

# تهاجم فرهنگی و

## سنتهای اجتماعی

عزیز جزاوی\*

### مقدمه

در این مقاله مختصر، سعی بر آن بوده است که نخست مقوله فرهنگ از دیدگاه جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی مورد بررسی قرار گیرد، و سپس سنتهای اجتماعی به عنوان عناصر اساسی هر فرهنگ و همچنین انواع آنها مطرح شود و ارتباطشان با تهاجم فرهنگی مورد بحث قرار گیرد. تهاجم فرهنگی و مراحل آن، ابزار و شیوه‌های مورد استفاده و همچنین مخاطبان اصلی و اهداف آن از جمله مواردی است که در این مقاله به آنها پرداخته شده است، در خاتمه مقاله، با توجه به مباحث مذکور نتیجه‌گیری‌هایی به عمل آمده است.

### فرهنگ

در جامعه‌شناسی بحث فرهنگ جایگاه والایی دارد. از این رو با توجه به اهمیت موضوع و در عین حال ظرافت و پیچیدگی آن، از دیدگاههای متفاوت به آن نگریسته شده است. آن گونه که در برخی کتب جامعه‌شناسی آمده، تاکنون صدها تعریف از فرهنگ صورت گرفته است (و ثوقی و نیک خلق، ۱۱۷). البته در این جا قصد ما این نیست که به طور مفصل وارد این مقوله شویم، ولی چنانچه بخواهیم به طور اجمال به تعریفی از فرهنگ پردازیم می‌توانیم بگوییم که فرهنگ در جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی عبارت است از: «تمام دستاوردهای بشری (مادی و معنوی) که انسان آنها را به وجود آورده و در آن اشتراک می‌یابد» (رابرتسون، ۵۷). بنابراین از این دید می‌توان پدیده‌های فرهنگی را به دو بخش اساسی تقسیم‌بندی نمود: فرهنگ مادی و فرهنگ معنوی.

فرهنگ مادی همان گونه که از نام آن پیداست، تمام دستاوردها و اشیاء مادی انسانی را در بر می‌گیرد. ولی فرهنگ معنوی، تمام ابداعات غیرمادی مانند زبان، افکار، عقاید، احساسات، قواعد آداب و رسوم، سنتها، اساطیر، مهارتها، الگوهای رفتاری، نظام‌های سیاسی و ... را شامل می‌شود.

چنانچه بخواهیم به ارتباط بین جامعه و فرهنگ اشاره نماییم، می‌توان گفت که این ارتباط بسیار نزدیک است و این دو لازم و ملزوم یکدیگرند، به گونه‌ای که هیچ جامعه‌ای بدون فرهنگ وجود ندارد و اصولاً وجه تمایز اصلی بین انسان (جامعه انسانی) و حیوان، فرهنگ است. همچنین هیچ فرهنگی بدون این که جامعه‌ای آن را حفاظت نماید نمی‌تواند وجود داشته باشد، لذا مقوله‌ای با این اهمیت یعنی فرهنگ، عناصر تشکیل دهنده آن نیز اهمیت می‌یابند.

### سنتهای اجتماعی

همانگونه که در مطالب فوق مشخص شد، فرهنگ را می‌توان به دو مقوله کلی مادی و معنوی تقسیم‌بندی نمود. سنت‌های اجتماعی که از جمله عناصر اصلی فرهنگ به شمار می‌آیند، در مقوله فرهنگ معنوی جای می‌گیرند.

صاحب نظران در تعریف سنت اجتماعی ویژگیهای زیر را بر شمرده‌اند: (روح‌الامینی، ۳۵)

الف - رواج و اجرای آن در یک جامعه عمومیت داشته باشد.

ب - اجرای آن در جامعه تداوم داشته و حداقل از یک نسل به ارث رسیده باشد.

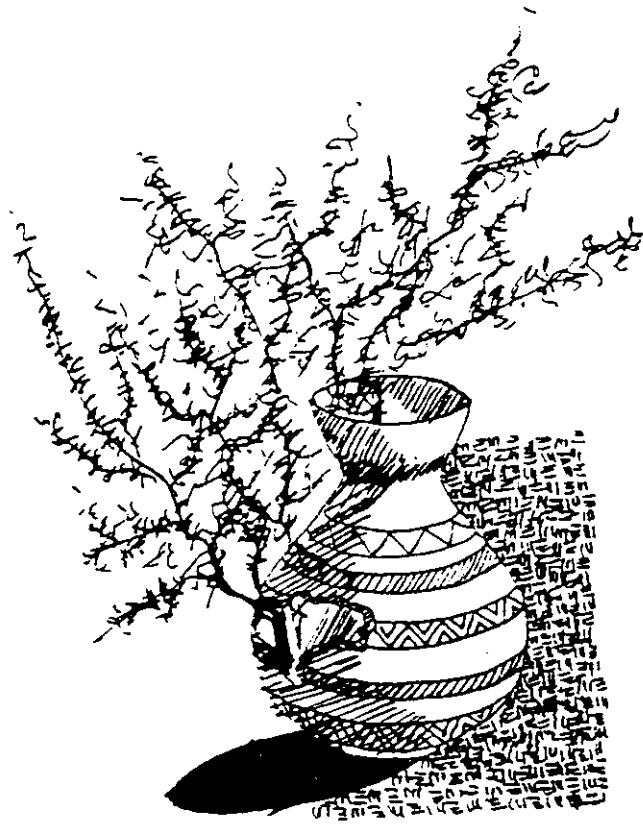
ج - افراد به طور خود به خود و به صورت عادی و بدون این که مجبور باشند به آن عمل نمایند.

با این اوصاف، سنت‌های اجتماعی جزئی از رفتار عادی و روزمره افراد هر جامعه به شمار می‌آیند و حتی اگر برخی از آنها جزئی و کم اهمیت نیز باشند، می‌توانند در شمار عناصر فرهنگی یک جامعه تلقی گردند و بخشی از هویت آن را تشکیل دهند.

### انواع سنت‌های اجتماعی

سنت‌های اجتماعی را - به ویژه اگر در جامعه‌ای زیست نماییم که از تنوع قومی نیز برخوردار باشد - می‌توان از جنبه‌های مختلف رده‌بندی نمود. به عنوان مثال می‌توان از

\* - عضو هیأت علمی گروه علوم اجتماعی در دانشگاه شهید چمران اهواز.



سنت‌های اجتماعی - مذهبی، اجتماعی - ملی یا اجتماعی - قومی نام برد. همچنین می‌توان سنت‌های اجتماعی را از نقطه نظر درجه پویایی و تحرک و اهمیت و نقش آنها در حیات و پویایی هر فرهنگ تقسیم‌بندی نمود (اگ برن و نیم کف، ۱۵۶).

از این دیدگاه، سنت‌های اجتماعی را می‌توان در دو گروه ایستا و پویا رده‌بندی نمود. منظور از سنت‌های اجتماعی پویا آن است که این قبیل سنت‌ها نقش اساسی و پر اهمیتی در هر فرهنگ داشته و اجرای آنها به نوعی حاکی از هویت فرهنگی آن جامعه است و در هر دوره و زمانی از حیات جامعه ماندگارند و از بین نمی‌روند، گرچه ممکن است تغییر و تحولات اجتماعی، آنها را نیز متحول نماید. به عنوان مثال سنت‌های دینی و برخی از سنت‌های ملی از چنین نقشی برخوردارند. آن‌جا که با اجرای این گونه سنن از فرهنگ اسلامی و ایرانی خود پاسداری می‌نماییم، در واقع سنت‌های اجتماعی را به اجرا در آورده‌ایم.

استفاده نمایند که واکنشها و حساسیت‌های مردم را برانگیخته نکنند.

از این رو برای تحقق اهداف خود معمولاً مراحل راطی می‌نمایند. این مراحل را می‌توان، به شرح زیر برشمرد:

الف - ابتدا سنت‌های اجتماعی ایستا و غیرپویا هدف این هجوم قرار می‌گیرند، زیرا حمله به این سنتها و تغییر آنها حساسیت چندانی در جامعه ایجاد نمی‌کند. بنابراین، مهاجمان از این طریق ردپایی در جامعه برای خود باز می‌کنند و به نحوی حضور می‌یابند. به عنوان مثال تغییراتی که در نحوه و آداب غذا خوردن (روی میز غذا خوردن به جای پهن کردن سفره روی زمین)، پر نمودن اوقات فراغت (سینماها، تئاترها، باشگاهها و...) به جای محافل خانوادگی و دوستانه و... و یا حتی نحوه لباس پوشیدن به وجود می‌آید، از جمله تغییراتی است که در سنت‌های اجتماعی جزئی در فرهنگ ما حاصل شده و حساسیت چندانی ایجاد نموده است.

ب - بعد از مرحله اول که فرهنگ مهاجم به نحوی در فرهنگ مورد نظر حضور می‌یابد و حضور آن امری عادی تلقی می‌گردد، مرحله بعدی تهاجم آغاز می‌شود. در این جاست که مهاجم سنت‌های اجتماعی پویا را مورد حمله قرار می‌دهد، سنتهایی که هویت فرهنگی جامعه به وجود آنها وابسته است. از این مرحله به بعد است که مهاجم حضوری فعال می‌یابد و این حساسیت‌ها نسبت به تهاجم فرهنگی در جامعه آشکار می‌گردد. چنانچه فرهنگ مورد هجوم نتواند در این مرحله، از هویت و موجودیت خود دفاع نماید، با خطر بی‌هویتی فرهنگی روبرو می‌شود.

اما سنت‌های اجتماعی غیر پویا سنت‌هایی هستند که گرچه ممکن است در آغاز برای رفع نیازهای اجتماعی به وجود آمده باشند، ولی بر اثر دگرگونی و تغییراتی که در مسیر زندگی اجتماعی رخ می‌دهد و علی‌رغم این که هنوز رگه‌هایی از این سنتها به نحوی به حیات خویش ادامه می‌دهند، وجود آنها چندان ضروری نیست یعنی عملکردی همچون سنت‌های پویا در فرهنگ جامعه ندارند. بنابراین، این گونه سنتها به مرور زمان به وادی فراموشی سپرده خواهند شد. به عنوان مثال بزرگداشت آب و آتش و بعضی از مظاهر طبیعت که از سنت‌های جوامع کشاورزی است (همانجا، ۱۵۷)، به تدریج که این جوامع از دوران کشاورزی به دوران صنعتی تحول می‌یابند، این سنن کم‌کم اعتبار خود را از دست می‌دهند، اگرچه ممکن است هنوز در برخی از اقشار جامعه به حیات خود ادامه دهند. روشن است که چنین سنت‌هایی ممکن است در انواع یاد شده فوق (دینی، ملی، قومی و...) یافت شوند، ولی بود یا نبود آنها در هویت فرهنگی یک جامعه نقش موثری ندارند.

### مراحل تهاجم فرهنگی

شاید بتوان گفت تهاجم فرهنگی، فعالیتی برای دگرگون کردن اعتقادات عمومی از راه‌های غیر مستقیم و غیر محسوس است. بر این اساس هدف اصلی مهاجمان، اعتقادات عمومی جامعه است، ولی از آن‌جا که حمله و هجوم مستقیم به اعتقادات مردم یک جامعه ممکن است واکنشهای آنی به همراه داشته باشد، مهاجمان ترجیح می‌دهند از راه‌ها و شیوه‌هایی

## ابزار تهاجم فرهنگی

فرآیند جامعه پذیری، جریان کنش متقابل اجتماعی است که از طریق آن مردم شخصیت خود را به دست آورده و شیوه زندگی اجتماعی را فرا می‌گیرند، لذا می‌توان گفت در هر فرهنگ و یا جامعه‌ای بزرگ شویم و رشد نماییم شخصیت ما دقیقاً از آن فرهنگ و جامعه متأثر می‌شود. در جامعه شناسی، معمولاً چهار عامل اصلی برای جامعه پذیری در نظر گرفته می‌شود. خانواده، مدرسه، گروه همسالان و وسایل ارتباط جمعی (گیدنز، ۸۴).

وسایل ارتباط جمعی شامل روزنامه، مجله، کتاب، تلویزیون، رادیو، سینما، ویدئو و ... ابزار مهمی‌اند که در جامعه پذیری افراد نقش موثری ایفا می‌نمایند. فرد در این جامعه پذیری با طیف فوق العاده وسیعی از مردم که تنها به طور غیر مستقیم شناخته می‌شوند، آشنا می‌گردد و از طریق این وسایل است که نخبگان سمبلیک نیز مطرح شده و به مردم معرفی می‌شوند (گی‌روشه، ۱۵۸)، یعنی افرادی که رفتار و دیگران دارد و مورد تقلید واقع می‌گردند، مانند دانشمندان، ستارگان سینما، شخصیت‌های ورزشی، سیاستمداران، نویسندگان، گردانندگان نمایشهای تلویزیونی، گویندگان اخبار، موسیقی‌دانان و ...

وسایل ارتباط جمعی، نوعی پوشش آنی و موقتی از وقایع و رویدادها و دگرگونیهای اجتماعی به وجود می‌آورند که دامنه‌ای وسیع را در بر می‌گیرد. این رسانه‌های جمعی معرفی کننده الگوهای نقشها، دیدگاهها و چگونگی روی آوردن به سبکهای زندگی می‌باشند که ممکن است افراد جامعه به طریق دیگر هرگز به آنها دسترسی پیدا نکنند.

تغییرات هنجاری و ارزشهای اجتماعی به سرعت در رسانه‌های گروهی منعکس می‌شوند و ممکن است به آسانی توسط مردمی که به نحو دیگر ممکن نبود به آنها دسترسی پیدا نمایند، پذیرفته شوند. در مطالعات جامعه شناسی به دفعات بسیار به این موضوع اشاره شده است که گسترش سریع گرایشهای جدید در فرهنگ جوانان، عمدتاً بستگی به رسانه‌هایی مانند نوارهای موسیقی مشهور، تلویزیون، رادیو، مجلات و ... دارد (رابرتسون، ۱۳۲). همچنین برخی از جامعه‌شناسان از امپریالیسم رسانه‌ای سخن به میان آورده و به ایجاد یک امپراتوری فرهنگی اشاره می‌نمایند که کشورهای جهان سوم به ویژه، در برابر آن آسیب پذیرند، زیرا منابع لازم را برای حفظ استقلال فرهنگی خود در اختیار ندارند (گیدنز،

۵۸۶). بدین ترتیب به این نکته مهم می‌رسیم که وسایل ارتباط جمعی می‌توانند به عنوان ابزاری مهم در خدمت تهاجم فرهنگی مورد استفاده قرار می‌گیرند.

## مخاطبان اصلی تهاجم فرهنگی

ماحصل بحث فوق به این نتیجه انجامید که رسانه‌های جمعی، ابزار اصلی تهاجم فرهنگی به شمار می‌آیند. در این خصوص آنچه می‌توان افزود این است که با توجه به دامنه وسیع و متنوع این ابزار، دامنه تهاجم نیز وسیع و متنوع است. از کودکان گرفته تا نوجوانان و حتی در برخی موارد افراد میان سال همگی تحت تاثیر قرار می‌گیرند (اسدی، ۷۲). همچنین با توجه به طیف وسیع مخاطبان، برای هر نسل و گروه سنی، برنامه خاصی متناسب به ذوق و سلیقه آنان در نظر گرفته می‌شود. ولی بیشتر، کودکان و نوجوانان مورد نظرند، زیرا اولاً با سهولت بیشتری شکار تهاجم قرار می‌گیرند و ثانیاً در مزاج بزرگتران سخت نفوذ دارند (آگ برن و نیم کف، ۱۸۷) و ثالثاً هنجارها و ارزشهای اجتماعی که سنگ بنای سنتهای اجتماعی را تشکیل می‌دهند، در نزد کودکان هنوز از ثبات و پایداری لازم و کافی برخوردار نیست.

## اهداف تهاجم فرهنگی

یکی از اهداف آشکار تهاجم فرهنگی از بین بردن هویت و استقلال فرهنگی جامعه و ایجاد وجه تشابه‌های فرهنگی با فرهنگ مهاجم است. به همین دلیل است که هدف اصلی، سنتهای پویای اجتماعی هستند، زیرا هویت فرهنگی جامعه به آنها وابسته است و با ایجاد تزلزل در سنتهای پویای اجتماعی جامعه، به تدریج سنت‌های اجتماعی فرهنگ مهاجم را جایگزین می‌کنند.

به نظر می‌رسد مهاجمان فرهنگی در ورای اهداف آشکار خود، به دنبال اهداف پنهانی خود می‌باشند و آن اجرای آسان شیوه جدید بازاریابی برای کالا می‌باشد. امروزه شیوه‌های کهنه استعمار قدیم و حتی استعمار جدید برای استثمار ملت‌ها، با تغییر و تحولاتی که در جوامع جهان سوم رخ داده و همچنین با افزایش آگاهی آنان، دیگر کاربردی ندارد. بنابراین، با به کارگیری شیوه‌های جدید از طریق امپریالیسم رسانه‌ای و با ایجاد یکسان سازی فرهنگی در کشورهای مختلف، در جهت تحقق اهداف خود تلاش می‌نمایند و با این روشهای جدید به آسانی می‌توانند همان شیوه‌های ایجاد نیاز کاذب و همچنین شگردهای تبلیغاتی را که حتی در کشور خودشان نیز مرسوم است، به سایر کشورها سرایت دهند.

با ایجاد یکسان سازی فرهنگی و احساس مشابه بودن از لحاظ فرهنگی، یک فرد جهان سومی دیگر احساس نا آشنایی و غریبی با فرهنگ مهاجم و «شیوه تبلیغات» آن نمی‌کند. از این روست که شبکه‌های تلویزیونی جهانی، دیگر حتی نیازی به تبلیغ کالا به صورت ناحیه‌ای و یا منطقه‌ای و یا بر اساس ذوق و سلیقه ملل مختلف احساس نمی‌نمایند - که در این صورت هزینه بسیار بیشتری را برای آنان در بردارد - و به همین دلیل است که تبلیغ کالا در سراسر جهان به تدریج حالت یکسان و یکنواخت به خود گرفته است. این وضعیت بر اثر همان شیوه یکسان سازی فرهنگی می‌تواند میسر گردد.

در موارد متعددی مشاهده شده است که عیناً همان همان فیلم تبلیغاتی کشورهای تولید کننده کالا با همان ویژگیها و احساسات و ذوق و سلیقه فرهنگ کشور تولید کننده، برای تبلیغ همان کالا در یک کشور جهان سومی مورد استفاده قرار می‌گیرد. آیا این وضعیت نمی‌تواند ناشی از آثار یکسان سازی فرهنگی باشد؟

### نتیجه‌گیری

جامعه‌ای را نمی‌توان یافت که فرهنگ آن همواره ثابت و بدون دگرگونی باقی مانده باشد. بنابراین تغییر عناصر فرهنگی جامعه، یکی از ویژگیهای اصلی هر فرهنگ به شمار می‌آید، زیرا فرهنگ همواره تحت تاثیر شرایط اجتماعی - اقتصادی آن جامعه است. سنت‌های اجتماعی به عنوان عناصر فرهنگی از این اصل مستثنی نیستند. سنت‌ها و تغییرات اجتماعی می‌توانند رابطه‌ای متقابل نسبت به هم داشته باشند، بدین معنا که سنت‌های اجتماعی هم می‌توانند از تغییرات اجتماعی متأثر شوند و هم می‌توانند تغییراتی اجتماعی را تحت تاثیر قرار داده و به آن جهت دهند. انقلاب اسلامی به عنوان یک تغییر اجتماعی - مذهبی که سنت‌های اجتماعی دهه‌های اخیر را تحت تاثیر جدی قرار داد، برای مورد اخیر می‌تواند مثال گویایی باشد. تغییرات اجتماعی چنانچه یک حرکت مثبت و رو به جلو برای جامعه باشد و سنت‌های اجتماعی را متأثر سازد، ممکن است در جهت رشد و تعالی سنت‌های اجتماعی عمل نماید و به پویایی فرهنگ کمک کند. از این دیدگاه آثار سویی متوجه سنت‌های اجتماعی نیست، هر چند ممکن است سنت‌های اجتماعی ایستار را به تدریج کم رنگ نماید. ولی در یک تهاجم فرهنگی که می‌تواند به نوعی تغییر اجتماعی (فرهنگی) به شمار آید، مستقیماً سنت‌های اجتماعی - سنت‌های پویا - که معرف هویت فرهنگی هر جامعه است مورد هجوم قرار می‌گیرند. در این حالت است که آثار سوء این تغییر

فرهنگی هویدا می‌گردد، و مهاجمان از طریق یکسان سازی فرهنگی، به یکی از اهداف پنهان خود که همان القای الگوی مصرف یکسان است، دست می‌یابند. در این تهاجم فرهنگی، کودکان، نوجوانان و جوانان به لحاظ داشتن زمینه‌ای مساعد بیشتر هدف تهاجم و سنت زدایی هستند.

هر چند که شیوه مقابله با تهاجم فرهنگی موضوع مقاله‌ای جداگانه می‌تواند باشد، ولی شاید خالی از فایده نباشد که به این مورد اشاره‌ای اجمالی داشته باشیم.

در مقابله با تهاجم فرهنگی باید زمینه و شرایط پذیرش القانات تهاجم فرهنگی را شناخت و سپس برنامه‌ای جامع در جهت خنثی نمودن آن اجرا نمود. در مورد جوانان که هدف اصلی تهاجم فرهنگی هستند، به نظر می‌رسد عواملی از قبیل بی‌کاری و کمبود زمینه اشتغال، به تاخیر افتادن امر ازدواج، کمبود و در برخی موارد نبود برنامه‌های مناسب جهت پر نمودن اوقات فراغت، می‌توانند از زمینه‌های رسوخ الگوهای فرهنگی بیگانه باشند. چنانچه برای رفع این زمینه‌های رسوخ راه اصولی اتخاذ نشود، آیا می‌توان انتظار داشت که جوانان همچنان پاسدار سنت‌های اجتماعی اصیل فرهنگ مان باشند؟

### منابع و مآخذ:

- ۱- اسدی، علی، مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی رسانه‌های همگانی، پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران، تهران، ۱۳۵۸.
- ۲- اگ برن و نیم کف، زمینه جامعه‌شناسی، اقتباس ا.ح. آریان پور، نشر کتابهای جیبی (نشر دهم)، تهران، ۱۳۵۶.
- ۳- پهلوان، چنگیز، فرهنگ و برنامه‌ریزی، پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران، تهران، ۱۳۵۸.
- ۴- وایتسون، یان، درآمدی بر جامعه، ترجمه حسین بهروان، انتشارات آستان قدس رضوی، مشهد، ۱۳۷۲.
- ۵- روح الامینی، محمود، زمینه فرهنگ شناسی، نشر دانشگاه پیام نور، تهران، ۱۳۷۳.
- ۶- گیدنز، آنتونی، جامعه شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، نشر نی، تهران، ۱۳۷۴.
- ۷- گی روشه، تغییرات اجتماعی، ترجمه منصور وثوقی، نشر نی تهران، ۱۳۶۶.
- ۸- واگو، استفان، درآمدی بر تئوریها و مدل‌های تغییرات اجتماعی، ترجمه احمد رضا غروی زاد، نشر ماجد، تهران، ۱۳۷۲.
- ۹- وثوقی، منصور و نیک خلق، علی اکبر، مبانی جامعه شناسی، انتشارات خردمند، چاپ هفتم، تهران، ۱۳۷۳.
- 10- Kaplan, David & Mannors, Robert . A culture theory prentice - Hall, New Jersey, U.S.A, 1972.
- 11- Sahlins, Marshall D.& Service Elman R. (ED) Evolution and culture, univ. of michigan press, U.S.A, 1973.