

## جهانی شدن و مهندسی فرهنگی

رحمان سعیدی\*

### چکیده

در خصوص جهانی شدن، دو دیدگاه متفاوت و شاید متناقض مطرح است؛ دیدگاه نخست، جهانی شدن را تصویری از به هم پیوندی‌ها، مراودات و ارتباطات بین دورترین نقاط جهان و معارضه با تعصبات کهنه و مبشر از بین رفتن ریشه‌ی مخاصمات می‌داند و دیدگاه دوم، جهانی شدن را تصویری ترسناک از بازار عنان‌گسیخته‌ی نوسازی و مدرنیزاسیون و عامل سلطه‌ی قدرتهای بزرگ و تزلزل دولت - ملت‌ها تلقی می‌کند. در این میان، گروهی از دانشمندان بین جهانی سازی و جهانی شدن قائل به اختلاف هستند. آنان جهانی سازی را فرایندی به منظور تأمین منافع و سلطه‌ی ارزشهای قدرتهای بزرگ در عرصه‌ی گیتی تعریف می‌کنند؛ حال آنکه جهانی شدن را روندی طبیعی از به هم پیوندی سرنوشت مردم جهان در اثر توسعه‌ی فن آوری‌های نوین ارتباطات که منجر به حذف مشکل زمان و مکان در ارتباطات و سبب مشارکت فعال مردم در اقصی نقاط جهان و یکپارچگی جهان می‌شود، تعریف و تفسیر می‌کنند. در ارتباط با نقش جهانی شدن در مخدوش کردن هویت فرهنگی نیز موافقان جهانی شدن با تمسک به تئوری‌های مکتب واقع گرایی از جمله بین‌المللی شدن و منطقه‌ای شدن، هیچ گونه دغدغه‌ای برای جهانی شدن به خود راه نمی‌دهند و حتی جهانی شدن را فرصتی برای معرفی ارزشهای متعالی فرهنگهای بومی در سطح جهان می‌دانند و گروه مخالف بر تأثیرگذاری منفی جهانی شدن در هویت فرهنگی دولتها و ملت‌های کوچک و فرهنگ بومی تأکید دارند. در نهایت نیز چند راهکار برای صیانت از فرهنگ بومی با استفاده از مهندسی فرهنگی مطرح شده است.

واژگان کلیدی: جهانی شدن، جهانی سازی، مهندسی فرهنگی، هویت فرهنگی.

\* تاریخ دریافت: ۸۷/۰۴/۱۵ تاریخ پذیرش نهایی: ۸۷/۰۶/۱۶

\*. عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی (ره). Email: rsaeedi\_77ap@yahoo.com

آدرس: تهران - خیابان دکتر شریعتی - بالاتر از همت - دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی /

نمابر: ۰۲۱۲۲۲۲۷۰۷۵

## مقدمه

«جهانی شدن» در عرصه گسترده‌ای از بحث‌های امروزی، از اقتصادی، سیاسی، حقوقی و حقوق بشر گرفته تا مناقشات مربوط به هویت و تفاوت‌های فرهنگی، به اصطلاحی گریز ناپذیر تبدیل شده است. اما گویا این اصطلاح تنها می‌تواند برانگیزاننده و اکنش‌های ابهام‌انگیز باشد.

«جهانی شدن» از یک سو تداعی‌گر تصویری از هم‌پیوندی‌ها، مراودات و ارتباطات بین دورترین مناطق جهان و معارضه با تعصبات کهنه و همین‌طور مبشر آینده است که در آن تمام ریشه‌های جغرافیایی، سیاسی و فرهنگی منازعات اجتماعی خشکیده می‌شود و از سوی دیگر، تصویری ترسناک از یک بازار عنان‌گسیخته و نوسازی (مدرنیزاسیون) بی‌امان را القا می‌کند که رفته رفته تمام شالوده‌های سیاسی دولت-ملت‌ها را از هم می‌گسلد و آنها را از توان مدیریت اقتصادی کشور و مهار بحرانهای اجتماعی و زیست‌محیطی ناشی از جهانی شدن باز می‌دارد.

جهانی شدن از یک طرف چشم‌انداز آرمانشهری را نشان می‌دهد که در آن بیگانگان پیشین به واسطه انواع رسانه‌های جهانی وارد مناسبات مسالمت‌جویانه می‌شوند و از طرف دیگر، منظری را ترسیم می‌کند که در آن خواه به فرمان یک دستگاه مدیریت مرکزی یا به حکم بازار جهانی، امر اجباری همانندسازی فرهنگی به جلو رانده می‌شود. در مورد کشورهای در حال توسعه، ریشه‌کنی منابع هویت فرهنگی چیزی جز این نیست که تطابق دستوری یا ناشی از الزامات بازار با شیوه‌های زندگی غربی در کسوت آمریکایی شدن تمام‌عیار فرهنگ مصرفی جهانی ظاهر شود. (ر.ک. به: اسماعیلی، ۱۳۸۰، ص ۲)

اما به راستی چرا چنین استنباط متضادی از پدیده جهانی شدن وجود دارد که از سویی سبب خشکیده شدن ریشه‌مخاصمات جغرافیایی، سیاسی و فرهنگی می‌شود و از سوی دیگر، به حکم بازار جهانی، امر اجباری همانندسازی فرهنگی را تقویت می‌کند و سبب مخدوش شدن هویت فرهنگی در جوامع دیگر، به خصوص جوامع در حال توسعه می‌شود

و به مثابه نیروی همانندساز بازار جهانی، سستی بنیان مشروعیت سیاسی فرایندهای دموکراتیک را در منظومه جدید دولت - ملتها عیان می کند و پایان دهنده نوسازی سیاسی به سبک دولت - ملت تلقی می گردد.

با کمی تأمل شاید بتوان مبنای این پارادایم را در مفهوم دو اصطلاح «جهانی شدن» و «جهانی سازی» جستجو کرد. از این رو لازم است قبل از طرح مسئله مورد بحث، به شرح دو مفهوم فوق پردازیم تا معلوم شود تجزیه و تحلیل ابعاد مختلف موضوع از چه منظری مورد توجه قرار خواهد گرفت.

### ۱. جهانی شدن

مفهوم Globalization در زبان فارسی بیشتر به «جهانی شدن» ترجمه شده است، اما شاید «جهانی گستری» ترجمه دقیق تری برای آن باشد. این مفهوم که اخیراً به یکی از پر کاربردترین و رایج ترین مفاهیم علوم انسانی تبدیل شده، اسم مصدر از مصدر جعلی Globalize است که خود از صفت GLOBAL ساخته شده است. در فرهنگهای زبان برای این صفت، سه معنا قائل شده اند:

۱. گرد مثل توپ یا کره؛

۲. مقولات مربوط یا شامل در کره زمین و اصولاً سراسر جهان؛

۳. کلی یا جهان شمول.

واژه Globalize با توجه به معنای سوم ساخته شده و ظاهراً فعل آن هم لازم است و هم متعدی. به همین دلیل می توان آن را از یک سو «جهان شمول کردن» یا «یکپارچه کردن» و از سوی دیگر، «جهان شمول شدن» یا «یکپارچه شدن» ترجمه کرد. معنایی که در حال حاضر در نوشتارها و گفتارهای علوم انسانی از آن مراد می شود، بر تحوّل همه جانبه ای دلالت دارد که نه تنها بُعد جغرافیایی کره خاکی را در بر می گیرد، بلکه افزون بر آن بر همه ابعاد زندگی دنیایی انسان تأثیر می گذارد. به عبارت دیگر؛ ما با پدیده ای رو به رو

هستیم که در سراسر جهان واقعاً گسترده شده است. لذا به نظر می‌رسد واژه «جهان‌گستری» بهتر از دیگر واژه‌هاست. (ر.ک. به: رجایی، ۱۳۸۰، صص ۲۲-۲۱)

برای اینکه مفهوم «جهانی شدن» به مثابه یک پدیده مهم حیات اجتماعی که سبب تحول و دگرگونی در ابعاد مختلف زندگی اجتماعی انسانها در سطح کشورها و ملل مختلف جهان شده است و تحت تأثیر دستاوردهای شگفت‌انگیز و رشد خارق‌العاده فن‌آوری ارتباطات و توسعه رسانه‌های جهانی قرار دارد خلط مبحث نشود یا با سوءتعبیر از آن، سلطه یکجانبه کشورهای قدرتمند در قالب امر طبیعی «جهانی شدن» توجیه نگردد، لازم است به ذکر اختلاف معنی این اصطلاح با «جهانی سازی» پردازیم.

## ۲. جهانی‌سازی

مفهوم جهانی‌سازی در واقع ترجمه Globalism است. این کلمه ضرورتاً فاعل می‌طلبد و در نتیجه، جهانی‌سازی فرایندی است که مشخصاً به منظور تأمین منافع و همچنین مسلط کردن ارزشهای مورد نظر قدرتهای مسلط در عرصه جهانی بر سایر دولتها و ملتها تحقق می‌یابد.

عده‌ای از علمای حوزه روابط بین‌الملل بر این تفاوت تأکید دارند. جیمز روزنا (به نقل از: رجایی، ۱۳۸۰) بر این باور است که جهانی شدن در قالب یک فرایند، زمینه‌ساز شکل متفاوتی از یکپارچگی جهانی است. فرایند جهانی شدن یک واقعیت است و پروژه جهانی‌سازی حاکی از ایدئولوژی و راهبرد برخورد با فرایند جهانی شدن است.

در اینجا ممکن است این پرسش مطرح شود که آیا تفاوت بین جهانی شدن و جهانی‌سازی تنها امر انتزاعی و ذهنی است؟ یا یک واقعیت بیرونی و عینی نیز هست؟ در پاسخ به این پرسش باید اذعان کنیم که این اختلاف و تفاوت یک امر عینی و واقعی است. امروز ما شاهد هستیم که اختلافات آمریکا با متحدان راهبردی سابقش در زمان جنگ سرد و همچنین با قدرتهایی نظیر روسیه و چین در مسائل گوناگون به خصوص حوزه‌های

سیاسی، اقتصادی و فرهنگی، دقیقاً در مسیر غالب شدن یکی از دو مفهوم جهانی شدن و جهانی سازی است. این روزها شاهد کنار گذاشتن آمریکا از کمیسیونهای مهمی نظیر کمیسیون حقوق بشر هستیم. کشورهای اروپایی صریحاً در مقابل سیاست تهاجم فرهنگی آمریکا و تحمیل ارزشهای آمریکایی مقاومت می کنند. امروزه جهان یک صدا در مقابل طرح دفاع موشکی آمریکایی مقاومت می کند و این کشور برای اجرای طرح، خود را نیازمند رایزنی می بیند. همه این واقعیتهای بیانگر تفاوت فرایند جهانی شدن و پروژه جهانی سازی در عرصه عمل است. (ر.ک. به: سعیدی، ۱۳۸۱، صص ۷۵-۷۴)

### طرح مسئله و چارچوب نظری

با توجه به تفکیکی که از دو مفهوم «جهانی شدن» و «جهانی سازی» در مقدمه به عمل آمد آنچه مورد بحث نگارنده در بررسی حاضر است طبعاً بحث «جهانی شدن» است. از این رو، در ادامه به مطالعه دیدگاههای نظری که موضوع حاضر بر شالوده آنها استوار است، تحت عنوان مکتب واقع گرایی؛ بین المللی شدن، منطقه گرایی و بومی شدن در خصوص پدیده جهانی شدن می پردازیم.

اما مسئله ما در این بررسی، رابطه بین جهانی شدن و هویت فرهنگی است و پاسخ به این سؤال که آیا جهانی شدن سبب از بین رفتن فرهنگهای بومی و محلی خواهد شد و هویت فرهنگی، فرهنگهای بومی را مخدوش خواهد کرد یا خیر و کشورهای مختلف به ویژه کشورهای جهان سوم در عرصه جهانی شدن چگونه بایستی با مهندسی فرهنگی، فرهنگ خود را از هجوم و هجمه احتمالی فرهنگهای سلطه گر رهایی بخشند.

لذا ابتدا به طرح دیدگاههای مختلف در زمینه آثار جهانی شدن بر فرهنگ یا به عبارت دیگر؛ بعد فرهنگی جهانی شدن می پردازیم و در ادامه به مفهوم شناسی مهندسی فرهنگی و چگونگی مهندسی فرهنگی از دید صاحب نظران برای صیانت از فرهنگ و هویت فرهنگی خواهیم پرداخت.

### مکتب واقع‌گرایی

طرفداران این مکتب در بررسی فرایند جهانی شدن کماکان بر محوریت دولت - ملت تأکید دارند و وجهه اصلی همت آنان در بحث از جهانی شدن به طور عام و جهانی شدن رسانه‌ها به طور خاص، اثبات بقای دولت - ملتها و هویت‌های منبعث از آنهاست. این متفکران با تأکید بر «جوهره اقتصاد» فرایند جهانی شدن بر این باورند که دولتها همچنان باقی خواهند ماند، ایدئولوژی کماکان نقش بسیار مهمی در عرصه سیاست بین‌الملل ایجاد خواهد کرد و فشار رسانه‌ای بی‌سابقه برای یکسان‌سازی فرهنگ نه تنها موجب ایجاد فرهنگ همسان جهانی نخواهد شد، بلکه تفاوتها و تنوعات فرهنگی را در سطح جهان برجسته‌تر و آشکارتر خواهد ساخت. بدین سان فرایند نیروهای موجود در عرصه بین‌الملل، «واگرایی» خواهد بود. پارادایمی که غالباً در مقابل جهانی شدن استفاده می‌شود عبارتند از:

الف) بین‌المللی شدن؛

ب) منطقه‌گرایی و بومی شدن.

در ادامه به اجمال در رابطه با هر یک از این مفاهیم و نوع و رابطه آنها با جهانی شدن، مطالبی را ارائه خواهیم کرد.

### الف) بین‌المللی شدن

عده‌ای از اندیشمندان با استفاده از واژه «بین‌المللی شدن» در پی بیان ساختار حاکم در عرصه روابط بین‌الملل هستند. «میلر» و «کوهن»<sup>۲</sup> آن را این‌گونه تعریف می‌کنند: «فرایندهای ناشی از تحولات زیربنایی و مبادلات را که موجب ایجاد جریانهای قابل مشاهده کالا، خدمات و سرمایه می‌شود، بین‌المللی شدن می‌گوییم. این فرایندها در بر دارنده کاهش هزینه مبادلات بین‌المللی هستند». (نقل از: سعیدی، ۱۳۸۱، ص ۷۶)

بدیهی است روابط اقتصادی بین‌المللی مدتها پیش از این دوران آغاز شده بود؛ اما

---

1. Internationalization  
2. Miller and Kohen

آنچه دوران مورد بحث ما را از دوره‌های پیشین تفکیک می‌کند، احساس وجود منابع اقتصادی بالقوه ناشی از تجارت جهانی برای همه ملت‌ها، اهمیت روز افزون کالاهای مصنوعی در تجارت خارجی و افزایش فوق‌العاده میزان وابستگی متقابل ملت‌ها با یکدیگر است. بعد از جنگ جهانی دوم، فرایندهایی همچون ایجاد سازمان‌های پولی نظیر صندوق بین‌المللی پول و سازمان‌های مالی نظیر بانک جهانی و همچنین آغاز مذاکرات دوره‌ای «گات»، همه و همه در راستای بین‌المللی شدن اقتصاد بود. تأسیس سازمان تجارت جهانی و جهانی شدن حوزه‌هایی نظیر سیاست و فرهنگ را باید نقطه فرود این حرکت و مقطع فعلی را شکل تکامل یافته و همه‌جانبه این روند که پیش‌تر محدود به حوزه اقتصاد بود، دانست؛ وضعیتی که ساختار آن را با مفهوم بین‌المللی شدن نمی‌توان بیان کرد.

#### ب) منطقه‌گرایی و بومی شدن

پارادایم دیگر که در مقابل جهانی شدن مطرح می‌شود، بحث منطقه‌گرایی<sup>۱</sup> و محلی‌گرایی<sup>۲</sup> است.

نظریه پردازان منطقه‌گرایی مدعی هستند که بین این مفهوم و جهانی شدن تنازعی جدی در عرصه روابط بین‌الملل در جریان است. این تلقی، ناشی از تفکری است که جهانی شدن را با جهانی سازی یکی می‌داند؛ زیرا این جهانی سازی است که هر مقوله‌ای را که مانع ایجاد یک جهان واحد با ارزشهای واحد شود، به عنوان تعارض با خودش قلمداد می‌کند. این در حالی است که با تفکر جهانی شدن هیچ تعارضی بین این دو، فرض نمی‌شود. به گفته «رابرتسون»<sup>۳</sup> بومی شدن، عین جهانی شدن و جهانی شدن، عین بومی شدن است؛ زیرا جهانی شدن به این معنا نیست که همه فرهنگ‌های جهان یکی شود، بلکه بدین معناست که فرهنگ‌های گوناگون در عرصه جهانی، امکان حضور و تعامل مشخص را داشته باشند. (ر.ک. به: سعیدی و کیا، ۱۳۸۵)

---

1. Regionalization  
2. Localism  
3. Rabertsun

## جهانی شدن و مهندسی فرهنگی ♦ ۱۳۳

«هلد»<sup>۱</sup> و همکارانش بر این باورند که فرایندهایی چون منطقه گرایی می تواند آفریننده شرایط اقتصادی - اجتماعی و زیرساخت فیزیکی باشند که روند جهانی شدن را تسهیل می کنند. (آخوندی، ۱۳۷۹، ص ۲۴)

«روزنا»<sup>۲</sup> معتقد است همان گونه که در میدان عمل نیز مشاهده می کنیم، هیچ تعارضی به وجود نمی آید. برجسته ترین نمونه منطقه گرایی، اتحادیه اروپایی است که اینک به سمت برداشتن آخرین موانع همگرایی در حال حرکت است. از دیگر نمونه های منطقه گرایی که در دهه اخیر به منصفه ظهور رسیده است، می توان به توافقنامه تجاری آزاد شمال آمریکا<sup>۳</sup> و همکاری اقتصادی آسیا و اقیانوسیه<sup>۴</sup> اشاره کرد که به قول «هلد» در واقع به عنوان زیرساختهای فیزیکی روند جهانی شدن عمل می کنند نه به عنوان فرایندی متعارض با آن. (سعیدی و کیا، ۱۳۸۵، صص ۹۳-۹۱)

### جهانی شدن و هویت فرهنگی

برای بررسی رابطه بین جهانی شدن و هویت فرهنگی و اینکه آیا جهانی شدن تهدیدی برای هویت فرهنگی است، به شرح نمونه ای از دیدگاههای مثبت و منفی در این زمینه می پردازیم.

در میان مدافعان دیدگاههایی که معتقد به مخدوش شدن و ذوب فرهنگهای بومی و محلی و رنگ باختن آنها در جریان جهانی شدن هستند، به دیدگاه آقای سلطانی فر می پردازیم. وی معتقد است:

زمانی که شما از سیستمهای گروهی بیرون می آید و به کنج خانه هایتان می روید، میزان تأثیرپذیری شما هم از فرهنگ جهانی بالا می رود؛ یعنی آن زمان دیگر بحث هویت ملی و هویت فرهنگی تان هم تا حدی خدشه دار می شود. احتمالاً یکی از اهدافی که جهانی شدن

- 
1. Heald
  2. Rozena
  3. NAFRA
  4. APEC



دنبال می‌کند دقیقاً همین نکته است که شما را از تعلقات ملی و فرهنگی خارج کند و به دنیایی که دنیای جهانی شدن، دنیای یک کاسه شدن تصوّرش می‌کنند یا معنایش می‌کنند، ملحق کند. امروزه بدون اجازه گرفتن از حکومتها و مردم، از طریق ماهواره‌ها، اینترنت و کابلهای خصوصی و غیر خصوصی وارد منازل شما، شهرهای شما و کشورهای شما می‌شوند و بدون اجازه به کوچک‌ترین مسیرهایی که در قلب شما وجود دارد و تعلقات شما را شکل می‌دهد، وارد می‌شوند و بر آن تأثیر می‌گذارند. طبیعی است که اگر میزان نفوذ به شکلی که ما اشاره می‌کنیم و به این حد گسترش پیدا کند، دیگر فردا تعلقات میهنی ایشان از بین می‌رود و تعلقات ملی‌گرایی هم از بین می‌رود و به نظر من دیگر بحث ناسیونالیسم یک بحث مذمومی در دنیای جهانی شدن و تفکر جهانی شدن است. (به نقل از: سعیدی، ۱۳۸۱، ص ۷۷)

اما نگاه دیگر در این خصوص، دیدگاه «رولاند رابرتسون» است. وی از افراد برجسته در تبیین نظریه جهانی است و از جهانی شدن در سطح فرهنگی سخن به میان می‌آورد و این مفهوم را در یک تعریف دو قسمتی به صورت زیر ارائه می‌کند:

جهانی شدن یا سیاره‌ای شدن جهان، مفهومی است که هم به تراکم جهان و هم به تشدید آگاهی درباره جهان به عنوان یک کل و هم به وابستگی متقابل و واقعی جهانی و هم به آگاهی از یکپارچگی جهان در قرن بیستم اشاره می‌کند. (رهبری، ۱۳۸۰)

منظور از تراکم، افزایش سطح وابستگی متقابل بین نظامهای ملی از طریق تجارت اتحاد نظامی و سلطه امپریالیسم فرهنگی است. اصلی‌ترین بخش این تعریف، ایده تشدید آگاهی جهانی است که یک پدیده نسبتاً جدید است.

منظور رابرتسون این است که به احتمال زیاد تمام جهان و نه بخشهای محلی و ملی آن، مخاطب شناختهای فردی خواهد بود. این امر نه تنها در مورد پدیده‌های ظاهراً فرهنگی مانند رسانه‌های جمعی و سلیقه‌های مصرفی که در آنها جهانی شدن سلیقه‌ها نسبتاً بدیهی می‌نماید صادق است، بلکه در این باره که ما تمامی مسائل روزمره را به صورت جهانی

## جهانی شدن و مهندسی فرهنگی ۱۳۵

بازتعریف می‌کنیم نیز صدق می‌کند. برای مثال، ما مسائل سیاسی، نظامی را در قالب «نظم جهانی»، مسائل اقتصادی را در قالب «رکود بین‌المللی»، مسائل بازاریابی را در قالب «تولیدات جهانی»، مسائل مذهبی را در قالب «وحدت‌گرایی»، مسائل مربوط به شهروندی را در قالب «حقوق بشر» و مسائل مربوط به آلودگی و پاکیزگی را در قالب «نجات سیاره زمین» از نو تعریف می‌کنیم.

تشدید آگاهی جهانی همواره با وابستگی متقابل شدید در زمینه مسائل مادی، این احتمال را که دنیای ما به یک تک نظام تبدیل می‌شود افزایش داده است. از این رو، «رابرتسون» مدعی است که «جهان ما بیش از پیش متحد می‌شود»، نه اینکه «جهان بیش از پیش به صورت یکپارچه در می‌آید». با اینکه این جهان یک نظام واحد می‌شود، اما پر از تضاد و اختلاف است و هیچ گونه توافق عامی در تمامی زمینه‌ها وجود ندارد. (سعیدی و کیا، ۱۳۸۵، صص ۱۰۶-۱۰۷)

حال اگر ما جزء طرفداران دیدگاه‌های گروه اول باشیم و به تحلیل رفتن فرهنگ‌های بومی و محلی در فرهنگ جهانی و مخدوش شدن هویت فرهنگی ملتها، به خصوص کشورهای جهان سوم معتقد باشیم، باید دید برای جلوگیری از این ضایعه احتمالی چگونه بایستی با مهندسی فرهنگی از استقلال و هویت فرهنگی خود در مقابل کشورهای سلطه‌گر دفاع کنیم. لذا در ادامه بحث، نخست به مفهوم‌شناسی و چیستی مهندسی فرهنگی می‌پردازیم و آنگاه راهکارهای جلوگیری از مخدوش شدن هویت فرهنگی را با استفاده از مهندسی فرهنگی و با اتکا به دیدگاه دانشمندان و صاحب‌نظران بیان خواهیم کرد.

### مفهوم مهندسی فرهنگی

مهندسی در معنایی گسترده مترادف با اندازه‌گیری، تعیین بخشی و تحقق احکام کلی در امور جزئی است. بدین ترتیب «مهندسی فرهنگی» فعالیتی است که می‌کوشد احکام کلی فرهنگی را در ظرف «زمان» و «مکان» مشخص تعیین بخشد. (ر.ک. به: ارژمند، ۱۳۸۵، ص ۶)

منظور از مهندسی فرهنگی شامل تمام مواردی همچون: مدیریت فرهنگی، سیستم‌های فرهنگی، بررسی شاخصهای فرهنگی و روند رشد آنها، تعاملات فرهنگی با فرهنگ‌های

دیگر، بخشهای مهم فرهنگ کشور و راهبردها و راهکارهای رسیدن به سطح فرهنگ مطلوب می‌باشد. وقتی برای ساختاری نقشه‌ای کشیده می‌شود، ضرورتاً تمام بنیانها و زوایای آن در آن نقشه دیده می‌شود و نحوه رسیدن به ساختار مشخص و نقشه‌های اجرایی و محاسبات، تهیه و تدوین می‌شود. وقتی همه نقشه‌ها و محاسبات کامل شد، ساختار کلی فرهنگ کشور مشخص می‌شود. لازم است در این خصوص شرایط مطلوب و راهکارهای رسیدن به آن شرایط، اقتضائات، الزامات و مدیریت آن، تولیدات فرهنگی و کسانی که باید این برنامه‌ها را اجرا و پیاده کنند، مشخص و معلوم شود. باید وظیفه محیط‌ها و بخشهای مختلفی که در فرهنگ اثرگذار هستند، مانند رادیو، تلویزیون، دانشگاه، رسانه‌ها، سازمان تبلیغات، حوزه‌های علمیه، روحانیت و همه دستگاههایی که کار فرهنگی می‌کنند مشخص شود. بنابر این، مهندسی فرهنگی یک مجموعه و طرح جامع برای فرهنگ کشور است که باید با دقت تدوین شود. (ر.ک. به: غفوری فرد، ۱۳۸۶، ص ۱۰)

مهندسی فرهنگی استعاره‌ای برای اشاره به قاعده متری، قابلیت مدیریت و جهت‌دهی فرهنگ و اجتماع و در نهایت، ضرورت دقت در همه ابعاد و عناصر آن است. در مفهوم مهندسی فرهنگ و مهندسی فرهنگی، هر نظام کلان نظام اجتماعی تشکیل شده است. کارکرد اصلی نظام فرهنگی به عنوان یکی از چهار سیستم کلان نظام اجتماعی کشور، ایجاد ثبات از طریق حفظ الگوهای هنجاری است. در واقع؛ این نظام فرهنگی کشور است که با حفظ الگوهای هنجاری اعم از ارزشها، الگوهای رفتاری و نمادها، باعث حفظ ثبات جامعه می‌شود. کلان نظام اجتماعی کشور زمانی به نظم و تعادل پویا می‌رسد که هر نظام فرعی کارکردش را به درستی انجام دهد. چنانچه یک نظام فرعی بر نظامهای فرعی دیگر سلطه یابد، نظام اجتماعی دچار عدم تعادل می‌شود. مهندسی فرهنگی در واقع تلاشی برای به تعادل رساندن این عدم تعادل و بی‌نظمی است که در سیستم کلان جامعه ایجاد شده است. (ر.ک. به: راز نهران و ناظمی، ۱۳۸۵، ص ۳۳)

### چارچوب مهندسی فرهنگی

یکی از صاحب‌نظران مدلی را در چهار لایه ارائه داده است که با تغییراتی می‌توان از آنها در مبحث مهندسی فرهنگی یاری جست. لایه‌های مختلف این مدل عبارتند از: آماده‌سازی، بررسی وضعیت موجود، شناخت و تصویرسازی از وضعیت مطلوب و ارائه راهکار برای گذار از وضع موجود به وضع مطلوب.

این مراحل با توجه به جنبه‌های مختلف فرهنگ چنین بیان می‌شود:

۱. در فاز آماده‌سازی باید این امور به انجام برسد: تعریف اهداف مهندسی فرهنگی، تعیین فرهنگ مورد نظر، تعیین محدوده اجرایی مهندسی فرهنگی و تعیین تیم مهندسی فرهنگی.
۲. در فاز بررسی و شناخت وضع موجود نیاز به ایجاد یک پایگاه دانش می‌باشد که به صورت جامع، کامل و مناسب با شرایط ایجاد گردد.
۳. در فاز بررسی و شناخت وضعیت مطلوب، الگو قرار دادن چشم‌انداز بیست ساله کشور و توجه به آن ضروری است. همچنین بهره‌گیری از علوم روز باید مورد توجه قرار گیرد و در رأس همه می‌بایست از الگوهای زیبای قرآن برای اجتماع سالم بهره جست.
۴. فاز گذار از وضع موجود به وضعیت مطلوب، مهم‌ترین فاز در چارچوب مهندسی فرهنگی است که مرحله پیاده‌سازی راهکارهای این حرکت می‌باشد. در این مرحله، مشخص کردن راهکار، رسم نمودار گانت (یعنی تعیین زمان، مکان منابع فرایندها و عوامل اجرایی) و نیز آموزش گام به گام، مؤثر است. (ر.ک. به: منتظر قائم، ۱۳۸۶)

راهکارهای صیانت از فرهنگ بومی در مقابل تهاجم فرهنگی با استفاده از مهندسی فرهنگی

#### ۱. مهندسی فرهنگی در جامعه اطلاعاتی

جامعه اطلاعاتی جامعه‌ای بدون مرز است که انسانها می‌توانند صرف نظر از نژاد، ملیت، زبان، مذهب و هر اختلاف دیگری با یکدیگر تعامل کنند. لذا این جامعه، فرا ملیتی و

بین‌المللی است. از آن جا که محور اصلی جامعه اطلاعاتی است، با وارد شدن در آن به تبادلات فرهنگی می‌پردازد که منجر به تغییرات فرهنگی در یک جامعه می‌شود که حاصل تغییرات فکری، ذهنی و رفتاری همه عناصر انسانی در یک جامعه و مبادلات فرهنگی، فکری علمی و تکنولوژیکی با سایر جوامع است. حال اگر به هر دلیلی وجود و تداوم باورهایی برای ادامه حیات هدفمند یک جامعه ضرورت داشته باشد، منطقی است که همه عناصر انسانی یک جامعه در هر موقعیتی در حفظ و تداوم آن باورها حساس شوند.

با شناخت چنین مواردی و با درک حساسیت تحولات فرهنگی برای حفظ انسجام درونی جامعه است که می‌توان اهمیت و ضرورت تحوّل همه‌جانبه را در شیوه مدیریت فرهنگی جامعه درک کرد. گام اول در این راه این است که به مدد فرهنگ‌سازی برای مفهومی تحت عنوان «مهندسی فرهنگی»، برای همه مدیران و افراد ذی‌نفع جامعه در تمامی عرصه‌ها این باور ایجاد شود که ایجاد تغییرات آگاهانه و مستمر در فرهنگ جامعه در گرو اصلاح کارکرد فرهنگی همه بخشهای کشور است، تا ضمن پیگیری تحقق اهداف سازمانی خویش، داده و ستاده خود را با فرهنگ بهبود بخشند. توسعه تکنولوژی‌های اطلاعاتی همچون: اینترنت، اینترانت، اکسترانت‌ها، ماهواره‌ها و رسانه‌های جمعی، مطبوعات آزاد محلی و به طور کلی ایجاد پایگاههای منظم اطلاع‌رسانی در جامعه، همراه با فرهنگ سازی و آموزش صحیح می‌تواند یکی از اقدامات دولتها در جهت رشد نظام ملی اطلاع‌رسانی در کشور باشد. (ر.ک. به: منتظر قائم، ۱۳۸۶، ص ۱۷)

از آن جا که انقلاب صنعتی، فراصنعتی و به خصوص اطلاعاتی، در برخی زمینه‌ها منجر به انقلابهای اجتماعی می‌شوند، لذا جامعه اطلاعاتی یا خانواده جهانی عمدتاً معتقد است که همپای تحولات علمی و فنی، روابط انسانی نیز باید تغییر کنند؛ وگرنه، جامعه دچار نوعی بیماری به نام «تأخر فرهنگی» می‌شود؛ چرا که هویت فرهنگی و دینی جوامع از سوی تهاجم فرهنگی تهدید می‌شود.

## ۲. سیاست فرهنگ‌گرا (رسانه به مثابه عناصر فرهنگ‌ساز)

در عین حال که فرایند فرهنگ به نحو روز افزونی به وسیله مطالب و مواد نمادین رسانه‌ای شده، تغذیه می‌شود، دامنه انتخابهای در دسترس افراد را نیز به شدت افزایش می‌دهد و انسجام ارتباط بین خود و محلهای مشترک را بدون نابود کردن آنها سست می‌کند. این ارتباط تا حدی که افراد به حد روز افزونی به اشکال اطلاعات و ارتباطات (که از منابع دور سرچشمه می‌گیرند و از طریق شبکه‌های رو به گسترش ارتباطات رسانه‌ای شده در اختیار افراد گذاشته می‌شوند) دسترسی دارند، گسسته می‌شود.

پیشرفت رسانه‌ها نه فقط فرایند شکل‌دهی فرهنگ را تقویت و دگرگون می‌کند، بلکه نوع جدیدی از صمیمیت را نیز به وجود می‌آورد که قبلاً وجود نداشت. ایجاد شکل‌های رسانه‌ای ارتباطات، ایجاد انواع جدید رابطه بین فرهنگی را ممکن ساخت. با توجه به عوامل مؤثر در اتخاذ سیاست فرهنگی در رسانه‌ها، پنج برخورد کلی امکان‌پذیر است و هر یک از رسانه‌های کشورهای مختلف، تابع یکی از سیاستها هستند. چهار سیاست فرهنگی تا کنون وجود داشته است، ولی سیاست دیگری که بیشتر جنبه آرمانی دارد (پویایی فرهنگی) و شاید مناسب‌ترین نوع سیاست فرهنگی جهت توسعه فرهنگی باشد نیز وجود دارد:

۱. سیاست فرهنگی عوام‌فریبانه؛

۲. سیاست فرهنگی جزمی؛

۳. سیاست فرهنگی طبقاتی؛

۴. سیاست فرهنگ‌گرا (رسانه = عناصر فرهنگ)؛

۵. سیاست پویایی اجتماعی.

بدین سان رسانه‌های گروهی دو نقش اساسی در تغییر فرهنگی جوامع امروزی به عهده دارند؛ از یک سو فرهنگ توده را نشر می‌دهند و از سوی دیگر، منبع تغذیه نخبگان جهت نوآوری و ابداع هستند. به عبارت دیگر؛ رسانه‌های گروهی حلقه اتصال «محیط بزرگ» یا «جامعه کل» با «محیط کوچک» هستند و یکی از عوامل اصلی نوزایی و خلاقیت و در نتیجه، عامل تحرک و پیش‌برنده توسعه فرهنگی هستند. (ر.ک. به: جعفرپور، ۱۳۸۵، ص ۹۸)

بنابر این، سیاستها و برنامه‌های ارتباطی - اطلاعاتی از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند و باید شایسته‌ترین افراد جامعه، مسئولیت حوزه‌هایی چون آموزش و پرورش، اطلاع‌رسانی و ارتباطات را بپذیرند؛ زیرا موانع فرهنگی در طول زمان و با کوششهای فراگیر و مستمر نهادهای فرهنگ‌ساز از جمله: خانواده، آموزش و پرورش و رسانه‌ها بر طرف می‌شوند. منابع اصلی رسانه‌ها فرآورده‌های کارآفرینان فرهنگی و هنری است. ولی سیاست فرهنگی رسانه‌ها خود عامل مؤثری در پرورش و گسترش این یا آن نوع از آفرینشهاست. از سوی دیگر، این سیاست می‌تواند نیروی پر توان رسانه‌ها را برای پرورش استعدادهای نهفته و بالا بردن سطح فرهنگ مادی و معنوی پیام‌گیران (مخاطبان)، به سوی فرهنگی تک‌ساختی و بیگانگی از خود و جامعه سوق دهد.

### ۳. شناخت بیشتر افراد جامعه نسبت به فرهنگ بومی و عناصر مثبت آن و عملیاتی کردن

#### هنجارها و ارزشهای مثبت اجتماعی بومی

تهاجم فرهنگی وقتی می‌تواند مؤثر واقع شود که افراد از فرهنگ خودی بیگانه و بی‌اطلاع باشند یا فرهنگ ملی خود را نفی کنند. هدف تهاجم فرهنگی هم این است که نقش فرهنگهای ملی و بومی را از بین ببرد تا کشورها بی‌هویت شوند؛ چون در این صورت است که می‌توان فرهنگ دلخواه را به آنها دیکته کرد. یک ظرف زمانی که محتوایی دارد، دیگر جایی برای محتوای جدید ندارد مگر آنکه محتوای آن را از او گرفت و چیز دیگری را جایگزین آن کرد. اگر ملتی با فرهنگ خودش آشنا نباشد، با هر فرهنگی که وارد کشور آنها شود ارضا می‌گردد. اما اگر ملتی دارای فرهنگ باشد و به آن علاقه و آشنایی داشته باشد، تهاجم فرهنگی به هیچ وجه نمی‌تواند بر آنها تأثیر بگذارد. بنابر این، کار اساسی آن است که هر ملتی با فرهنگ خود آشنا باشد و نسبت به آن شناخت داشته باشد. مرحله بعد از آشنایی و شناخت، کاربردی و عملی کردن این فرهنگ و راهکارهای پیاده‌سازی آن در جامعه است. فرهنگ نظری ما (در ایران اسلامی) ارزشهای فراوانی دارد که یا هنوز در

#### جهانی شدن و مهندسی فرهنگی ♦ ۱۴۱

جامعه عملی نشده یا حضور آن بسیار کم‌رنگ است. فرهنگ و ارزشهای ایشار، تعاون، فداکاری، گذشت و ... در فرهنگ ما وجود دارد که بسیار غنی هستند، اما تا وقتی این ارزشها در جامعه پیاده نشوند، نمی‌توانند اثرگذار باشد. جامعه محل بروز و نمود فرهنگ است؛ باید مؤلفه‌های مختلف فرهنگ کشور را شناسایی، معرفی و به خصوص برای نسل جوان تفهیم و راهکارهای اجرایی شدن ارزشها را در جامعه مشخص کنیم. اگر کسی با ارزشهای فرهنگی خودش آشنا شود، آن وقت به راحتی نه تنها می‌تواند از تهاجم فرهنگی در امان باشد، بلکه می‌تواند فرهنگ خود را به دنیا معرفی کند و در دنیا از نظر فرهنگی تأثیرگذار باشد. (ر.ک. به: غفوری فرد، ۱۳۸۵، ص ۱۰)

فرهنگ ما چه در جهت نهی از صفات زشت و منفی و چه در جهت بیان صفات خوب و با ارزش مثل تعاون، وفا، احترام به دیگران، حفظ کرامت انسانی و عدالت، ارزشهای بسیار زیادی در خود دارد. غیبت و تهمت بد است یا جهل و نادانی ظلمت است. اینها در فرهنگ ما وجود دارد و در عین حال یک زمینه قانون‌گریزی قدیمی نیز در ذهنیت افراد وجود دارد. شاید این موضوع دلایل و بسترهای تاریخی داشته باشد. در رژیمهای سلطنتی قبل از انقلاب معمولاً قوانین به نحوی تدوین و اجرا و حتی در صورت لزوم تصحیح می‌شدند که حافظ منافع طبقه حاکم باشند. در نتیجه، مردم انگیزه‌ای برای تبعیت از قانون نداشتند. به علاوه، شخصیت‌های اصلی نظام نیز هرگز خود را ملزم به تبعیت از قانون نمی‌دانستند و در نتیجه، عدم توجه به قانون، عملاً به معنی داشتن شخصیت بود. لذا بعضاً برای آنکه تظاهر به داشتن شخصیت نمایند، قوانین را زیر پا می‌گذاشتند. عده‌ای برای اینکه اثبات کنند دارای شخصیت هستند، این کار انجام می‌دادند؛ یعنی درست بر عکس آنچه باید باشد. انسانها باید شخصیت خود را در تبعیت از قانون جستجو کنند. از این رو، فرهنگ بی‌قانونی در جامعه ما رشد کرده است و این مسئله همان طور که اشاره شد، ریشه تاریخی دارد. از آن جا که قوانین برای افراد ضعیف وضع می‌شده، افراد ضعیف هم برای اینکه اعلام کنند ضعیف نیستند سعی می‌کردند قانون‌گریز باشند. این ذهنیت از قبل از



انقلاب باقی مانده است و هنوز هم کم و بیش وجود دارد؛ یعنی هنوز هم افرادی هستند که گمان می‌کنند قوانین برای آنها وضع نشده است و خود را مافوق قانون می‌دانند. در حالی که هم از لحاظ قوانین بین‌المللی و هم از لحاظ قوانین اسلامی، آنچه ارزش است احترام به قانون است نه هتک قانون. ائمه اطهار علیهم السلام به هیچ وجه خود و خانواده خویش را مافوق قانون نمی‌دانستند و در فرهنگ غنی اسلام این احترام به قانون است که شخصیت می‌آورد نه مخالفت با قانون. بعضی از قوانین ما درست همان جا که باید قوی باشد و به اجرا درآید، ضعیف‌تر است. راهکار اصلی آن است که مسئولان بالای کشور دقیقاً به قانون توجه کنند. الآن به نظر می‌رسد هر که دیرتر به جلسه بیاید دارای شخصیت بالاتر و مهم‌تری است. اگر این آموزش عملاً به همه داده شود که رأس ساعت در جلسه حاضر باشند و آنان که مهم‌تر هستند بیشتر به قانون احترام بگذارند، طبیعتاً احترام به قانون به عنوان یک ارزش در جامعه مطرح می‌شود. تنها راه حل این است که مردم تعهدات مسئولان بالای نظام را نسبت به قانون دقیقاً مشاهده و لمس کنند. هر قدر شخصیت مقامات کشوری بالاتر باشد، به همان اندازه باید احترامشان نسبت به قانون بیشتر باشد. امیرالمؤمنین علی (ع) بیش از هر کسی نگران بیت‌المال بود. آنچه موجب دوام و بقای نظام اسلامی و رشد و شکوفایی آن بعد از ۱۴۰۰ سال در دنیا شد، همین عدالت و مساوات مردم در قبال قوانین الهی و اسلامی است که یک روستازاده و فرزند خلیفه در مقابل قانون مساوی هستند.

## منابع

۱. آلبرو، مارتین (۱۳۸۰)؛ *عصر جهانی، جامعه‌شناسی پدیده جهانی شدن*، ترجمه نادر سالارزاده امیری، تهران، آزاد اندیشان.
۲. ارژمند، محمود (۱۳۸۵)؛ «تأملی در مفهوم مهندسی فرهنگی»، خلاصه مقالات نخستین همایش مهندسی فرهنگی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، ش ۲۰ و ۲۱ (دی).
۳. اسماعیلی، محمد مهدی (۱۳۸۰)؛ «جهانی شدن یا جهانی سازی؛ مسئله این است»، فصلنامه پژوهش‌سنجش، ش ۲۵ (بهار).
۴. جعفرنژاد، رضا (۱۳۸۵)؛ «مهندسی فرهنگی، ضرورتها و راهکارها»، خلاصه مقالات نخستین همایش مهندسی فرهنگی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، ش ۲۰ و ۲۱ (دی).
۵. چامسکی، نوام (۱۳۷۹)؛ *دیدگاههای متعارض در مورد نظام جهانی*، ترجمه ناصر بلیغ، تهران، انتشارات اداره کل تحقیق و توسعه رادیو.
۶. رازنهان، فیروز و ناظمی، مهدی (۱۳۸۵)؛ «مهندسی فرهنگی و نقشه فرهنگی کشور»، ماهنامه مهندسی فرهنگی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، سال اول، ش ۶ و ۷ (بهمن و اسفند).
۷. رجایی، فرهنگ (۱۳۸۰)؛ *پدیده جهانی شدن و طبیعت بشری و تمدن اطلاعات*، ترجمه عبدالحسین آذرنگ، تهران، نشر آگه.
۸. رهبری، مهدی (۱۳۸۰)؛ «چیستی جهان»، *روزنامه انتخاب*، شماره ۷۷۳ (آذرماه).
۹. سعیدی، رحمان (۱۳۸۱)؛ «رسانه‌ها و فرهنگ بومی در عصر جهانی شدن»، فصلنامه علوم اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی علامه طباطبائی، ش ۱۷ (بهار).
۱۰. سعیدی، رحمان و کیا، علی اصغر (۱۳۸۵)؛ *نقش جهانی شدن و رسانه‌ها در هویت فرهنگی*، تهران، خجسته.
۱۱. سلطانی فر، سیدمحمد (۱۳۸۰)؛ «تعامل با جهانی شدن»، فصلنامه پژوهش و سنجش، ش ۲۵ (بهار).
۱۲. غفوری فرد، حسن (۱۳۸۶)؛ «کار فرهنگی پایان ندارد»، ماهنامه مهندسی فرهنگی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، سال اول، ش ۸ و ۹ (اردیبهشت و خرداد).
۱۳. منتظر قائم، افشین (۱۳۸۶)؛ «مهندسی فرهنگی در جامعه اطلاعاتی»، ماهنامه مهندسی فرهنگی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، ش ۸ و ۹ (اردیبهشت و خرداد).