

در جستجوی «فرهنگسازی»



«فرهنگسازی» برای گوش ایرانیان واژه‌ای آشناست که این روزها هر جا سخن از لزوم آن به میان می‌آید یعنی يك جاي کار می‌لنگد! این عبارت که در معنای خاص و کاربردی آن به کار می‌رود و در کلام مسوولان بسیار شنیده می‌شود قرار است مشکلات قدیمی و نوظهور را در حوزه‌های مختلف حل کند.

جام جم آنلاین: #171 فرهنگسازی» برای گوش ایرانیان واژه‌ای آشناست که این روزها هر جا سخن از لزوم آن به میان می‌آید یعنی يك جاي کار می‌لنگد! این عبارت که در معنای خاص و کاربردی آن به کار می‌رود و در کلام مسوولان بسیار شنیده می‌شود قرار است مشکلات قدیمی و نوظهور را در حوزه‌های مختلف حل کند.

در حقیقت اصلاح وضعیت، کاهش آسیب‌ها و هزینه‌ها و دستیابی به استانداردهای ضروری در زمینه‌های بسیار متنوعی از ایمنی گرفته تا شوون شهروندی، رفتارهای شخصی و خانوادگی، پذیرش شیوه‌های نوین انجام کار، استفاده از تکنولوژی‌های مدرن، اعتماد و مشارکت در طرح‌های خرد و کلان اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و ... به فرهنگسازی در آن حوزه مشخص منوط می‌شود. بنا به تجربه نیز دم زدن مکرر از آن، راه به جایی نمی‌برد و شعار فرهنگسازی همواره مثل سنگی بزرگ علامت زدن است. اصلاح بسیاری از امور، معطل تحقق فرهنگسازی برای آن مانده و آنچه عملاً دیده و احساس می‌شود استمرار نارسایی‌های فرهنگی و رفتاری است و بس.

يك نمونه وضعیت رانندگی در کشورمان است که طی چند دهه معرف يك خلاء عمده ایمنی محسوب می‌شود و هر ماه چند هزار کشته و مجروح به جا می‌گذارد. تحمیل هزینه‌های سنگین مالی و معنوی بر جامعه توسط رانندگی نایمن در شرایطی است که حتی برای رعایت اصول ساده و ابتدایی فرهنگ رانندگی نظیر استفاده از کمربند ایمنی با مشکلات جدی مواجهیم.

ریشه مشکل کجاست؟

حال باید پرسید مشکل از کجاست و فرهنگسازی که خود نماد عزم و تلاش برای کاهش نارسایی‌ها محسوب می‌شود با چه آسیب‌هایی دست و پنجه نرم می‌کند؟ در این نوشتار به برخی ضعف‌های عمده و تاثیرگذار این حوزه پرداخته‌ایم:

ناهماهنگی عوامل فرهنگساز

از دیدگاه جامعه‌شناسی، آگاهی بخشی، اعمال ضوابط و بسترسازی؛ اضلاع مثلث فرهنگسازی در حوزه‌های خرد و کلان حیات امروزی به شمار می‌رود. بنا به پیچیدگی زندگی آمیخته با مدرنیته و ابزارهای نوین، پیشبرد همزمان 3 شاخص گفته شده به تعامل در سطوح کلان و میان‌بخشی جوامع انسانی نیاز دارد و بالطبع يك نهاد مشخص نمی‌تواند در يك حوزه خاص به همه این موارد بپردازد، به همین دلیل دشواری این تعامل و تعادل در جامعه، اغلب به افراط و تفریط منجر می‌شود.

گاهی به شیوه دستوری مقررات و ضوابطی اعمال می‌شود و از 2 ضلع دیگر مثلث خبری نیست. برای نمونه تظاهر به بستن کمربند ایمنی برای فرار از جریمه که از ضعف آگاهی‌بخشی حکایت دارد، در مقابل گاهی آگاهی‌بخشی فاز اول و آخر فرآیند فرهنگسازی تلقی می‌شود. برای مثال اطلاع‌رسانی به والدین درباره مضرات دسترسی بدون محدودیت کودکان و نوجوانان به اینترنت که فقط نگرانی آنان را موجب می‌شود و از ابزارهای تسهیل‌گر برای نظارت نظیر نرم‌افزارهای فیلترینگ، ارائه آموزش‌های ابتدایی برای معنادار شدن نظارت بزرگسالان بر فضای سایبری و... خبری نیست. از این فرهنگسازی می‌توان به فرهنگسازی بروشوری! تعبیر کرد که مجریانش صرفاً از طریق پراکندن اطلاعات به پیشبرد فرهنگ رفتاری در يك حوزه مشخص امیدوارند. مصداق فرهنگسازی مبتنی بر بستر سازی و تسهیل‌گری صرف نیز که اغلب به سوءاستفاده می‌انجامد، در اجرای طرح کتاب اتوبوس قابل مشاهده است. فراموش نمی‌کنیم که تملک غیرقانونی کتاب‌های داخل اتوبوس توسط مسافران آخر سر به متوقف ماندن این طرح ارزشمند منجر شد. در حقیقت عدم هماهنگی در پیشبرد متعادل اضلاع مثلث فرهنگسازی در کوتاه یا بلندمدت ناکام ماندن تلاش‌ها را در پی دارد و در حالت بدتر به سابقه‌ای ضدفرهنگی در يك حوزه مشخص تبدیل می‌شود. البته چنین وضعی در ساختارهای فرهنگی، اجتماعی، اداری و رفتاری جامعه هم علت سایر نارسایی‌های فرهنگسازی است و هم خود معلول نقص‌های جدی در این حوزه محسوب می‌شود.

جاي خالي مهندسي فرهنگي

از دیدگاه کلان، مهندسی فرهنگی جامعه علاوه بر آشکار کردن نقایص، راهکارهای مدیرانه‌ای برای جلوگیری از کم‌کاری، اضافه‌کاری و موازی‌کاری پیش‌رو می‌گذارد، طرح و برنامه و زمان مشخصی برای اصلاح بسترهای فرهنگی پدید می‌آورد، اهداف و چشم‌اندازها را روشن می‌کند و از همه مهم‌تر وظایف پایگاه‌های فرهنگی مقبول، نظیر رسانه‌ها و مراکز فرهنگی محلی، منطقه‌ای، شهری و ملی را تعیین می‌سازد. با این حال مهندسی فرهنگی در جامعه ما مفهومی تازه است که متأسفانه حتی نمی‌توان ادعا کرد در گام‌های

نخستین به سر می‌برد. در تلاش‌هایی که نهادهای مختلفی برای گرفتن گوشه‌ای از کار یا آغاز تبیین و راهبردی مهندسی فرهنگی انجام می‌دهند، ضعف‌هایی اساسی نظیر کلی‌گویی، اغراق، عدم توجه به واقعیت‌های موجود و نیازهای رو به گسترش اقشار مختلف جامعه بویژه جوانان، اجرایی نبودن، مبهم‌گویی در نقش‌ها و مسوولیت‌ها، جامع نبودن، ضابطه‌مند نبودن و... مشاهده می‌شود.

درباره نادیده گرفتن واقعیت‌ها گاهی با مطالعه منشور فرهنگی برخی نهادهای متولی و تاثیرگذار این حوزه به نظر می‌رسد مفاد آن براساس سلیقه شخصی و گروهی یا برای خوشایند مسوولان بالادستی تنظیم شده نه برای اجرا در جامعه. از دیگر ایرادات ساختاری که شکل‌گیری یک مهندسی فرهنگی کارآمد و معنادار را دشوار و حتی غیرممکن می‌سازد می‌توان به نداشتن قابلیت اجرایی بلندمدت اشاره کرد. در شرایطی که با تغییر دولت‌ها، وزرا، مسوولان فرهنگی و... دیدگاه‌های فرهنگی حاکم فرومی‌ریزد و تغییر می‌کند و گاه به ضد آنچه بود، تبدیل می‌شود. مهندسی فرهنگی امنیت اجرایی ندارد و شکل‌گیری آن نیز در هاله‌ای از ابهام قرار می‌گیرد. بالطبع جامعه‌ای که در سطوح کلان از مهندسی فرهنگی کارآمد و ظرفیت‌های انعطاف‌پذیر حاصل از آن بی‌بهره باشد برای فرهنگسازی در حوزه‌های مختلف اجتماعی و رفتاری نیز بازمی‌ماند.

ورود تکنولوژی‌های مدرن و تاثیرگذار به زندگی افراد جامعه که گاه نداشتن فرهنگ صحیح استفاده گسترده از آن آسیب‌زا است و مسائلی نظیر تهاجم فرهنگی را هم به این مشکلات اضافه کنید تا معلوم شود نداشتن مهندسی فرهنگی کارآمد چگونه جامعه‌ای را بی‌دفاع می‌کند و در معرض انواع حمله‌ها و دشواری‌ها قرار می‌دهد. موضوع دیگر رعایت حریم‌هاست.

نکته: از دیدگاه جامعه‌شناسی، آگاهی بخشی، اعمال ضوابط و بسترسازی؛ اضلاع مثلث فرهنگسازی در حوزه‌های خرد و کلان حیات امروزی به شمار می‌رود

اینجاست که باید به قول معروف زیرپوستی و با زیرکی عمل کرد و اندیشید، از کنش‌های ناملایم و کوبنده پرهیز داشت و راهکارهای فرهنگی را به گونه‌ای مطرح کرد و پیش برد که موضعگیری جامعه و گروه‌های هدف را موجب نشود. گاهی فرهنگسازی به شیوه نامناسبی معرفی می‌شود یا اقدامات عملی و نتایج آنها به گونه‌ای است که جامعه آن را دخالت در امور شخصی و خصوصی تلقی می‌کند. اگرچه در برخی موارد متولیان فرهنگی با چراغ سبز گروه‌های مختلف جامعه مواجه می‌شوند، اما اگر فرهنگسازی دخالتی در حقوق فردی یا خصوصی تلقی شود در عمل توفیقی نخواهد داشت.

اقدامات دیر و کم

آسیب‌شناسی فرهنگسازی در کشورهای در حال توسعه از جایگاه دست‌چندی فرهنگی در این جوامع حکایت دارد. در حقیقت هنگامی که یک جامعه با علائم فیزیکی مدرنیته، ساخت و ساز و دگرگونی‌های ساختاری مواجه است متولیان و دست‌اندرکاران بخش‌های کلان، مسائل فرهنگی را فاقد اولویت می‌پندارند و آن را مکملی بر پیشرفت و توسعه می‌دانند. از افراط و تفریط‌ها در این حوزه که بگذریم در چنین شرایطی جامعه به نوعی بیماری دچار می‌شود که علائم آن کاهش قدرت نخبگان در ارائه روش‌های فرهنگی برای اصلاح حوزه‌های مختلف، بحران‌های فرهنگی و رفتاری، سردرگمی افراد جامعه در مواجهه با تغییرات و تلاش‌های ناکام برای فرهنگسازی پس از وقوع و پرنگ‌شدن نارسایی‌هاست.

در چنین جوامعی تذکرات و هشدارهای کارشناسان و نخبگان درباره حوزه‌های مختلف زندگی نادیده گرفته می‌شود و مسوولان اجرایی و فرهنگی که امکانات و توانایی اقدام دارند تنها پس از وقوع فجایع، متقاعد می‌شوند که عکس‌العمل فرهنگی نشان دهند یا حتی درباره یک موضوع، اطلاع‌رسانی کنند. بنا به تجربه، اقدامات برای فرهنگسازی در این جوامع دیر و کم است. استفاده نامناسب از تلفن‌های همراه دوربین‌دار، ارتباطات مجازی و ماهواره به همراه مسائلی نظیر رواج شرکت‌های هرمی، رویای یک شبه پولدار شدن، رفاه‌طلبی، فاصله نسل‌ها، تخریب اموال عمومی، تجمل‌گرایی، مدپرستی و... نمونه‌هایی از این نوع در جامعه ما است.

بازتولید الگوها و نظارت

ارائه الگوهای مناسب و کارآمد نه آغاز فرهنگسازی است و نه پایان آن، اما ویتیرینی برای نمایش توانایی متولیان فرهنگسازی محسوب می‌شود. دکتر هاشم مهدوی، روان‌شناسی بالینی و آسیب‌شناسی اجتماعی، الگوسازی را یکی از مراحل فرهنگسازی در هر حوزه‌ای می‌داند و در این باره توضیح می‌دهد: «؛ الگوسازی فرآیندی پیچیده و نیازمند تعامل پویا میان بخش‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی است. الگوسازی در هر زمینه‌ای پس از آن که نیازمند شناسایی و معرفی افراد باشد، به تولید محصولات فرهنگی احتیاج دارد، چرا که در دنیای امروز سلطه رسانه‌ها می‌تواند الگوهای مجازی اما تاثیرگذار از یک شخصیت سینمایی، نمایشی، داستانی یا حتی کارتونی آفریده و عرضه کند. این الگوها نیازمند بازتولید مکرر هستند و مطابق شرایط حاکم بر جامعه خلق می‌شوند.

مهم‌ترین ویژگی الگوهای خودساخته، توانایی تطبیق آنها با خلیات، سلیق و علایق گروه‌های هدف است به گونه‌ای که همذات‌پنداری را در پی داشته باشد. مخاطب باید الگو را نه پایین‌تر و نه بالاتر از خود بیندازد و طوری خود را به آن وصل کند که

بگوید اگر او می‌تواند من هم می‌توانم و اگر او این کار را می‌کند، من هم باید چنین کاری انجام دهم.»

وی در ادامه می‌افزاید: «#171؛ برخی الگوها نیز خودخوانده هستند. یعنی بدون آن که برنامه‌ای برای معرفی آنان وجود داشته باشد به جامعه معرفی می‌شوند و بر رفتارها و واکنش‌های فرهنگی تأثیر می‌گذارند. در این باره باید راهکارهایی برای استفاده از این ظرفیت موجود یافت.»

یک نمونه، فوتبالیست‌ها هستند که رفتار و گفتار آنان خواه ناخواه بر ذهن و روان افشار مختلف جامعه بویژه جوانان و نوجوانان تأثیرگذار است و می‌توانند به رفتارها جهت بدهند. این تأثیرگذاری به حدی است که حتی برای تبلیغ کالاها از آنان استفاده می‌شود.

هنگامی که برنامه‌ای کلان برای راهبری فرهنگسازي وجود داشته باشد این گروه‌های تأثیرگذار به حال خود رها نمی‌شوند و برای مثال در اغلب باشگاه‌های معتبر اروپایی هنگام قرارداد از بازیکنان درباره رفتارهایشان تعهد می‌گیرند. نوشیدن مشروبات الکلی، مصرف انواع مخدر، توهین لفظی و بدنی در زمین بازی، مصاحبه‌های نامعقول و حتی بدلباسی و شب‌زنده‌داری، مسائلی هستند که با جریمه انضباطی مواجه می‌شوند و اغلب وکیل باشگاه بازیکن را در این باره و همچنین سایر هنجارهای فرهنگی و ورزشی وضع شده توسط مدیران باشگاه، توجیه می‌کند.»

متولیان فرهنگسازي زیر ذره‌بین

دکتر مهدوی متولیان فرهنگسازي را هم الگوهای تأثیرگذار معرفی می‌کند و می‌گوید: «#171؛ هنگامی که فردی درباره اصلاح فرهنگی در یک حوزه مشخص صحبت می‌کند مخاطبان پیش از هر چیز می‌پرسند آیا وی به گفته‌هایش عمل می‌کند و اصلاً به آنچه می‌گوید اعتقاد دارد؟»

برای مثال هنگامی که مسوولی درباره فرهنگ استفاده از وسایل نقلیه عمومی سخن می‌گوید و تبلیغ می‌کند مخاطب از خود می‌پرسد آیا آن که سفارش می‌کند خود حاضر است از خودروی شخصی‌اش دل بکند و اتوبوس سوار شود؟ یا کسی که علیه رفاه‌طلبی سخنرانی می‌کند خودش ساده‌زیست است؟

در چنین شرایطی متولیان فرهنگی و مجربان آن خود به جریانی ضدفرهنگی دامن می‌زنند و به تبلیغی علیه آنچه در نظر دارند تبدیل می‌شوند. فرهنگسازي در هر زمینه‌ای نیازمند همگرایی، ایجاد انگیزه و باورپذیری است و گاهی مجربان آن مهم‌ترین الگوهایش به شمار می‌روند.

اگر جوامع را به 3 گروه فرهنگ‌پذیر، فرهنگ‌زده و فرهنگساز تقسیم کنیم تعمیم الگوهای ضدفرهنگی که تأثیر منفی دارند به کل مقوله فرهنگ در حوزه‌های مختلف به تدریج جامعه را به درد فرهنگ‌زدگی دچار می‌کند و این یک بیماری مخرب و واگیردار نسلی است.»

امین رحیمی / جام‌جم