

## فرهنگ عمومی و صنعت فرهنگی

□ اندیشگاه تحلیلگران فناوری نوین شریف  
با همکاری شبکه تحلیلگران تکنولوژی ایران و دبیرخانه فرهنگ عمومی کشور

مقوله‌های گوناگون فرهنگ می‌توان این نکات ضعف و قوت را بدست آورد. با طراحی یک الگوی کلی جهت بهبود وضعیت جامعه و فرهنگ عمومی، می‌توان به بهبود این نقاط ضعف پرداخت. در این زمینه ابزار مناسب، ابزار صنعت فرهنگی خواهد بود.

۱- از فرهنگ عمومی و ایجاد معیارهای شایسته در آن می‌توان به گسترش صنعت فرهنگی در جامعه کمک کرد.  
۲- با مطالعه در فرهنگ عمومی و شناخت گوهرهای ناب آن می‌توان آنها را در محصولات ایجاد شده توسط صنعت فرهنگی جا داد. در واقع فرهنگ عمومی حکم منبع اولیه برای محصولات صنعت فرهنگی را دارد.

فرهنگ پایدارترین بخش جامعه است.  
فرهنگ دارای عناصر مثبت و منفی است.

تقسیم‌بندی فرهنگ: برای شناخت بهتر فرهنگ می‌توان آن را به بخش‌های کوچکتری تقسیم‌بندی کرد:

۱. فرهنگ عامه
۲. فرهنگ توده‌ها
۳. فرهنگ آرمانی
۴. فرهنگ صنعتی
۵. فرهنگ عمومی

### فرهنگ عمومی و صنعت فرهنگی فرهنگ چیست؟

فرهنگ نیز مانند بسیاری از کلمات مشابه انتزاعی دارای معانی و تعبیرات گوناگونی است. در طی دوره‌های مختلف دنیا، این کلمه به یک مفهوم خاص دلالت دارد که از نظر همسانی با سایر موارد استعمال تفاوت‌هایی داشته است. این دلالت به موارد گوناگون، موجب ابهام در به‌کارگیری کلمه شده است. هرچند به نظر می‌رسد که روشن کردن و توافق بر سر معنی و مفهوم این کلمه‌ی پرکاربرد و اهمیت، تقریباً غیرممکن است. حال به ارائه چند تعریف در زیر می‌پردازیم:

- ۱- فرهنگ لغات آکادمی فرانسه (۱۷۶۲): فرهنگ مراقبتی برای هنر و روح است.
- ۲- «تیکر» در کتاب پژوهش‌هایی در تاریخ ابتدایی نوع بشر (۱۸۷۱) فرهنگ را چنین تعریف می‌کند: فرهنگ عبارت است از آگاهی،

تعریف فرهنگ عمومی: مجموعه‌ای از عملکردها و نحوه‌ی رفتار افراد در برابر گرایش‌های عقیدتی، سیاسی، اجتماعی، مذهبی و اقتصادی است که به نوع تربیت با توجه به جنبه‌های فردی و اجتماعی آن بستگی دارد.

معیارهای فرهنگ عمومی: معیارها در فرهنگ عمومی بخشی مهم و مؤثرند. این معیارها بر پایه‌ی ارزش‌ها و باورها و بینش‌های موجود قرار دارند؛ و می‌توان ارزش‌ها و بینش‌های جامعه را به واسطه تغییر داد. این معیارها را می‌توان در زندگی روزمره به سادگی تشخیص داد، ولی عمق تأثیرگذاری آنها در جامعه بسیار زیاد است.

این معیارها در جامعه به صور گوناگون نفوذ دارند، به صورت سنت‌ها و رسوم، عقاید و نظرگاه‌ها، ارزش‌ها، مدهای روز و قوانین و مقررات. تعریف صنعت فرهنگی: از ابزارهای صنعت فرهنگی می‌توان در جهت بهبود و اعتلای فرهنگ عمومی جامعه استفاده نمود. با جستن در

اعتقادات، هنر، اخلاق، آداب و تمام امکانات و تجارب بدست آمده‌ی انسان که همانند عضوی از جامعه تلقی می‌شود.

۳- فرهنگ در رابطه با هر گروه انسانی متشکل از دو نفر یا بیشتر که اعضای آن را الگوهای مشترک رفتاری که در اجتماع قابل دریافت و انتقال هست، مطرح می‌شود.

۴- «فرهنگ عبارت است از الگوهای رفتاری، اعم از عینی و ضمنی که توسط علائم و سمبل‌های مختلف انتقال می‌یابد و میراث ویژه‌ی گروه‌های بشری، از جمله دستاوردهای فکری و ساخته‌های فیزیکی آنها را تشکیل می‌دهد. هسته‌ی اساسی فرهنگ از عقاید سنتی و به خصوص ارزش‌های مرتبط با آن تشکیل یافته است. سیستم‌های فرهنگی را از یکسو می‌توان نتیجه‌ی تلاش انسان‌ها در گذشته و از سوی دیگر به عنوان عامل و راهنمای تلاش آنها در آینده دانست.»

چنانکه ملاحظه می‌شود، تنوع و گوناگونی فراوانی در تعریف کلمه‌ی فرهنگ وجود دارد؛ البته باید گفت که هر یک از این تعاریف از جهتی به مفهوم فرهنگ نزدیک شده و به جنبه‌ای از فرهنگ توجه کرده‌اند، حال چه باید کرد؟

به هر طریق واضح است که برای جلو بردن بحث، احتیاج به یک تعریف نسبتاً جامع و مانع داریم تا بتوانیم از مزایای یک تعریف خوب، استفاده نماییم و بهتر است بحث‌های گسترده‌تر و موشکافی‌های بیشتر را به فرصت و مقاله‌ای دیگر واگذار کنیم.

به نظر می‌آید که در تعریف فرهنگ، عناصر زیر جزء نکات مهم و قابل توجهی هستند که در اکثر تعاریف به آنها اشاره شده است:

ویژگی ۱: فرهنگ یک امر معنوی است. امری است که در رفتارها، نگرش‌ها، برخوردها و سایر شئون افراد جامعه، متجلی می‌شود.

ویژگی ۲: فرهنگ یک امر اجتماعی است. نمی‌توان فرهنگ را به یک فرد خاص نسبت داد.

ویژگی ۳: فرهنگ یک امر سیال است و قابلیت رشد و ارتقاء یا انحطاط و ابتذال دارد.

ویژگی ۴: مفهوم فرهنگ به خودی خود، بار ارزشی ندارد، تنها با افراد است که می‌توان آن را موجود پنداشت.

ویژگی ۵: فرهنگ یک امر قطعی و خلق‌الساعه نیست، ضمن این‌که تغییرپذیر است، جنبه‌ی میراثی آن بسیار بارز و قوی است.

ویژگی ۶: فرهنگ پایدارترین بخش جامعه است و هرگز نمی‌توان آن را در عرض یک شب تغییر داد.

ویژگی ۷: فرهنگ یک امر تحقق یافته است.

ویژگی ۸: فرهنگ دارای عناصر متفاوتی است که هرکدام ممکن است بار مثبت یا منفی داشته باشد.

ویژگی‌های بالا هر چند انبوه است، ولی برای پرداختن به امر فرهنگ لازم است؛ هر چند بر سر درست بودن برخی ویژگی‌ها، اختلافاتی نیز وجود دارد.

چنانکه در ابتدا نیز خاطر نشان شد، این کلمات به دلیل استعمال در موقعیت‌های گوناگون ذاتاً دارای معنای دقیقی نیستند. (می‌توان آنها را جزء مفاهیم ابری طبقه‌بندی کرد.) اما علاقمندان می‌توانند در جهت مطالعه‌ی دقیق‌تر و دستیابی به تعاریف و تجزیه و تحلیل‌های بیشتر به مقالات و کتاب‌های مرتبط در این زمینه مراجعه کنند.

علی‌رغم پیچیدگی، می‌توان با بررسی و کنکاش در تعاریف و ویژگی‌های منسوب به فرهنگ، به نکات ارزشمندی دست یافت، یک سری از نکات کلیدی مفید و پرکاربرد عبارتند از:

۱- فرهنگ هر جامعه‌ای، لاجرم دستخوش تغییرات و دگرگونی‌هایی می‌باشد که ممکن است، در مجموع جهت مثبت یا منفی داشته باشد.

۲- این تغییرات تصادفی و بدون علت نیستند و می‌توان علت‌ها را با تحلیل و بررسی عمیق بدست آورد و از آنها درس آموخت.

۳- مردم، دولت، برنامه‌ریزان فرهنگی و کانون‌های تأثیرگذار فرهنگی هر یک نقشی در جهت‌گیری‌های فرهنگی دارند، که باید میزان وسعت این نقش و اثردهی آن را تشخیص داد و به صورت مثبت از آن استفاده کرد.

۴- نقش‌های بالا را اگر بتوان آگاهانه و با اراده ایجاد کرد، بسیار موفقیت‌آمیز خواهد بود، اما نکته‌ی مهم‌تر، هدف و الگوی رسیدن به آن است. اگر هدف و الگوی رسیدن به آن مشخص شده باشد، قطعاً سرعت تغییرات بیشتر و از دوباره‌کاری‌ها و سردرگمی‌ها جلوگیری خواهد شد.

فرهنگ، مرکب از قسمت‌های گوناگون می‌باشد، که در ادامه به تعدادی از آنها اشاره می‌شود.

۱- فرهنگ عامه: (Folklore)، (دانش مردم) دانشی را می‌رساند که به مطالعه‌ی ابعاد سنتی یک جامعه می‌پردازد و در مواقع شاخه‌ای از جامعه‌شناسی است.

۲- فرهنگ توده‌ها: (mass culture) عبارت است از جهان‌بینی، شکل ارزش‌گذاری حیات، ایدئولوژی غالب در زندگی و به طور کلی تمامی محتوای روانی ناشی از کاربرد وسیع و تعیین‌کننده‌ی وسایل ارتباط جمعی.

۳- فرهنگ آرمانی: فرهنگ آرمانی نوعی از فرهنگ است که رسماً در یک جامعه پذیرفته شده است و الگوی رسمی رفتار تلقی می‌شود.

۴- فرهنگ واقعی: به نشان چیزی اطلاق می‌شود که مردم عملاً انجام می‌دهند.

۵- فرهنگ عمومی: مجموعه پاسخی که هر جامعه‌ای برای مسائل گوناگون خود پیدا می‌کند که یا مبتنی بر تجربه‌ی نسل‌های گذشته است و یا از طریق دستیابی به توانایی‌ها و ذخیره‌های تازه حاصل می‌شود.

## فرهنگ عمومی

«آن نکته‌ای که به نظر من خیلی مهم است، این نکته است که متن فرهنگ اسلامی را، فرهنگ کشور را که حالا شورای عالی انقلاب فرهنگی هدف‌های آن را تعقیب می‌کند، منحصر نکنیم به فرهنگ آموزشی، تحصیلی، کلاسی و مدرسه‌ای؛ بلکه یک بخشی از این فرهنگ، فرهنگ عمومی است.»

«مقام معظم رهبری»

## فرهنگ عمومی چیست؟

به نظر می‌آید ابهام این کلمه هرچند کاربرد محدودتر و جدیدتری نسبت به فرهنگ دارد، کمتر از آن نیست. در بخش قبلی، تقریباً تعریفی از فرهنگ عمومی ارائه شد. این امر به خاطر جلوگیری از ابهامی بود که ممکن بود حاصل شود. در زیر نمونه‌هایی از تعریف‌هایی که توسط پژوهشگران در مقالات مرتبط با فرهنگ عمومی آمده است را مرور می‌کنیم:

- فرهنگ عمومی، عبارت است از مجموعه پاسخ‌هایی که هر جامعه برای مسائل گوناگون پیدا می‌کند که یا بر تجربه نسل‌های گذشته مبتنی است و یا از طریق دستیابی به توانایی‌ها و ذخیره‌های تازه حاصل می‌شود.

- فرهنگ عمومی، مقوله‌ای است شامل تمام فعالیت‌های مبنی بر اندیشه و عادت که در جهت برآوردن نیازهای بشری، بسته به انواع جوامع از نظر تاریخی، سیاسی، اقتصادی و مذهبی رفتارهای عمومی مردم را شکل می‌دهد.

- فرهنگ عمومی، مجموعه‌ای از عملکردها و نحوه‌ی رفتار افراد در برابر گرایش‌های عقیدتی، سیاسی، اجتماعی، مذهبی و اقتصادی است که به نوع تربیت با توجه به جنبه‌های فردی و اجتماعی آن بستگی دارد.

- فرهنگ عمومی، کمال مطلوب فرهنگی است که همه‌ی نیازهای انسان با محیط سازگار و با مقتضیان زمان وفاق می‌یابد.

- فرهنگ عمومی، عبارت است از رفتار عمومی جامعه که جلوه‌های عینی آن قابل رؤیت باشد.

ملاحظه می‌شود که اگرچه تعاریف تا اندازه‌ای نزدیک به یکدیگرند، اما باز اختلافاتی در میان آنها دیده می‌شود. به نظر می‌آید شیوه‌ای که در مواجهه با مفهوم فرهنگ به کار بستیم، در اینجا نیز می‌تواند تا اندازه‌ای راهگشا باشد.

## ویژگی‌های فرهنگ عمومی

فرهنگ عمومی دارای ویژگی‌هایی زیر است:

ویژگی ۱- فرهنگ عمومی از رفتارهای عمومی مردم تأثیر

می‌پذیرد.

ویژگی ۲- در ایجاد فرهنگ عمومی، عامه مردم نقش اساسی دارد. ویژگی ۳- فرهنگ عمومی، از ظواهر و مظاهر فرهنگی جامعه که در معرض عموم است شکل گرفته است.

ویژگی ۴- فرهنگ عمومی دارای مؤلفه‌هایی از فرهنگ است که تأثیر عام و فراگیر دارد و شامل عناصری است که بین تمام افراد جامعه در هر خرده‌فرهنگی یکسان است.

به نظر می‌آید تأکید بر عنصر مشترک فرهنگی در تعریف و یا توصیف فرهنگ عمومی تا حدی راهگشا باشد. هرچند، این عبارت دارای همپوشانی‌های فراوانی با سایر اجزاء دیده شده در فرهنگ باشد. به هر حال با توجه به موارد ذکر شده، لزوم بحث بیشتر و روشن کردن مفهوم درباره‌ی این عبارت، احساس می‌شود.

در هر جامعه‌ای مردم برای رفع و رجوع امور زندگی خود راه‌هایی برمی‌گزینند، این گزینش به شدت تحت تأثیر فرهنگ عمومی قرار دارد. به عبارت دیگر جو و محیط فرهنگی جامعه است که به ما می‌آموزد، چگونه در مواجهه با شرایط مختلف رفتار خود را تنظیم نماییم و چگونه مسائل اجتماعی - اقتصادی خود را حل و نیازهای مادی و معنوی خود را برطرف کنیم.

## معیارهای فرهنگ عمومی

معیارها مهمترین و مؤثرترین بخش فرهنگ عمومی یک جامعه هستند؛ چراکه از طرفی بر پایه‌ی ارزش‌ها و باورها و بینش‌های موجود قرار گرفته و از طرف دیگر به واسطه‌ی رواجشان در سطح جامعه، ارزش‌ها، باورها و بینش‌های تازه‌ای می‌سازند. باید توجه داشت که معیارها تأثیرات تعیین کننده‌ای نه تنها بر رفتار و کردار روزمره می‌گذارند، بلکه در جهت تأیید و تقویت، یا چشم‌پوشی و تضعیف ارزش‌ها و اعتقادات و سایر بخش‌های فرهنگی نیز عمل می‌کنند. این معیارها هرگز به صورت رسمی و ظاهری بیان و تعیین نشده‌اند، بلکه در ذهن و ضمیر اعضای یک جامعه‌ی فرهنگی به صورت ایده‌هایی وجود دارند که وجودشان در رفتار مردم تجلی می‌یابند.

وجود معیارهای فرهنگی در زندگی اجتماعی لازم به نظر می‌آید. این معیارها به یکپارچگی و استحکام جامعه کمک می‌کنند و روابط بین اعضاء را تنظیم می‌کنند. با اندکی توجه در زندگی روزمره می‌توان حضور این معیارها را تشخیص داد. اما در مورد عمق تأثیرگذاری آنها، کمتر آگاهی وجود دارد. حتی به نظر می‌رسد بسیاری از رفتارهای موجود در جامعه که به نظر ما جزء ذات بشر است و تغییر آن ناممکن است، از همین گونه معیارها سرچشمه می‌گیرد که می‌توان با تشخیص درست، به تغییر آنها پرداخت.

به همین ترتیب اگر در یک جامعه‌ای معیارهای برای ارزیابی وجود نداشته باشد، بسیاری از عوامل و منابع دیگر نیز نمی‌توانند موجب

توسعه و تحول شوند. تأکید ما بر معیارهای فرهنگی در اینجا به عنوان بخشی از فرهنگ عمومی با توجه به این نظریه است که هرگونه برنامه‌ریزی و اقدام، به منظور ایجاد، اصلاح و تغییر آنها و نقش بزرگی است که در شکل‌دهی نظام فرهنگی - اجتماعی دارد.

معیارها در جامعه به صورت‌های مختلفی ظاهر می‌شوند از جمله:

۱- معیارهای فرهنگی به مثابه سنت‌ها و رسوم: سنت‌ها به رفتارهایی آیینی در نظام فرهنگی یک جامعه اطلاق می‌شود که ریشه در اعتقادات و باورهای کهن، جهان‌بینی و اسطوره‌های تاریخی دارند. حتی گاه دیده می‌شود که این سنت‌ها، معنای آیینی خود را از دست داده‌اند، اما با این حال، در جامعه وجود دارند.

۲- معیارهای فرهنگی به مثابه عقاید و نظرگاه‌ها: ممکن است که برخی عقاید بین مردم یک جامعه همگانی شود و حتی برای آن استدلال تهیه شود. در صورتی که ممکن است خود عقیده صادق یا کاذب باشد. این عقاید نیز نقش مهمی در رفتارهای اجتماعی می‌گذارد.

۳- معیارهای فرهنگی به مثابه ارزش: ارزش، یک استاندارد پذیرفته شده است که توسط آن در یک جامعه، خوب و بد سنجیده می‌شود. ارزش‌های یک جامعه ممکن است با عقل سلیم جور در نیایند و ممکن است به مرور زمان جای خود را به ضد ارزش داده یا تخریب و متروک شوند.

۴- معیارهای فرهنگی به مثابه مدیریت: گاه معیارهای جامعه به صورت مدیریت و سلايق گروهی در جامعه، خودنمایی می‌کنند.

۵- معیارهای فرهنگی به مثابه قوانین و مقررات: بسیاری از قوانین ممکن است در جامعه‌ای وجود داشته باشد که به صورت معیار در جامعه در نیامده باشد، ولی مردم خود را ملزم به رعایت از آن بکنند.

برای داشتن یک جامعه‌ای سالم به نظر می‌آید، توجه به این معیارها بسیار مهم است و تغییر دادن معیارهای نکوهیده به معیارهای نیکو بسیار پراهمیت است. تنها راه درونی کردن ارزش‌های جدید، تلاش برای جای دادن آنها در شبکه‌ی فرهنگ عمومی، از طریق منطبق کردن رفتارهای گروهی به آنان و به وجود آوردن و پرورش فضائل و معیارهایی است که تجلی‌گر آن ارزش‌ها باشند.

البته ناگفته نماند که روش‌های مختلفی برای تغییر و اصلاح این معیارها وجود دارد، از جمله: تأیید و تشویق، الگوسازی، شبکه‌های پیام‌رسانی و ارتباطی و...، که چگونگی به کار بردن این روش‌ها و میزان تأثیرگذاری هر کدام خود بحث جداگانه‌ای را می‌طلبد.

فرهنگ عمومی دارای ترکیبات و اجزاء دیگری نیز از جمله ارزش‌ها، اعتقادات، صنعت‌ها، سلیقه‌ها و تمایلات، قوانین و مقررات و غیره می‌باشد؛ اما این مجموعه زمانی از سلامت و استحکام و انسجام برخوردار است که بین همه‌ی اجزاء هماهنگی و ارتباط سازنده و تقویت کننده داشته باشند.

## صنعت فرهنگی

در رابطه با بحث صنعت فرهنگی در ویژه‌نامه‌ی صنایع فرهنگی کتاب ماه علوم اجتماعی مباحثی را پرداختیم.

صنعت فرهنگی چنانکه از نامش بر می‌آید، از پدری به نام صنعت و مادری به نام فرهنگ متولد شده است. مفهوم صنعت مشتمل بر مجموعه‌ای از فعالیت‌های نظام‌مند و استاندارد شده‌ی تولیدی برای دستیابی به ثروت اقتصادی، دفاعی، اجتماعی و غیره است. فرهنگ یک موجودیت غیرمادی است که از طریق صنعت فرهنگی می‌تواند به فرآورده‌های مادی تبدیل شود. فرآیند مادی‌سازی فرهنگ با هدف دستیابی به ثروت انجام می‌شود.

صنعت فرهنگی به مجموعه‌ای از صنایع اطلاق می‌شود که محصولات آنها مایه‌ی فرهنگی و معنوی دارند و برای غنی‌سازی حیات روحانی و پالایش روح یک ملت به کار می‌روند.

«صنایع فرهنگی به صناعی گفته می‌شود که خروجی‌های خلاق و هنری ملموس و ناملموس تولید می‌کنند که دارای پتانسیل تولید ثروت و ایجاد درآمد از طریق بهره‌برداری از دارایی‌های فرهنگی و تولید خدمات و کالاهای دانش بنیان (هم سنتی و هم نو) هستند.» (تعریف یونسکو)

صنعت فرهنگی مجموعه‌ی پیچیده‌ای از تمامی صناعی است که خدماتی را برحسب نیاز معنوی و تفریح و سرگرمی ارائه می‌دهد.

## ویژگی‌ها و کارکردهای صنعت فرهنگی

ویژگی‌ها و کارکردهای صنعت فرهنگی، در شناخت و کاربردهای عملی آن بسیار حیاتی و تأثیرگذار است و با شناخت دقیق آنها و تأمل در هر کدام می‌توانیم، نحوه‌ی ارتباط و تعامل این حوزه، با سایر حوزه‌ها را دریافته، اشتراکات و نقاط افتراق را تشخیص و با دیدی روشن به سیاست‌گذاری بپردازیم:

۱- صنعت فرهنگی به عنوان صنعتی استراتژیک: صنعت فرهنگی بسیاری از ویژگی‌های مهم یک صنعت استراتژیک را دارا است. از جمله این ویژگی‌ها می‌توان به مشارکت برجسته در توسعه‌ی اقتصادی، اشتغال‌زایی بالا، توسعه‌ی تکنولوژی، تقویت امنیت و دفاع ملی، سبز بودن و خلاق بودن اشاره کرد.

۲- صنعت فرهنگی عامل صدور فرهنگ ملی - اسلامی: به واسطه‌ی این صنعت می‌توان بسیاری از جنبه‌های نیک و با ارزش فرهنگ اسلامی را به سایر ملت‌ها و کشورها صادر کنیم تا مردم سایر کشورها نیز بتوانند با دریای بیکران اسلام ناب محمدی آشنا شده و از آن بهره‌گیرند. این امر باعث توجه بیش از پیش به فرهنگ موجود در جامعه نیز خواهد شد و زمینه‌های اصلاح آن را فراهم می‌آورد.

۳- صنعت فرهنگی عامل تقویت روحیه‌ی ملی: جامعه برای حرکت



هر کدام از ویژگی‌های این دو حوزه، می‌توان با بررسی اثرات آن در حوزه‌ی دیگر، به کاهش یا افزایش برخی ویژگی‌ها پرداخت.

البته نکته‌ی بسیار مهم در این نوشتار، آن است که این بررسی‌ها احتیاج به کار کارشناسانه توسط افراد ماهر دارد و بیان ما در این زمینه ناقص بوده و قطعاً خالی از اشتباه، ناهمگونی و تعارض خواهد بود. در واقع این نوشتار کوشیده است تا فتح بابی درباره‌ی طرح مسائلی از این دست و بیان اهمیت و ضرورت آنها باشد.

نخستین مورد قابل توجه در میان این دو حوزه، ابزارهای دوردست مقوله‌ی صنعت فرهنگی است. ابزارهایی کارا و قدرتمند که بسیار راحت می‌تواند تأثیرات عمیقی را به دلخواه دارندگان نشان‌ها، در مخاطبان ایجاد کند؛ که این تأثیرات می‌تواند مطلوب یا نامطلوب باشد.

البته میزان توانمندی سلاح‌های کارزار فرهنگی در عمق و سطح تأثیرگذاری آن، بسیار پراهمیت است؛ مثلاً چه بسا که یک صنعت سینمایی خوب بتواند جامعه‌ای را عمیقاً متأثر کند، آنچنان که این تأثیر در ذهن جمعی آن جامعه باقی بماند و جزء فرهنگ و آداب آن جامعه شود.

برای بهبود و اعتلای فرهنگ عمومی جامعه، روش‌های گوناگونی وجود دارد. روش‌هایی چون تأیید و تشویق، الگوسازی و... که البته با اندکی توجه می‌توان دریافت که به این موارد جز در سایه شمشیربران صنعت فرهنگی و قابلیت‌های آن، نمی‌توان دست یافت.

جستجو در لایه‌های مختلف فرهنگی یک جامعه به خصوص فرهنگ عمومی آن، موجب پدیدار گشتن نقاط تیره و ناموزون آن جامعه و همین‌طور یافتن نقاط قدرت و قابل اتکاء فرهنگی آن می‌شود، سپس می‌توان با در دست داشتن این نقاط ضعف آشکار، اقدام به

در مسیر تعالی نیاز به تقویت غرور ملی دارد. توجه به صنعت فرهنگی می‌تواند زمینه‌ساز ایجاد این غرور باشد.

۴- صنعت فرهنگی پشتوانه‌ی دفاع ملی؛ امروزه از حملات فیزیکی بین جوامع کمتر خبری می‌یابیم. جنگ‌های امروزی و آینده متحول شده‌اند و به سمت جنگ‌های نرم پیش می‌روند. بارها اثبات شده است که این روش هجوم بسیار مؤثرتر و کارا تر است. اکنون دشمنان جامعه‌ی اسلامی ما به جای گرفتن خانه‌های مردم با زور سرنیزه به گرفتن ذهن‌های مردم مشغول‌اند.

نیاز اصلی ما در این دوران دفاع است؛ دفاع از «هجمه‌ی فرهنگی» که لبه‌ی تیز آن به سمت کشور ما گرفته شده است. تنها راه مقابله در برابر این هجمه‌ی فرهنگی، دفاع فرهنگی است که در حوزه‌ی صنعت فرهنگی می‌توان به صورت کاملاً مؤثر به آن پرداخت.

### فرهنگ عمومی و صنعت فرهنگی

بعد از شناخت نسبی دو مقوله‌ی فرهنگ عمومی و صنعت فرهنگی و بررسی هر کدام از جنبه‌های مختلف، منطقاً باید به روابط، تعاملات و تقابلات بین این دو حوزه بپردازیم و نحوه‌ی عملکرد هر کدام را در جنبه‌های مختلف یافته و حلاجی کرده، تا بتوانیم از آنها برای مقاصد علمی استفاده کنیم.

در مورد روابط بین این دو مقوله می‌توان به شیوه‌های گوناگون صحبت نمود. یکی از روش‌های که شاید تا حد زیادی نیز علمی به نظر برسد، بیان و بررسی کمک‌های متقابل هر یک از این دو حوزه به یکدیگر است، یعنی کمک‌هایی که صنعت فرهنگی می‌تواند به بهبود فرهنگ عمومی داشته باشد و بالعکس؛ در واقع، در این شیوه با بررسی



طراحی یک الگوی کلی جهت بهبود وضعیت جامعه و فرهنگ عمومی جامعه کرد. مرحله‌ی اجرای این طراحی تنها با وسایل ابزار صنعت فرهنگی ممکن خواهد بود، که در صورت تقابلات سازنده و کارایی آنها، می‌توان امید پیاده‌سازی آن را، در سطح جامعه داشت. ابزارهای قدرتمندی چون سینما، تلویزیون، صنعت، موسیقی و بسیاری از دیگر شاخه‌های صنعت فرهنگی می‌تواند تأثیری ژرف بر جامعه، رفتارها و الگوهای آن بگذارد.

مورد دیگری که از همکاری خجسته‌ی این دو حوزه حاصل می‌آید، کمک و ایجاد تسهیلات برای گسترش صنعت فرهنگی در جامعه است. افراد هر جامعه باید به ضرورت داشتن صنعت فرهنگی قوی و اتکاء به آن، به عنوان یک صنعت استراتژیک مهم در آینده واقف شوند. افراد جامعه باید بتوانند با این مسئله کنار آمده نشان را درک کنند؛ و یا به عبارت بهتر این موضوع مهم، و اندیشه‌ی کمک به ارتقاء آن، باید جزء فرهنگ عمومی جامعه درآید. وقتی اهمیت و لزوم وجود صنعت فرهنگی عمومی جا افتاد؛ می‌توانیم شاهد پیشرفت این پدیده‌ی میمون به صورت عمیق و ریشه‌دار باشیم وگرنه صنعت فرهنگی همچون دانه‌ی گندمی بر خاک کم‌عمق فرهنگ خواهد بود.

جالب این‌که شاید بسیاری از این ویژگی‌ها که باید به صورت فرهنگ،

در جامعه جا بی‌افتد تا صنعت فرهنگ بتواند به صورت ریشه‌دار به جلو پیش برود، هم‌اکنون نیز مورد توجه مسئولان قرار دارد و تغییر آن شایسته به نظر می‌رسد، ولی نحوه‌ی سیستماتیک در تغییرات و داشتن اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدت و فایده‌سنجی این تغییرات می‌تواند برای تسریع آنها بسیار مفید باشد.

صنعت ملی و اسلامی ما به صورت بالقوه دارای عناصر بسیار با ارزشی است؛ هرچند بسیاری از این روش‌ها در جامعه وجود دارد و تعدادی نیز نتوانسته‌اند در جامعه تاکنون پیاده شوند، ولی با نگاه عمیق به این روش‌های ملی و اسلامی و مطالعه‌ی آنها می‌توان در جهت اقتصادی نیز استفاده برد. گوهرهای ناب فرهنگی، همواره خریداران خود را خواهند داشت. استفاده از این منبع بی‌پایان، برخلاف نمونه‌ی مادی، باعث استفاده و بهره‌برداری غنی‌تر نیز شده و باعث ارزشمندتر شدن و بالا رفتن محصولات فرهنگی ما خواهد شد.

محصولات فرهنگی تولیدی توسط صنعت فرهنگی وقتی غنای لازم را داشته باشند و در آنها از گوهرهای ناب و خرد اسلامی - ایرانی به صورت بجا استفاده شده باشد، می‌توانند علاوه بر خریدار داخلی مشتریان و هواداران - که تشنه‌ی حکمت‌های عمیق و لطیف هستند و این را ما می‌توانیم از گنجینه بی‌کران فرهنگ خود به آنها اهدا کنیم - همه را جذب نمایند.

قدرت صنعت فرهنگی می‌تواند ما را در مقابل یورش‌های مدرن حمایت کند. یورش‌های عصر ما نه با ابزارهای جنگ مادی، بلکه با ابزارهای خطرناک‌تر چون کتاب، سینما، ورزش و... است. ابزارهای غیرمادی، این لوازم جنگی بسیار قوی‌تر و مؤثرتر و پرهزینه‌تر از ابزارهای قدیم‌اند. این ابزارها فرهنگ عمومی جامعه را هدف گرفته‌اند و اهداف اصلی آنها شکست و غلبه بر فرهنگ دشمن است. به زانو درآوردن فرهنگ عمومی و ویران کردن آن می‌تواند ملتی پیروز را به ملتی مایوس و سرخورده تبدیل کند. ابزارهای فیزیکی، همانطور که بارها آزموده شده‌اند، نمی‌توانند در مقابل این سلاح‌های خطرناک مقاومت کنند و تنها راه نجات فرهنگ جامعه از این یورش، استفاده از ابزارهای صنعت فرهنگی است. در این زمینه ابزارهای صنعت فرهنگی هرچه قوی‌تر باشند، آسودگی ما بیشتر خواهد بود. ابزارهای صنعت فرهنگی، زمانی استوارند که فرهنگ اصیل جامعه را در خود جای دهند. به زعم رهبر انقلاب:

«فرهنگ عمومی علاوه بر رفتارهای فردی و اجتماعی، در تصمیم‌سازی‌ها و تصمیم‌گیری‌های حکومتی نیز کاملاً مؤثر است و به همین علت باید به شکلی صحیح، تبیین و پیگیری کرد.»