

# فرهنگ و مهندسی برنامه ریزی

نیم‌نگاهی به چشم انداز

دکتر احمد کلاه‌مال همدانی

مدرس مرکز تربیت معلم شهید مفتح (ره)

## بیان مسئله

جامعه‌ی اسلامی ایران، با توجه به زیرساخت فرهنگی جامعه، به تغییر اساسی در بنیان‌های خود دست زد و انقلاب اسلامی را پدید آورد. در درازنای انقلاب، بسیاری از متغیرها دستخوش تغییر شدند که اکنون به مهندسی مجدد در عرصه‌ی فرهنگ نیاز دارند. بدیهی است که این مهندسی می‌باید از پیش‌ها، نگرش‌ها، ارزش‌ها و باورهایی برخوردار باشد که اصطلاحاً زیرساخت فرهنگ را به وجود می‌آورند. حضرت امام خمینی (ره)، بنیان‌گذار فقید جمهوری اسلامی ایران، بارها و در شکل‌های گوناگون، به انطباق فرهنگ اسلامی با نیازهای فرهنگی جامعه اشاره کردند و در واقع خواستار نوعی هم‌سازی عناصر فرهنگ اجتماعی با زیرساخت‌های ارزشی و فرهنگی کشور (فرهنگ ناب اسلامی) شدند. مقام معظم رهبری، حضرت آیت‌الله العظمی خامنه‌ای نیز با فراست خود این مهم را در قالب «مهندسی فرهنگی» مطرح کرده‌اند.

این موضوع، به عنوان یکی از ضرورت‌های جامعه‌ی اسلامی مطرح شده و شایسته است، نخست مؤسسات و نهادهای فرهنگی کشور بدان پردازند و هم‌زمان، اندیشمندان دیدگاه‌های خود را از زوایای گوناگون در مورد آن بیان کنند. سپس راهی و یا راه‌هایی برای عملیاتی کردن نقشه‌ی آن بیابند. این نگاه مستلزم آن است که بین مهندسی فرهنگی و برنامه‌ریزی فرهنگی نسبتی معین یافت. نوشتار حاضر درصدد یافتن رابطه بین این دو مقوله و پاسخی است به این سؤال اساسی که: چه نسبتی بین مهندسی فرهنگی و برنامه‌ریزی فرهنگی وجود دارد؟

کلیدواژه‌ها: مهندسی فرهنگی، برنامه‌ریزی فرهنگی، تفاوت‌های فرهنگی، جهانی‌سازی

## تعریف مفاهیم

پیش از ورود به مطلب، چند واژه را باید تعریف کنیم تا با توافقی که بر مفهوم واژه‌ها می‌یابیم، ادراک متقابل بهتری صورت پذیرد. وقتی صحبت از «مهندسی کردن» به میان می‌آید، مفهوم نظام و سیستم به ذهن تبادر می‌شود. سیستم عبارت است از مجموعه‌ای از اجزا و عناصر که دارای نوعی هماهنگی، ارتباط و تعادل هستند و به سمت هدف و جهت مشخصی حرکت می‌کنند. طی این فرایند، سیستم بازخوردهایی دریافت می‌دارد و به وسیله‌ی «خودترمیمی» به ثبات می‌رسد. ترکیب این عناصر تابع هندسه‌ی خاصی است که اجزا و عناصر باید براساس آن مرتبط شوند تا به تعادل دست یابند. این تعریف، لازمی مهندسی کردن را تعیین محدوددها و کمیت پذیر نمودن پدیده‌ها می‌داند تا بتوان آن‌ها را مهندسی یا مدیریت کرد. پس هرگونه تغییر در اجزا، در کل سیستم مؤثر واقع می‌شود و از آن تأثیر می‌پذیرد. با ترکیب اجزای جدید و به دست آوردن آن هندسه، پدیده‌ها مجدداً طراحی و مهندسی می‌شوند.

با این تعریف از سیستم، فرهنگ را نیز می‌توان تعریف کرد. از این منظر، فرهنگ در قالب زیرساخت‌ها، ساختار و نمادها تعریف می‌شود. منظور از زیرساخت‌ها تمامی بینش‌ها، نگرش‌ها، ارزش‌ها و باورهایی هستند که معمولاً دارای ثبات ذاتی اند و سایر عناصر باید با آن‌ها انطباق یابند. مقصود از ساختارها، ترکیب آداب و رسوم، آیین‌ها و مراسم گوناگون است که در تعامل اساسی با زیرساخت‌ها، مهندسی می‌شوند و منظور از نمادها، پدیده‌هایی هستند که به شکل علائم و نشانه‌ها ظهور و بروز دارند. در این زمینه می‌توان به مد، آرایش، لباس و به طور کلی ترکیب نمادین علائم به گونه‌ای هنرمندانه اشاره کرد. پس فرهنگ نیز دارای اجزاء و عناصری است که ترکیب هندسی آن‌ها با یکدیگر، مهندسی ویژه‌ای را می‌طلبد. از این منظر، مهندسی فرهنگی کمیت پذیر کردن عناصر انسانی غیرمادی و مادی است که مجدداً هندسه‌ی آن به دست می‌آید و از ویژگی انتقال به آیندگان و نسل بعدی برخوردار است. این عناصر به تنهایی فاقد اثربخشی لازم اند و مفهوم فرهنگ را متبادر نمی‌سازند.

برنامه‌ریزی به معنی ایجاد یک ساز و کار هدایت منطقی عملیات و یا بهترین نوع استفاده از امکانات موجود (اعم از امکانات و منافع بالقوه و یا بالفعل) در جهت تأمین هدف‌ها (اساسی‌ترین نیازهای جامعه) است. در تعریف دیگری آمده است: برنامه‌ریزی علمی عبارت است از هماهنگ کردن همه‌ی عناصر و عوامل در چارچوب تحلیلی همگن و هم‌زمان، به صورتی بهینه، و به نحوی که همه‌ی جوانب مسئله در یک معادله‌ی هم‌زمان که در آن هر متغیر تعیین‌کننده‌ی سایر متغیرهاست، امکان پذیر شود. در تعریف دیگری

نیز برنامه‌ریزی را پاسخ به سه «ک» و سه «چ» دانسته‌اند؛ یعنی: کی (چه کسی)، کی (چه زمانی)، کجا (چه مکانی)، چه چیز (موضوع)، چرا (علت و هدف) و چگونه (به چه وسیله و ابزاری). از این منظر می‌توان گفت که برنامه‌ریزی عملیاتی در حوزه‌ی فرهنگ باید با این تعریف صورت گیرد: «برنامه‌ریزی فرهنگی تلاشی است برای تغییر آگاهانه در زمینه‌ی بینش‌ها، احساس‌ها، ارزش‌ها، اندیشه‌ها و عقاید، و سلوک نسبتاً پایدار و با دوام یک جامعه، مطابق خواست برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران فرهنگی.»

اکنون باید دید چه نسبتی بین «مهندسی فرهنگی» و «برنامه‌ریزی فرهنگی» وجود دارد. برخی مهندسی فرهنگی را همان برنامه‌ریزی فرهنگی تلقی می‌کنند، اما عده‌ای بر این باورند که برنامه‌ریزی فرهنگی تعیین معیارها و شاخص‌ها در عرصه‌ی فرهنگ، یا کمیت پذیر کردن عناصر فرهنگی است. مهندسی فرهنگی در واقع از طریق مؤسسات و نهادهای فرهنگی انجام می‌شود و لازم است خط مشی‌ها، برنامه‌ها، و فناوری لازم برای تحقق اهداف اتخاذ شوند. به عبارت دیگر، شاخص‌های فرهنگی تعریف شده‌ی جامعه باید با چشم‌اندازها، آرمان‌ها، هدف‌ها، و سیاست‌های مصوب نظام فرهنگی انطباق داده و متناسب‌سازی شوند، به صورتی که امکان تحقق هدف‌های استراتژیک (راهبردی) فراهم آید.

از این منظر تلاش می‌کنیم، این نسبت‌ها در ضمن تبیین برنامه‌ریزی فرهنگی به دست آیند تا در عمل، مخاطبان این مجله بتوانند خود این نسبت‌ها را دریابند.

## روش مطالعه

در این مطالعه به چگونه بودن مهندسی فرهنگی و برنامه‌ریزی فرهنگی پرداخته‌ایم؛ یعنی مطالعه‌ای توصیفی را پیش رو خواهیم داشت. در این مطالعه به پرسش از آثار، علائم و نسبت مهندسی فرهنگی و برنامه‌ریزی فرهنگی نظر داشته و به صورت مستقیم و یا غیر مستقیم در مقام توصیف برآمده‌ایم. اما در عین حال کوشیده‌ایم، تا حدی به چرایی مسئله نیز بپردازیم؛ یعنی در پرتو قانون کلی جامعه‌شناختی، با واقعیت و نیازی چون مهندسی فرهنگی در جامعه اسلامی مواجه شده‌ایم.

## تبیین موضوع

اول: اعمال حاکمیت دولت‌ها در عرصه‌ی فرهنگ و در برنامه‌ریزی فرهنگی، امری مؤثر و پایدار می‌نماید. در ابتدای

امر به نظر می‌رسد که دولت‌ها در امور فرهنگی جامعه دخالت‌های متمرکز و سازمان‌دهی شده دارند و بدون دخالت توده‌های مردم، فرهنگ را اداره می‌کنند. زیرا فرهنگ امری نهادینه شده در جامعه است و جامعه خود به خود آن را شکل می‌دهد و از آن هویتی مستقل و یکپارچه می‌سازد. برخی بر این باورند که دخالت دولت‌ها در امور فرهنگی چندان مفید نیست و فاقد وجاهت اجتماعی است. تجربه‌های اخیر در کشور نشان می‌دهند، هرگاه دولت‌ها در امر فرهنگ دخالت کرده‌اند، مقصود و راهبرد اصلی آن‌ها، تحقق ایده‌آل‌های حکومتی بوده است و نه آن‌چه که در جامعه جریان دارد. یعنی استراتژیست‌ها (متخصصان راهبرد) در دولت‌ها، عموماً باورها و اعتقادات خود را به جای نگرش‌های توده‌های مردم به جامعه تحمیل می‌کنند. این چنین نگرشی بر این امر تأکید دارد که توسعه‌ی فرهنگی بدون دخالت متمرکز دولت اتفاق نخواهد افتاد و توسعه‌ی فرهنگی منوط به سرمایه‌گذاری فرهنگی و اجتماعی کلانی است که تنها دولت‌ها از پس آن بر می‌آیند.

این استدلال بیانگر نوعی نگرش ابزاراری است. یعنی ما شاهد توسعه‌ی ابزارهای فرهنگی هستیم و نه نگرش‌ها، انگیزه‌ها، راهبردها، سیاست‌ها و محتوای نظام‌مند (سیستماتیک) فرهنگی. در واقع دولت‌ها عموماً به دلیل ماهیت اجرایی خود، به جای تعمیق نگرش‌ها و توسعه‌ی اندیشه‌های فرهنگی، به روبناها توجه می‌کنند. از آن چهره‌ای رنگارنگ و جذاب می‌سازند و نام «توسعه‌ی فرهنگی» بر آن می‌نهند.

در مقابل این دیدگاه، عده‌ای بر این باورند که انسان‌ها حق دارند و بهتر است در امور فرهنگی مداخله کنند. نخست آن‌که از نگاه حقوق بشر-آن‌طور که یونسکو بر آن تأکید دارد-همه‌ی انسان‌ها حق دارند از بهداشت، تغذیه‌ی مناسب و شغل قانونی برخوردار باشند. همان‌گونه نیز حق دارند که از فرهنگ و آثار فرهنگی بهره‌مند باشند، آن را مصرف کنند و در خلاقیت فرهنگی نقش داشته باشند. بنابراین، حقوق فرهنگی بخشی از حقوق بشر تلقی می‌شود که دولت‌ها به عنوان تشکیلات و سازمانی که از طرف مردم نمایندگی دارند، برای این‌که این حق تضمین شود و مردم به فرهنگ دست‌رسی پیدا کنند، حق مداخله دارند.

دوم: سیاست قدرت‌ها پس از جنگ‌های استعماری مبتنی بر «ملت‌سازی» بود. قدرت‌های بزرگ، برای آن‌که همیشه تسلط خود را بر سرزمین‌های تحت حاکمیت خود حفظ کنند، در آن‌ها «نقاط بحرانی» ایجاد می‌کردند تا به محض ابراز ادعای سرزمینی، بتوانند در آن‌ها نفوذ کنند و هم‌چنان تسلط خود را برقرار سازند. بنابراین در تقسیم‌بندی جدید، قومیت‌ها در یکدیگر تداخل پیدا کردند و

سبب بروز بحران‌هایی شدند. دولت‌ها نیز برای آن‌که «وحدت فرهنگی» دل‌خواه خود را ایجاد کنند، درصدد «ملت‌سازی» از طریق اشاعه‌ی یک زبان ملی و یا عناصر دیگر فرهنگی برمی‌آمدند تا «هویت فرهنگی» واحدی را بین افراد کشورهای تازه به استقلال رسیده به وجود آورند. از این منظر، دولت‌ها حق دارند در ایجاد این هویت تازه و یکپارچه به عنوان قدرت برتر مداخله کنند تا سیاست واحد و یکپارچه‌ای را بر سرزمین‌های مورد نظر خود اعمال کنند. سوم: رسانه‌های جهانی تأثیر عمیق و شگفت‌آوری دارند. امروزه دنیا با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی و مدیریت فناورانه تلاش می‌کند، ارزش‌های عمومی و فرهنگ‌های ملی را مورد تهاجم قرار دهد و با تولید آثاری بر مبنای «فرهنگ جهانی»، تأثیرات یکسانی بر فرهنگ‌ها بگذارد و در نتیجه به نوعی «همسان‌سازی» و یا «هم‌سازی» فرهنگ‌ها دست یابد. دولت‌ها موظف‌اند، در مقابل این موج خطرناک خود را مجهز کنند و با تولید آثار بومی و ملی، از نفوذ و تأثیر این رسانه‌های بین‌المللی و جهانی بکاهند.

چهارم: آموزش و فرهنگ عمدتاً در سراسر کشور به وسیله‌ی دولت‌ها تأمین می‌شود. آموزش برای دست‌یابی به مهارت‌ها و تکنیک‌های جدید به سرمایه‌گذاری‌های کلان نیاز دارد و این از عهده‌ی افراد خارج است. بنابراین، برای اداره‌ی کشور لازم است، دولت‌ها در تأمین آموزش عمومی تا عالی‌ترین سطوح اقدام کنند. در غیر این صورت، کشور دچار عقب‌ماندگی شدید خواهد شد و قدرت رقابت و پابرجایی را نخواهد داشت. از این منظر دخالت دولت در امور فرهنگی و آموزشی ضروری می‌نماید.

### آغاز برنامه‌ریزی فرهنگی

نخستین اقدام برای برنامه‌ریزی فرهنگی، تعیین سیاست‌گذاری فرهنگی کلان است. سیاست‌گذاری کلان فرهنگی یا به وسیله‌ی دولت صورت می‌گیرد که در این صورت، دولت در مجموع در قالب شیوه‌های معقول و با پذیرش این‌که دخالت در امور فرهنگی فقط برای تحقق اهداف خاص و روشنی که توسط مردم انتخاب و به تصویب رسیده است، اقدام به سیاست‌گذاری می‌کند. و یا آن‌که سیاست‌گذاری کلان فرهنگی به‌طور غیرمستقیم از طریق بخش خصوصی و سازمان‌هایی که مأموریت فرهنگی دارند، نوعی «سیاست غیر متمرکز» را اعمال می‌کنند. به هر حال، هیچ‌کس بدون داشتن سیاست‌های کلان فرهنگی نمی‌تواند در روند توسعه‌ی فرهنگی به درستی حرکت کند و اهداف درازمدت جامعه را مشخص سازد. بنابراین نمی‌توان اهداف معینی را که یک گروه و یا جریان خاص سیاسی-اجتماعی به آن علاقه دارند و یا خواهان آن هستند،

موضوع سیاست‌های کلان فرهنگی کشور قرار داد. گروه‌ها و جریاناتی که این‌گونه اهداف را تعقیب می‌کنند، یا با برنامه‌ریزی فرهنگی ناآشنا هستند و یا در سرچیز نامبارکی را می‌پروانند.

از سوی دیگر، این مسئله با مشارکت اجتماعی گروه‌های مردمی منافاتی ندارد. بدین معنا، کسانی که اهل فرهنگ هستند (جامعه‌شناسان، مردم‌شناسان، نویسندگان، روحانیون، فلاسفه، روشنفکران و صاحب‌نفوذان فرهنگی هم‌چون استادان، معلمان و...) می‌باید در موضوع‌های اجتماعی بیندیشند، با هم به بحث و گفت‌وگو بپردازند و «تعامل فرهنگی» داشته باشند تا اهداف کلان فرهنگی تحقق پیدا کنند. از این منظر، فرهنگ جنبه‌ای دوسویه دارد: یک طرف مردم و نخبگان جامعه‌اند که کاملاً در ارتقای فرهنگی جامعه نقش دارند و طرف دیگر صاحبان قدرت و حکومت هستند که می‌باید مشترکاً سیاست‌گذاری کلان و فرابخشی و فراحکومتی را تحقق بخشند. هر کدام از این دو طرف دچار نقصان و یا ضعف شوند، موجب تزلزل سیستم فرهنگی کشور خواهند شد. یعنی دولت بدون حضور و مشارکت واقعی مردم نخواهد توانست فرهنگ و تعامل فرهنگی را نهادینه کند و مردم بدون کمک دولت نخواهند توانست در ایجاد سیاست‌های کلان، سرمایه‌گذاری لازم را انجام دهند.

گام دوم در برنامه‌ریزی فرهنگی، تعیین اهداف بخشی است. این اهداف از طریق تعریف و اجرای پروژه‌ها یا اجرای سیاست‌های معین در بخش‌های گوناگون تحقق می‌پذیرد. به عبارت دیگر، سیاست‌گذاری‌های کلان غیرقابل اجرا هستند و تنها اگر به زیر بخش‌هایی تقسیم شوند و منابع لازم انسانی و فیزیکی به آن‌ها تخصیص یابد، قابلیت اجرا پیدا می‌کنند. یعنی برای ایجاد تحول در جامعه از منظر فرهنگی، می‌باید در تمامی ابعاد، سهم فرهنگ تعیین شود و امکانات و بودجه و نیروی انسانی لازم به آن تخصیص یابد تا توسعه‌ی فرهنگی تحقق پیدا کند. این بدان معناست که تا اهداف کلان تعیین نشوند و سیاست‌گذاری‌های کلان به وسیله‌ی مشارکت دولت و مردم انجام نپذیرند، همه‌ی برنامه‌ریزی‌ها موقت هستند و به نتیجه‌ی مطلوب نخواهند رسید. هم‌چنین، تا اهداف کلان به سیاست‌های زیربخشی تقسیم نشوند و به صورت اجرایی درنیایند، اهداف و سیاست‌های کلان در قالب یک سلسله مفاهیم کلی و غیر قابل دست‌رس باقی خواهد ماند.

### عوامل محدودکننده‌ی برنامه‌ریزی فرهنگی

اکنون به تعریفی جامع از برنامه‌ریزی فرهنگی می‌پردازیم: «برنامه‌ریزی فرهنگی تلاشی است برای تغییر آگاهانه در زمینه‌ی بینش‌ها، احساس‌ها، ارزش‌ها، اندیشه‌ها و عقاید، و سلوک نسبتاً

پایدار و بادوام یک جامعه، مطابق خواست برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران فرهنگی. « این تعریف چند نکته‌ی ارزنده‌ی قابل استخراج دارد:

نخست آن‌که برنامه‌ریزی همراه تحول و تغییر است که این تغییر در زیرترین لایه‌ی ذهنی بشر اتفاق می‌افتد؛ یعنی تغییر زیربنایی و اصولی در نگرش‌ها. تغییری که با طرح بینش‌ها و در یک کلمه نظریه‌های موجود، اتفاق می‌افتد. از این منظر، عدم توفیق بسیاری از برنامه‌های کشور، نبود بینش عمیق و نظریه‌های کلان و پر دامنه‌ای است که بتواند، تمامی ابعاد زیرین فرهنگی را پوشش دهد. به عبارت دیگر، سیستم کلان و نظام‌مندی بر برنامه‌ریزی‌های کشور عموماً و برنامه‌ریزی فرهنگی خصوصاً حاکمیت ندارد. تغییر در برنامه‌ها عمدتاً تغییر در ظواهر امر است و لایه‌های زیرین و زیرساخت‌ها به دست فراموشی سپرده شده‌اند. پس در نفس برنامه‌ریزی، یک ساختار ایدئولوژیک از مجموعه تغییرات مطلوب باید وجود داشته باشد تا در چارچوبی معین و مشخص بتوان حرکت کرد. در غیر این صورت، اصل برنامه‌ریزی تحقق پیدا نخواهد کرد.

بنابراین تعریف، هر برنامه‌ریزی فرهنگی همراه با محدودیتی ایدئولوژیک خواهد بود. اکنون سؤال این است که مبنای برنامه‌ریزی فرهنگی کشور چیست؟ آیا اسلام در این سیستم کلان نقشی اساسی دارد؟ مروری بر گذشته نشان می‌دهد که بسیاری از برنامه‌ریزی‌های فرهنگی اولاً اصولی و مبنایی نیستند، ثانیاً با آن‌چه که اسلام به عنوان یک مطلوب فرهنگی تعریف کرده است، فاصله‌ی بسیاری دارند. نگاهی به جامعه و اتفاقاتی که از منظر فرهنگی در آن رخ می‌دهد، به خوبی این فاصله را نشان می‌دهد.

نکته‌ی دوم آن‌که تغییری آگاهانه در بینش‌ها و... نسبتاً پایدار جامعه باید اتفاق بیفتد. این بدین معنی است که فرهنگ را نباید ماده‌ای بی‌شکل و قابل شکل‌پذیری بی‌قید و شرط دانست. بلکه فرهنگ دارای هویتی سخت با لایه‌ای از ساختار ارزشی بسیار مستحکم است. بنابراین، حرکت‌هایی چون نظرسنجی‌های کوتاه‌بینانه برای ایجاد تغییرات فرهنگی عمیق در مردم و به وجود آوردن مراکز این چنینی به منظور تغییر نگرش‌های پایدار و مستحکم در مردم، امری بیهوده تلقی می‌شود. مگر آن‌که مقصود از آن‌ها نشان دادن پدیده‌هایی باشد که در مجموع جاری هستند و به عنوان هشدار برای برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران امور فرهنگی به کار رود.

نکته‌ی سوم وجود پاره‌فرهنگ‌هاست که به ویژه در جامعه‌ی ما از تنوع فراوانی برخوردارند. هر کدام از این پاره‌فرهنگ‌ها به خودی خود هویت مستقلی دارد که گاه مانع از آن می‌شود که بتوان برنامه‌ریزی کلان و گسترده‌ای را در سطح کشور تحقق بخشید. یعنی

می‌شود، اما در فرهنگ‌هایی که از نگرش دوم تبعیت می‌کنند، وقت چندان ارزشی ندارد. زیرا انسان‌ها وقت کافی برای «چندکاره بودن» دارند. نوع نگرش به زمان بر نگرش افراد نسبت به مسئله‌ی تغییر اثر می‌گذارد. مثلاً آمریکایی‌ها تغییر را ذاتاً چیز خوبی می‌دانند و هر روز به دنبال شیوه‌های جدیدتر و بهتر برای انجام کارهای خود هستند. اما فرانسوی‌ها بیشتر سستی فکر می‌کنند. تغییر را خطرناک می‌پندارند و به نوعی محافظه‌کاری و دقت بیشتر در مفاهیم می‌پردازند.

### تفاوت‌های فرهنگی، واقعیتی پایدار

از گام‌های مهم برنامه‌ریزی فرهنگی پذیرش «تفاوت‌های فرهنگی» است. مثالی شاید این مسئله را روشن سازد. مدل معروف «پنج‌رهی جوهری»<sup>۱</sup> مثال روشنی در این زمینه است. براساس این مدل، فرد در مورد خود می‌داند و نمی‌داند و آن‌چه را که دیگران درباره‌ی او می‌دانند و نمی‌دانند، برجسته و آشکار می‌سازد. ما چیزهایی درباره‌ی خود می‌دانیم و دیگران نیز در برابر رفتار ما واکنش‌هایی نشان می‌دهند. به این وسیله می‌توانیم از نقاط کور و مخفی در مورد خود بیشتر آگاه شویم و نیز واکنش دیگران را در برابر رفتارهای خود بهتر پیش‌بینی کنیم. از این شیوه شاید بتوان در درک بهتر تفاوت‌های فرهنگی بهره گرفت.

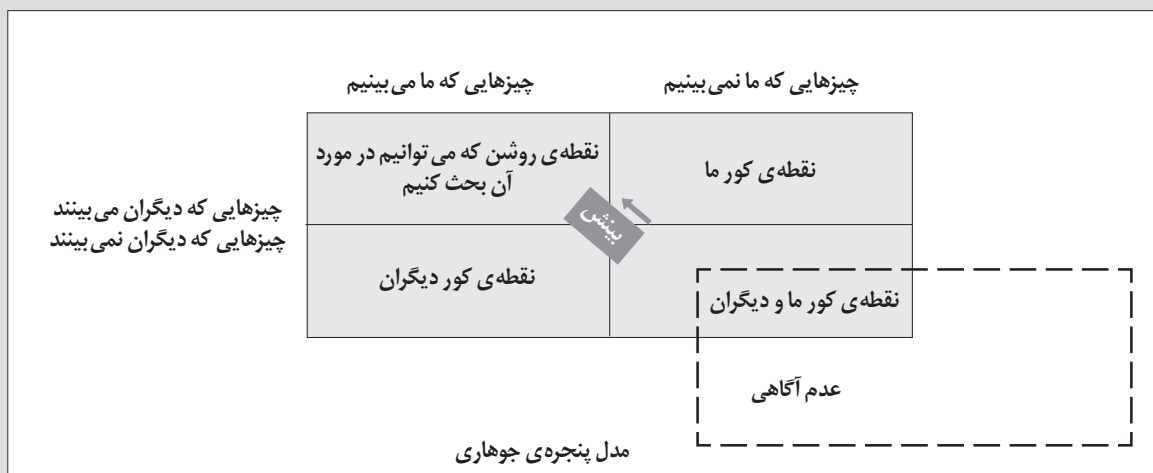
اگر جمعی را در نظر بگیریم که از ملیت‌های متفاوتی تشکیل شده باشند، در این جمع، معمولاً آمریکایی‌ها رک و صریح حرف می‌زنند، بلژیکی‌ها با درایت و تفکر بیشتر و در عین حال سیاست‌مداران‌تر عمل می‌کنند، و فرانسوی‌ها با تعمق و بدبینانه به تغییرها می‌نگرند. این رفتارها متأثر از فرهنگ هر کدام از این افراد است. عمل کردن تحت تأثیر فرهنگ خود، ممکن است ناخودآگاه باشد و یا حتی همکاران گروه، از آن اطلاعی نداشته باشند. هر اتفاقی که بیفتد، ناشی از نحوه‌ی رفتار هر یک از افراد است و امکان دارد، رابطه‌ها به سردی گراید. از این‌جا تفاوت‌های فرهنگی بروز می‌کنند.

تفاوت‌های فرهنگی، چه در سطح فراملی، چه در سطح ملی و چه در سطح جوامع کوچک و حتی در تک‌تک افراد به خوبی دیده می‌شود هر کدام از این فرهنگ‌ها ویژگی و هویت خاص خود را دارند. برنامه‌ریزان فرهنگی باید به این تفاوت‌ها دقت کنند و در برنامه‌ریزی‌های کلان مواظب باشند، شیوه‌نامه‌هایی صادر نکنند که با رفتارهای اجتماعی و یا زیربناهای فرهنگی آنان در تناقض باشد. رهبران و برنامه‌ریزان فرهنگی جامعه باید مراقب خطرات احتمالی و یا فرصت‌های از دست رفتنی در اثر نادیده گرفتن آثار فرهنگی باشند. اگر دقت کنیم، نه تنها فرهنگ دیگران را بهتر می‌شناسیم، بلکه آن‌ها را کنترل می‌کنیم و راه‌های متنوعی می‌یابیم تا به این تفاوت‌های ریشه‌دار پاسخ دهیم.

یکسان‌سازی فرهنگی در سطوح ملی و فراملی و به اصلاح امروزین، جهانی شدن فرهنگ، رویایی بیش نیست. در کدام یک از کشورها شاهد از بین رفتن هویت‌های قوی و مستحکم قومی و بومی بوده‌ایم که در اثر جهانی‌سازی قوت و قدرت خود را از دست داده باشند و در واقع رو به ضعف و در نهایت نابودی گذاشته باشند؟ اگر تغییر دیده شده است، تغییر در ظواهر بوده است. برای مثال، مد و آرایش، نمادی از این تغییرات ظاهری تلقی می‌شوند. حتی آنان که از این مدها و آرایش‌ها تبعیت می‌کنند، در درون و در عمق وجود خود به آن باور ندارند. از این منظر، جهانی‌سازی و جهانی شدن فرهنگ به معنای پدیدار شدن ظواهر فرهنگی کم‌عمق در شیوه‌های رفتاری افراد جامعه تلقی می‌شود و امری زیربنایی نخواهد بود.

در عین حال باید توجه داشت که این تغییرات نباید ما را از تغییر در محتوای فرهنگ‌ها به سمت فرهنگ خاصی غافل کند. فرهنگ چون با انسان سر و کار دارد و انسان نیز دائماً رو به تغییر و تحول گام برمی‌دارد، به طور دقیق و علمی می‌باید تحت نظارت و کنترل باشد. در غیر این صورت، امکان و تسهیلات لازم برای تأثیرگذاری در لایه‌های زیرین فراهم نمی‌شود و زیربناها به خطر خواهد افتاد. این جریان هم‌اکنون در بسیاری از کشورها در حال تحقق است. بدین معنا که برنامه‌ریزان فرهنگی اکنون توجه خود را از لایه‌های روین به لایه‌های زیرین معطوف کرده‌اند و با برنامه‌های بلندمدت و ریشه‌دار، قصد تغییر نگرش‌ها و ارزش‌های جوامع را دارند، تا بر اثر آن بتوانند، «هویت فرهنگی» اقوام و ملل گوناگون را به اضمحلال و نابودی بکشانند. آیا کشور ما این خطر بزرگ را درک می‌کند؟ آیا برنامه‌ریزان فرهنگی این خطر را واقعی تلقی می‌کنند و یا آن را موهوم می‌پندارند؟

نکته‌ی چهارم مبتنی بودن تغییرات فرهنگی بر زمان است. زمان در فرهنگ‌های گوناگون با دیدگاه‌ها و نگرش‌های متفاوتی بررسی می‌شود. در فرهنگ‌های انگلوساکسون و اروپای شمالی، زمان «یک‌بعدی» است و به صورت خطی جریان دارد. زمان دارای ابتدا و انتهای است که تنها حرکت رو به جلو در آن میسر است و سیر قهقرایی در آن دیده نمی‌شود. در این نگرش نیز باید از کمترین زمان استفاده کرد. جلسات را به موقع آغاز کرد و از زمان به بهترین و مؤثرترین شکل بهره برد. اما در فرهنگ‌های آمریکای لاتین و خاورمیانه، زمان ماهیتی نامحدود و غیر متوالی دارد. زمان اصطلاحاً «چندبعدی» است و قابل گسترش تلقی می‌شود. بنابراین، از آن برخورد مکانیکی و دقیق، در فرهنگ‌های خاورمیانه و آمریکای لاتین خبری نیست. به همین سبب در این دو نوع فرهنگ، وقت‌شناسی مفاهیم متعددی دارد. چرا که در نگرش اول، همه چیز برنامه‌ریزی شده و سر موقع و به اصطلاح CPM دقیق انجام



این حوزه به بعد، نقش برنامه ریزی فرهنگی به خوبی تبیین می شود. در برنامه ریزی فرهنگی کشور، سیاست گذاری های کلان چه به وسیله ی مردم و چه به وسیله ی دولت ها، ضرورتی تام دارد و نمی توان هیچ کدام از طرفین این معادله را حذف کرد. در این برنامه ریزی ها عمدتاً باید روی موضوعاتی تأکید کرد که «وفاق اکثریت» جامعه را فراهم سازند؛ موضوعاتی که برای توسعه ی فرهنگی و تحول اقتصادی فوق العاده اهمیت دارند. این موضوعات در سطح فرابخشی باید شکسته شوند و از طریق عملیاتی کردن آن ها با اجرای طرح ها، پروژه ها و سیاست های بخشی، از فرهنگ عنصری ملموس و قابل درک به دست آید. از این منظر باید تفاوت های فرهنگی را نیز کاملاً به رسمیت شناخت تا در قبال آن ها بتوان، یک «برنامه ریزی فرهنگی» جامع و مانع ارائه داد. و این میسر نیست مگر آن که جامعه و به ویژه فرهنگ سازان دست به مشارکت، بحث و گفت و گو، و خلق فکر و اندیشه های زیربنایی بزنند تا دولت و ملت بتوانند، برنامه ها را در سطح ایده و نظر و هم چنین در سطوح اجرایی تحقق بخشند.

دنیای امروز می خواهد این واقعیت روشن را در پرده ای از ابهام و تردید فروبرد. زیرا این دنیا و سردمدارانش در اصل، هویت فرهنگی خود را نشناخته اند و دچار نوعی «گمگشتگی فرهنگی» هستند. و چون خود را به درستی نمی شناسند، دیگران را نیز نمی بینند و یا قصد دارند، به نوعی «همسان سازی» و یا «هم سازی» دست بزنند. شاید بتوان از این منظر جهانی سازی را نوعی بی هویتی تلقی کرد که قدرتمندان و زورمداران بی هویت در پی تحقق آن در کوهی خاکی اند. در واقع، دنیای غرب به نوعی «گمگشتگی فرهنگی» دچار شده است که چاره ی آن را در محو و نابودی سایر فرهنگ ها و یا نادیده گرفتن تفاوت های فرهنگی دیده است. اگر از این زاویه به مسئله بنگریم، دنیای غرب را با «بحران هویت فرهنگی» درگیر می بینیم. اکنون بزرگ ترین مشکل دنیای غرب «بحران هویت فرهنگی» است که باعث شده، درصدد تسلط بر دیگران برآید تا هویت آن ها را نفی و برای خود هویتی دیگر تعریف کند.

اما فراسوی همه ی این دیدگاه ها، تاریخ نشان داده است که تفاوت های فرهنگی وجود داشته و دارند و هیچ کس قادر نیست آن ها را از اذهان ملت ها پاک کند. در برنامه ریزی های فرهنگی دقیقاً این تفاوت ها باید در نظر گرفته شوند تا به باورها و بینش های اصیل فرهنگی لطمه ای وارد نشود. در غیر این صورت، «بحران اجتماعی» دامن زده خواهد شد که به سادگی قابل کنترل نخواهد بود.

#### نتیجه

جامعه ی اسلامی ما نیاز دارد تا براساس نقشه ی مهندسی شده ای حرکت کند تا بتواند در نظام جهانی به درستی تأثیرگذار باشد. این امر میسر نیست، مگر آن که با مهندسی فرهنگی قرین باشد. مهندسی فرهنگی در واقع انطباق و عملیاتی کردن محتوا برای جامعه است. پس ابتدا می باید زیرساخت ها، ساختار و نماد فرهنگ در رابطه ای تعاملی قرار گیرند و سپس شاخص های آن ها تعیین و برای دست یابی به نقشه ی کامل، تعادل سازی شود. از

#### زیر نویس:

##### 1. Johari Window

#### کتابنامه:

۱. شنایدر، سوزان سی و پارسو، ژان لویی. مدیریت در پهنه ی فرهنگ ها. ترجمه ی دکتر سید محمد اعرابی. انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی. تهران. ۱۳۸۳.
۲. اجلالی، دکتر محمد و اکبری، دکتر محمدعلی. مجموعه مقالات جامعه و فرهنگ.
۳. قراملکی احد، دکتر فرامرز. روش شناسی مطالعات دینی. دانشگاه علوم اسلامی رضوی. مشهد. ۱۳۸۵.
۴. اینگهارت، رونالد. تحول فرهنگی در جامعه ی پیشرفته صنعتی. ترجمه ی مریم وتر. انتشارات علمی فرهنگی. تهران. ۱۳۷۹.
۵. خادم، امیررضا و علیزاده، اسماعیل. مدیریت راهبردی فرهنگ. چالش های برنامه ریزی فرهنگی در ایران (ج ۳). مجموعه مقالات اولین همایش ملی مهندسی فرهنگی. تهران. ۱۳۸۶.

6. Kim. B. S. K. Yang. P. H... cultural value similarities and differences among Asian American ethnic groups Cultural Diversity and Ethnic Minority psychology, 7.