار: آمریکا (جورجیا) دارای مدرک دکترا از دانشگاه کالیفرنیا (برکلی، در سال ۱۹۹۴)"

۱۷- ناکارآمد نشان دادن این سند (چشم انداز ۲۰ ساله) مهمترین اولویت عملیاتی مرکز است. چرا که صرف نظر از محتوای آن، آغاز حرکتی است که با منافع ما در تضاد کامل است.

آریه استاو Arieh Stav، مدیر مرکز تحقیقات سیاسی آریل اسرائیل مرکز

Ariel Center for Policy R ((ACPR

و سردبیر نشریه NATIV ۱۸- تمام مشکلات ما ریشه در هویت

معاون وزیر دفاع در امور امنیت بین المللی (از ۱۹۹۳ تا ۱۹۹۴)؛ مدیر بخش امور چین در وزارت امور خارجه (از ۱۹۷۹ تا ۱۹۸۱)"

۱۳- به هر طریقی که می‌توانید باید در مقابل حلقه ارتباطی اسلام و قرآن با علوم نوین شکاف ایجاد کنید.

"تانیا ون دن بوش Tanya Van den Bosch مسئول هماهنگی مرکز خاورمیانه، دانشگاه مک کواری در بیانیه به مناسبت راه اندازی شبکه ارتباطات نوین مرکز در دانشگاه اقماری تابعه Middle East Center Macquarie Universi تاریخ تاسیس: ۱۹۹۳ م.

محل استقرار: استرالیا (سیدنی)" ۱۴- اگر به من بگویند راهبرد تقابل با ایران را در یک جمله بیان کن حتماً می‌گویم:

مبارزه با فرهنگ خاص ایرانیها. "پروفیسور یکتیل گرشونی Prof. Yekutiel Gershoni

رئیس گروه مطالعات آفریقا دانشگاه تل آویو، دریافت مدرک دکترا از دانشگاه هبرو، بیت المقدس (در سال ۱۹۸۲)

محقق موسسه هور، دانشگاه استنفورد (در سالهای ۱۹۸۶ و ۱۹۸۷):

محقق گروه تاریخ دانشگاه استنفورد (در سالهای ۱۹۸۷ و ۱۹۸۸)؛ محقق مرکز مطالعات افریقا، دانشگاه بوستون (در سالهای ۱۹۹۶ و ۱۹۹۷)؛ عضو

هیات سردبیری نشریه Liberian Studies Journal (از ۱۹۹۵ تا کنون)؛

رئیس و معاون انجمن مطالعات لیبریا (در سالهای ۲۰۰۰ و ۲۰۰۱)؛ رئیس گروه مطالعات خاورمیانه و آفریقا، دانشگاه تل آویو (از سال ۲۰۰۰ تا کنون)"

- انتقال علم از مشرق زمین به غرب بود. و اینک ما باید به بهترین شکل از بازگشت این ثروت به جز مواردی که در راستای منافعمان باشد به شرق و به طور خاص کشورهای اسلامی جلو گیری کنیم.
- "آموس پرلموتر استاد علوم سیاسی دانشگاه آمریکن و سردبیر نشریه مطالعات استراتژیک به نقل از واشنگتن تایمز (پانزدهم ژانویه ۱۹۹۶)"
- بخش یازدهم - آموزش نخبگان جهان اسلام در هزاره سوم**
- برای موفقیت در جنگ نرم تبیین شده، نخبگان جهان اسلام باید در یک اقدام ابتکاری و نرم افزاری، انتخاب شده و در زمینه‌های زیر آموزش ببینند تا در آینده‌ای نه چندان دور، حکومت اسلامی بتواند از خدمات مدیریتی کلان این نخبگان در سراسر جهان استفاده کند:
- الف- آموزش مهارت‌های مدیریتی عمومی**
- ۱- مدیریت در یک محیط پرتحرک پرفرآیند
 - ۲- انواع دیدگاه‌های مدیریتی
 - ۳- محیط سازمانی و نیروهای موثر بر آن
- ۴- مدیریت در سطح جهانی
 - ۵- مدیریت نوآوری‌ها
 - ۶- اخلاق در مدیریت
 - ۷- پاسخگویی و مسئولیت پذیری اجتماعی در مدیریت
 - ۸- اصول مدیریت راهبردی
 - ۹- اصول تصمیم گیری
 - ۱۰- اصول حل مشکل
 - ۱۱- اصول سازماندهی
 - ۱۲- اصول مدیریت بحران در جوامع و سازمانها
 - ۱۳- مدیریت تغییر
 - ۱۴- سازمان‌های فراگیرنده
 - ۱۵- مدیریت آموزش
 - ۱۶- مدیریت پژوهش
 - ۱۷- اصول مدیریت نیروی انسانی
 - ۱۸- اصول انگیزش در نیروهای انسانی
 - ۱۹- اصول رهبری در سازمانها
 - ۲۰- مدیریت رفتارها و ارتباطات سازمانی
 - ۲۱- هوش اجتماعی
 - ۲۲- مدیریت تیم
 - ۲۳- اصول کنترل و ارزشیابی در سازمانها
 - ۲۴- مدیریت اطلاعات در سازمانها
 - ۲۵- مدیریت جلسات
 - ۲۶- سخنرانی و تکنیک‌های آن
 - ۲۷- مدیریت بودجه و امور مالی در سازمانها
 - ۲۸- مدیریت پروژه
 - ۲۹- مدیریت زمان
- ۳۰- مدیریت تعارض ها در سازمان
 - ۳۱- مدیریت ریسک
 - ۳۲- مدیریت کیفیت
- ب- مدیریت تخصصی در حیطه‌های عملکردی تخصصی**
- ۱- وزارت آموزش و پرورش
 - ۲- وزارت ارتباطات و فناوری
 - ۳- وزارت اطلاعات
 - ۴- وزارت اقتصاد و دارایی
 - ۵- وزارت امور خارجه
 - ۶- وزارت بازرگانی
 - ۷- وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی
 - ۸- وزارت تعاون
 - ۹- وزارت جهاد کشاورزی
 - ۱۰- وزارت دادگستری
 - ۱۱- وزارت دفاع
 - ۱۲- وزارت راه و ترابری
 - ۱۳- وزارت رفاه و تامین اجتماعی
 - ۱۴- وزارت صنایع
 - ۱۵- وزارت علوم
 - ۱۶- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
 - ۱۷- وزارت کار و امور اجتماعی
 - ۱۸- وزارت کشور
 - ۱۹- وزارت مسکن و شهرسازی
 - ۲۰- وزارت نفت
 - ۲۱- وزارت نیرو
 - ۲۲- سازمان محیط زیست
 - ۲۳- سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور

تفکر مهندسی فرهنگی به ترکیبی از تفکر مهندسی و تفکر فرهنگی گفته می‌شود. تفکر مهندسی را تا حدودی می‌توان همان تفکر و بینش سیستمی دانست و تفکر فرهنگی و فرهنگ را می‌توان بستر و زمینه ساز کلیه اجزا و رفتارهای فردی، گروهی و اجتماعی تلقی کرد

تدوین شاخص‌های فرهنگی بر اساس قرآن و عترت، اساسی ترین کاری است که در مهندسی فرهنگی کشور باید اجرا شود

فرهنگی براساس تدابیر و فعالیت‌های فرهنگی از قرآن کریم و روایات با متد برنامه‌ریزی راهبردی و عملیاتی و با کمک نخبگان حوزه و دانشگاه

فاز سوم: پیش‌بینی تهدیدات: تحلیل محصولات فرهنگی دشمنان اسلام براساس شاخص‌های طراحی شده فاز دوم

فاز چهارم: طراحی الگوی اجرایی پروژه‌های فرهنگی جامع براساس دیدگاه قرآن و عترت

فاز پنجم: شروع دوره‌های آموزشی و پژوهشی مهندسی فرهنگی برای نخبگان حوزه و دانشگاه براساس یافته‌های چهار فاز قبلی. ■

منابع فارسی:

- ۱- علمداری، شهرام، جامعه آماده (۱)، تهران، انتشارات تواندیشان آریا، چاپ اول، ۱۳۸۴
- ۲- علمداری، شهرام، ناتوی فرهنگی، تهران، انتشارات رضویه، چاپ اول، ۱۳۸۶
- ۳- پیروزمند، علیرضا، شیده صادقی، چیستی فرهنگ و چگونگی تغییرات آن (پیش‌نیاز مهندسی فرهنگی)، مجموعه مقالات اولین همایش ملی مهندسی فرهنگی، ۱۳۸۵
- ۴- فرهی بوزنجانی، برزو، درآمدی بر تفکر مهندسی، تفکر فرهنگی، مهندسی فرهنگ و مهندسی فرهنگی کشور، مجموعه مقالات اولین همایش ملی مهندسی فرهنگی، ۱۳۸۵
- ۵- علی احمدی، علی‌رضا، نگرشی جامع بر مدیریت استراتژیک، انتشارات تولید دانش، ۱۳۸۲
- ۶- شعبانی، مسعود، سیف نژاد، شهرام، راهنمای اجرایی برنامه‌ریزی عملیاتی، ترجمه، انتشارات باغ‌اندیشه، ۱۳۸۳
- ۷- مصباح یزدی، محمدتقی، آموزش فلسفه، جلد ۱ و ۲، سازمان تبلیغات اسلامی، چاپ

منابع انگلیسی:

1. Clements. Gido, Effective Project Management, Thomson south western co. ltd, 2006
2. Copleston, Frederick, History of Philosophy, search press, 1977

- ۲۹- برآورد جامع کشورهای آمریکای شمالی
- ۳۰- برآورد جامع کشورهای خاور دور و اقیانوسیه
- ۳۱- برآورد جامع کشورهای جنوب آسیا
- ۳۲- برآورد جامع کشورهای آمریکای مرکزی و جنوبی
- ۳۳- برآورد جامع کشورهای آفریقا
- ۳۴- تاریخ اجتماعی - سیاسی جهان
- ۳۵- جغرافیای سیاسی کشورهای جهان
- د- اصول و مبانی مدیریت در حکومت اسلامی (ولایت فقیه)
- ۱- مدیریت آموزش و پژوهش در حکومت اسلامی
- ۲- مدیریت فرهنگ و اخلاق در حکومت اسلامی
- ۳- مدیریت اقتصاد در حکومت اسلامی
- ۴- مدیریت اجتماعی در حکومت اسلامی
- ۵- مدیریت سیاسی - امنیتی در حکومت اسلامی
- ۶- مدیریت سلامت در حکومت اسلامی
- ۷- مدیریت حقوقی در حکومت اسلامی
- ۸- اصول و مبانی ولایت فقیه
- ۹- خصوصیات کارگزاران حکومت اسلامی
- ۱۰- دستورالعمل‌های مدیریتی در قرآن کریم
- ۱۱- دستورالعمل‌های مدیریتی در نهج البلاغه و دیگر کتب حدیث و روایات

راهکارها و پیشنهادها:

همانگونه که در بخش نهم تحت عنوان شاخص‌های ارزیابی فرهنگی بر اساس قرآن و عترت آمده است، به نظر مولفین این مقاله، تدوین شاخص‌های فرهنگی براساس قرآن و عترت، اساسی‌ترین کاری است که در مهندسی فرهنگی کشور باید اجرا شود. این اقدام، باید در قالب یک یا چند طرح پژوهشی، در چند فاز به اجرا درآید:

فاز یک: طراحی چارچوب پازل فرهنگی جامعه در ابعاد افقی، عرضی و عمودی و زمانی با کمک نخبگان اجرایی، حوزه و دانشگاه‌ها

فاز دوم: استخراج شاخص‌های پازل

- ۲۴- بانک مرکزی
- ۲۵- سازمان انرژی اتمی
- ۲۶- سازمان تربیت بدنی
- ۲۷- سازمان ملی جوانان
- ۲۸- سازمان میراث فرهنگی و گردشگری
- ۲۹- سازمان ایثارگران و بنیاد شهید
- ۳۰- سازمان امور زنان
- ج- جهانی سازی و آمادگی ملی
- ۱- جهانی شدن و جهانی سازی امنیت
- ۲- جهانی شدن و جهانی سازی سیاست
- ۳- جهانی شدن و جهانی سازی اقتصاد
- ۴- جهانی شدن و جهانی سازی سلامت
- ۵- جهانی شدن و جهانی سازی فرهنگ
- ۶- جهانی شدن و جهانی سازی محیط زیست
- ۷- جهانی شدن و جهانی سازی مدیریت بحران‌ها و حوادث و آمادگی ملی
- ۸- جهانی شدن و جهانی سازی ارتباطات
- ۹- جهانی شدن و جهانی سازی رسانه‌ها
- ۱۰- جهانی شدن و جهانی سازی توریسم
- ۱۱- جهانی شدن و جهانی سازی ورزش
- ۱۲- جهانی شدن و جهانی سازی رسانه‌ها
- ۱۳- جهانی شدن و جهانی سازی کشاورزی
- ۱۴- جهانی شدن و جهانی سازی صنعت
- ۱۵- جهانی شدن و جهانی سازی بازرگانی
- ۱۶- جهانی شدن و جهانی سازی آموزش
- ۱۷- جهانی شدن و جهانی سازی پژوهش
- ۱۸- جهانی شدن و جهانی سازی توسعه اجتماعی و آمادگی ملی
- ۱۹- جهانی شدن و جهانی سازی حقوق
- ۲۰- جهانی شدن و جهانی سازی مدیریت اطلاعات و آمادگی ملی
- ۲۱- جهانی شدن و جهانی سازی مدیریت ریسک و آمادگی ملی
- ۲۲- آشنایی با سازمان‌های بین‌المللی
- ۲۳- صهیونیسم جهانی
- ۲۴- برآورد جامع کشورهای اسلامی
- ۲۵- برآورد جامع کشورهای اروپای شرقی، روسیه و آسیای مرکزی
- ۲۶- برآورد جامع کشورهای اروپای غربی
- ۲۷- برآورد جامع اروپای مرکزی و جنوب شرقی
- ۲۸- برآورد جامع کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا



مهندسی فرهنگی و هویت ملی در عصر جهانی شدن

نویسنده: دکتر رحمان قهرمانپور
دکترای علوم سیاسی از دانشگاه شهید بهشتی

مقدمه

مسئله هویت و اهمیت آن در روند اجتماعی و سیاسی که دیر زمانی به خاطر غلبه گرایش‌های عینیت‌گرا در علوم انسانی مورد کم توجهی قرار گرفته بود، بار دیگر در علوم انسانی در حالت عام و علوم سیاسی در حالت خاص اهمیت پیدا کرده است. بطور خاص ظهور مسایل قومی فرهنگی متعدد در اروپا، آسیا و آفریقا این توجه را دو چندان کرده است. دیر زمانی در میان فلاسفه و اندیشمندان این باور رایج بود که با گذشت زمان از علاقه‌مندی به دین، قومیت و ملیت کاسته شده و تمایل به ایجاد یک جامعه جهانی فارغ از شکاف‌های اجتماعی - فرهنگی افزایش خواهد یافت (۱) اما با تقویت جهانی شدن این فرضیه و نگرش به صورت جدی زیر سؤال رفته است. به همین دلیل دولت‌ها در عصر جهانی شدن ناگزیر از توجه به مقوله هویت و پیامدهای آن بربقاء و مشروعیت و مقبولیت خود هستند. اتخاذ سیاست‌ها و سازوکارهای مناسب برای مدیریت مسایل مربوط به هویت ملی که بخشی از مهندسی فرهنگی است، در این چارچوب، معنا و مفهوم پیدا می‌کند.

بدین‌سان دولت در عصر جهانی شدن در مرکز مثلث مهندسی فرهنگی، هویت ملی و جهانی شدن قرار می‌گیرد. در این مثلث مهندسی فرهنگی اصلی‌ترین ابزار یا

یوگسلاوی دهه ۱۹۹۰ و سودان کنونی از جمله مواردی هستند که نشان می‌دهد داشتن یک هویت مشترک ملی تا چه اندازه در حفظ بقا و حاکمیت یک دولت تاثیر گذار است. از نظر فلسفی هویت مدرن به نوعی در درون خود گذشته را باز تولید می‌کند و لذا در آن حال و گذشته همزمان باهم وجود دارند.

اما پرسشی که در مطالعات اخیر هویت مطرح شده این است که نقش دولت‌ها در تولید و باز تولید هویت‌ها چیست به عبارت دیگر آیا دولت‌ها در مورد هویت افراد و گروه‌ها آنگونه که لیبرالیسم ادعا می‌کند بی طرف هستند؟ از این پرسش است که مقوله قدرت وارد هویت می‌شود. چه چیزی یا عاملی باعث می‌شود یک منبع هویتی در یک زمان مشخص بیشتر از سایر منابع مورد توجه قرار گرفته و غالب شود (۳). جامعه شناسان در تحلیل مقوله هویت اجتماعی غالباً "توجهی به عنصر قدرت ندارند و هویت‌های اجتماعی را محصول تعامل میان گروه‌ها و نهادهای مختلف می‌دانند و برای قدرت اولویت خاصی قائل

مشترکی برای درک، تحلیل و شناخت تحولات پیدا می‌کنند، هویت ملی شکل می‌گیرد. به میزانی که این مبانی مشترک فراوان و مستحکم باشد پایه‌های هویت ملی مستحکم‌تر می‌شود. اما در زمان‌ها و مکان‌های مختلف چیزهای مختلف می‌توانند مبانی هویت مشترک گروهی یا ملی باشند. زبان، قومیت، تاریخ، نژاد، جنسیت و سرزمین مشترک در زمان‌های گذشته مبنای آگاهی ملی بوده‌اند. ولی از زمان ظهور و شکل‌گیری پدیده‌ای به نام دولت - ملت در غرب و دولت در جهان در حال توسعه، آگاهی مشترک به واسطه عملکرد دولت به هویت ملی تبدیل می‌شود. هویتی که افراد جامعه به خاطر آن حاضر به قبول مسئولیت و حتی فداکردن جان خود هستند. اما طبیعی است که دولت‌های مدرن در ایجاد هویت ملی یا به تعبیری تبدیل آگاهی مشترک به هویت مشترک از عناصر موجود در جامعه بهره گرفته‌اند. هویت مشترک چیزی است فراتر از آگاهی مشترک دومی مبنایی برای ظهور اولی است. در نظریه‌های توسعه، گذر از بحران

ساز و کار دولت برای تولید و بازتولید و حتی حفظ هویت ملی مورد نظر خود در عصر جهانی شدن است. این مهندسی از آنجایی اهمیت پیدا می‌کند که جهانی شدن باعث افزایش نسبت تغییر در قیاس با تداوم است. پدیده‌های مختلف و از جمله هویت ملی در عصر جهانی شدن در معرض چالش‌های متعدد قرار دارند که در برخی موارد حتی حفظ صورت بندی قبلی پدیده‌ها را با مشکلاتی مواجه می‌کند. این اتفاق در مورد کشورهای مثل ایران که از نظر ژئوپولیتیک در طول تاریخ در معرض تحولات متعدد فرهنگی و هویتی بوده‌اند (۲)، شدیدتر است. یعنی افزون بر چالش‌های سنتی پیش روی دولت در تدوین سیاست‌های فرهنگی و هویتی، چالش‌های جدیدی نیز بر اثر جهانی شدن بروز کرده‌اند؛ چالش‌هایی که موضوع مطالعه این نوشتار است. فرض هدایت‌کننده نوشتار حاضر این است که با وجود بروز برخی چالش‌ها برای ظرفیت دولت‌ها در عصر جهانی شدن، هنوز دولت‌ها در صورت اتخاذ یک راهبرد کارآمد می‌توانند سیاست‌های فرهنگی (هویتی) یا مهندسی فرهنگی را در محدوده مرزهای ملی هدایت کنند.

هویت و هویت ملی

از نظر فلسفی، هویت، چگونگی درک از خود، محیط و جهان است. این درک می‌تواند فردی، گروهی یا حتی جهانی و ملی باشد. متناظر با این، هویت فردی، جمعی، ملی و جهانی می‌تواند شکل بگیرد. افراد وقتی به یک درک مشترک یا مبنایی برای شناخت مشترک از پدیده‌ها می‌رسند، زمینه شکل‌گیری هویت گروهی را فراهم می‌کنند. زمانی که گروه‌های مختلف موجود در جامعه نیز مبنایی

افراد وقتی به یک درک مشترک یا مبنایی برای شناخت

مشترک از پدیده‌ها می‌رسند، زمینه شکل‌گیری هویت

گروهی را فراهم می‌کنند. زمانی که گروه‌های مختلف موجود

در جامعه نیز مبنایی مشترکی برای درک، تحلیل و شناخت

تحولات پیدا می‌کنند، هویت ملی شکل می‌گیرد

نیستند. اما تفاوت مقوله هویت جمعی با هویت ملی را باید در مقوله قدرت جستجو کرد.

هویت ملی برآمده از هویت‌های جمعی است. در هویت ملی، صفت ملی به دولت - ملت ارجاع می‌شود. به تعبیر

هویت برای رسیدن به توسعه و پیشرفت بسیار ضروری تلقی می‌شود. جامعه‌ای که بحران هویت یا بحران رسیدن به یک هویت مشترک ملی را پشت سر گذاشته باشد، در توسعه در مفهوم کلان آن با معضلات جدی مواجه است: عراق کنونی،

دیگر در تعریف هویت ملی، دولت نقش و منافعی دارد و لذا برای غالب کردن برداشت خاص از هویت ملی از ابزار قدرت بهره می‌گیرد.

تفاوت نگرش جامعه شناختی و سیاسی به هویت ملی را باید در این امر جست و جو کرد؛ علوم سیاسی به دنبال درک نقش قدرت در شکل‌گیری هویت‌هاست در حالی که جامعه شناسی بیشتر بر تعامل و اکنش در فهم هویت‌ها تاکید می‌کند. از آنجا که تاکید بر نقش قدرت در شکل‌گیری هویت‌ها از نظر مطالعاتی، جدید است، لذا برخی از اندیشمندان و نویسندگان میان دو مفهوم سیاست هویت و سیاست‌های هویتی تفکیک قایل می‌شوند. اولی بیشتر به ابعاد جامعه شناختی هویت و جنبش‌های هویت طلب می‌پردازد، حال آنکه دومی چگونگی سیاست‌گذاری برای مسلط کردن هویت رسمی را بررسی می‌کند.

هویت ملی و مهندسی فرهنگی

مطالعات جدید و مخصوصاً پست مدرن نشان می‌دهند دولت‌ها و حتی دولت‌های لیبرال بندرت در قبال فرهنگ و لذا هویت موضع بی‌طرف اتخاذ می‌کنند. ممنوعیت به کارگیری نمادهای مذهبی در فرانسه بخوبی نشان می‌دهد حتی یک دولت لیبرال سکولار نسبت به سرنوشت فرهنگ و به تبع آن هویت بی‌تفاوت نیست؛ هر چند ممکن است میزان دخالت دولت‌ها در هدایت فرهنگ، مختلف و با شیوه‌های متفاوت باشد، اصل قضیه منتفی نیست (۴).

مهندسی فرهنگی هم در اینجاست که خود را نشان می‌دهد. قدرت و نظام سیاسی برای رسیدن به مجموعه‌ای از اهداف تعیین شده در صدد مدیریت

حوزه فرهنگ برمی‌آیند و هویت ملی هم چون بخشی از فرهنگ است. لذا مدیریت یا مهندسی فرهنگی این حوزه را هم در بر می‌گیرد. مهندسی فرهنگی در حوزه هویت ملی عبارت است از اتخاذ مجموعه‌ای از اقدامات و سیاست‌ها در راستای تولید و بازتولید هویت ملی از طریق ابزارهایی چون نظام آموزشی، تاریخ نگاری رسمی، رسانه‌های رسمی، قوانین شهروندی و مواردی نظیر اینها. این ابزارها که عمدتاً در اختیار نظام سیاسی قرار دارند، رویکرد خاص را نسبت به هویت ملی در پیش می‌گیرند که الزاماً با رویکرد برخی گروه‌های موجود در جامعه همخوانی کامل ندارند ضمن اینکه در تضاد کامل هم نیستند. به جهت منافع ناشی از مسلط شدن یک رویکرد خاص نسبت به هویت ملی است که گروه‌های سیاسی و اجتماعی موازی با دولت می‌کوشند رویکرد خاص خود را مسلط کنند. به همین منوال راهبرد قومیت‌گرایان هم عبارت است از ایجاد چالش برای رویکرد مسلط نسبت به هویت ملی و زیر سؤال بردن اعتبار و مشروعیت آن.

می‌توان گفت هدف نهایی مهندسی فرهنگی در حوزه هویت یا به تعبیری سیاست‌های هویتی نخبگان تلاش برای ایجاد یک اجتماع تصویری در میان افراد یک جامعه است؛ بگونه‌ای که آنها احساس کنند به یک تاریخ، سرزمین و فرهنگ مشترک تعلق دارند. عنصر اشتراک و شباهت در کانون مهندسی فرهنگی هویت قرار دارد و این در حالی است که راهبرد جدایی طلبان قومی و نژادی مبتنی بر ایجاد تفاوت به جای تشابه است.

امروزه فواید ناشی از مهندسی

فرهنگی کارآمد در حوزه هویت حتی در کشورهای معروف به لیبرال و بی‌تفاوت در برابر فرهنگ نیز مورد توجه قرار گرفته است. تا جایی که نظریه پرداز لیبرالی چون هانتینگتون در مورد هویت ملی آمریکایی کتاب نوشته و در آن به سیاستمداران آمریکایی هشدار می‌دهد که اگر هویت ملی آمریکایی را به هویت ملی غالب در آمریکا تبدیل نکنند، ممکن است به سرنوشت شوروی دچار شوند. وی همچنین نسبت به تقویت زبان اسپانیولی و گسترش فرهنگ سیاهان در آمریکا هشدار می‌دهد. (۶) وقتی در آمریکا نسبت به تهدید هویت ملی ابراز نگرانی می‌شود، به طریق اولی می‌توان از چنین نگرانی در میان کشورهای اروپایی و آسیایی هم سخن گفت. در روسیه، فرانسه، آفریقای جنوبی، چین و حتی بریتانیا هویت ملی یکی از مباحث جدی در عرصه عمومی است.

حتی برخی علت اصلی نزدیکی روسیه و ترکیه را به یکدیگر تمایل آنها به باز تعریف هویت ملی خود با فاصله گرفتن از اروپا می‌دانند که باعث احیای نوعی آگاهی نسبت به گذشته پرافتخار آنها شده است. (۷)

جهانی شدن و مهندسی فرهنگی هویت ملی

بدون تردید جهانی شدن را باید یکی از اصلی ترین عوامل توجه مجدد به مقوله هویت ملی مخصوصاً مهندسی فرهنگی هویت ملی دانست. گسترش فضاهای اجتماعی به واسطه ابزارهای ارتباطی جدید که به مهاجران امکان می‌دهد در کشور مقصد زبان و فرهنگ ملی خود را حفظ کنند، افزایش سرعت مبادلات، گسترش رفت و آمد میان

جوامع مختلف و در یک کلام افزایش تاثیر پذیری جوامع از یکدیگر در عصر جهانی شدن چالش‌هایی را برای هویت ملی در مفهوم مدرن آن ایجاد کرده است. هرچند در عمل هیچ گاه حاکمیت مطلق دولت‌ها بر سرزمین خود وجود نداشته است، اما در دوران موسوم به مدرن، دولت‌ها مرزها و سرزمین خود را تحت کنترل داشته و در یک محدوده مشخص فضا - زمانی به تدوین و اجرای سیاست‌های خود و از جمله سیاست‌های فرهنگی می‌پرداختند. عبور و مرور افراد و کالاها از مرزها اغلب با نظارت دولت همراه بود و این نظارت مهندسی فرهنگی در داخل مرزهای دولت - ملت را تسهیل می‌کرد. فشارها و عوامل خارجی وجود داشت، ولی در نهایت اراده دولت و عوامل داخلی بودند که مسیر فشارها و عوامل خارجی را تعیین می‌کردند.

جهانی شدن فضا - زمانی مهندسی فرهنگی (مهندسی فرهنگی هویت ملی) را دچار تحول کرده است. فضا به معنای کلاسیک آن الزاماً در اختیار دولت نیست، غیر از دولت بازیگران دیگری هم در فضای انحصاری دولت حضور دارند. فناوری‌های ارتباطی به دولت‌ها امکان می‌دهد از طریق شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنتی در فضای یک دولت دیگر حضور جدی داشته باشند. در این فضای مجازی نامرئی در هر ثانیه میلیون‌ها کالا و تولید فرهنگی مبادله می‌شود، بی‌آنکه دولت کوچکترین نظارتی بر آنها داشته باشد. فیلم، موسیقی، خرید کالا، ارتباط و حتی تروریسم از فضای فیزیکی به فضای مجازی هم سرایت کرده است و حتی بحث هویت‌های مجازی هم مورد توجه قرار گرفته است. پیامد این امر گسستگی در فضای فیزیکی مدرنی است

که هویت ملی در آن تعریف، تولید و باز تولید می‌شود.

افزون بر فضا، زمان نیز در اثر فرآیندهای جهانی شدن دچار تغییر شده است. امروزه با فشردگی زمان مواجهیم و ظهور شبکه‌های ارتباطی که با سرعت نور و امواج الکترومغناطیسی کار می‌کنند این فشردگی را محسوس کرده است. امروزه برای کسب اطلاع از نحوه زندگی و فرهنگ و وضعیت

◆

**علوم سیاسی به دنبال درک
نقش قدرت در شکل‌گیری
هویت هاست در حالی که جامعه
شناسی بیشتر بر تعامل واکنش
در فهم هویت‌ها تاکید می‌کند.
از آنجا که تاکید بر نقش قدرت
در شکل‌گیری هویت‌ها از نظر
مطالعاتی، جدید است، لذا برخی
از اندیشمندان و نویسندگان
میان دو مفهوم سیاست هویت و
سیاست‌های هویتی
تفکیک قایل می‌شوند**

◆

مردمان آن سوی مرزها نیازی به صرف زمان برای مطالعه در کتابخانه‌ها، مسافرت به آن کشور و نظیر اینها نیست. اینترنت این امکان را فراهم کرده است که در کمترین زمان ممکن انبوهی از اطلاعات در هر زمینه‌ای فراهم شود. شبکه‌های ارتباطی پیشرفته بخشی از محدودیت‌های ناشی از زمان فیزیکی را از بین برده‌اند. پیامد این امر از نظر

هویتی، افزایش امکان مقایسه فردی و جمعی شباهت‌ها و تفاوت‌هاست؛ بویژه در میان اقلیت‌های قومی، مذهبی و زبانی پراکنده در چند کشور مختلف. در گذشته تنها افراد خاص توان مالی سفرهای سریع را داشتند، اما امروزه با گسترش وسایل حمل و نقل و ارتباطات مدرن این امکان برای بسیاری فراهم شده است که مسافرت‌های سریعی انجام دهند. (۹) اکنون عامل سرعت باعث قدرتمندتر شدن تعداد کثیری از مردمانی شده است که به وسایل ارتباطی جدید دسترسی دارند. اگر هویت (فردی و جمعی) را، برداشت از محیط پیرامون بدانیم، طبیعی است تغییر در فضا - زمان به واسطه جهانی شدن این برداشت را متحول کرده است. امروزه بسیاری از افرادی که در گذشته به واسطه داشتن یک هویت خاص (قومی، مذهبی، جنسیتی، نژادی و...) حاشیه نشین می‌شدند، امکان آن را یافته‌اند که با وسایل ارتباطی جدید به افراد دیگری متصل شده و از حاشیه به طرف متن حرکت کنند.

گروه‌های قومی خاص، طرفداران محیط زیست، فعالان صلح، مخالفان جهانی شدن، حامیان حقوق کودکان و اقلیت‌ها با بهره‌گیری از ابزارهای عصر جهانی شدن قدرت خود را در قیاس با گذشته به صورت قابل توجهی افزایش داده‌اند و به تعبیری صدای آنها به گوش دیگران می‌رسد.

افزون بر جنبه‌ای که بدان اشاره کردیم، جهانی شدن از ابعاد دیگری نیز هویت ملی را تهدید می‌کند که پیامد آن می‌تواند کاهش احساس تعلق یک گروه به دولت - ملت خود باشد. جهانی شدن در درون خود حاوی دو روند متعارض کلی است؛ از یک سو شباهت‌ها را

افزایش می‌دهد و از سوی دیگر تفاوت‌ها. به همین دلیل برخی از جهانی شدن به جهانی محلی شدن یاد می‌کنند. در حالی که عده‌ای از مردم به سمت گرایش‌های جهانی و همگانی و پشت سر گذاشتن مرزهای سنتی و تجمع حول ارزشها و منافع جهانی حرکت می‌کنند، عده‌ای دیگر از ترس نابودی فرهنگ و هویت خود به باز تعریف ارزشها و هویت محلی (یاملی) خود اقدام می‌کنند و می‌کوشند از عدم قطعیت و به تبع آن فشار ناشی از جهانی شدن بکاهند. هویت و مهندسی هویت‌ها نیز ناگزیر از این دو روند متعارض تاثیر می‌پذیرد.

عده‌ای از مردم با پشت سر گذاشتن وفاداری‌های محلی، گروهی و ملی هویت خود را بر اساس منافع یا ارزشهای مشترک جهانی تعریف می‌کنند. تجار و بازرگانان، دانشمندان حوزه‌های مختلف، فعالان زیست محیطی، کارفرمایان و غیره در ورای مرزهای ملی فعالیت‌های مشترکی انجام می‌دهند و برای رسیدن به ارزشها و اهداف مشترکی فعالیت می‌کنند از طرف دیگر عده‌ای در

مقابل پیامدهای تحمیلی جهانی شدن در حوزه فرهنگ، اقتصاد و رسانه‌ها مقاومت کرده و در این راستا حتی به بنیادگرایی هم متوسل می‌شوند. روند نخست تلاش برای یافتن منابع مشترک هویتی است و روند دوم کوشش برای حفظ منابع هویتی در حال زوال یا تهدید از سوی روندهای جهانی.

هویت ملی در حد فاصل این دو روند در سطح فراملی و فرومی قرار دارد (شکل ۱) هم روندهای جهانی و هم روندهای محلی می‌توانند همزمان تهدید و

فرصتی برای مهندسی فرهنگی باشند. یک مهندس فرهنگی کارآمد در حوزه هویت ملی باید بتواند با شناخت برای رسیدن به اهداف مورد نظر خود تهدیدات را به فرصت تبدیل کرده و از شدت تهدیدات بکاهد. در مهندسی فرهنگی هویت باید این فرض را پذیرفت که هویت‌های مختلف و حتی متضاد می‌توانند در کنار هم زندگی مسالمت آمیز داشته باشند. در هنگامه بحران است که افراد ناگزیر از انتخاب میان منابع مختلف هویتی یا اولویت بندی آنها می‌شوند، در شرایط عادی افراد می‌توانند همزمان گرایش‌های محلی و جهانی در هویت فردی و گروهی داشته

نکته کلیدی در مهندسی فرهنگی در حوزه هویت این است که سیاست‌های هویتی نظام سیاسی یا مهندسی فرهنگی نمی‌تواند بدون توجه به جریان‌ها و گرایش‌های هویتی موجود در جامعه پایدار و موفق باشد. (۱۰) هر نوع مهندسی فرهنگی در حوزه هویت باید با توجه به میزان علاقه‌مندی و ارتباط مردم به منابع هویتی تدوین شوند. از این روست که نمی‌توان در یک جامعه مذهبی و سنتی سیاست‌های هویتی (یامهندسی فرهنگی) مدرن و سکولار را پیاده کرد. در نقطه مقابل هم مهندسی فرهنگی نمی‌تواند صرفاً بر منافع مذهبی تاکید کرده و منابع ملی هویت‌ها را نادیده بگیرد. در کنار این، مهندسی فرهنگی هویت باید بتواند همزمان به چالش‌های فراملی و فرومی پاسخ دهد. پس چالش‌های پیش روی مهندسی فرهنگی هویت ملی در عصر جهانی شدن را می‌توان به دسته‌های زیر تقسیم کرد.

باشند. از این رو مهندسی فرهنگی باید به دنبال این باشد که در شرایط خاص بحرانی یک منبع هویتی را به عنوان منبع برتر جایگزین سایر منابع کند، آن هم با اتکا به قدرت. برای انجام این کار از یک منظر استراتژیک شناسایی ابزارها و شیوه‌های موجود برای رسیدن به هدف بسیار کلیدی است. به عنوان مثال در کشورهای با تاریخ کهنی نظیر ایران، جهانی شدن موجب نوعی توجه به گذشته پر افتخار شده است که علایم آن را می‌توان در توجه به موزه‌ها، آثار باستانی

نامگذاری مغازه‌ها، شرکت‌ها و کودکان و نظیر اینها مشاهده کرد. این گرایش در همان حال که یک فرصت است می‌تواند تهدیدی برای سیاست‌های هویتی رسمی نیز باشد که سعی در پر رنگ‌تر کردن اسلام به عنوان یک منبع هویتی دارد. از سوی دیگر باستان گرایی می‌تواند باعث بروز برخی حرکت‌های گریز از مرکز در میان اقلیت‌ها شود. در اینجا است که نقش مهندسی فرهنگی تعیین کننده و کلیدی می‌شود.

نکته کلیدی در مهندسی فرهنگی در حوزه هویت این است که سیاست‌های هویتی نظام سیاسی یا مهندسی فرهنگی نمی‌تواند بدون توجه به جریان‌ها و گرایش‌های هویتی موجود در جامعه پایدار و موفق باشد. (۱۰) هر نوع مهندسی فرهنگی در حوزه هویت باید با توجه به میزان علاقه‌مندی و ارتباط مردم به منابع هویتی تدوین شوند. از این روست که نمی‌توان در یک جامعه مذهبی و سنتی سیاست‌های هویتی (یامهندسی فرهنگی) مدرن و سکولار را پیاده کرد. در نقطه مقابل هم مهندسی فرهنگی نمی‌تواند صرفاً بر منافع مذهبی تاکید کرده و منابع ملی هویت‌ها را نادیده بگیرد. در کنار این، مهندسی فرهنگی هویت باید بتواند همزمان به چالش‌های فراملی و فرومی پاسخ دهد. پس چالش‌های پیش روی مهندسی فرهنگی هویت ملی در عصر جهانی شدن را می‌توان به دسته‌های زیر تقسیم کرد.

الف: چالش میان منابع رسمی و غیررسمی هویت ملی
ب: چالش میان منابع هویت ملی و فراملی
ج: چالش میان منابع هویت ملی و

فرمولی

د: چالش‌های ناشی از ضعف نیروی انسانی و فنی ابزارهای مهندسی فرهنگی
ه: چالش ناشی از اختلاف نظر نخبگان در مورد منابع و مبانی هویت ملی.

چالش چهارم مربوط به مهندسی فرهنگی در حالت کلی است. حتی با داشتن یک برنامه خوب، اجرای آن مستلزم داشتن ابزارهای فنی و حتی نیروی انسانی کارآمد است. بهترین برنامه‌ها در دست افراد و ابزارهای ناکارآمد چیزی جز آرزو نیست که امکان تحقق ندارد. چالش پنجم را اغلب در کشورهای خاورمیانه می‌بینیم که به علت شرایط اقتصادی و سیاسی، و وابسته بودن قدرت اقتصادی به قدرت سیاسی، اختلاف میان نخبگان تشدید می‌شود و آنها برای افزایش قدرت خود، از شکاف‌های موجود در جامعه برای تضعیف رقیب بهره می‌گیرند که پیامد این امر حزبی شدن مهندسی هویت ملی است. در مورد سه چالش اول هم پیشتر سخن گفته‌ایم. مهندسی موفق هویت ملی در عصر جهانی شدن باید توان مقابله همزمان با این چالش‌ها را داشته‌باشد.

بسته به مورد هر کشور ممکن است یکی از این چالش‌ها بسیار مهم تر باشد یا نظام سیاسی آن را مهم تلقی کند. به عنوان نمونه، در مورد جمهوری اسلامی ایران بحث تهاجم فرهنگی نشان دهنده اهمیت قابل شدن به چالش دوم از طرف مسئولان است. یعنی فرض می‌شود ارزش‌های برآمده از انقلاب اسلامی در معرض تهاجم نیروهای فراملی قرار دارد و باید در مقابل این تهاجم ایستادگی کرد. همین طور نهضت نرم افزاری معطوف به مقابله با چالش چهارم است. فرانسه

در چند سال گذشته اقدامات متعددی برای مقابله با چالش‌های هویتی ناشی از جهانی شدن برداشته است.

نتیجه‌گیری

اتخاذ سیاست‌های مناسب و کارآمد برای مسلط کردن یک رویکرد نسبت به هویت ملی همواره برای دولت - ملت‌ها اهمیت داشته و امروزه نیز اهمیت دارد. داشتن حس هویت ملی قوی فداکاری و وفاداری را در میان مردم یک جامعه افزایش داده و زمینه‌های گذر آن کشور از سایر بحران‌ها را فراهم می‌کند. هرچند دولت‌ها در اعمال سیاست‌های هویتی مورد نظر خود، همواره با چالش‌هایی مواجه بوده‌اند، به نظر می‌رسد در عصر جهانی شدن این چالش‌ها هم از نظر کمی و هم از نظر کیفی متحول شده‌اند. فضا - زمانی که هویت ملی مدرن در آن شکل می‌گرفت امروزه به واسطه ظهور وسایل ارتباطی پیشرفته دچار تحول جدی شده است، ضمن آنکه دولت‌ها قادر به اعمال نظارت و کنترل شدید بر ورود و خروج تولیدات فرهنگی هم نیستند. در این فضا و شرایط جدید مهندسی فرهنگی موفق در حوزه هویت ملی نیازمند شناخت ابعاد و ویژگی چالش‌ها از یک طرف و فرصت‌ها از طرف دیگر است.

نظام‌هایی که مدعی ارایه راه حل برای مسایل جهان هستند، با شرایطی به مراتب پیچیده‌تر مواجه‌اند. آنها باید ضمن مقابله با چالش‌های ایجاد شده برای هویت ملی در صدد بستر سازی و ایجاد فرصت‌های لازم برای جهانی کردن ارزش‌های مورد نظر خود نیز باشند. جمهوری اسلامی از جمله نظام‌هایی است که از همان ابتدا داعیه ارایه یک بدیل در برابر ارزش‌های نظام سرمایه داری را داشته و به همین

دلیل همواره در معرض تهدیدات نظام سرمایه داری قرار گرفته است. امروزه و در عصر جهانی شدن نظام سرمایه داری ارزش‌های جمهوری اسلامی هم چنان با تهدیداتی مواجه‌اند و به طور مشخص هویت برآمده از این نظام در کانون این تهدیدات قرار گرفته است. تولید و باز تولید هویت مورد نظر نظام سیاسی چه در عرصه داخل و چه در عرصه بین‌الملل مستلزم یک مهندسی فرهنگی کارآمد در بعد کلان است. ■

منابع:

- ۱ - گل محمدی احمد، جهانی شدن، فرهنگ، هویت، تهران، نشر نی، ۱۳۸۱، ص ۹
- ۲ - جعفریان رسول: هویت ایرانی در کشاکش تحولات سیاسی ایران در چهار قرن اخیر در مؤلفه‌های هویت ملی در ایران به اهتمام گروه تحقیقات سیاسی اسلام، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۳۸۱، ص ۸
- ۳ - نک جنگینز ریچارد، هویت اجتماعی، ترجمه تورج یار احمدی، تهران، نشر شیرازه ۱۳۸۱
- 4- Michael Kenny, The politics of Identity, Liberal political Theory and the Dilemmas of Difference, London: Blity Pness 2004.
- 5- See Benedict Anderson, Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationatism, London: Verso, New Edition, 2006
- ۶ - ساموئل هانتینگتون، چالش‌های هویت در آمریکا، ترجمه محمد رضا گلشن پژوه و دیگران، تهران، مؤسسه مطالعات ابرارمعاصر، ۱۳۸۴، ص ۳۸-۳۵
- 7- Fiona Hill and Omer Taspinar, urkey and Russia Axis of the Excluded? Survival, Vol. 48, No. 1, Spring 2006.
- 8- Transhatinal Social Spaces.
- ۹ - پاول ویرلیو "از مدینیسیم تا حاد مدینیسیم و فراسوی آن" فصلنامه گفتمان شماره ۵، تابستان ۱۳۸۱، ص ۱۳۹
- ۱۰ - قهرمانپور رحمان، سیاست‌های هویتی نخبگان و سیاست خارجی در خاورمیانه، رساله دکترای علوم سیاسی دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۸۵



فرهنگ ملی و محلی در عصر جهانی شدن

نویسنده: عباس کردان
کارشناس ارشد مطالعات منطقه‌ایی

مقدمه

فرهنگ ملی هر سرزمینی، دارای خصوصیات و ویژگی‌های خاص آن سرزمین است که به واسطه عناصر تاریخی، جغرافیایی، مذهبی، عقیدتی و کلیه آن خصوصیات که رنگ و بوی خاصی دارد و به آن ملت هویتی متفاوت از دیگران می‌دهد، شکل می‌یابد. همین موضوع نیز در مورد فرهنگ محلی، منتها در سطحی کوچک تر صدق می‌کند که بیانگر برخی حوزه‌های محدودتر بوده و زمینه‌ساز شکل‌گیری دیدگاه‌ها و نگرش‌های محلی است.

در همین راستا، در عصر حاضر و در دنیای جدید با وجود فاصله‌های مکانی بسیار و تاثیر محیط جغرافیایی بر تغییرات فرهنگی و نوع فرهنگ، به واسطه وجود رسانه‌های فراگیر مثل اینترنت و ماهواره و فرایندی که از آن به عنوان جهانی شدن یاد می‌کنند، فرهنگ‌ها از تاثیرپذیری و تاثیرگذاری بیشتری برخوردار شده‌اند.

به هر حال، در بررسی تأثیر جهانی شدن بر فرهنگ‌های ملی و محلی، با این سوالات مهم مواجه می‌شویم که آیا دنیا به سوی یک فرهنگ جهانی یکپارچه گام بر می‌دارد، یا جهانی شدن، قدرت فرهنگ‌های خاص را تقویت کرده و از شکوفایی و توسعه آن‌ها حمایت می‌کند؟ آیا جهانی شدن موجب ادغام هویت‌های ملی و محلی در هویت جدید و جهانی می‌شود؟ آیا اساساً فرهنگ جهانی وجود دارد؟ آیا نزدیک شدن آحاد بشر به هم به دلیل پیشرفت ارتباطات به یکی شدن ذهنیت‌های بشری یا یکسان‌سازی انسانها می‌انجامد؟

با بیان این توضیحات، نوشته حاضر تلاش دارد تا موضوع تاثیرگذاری و تاثیرپذیری میان فرهنگ‌های ملی و محلی و جهانی شدن و نیز جایگاه کشورمان در این زمینه را مورد بررسی قرار دهد. در این مقاله دو موضوع «جهانی شدن» و «فرهنگ» محور اساسی هستند؛ بنابراین ضرورت دارد ابتدا تعاریف خود را از آنها ارائه دهیم.

جهانی شدن

جهانی شدن واقعیتی ملموس، فرآیندی انکارناپذیر و در همان حال مناقشه‌برانگیز است. افزون بر یک دهه است که در محاورات عمومی اصطلاح «جهانی شدن» (globalization) به کار می‌رود اما اجماع نظری درباره معنا و مفهوم آن شکل نگرفته است.

کوتکویچ و کلنر (Ann Cvetkorich, Douglas Kellner) اصطلاح جهانی شدن را برای توصیف روندی به کار می‌برند که اقتصاد جهانی، نیروهای سیاسی و فرهنگی به سرعت کره زمین را زیر نفوذ قرار می‌دهند و به خلق یک بازار نوین جهانی، سازمان‌های سیاسی فراملی جدید و فرهنگ جهانی تازه می‌پردازند. جیمز روزنا (James Rosenau)، جهانی شدن را فرآیند دگرگونی در عادات و هنجارها تلقی می‌کند. فرآیندی که دلمشغولی نوع بشر در مورد محدودیت‌های سرزمینی و ترتیبات سنتی، نظام دولت-کشورها را دگرگون می‌سازد.

«آنتونی گیدنز» جهانی شدن را از ابعاد نظام دولت-ملت، تقسیم بین‌المللی کار و اقتصاد سرمایه‌داری جهان درک می‌کند. او جهانی شدن را محصول مدرنیته می‌داند. در نظر وی انقلاب ارتباطات که

باعث گسترش دانش و تجربه انسان‌ها شده است همه ابعاد زندگی شخصی و جنبه‌های گوناگون حکومت و سیاست را متحول ساخته است. به عبارتی زندگی، شخصیت، هویت، احساسات و روابط ما با دیگران را بازسازی کرده و ما را با فردیتی آگاه و رها شده برای زیستن در «محیط آزاد و با آینده‌ای باز» آماده می‌سازد.

می‌توان دامنه تعاریف بالا را همچنان گسترش داد ولی مروری بر همین چند تعریف نشان‌دهنده ویژگی‌هایی از قبیل کم‌اهمیت شدن فاصله جغرافیایی و فرسایش و فروریزی مرزها، محیط رقابتی جدید، وابستگی متقابل جوامع انسانی و همسانی ساختاری و نهادی جوامع مختلف جهان و ... است که کم و بیش در اغلب تعاریف‌های جهانی شدن مشترک است، بر این اساس جهانی شدن را می‌توان چنین تعریف کرد:

«جهانی شدن فرآیندی است که در آن از اهمیت فاصله جغرافیایی در ایجاد و تداوم روابط اقتصادی، سیاسی و فرهنگی-اجتماعی کاسته می‌شود. مردم از این واقعیت آگاه می‌شوند و از این رو شبکه‌های ارتباطات و وابستگی‌ها به‌طور بالقوه فراملی و جهانی می‌شود. این نظام جدید وابستگی و ارتباطات، به‌نوبه خود کنش‌های خاص خود را پدید می‌آورد».

ابعاد جهانی شدن

جهانی شدن، در ابعاد گوناگونی انجام می‌شود که عبارت است از:

● بعد اقتصادی

تحولات مربوط به جهانی شدن، بیش از همه در حوزه اقتصاد انجام گرفته است. تعمیق وابستگی متقابل بین اقتصادهای ملی، یکپارچه شدن

بازارهای مالی، گسترش مبادلات تجاری به همراه مقررات‌زدایی و از میان برداشتن تعرفه‌ها و ضوابط حمایتی بازرگانی و ایجاد نهادهایی مانند سازمان تجارت جهانی با هدف گسترش و تسری تجارت بین‌المللی، از جمله نمونه‌های جهان‌گرایی اقتصادی است. ایجاد تحولات ساختاری در اقتصاد جهانی، موجب تشدید روابط اقتصادی فرامرزی شده است. سرمایه‌گذاری‌های روزافزونی که با گشوده شدن بازارهای مالی سراسر جهان انجام می‌شود، باعث افزایش ادغام‌های اقتصادی و تشکیل اتحادیه‌های منطقه‌ای شده است. در کل، بازارهای مالی پنهان، چنان به هم می‌پیوندند که می‌توان گفت در آینده شاهد یک «دهکده اقتصادی جهانی» خواهیم بود.

● بعد سیاسی

برجسته‌ترین نمونه‌های جهان‌گرایی در بعد سیاسی که در سه دهه گذشته شاهد آن بوده‌ایم، عبارت بوده است: الف) منزوی شدن و حذف نظام‌های مخالف سرمایه‌داری و بازار آزاد. این کار از طریق محاصره نظامی و اقتصادی اردوگاه شرق صورت گرفت و سرانجام موجب فروپاشی نظام شوروی و سقوط دیوار برلین در ۱۹۸۹ شد. از آن پس، کشورهای سرمایه‌داری با استفاده از راهکارهای مختلف در پی حذف آخرین بقایای کمونیسم از صفحه سیاسی عالم برآمدند.

ب) تغییر نظام‌های حکومتی کشورهای جهان سوم از حکومت‌های خودکامه به نظام‌های دموکراتیک. این تحول شامل دوستان آمریکا نیز می‌شود. صدور ایده لیبرالیسم و پلورالیسم به جهان سوم اولاً، باعث یکدست شدن

برخورد هفت تمدن مشخص را نزاع اصلی جهان آینده پیش‌بینی کرده است. از میان این هفت تمدن، کانون تقابل در میان سه تمدن «غربی»، «کنفوسیوسی» و «اسلامی» خواهد بود و در نتیجه این مقابله، یکی از تمدن‌ها که به احتمال قوی تمدن غربی است، دو تمدن دیگر را مهار یا خنثی می‌کند.

فرهنگ چیست؟

فرهنگ مفهوم پیچیده‌ایست که تعاریف متعدد و متنوعی از آن داده شده است. به تعبیر عام مجموعه‌ای به هم پیوسته از دانش‌ها، آگاهی‌ها، باورها، ارزش‌ها، هنجارها، و مهارت‌های لازم و ضروری برای زندگی اعضای جامعه است.

به دنبال تشکیل کنفرانس جهانی فرهنگ و توسعه در سال ۱۹۸۲ و همچنان اعلام دهه جهانی توسعه و فرهنگ (سالهای ۱۹۹۸-۱۹۹۷) از جانب سازمان ملل متحد مفهوم و تعریف فرهنگ تغییر یافت. طبق تعریف این کنفرانس فرهنگ عبارت است از:

«مجموعه کاملی از ویژگیهای روحی، مادی، فکری و عاطفی است که مشخصه یک جامعه یا گروه اجتماعی می‌باشد و نه تنها شامل هنرها بلکه شامل اشکال زندگی، حقوق اساسی انسانی، نظامهای ارزشی، سنتها و اعتقادات نیز می‌شود». به عبارت دیگر، فرهنگ را باید در مفهوم گسترده و به منزله بافتی پیچیده و با روابط متقابل در نظر گرفت که مجموعه‌ای از سنتها و دانشها و نیز شکلهای متفاوت بیان و تحقق فرد در بطن جامعه استوار است.

با ویژگی‌هایی که تعریف فوق برای فرهنگ جامعه یا گروه اجتماعی تعیین

و شبکه‌های اطلاعاتی گسترده، تنها در انحصار سازمان‌هایی معدود قرار دارند که متولیانشان، تعلقات و تعصبات نژادی و مذهبی خود را از یاد نبرده‌اند.

جنبه‌های منفی این همسان‌سازی فرهنگی، چنان اسفانگیز است که حتی فیلسوف لیبرالی مانند کارل پوپر، از این که همه مردم خواستار مشاهده خشونت‌های بیش‌تری از صفحه تلویزیون هستند، شکوه کرده، می‌گوید: «تلویزیون نسل بشر را فاسد می‌کند و کودکان را در سراسر جهان طرفدار خشونت بار می‌آورد». گرچه فرهنگ از دیرباز ابزار تفاهم میان انبای بشر بوده، اما به موازات آن از ابزار تهاجم نیز به شمار رفته است که با ظهور ابررسانه‌ها و فناوری پیشرفته در نیمه دوم سده بیستم، از کارایی مضاعفی برخوردار شده است به گونه‌ای که می‌توان اهداف منفعت‌طلبانه را به انحای مختلف و با نام فرهنگ و با ابزار فرهنگی به پیش برد.

روژه‌گارودی، نویسنده و محقق فرانسوی در کتاب «امریکا پیش‌تاز انحطاط» می‌نویسد: «در دورانی که تکنیک اطلاعاتی (به ویژه تلویزیون و در آینده نزدیک اتوبان‌های الکترونیک) نقش تعیین کننده‌ای در استفاده از افکار عمومی ایفا می‌کنند، موضوع بدتر، تهاجم ابزار (حاضر و آماده) فرهنگی است که در دنیا گسترده می‌شود و فرهنگ‌ها را نابود می‌کند». شاید «ساموئل هانتینگتون» براساس همین واقعیت، بینش «ژئوکالچر» را جایگزین بینش «ژئوپلیتیک» Geopolitics کرده و در نتیجه نظریه معروف رویارویی تمدن‌ها را پرورانده باشد. او بر پایه منازعات سوسیالیستی - کاپیتالیستی،

حکومت‌ها و هماهنگی بیش‌تر آن‌ها با سرمایه‌داری جهانی می‌شود. ثانیاً، به سبب وابسته شدن این حکومت‌ها به آرای عمومی که عاملی ناپایدار و تحت تأثیر تبلیغات غرب است، روحیه استقلال‌طلبی و غرب ستیزی در جهان سوم فروکش خواهد کرد و بازارهای بیش‌تری برای ورود کالا و سرمایه کشورهای صنعتی فراهم خواهد آمد.

ج) ایجاد نیروی واکنش سریع در آمریکا که نوعی پلیس ضد شورش بین‌المللی محسوب می‌شود. در واقع ایجاد فشار سیاسی و تبلیغی از طریق سازمان‌هایی مانند عفوبین‌الملل و حقوق بشر و در آخر لشکرکشی نظامی، برای مقابله با کشورهای نظیر کوبا، لیبی، ایران، کره شمالی و سوریه که نظم تحمیلی مورد نظر غرب را بر نمی‌تابند.

بعد فرهنگی

برای کشورهای سرمایه‌داری، جهان بازار مصرف بزرگی است که می‌توان با تغییر سلیقه مصرف‌کنندگان و همسان‌سازی ذائقه آنان، پیوسته تقاضای محصولات کشورهای صنعتی را افزایش داد. این هدف جز با بسط فرهنگ غربی و مسخ هویت ملت‌های دیگر به دست نمی‌آید. جوانانی که در چنین فضایی، درگوشه و کنار جهان پرورش می‌یابند، تلقیات و آرزوهای همانندی دارند و هرروز که می‌گذرد تعصبات قومی و مذهبی کم‌رنگ‌تر می‌شوند. فرهنگ مسلط، فرهنگی تکثرگرا و طرفدار تساهل و تسامح است که تنها کام دل گرفتن از لادیندنیوی و مواهب مادی را تبلیغ می‌کند. آنچه مایه شگفتی است این است که مبلغان این فرهنگ همسان‌ساز و بی‌مهار، یعنی رسانه‌ها

فرهنگ جهانی وجود دارد؟ آیا نزدیک شدن آحاد بشر به هم به دلیل پیشرفت ارتباطات به یکی شدن ذهنیت‌های بشری یا یکسان سازی انسانها می‌انجامد؟

تأثیر جهانی شدن هنگامی که به فرهنگ سرایت کند، به همان اندازه که یک پدیده تقویت کننده خواهد بود، به همان میزان نیز پدیده‌ای محدود کننده است. اگر بعضی نمادهای فرهنگی از شناسایی جهانی برخوردار شوند، برخی عناصر دیگر به فراموشی سپرده و یا تضعیف می‌شوند.

در جهان کنونی که افراد تحت تأثیر فرهنگ‌های بسیاری هستند، فرهنگی می‌تواند تداوم یابد که پاسخگوی نیازهای مادی و روحی افراد باشد. هویت مستلزم نوعی انتخاب است. بنابراین باید چنان زمینه‌های فرهنگی تقویت هويت خودی را توسعه داد که افراد دلایل کافی برای انتخاب نمادهای هويت خودی را داشته باشند.

در این قسمت برای بررسی تاثیرگذاری و تاثیرپذیری متقابل جهانی شدن و فرهنگ‌های محلی و بومی به سه دیدگاه اصلی اشاره می‌شود که عبارتند از:

۱- همگونی فرهنگی

وجه تمایز همگونی فرهنگی عبارت از نوعی انفعال و استتال است. در چنین رابطه‌ای معمولاً فرهنگ‌ها در برابر فرآیند جهانی شدن منفعل می‌شوند و حتی ضمن پذیرش فرهنگی که جهانی شدن اقتصادی عامل آن است ویژگی‌های خود را از دست می‌دهند. به بیان دیگر برخی نظریه پردازان برآنند که جهانی شدن زیر سلطه نظام جهانی سرمایه‌داری و شرکت‌های قدرتمند چندملیتی قرار دارد و بنابر این جهانی شدن اقتصادی نوعی

جهت مشروعیت بخشیدن به خود، ایجاد و تداوم یک فرهنگ سیاسی که با ساخت سیاسی و رفتارهای سیاسی مورد نظر آنها تعارضی نداشته باشد و پاسخ به نیازهای فرهنگی مردم مجبورند از فرهنگ‌های خویش حمایت کنند.

در بررسی تأثیر جهانی شدن بر فرهنگ، با این سؤال مهم مواجه می‌شویم: آیا ما به سوی یک فرهنگ جهانی یکپارچه گام بر می‌داریم، یا جهانی شدن قدرت فرهنگ‌های خاص را تقویت نموده و از شکوفایی و توسعه آنها حمایت می‌کند؟

در جهان کنونی که افراد تحت تأثیر فرهنگ‌های بسیاری هستند، فرهنگی می‌تواند تداوم یابد که پاسخگوی نیازهای مادی و روحی افراد باشد. هویت مستلزم نوعی انتخاب است. بنابراین باید چنان زمینه‌های فرهنگی تقویت هويت خودی را توسعه داد که افراد دلایل کافی برای انتخاب نمادهای هويت خودی را داشته باشند

در خصوص بعد فرهنگی جهانی شدن نیز نکات اساسی مختلفی می‌تواند مطرح شود، از جمله آن که آیا جهانی شدن موجب ادغام هویت‌های فردی، مذهبی، محلی و ملی در هويت جديد و جهانی می‌شود؟ آیا اساساً هويت و

می‌کند دیگر نمی‌توان فرهنگ رابعد فرعی یا تزئینی توسعه تلقی کرد، بلکه فرهنگ عنصر ضروری جامعه به شمار آمده و در رابطه کلی با توسعه، نیروی درونی جامعه محسوب می‌شود.

با این تعریف می‌توان گفت که فرهنگ مجموعه بسیار پیچیده و گسترده‌ای است که انسان در جریان تکامل اجتماعی و تاریخی پدید می‌آورد و سطح ترقی تکنولوژی، تولید، آموزش، علم، خبر و ادبیات دوره خاصی از تحول اجتماعی هر جامعه را نشان می‌دهد.

فرهنگ و جهانی شدن

در همین راستا برخی از پژوهشگران جهانی شدن را در برابر فرهنگ محلی و ملی قرار داده‌اند و عصر حاضر را عصر جهانی شدن فرهنگ نامیده‌اند، عصری که پایان روزگار حیات فرهنگی در قالبهای محلی و ملی خواهد بود. فرانسویس فوکویاما از جمله این پژوهشگران است که از پایان تاریخ صحبت کرده و در آن پیروزی جهانی طرز تفکر و بینش غربی بر دیگر فرهنگ‌ها را عنوان می‌دارد.

به هرحال فرهنگ ملی هر سرزمینی، دارای خصوصیات و ویژگی‌های خاصی آن سرزمین است که تحت عناصر تاریخی، جغرافیایی، مذهبی، عقیدتی و کلیه آن خصوصیات که رنگ و بوی خاصی دارد و به آن ملت هویتی متفاوت از دیگران می‌دهد، شکل می‌یابد.

فرهنگ‌های محلی و ملی یک واقعیت انکارناپذیر هستند. عموم این فرهنگ‌ها مبتنی بر سنت‌ها و شعائر تاریخی و دیرپایی هستند که با تحولات مختلف، بازسازی شده و چهره‌های نوینی به خود می‌گیرند. همچنین دولت‌هایی که در چارچوب این فرهنگ‌ها شکل می‌گیرند

جهانی شدن فرهنگی را به دنبال دارد. این برداشت از جهانی شدن، همان نظریه امپریالیسم فرهنگی است که فرآیند جهانی شدن را در خدمت گسترش نوعی فرهنگ مصرفی می‌داند.

از این منظر جهانی شدن یعنی غربی کردن و فرآیندهای جهانی در خدمت تحمیل فرهنگ غربی بر دنیای غیر غربی هستند. این ویژگی‌های غربی عبارتند از سرمایه‌داری، اقتصاد سودمحور بازار، سیاست دموکراتیک و اندیشه سکولار نمود یافته در خرد علمی، فردگرایی و حقوق بشر که بار هنجاری و ارزش قومی دارند.

روایت خاص‌تری از همگونی و یکپارچه سازی فرهنگی، آمریکایی کردن فرهنگ جهانی است. محور بحث در این روایت، همگونی فرهنگی به واسطه رسانه‌های آمریکایی است. نظریه پردازان پایبند به چنین دیدگاهی بر این نکته تأکید می‌کنند که آمریکایی‌ها بر منابع اصلی تولید و توزیع فرهنگ، از جمله سیستم‌های ماهواره‌ای ساخت فناوری اطلاعات، بنگاه‌های خبری، صنعت تبلیغ، تولید و توزیع برنامه‌های تلویزیونی و صنعت فیلم‌سازی سلطه‌ای بلامنازع دارند. بنابراین ایالات متحده «فرهنگ» خود را به صورت گسترده‌ای در اقصی نقاط جهان رواج می‌دهد.

۲- خاص‌گرایی فرهنگی

نوع دیگری از رابطه جهانی شدن و فرهنگ را می‌توان زیر عنوان خاص‌گرایی فرهنگی بررسی کرد. در نقد نظریه همگون‌سازی یا یکپارچه سازی فرهنگی، برخی نظریه‌پردازان هستند که واکنش فرهنگی در برابر فرآیند جهانی شدن را به هیچ روی صرفاً انفعال، استحال و تسلیم توصیف نمی‌کنند. از دید آنها

در بیشتر موارد واکنش فرهنگ‌ها با مقاومت و حتی مقابله پرتنش همراه است که معمولاً در قالب توسل به عناصر هویت‌بخش زبانی، دینی، قومی و نژادی نمود می‌یابد. به بیان دیگر فرآیند جهانی شدن در عین حال که جنبه‌هایی از زندگی در دنیای مدرن را یکدست می‌کند تفاوت‌های فرهنگی و هویتی را نیز تقویت و احیا می‌کند. از این‌رو منتقدین تجدید، جهانی شدن را آغاز عصر جدیدی می‌دانند که با فرهنگی‌شدن زندگی و برجسته‌تر شدن هویت‌های گوناگون اجتماعی ویژگی می‌یابد. مدافعان تجدید هم در قالب مفاهیمی مانند ضدیت با دموکراسی، احیای قبیله‌گرایی و بنیادگرایی، به این واقعیت اعتراف می‌کنند.

خاص‌گرایی‌های فرهنگی نمودهای پرشمار و گوناگونی دارند و می‌توان از جنبه‌های مختلف، مانند نوع و شدت واکنش، گستره و میزان تأثیرگذاری و قدیم یا جدید بودن، آنها را تقسیم‌بندی و توصیف کرد. این عناصر عبارتند از: زبان، نژاد، قومیت، ملیت و دین که در اینجا معنا و مفهوم کلی و رایج مدنظر است.

دسته‌ای از خاص‌گرایی‌های فرهنگی خاص‌گرایی‌های قومی هستند، برخلاف پیش‌بینی‌های مارکسیستی و لیبرالی مبنی بر افول و نابودی گریزناپذیر هویت‌های قومی، دنیای معاصر در دهه‌های اخیر شاهد احیاء و گسترش انواع از هویت‌های قومی بوده است. با پایان یافتن جنگ سرد نه تنها احساسات قومی فروکش نکرد، بلکه گسترده‌تر و پرشمارتر شده و حتی در موارد زیادی به مرحله ستیزه قومی رسیده است.

سطح بالاتری از خاص‌گرایی‌های قومی، تقویت و احیای ملی‌گرایی در جوامع مختلف است. این‌گونه خاص‌گرایی

هم که در سال‌های اخیر و در مناطق مختلفی مانند اروپای غربی، بالکان، آسیای مرکزی، آفریقا و آمریکای لاتین برجسته‌تر شده است، نوعی از مقاومت فرهنگی در برابر فرآیند جهانی شدن قلمداد می‌شود.

دسته دیگری از خاص‌گرایی‌های فرهنگی بر محور دین و سنت‌های دینی شکل می‌گیرند. البته از آنجا که دین در عین هویت‌بخش و خاص‌گرا بودن، مقوله‌ای عام است، در برابر فرآیند جهانی شدن به دو صورت خاص‌گرایانه و عام‌گرایانه واکنش نشان می‌دهد.

۳- آمیزش و تحول فرهنگی

سومین نوع واکنش به فرآیند جهانی شدن به عنوان آمیزش و تحول فرهنگی مورد توجه قرار می‌گیرد. از این منظر گرچه در دنیای معاصر رواج فرهنگ مکدونالدی، کوکاکولایی و یکپارچه‌سازی فرهنگی واقعیت دارد و خاص‌گرایی‌های فرهنگی قومی، ملی، دینی و اجتماعی به رویارویی با فرآیند همگونی فرهنگی برخاسته‌اند، ولی به هیچ روی نمی‌توان دنیای پیچیده و متنوع فرهنگی را صرفاً عرضه مستقیم و یا ستیز دانست. به بیان دیگر عملکرد دو نیروی تفاوت‌زدا و تفاوت‌زا در عرصه فرهنگ جهانی بخشی از واقعیت است. از این دید بازی فرهنگی در صحنه جهانی بازی همه یا هیچ نیست و نوعی همزیستی، اختلاط و تعالی فرهنگی هم امکان دارد.

جهانی‌شدن و فرهنگ ایرانی

کشور ما را کران تا کران، فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های گوناگون تشکیل داده که طی سده‌ها و هزاره‌های گذشته آداب و رسوم، باورها و سنت‌های آنها، تأثیرات ژرف و گسترده‌ای را از هم پذیرفته‌اند و

بافت ظریف و یکسان آن، تجلی وحدت در کثرت را معنی بخشیده است.

در جامعه ما پذیرش فرهنگ‌های غیر ایرانی و دادن تغییراتی در آنها به اصطلاح بومی کردن فرهنگ‌های غیر ایرانی از دیرباز در بین ایرانیان رواج داشته است. همچنین یکی از ویژگی‌های برجسته و نمایان فرهنگ ایرانی داد و ستد سازنده با فرهنگ‌های بلند پایه‌تر و فرومایه‌تر از خود است. فرهنگ ایرانی از آغاز شکل‌گیری نه تنها دیواری میان حوزه فرهنگ خود و حوزه فرهنگ اقوام دیگر نکشیده، بلکه یکی از رسالت‌ها و کارکردهایش فروریختن دیوارهای جداکننده فرهنگ‌های بشری و در آمیختن و به هم پیوستن و تلفیق فرهنگ‌های گوناگون بوده است. فرهنگ ایرانی در طول تاریخ تحول خود همیشه از فرهنگ‌هایی که از جهت پیچیدگی و کارآیی در سطحی بالاتر و به فرهنگ‌هایی که برعکس از این جهت در سطح فروپایه تری بودند، آموزش فرهنگی گرفته و داده است. نمونه چنین مسئله‌ای را در تبادل فرهنگی میان کشورمان با اعراب شاهد بوده‌ایم که برخلاف دیگر ملل، با ورود اسلام به کشورمان بسیاری از باورهای خود و از جمله زبان فارسی را حفظ کرده و در همان حال با پذیرش اسلام به بارور ساختن این دین الهی مبادرت ورزیدیم.

بنابراین با داشتن چنین پیشینه فرهنگی غنی نباید از تعامل با دیگر فرهنگها وحشت داشت، هرچند باید مراقب دشمنی‌ها برای به نابودی کشاندن فرهنگ دیگر کشورها از سوی قدرتهای بزرگ توجه لازم را داشت که همین مساله نقش مهندسی فرهنگی را پررنگ می‌سازد.

فرصتهای جهانی‌شدن در دو سطح ملی و محلی برای ایران

فرصتهای ناشی از جهانی‌شدن برای ایران را می‌توان در دو سطح ملی و محلی مورد توجه قرار داد:

سطح ملی:

موج جهانی‌شدن در وهله نخست و پیش‌تر از همه متوجه حاکمیت و اقتدار دولتهای ملی است و کاهش و افول حاکمیت دولتها مهم‌ترین پیامد آن است. اما با این وجود نمی‌توان فرصتهایی را که این فرایند برای تحکیم پایه‌های قدرت برخی از دولتها فراهم می‌سازد نادیده گرفت. خصوصاً آن دسته از دولتهای در حال توسعه‌ای که آگاهانه به مواجهه با فرایند جهانی‌شدن برخاسته‌اند و تلاش دارند تا از طریق پرهیز از برخوردهای انفعالی، از این پدیده به عنوان فرصتی برای تحکیم پایه‌های اقتدار خویش بهره گیرند.

مثال بارز این نوع دولتها کشورهای آسیای جنوب شرقی نظیر مالزی، اندونزی و کره جنوبی می‌باشند که با بهره‌گیری از تکنولوژی‌های پیشرفته موفق شده‌اند تا نسبت به گذشته بر قدرت خود بیفزایند و حاکمیت خود را استوارتر سازند. این قبیل کشورها نه تنها در اثر فرایند جهانی‌شدن در حال زوال نیستند بلکه با پیوند خویش به شبکه‌های فراملی و کارآمدتر ساختن بخشهای حکومتی خود از مواهب و فرصتهای جهانی‌شدن بهره‌برداری می‌کنند.

در این رابطه دولتمردان و متولیان فرهنگی کشورمان نیز می‌توانند با درایت فراوان از این فرصت بهره گیرند. در واقع ایجاد اجماع نظر بین نخبگان حکومتی، نسبت به فرایند جهانی‌شدن و هماهنگ‌ساختن زیرساختهای اقتصادی

و اجتماعی با شبکه‌های اطلاعاتی و اقتصادی جهان از جمله ملزوماتی هستند که کشورمان باید با فراهم ساختن آنها، از فرایند جهانی‌شدن به مثابه یک فرصت طلایی برای تحکیم پایه‌های اقتدار خویش استفاده کند.

سطح محلی:

بر اثر توسعه فناوری اطلاعاتی و ارتباطاتی جوامع محلی اولاً فرصت مناسبی برای ترویج و توسعه فرهنگ و ایده‌های خویش پیدا کرده‌اند که در گذشته فاقد آن بوده‌اند، ثانیاً فرایند جهانی‌شدن موضع جوامع محلی در برابر دولتها را تقویت کرده است، زیرا یکی از مشکلات اصلی مردم کشورهای در حال توسعه شکاف ترمیم‌نشده بین آنها و دولتهایشان بود که معمولاً به دلیل برخورداری آن دولتها از انحصار دستگاه زور و قدرت، جامعه فاقد هر گونه قدرت پشتیبانی‌کننده بود.

تحولات در حال وقوع در عرصه فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطاتی و نیز پیدایش نهادهای بین‌المللی جدید، باعث شده تا هیچ حکومتی نتواند مثل گذشته و به راحتی تحت عنوان اعمال حاکمیت ملی، مردم خود را منزوی ساخته یا سرکوب کند.

علاوه بر ناتوانی دولتهای مستبد در کنترل جریان اطلاعات در داخل مرزها، افراد و گروهها نیز خواهند توانست بدون مراجعه به دولت در سطحی که تا به حال تصورناپذیر بود از ارتباطات بین‌المللی برخوردار شوند.

اکنون فرایند جهانی‌شدن، در انجام داوری بین مرجعیت دولتها با ملتها، حق را به ملتها داده و برای آنها شرایط مختلفی را فراهم می‌سازد تا فارغ از دخالت و کنترل دولت بتوانند به ترویج دیدگاههای

خویش و تعامل با افراد جوامع دیگر مبادرت ورزند. چنین تعاملاتی که به میزان زیادی مرهون توسعه فناوریهای اطلاعاتی هستند، باعث می‌شود تا افراد جامعه از زیر بوغ نظام متمرکز آموزشی و فرهنگی دولتها رهایی یابند. تاسیس نهادهای مدنی فراملی و فراملی که به دنبال پاسخگویی به دغدغه‌های مردم یک جامعه هستند از جمله امکانات و فرصتهای فرایند جهانی‌شدن است که در عصر کنونی نصیب افراد و جوامع مختلف شده‌اند.

در این زمینه نیز کشورمان باید به دور از هرگونه نگرانی در جهت تقویت فرهنگ‌های قومی و محلی گام بردارد. بررسی‌ها نشان داده است که اقوام ایرانی قبل از آنکه خود را قوم یا گروه خاصی بدانند، بر ایرانی بودن خود تاکید دارند. بنابراین هرچه این قومیتها در سیاستهای آموزشی، زبانی و سنتهای خود آزادتر باشند، فرهنگ خود و به تبع آن فرهنگ ملی را تقویت خواهند کرد.

مقابله با پیامدهای منفی جهانی‌شدن از طریق مهندسی فرهنگی

مهندسی فرهنگی رویکردی مفهومی به برنامه ریزی و مدیریت توسعه فرهنگی است که با توجه به طبیعت متغیر فرهنگ، به طراحی راهبردهای عملی برای حل مسائل و مشکلات ناشی از تعامل فرهنگ و توسعه می‌پردازد. مفهوم مهندسی فرهنگی در بخش فرهنگ حاکی از تغییری قابل توجه در مدیریت نهادهای فرهنگی و معطوف به نیاز به راه‌های کاملاً فنی و به دقت طراحی شده به چالشهای توسعه فرهنگی است. به بیان دیگر مهندسی فرهنگی به نظامها، فرایندها، جایگزینها و فرمول‌بندیهای مرتبط با پاسخهای

خلاقانه به چالشهای توسعه نهادهای فرهنگی و تشویق مردم به مشارکت در حیات فرهنگی جامعه می‌پردازد.

مهندسی کشورها دارای انواعی است و جوامع را بر حسب اهداف غایی آنها باید مهندسی کرد. اگر اهداف غایی جامعه‌ای، اهداف فرهنگی باشد، این جامعه ملزم خواهد بود هم خود را مهندسی فرهنگی کند و هم مدیریت فرهنگی را بر مجموع اجزای جامعه حاکم کند. مدیریت فرهنگی در اینجا منظور مدیریت دستگاه‌های فرهنگی نیست، بلکه در همه حوزه‌ها باید مدیریت فرهنگی حاکم باشد. اهداف غایی مدیران اقتصادی و سیاسی هم باید اهداف فرهنگی باشد.

اگر زمانی با زور اسلحه و زمان دیگری با اهرمهای مختلف صاحبان قدرت دیگران را همراه خود کرده و آنها را وادار به تبعیت از خود می‌کردند، امروز به دلایل مختلف این روشها منسوخ و جای خود را به روشهای دیگری به نام فرهنگی داده است.

در واقع جهانی‌شدن سبب شده تا یک عنصر اجتماع (مثلاً یک فرد، گروه، سازمان) مخاطب مجموعه متعددی از فرایندهای فرهنگی (به معنای عام) باشد و نتوان همچون گذشته عوامل تاثیرپذیری او را به خانواده، مدرسه و دوستان و ... محدود کرد. شبکه اینترنت به تنهایی هزاران اندیشه، تفکر و رفتار مختلف را عرضه می‌دارد که در کنترل ما نیست و در خوش‌بینانه‌ترین حالت می‌توان برخی آنها را فیلتر کرد، اما هیچگاه نمی‌توان همه آنها را به شکلی که تمایل داریم، عرضه کنیم.

در این شرایط باید فضای فرهنگی را عرصه‌ای متشکل از سیستمهای مختلف فرهنگی با انگیزه‌ها، اهداف و کارکردهای

مختلف دانست. حکومت نیز از حیث وظایفی که بر عهده دارد می‌تواند از دو کانال بر این عرصه اعمال حاکمیت کند.

اول: تعریف یک سیستم فرهنگی که به وسیله آن وظایف فرهنگی خود را ایفا کند.

دوم: نظارت بر سایر سیستمهای فرهنگی که از حد و حدود قانونی خارج نشود.

با این توضیح می‌توان مهندسی فرهنگی را به معنای مهندسی وظایف فرهنگی حکومت مورد توجه قرار داد و برای آن مدل طراحی کرد. در این مدل حکومت وظایف فرهنگی برعهده دارد و برای ایفای آن سیستم طراحی می‌کند و در ضمن برای فعالیت سایر سیستمهای فرهنگی چهارچوبی تعیین می‌کند و در آن چهارچوب رابطه این سیستم با سایر سیستمهای فرهنگی را تنظیم می‌کند. به طور خلاصه می‌توان گفت باید به سه موضوع زیر پرداخت:

الف: وظایف فرهنگی حکومت که باید توسط خود حکومت انجام پذیرد و قابل واگذاری است، چیست؟

ب: برای ایفای این وظایف چه نوع سیستمی و با چه ساختار و ویژگی‌هایی لازم است طراحی شود؟

ج: حدود نظارت بر سایر سیستمهای فرهنگی توسط چه قوانینی انجام می‌پذیرد؟

به هر حال مهندسی فرهنگی به نوعی سیاستگذاری در حوزه فرهنگ است و سیاستگذاری مبتنی بر اهدافی تعریف شده از سوی سیاستگذار است.

در این راستا متولیان فرهنگی کشورمان باید بدانند که فرهنگ ملی از پایه‌های استقلال ملی است و باید از آن همانند سرزمین ایران، دفاع کنند. در عین

حال، در طراحی برنامه‌های توسعه آنچه اهمیت دارد، توجه به هویت‌های ملی است. هیچ‌گویی توسعه وارداتی را نمی‌توان به کار برد، مگر آنکه با ویژگی‌های محلی و ملی هماهنگی داشته باشد و اساساً نمی‌توان هیچ‌گویی را تحمیل کرد، زیرا توسعه واقعی بدون توجه به بعد فرهنگی ملی و احترام به هویت فرهنگی ملت‌ها تحقق نخواهد یافت.

از سوی دیگر توسعه و حفظ فرآورد‌های فرهنگی محلی و ملی ضرورت تام دارد، چرا که فرآورد‌های فرهنگی مطمئن‌ترین ضامن توسعه مستقل است، هویت فرهنگی را تقویت می‌کند و قوه خلاقیت و آگاهی مردم را نسبت به میراث فرهنگی افزایش می‌دهد.

نتیجه‌گیری

در دنیای جهانی‌شده کنونی، فرهنگ به عرصه کانونی رقابت و مبارزه تبدیل شده و در اشکال گوناگونش به عنوان عامل اصلی جهانی‌شدن و ارزشهای پیشرفته شناخته می‌شود. در عین حال موضوعات و بحث‌های فرهنگی بخاطر تأکیدشان بر هویت ملی و نیز هویت محلی، در عصر جهانی‌شدن بسیار نگران‌کننده هستند و ممکن است در معرض چالشها و تغییرات شگرفی قرار گیرند.

جهانی‌شدن در برخی حوزه‌ها به دنبال خود واکنش منفی فرهنگی را در پی دارد که این واکنش‌ها در غرب متفاوت از کشورهای اسلامی و از جمله ایران است و منجر به کشمکش میان سنت با مدرنیته می‌شود. علت این واکنش‌ها به پیدایش و تأثیر زیاد رسانه‌های جمعی نظیر تلویزیون، ماهواره، اینترنت و مهمتر از همه وجود ارزشهای غربی همچون سکولاریسم، فردگرایی، پلورالیسم

سیاسی، برابری قانون برای زنان و مردان می‌باشد که منجر به واکنش‌های شدید شده است.

در این میان باید گفت که در عصر جدید، فرهنگ‌های قوی همواره بردوش رسانه‌ها به این سو و آن سوی جهان سرک می‌کشند و هر جایی که فرهنگی ضعیف‌تر از خود یافت به آن نفوذ کرده و آن را همانند خود می‌کند. در دنیای جدید دیگر جنگ برای تغییر نگرش و فرهنگ یک جامعه مناسب نیست، چراکه رسانه‌ها می‌توانند با ارایه فرهنگ قدرتمندتر و یا با ارایه رنگ و لعاب فرهنگ قوی‌تر به فرهنگ‌های ضعیف‌تر نفوذ کرده و پروژه همانندسازی را اجرا کنند.

در نهایت باید توجه داشت که آموزه‌های فرهنگی از کانال‌های مختلف به جوامع بشری و عصر جدید می‌رسند و این فرهنگ‌های قوی و منطبق با خواسته‌های دنیای جدید هستند که می‌توانند در مقابل این همانندسازی فرهنگی مقاومت کنند و یا حداقل در این سایش بیشتر بسایند تا اینکه ساییده شوند. به هر حال این میسر نیست مگر در سایه آموزش از دریچه همان رسانه‌ها که نقش اساسی را در این پروسه ایفا می‌کنند.

با این وجود باید گفت که جهانی‌شدن برای کشورها نه خیر مطلق و نه شر مطلق است. جهانی‌شدن در عین فراهم آوردن تهدیدات امنیتی برای کشورها که برخی از آنها با هزینه‌های سیاسی همراه است، فرصتهای مناسبی را برای توسعه و تحکیم قدرت ملی کشورها و خصوصاً صلح و ثبات امنیت جهانی و افزایش آگاهی‌های عمومی و حل دغدغه‌ها و مشکلات بشری فراهم ساخته است.

از سوی دیگر، جهانی‌شدن فی‌نفسه نمی‌تواند موجب تضعیف فرهنگ‌های ملی

و محلی شود، چرا که نظام‌های ارزشی و هنجاری فرهنگ‌های بومی آنچنان دیرپا و قدرتمند هستند که به راحتی جای خود را به رقیب نمی‌سپارند. فرهنگ‌های ملی و محلی در صورت مولد و زایا بودن و هماهنگ شدن اخلاق و نظریه‌های دینی آنها با مقتضیات جدید می‌توانند به حیات خویش ادامه داده و در تلاقی با فرهنگ‌های دیگر بر غنای خویش بیفزایند. ■

پی‌نوشتها:

- ۱- اردلان، اسعد. «پدیده جهانی شدن، حقوق و فرهنگ»، مجله سیاست خارجی شماره ۲، تابستان ۷۹، ص ۴۸۴
- ۲- روزنا، جیمز. «پپچیدگی‌ها و تناقض‌های جهانی شدن»، مجله سیاست خارجی، شماره ۴، زمستان ۱۳۷۸، صص ۱۰۲۳
- ۳- گیدنز، آنتونی. «گفتارهایی در باب فرآیند فروریختن مرزهای ملی و بومی در جهان»، ترجمه ملیحه مفازهای، روزنامه بهار، ۲/۵/۱۳۵۹، ص ۷
- 4- <http://www.polity.co.uk/global/pdf/02Intro.pdf>
- 5- Ibid
- 6- http://www.mediamente.rai.it/mmold/english/bibliote/i_tervis/p/popper.htm
- ۷- روزه گارودی، آمریکا پیشتان انحطاط، ترجمه قاسم‌صفوی، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۷۸، ص ۵۲
- 8- Huntington, S. (1996) *The Clash of Civilizations*, New York: Touchstone.
- 9- <http://www.wgcd.org/policy/Stockholm.html>
- ۱۰- باری اکسفورد، نظام جهانی: اقتصاد، سیاست و فرهنگ، ترجمه حمیرا مشیرزاده، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، ۱۳۷۸، ص ۲۲.
- 11- <http://www.polity.co.uk/global/pdf/INTR.PDF>
- 12- Ibid
- 13- Ibid
- 14- <http://mohandesifarhangi.net/mahalat.aspx?i=52>
- 15- <http://mohandesifarhangi.net/mosahebe.a>



جهانی شدن و نیاز به مهندسی فرهنگ

نویسندگان :
دکتر افسر افشاری نادری
عضو هیئت علمی دانشگاه

چکیده:

در این مقاله سعی شده است هویت های ملی در ارتباط با جهانی شدن و شکل گیری هویت های جهانی، با استفاده از نظریه «توازی هویت های جمعی» بررسی شود. با پذیرش تقابل و رویارویی هویت های ملی و جهانی در عین اینکه بر این باوریم که از یک سو جهانی شدن فرایندی واقعی و غیرقابل اجتناب است و همه جوامع با فرهنگها و سیاستهای خاص خود ناچار هستند به سمت جهانی شدن در حرکت باشند و کم کم به صورت یک هویت عام تجلی یابند، اما از سوی دیگر فرایند جهانی شدن، این استعداد را دارد تا به تناسب تواناییها و امکانات کشورها، گروهها و مکاتب مختلف در راستای منافع و جهت گیری خاص آنها مورد بهره برداری قرار گیرد.

فرصت یا تهدید بودن جهانی شدن به میزان توانمندیها و ظرفیت های فرهنگها، کشورها و گروههای مختلف در کارآمد ساختن برنامهها، سیاستها و رفتارهایشان بستگی دارد. مهندسی فرهنگ می تواند به کارآمد ساختن هر چه بیشتر این فرایند کمک کرده و از فرصت های جهانی شدن در این راستا بهره گیرد تا مانع هدر رفتن فرصت های تاریخی یک جامعه و سرمایه های انسانی و مادی آن شود.



مقدمه

فرآیند جهانی شدن را به هیچ وجه نمی‌توان حاصل اراده و برنامه قبلی و از پیش تعیین شده کشور و یا جریان فکری خاصی تلقی کرد، اما با وجود این نمی‌توان از تلاش و کوشش نظریه پردازان مکتب لیبرالیسم و نظام سرمایه داری غرب برای هدایت و جهت دهی به جهانی شدن غفلت ورزید.

آنچه مسلم است تأثیرات جهانی شدن بر تمدن‌ها، دولت‌ها و ملل مختلف یکسان نیست و به همین دلیل واکنش‌های آنان نیز در این ارتباط نیز متفاوت خواهد بود.

در این مقاله می‌خواهیم بدانیم آیا در تقابل هویت‌های ملی و جهانی، هویت‌های فردی و محلی از بین رفته و جوامع تنها باید همسوبا هویت جهانی باشند یا با گسترش روند جهانی شدن بویژه در حوزه فرهنگ می‌توان با برنامه‌ریزی از پیش مشخص شده و خط مشی‌های مطلوب با سه ویژگی، دورنگری، جامع‌نگری و تحول‌گرایی اساس هویت‌های ملی را حفظ کرد و با اتکا به ریشه‌های تاریخی و قومی به پذیرش هویت کلان پرداخت.

مفهوم جهانی شدن

جهانی شدن از ظهور «صنعت ارتباطات جهانی همزمان» مثل تلفن، مابزر، تلویزیون، رادیوهای جهانی، ماهواره، اینترنت و... ناشی می‌شود. لذا جهانی شدن را از دو جنبه باید در نظر گرفت یکی به عنوان فرآیندی که محصول تکنولوژی جهانی ارتباطات است و دیگر به عنوان طرح مدیریت شده که در واقع تسلط بر تکنولوژی جهانی ارتباطات است، یعنی ارتباطات هم خالق جهانی

شدن است و هم مخلوق آن. از برآیند این دو روند به چند عامل مهم ساختاری برمی‌خوریم که از لحاظ مفهومی معرف جهانی شدن هستند:

۱. فراملی کردن فرهنگها و یکی شدن فضای فرهنگی

تکثر فرهنگها به جای تک فرهنگ بومی و تعدد انتخاب فرهنگ و انطباق با شرایط اجتماعی، به طوری که جامعه انسانی مواجه با «دو جهان موازی» می‌شود. جهان اول که جهان واقعی (مشخص کننده هویت فرد) است و جهان دوم، جهان مجازی انسان یا سرزمینی بی مرز و چند فرهنگی و در عین حال برخوردار از «فضای واحد» است. جهانی با قاعده‌های خاص و در عین حال خالی از هر نوع قانون و ضابطه عقلانی. نکته قابل توجه این است که عینیت فرد در جهان اول زندگی می‌کند اما با ذهن فضایی در جهان دوم به سر می‌برد. این دوگانگی در بسیاری موارد، فرد و جامعه را دچار فشارهای غیرقابل کنترل می‌کند.

۲. تسهیل ارتباطات جهانی، مقوله‌ای که از نظر تاملینسون (۱۹۹۹) روح اصلی فرآیند جهانی شدن را تشکیل می‌دهد. برقراری روابط با کسانی که در محل حضور ندارند و در فاصله‌ای بسیار دور از ما قرار گرفته‌اند، بیش از پیش امکان‌پذیر شده است. به نظر گیدنز مکان (۱۹۹۰: ۱۹) بیشتر حالت «جابجا شونده» پیدا کرده است.

۳. دسترسی به بالاترین حد اطلاعات و توسعه آگاهی جهانی در آینده‌ای نزدیک برای آموختن دانش، نیاز به رفتن به مدارس معمول و یا دانشگاه‌هایی مانند دانشگاه‌های فعلی نخواهد بود؛ یک استاد در آن

واحد می‌تواند در منزل دانشجو در کشورهای مختلف آموزش مجازی دهد، برای خرید از فروشگاه‌های دور دست و حتی در کشوری دیگر نیاز به حضور فیزیکی خریدار و فروشنده در یک مکان ثابت نیست، پول فیزیکی وجود نخواهد داشت، دوربین‌های مخصوصی که به سیستم فتومتریک مجهز هستند از روی قرنیة چشم، افراد را شناسایی می‌کنند و لذا نیاز به داشتن کارت شناسایی و کارت اعتباری نیز نخواهد بود. بازرگانی مجازی رونق زیادی خواهد یافت، تولید انبوه محدود می‌شود و تولید کالاهای غیرفیزیکی افزایش می‌یابد و ...

۴. تغییرات سریع جهانی (ناپایداری و تعدد پدیده‌های نو)

در فرآیند جهانی شدن تغییرات به قدری سریع است که به قول بوردیو، فرد فرصت تعامل ذهنی و فکری با آنها را ندارد. (بومن، ۲۰۰۲: ۱۶۱) به عبارتی، سرعت تغییرات از درونی شدن فکر و اندیشه پیشی گرفته و فرد گرفتار «تأخر روحی، فکری و فرهنگی» شده است.

باید باور کرد که دوران ثبات و تداوم به انتها رسیده است. بنابراین نمی‌توان در برابر پدیده‌های نوین، ایستاد و یا کورکورانه آنها را پذیرفت. هر دو واکنش می‌تواند خطرآفرین باشد. پس باید در پی راهکاری بود تا فرهنگ ملی در کنار فرهنگ جهانی رشد کند.

فرانسیس فوکویاما نیز اعتقاد دارد که همگونگی فرهنگی باعث نمی‌شود فرهنگ‌های محلی و قومی از بین برود. در خصوص نقش ارتباطات و فرهنگ جهانی می‌گوید: «... فناوری ارتباطات باعث شده تا چهره واقعی فرهنگها برای یکدیگر آشکارتر شود و آن‌ها را به این نتیجه رسانده که دو طرف دارای

نظام‌های ارزشی متفاوتی هستند».
(سوری، ۱۳۸۰، همشهری)

جهانی شدن در جامعه شناسی نوگرایی

آنتونی گیدنز، جهان نوین را به صورت یک «گردونه خرد کننده» توصیف کرده: «لوکوموتیو بسیار قدرتمند و سرکش‌شی که تمامی نوع بشر تا اندازه‌ای می‌توانند از آن سواری گیرند، اما هر آن ممکن است مهارش از دست ما بیرون رود و سرخود به راهش ادامه دهد. این گردونه خرد کننده آنهایی را که در

سهمناک است.» (گیدنز، ۱۹۹۰ - ۱۳۹).
نوگرایی با سه جنبه اساسی نظریه ساختار بندی گیدنز پویا می‌شود؛ این سه جنبه عبارتند از
۱- فاصله گیری ۲- بیریشگی ۳- قدرت بازاندیشی.

نخستین جنبه، جدایی زمان و مکان یا فاصله گیری است. در جوامع ما قبل نوین، زمان همیشه در پیوند با مکان بود و اندازه گیری زمان، دقیق نبود. با استقرار نوگرایی، زمان معیار پیدا کرد و پیوند نزدیک میان زمان و مکان گسیخته شد. بدین‌سان هم زمان و هم

**وقتی جهان بزرگ تر از آن بشود که نتوان اداره‌اش کرد،
کنشگران اجتماعی در صدد برمی‌آیند تا دوباره جهان را به
حد و اندازه قابل دسترسی خود تکه تکه کنند. وقتی شبکه‌ها،
زمان و مکان را محو می‌سازند، مردم خود را به جاهایی
متصل می‌کنند و حافظه تاریخی خود را به یاری می‌خوانند.
وقتی حفاظت پدرسالانه از شخصیت فرد می‌باشد،
مردم ارزش متعالی خانواده و اجتماع را
به منزله مشیت الهی تصدیق می‌کنند**

برابری مقاومت کنند، در هم می‌کوبد و هر چند که گاه به نظر می‌رسد راه مطمئنی را در پیش گرفته است، اما بارها پیش می‌آید که یکباره در جهاتی منحرف می‌شود که برای ما قابل پیش بینی نیست. این گردونه، ماشینی غالباً شوق برانگیز و سرشار از بشارتهای امیدوار کننده است. اما تا زمانی که نهادهای نوگرایی در حال فعالیت هستند، ما هرگز نخواهیم توانست مسیر یا سرعت این گردونه را تحت نظارت خود درآوریم. همچنین، تا این گردونه در حرکت است، هرگز احساس ایمنی نخواهیم کرد زیرا مسیر گردونه سرشار از بیم پیامدهای

مکان از محتوا تهی شدند. دیگر هیچ زمان یا مکان خاصی امتیازی بر زمانها یا مکانهای دیگر ندارد و زمان و مکان به صورتهای صرف تبدیل شده اند (ریترز، ۱۳-۷۶ ۷۶۶).

دومین جنبه (بیریشگی) مستلزم جدا شدن روابط اجتماعی از محیطهای محلی کنش متقابل و تحدید ساختار آن در راستای پهنه‌های زمانی - مکانی نامشخص است. (همان: ۷۶۷).

ویژگی سوم توانایی بازاندیشی، جایی است که عملکردهای اجتماعی در پرتو اطلاعات تازه درباره این عملکردها پیوسته بررسی و اصلاح می‌شوند و در

نتیجه خصلت‌شان را به گونه سازنده‌ای تغییر می‌دهند. در جهان نوین هر چیزی در معرض بازاندیشی است، از جمله خود بازاندیشی (همان ۷۶۸). یعنی ما نه تنها مسئول طراحی خودهایمان هستیم، بلکه همچنین باید (در ارتباط با خود) بدنهایمان را نیز طراحی کنیم. ظاهر بدن، وضعیت جسمانی شایسته در موقعیتها و جاهای مختلف برای ایجاد و حفظ بازاندیشانه خود، بسیار اهمیت دارد. (همان، ۷۷۱).

در هر حال، نوگرایی شمشیر دو تیغه‌ای است که تحولات مثبت و منفی را با هم به دنبال دارد. در نهایت به عقیده گیدنز "نوگرایی یک فرهنگ مخاطره آمیز است". منظور از این قضیه این نیست که زندگی اجتماعی، امروز در مقایسه با گذشته ذاتاً مخاطره‌آمیزتر شده است، زیرا در مورد بیشتر آدمها زندگی چندان مخاطره آمیز نیست. مفهوم مخاطره بیشتر در ارتباط با نحوه سازماندهی جهان اجتماعی هم به وسیله کنشگران عادی و هم متخصصان فنی، به گونه‌ای بنیادی مطرح است. نوگرایی مخاطره کلی در برخی از حوزه‌ها و شیوه‌های زندگی را کاهش می‌دهد ولی عوامل مخاطره آمیز جدیدی را مطرح می‌سازد که در دوران پیشین تقریباً یکسره ناشناخته بودند. (گیدنز، ۱۹۹۱ - ۳ و ۴)

اولریک بک در کتاب «جامعه مخاطره آمیز» (۱۹۹۲ - ۷۰) با سختگیری درباره جامعه مخاطره آمیز می‌گوید:

"علم به حافظ آلودگی جهانی مردم و طبیعت تبدیل شده است. از این جهت مبالغه نیست اگر بگوییم که علوم، آبروی تاریخی خویش را به خاطر عقلانیت‌شان تا اطلاع ثانوی بر باد داده‌اند".

به نظر او، طبیعت سیاسی شده و نتیجه‌اش این است که دانشمندان طبیعی

نیز مانند دانشمندان اجتماعی کارشان، سیاسی شده است. (همان - ۸۰)

مانوئل کاستلز معتقد است، هویت برساخته می‌شود و سازمان دهنده معناست؛ با این تفاوت که کانون توجه او به هویت جمعی است تا هویت فردی. کاستلز می‌گوید: «وقتی جهان بزرگ تر از آن بشود که نتوان اداره‌اش کرد، کنشگران اجتماعی درصدد برمی‌آیند تا دوباره جهان را به حد و اندازه قابل دسترسی خود تکه تکه کنند. وقتی شبکه‌ها، زمان و مکان را محو می‌سازند، مردم خود را به جاهایی متصل می‌کنند و حافظه تاریخی خود را به یاری می‌خوانند. وقتی حفاظت پدرسالانه از شخصیت فرد می‌باشد، مردم ارزش متعالی خانواده و اجتماع را به منزله مشیت الهی تصدیق می‌کنند». (کاستلز، ۱۳۸۰ - ۸۸).

کاستلز با حمله به جهانی شدن، امکان شکل‌گیری هویت فراملی و هویتی را که متأثر از جلوه‌های جهانی شدن است، منتفی می‌داند. به تعبیر او فرایند جهانی شدن فنی - اقتصادی، که شکل دهنده دنیای ماست، از چند جبهه یعنی فرهنگ، تاریخ و جغرافیای گوناگون به چالش خوانده شده و سرانجام در این چالش دگرگون خواهد شد. (همان؛ ۱۹)

یورگن هابرماس، نوگرایی را یک طرح نیمه تمام می‌داند و می‌گوید: پیش از اندیشیدن به امکان فرا رسیدن یک جهان ما بعد نوین، کارهای زیادی است که باید در همین جهان نوین انجام گیرد.

نتیجه اینکه ما به جای برخورداری از میوه‌های عقلانی شدن نظام، از غنای زندگی محروم مانده‌ایم، غنایی که از جهان حیاتی سرچشمه می‌گیرد و مایه رونق آن است. (هابرماس، ۱۹-۹۱ ۲۵۵ - ۲۵۶)

جهانی شدن و جامعه شناسی مابعد نوگرایی

جامعه شناسی امروزه با موقعیتی روبرو شده که بسیاری از رشته‌ها بویژه هنرها، در دهه پیش روبرو شده بودند، کلز می‌گوید:

لحظه ما بعد نوین فرا رسید و روشنفکران، هنرمندان و دست اندرکاران فرهنگی را سرگردان گذاشته است که آیا باید سوار این موج شوند و به این جشنواره بپیوندند یا برکنار از این موج منتظر بمانند تا این مد نوین فرهنگی، ناپدید شود. (کلز، ۱۹۸۹: ۱ و ۲)

فردریک جیمسون، این صورت نو پدید را به عنوان «قالب فرهنگی» توصیف می‌کند:

«فرهنگ گسترش عظیمی در قلمرو اجتماعی مان داشته است، تا بدانجا که می‌توان گفت همه چیز در زندگی اجتماعی مان، از ارزش اقتصادی و قدرت دولت گرفته تا عملکردها و حتی ساختار روان، به معنای اصیل و هنوز نظریه‌پردازی نشده، خصلت «فرهنگی» پیدا کرده‌اند. به هر روی، این قضیه احتمالاً تکان دهنده با تشخیص پیشین یک جامعه تصویری یا نمایی، و تبدیل شکل امور «واقعی» به رویدادهای کاذب، کاملاً سازگاری دارد. (جیمسون، ۱۹۸۴ - ۸۷)

رویکردها

با توجه به مباحث بالا می‌توان ارتباط بین هویت محلی و جهانی را در سه رویکرد خلاصه کرد:

۱. رویکردی که رابطه بین این دو هویت را متناقض می‌بیند.
۲. رویکردی که چندگانگی هویت‌های جمعی را تأیید و مخالف جهانی شدن است.

۳. رویکردی که بر این اعتقاد است که این دو هویت در کنار هم می‌توانند به تکامل خود ادامه دهند.

رویکرد نخست در آرای مانوئل کاستلز تجلی می‌یابد. او بین آنچه "جهانی شدن" نامیده می‌شود و آنچه شکل‌گیری هویت‌های جدید است، تناقض می‌بیند. در حالی که واقعیت‌های جهان معاصر در زمینه گفتمان‌های هویت، به نوعی، فرایند جهانی شدن، ادعاهای کاستلز را تأیید نمی‌کنند.

رویکرد دوم، یعنی رویکرد چندگانگی هویت‌های جمعی را می‌توان در دیدگاه فرانگرا ملاحظه کرد.

تأکید فرانگرای بر سیال بودن و غیرشفاف بودن هویت‌هاست. هویت خاص، محدود و اصیل وجود ندارد. به نظر فرانگرایان، تشدید مباحث هویت، متأثر از ایدئولوژی‌های قرن بیستم یا ایدئولوژی‌های مدرنیته (کمونیسم، فاشیسم، لیبرالیسم، انواع ناسیونالیسم، مذهبگرایی و نژادگرایی) است که در پی تشدید هویت یا تشکیل هویت‌های تازه برای خود بوده‌اند (بشریه، ۱۳۷۹: ۸۸۶)

هویت‌های نوگرایی بر ثبات و تغییرناپذیری هویت‌ها به عنوان سرشت ذاتی انسان تأکید دارند. در حالی که در مطالعات پست مدرن، هرگونه سرشت، وحدت و انسجام در حوزه هویت مورد شک و تردید قرار می‌گیرد.

اما از نظر فرانگرایان هویت ثابت نیست و هویت کلان و جهانی ناممکن است چون هر هویت نمودار و سنبل‌های خاص خود را دارد و در برابر جهانی شدن آنان نیز همچون کاستلز موضع تدافعی اتخاذ کرده‌اند. اما در کنار هم فعالیت نمودن هویت‌ها اعتقاد دارند. در رویکرد سوم می‌توان آرای

گیدنز را مدنظر قرار داد که همانگونه که اشاره شد وی جهانی شدن را غیرقابل انکار دانسته و آن را بسته به گسترش مناسبات اقتصادی، فرهنگی و سیاسی ملل جهان می‌داند و به یکپارچگی الگوهای فرهنگی که همه جهان بدان اعتقاد داشته و به ارزش‌هایی نظیر عدالت خواهی، تعهدکاری، نوع دوستی، آزادی خواهی، شهروندی، حفاظت از محیط زیست، مدنیست، رفع تبعیض، کاهش فقر و ... اشاره می‌کند و بر این عقیده است که جهانی شدن لزوماً نهادهای گذشته را از بین نبرده یا نمی‌برد. لذا این پدیده پایان دولت - ملت، خانواده، عواطف و پایان فرهنگ نیست، بلکه برعکس آن را تقویت هم می‌کند. (گیدنز، ۱۳۷۹: ۱۲)

گیدنز معنای جامعه جهانی را یکپارچه شدن نمی‌داند، برعکس معتقد است که ابعاد جهانی شدن می‌تواند توأم با پراکندگی باشد و مسائل فرهنگی، خانوادگی و شخصی و روابط محلی به سراسر جهان کشیده شود و موجب می‌گردد که فرهنگ‌ها ضمن شناخت خود و تقویت خودآگاهی محلی به همزیستی فرهنگ و استفاده از میراث مثبت تحول فرهنگ جهانی روی آورند و به سوی جمله «جهانی فکر کن و محلی عملی کن» رهنمون شوند. (دهشیری، ۱۳۷۹: ۷۶) مثال این ادعا، بیشتر شدن دلبستگی هرچه بیشتر افراد به تیم‌های فوتبال محلی است.

ما با تأکید بر آرای گیدنز و با فرض اینکه جهانی شدن امری غیرقابل اجتناب است، درخصوص نحوه مواجهه شدن و دقت در مسائل فرهنگی دو دیدگاه را مدنظر قرار می‌دهیم؛ دیدگاه اول گویای این واقعیت است که پدیده‌های فرهنگی غیرقابل کنترل است و باید فرهنگ را در

بستر زمانی و مکانی ساخته تا به تکامل برسد و دیدگاه دوم، پدیده‌های فرهنگی را نه به طور کامل بلکه به طور نسبی قابل اداره و کنترل دانسته و اعتقاد به نظارت بر فرهنگ دارد.

به لحاظ اینکه فرهنگ سهم آشکاری در توسعه جوامع دارد، اعتقاد ما بر این است که در کشورهای در حال توسعه، دیدگاه دوم یعنی نظارت و کنترل فرهنگ باید در نظر گرفته شود علیرغم اینکه دیدگاه اول را نیز نمی‌توان کاملاً رد کرد، اما با سیاست‌های فرهنگی از پیش طراحی شده و مدیریت اجرایی موثر بر روند توسعه آن نظارت داشت.

مهندسی فرهنگ

منظور از مهندسی فرهنگ این است که بررسی شود آیا فرهنگ موجود مورد قبول است، در صورت لزوم چه تغییراتی باید بیاید و چگونه می‌توان آنرا به وضعیت مطلوب و ایده آل رسانید؟ راهکارهای رسیدن به فرهنگ مطلوب در جامعه، مبتنی بر جنبه‌های ظاهری مهندسی فرهنگ است و این تحقق نمی‌یابد مگر اینکه مشخص شود اهداف فرهنگی نظام چگونه تعریف می‌شوند؟ اهداف کلی فرهنگی در نظام جمهوری اسلامی (شورای عالی انقلاب فرهنگی) به شرح زیر است:

۱. رشد و تعالی فرهنگ انسانی و بسط پیام و فرهنگ انقلاب اسلامی در جامعه و جهان.

۲. استقلال فرهنگی در زوال مظاهر انحط و مبانی نادرست فرهنگ‌های بیگانه و پیراسته شدن جامعه از آداب و رسوم منحرف و خرافات.

۳. به کمال رسیدن قوای خلاقه و شایسته وجود آدمی در همه‌ی شئون و

به فعلیت در آمدن استعدادهای خداده. ۴. آراسته شدن به فضایل اخلاقی و صفات خدایی در مسیر وصول به مقام انسان متعالی.

۵. تحقق کامل انقلاب فرهنگی در جهت استقرار ارزش‌های مورد نظر اسلام و انقلاب اسلامی در زندگی جمعی و فردی و نگاهبانی از آنها و استمرار حرکت فرهنگی برای رسیدن به جامعه مطلوب.

۶. درک مقتضیات و تحولات زمان و نقد و تنقیح دستاوردهای فرهنگی جوامع بشری و استفاده از نتایج قابل انطباق با اصول و سیاست‌های فرهنگی جمهوری اسلامی. (۱۳۸۲: ۱۱)

شرح و بسط اهداف ذکر شده

۱- ارزشها و شرایط فرهنگی نقش بسزایی در افزایش رشد اقتصادی و نیز تقویت نهادهای مردم سالار و ارتقای عدالت اجتماعی دارند. ارزشهایی همچون تاکید بر آینده نگری، کار سخت، آموزش کارا و اثر بخش منابع انسانی، اهمیت به پیشرفت، شایسته سالاری، قانون مداری و رفع تبعیض در برابر قانون، صرفه جویی در منابع مالی و تاکید بر فرهنگ اسلامی.

۲- مبانی نادرست فرهنگ‌های بیگانه در جهان مجازی همان نهادها و سمبل‌های فرهنگی دیگر کشورهاست. اهمیت مجازی به عنوان فرایندی منفی در کنار جهان واقعی به نوعی مربوط به تشویق، فشار و ضربات پنهان و نمادین این جهان می‌باشد. ضرباتی که فرد آن را در شکل و محتوای غیر تحمیلی دریافت می‌کند. لذا با آن ارتباط روحی برقرار می‌کند ولی برآیند کلی آن تشویق، احساس خطر و خلاء است.

از نظر بورديو ، «نماد خشونت» از تحمیل مجموعه ای از نظامهای نمادین تشکیل می‌شود که فرد یا جامعه در تجربه خود، آنها را به صورت مشروعیت یافته، دریافت می‌کند ولی در واقع این نمادها جنبه تحمیلی دارد. به همین دلیل روابط قدرت در دل آن پنهان شده و موجب می‌شود که تحمیل با موفقیت صورت گیرد. (بورديو، ۱۳۸۰، ۲۵۴)

۳- اگر ملتی بخواهد از فقر به رفاه نسبی تغییر وضعیت دهد، باید بدانند این تغییر بسیار سخت حاصل شده و نیازمند توانایی و ظرفیت سازی عظیم درونی و آنگاه بیرونی است و همچنین به صورت مستمر جامعه باید خود را تحلیل و در این اصلاح گری اصرار و تاکید ورزد.

توجه بیش از حد به منابع و ثروتهای طبیعی و برخورداري خیالی از نیروی کار ارزان و مبهوت شدن درمزیتهای جغرافیایی از عوامل مهم نداری و فقر هر ملتی است. مهندسی فرهنگ باید تاکید بر اندیشه به عنوان ثروت واقعی، داشتن عدالت اجتماعی و توسعه پایدار اقتصادی، بهتر بودن فردا از امروز و توجه همه تلاشها به آیندهای پر امید را به عنوان زیرساخت جامعه بنیان کند.

۴ و ۵ - ماریانو گروندنا می‌گوید: "ارزشهای ابزاری برای توسعه اقتصادی مفیدند ولی آنچه برای توسعه پایدار اقتصادی تاکید می‌شود ارزشهای ذاتی هر فرهنگ است. هنگامی که کشوری ثروتمند می‌شود باید چیزی جز رفاه و ثروت را لحاظ کند که شاید بسیاری از آنها ارزشهای غیر اقتصادی است."

او رستگاری، بقا، امنیت، ممتاز بودن، اخلاقی بودن و تلاش مضاعف را سر لوحه ارزشهای ابزاری می‌داند. زیرا این ارزشها بخش لاینفک توسعه پایدارند،

هر چند که این ارزشها غیر اقتصادی‌اند، اما ضد اقتصادی نیستند.

رفتار فرد براساس ارزش ذاتی است که از قبل مورد قبول او بوده و آن را، «اخلاقی» می‌نامیم، (هریسون- هانتینگتون، ۱۳۸۲: ۲۴)

مذهب، اعتماد، اخلاق، مفهوم ثروت و رفاه، رقابت و همکاری، عدالت، مفهوم کار، خلاقیت و نوآوری، یادگیری و آموزش، ثروت، ادب و احترام، واقعیت گرایی، عقلانیت، قدرت، نگرش ملی یا جهانی، نگرش به زندگی، رستگاری، خوش بینی، آزادی و دمکراسی و عدم نگرانی آحاد جامعه، از ارزشهایی هستند که می‌توان هدایت درست آنها را زیرساخت هر فرهنگی برای رفاه و خوشبختی دانست اما جامعه عمل پوشاندن به آن نیاز به روساختهای اساسی دارد.

۶- مسئله تاثیر فرهنگی؛ دستاوردهای فرهنگی مفاهیم ضمنی گستردهای دارد و رشته مسائلی را مطرح می‌سازد. از جمله اینکه این صنایع از چه طریق و به چه وسیله می‌توانند در بازتابهای شرطی امروز، ارزشهایی واقعا اصیل و مطابق با الگوهای اسلامی تولید کنند؟ چگونه می‌توان میان تولید کنندگان پیام و مردم گفت و شنودی واقعی را برقرار ساخت؟ با توجه به اینکه می‌دانیم انتخاب دستاوردهای فرهنگی توسط نیروهای بازار و مقتضیات سیاسی صورت می‌گیرد، چگونه می‌توان حس نیاز مردم به مشارکت در مبادله پیامهای فرهنگی را تحریک کرد؟ چه اقداماتی باید صورت گیرد تا کلیه گروههای اجتماعی بتوانند به منظور حصول اطمینان از پیشرفت خود، دستاوردهای فرهنگی را درک و کنترل کنند؟

آیا می‌توان آزادی انتخاب و نیز دسترسی مردم به انواع گوناگون پیامها را آغاز کرد و در عین حال استاندارد این دستاوردها را در سطحی بالا نگاه داشت؟

چگونگی اجرای مهندسی فرهنگ

در این طرح، باید فرهنگ را متغیر مستقل و عوامل فرهنگی تاثیر گذار بر آن را متغیر وابسته در نظر گرفت. عوامل فرهنگی می‌توانند پیش برنده و یا بازدارنده در نظر گرفته شوند اما اصل مطلب بر این است که ببینیم در شرایط گذار به جامعه جهانی چگونه می‌توان به سمت تغییر، تاکید و یا طرح جدید فرهنگی در حرکت بود. تغییر یک فرایند نامنظم است و هرگز بسادگی میسر نیست. بلکه باید طراحی صورت گیرد که دارای عناصر لازم برای ایجاد تغییر در حیطه گستردهای از مهارتها و دیدگاههای مربوط به ابعاد و حوزههای مختلف فرهنگی و ایدئولوژیک باشد.

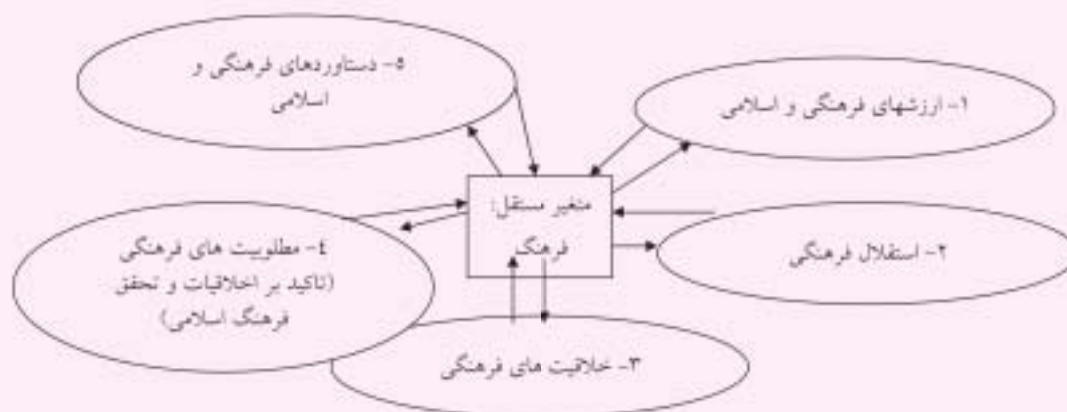
بسیاری از انتخابها را می‌توان به طبقه بندی‌های زیر ساده کرد:

انتخابهای خرد:

راهبردی مبتنی بر مجموعه‌ای به هم پیوسته از انتخابهایی که هدفشان دسترسی به طیفی از اهداف خاص در یک زمان مشخص است و یا قصد اصلاح عملکرد ناکارآمد در بین باشد که در این صورت باید آموزش و تصمیم گیری در شکلی نوین و قاطعانه انجام شود.

انتخابهای کلان:

با توجه به اینکه مفهوم فرهنگ در همه جای جهان یکی نیست، لذا دولتهای مختلف با سیاستهای فرهنگی خاص



الگوی اهداف کلی فرهنگی در نظام جمهوری اسلامی

خود اهداف متفاوتی را در نظر می‌گیرند، بنابراین قادر به وضع یک سیاست فرهنگی واحد که شامل کلیه حوزه‌های فرهنگ شود و به توصیف اصول کلی بپردازد، نیستند. بنابراین ناچار خواهند شد که سیاستها و خط مشی‌های جداگانه ای برای هر یک از بخشهای فرهنگی تدوین کنند. مشخص شدن اهداف جهت تدوین راهبرد و چگونگی اجرا، همان مهندسی فرهنگ است که می‌تواند به عهده نهاد جداگانه ای تحت عنوان موسسه امور فرهنگی طرح ریزی شود.

این موسسه که تحت نظارت مستقیم دولت قرار خواهد گرفت می‌تواند اقداماتی نظیر خرید محصولات فرهنگی از محل بودجه عمومی، اعطای امتیاز در مالیات گیری یا گذاردن یارانه در اختیار هنرمندان رشته های مختلف در چارچوب سیاست توسعه فرهنگی که در این مسیر، تلویزیون به عنوان قدرتمندترین ابزار توسعه بازار انبوه نقش جالب توجهی به عهده دارد اعطای مجوز و تنظیم فعالیتهای فرهنگی به طور اخص و اعم. البته مداخله دولت در صنایع

فرهنگی به طور مستقیم به وضوح با محدودیت‌هایی مواجه خواهد شد از جمله: پذیرش عموم، منابع مالی، چگونگی اولویتها و موافقتنامه بین‌المللی.

ماده یک

- ارزشهای فرهنگی و اسلامی
- آینده نگری
- کار سخت
- آموزش کارا
- اثربخشی منابع انسانی
- اهمیت به پیشرفت
- شایسته سالاری
- قانون مداری و رفع تبعیض
- صرفه جویی در منابع مالی
- تعهد و تاکید بر اخلاقیات
- و تاکید بر فرهنگ اسلامی

ماده ۲: استقلال فرهنگی

- معرفی فرهنگ اسلامی و تاکید بر روی آن
- بازاندیشی در هویت دینی - انقلابی
- بازسازی و حفظ میراث فرهنگی
- نمایاندن جلوه های افتخار آمیز

تاریخ ایران و اسلام - فقرزدایی فرهنگی (مبارزه با خرافات و تاکید بر اصول علمی در قبول باورهای فرهنگی و ارائه چشم انداز مشخص در این زمینه)

ماده ۳: خلاقیت های فرهنگی

- استفاده از سرمایه های انسانی و فرهنگی و جلوگیری از هدر رفتن آن (فرار مغزها و میراث فرهنگی)
- تاکید بر اندیشه و عقلانیت به جای مادی گرایی و دلالی و کپی برداری و ایجاد زمینه های لازم برای ظهور خلاقیت ها و ابداعات علمی و هنری

ماده ۴ و ۵: مطلوبیت های فرهنگی

- تاکید بر آموزش به عنوان سرمایه گذاری جهت رشد عقلانیت نه قبولی در کنکور
- تاکید بر مذهب جهت انسان سازی - تقویت اصول معنوی به جای معنویت سمبولیک
- تاکید بر رابطه حق و تکلیف (شناساندن وظیفه و حقوق شهروندی) و سهل الوصول شدن حق، بلافاصله پس

اجرای مهندسی فرهنگی

اهداف مشخص شده:

الف: اهداف فعلی مطلوبند	ب: اهداف باید تغییر یابند	ج: اهداف جدید خلق شوند
اگر مطلوبند باید:	اگر باید تغییر یابند:	در صورت نیاز به هدف جدید:
<ul style="list-style-type: none"> تقویت شوند تا مطلوب بمانند به روز شوند عناصر تخریبی شناسایی و از میان برداشته شوند 	<ul style="list-style-type: none"> اهداف خرد شده و گزینش شوند اولویت بندی شوند جمع آوری اطلاعات انجام شود امکانات مورد سنجش قرار گیرد بازنگری و ارزیابی شود^(۱) 	<ul style="list-style-type: none"> اهداف به دقت تعریف شوند سیاستها و اهداف باید در راستای ارزشهای اسلامی باشند اهداف جدید باید زیربنایی و بلند مدت باشند در صورت ضرورت راهبرد و چشم انداز کاربردی تدوین شود

- برای ارزیابی و تایید تغییرات، نشست‌هایی باید با حضور رهبران بخشهای دولتی، خصوصی، مدنی و دانشگاهی فراهم آورد. این نشستها به رهبران اجازه می‌دهد تا درباره نتایج اقتصادی و اجتماعی که کشور تجربه می‌کند و همچنین راهبردها، ساز و کارهای نهادی و الگوهای ذهنی که منجر به این نتایج شده‌اند، بحث کنند. این بحث شامل موارد زیر می‌باشد:
- چه ویژگی‌هایی باید مورد ارزیابی قرار گیرد؟
 - چه شاخصهایی ملاک اندازه گیری باشد (کمی - کیفی)؟
 - چه افراد یا سازمانی مسئول ارزیابی باشند؟
 - در چه فاصله‌های زمانی ارزیابی انجام شود؟
 - چه تغییراتی رخ داد و آیا این تغییرات در راستای راهبرد فرهنگی ایران بوده است یا خیر؟

از اجرای تکلیف

- تقویت نظام قضایی جهت اجرای عدالت و برابری (حتی اگر نابرابری وجود نداشته باشد و مردم احساس نابرابری کنند می‌تواند جامعه را به سمت انحطاط سوق دهد).
- تاکید بر استقرار دولت رفاهی و نظام تعریف شده بیمه ای جهت ایجاد امنیت روانی و بالارفتن سطح استاندارد زندگی)

ماده ۶: دستاوردهای فرهنگی و اسلامی

- ایجاد اقداماتی که پیشرفت دستاوردهای فرهنگی را برای مردم قابل درک کند.
- استاندارد سازی دستاوردهای فرهنگی

- اجماع نظر حاملان ارزشها

- بهره گیری از عقلانیت و استدلال در تبلیغ ارزشها و آرمانها
- همخوانی ارزشها با واکنشها و مسائل جدید
- تنوع بخشیدن به ارزشهای اسلامی
- اتخاذ رویکرد انطباق گرایی فعالانه جهت شرکت در مجامع جهانی
- راهبرد ما برای تغییر و ایجاد رفاه در کشور باید با راهبرد عملی، مورد آزمایش قرار گیرد. این راهبرد باید گذشته را با آینده متوازن سازد، روشن و مشترک باشد، از طریق تجزیه و تحلیل‌های گوناگون حاصل شود، بر مبنای انتخابهای به هم پیوسته باشد و به افراد جامعه کمک کند، آنچه که می‌خواهند، باشند.

نتیجه‌گیری:

جهانی شدن به معنای تحمیل راه

حل‌های یکسان در جهانی تکنوکرا و چند قطبی نیست؛ جهانی شدن یعنی داشتن راهبرد و بینش جهانی، همراه با توجه به اصالت‌ها و هویت‌های فردی. جهانی شدن به معنای پرورش بینش محلی است و همچنین جهانی شدن به معنای بهره برداری مجدد از افکار قابل انتقال و قابل مبادله در قلمروهای جدید موجود در دنیاست.

وحدت جهان تنها از طریق وحدت در کثرت و شناسایی ارزشهای متفاوت، امکان پذیر است. قبل از هر چیز باید این ارزشها را معرفی و سپس آنها را مبادله کرد. یعنی باید بهترین ارزشهای خود را به مردم دیگر منتقل کرده و در برابر بهترین آنها را دریافت کرد. تنها راه غنی سازی میراث فرهنگی بشر و بقای جوامع، همین است. ■



مهندسی فرهنگی در عصر جهانی شدن

بررسی مهندسی فرهنگی با توجه به شرایط جهانی و تاثیراتی که از این ناحیه بر فرهنگ کشور وارد می شود ما را بر آن داشت تا به بررسی این موضوع در میزگردی با حضور دکتر علی اکبر فرهنگی عضو هیات علمی دانشگاه تهران، دکتر علی اصغر فانی عضو هیات علمی دانشگاه تربیت مدرس، دکتر حسین سلیمی عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبایی و دکتر فیروز رازنهان عضو هیات علمی دانشگاه پردازیم آنچه در ذیل می خوانید حاصل این میزگرد می باشد که توسط دفتر نشریه مهندسی فرهنگی در محل دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی برگزار شد.

دکتر فانی: در ابتدا، برای شروع بحث نظر خود را راجع به مفهوم شناسی مهندسی فرهنگی بفرمایید.

دکتر فرهنگی: در سالهای اخیر ادبیات زیادی در مورد مهندسی فرهنگی شکل گرفته بدین معنا که ما پدیده‌ای به نام فرهنگ را تحت چارچوب و کنترل نظام خاصی قرار بدهیم تا بتوانیم در این مقوله تصرف لازم را داشته داشته باشیم و آن را به جهات خاصی که مدنظرمان هست سوق بدهیم. اگر ما فرهنگ را به عنوان مجموعه‌ای از رفتارهای آموختنی در یک جامعه تصور کنیم در آن صورت عوامل متعددی می‌تواند بر این رفتارها تأثیر داشته باشد. اندازه‌گیری این عوامل در قلمرو مهندسی فرهنگی می‌گنجد، بنابراین وقتی ما صحبت از مهندسی فرهنگی می‌کنیم با مجموعه‌ای از سازوکارها، معیارها و هنجارها سروکار داریم که جهت دهنده رفتار و حرکت فرهنگی در یک جامعه است و می‌خواهیم مطابق هدف مان جلو برود. با توجه به اینکه در هر جامعه چه جامعه اسلامی ما، چه جوامع شرقی و غربی یکی از گرانباترین، عزیزترین و ارزشمندترین پدیده‌ها، فرهنگ آن جامعه است همه آن را به نوعی مورد توجه قرار می‌دهند و علاقه مند به مداخله در آن هستند و می‌خواهند آن را به گونه‌ای که مورد نظرشان هست شکل بدهند. پس مهندسی فرهنگی مجموعه معیارها و سازوکارهای نظام‌مندی است که ما شکل دادیم و می‌خواهیم فرهنگ را در جهت اهداف مورد نظرمان به حرکت در بیاوریم.

دکتر فانی: من از فرمایشات جناب عالی این گونه استنباط می‌کنم که حضرت عالی مهندسی فرهنگی را تقریباً

معادل مدیریت فرهنگی می‌دانید.

دکتر فرهنگی: البته قدری دقیق‌تر؛ مدیریت تا حد زیادی با گستره بیشتری مطرح است و جنبه نظری آن وسیع‌تر است. مهندسی خیلی دقیق‌تر، کاربردی‌تر و معیارهای آن مشخص‌تر است. ما واژه مهندسی را طرح می‌کنیم؛ یعنی یک مجموعه پارامترها و عواملی که قابلیت اندازه‌گیری دارد را اندازه‌گیری و کم و زیاد می‌کنیم. اینجاست که مقوله فرهنگی آشکار و مطرح می‌شود. مردم شناسی و جامعه شناسی مقوله فرهنگ را بیشتر به شکل کیفی مطرح می‌کردند و آن را خیلی زیاد قابلیت اندازه‌گیری نمی‌دانستند و الان که واژه مهندسی فرهنگی را مطرح می‌کنیم، منظورمان این است که چون قابلیت اندازه‌گیری دارد پس بنابراین ما می‌توانیم در آن دخالت کنیم، دخل و تصرف بکنیم، به آن جهت بدهیم و در راستایی که مورد نظر ما است آن را به حرکت در بیاوریم.

دکتر فانی: این سؤال برای من پیش آمده که ما اگر بپذیریم فرهنگ در طول تاریخ وقرون متمادی شکل می‌گیرد آیا ما به این سادگی می‌توانیم پارامترها را تغییر بدهیم یا به قول شما آن را کنترل کنیم؟ این را برای این عرض می‌کنم که می‌خواهم به یک ادبیات مشترکی برای نیل به اهداف مان برسیم.

دکتر فرهنگی: اتفاقاً بحث همین جاست. یعنی مقوله‌ای به نام فرهنگ یک مقوله کثیرالابعادی است که فرا راه ما قرار می‌گیرد. من برای سهولت کار مقاله‌ای را سالهای پیش تحت عنوان نظری به فرهنگ تدوین کردم و فرهنگ را به سه بخش تقسیم کردم و استعاره‌ای را در مورد آن به کار بردم که فرهنگ مثل یک درخت می‌ماند و این درخت در

کنار درخت های دیگر قرار می‌گیرد و از همان تعبیر Hower Cont استفاده کردم که گفت جنگل تئوری های مدیریت، حالا من می‌گویم جنگل فرهنگها؛ یعنی ما در یک جنگل فرهنگها زندگی می‌کنیم. اما بعضی از این درختها بارور هستند و بعضی ها بارور نیستند، بعضی‌ها قد برافراشتند و بعضی‌ها به صورت یک بوته ی کوتاهی باقی ماندند، اما وجه اشتراک در درخت بودن است. ما در دنیای جنگل فرهنگ ها زندگی می‌کنیم. این درخت سه بخش دارد، یک بخش ریشه است که در واقع ارزشها و بنیادهای یک فرهنگ را رقم می‌زند و همین ریشه‌ها است که از خاک و اقلیم تغذیه می‌کند، البته من این بحث را در یک سمینار علمی نیز مطرح کردم و گفتم که هر فرهنگ ریشه در یک خاک دارد و آن خاک تعیین می‌کند؛ فرض کنید در یک منطقه کم آب یا نیمه خشک مانند یزد و کرمان، درخت خاصی پرورش پیدا می‌کند من بعید می‌دانم در آنجا کسی بتواند مثلاً درخت های استوایی را پرورش بدهد یا در یک منطقه کوهستانی مانند آذربایجان درخت تناورگردو پرورش پیدا کند که ممکن است در خوزستان چنین درختی رشد نکند. بعد از ریشه نوبت ساقه و تنه درخت است که نهادها و واقعیت اجتماعی فرهنگ را رقم می‌زند، فلسفه و مسائلی که باید از آن بیرون بیاید و بعد به شاخ و برگ می‌رسیم که آن جلوه‌های بیرونی فرهنگ است. ما وقتی از مهندسی فرهنگی بحث می‌کنیم این سه بخش را باید به صورت آن درخت نگاه کنیم. در واقع یک بخش آن بسیار ارزشی است، یک بخش آن بسیار اجتماعی و نهادی و ارگانیزم و سازمان یافته است و یک بخش دیگر آن کاملاً تجلی یافته و به صورت رفتار

به آن نگاه می‌کنید یک چیز به عنوان کل به چشم می‌آید، یعنی یک پدیده، یک کل و یک پارچه به ذهن می‌آید، برای همین هم است که از کلمه (globe) برای ساختن این مفهوم استفاده شده و بعد با پسوند (ization) معمولاً یک پدیده‌ای که در حال شدن است، به کار می‌رود مثلاً در زبان خارجی «اربنیزیشن» را موقعی بکار می‌برند که پدیده شهری

شدن مورد نظر است یعنی جوامع وقتی به سمت مدرن شدن و به تدریج از روستایی به شهری شدن پیش می‌روند، عبارت «اربنیزیشن» راجع به آن به کار می‌رود یا همان (modernization) به تلفظ فرانسوی آن همینطور. مدرن نیزاسیون بعضاً به نادرستی به نوسازی ترجمه شده چون (modernization) به معنای مدرن شدن است اولاً هرنوی مدرن نیست و هر مدرنی نو نیست و بعد مدر نیزیشن به معنی شدن است. این استدلال مفصلی است که مارتین آلبرو در کتاب (Age of globalization) یا (عصر جهانی) آن را به کار برده است. کاربرد کلمه جهانی سازی در مقابل (Globalization) کاربرد درستی نیست. جهانی شدن یک پیش داوری ارزشی در درونش وجود دارد و معمولاً در ترجمه کلمات اگر بخواهیم آن مفهوم را برسانیم نباید پیش داوری ارزشی خودمان را به کار ببریم و آن را طوری ترجمه کنیم که معنای خاصی به ذهن مخاطب برساند. کسانی که عبارت جهانی سازی را به کار می‌برند یک مفروضه دارند و آن این است که جهانی سازی یک سری فاعلان خطرناک دارد اینها افرادی با انگیزه‌های شوم هستند و می‌خواهند جهان را به آن شکلی در آورند که دوست دارند و منافعشان در آن است و این کار را

وقتی ما صحبت از مهندسی فرهنگی می‌کنیم با مجموعه‌ای از سازوکارها، معیارها و هنجارها سروکار داریم که جهت دهنده رفتار و حرکت فرهنگی در یک جامعه است و می‌خواهیم مطابق هدف مان جلو برود

مورد صحبت های دکتر فرهنگی دارم و آن این که آیا اصطلاح مهندسی را می‌توان در مورد فرهنگ بکار برد یا نه؟ آیا نباید اول فرهنگ را به مثابه اشیاء یا پدیده‌هایی مثل پدیده‌های کارخانه‌ای ببینیم که بعداً بخواهیم آن را (Engineer) کنیم؟ جهانی شدن اصطلاحی است که در عرض بیست سال گذشته به یکباره گسترش پیدا کرده و بر سر زبانها افتاده است. متفکری از رنالیست‌ها _ که اتفاقاً موافق جهانی شدن نیست _ در ابتدای دهه ۱۹۸۰ وقتی که در «بوکسینگ پرینت ها» کتابها و مقاله‌های منتشر شده را بررسی می‌کرده، متوجه می‌شود اصطلاح جهانی شدن شاید ده تا بیست بار بیشتر بکار نرفته است منتها در شرایط فعلی تعبیر انگلیسی آن تبدیل به یک لغت بسیار پر کاربرد شده که دیگر قابل شمارش نیست. در تمام دانشهای مختلف از ادبیات گرفته تا اقتصاد، فرهنگ شناسی، زبان شناسی تا سیاست و دین در تمام زمینه‌ها کاربرد فراوان دارد. عبارت جهانی شدن یک عبارت ترجمه ای است در مقابل (Globalization). اصطلاح (globe) هم معنای جهان می‌دهد و هم به معنای کره چشم است. چرا کلمه (Globe) را در این زمینه به کار می‌برند؟ برای اینکه کره این ویژگی را دارد که وقتی از بیرون

خودش را بروز خواهد داد. در طی قرون و اعصار درخت ما شروع به رشد می‌کند پس ممکن است ما یک درختی داشته باشیم که بگوئیم این درخت سه هزار سال قدمت دارد و جای دیگری هم یک درخت داریم که این درخت پانزده سال است که شکل گرفته و طبیعتاً به بالندگی و باروری آن درخت سه هزار ساله نرسیده است. در آن طرف قضیه احتمالاً بسیاری از شاخه‌های برگهایی که درخت کهنسال ما پیدا کرده، درحال فرسودگی است و به تدریج جوانه‌های دیگری از کناره‌های آن بیرون می‌زند. حال بیائیم به درستی مقوله مهندسی فرهنگی را تبیین و براساس آن برنامه‌ریزی کنیم که چگونه به آن درخت نگاه و آن را بالنده‌تر کنیم.

دکترفانی: یعنی مهندسی فرهنگی در سه جزء ریشه، تنه و برگ می‌تواند وارد بحث و بر روی آن کار بشود؟
دکتر فرهنگی: در کلیت می‌تواند وارد بحث بشود. بنابراین از فرمایشات آقای دکتر یک تعریفی از مهندسی فرهنگی بدست آمد. البته چون بحث ما دارای دو متغیر مهندسی فرهنگی و جهانی شدن است از فرمایشات دکتر سلیمی در رابطه با اصطلاح جهانی شدن بهره‌مند شویم.
دکتر سلیمی: قبل از اینکه وارد بحث جهانی شدن بشوم، نکات جدی در

می‌کنند و جهان را به آن شکل در می‌آورند. پس جهان را آن گونه که می‌خواهند می‌سازند، لذا اتفاقی که می‌افتد جهانی سازی است. من الان نمی‌خواهم وارد این موضوع بشوم که این واقعاً در دنیای امروزی دارد اتفاق می‌افتد یا نه؟ حتی نمی‌خواهم بگویم اصطلاح جهانی سازی فی نفسه اصطلاح درستی است یا غلط است؛ بلکه می‌گویم کاربرد جهانی سازی در مقابل (globalization) به جای جهانی شدن کاربرد درستی نیست گرچه کسانی به آن نظریه معتقد هستند و می‌توانند از آن استفاده کنند. بیشتر کسانی که در تئوری پردازی معتقد به جهانی سازی مطابق با تعبیری کاربردی ما هستند، عمدتاً در سنت فکری مارکسیسم می‌باشند؛ آنها معتقد هستند جهان، یک مجموعه سرمایه داری و یک نظام سرمایه داری بهم پیوسته است و سرمایه داران بقیه جهان را استثمار می‌کنند و جهان و فرآیندهای جهانی دست ساخته نظام غارتگر جهانی است؛ این بنیاد نظریه مارکسیستها است. کسانی که عبارت جهانی سازی را به کار می‌برند تا حدود زیادی نظریات نزدیکی به آنها دارند اما درباره اینکه جهانی شدن چیست و چه تعریفی از آن می‌شود ارائه کرد باید گفت که نظریات در این باره آن قدر متفاوت است که جمع کردن آن در یک تعریف بسیار دشوار است. در کتابم که دو سال پیش تحت عنوان جهانی شدن در انتشارات سمت منتشر شد دیدگاه هیجده نظریه پرداز اصلی را راجع به جهانی شدن آورده ام. بسیاری از اینها تعاریف شان از جهانی شدن متفاوت است منتهی متفکرانی مثل «آنتونی گیدنز» و همفکران او تعریفی از جهانی شدن می‌دهند که می‌تواند تا

حدودی فصل مشترک همه آنها باشد. آن کسانی هم که فرآیند جهانی شدن و وجود پدیده‌ای به نام جهانی شدن را می‌پذیرند شاید بتوانند در این تعریف فصل مشترک نظرات خود را پیدا کنند و آن تعریف این است که «جهانی شدن به معنی فشردگی فضای روابط و پدیده‌های اجتماعی و حذف جغرافیا و مکان در شکل گیری پدیده اجتماعی است». فشردگی به چه معناست؟ به این معنا که در عصر جهانی شدن فاصله دور و نزدیک در شکل گیری روابط اجتماعی از بین می‌رود. در جهان سنتی گذشته مکان جغرافیایی در شکل گیری پدیده‌های اجتماعی بسیار مهم بود. اگر یک پدیده اجتماعی بخواهد شکل بگیرد اگر یک رابطه اجتماعی بخواهد برقرار بشود، لازمه اش این است که انسانها حتی المقدور در یک مکان و در یک سرزمین مشترک قرار بگیرند؛ حتی اگر سازمانی می‌خواهند تشکیل بدهند، در یک ساختمان و در جای مشترکی قرار بگیرند تا امکان برقراری روابط و شکل دادن یک پدیده اجتماعی به وجود بیاید اما رشد تکنولوژی مخصوصاً تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات باعث می‌شود عصر جهانی شکل بگیرد و عصر جهانی شرایطی است که دیگر مکان در شکل گیری پدیده‌ها حذف می‌شود، جغرافیا حذف می‌شود، پدیده‌های اجتماعی می‌توانند به وجود بیایند، روابط اجتماعی می‌توانند به وسعت جهان شکل بگیرند بدون اینکه انسانها در یک مکان قرار بگیرند، معانی ذهنی بین انسانها می‌توانند مبادله بشوند و بر همدیگر تأثیر بگذارند بدون آنکه لزوماً انسانها در یک شرایط جغرافیایی در کنار هم قرار گرفته باشند، لذا پدیده‌های انسانی بعد و ماهیت

جهانی پیدا می‌کنند و دیگر منحصر و محصور در مکانهای جغرافیایی نمی‌شود پس منظور از فشردگی فضای روابط اجتماعی و حذف جغرافیا و مکان این است. سازمانهای اجتماعی، گروههای مختلف، هویت های فرهنگی، پدیده های فرهنگی و اجتماعی، پدیده‌های اقتصادی و تبدلات تکنولوژیک در شرایط (Action at the distance) یعنی اقدام از راه دور» صورت می‌گیرد که انسان ها و سازمانها اصلاً در یک مکان قرار ندارند و هرچه تکنولوژی مخصوصاً تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات گسترش پیدا می‌کند ماهیت و هویت پدیده های جهانی نیز گسترش بیشتری پیدا می‌کند. البته در تعریفی که عرض کردم مناقشه و اصلاحیه های زیادی وجود دارد. کسانی هستند که می‌گویند این تعریف اشکال دارد و کسانی هستند که از آن دفاع می‌کنند، افرادی هم شاخصه های متفاوتی برای آن بیان می‌کنند. ولی نظر شخصی من این است که این تعریف، برای کسانی که وجود پدیده ای به نام جهانی شدن یا فرآیند جهانی شدن را می‌پذیرند، می‌تواند یک فصل مشترک باشد.

دکتر فانی: بنابر صحبت های شما جهانی شدن یک پروسه است یعنی فرآیندی است که در دنیا شکل می‌گیرد چه بخواهیم، چه نخواهیم، چه مخالف آن باشیم چه نباشیم. به نظر می‌رسد اگر جهانی شدن را یک پروسه یا یک فرآیند بپذیریم امری است که اتفاق می‌افتد و کشورها و ملت ها باید این پروسه را مدیریت کنند اما جهانی سازی، با همان تعریفی که شما اشاره کردید، یک پروژه است و افراد، گروهها و کشورهایایی بر روی آن برنامه ریزی می‌کنند. دکتر رازنهان: اگر به صورت

تاریخی به پدیده جهانی شدن نگاه کنیم شاید بتوانیم ضرورت فرهنگی و معنای دقیق آن را مورد کنکاش قرار بدهیم. در حقیقت جهانی شدن یک مرحله قبل تحت عنوان «بین المللی شدن» دارد یعنی بعد از جنگ جهانی دوم (دهه ۱۹۴۰ تا ۱۹۵۰) کم کم ارتباط کشورها بر اساس تعاملاتی که در دوران جنگ اتفاق افتاد انجام شد و ارتباطات فرامرزی شد. به مرور زمان در دهه شصت و هفتاد ایده بین المللی شدن شکل گرفت و ارتباطات از سطح یک کشور فراتر رفت. در اینجا بود که شرکتهای بین المللی و چند ملیتی پدید آمد و آرام آرام در این عرصه شرکت ها و دولت ها پی بردند که جوامع مختلف، فرهنگ های متفاوتی دارند که گاهی اوقات عدم شناخت آن فرهنگ منجر به ناکامی آن کشورها در روابط، برنامه های اقتصادی و همچنین کارهای سیاسی سازمان های شان می شود و آرام آرام بحث فرهنگ در کنار بین المللی شدن اهمیت پیدا کرد. در سالهای ۱۹۷۵ تا ۱۹۸۰ اولین مطالعات جدی در این زمینه انجام شد و فردی بنام «هافستند» ارزش های مشترک کشورهایی را که شرکت «ABM» (در حدود شصت کشور) در آنها فعالیت می کرد مورد بررسی قرار داد. بحث های وی درباره جمع گرایی و فاصله قدرت و ابهام گریزی بود و این اساسی ترین و نخستین کار تجربی در زمینه فرهنگ فراتر از یک کشور بود. تا قبل از آن شناخت کشورها نسبت به کشورهای دیگر عمدتاً به صورت کلیشه ای بود اما در اینجا به صورت عملیاتی درگیر شده بودند و نقش فرهنگ را هم درک کرده بودند لذا متوجه شدند که کشورها دارای فرهنگ های متفاوتی هستند و فرهنگ نقش تعیین کننده ای در موفقیت

، توسعه اقتصادی و خیلی از ملاحظات دیگر دارد و چاره ای به جز شناخت آنها نیست. به همین ترتیب بعد از (۱۹۸۰) آرام آرام بین المللی شدن تقویت شد و از اواخر (۱۹۹۰) به بعد بحث جهانی شدن قوت گرفت. در این مدت مطالعات زیادی انجام گرفت و تأکید عمده مطالعات بر این بود که تفاوت وجود دارد و این تفاوت ها معنی دار است.

هم زمان با این بحث، انقلاب اطلاعات و ارتباطات و تحولات فرهنگی نیز رخ داد که البته بسیار ناچیز بود. آقای دکتر فانی هم اشاره کردند، با توجه به تاریخی بودن پدیده، چگونه به تغییر و تحولاتش در یک دوره زمانی محدود نگاه کنیم و آنها را سامان بدهیم؟ انقلاب اطلاعات به پویایی و تحول جوامع در سطح درونی منجر شد و بعد اصل تغییر و تحول فرهنگی جایگزین اصل ثبات فرهنگی شد. اولین جامعه ای که به صورت مشخص اقدام به برنامه ریزی برای این تحولات کرد ژاپن بود. کشورهای دیگر یکی دو دهه به مطالعه ژاپن پرداختند. آنها مدعی بودند که ژاپن از نظر سرمایه یا نیروی انسانی، تکنولوژی، منابع و امکانات در سطح پایین تری نسبت به آمریکا است اما چگونه شرکت های ژاپنی گوی رقابت را از آمریکایی ها در داخل آمریکا ربوده اند؟ بعد از دو دهه بررسی به صراحت گفتند چیزی که باعث توفیق ژاپنی ها شد نه تکنولوژی نه نوآوری بوده بلکه فرهنگ ژاپنی باعث این تفوق گردیده است. آمریکایی ها در عرصه مدیریت از تلفیق تئوری مدیریت آمریکایی با تئوری جی (G) که تئوری ژاپنی مدیریت بود تئوری «زی» را تولید کردند و این اولین نظریه کاربردی در عرصه عمل بود. پس اولین تغییر و تحول فرهنگی و به نوعی

همگرایی فرهنگی و با بیان استعاره مهندسی فرهنگی را خود آمریکایی ها تجربه کردند و این یک فرآیند آگاهانه است. این اتفاق در کشور ما شرایط خاصی را به وجود آورد یعنی دقیقاً در (۱۹۷۹م ۱۳۵۷ش) در کشور ما انقلاب رخ داد، ما ارتباطمان و پیوندمان را با دنیا کمرنگ کردیم و هم چنین بعد از آن جنگ باعث گردید سرعت تغییر و تحولات در جامعه ما نسبت به جامعه جهانی کاهش پیدا کند و در این دو دهه دنیا به شدت دچار تغییر و تحول شد. بعد از آن به یکباره فضا باز شد و ما این شکاف بین خود و دنیا را درک کردیم. جمع بندی مطالب بنده این است که تغییر و تحولات تکنولوژی و فن آوری دست به دست هم داد و اصل ثبات فرهنگی کم کم جای خود را به اصل تغییر و تحول فرهنگی داد و امروزه اصل بر تغییر و تحول فرهنگی است. اما کدام تغییر و تحول فرهنگی؟ آمریکایی ها با اصطلاح «مک دونالد»، جهانی سازی و غیره در صد هستند که دنیا را با ارزشهای آمریکایی ترویج دهند. نتایج آن را شما در منطقه شاهد هستید با همان شعارها آمدند اما کشورهای دیگر از جمله کشورهای اسلامی، آسیایی، چین، ژاپن و حتی کشورهای اروپایی در مقابل این دیدگاه مقاومت می کنند. فرانسه به محصولات هالیوود به صورت بسیار محدود اجازه اکران می دهد، اینترنت با زبان فرانسوی راه می اندازد یا چینی ها به شدت در مقابل اینها واکنش نشان می دهند چرا؟! چون تحقیقات نشان می دهد کشورهایی که بر هویت، تاریخچه و ریشه های خود تکیه کرده اند به راحتی می توانند توسعه پیدا کنند اما کشورهایی که هویت خود را نادیده و ریشه خود را فراموش کرده

مثل عدالت، ایمان، تقوا، صداقت داریم و به مطلق بودن آنها معتقد هستیم اما غرب به نسبیّت آنها باور دارد. در جامعه ما ارزش های دینی مطلق هستند و در غرب ارزش ها نسبی هستند. در جامعه دینی دو دسته از ارزش ها داریم: یک سری ارزش های ابزاری و یک سری ارزش ها که ارزش های جوهری هستند. این مفاهیم در ادبیات روز دنیا کاملاً کاربرد دارد و کاملاً با معنا است. ارزش هایی مثل عدالت و صداقت تابع زمان و مکان نیستند ولی غرب همه آنها را نسبی در نظر می گیرد و می گوید اگر عدالت روی کار آیی، توسعه اقتصادی ولذت جویی ما تأثیر منفی دارد باید آن را جابه جا کنیم.

دکتر فرهنگی: البته غرب هم به صورت مطلق این نگاه را ندارد. در غرب هم دیدگاه ها و رویکردهای متفاوتی وجود دارد. مثلاً در مکتب فرانکفورت و رویکردهای پست مدرن این حالت نسبیّت به آن معنی دیگر وجود ندارد و قطعی تر است. به هر حال مقوله فرهنگ و مهندسی فرهنگ را در همین چارچوب انتظام، پیچیدگی، تحول پذیری، همگرایی و امثال آنها داشته باشید تا به سمت مصادیق برویم. در مصادیق باید وارد عرصه های تاریخی شویم چون وقتی صحبت از غرب، شرق و یا اسلام می شود ناچار هستیم که عرصه های تاریخی را مورد مطالعه قرار بدهیم. در طول این چهار پنج هزار سال می بینیم که دیدگاه ها و رویکردها کاملاً با یکدیگر متفاوت و در بعضی از زمینه ها متناقض می شود.

دکتر رازنهان: سومین اشاره ای که اصطلاح مهندسی فرهنگی دارد بحث نقش تعیین کننده نظام فرهنگی و پیوند آنها با نظام سیاسی اقتصادی و اجتماعی است. ماکس وبر جمله معروفی دارد «تنها

اولین تغییر و تحول فرهنگی و به نوعی همگرایی فرهنگی و با بیان استعاره مهندسی فرهنگی را خود آمریکایی ها تجربه کردند و این یک فرآیند آگاهانه است

ارزشها در دو دهه نشان می دهد که فرهنگ ها بر اساس فرم ها و مدل هایی تغییر می کنند. همچنین شواهدی وجود دارد که روندها را می توانیم تحلیل و تحول پذیر کنیم یعنی می توانیم به آن سمت و سو بدهیم. اما دو نکته وجود دارد: یک دیدگاه مخالف در این زمینه وجود دارد که یک نگاه فاشیستی به فرهنگ دارند که نگاه خالص و آرمانی آن را می توانیم در اتحاد جماهیر شوروی ببینیم که در کشورهای مختلف سعی کردند هویت بخشی و منطقه ای کشورهای را بگیرند و یک هویت جدید ایجاد بکنند که این شکست خورده است چون فرهنگ به معنای مجموعه ارزشها و باورها در طی قرون به وجود آمده و ما نمی توانیم به یکباره آنها را جمع کنیم بالاخص اینکه یکی از ارکانهای اساسی فرهنگ دین است اما نگرش دوم در مهندسی فرهنگی این است که مورد توجه ویژه ماست. بحث همگرا ساختن ارزش ها است. ما یک سری ارزش های اساسی و جوهری

اند سردرگم باقی می مانند. مهندسی فرهنگی یک استعاره است مثل سیستم، سیستم از دنیای مهندسی آمده است. ما در علوم انسانی چیزی به نام سیستم نداریم. در علوم سیاسی سیستم توسط دانشمندان علوم تجربی و بعد از آن در حوزه مهندسی به کار گرفته شد. اینها یک استعاره است ما مفهومی از یک حوزه را در یک حوزه دیگر به کار می گیریم تا بتوانیم کار بین رشته ای انجام بدهیم. اساساً استعاره در دو سه دهه گذشته به عنوان یک تکنیک و متدولوژی توسعه پیدا کرده است. در واقع ما آمدم یک مدل، یک نظریه و یک مفهوم را از یک حوزه علمی به عاریت گرفتیم و به حوزه دیگری بردیم. مثلاً رشته مدیریت اساساً رشته میان رشته ای است. تمام محصولات، مفاهیم و نظریاتش از رشته های روانشناسی، مردم شناسی، سیاست، جامعه شناسی آمده است. در چند دهه قبل چیزی به عنوان مدیریت وجود نداشته است. اصطلاح مهندسی فرهنگی یک استعاره است به خاطر اینکه بتواند به ما یک مفهوم و بار معنایی از خط مشی گذاری فرهنگی، سیاست فرهنگی و مدیریت فرهنگی به ما بدهد. این اصطلاح چند اشاره صریح و ضمنی دارد که اینها در درک مفهوم مهندسی فرهنگی مهم است. یکی اینکه به انتظام، پیچیدگی سازمان یافته، کل نمایی و پویایی فرهنگ اشاره می کند. فرهنگ پیچیده و کل نما است؛ یعنی هر قسمت از این جزء فرهنگ مثل آینه است. هر قسمت شکسته از آینه خاصیت کل را نشان می دهد بنا بر این تک تک رفتارهای ما حکایت از فرهنگی کلی ماست. این پیچیده است ولی دارای نظم و نظام و انضباط است. مطالعات متعددی از جمله مطالعات پیمایشی

در مهندسی فرهنگی ما به دنبال این هستیم که بین ارزشهای فرهنگی جامعه و نیازهای توسعه، نیازهای توسعه اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی همگرایی ایجاد کنیم چراکه برای توسعه اقتصادی لازم است که اعتماد در سطح جامعه تقویت بشود یعنی مجموعه ای از ارزشها را، ابزاری یا جوهری، براساس اعتقادات، ارزشها و نیازمندی ها همگرا بکنیم

چیزی که ما می توانیم از تاریخ توسعه اقتصادی بگیریم این است که فرهنگ، ریشه تمام تفاوتها است». نکته دیگر امکان پذیری و ضرورت همگراسازی ارزشهای فرهنگی جامعه با نیازها و الزامات توسعه سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. این اساسی ترین نکته است. در مهندسی فرهنگی ما به دنبال این هستیم که بین ارزشهای فرهنگی جامعه و نیازهای توسعه، نیازهای توسعه اقتصادی سیاسی، اجتماعی و فرهنگی همگرایی ایجاد کنیم چراکه برای توسعه اقتصادی لازم است که اعتماد در سطح جامعه تقویت بشود یعنی مجموعه ای از ارزشها را، ابزاری یا جوهری، براساس اعتقادات، ارزشها و نیازمندی ها همگرا بکنیم. نتیجه این می شود که رفتارهای ما می آید در قالب رفتارهای توسعه ای شکل می گیرد.

دکتر فانی: دکتر فرهنگی، فرهنگ را به یک درخت تعبیر کردند، آقای دکتر سلیمی بحث جهانی سازی را و جهانی شدن را مطرح نمودند و فرمودند که جهانی شدن فرآیندی است که در حال شدن است چه بخواهیم و چه نخواهیم. دکتر رازنهان هم اشاره داشتند که فرهنگ در عین حال که بخش های ثابتی دارد بخش هایی از آن قابل تغییر است. مهندسی فرهنگی بالاخره می خواهد در کشور ما شکل بگیرد. در کشور ایران

یک درختی داریم به نام فرهنگ که اگر این را به منزله یک سیستم تلقی بکنیم، این سیستم یک محیطی دارد که محیط این سیستم همان جهانی شدن است که مثل یک موج در دنیا صورت گرفته است. رسیدگی به این درخت یعنی پرستاری کردن از این درخت یعنی مهندسی فرهنگی. من خواهم این است که این استعاره را مروری بکنیم، واقعاً مهندسی فرهنگی با این استعاره ای که من از فرمایشات دوستان داشتم چگونه قابل انجام است؟ در این تحولات فرهنگی جهانی چگونه می خواهیم به این درخت برسیم؟ نکته دیگر این است که فرهنگ به عنوان یک موجود زنده را نمی شود مثل یک موتور با آن برخورد کرد.

دکتر فرهنگی: واژه مهندسی را از این جهت به کار می بریم تا از آن اندازه گیری، معیار و قابلیت کنترل را تلقی کنیم و لذا طبیعتاً فرهنگ یک موجود زنده است. فرهنگ را به سه قسمت تقسیم کردیم و گفتیم یک بخش آن ریشه ها است که هویت اصلی فرهنگ از آنها نشأت می گیرد که من این را ارزش ها و باورهای درونی فرهنگ نامگذاری می کنم. هر فرهنگی از یک بخشی اساطیری شکل گرفته و این بخش اساطیری آنها را از یکدیگر متمایز و متفاوت می کند. تفاوت فرهنگ های اسلامی ما و کشورهای

عرب همجوار به اساطیر ما برمی گردد. فردوسی با انگشت گذاشتن روی اساطیر هویتی، فرهنگ را تشکیل می دهد که این هویت در فرهنگ با بقیه فرهنگ هایی که همجوار ما بودند و هستند، متفاوت می شود. همان استعاره درخت، میوه گیلاس یا آلبالویی را در نظر بگیرید که به یکدیگر خیلی نزدیک هستند. حالا اگر مقداری دقیق تر بشویم می بینیم که ژنها و DNA هر یک از اینها با یکدیگر تفاوت زیادی دارد. بنابراین من تفاوت ها را در ریشه، ارزش ها، دین، اساطیر، زبان و هنر می بینم.

دکتر فانی: ملیت و اسلامیت در کشور ما منبع و منشأ فرهنگی است یعنی اساطیر، دین، هنر، زبان و همه اینها یا به اسلامیت و یا به ایرانیت ما برمی گردد. دکتر فرهنگی: براساس این ریشه های خانواده، اقتصاد، حکومت، نظام آموزش و پرورش و نظام داد و ستد ما شکل می گیرد و در نهایت وقتی که به یک لایه بالاتر می رسیم رفتارهای ما خودش را نشان می دهد و لذا می بینیم که رفتار یک ایرانی با یک مسلمان عرب مقداری متفاوت است. درباره اندازه گیری فکرکنم کار سخت و سنگینی است. در دهه ۱۹۷۰ اپی اف اسکینر راجع به (Human Engineering) بحث کرد و در کتابی تحت این عنوان مدعی شد که ما می توانیم رفتار انسانها را اندازه گیری و کنترل کنیم.

دکتر فانی: اگر ما استعاره بودن مهندسی فرهنگی را بپذیریم آنوقت چگونه مهندسی فرهنگی و جهانی شدن را باید بررسی کنیم.

دکتر سلیمی: وقتی ما می گوئیم یک مفهومی استعاره است آن وقت باید کاربرد استعاره ای داشته باشد. استعاره

که جامعه را به آن شکلی بسازیم که می خواهیم. همانطور که صاحب کارخانه این ماده را با آن قاطی می کند از درون آن یک محصول بیرون می دهد و جامعه را راضی می کند که این محصول را مصرف کند، در حوزه اجتماع و سیاست و حوزه فرهنگ هم می توانیم همین کار را انجام دهیم. لذا این اصطلاح از تشابه، اصطلاح سیستم همانطور که در زیست شناسی به کار می رود که نظر سیستم ها توسط یک زیست شناس به نام برتالین فی به وجود می آید. همانطور که در مهندسی به کار می رود همانطور توسط کسانی در جامعه در حوزه های مختلف مسائل اجتماعی به کار می رود ولی بحث این است که آیا واقعا اینطور است؟ به نظر من اصطلاح مهندسی فرهنگی به این معنا چند مفروضه دارد. اگر نخواهیم به عنوان یک مفهوم منقح به کار ببریم.

دکتر فانی: من احساس می کنم شما از آن برداشتی که از استعاره دارید یک توضیحاتی می دهید که آن توضیحات زیر سوال می رود، استعاره از دید ما که مدیریتی هستیم معادل metaphor است که برای اینکه ما چیزی را به شکل قابل فهم تر در آوریم یک مثالی می زنیم و این را معادل این می گیریم. یعنی بشود آن را تجسم کرد برای بیننده؛ یعنی یک چیز فرضی نیست که قابل دسترس نباشد.

دکتر سلیمی: به هر حال اصطلاح مهندسی فرهنگی وقتی به کار می رود مفروضه هایی در درون آن است که ما می توانیم بگوییم بخاطر استعاره بودن آن مفروضات را کنار بگذاریم. اشکال ندارد اجازه بدهید من اینها را بگویم. این مفروضات را کنار بگذارید و این

من معتقدم بشر، اینجوری قابل تقسیم بندی نیست که بگوییم غربی ها اینجور و شرقی ها اینجور، غربی ها راه شقاوت و شرقی ها راه سعادت من چنین تقسیم بندی را لاقول در حوزه ی انسانی نمی پذیرم حتی اگر همه بپذیریم اصطلاحاتی مثل مهندسی فرهنگی از درون مدرنیسم بسیار ناب در می آید. اولین کسی که اصطلاح مهندسی اجتماعی را بکار می برد آگوست کنت است، آگوست کنت در زمان انقلاب فرانسه زندگی می کند خودش دانشجوی مدرسه پلی تکنیک مهندسی می خواند اول که مدرسه اش در جریان انقلاب فرانسه، مدرسه پلی تکنیک پاریس تعطیل می شود آن می آید می گوید ما باید با همان روش ها جامعه

فرهنگ مثل هر پدیده دیگر وقتی عوامل آن شناخته شد قابلیت برنامه ریزی خواهد داشت

را بسازیم. چیزهای مختلف می سازند که محصولات مورد نظر خودشان را بیرون می دهند. در عرصه اجتماعی هم می توانیم این کار را انجام دهیم. یعنی از یافته های دانشهای پایه اجتماعی استفاده کنیم و جامعه را مهندسی کنیم. جامعه را به آن شکلی در آوریم که می خواهیم و علوم اجتماعی جدید از اینجا متولی می شود. و بعد نقدهایی هم که به آن صورت می گیرد از همین جا صورت می گیرد

می تواند تفاسیل مختلفی داشته باشد یا می تواند در شعر و در جاهای دیگر به کار رود، حالا اینکه البته این تفسیری های دکتر فانی داشتند که می تواند مهندسی فرهنگی به معنای پرستاری باشد از درخت من تا حدود زیادی به آن نزدیک هستم. بگذارید تشکیلاتی که در مورد مهندسی فرهنگی دارم یک بار دیگر از ریشه عرض بکنم چون این یک بحث است که در جریان تفکر اجتماعی و سیاسی از نقطه ابتدا این دعوا وجود داشته است دعوی بین افلاطونیان و ارسطویان از روز اول این بوده که افلاطون معتقد بودند که یک عده می توانند بنشینند بر فراز جامعه یک جامعه را درست کنند و آن جوری که می فهمند شکل بدهند یک مدینه فاضله درست بکنند دست همه را بگیرند به آنجا که می خواهند، یکسری افرادی هستند کسانی که در جهل و نا آگاهی به سر می برند یکسری انسانهای به اصطلاح انسانهای آگاه که چشم شان به نور حقیقت باز شده، اینها بر فراز جامعه هستند اینها دست بقیه را می گیرند می برند سوی نور، جامعه را مهندسی می کنند، البته آن موقع اصطلاح مهندسی فرهنگی را بکار نمی بردند و جالب اینکه اصطلاح مهندسی فرهنگی همزاد مدرنیسم است همان مدرنیسم می که در جامعه ما مقدار زیادی گرایش های مختلف با آن می ستیزند، کسانی که تقسیم می کنند یعنی یک فرض یک مفروضه پیشینه دارند که اصلاً دنیا دو قسمت است غرب که به بیراهه می رود و شرق که راه نجات انسانها را پیدا کرده و غرب ریشه به اصطلاح مشکلاتی که دارد در مدرنیسم است، مدرنیسم لجام گسیخته ای که به وجود آمده و اتفاقاً من می خواهم بگویم من این تقسیم بندی را قبول ندارم

کنیم و این واژه مهندسی بیشتر روش تحقیقی می باشد. اعتقاد داریم که فرهنگ فقط از دیدگاه های (پوزتیویستی) نمی توانیم مورد مطالعه قرار بدهیم. دیدگاه های دیگر تحلیلی و تفسیری را باید به آن ملزم کنیم و در آن صورت روش های کمی و کیفی با یکدیگر ترکیب بشود من می گویم ما می توانیم علم خودمان را نسبت به فرهنگ و شناخت فرهنگ بیشتر کنیم و نسبت به آن جهت دهی کنیم. اینجا واژه مهندسی را آن وقت می توانیم اطلاق کنیم.

دکتر رازنهان: شما به بحث دو اشکال وارد کردید و اگر این مسئله روشن شود. یکی بعد اینکه بالاخره آن نگرانی شما از بعد و رویکرد سیاسی و بالاخره عامل قدرتی وجود دارد. این نگرانی وجود دارد که این بحث ابزاری در اختیار حاکمان بشود و آنها بتوانند از این سوء استفاده کنند. همین طور که استفاده کرده اند. خیلی در جوامع مختلف و بسیاری از علمای اهل سیاست و بویژه جامعه شناسی با مداخله برنامه ریزی شده دولت در محتوای فرهنگ مخالف هستند. اگر فقط باید پشتیبانی کنیم اجازه شما در مداخله در این حد است. این یک اشکال، اشکال دوم این است که تا چه اندازه فرهنگ قابل مدیریت کردن و یا قابل تغییر است؟ این دو اشکال اساسی است. در قسمت اول بحث اینکه چه کسی این مشروعیت را دارد یک نگاه، نگاه حداکثری است که چنانچه به آن توجه دارید اما یک نگاه دیگر هم داریم که این نگاه یک نگاه توصیفی و تحلیلی است به جای اینکه تجویز کنیم و بگویم چه تغییراتی می خواهیم ایجاد کنیم می گویم امروزه در دنیا به واسطه جهانی شدن و استلزامات توسعه ارزشهای ابزاری مثل

یکی از کارهایی که ما در مهندسی فرهنگی باید انجام بدهیم این است که همگرایی ایجاد کنیم یعنی این فرهنگ را بشناسیم و ضعفهای آن را درآوریم و بعد تلاش کنیم این ضعفها به حداقل برسد

هستند علم پزشکی اینجا می خواهیم کم بگویم که فرهنگ هم باید به صورت یک علم در آید. و یک عده عالم باید داشته باشد و آن عالمان با علمی که غافل می کنند. آن وقت می توانند روی این تصمیم گیری کنند. اما اینکه آنها خیر هستند و یا شر، آنجا من با شما هم داستان هستم آن بر می گردد به بنیاد آنها که آیا این عملی که حاصل کرده اند در جهت منفعت بشر بخواهند استفاده کنند و یا در جهت زیان بشر استفاده کنند. دقیقا مثل بقیه علوم، بقیه علوم هم همین است. شما از فیزیک می توانید در جهت خیر جوامع بشری استفاده کنید. خدای ناکرده از فیزیک هم می توانید در جهت شر جوامع بشری استفاده کنید. پس ما نمی توانیم بگویم علم فیزیک علم بدی است. اگر ما پذیرای این مقوله بشویم که فرهنگ می باید به صورت یک علم بشود. آنجایی که اطلاق واژه علم را بتوانیم بگویم آنجا ما می توانیم بگویم. حالا می توانیم مورد آن مهندسی کنیم. یعنی می توانیم آن را کم و زیاد کنیم و یا در آن دخالت

موضوعهایی که عبارت مهندسی فرهنگی می تواند داشته باشد یکی این است که پدیده های انسانی و فرهنگی به غایت قابل کنترل هستند، قابل شکل دادن و قابل مهندسی کردن.

دکتر فرهنگی: این واژه غایت را اگر شما بردارید درست می شود.

دکتر سلیمی: قابل کنترل هستند. قابل شکل دادن هستند. مفروضه دوم که در کنار همین است. اینکه عده ای بر فراز جامعه وجود دارند که توانایی، آگاهی و ابزارهای لازم را دارند که می توانند این شکل را بدهند. این کنترل را انجام بدهند. فرهنگ را از وضعیتی که دارد به وضعیت مطلوب آن شکل در آورند. یعنی یکسری فاعلان آگاه مقتدر که در فراز جامعه قرار دارند و می توانند این کار را انجام بدهند. مثل همان حاکمان مدینه فاضله افلاطونی که چشم آنها به نور باز شده و می خواهند جامعه را به آن گونه که می توانند در آورند.

دکتر فرهنگی: ما هم قضیه را به این صورت نگاه نمی کنیم. ما می گویم فرهنگ مثل هر پدیده دیگر وقتی عوامل آن شناخته شد قابلیت برنامه ریزی خواهد داشت؛ مثلا شما علم و آگاهی پیدا می کنید نسبت به وجود موجودات ذره بینی در محیط پیرامونی، این آگاهی موجب می شود با چه ابزاری به این دست پیدا کرده ایم این بماند. این آگاهی موجب می شود که شما بیابید عملکرد آن موجودات ذره بینی را مورد شناسایی قرار دهید. آن وقت می توانید به این موجودات ذره بینی جهت بدهید و یا از شر آنها بکاهید و به حسن آنها بیفزایید. مثلا فرض کنید در محیطی که بنده و شما زندگی می کنیم میلیونها میکروب وجود دارد. بعضی از اینها مفیدند و بعضی از اینها مضر

اعتماد، نوآوری، خلاقیت، صرفه‌جویی که لازمه توسعه است این ارزش‌ها بر ما تحمیل می‌شود. ما چه بخواهیم و چه نخواهیم جامعه ما نسبت به جامعه ۲۸ سال پیش کلی تفاوت کرده است. امروز مردم حسابگر شده‌اند همه اقتصادی فکر می‌کنند همه فرآیندهایشان را کنترل می‌کنند و در تصمیم‌گیری‌هایشان همه مقتضیات را در نظر می‌گیرند. مقتضیاتی بود که ۲۸ سال پیش مردم کمتر به آن توجه می‌کردند و این لازمه اقتصادی شدن، لازمه منطقی کردن امور است. پس بنابراین ما می‌توانیم بگوییم چه بخواهیم و چه نخواهیم این تغییرات را تجربه می‌کنیم و دنیا هم تجربه کرده است یعنی یک سری روابط منطقی با فاصله قدرت کمتر و به عبارت دیگر دموکرات‌تر آمده در جامعه ما جای خودش را به آن روابط سنتی ما داده است. بخواهیم و یا نخواهیم این اتفاق می‌افتد حالا ما در اینجا نمی‌خواهیم یک نسخه‌ای بیچیم که برخلاف آن فرهنگ اصیل یک جامعه باشد؛ بلکه آگاهانه و به صورت توصیفی و تحلیلی، اول می‌گوییم چه اتفاقی دارد می‌افتد و چرا این اتفاق می‌افتد؟ حالا بدون اینکه بخواهیم سمت و سوی خاصی را بدهیم و این تغییر و تحولات را همگرا کنیم. پس یک نگاه حداکثری یا یک نگاه هنجاری و یک دولتی بیاید در رأس قرار بگیرد و بخواهد سمت و سو را به یک سمت و سوی خاص خود ببرد اساساً محکوم به شکست است چون جواب نمی‌دهد. در دنیا هم همین‌طور، ۷۰ سال شوروی سابق این کار را انجام داد و شما دیدید به محض اینکه این فشارها برداشته شد جامعه از نظر فرهنگی فرو ریخت اما در قسمت دوم ما با شما کاملاً موافق هستیم. فرهنگ بالاخص درحوزه

مفروضات اساسی که همان مفروضات درمورد طبیعت، درمورد زمان و در رابطه انسان با دیگران اساساً اینها قابل تغییر در کوتاه مدت نیست حتی قرن‌ها زمان می‌برد. همه محققان در این زمینه اجماع دارند که قرن‌ها زمان نیاز دارد تا در مفروضات آیا بشود و یا نشود تغییراتی ایجاد کرد. چون چنین تجربه‌ای تا به حال وجود نداشته است. حتی شما می‌بینید سرخوستان را بعد از چند نسل هنوز همان باورها و مفروضات اساسی خودشان را علی‌رغم اینکه کاملاً اینها را شستشوی مغزی داده‌اند، کاملاً از خانه در دوران بچگی اینها را جدا کرده‌اند و برده‌اند آموزش داده‌اند. برنامه‌های مختلف برای آنها پخش می‌کردند نتوانستند تغییر ایجاد کنند. ما می‌خواهیم همگرایی ایجاد کنیم. همگرایی یعنی آن مسیری که دارد جامعه می‌رود روابط دارد منطقی می‌شود به جای اینکه بگذاریم تأثیرات منفی آن ایجاد شود و بعد هم افراد بین دین و دنیایشان فاصله ایجاد کنند. می‌گوییم آگاهانه این سر جای خودش، دنیا هم سر جای خودش، اینها متناقص نیستند بلکه مکمل یکدیگر هستند. یعنی وقتی می‌گویید باید اعتماد باشد، کارآیی باشد، دانشمندان باید ارزشمند قلمداد شوند. اینها ارزشهایی هستند که دین به آنها تأکید کرده است. اگر شما به این سمت و سو دادید در اینجا همگرایی اتفاق افتاده است. کلی نکته در همین جا ست. من به خاطر روشن شدن مطلب، یک اشاره یک دقیقه‌ای به یک تحقیق جهانی یک پیمایش جهانی ارزش‌ها داشته باشم که آمدند به صورت طولی ۲ دهه در ۴ موج زمانی ۱۹۸۱، تا ۱۹۸۲، ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۱، ۱۹۹۵ تا ۱۹۹۶ تا ۱۹۹۸ و ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۱، ۶۵ کشور را مورد مطالعه قرار دادند. نتیجه این بود که بین

میزان مدرن شدن جوامع و تغییر در ارزش‌ها یک رابطه منطقی وجود داشت؛ یعنی هر چه جوامع می‌رفتند به سمت صنعتی‌تر شدن یکسری ارزشهای دموکراتیک اعتماد بخش و منطقی مثل صرفه‌جویی، کارآیی و غیره در این جوامع توسعه پیدا کرد. این یک چالش دیگر هم داشتند. می‌گفتند افرادی مثل مارکس و نیچه پیش بینی کرده بودند در قرن نوزدهم که صنعتی شدن باعث می‌شود حق از جامعه رخت بر بندد و هم چنین تقسیم کار توسعه پیدا کند. اما در نیمه دوم قرن بیستم کشورهایی مثل ژاپن پدیدار شدند. پدیده‌هایی مثل ژاپن که ارزش‌هایی سنتی را هم چنان داشتند اما ارزشهای نوین که لازمه صنعتی شدن و توسعه اقتصادی بود را پذیرا شدند. خود آمریکایی‌ها اولین گروهی بودند که از قابلیت‌های فرهنگی مثل ژاپن استفاده کردند و آن را در نظام‌های مختلفی برده‌اند؛ مثلاً اگر دقت بفرمایید آمریکایی‌ها بالا ترین میزان فردگرایی را دارند هیچ تردیدی نیست تحقیقات مختلف انجام شده در سال (۲۰۰۴) یک تحقیقی که مال (۶۷) کشور را مورد مطالعه قرار داده است از جمله ایران، دوباره در آن تحقیق نشان می‌دهد که آمریکایی‌ها بالاترین میزان فردگرایی را دارند. ولی جالب است کار تیمی مدل‌های کازین، مدل‌های مشارکتی همه مستلزم جمع‌گرایی است، این چیزی که اساساً آمریکایی‌ها ندارند ولی به شدت با استدلال می‌گویند اینکه ما از این شاخه بیاییم روی این شاخه، یعنی از این انتها بیاییم در وسط قرار بگیریم که برخلاف تمام هویت آمریکایی که آنقدر تأکید می‌کنند ولی فردگرایی می‌گوید ما به خاطر ضرورت‌های سبک و کار حاضریم این کار را انجام بدهیم و

به راحتی و آگاهانه این تغییر و تحول را در خودشان ایجاد کرده اند. پس بنابراین همگرایی، یعنی حفظ این چیزی که جامعه ما در زمینه مفروضات و ارزشها به آن اعتقاد دارند و همه جانبه اگر بخواهیم بگیریم امکان گرفتن وجود ندارد.

دکتر سلیمی: من فکر می‌کنم تفاوتی که در جامعه ما نسبت به گذشته ایجاد شده است فقط در حساب گر شدن آن نیست؛ یعنی ما یک نگاه به فرهنگ جامعه داشته باشیم خیلی تفاوت های دیگری ایجاد می‌کند. اگر شما ابزارهای کنترل فرهنگ را در آموزش و پرورش یک ناظر رسمی آموزشی و رسانه‌های گروهی ببینیم مهم ترین ابزارها کاملاً در اختیار دولت بوده و کاملاً هدایت و تلاش می‌شده در آن استعاره مهندسی صورت بگیرد ولی آیا جامعه به آن شکلی که نظام آموزش و پرورش ما و رسانه‌های گروهی ما می‌خواستند درآمد؛ اتفاقاً برعکس شده یعنی رسانه‌های گروهی ما که می‌خواستند فرهنگ سازی کنند در بسیاری از موارد خودشان بیشتر فرهنگ پذیر شده اند تا فرهنگ ساز یعنی به خاطر اینکه پل ارتباطی شان را از دست ندهند مجبور شدند خودشان را با بخش هایی از جامعه هماهنگ کنند که ممکن بود ۱۵ سال پیش حاضر نباشند. همین طور در آموزش و پرورش ما سیستم های دیگر، همه آنها نشان می‌دهد که پدیده‌های فرهنگی اساساً با پدیده‌ها و با اشیاء متفاوت هستند. این پرسش گری که راجع به مسوولان فرهنگی می‌شود. به خاطر همین مفروضه است؛ یعنی یک مسوول فرهنگی به پرسش کشیده می‌شود که شما باید این جامعه را در عرض چند سالی که مسوول بودی از این وضع به این وضع درمی‌آوردی چرا در نیاوردی؟ چون فکر

می‌کنند که فرهنگ مثل یک خمیری است که مسوول آنجا می‌نشیند و ابزارهایش را دارد به آن شکل درمی‌آورد می‌شود آن شکلی، یا اینکه فرهنگ ذاتاً اینطور نیست. مخصوصاً در عصر فعلی که عصر جهانی شدن است. یعنی اگر دولت ها در قالب سرزمین های گذشته و شاید تا ۳۰ سال پیش می‌توانستند یک حدودی با محدود نگاه داشتن کانال آموزشی، کانال اطلاع رسانی و یا کانال های تأثیرگذاری از حیطه هنر تأثیرگذاری خودشان را بیشتر کنند. تأثیرگذاری آنان دارد همین طور کمتر و کمتر و به

هستند در جوامعی مثل جوامع اسلامی بسیار بیشتر از جاهای دیگر است. در جامعه ایران تا ۹ سال پیش پدیده‌ای به نام اینترنت و یا ماهواره وجود نداشت. امروز آمار رسمی ما نشان می‌دهد که ضریب نفوذ اینترنت ۱۱ میلیون نفر است. خیلی هم اینترنت را نمی‌توان کنترل کرد. یعنی شما هر چه فیلتر بگذارید فیلتر شکن های قوی‌تری می‌آیند و آنها را می‌شکنند و بنابراین این نمی‌شود. البته گلدون متیوزیک کتابی دارد عنوان فرعی آن این است که شبیه آن استعاره جنگلها است که توسط آقای دکتر به کار رفت، می‌گوید به دنبال هویت در یک سوپرمارکتی از فرهنگ ها، آن اصطلاح سوپر مارکتی از فرهنگ ها را به کار می‌برد که انسان جدید و فرد انسانی جدید در محیط جهانی شدن در یک سوپر مارکت چطور، چگونه در سبدهش می‌تواند از کالاهای مختلف انتخاب کند و بگذارد انسان در آن شرایط قرار دارد. اتفاقاً تشبیهی که آقای دکتر بکار بردند تشبیه درستی است. تشبیه کردند فیزیک ذرات را و به ذرات اشاره کردند. من می‌خواهم بگویم تفاوت فرهنگ شناسی امروز با فرهنگ شناسی قرن نوزدهم کمی تعریف کلاسیک که فرهنگ مجموعه ای از نهادها، آداب و رسوم مربوط به ادوارد برنت تیلور است که یک انسان شناس انگلیسی است در قرن نوزدهم. تفاوت فرهنگ شناسی امروز با آن تیپ فرهنگ شناسی تفاوت بین فیزیک کوآنتوم و فیزیک نیوتنی است. فیزیک کوآنتوم می‌گوید دنیای ما دنیایی است از میلیاردها ذره مختلف، برای ما نه امکان دقیق شناخت آن است و نه امکان کنترل کامل آن بعد ما بر آن می‌توانیم تأثیر بگذاریم. این کاملاً درست است. این فرمایش را من می‌پذیرم و تردیدی در آن

♦

ما دیدگاه افلاطونی را اعتقاد نداریم که یک عده آن بالا نشسته‌اند و می‌گویند همه مردم اینطور لباس بپوشند. اینطور راه بروند. اینطور سلام کنند و اینطور حرکت کنند. اصلاً رشد فرهنگی با ابتکار و آزادی و میدان دادن به اراده‌ها است. در این تردیدی نیست. ولی هوای کار را باید داشت

♦

حداقل می‌رسد. یعنی شما ضریب نفوذ تکنولوژی های اطلاعاتی و ارتباطاتی که مهم ترین شاخصهای جهانی شدن



نداشته‌ام و ندارم.

دکتر فرهنگی: اگر این فیزیک شما را بیاوریم به مهندسی فرهنگی من فکر می‌کنم به یکدیگر نزدیک شویم.

دکتر سلیمی: من می‌گویم اسم آن را بگذارید برنامه‌ریزی، تأثیرگذاری و کمک کردن به همگرایی، ولی مهندسی این عبارات را می‌آورد. و به همین دلیل است یعنی فضای فرهنگ در دنیای امروز مثل فضای پدیده‌های فیزیکی در جهان کوآنتوم است. هویت یک پدیده سیالی است. اصلاً عصر جهانی شدن یک شرایطی به وجود آورده که افراد دارای هویت‌های چندگانه شدند. بنابراین در دنیایی که دنیای کوآنتومی است به تعبیر الکساندر که کتابی دارد به نام ذهنیت کوآنتومی، می‌خواهد بگوید علوم اجتماعی در این جهان متفاوت است همه چیز را نمی‌توان خیلی برنامه‌ریزی و یا به آن تعبیر منقح آن مهندسی کرد. اگر با استعاره بتوانیم تفسیر متفاوتی از مهندسی عرض کنیم، من هم می‌پذیرم.

دکتر فانی: ما در خلاء زندگی نمی‌کنیم. ما در کشوری هستیم که فرهنگ دارد. این کشور بی‌فرهنگ نیست؛ یعنی بعضی اوقات بحث‌هایی انجام می‌دهیم که فکر می‌کنیم فرهنگی ندارد و یک تخته سفید است و می‌خواهیم برای آن فرهنگ بنویسیم. این کشور فرهنگ دارد. علائق و ارزشهایی دارد. باورهایی دارد و نکاتی که عزیزان فرمودند را دارد. یکی از کارهایی که ما در مهندسی فرهنگی باید انجام بدهیم این است که همگرایی ایجاد کنیم؛ یعنی این فرهنگ را بشناسیم و یا ضعف‌های آن را درآوریم و بعد تلاش کنیم این ضعفها به حداقل برسد. این دیگر ورود به بحث‌هایی نیست که دوستان اشاره کردند. بعضی از عزیزان

فکر کردند مهندسی فرهنگی یعنی دخالت در همه چیز، و آقای دکتر در تعریفی که به کار بردند، من می‌خواهم بگویم که اشاره به این طرف طیف ایراد دارد و این طرف طیف این است که جامعه را رها کنیم. هر طور که خواستند با ما برخورد کنند؛ یعنی همان بحث جهانی سازی، بحث تهاجم فرهنگی که مقام معظم رهبری گفته اند، یعنی هر کس هر طور که خواست جوانان ما را اداره کند، اداره کند. من می‌خواهم بگویم برخورد با دو طرف طیف باطل است. ما می‌توانیم بین این دو طرف طیف یک نقاطی را به آن برسیم حالا یک مقدار به این سمت، یک مقدار به آن سمت، آن نقطه عزیمت ما باشد یعنی این را به عنوان مهندسی فرهنگی به این معنا بپذیریم. اما اینکه همه کارها را ما دخالت کنیم. من می‌گویم نه، این نه، البته من یک فرمایشاتی را از مقام معظم رهبری اینجا گفتم و دوستان آوردند. یک بخشی از آن را می‌خوانم. چون داستان مهندسی فرهنگی و این حرکتی که در شورای عالی انقلاب فرهنگی شکل گرفته روی دستور ایشان بوده است. آنچه ایشان در مورد مهندسی فرهنگ و مهندسی فرهنگی می‌فرمایند؛ فکر می‌کنم خیلی از بحث دوستان را در بر بگیرد. می‌فرمایند: «مجموعه‌ای لازم است اینها را تصویر کند و بعد مثل دست محافظی هوای این فرهنگ را داشته باشد. نمی‌گویم بطور کامل کنترل کند. چون کنترل فرهنگ به صورت کامل نه ممکن است و نه جایز؛ یعنی هیچ وقت چنین چیزی نیست که ما دیدگاه افلاطونی را اعتقاد نداریم که یک عده آن بالا نشستند و می‌گویند همه مردم اینطور لباس بپوشند، اینطور راه بروند. اینطور سلام کنند و اینطور حرکت کنند. اصلاً رشد فرهنگی با ابتکار و

آزادی و میدان دادن به اراده‌ها است. در این تردیدی نیست. ولی هوای کار را باید داشت. حالا اصلاً بحث ما این است. می‌خواهم بگویم حرفها را بخواهیم امروز جمع کنیم می‌رسیم به یک مطلبی که بنده می‌خواهم از این وارد بحث و ادامه بحث شوم و اینکه اولاً مهندسی فرهنگی یک حرکت فزاینده شده است. یعنی ما باید از یک حداقل شروع کنیم. هر قدر که امکان دارد حرکت کنیم و مصلحت است. ممکن است فرض کنیم در یک فاز و دوفاز شما اصلاً این را بپذیریم که مهندسی فرهنگی خیلی به صورت کنترلی نباشد. بحث مهندسی فرهنگی و جهانی شدن هم یعنی اینکه ما کشور را یک سیستم بگیریم که فرهنگ این کشور مثل یک درخت تنومند در داخل ایران روییده و یک محیطی به نام جهان دارد که تحرکات جهانی شدن بر آن موثر است. اگر بخواهیم بحث مهندسی فرهنگی در جهانی شدن و ارتباط آن را با هم بدانیم باید عناصر و عوامل جهانی شدن را فهرست کنیم و ببینیم جهانی شدن روی چه حرکتها و مسائلی حرکت می‌کند. مثلاً بیست عامل اصلی را از جهانی شدن استخراج کنیم و ببینیم این فرهنگ و این درخت فرهنگ چه عناصری دارد. ارزشها، ساقه، ریشه، شاخه و برگ را هم به عنوان یک سلسله متغیر بگیریم و بعد یک تناظر ۲ به ۲ بین آن متغیرها یعنی جهانی شدن و این متغیر یعنی بحث فرهنگ تعریف کنیم. بعد ببینیم اینها را چگونه می‌توان مدیریت و پرستاری کرد. فرمایش مقام معظم رهبری هم به تعبیری بحث پرستاری کردن است. ما نمی‌توانیم بحث فرهنگ را در این کشور رها کرده و از کنار آن بگذریم. باید این درخت تنومند فرهنگ را در رابطه با آن متغیرهای جهانی به نحوی باغبانی کنیم. ■

هویت مکانی مهندسی فرهنگی

نویسنده: دکتر مرتضی توکلی
عضو هیئت علمی دانشگاه زابل

مقدمه:

در تلاطم جهانی شدن پرداختن به عمده‌ترین مباحثی که نباید فراموش شوند دارای ارزش و اعتبار خاصی است. جهانی شدن با عام‌گرایی، تجاری شدن، ارزش‌گذاری اقتصادی و حرمت شکنی در تمامی عرصه‌ها همراه است؛ به طوری که در شرایطی که همه درها به روی نیازها، خواسته‌ها، خواهش‌ها و لذا اید و هیجانان عاموم باز می‌شود، هویتی‌های فرهنگی ملل باید مورد توجه و سیانت ویژه قرار گیرد. بنابراین باید در قالب ضرورت‌های مهندسی فرهنگی به ارزش‌ها، رسوم، عقاید، بایدها و نبایدها توجه ویژه‌ای شود. در عین حال که به آن انتظام می‌بخشیم به گوناگونی فضایی- مکانی فرهنگ نیز توجه ویژه‌ای داشته باشیم.

انسانها در عرصه مکانی زیست و فعالیت خود هویت پیدا می‌کنند و برای بهره‌برداری و همزیستی در قالب حوزه‌های همگن مکانی به فرهنگ واحد در طول تاریخ دست می‌یابند، بنابراین توجه به تفاوت‌های مکانی در عرصه‌های فرهنگی دارای اهمیت ویژه‌ای است. البته همپوشانی فضایی حوزه‌های مکانی فرهنگ در قالب لایه‌های اطلاعاتی متنوع است ولیکن تعیین و تعریف سطح‌بندی فرهنگ به لایه‌های اسلامی (ایدئولوژیک)، ملی، منطقه‌ای، محلی و بومی دارای اهمیت خاصی است که می‌تواند ما را از انحرافی که ممکن است در عرصه مهندسی فرهنگی

ایجاد شود نجات دهد. چرا که پایدار سازی هویت‌های فرهنگی و طراحی و مهندسی آن به منظور آینده‌نگری و آینده‌شناسی با کمک شرایط فعلی و گذشته قطعاً با حوزه بندی‌های کارکردی و ماهیتی امکان پذیر است. تعاملات فضایی حوزه‌های مکانی فرهنگها از یک طرف در قالب‌های عمودی و افقی و همچنین درون‌زایی و بیرون‌زایی عناصر فعال کننده و یا منفعل کننده از طرف دیگر همراه با شناخت جریان‌ات تکاملی و نقاط قوت و ضعف و تهدیدات و فرصتها می‌تواند راهگشای تعیین راهبردها و مدل‌های کلان توسعه فرهنگی باشد. در صورت نادیده گرفتن ماهیت مکانی در طراحی و مهندسی فرهنگی، چشم‌اندازهای توسعه‌ای ما در عرصه‌های دیگر نیز دستخوش عوارض منفی آن خواهد بود. مسئله اصلی در عرصه توسعه فراگیر و پایدار توجه به پتانسیلها و توانمندی‌های مکانی و انسانی در ابعاد مختلف است و بنیان توسعه نیز بر فرهنگ و شاخصه‌های آن استوار است، به طوری که باید در برنامه‌ریزیها به عوامل عقب برنده و جلو برنده توسعه به لحاظ فرهنگی در عرصه‌های مکانی و فضایی توجه ویژه‌ای شود بنابراین پیشنهاد می‌شود در تمامی عرصه‌های مرتبط با مهندسی فرهنگی به شاخصه‌های مکانی، گوناگونی و تنوع پدیده‌های انسانی و تاریخی و... توجه شود. قطعاً مهندسی باید با شناخت عناصر مکانی

و برای مکانهای مختلف طراحی شود، چرا که فرهنگ تعمیم پذیر نیست و قالب برنامه‌ای و راهبردی آن نیز تعمیم پذیر نخواهد بود و اگر ما هویت مکانی را حذف کنیم قسمت زیادی از عرصه‌های تاثیر گذار بر توسعه و فرهنگ را حذف کرده‌ایم که عوارض منفی آن بسیار زیاد خواهد بود.

مولفه‌های اصلی هویت مکانی:

از اصلی‌ترین مؤلفه‌های هویت مکانی می‌توان به آداب و رسوم، ارزش‌ها، بایدها و نبایدها، دایره‌های همسایگی، تعاملات فرهنگی، محرک‌های جلو برنده توسعه به لحاظ فرهنگی، برخورداری از رسانه‌ها و ابزارهای ارتباطی، کیفیت بهره‌برداری از رسانه‌ها، کمیت و کیفیت‌های تغییر پذیر فرهنگی، روند توزیع و پخش فضایی پدیده‌ها و فرآیندها، نقاط گلوگاهی و گره گاهی، میزان پذیرش اجتماعی، ضرورت‌های مکانی، تفاوت‌های مکانی، مقیاس‌های حجمی، ساختارها و سازمان‌های مردم نهاد، ماهیت‌ها و روند تغییرات عناصر، ظرفیت شناسی توسعه، ظرفیت پذیری توسعه و بسیاری از موارد دیگر که خود نیاز به یک مقاله مجزا دارد. بنابراین ضروری است علاوه بر اینکه مؤلفه‌های اصلی هویت مکانی در برنامه‌ریزیها لحاظ شود به محورها و نقاط و حوزه‌های رشد و ترقی نیز همراه با نگاه منطقی و واقع‌بینانه از طریق فراهم کردن آمار و اطلاعات لازم اقدام کرد. ■