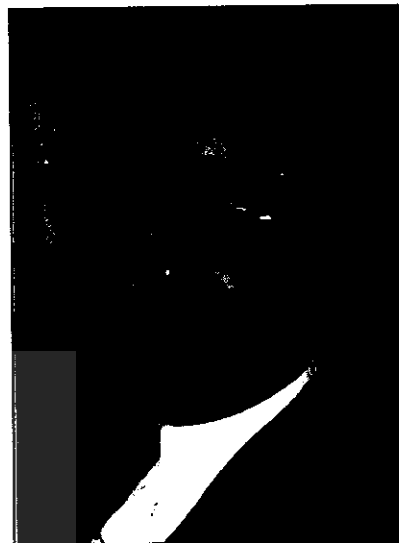


گفت و گو با دکتر سعیدرضا عاملی

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 می‌باشد.

از وی کتابها و مقاله‌های متعددی به زبان فارسی و انگلیسی چاپ شده است.

موسسه گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

تلقى دیگر که در کنار واژه جهانی شدن وجود دارد این است که این تصور به وجود می‌آید که یک مرکز برای جهانی شدن وجود دارد و آن مرکز یا مثلاً یک نگاه فرا استعماری جدید می‌خواهد 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 سوپیه یا جامعه دوقلو که مطرح کرده‌اید، جهانی شدن را برای ما تعریف کنید. جهانی شدن واژه‌ای 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 می‌شود، اینگونه تلقی می‌شود که یک فکر، یک ایده، یک کلیشه و یک تولید، تمام جهان را در بر می‌گیرد و یک

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

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 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 جهانی شدن دو «Master force» دارد. یکی از آنها صنعت حمل و نقل است؛ صنعت حمل و نقل باعث می‌شود جهانی شدن 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 جهانی شدن 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 بمیرد 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

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

در روایات داریم که حضرت مهدی (عج) در یک نقطه می‌نشیند 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 «ویدئو کنفرانسینگ» 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 جهانی شدن، سخت‌افزار و نرم‌افزار دارد. جهانی شدن یک فرآیند طبیعی دارد و یک فرآیند ایدئولوژیک. جهانی شدن به اصطلاح یک سازوکار فیزیکی دارد و یک سازوکار محتوایی. بله من هم در جنبه جهانی شدن ایدئولوژیک و هم در حوزه محتوایی جهانی شدن 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 آسیب‌شناسانه داشته باشیم و از فعالیت و خلق کردن در این حوزه غافل بمانیم. نگاه آسیب‌شناسانه باعث مرگ یک جامعه است اگر فقط یک نگاه غالب باشد. آسیب‌شناسی 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

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 فرامحلی شدن یا فرامکانی شدن «Trans place» را بگویم. 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 در واقع 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 قدرتمندیم.

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 نگیرد 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 ببینید 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 جنبه 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 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

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.

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

نوستالژی‌هایی که در زمینه سنت وجود دارد در واقع مبین تمایلات و ارزش‌های دینی و روح‌سنت 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، وجوهی 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 وجوهی 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 مصلای 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 را پیش‌روی 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 صورت بندی 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 جامعه‌ی 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 ارکان خاص متوجه مهندسی فرهنگی یا فراهم کردن بسترهای لازم می‌شود؟ سوال 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 پررنگ 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 مقدماتی 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 کنیم. 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 مقدمات 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

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 ذائقه‌های مادی جوامع را نشان بگیرد. این ذائقه 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 تفرق می‌افتد

اینکه افلاطون به هنرمندان مشرک

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 برنده است.

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 ببرد ولی قطعاً در درازمدت برنده این میدان خواهد بود.

اگر آمریکایی‌ها در صنعت بازنمایی