



جهانی شدن و نیاز به مهندسی فرهنگ

نویسندگان:

دکترافسر 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 توانایی ها و امکانات کشورها، گروه ها و مکاتب مختلف در راستای منافع و جهت گیری خاص آن ها مورد بهره برداری قرار گیرد.

فرصت یا تهدید بودن جهانی شدن به میزان توانمندیها و ظرفیت های فرهنگها، کشورها و گروه های مختلف در کارآمد ساختن برنامه ها، 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، جامع نگری و تحول گرایی 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، نمابر، 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 امکان پذیر 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 آینده ای 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 بورديو، 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 بروند. 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 سرکش‌ی 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 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 می‌پاشد، مردم ارزش متعالی خانواده و اجتماع را به منزله مشیت الهی تصدیق می‌کنند

برابزش 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

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 تیغ‌ای 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 آمدها 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

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، ۱۳-۷۴ ۷۶۶).

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: ۷۱۷).

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

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 بتوان 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 جنبه 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 دست‌اندرکاران 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

به فعلیت در آمدن استعداد های 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 نگاهیانی 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 نهاد های 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 می باشد. ضرباتی که فرد آن را در شکل و محتوای غیر تحمیلی دریافت می کند. لذا با آن ارتباط روحی برقرار می کند ولی برآیند کلی آن تشویق، احساس خطر و خلاء است.

بستر زمانی و مکانی ساخته تا به تکامل برسد و دیدگاه دوم، پدیده های 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 نمی توان کاملاً رد کرد، اما با سیاست های 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 می توان آنرا به وضعیت مطلوب و ایده آل رسانید؟ راهکارهای رسیدن به فرهنگ مطلوب در جامعه، مبتنی بر جنبه های ظاهری مهندسی فرهنگ است و این تحقق نمی یابد مگر اینکه مشخص شود اهداف فرهنگی نظام چگونه تعریف می شوند؟ 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 منحط و مبانی نادرست فرهنگ های بیگانه و پیراسته شدن جامعه از آداب و رسوم منحرف و خرافات.

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

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 می داند 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، مدنیت، رفع تبعیض، کاهش فقر و ... اشاره می کند و بر این عقیده است که جهانی شدن لزوماً نهادهای گذشته را از بین نبرده یا نمی برد. لذا این پدیده پایان دولت - ملت، خانواده، عواطف و پایان فرهنگ نیست، بلکه برعکس آن را تقویت هم می کند. (گیدنز، ۱۳۷۹: ۱۲)

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

ما با تاکید 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 می دهیم: دیدگاه اول گویای این واقعیت است که پدیده های فرهنگی غیرقابل کنترل است و باید فرهنگ را در

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 برخورداری خیالی از نیروی کار ارزان و مبهوت شدن درمزیت های 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 پایداری،

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 بر قرار 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.

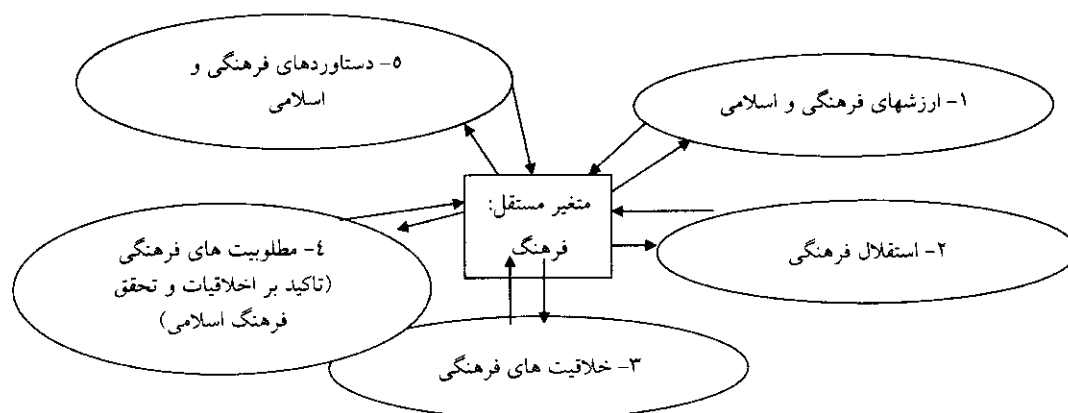
بسیاری از انتخابها را می‌توان به طبقه بندی‌های زیر ساده کرد:

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 جداگانه‌ای 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 جداگانه‌ای 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 رشته‌های مختلف در چارچوب سیاست توسعه فرهنگی که در این مسیر، تلوویزیون 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 جلوه‌های 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 و 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

اگر مطلوبند باید:

ب: اهداف باید تغییر یابند

اگر باید تغییر یابند:

ج: اهداف جدید خلق شوند

در صورت نیاز به هدف جدید:

- تقویت شوند تا مطلوب بمانند
- به روز شوند
- عناصر تخریبی شناسایی و از میان برداشته شوند

- اهداف خرد شده و گزینش شوند
- اولویت بندی شوند
- جمع آوری اطلاعات انجام شود
- امکانات مورد سنجش قرار گیرد
- بازنگری و ارزیابی شود^(۱)

- 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 فاصله های 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 می تواند 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 تکثرگرا 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. ■

