

گسترش مفاهیم پدافند غیرعامل در فرهنگ عمومی

□ سید محمد رضا مصطفوی



مذهبی ارتباط محکمی دارد و برای گسترش مفاهیم دفاعی در جهان‌بینی بایستی مفاهیم مورد نظر را در حوزه‌ی اعتقادات مذهبی جستجو و تقویت نمود.

ارزش‌ها غالباً به ایده‌هایی اطلاق می‌شوند که انسان‌ها درباره‌ی خوب و بد و مطلوب و نامطلوب دارند. چهار مفهوم برای ارزش اشاره شده است:

- ارزش به عنوان چیزی که فرد یا گروهی به آن علاقه دارند.
 - چیزی که کم‌وبیش در میان عده‌ای مورد توجه و احترام است.
 - وقتی که فرد یا گروهی در رسیدن به هدف خود، ارضاء می‌شوند.
 - از جنبه‌ی اقتصادی که ارزش کالا و عمل مطرح است.
- ارزش‌ها در سطوح فردی، گروهی، ملی و فراملی قابل توجه است. آنچه نوع، میزان و مرتبه‌ی ارزش‌ها را تحقق می‌بخشد، فرهنگ است. فرهنگ به ارزش‌ها، هویت می‌بخشد. در قلمرو ارزش‌ها، مجموعه‌ای از ارزش‌های درجه اول و عام وجود دارد که مقبول تمام عقلا و مطلوب همه‌ی انسان‌هاست و هیچ کس - علی‌الاصول - با آنها مخالفتی ندارد؛ مثل عدالت، مبارزه با ستم، دفاع و....

پس مفاهیم دفاع، هم در حوزه‌ی ارزش‌های درجه اول و عام انسانی قرار دارد و هم در حوزه‌ی ارزش‌های فردی و گروهی و ملی قابل گسترش است. کنش‌ها و نمادها متأثر از ارزش‌ها و باورها و هنجارهای اجتماعی است و در حوزه‌ی رفتارها تقویت می‌شود. فرهنگ عمومی به عنوان یکی از مهمترین سیستم‌های انسجام دهنده‌ی اجتماعی، بارزترین

فرهنگ به عنوان «فرآیند عمومی تکامل و توسعه‌ی فکری، معنوی و زیبایی‌شناختی» و به‌عنوان «شیوه‌ی خاص زندگی مردمی خاص یا دورانی خاص» و فرهنگ به عنوان «فرآورده‌های فعالیت فکری و هنری» تعریف شده است. در معنایی گسترده‌تر، فرهنگ عبارت از همه‌ی فرآورده‌ها و تولیدات انسانی است. فرهنگ عمومی نیز تأکید بر فرهنگ مردم و جامعه دارد. در آن بخش که به خرده‌فرهنگ‌ها و فرهنگ گروه‌های خاص توجه ندارد و کلیه‌ی ارزش‌ها و باورهای مشترک مردم یک جامعه را شامل می‌شود.

کارشناسان فرهنگ عمومی برای جمع کردن آراء موجود و رسیدن به وفاق از تعریف فرهنگ، آن را «معرفت مشترک» تعریف نموده‌اند و با تبیین عناصر مؤثر بر فرهنگ در قالب‌های زیر به تعیین و بررسی اجزاء این عناصر پرداخته‌اند:

- الف - جهان‌بینی
- ب - ارزش‌ها
- ج - گرایش‌ها
- د - کنش‌ها
- ه - نمادها

و- فناوری

از نظر جامعه‌شناختی، گسترش مفاهیم پدافند غیرعامل در فرهنگ عمومی به معنی گسترش این مفاهیم در ۶ حوزه‌ی فوق‌الذکر است. حوزه‌ی جهان‌بینی و ایدئولوژی در فرهنگ ما با مذهب و اعتقادات



تاریخ و فرهنگ، جنبه‌های بنیادین ساختار زندگی روزمره‌اند که به ایجاد حس هویت ما کمک می‌کنند و به ما می‌گویند که هستیم، از کجا آمده‌ایم و به کجا می‌رویم. از سوی دیگر، جوامع، دارای تقسیم‌بندی‌های اجتماعی مختلف هستند. همه‌ی جوامع، تقسیم‌بندی‌هایی مبتنی بر سن، جنسیت و خویشاوندی داشته‌اند، یعنی تقسیم‌بندی افراد به پیر و جوان، زن و مرد و اقوام مختلف. افزون بر این، اکثر جوامع، به تقسیم‌بندی‌هایی بین خود و همسایگان خویش قائلند. این‌گونه تقسیم‌بندی‌ها که در تفاوت‌های ظاهری، رفتاری و گفتاری جلوه‌گر می‌شود، عمدتاً از طریق فرهنگ، یعنی نظام‌های عقیدتی، آیین‌های اجتماعی، ایدئولوژی‌ها و دیگر شیوه‌های اندیشه و عمل مشترک بین کنشگران گسترش می‌یابد.

سلطه‌ی نسبی گروه‌های مختلف بر دیگر گروه‌ها، تا حدی از طریق کنش‌ها و محصولات نهادهای فرهنگی، تحکیم و تکثیر می‌شود. منظور از نهادهای فرهنگی، پدیده‌هایی مانند زبان، خانواده، نظام آموزشی، رسانه‌ها، قانون و سازمان‌های مذهبی است. از طریق این نهادهاست که درست یا غلط، خوب یا بد، عادی یا غیرعادی و زیبا یا زشت را می‌آموزیم. گسترش مفاهیم دفاع غیرعامل در فرهنگ عمومی از منظر فرهنگ و ارزش‌های خودی در راستای حفظ موجودیت نظام فرهنگی و اجتماعی و سیاسی کشور بایستی در مجموعه خرده فرهنگ‌ها و تاریخ و مذهب و تقویت حس هویت ملی و در کلیه‌ی گروه‌های اجتماعی و نظام‌های عقیدتی و آیین‌های اجتماعی و در کلیه‌ی سطوح عمل سازمانی گسترش یابد و این مسیری پیچیده و مداوم است.

سنت فرهنگی مسلط در جامعه‌ی ما، آمادگی گسترش مفاهیم جدید را ندارد و عموماً نوعی مقاومت در سازمان‌های فرهنگی برای گسترش مفاهیم جدید و تنوع در کارکردها به چشم می‌خورد؛ به نحوی که دستگاه‌های فرهنگی کشور بعد از انقلاب اسلامی هنوز نتوانسته‌اند روش‌ها و بینش‌های لازم در راستای نیازهای انقلاب فرهنگی را تأمین نمایند و با نوعی سنت فرهنگی عمل می‌نمایند. مفاهیم ارزشی به معنای دقیق کلمه تعیین می‌کنند که چه چیزی به راحتی در مدارس، دانشگاه‌ها، کتابخانه‌ها، تئاترها، موزه‌ها و گالری‌ها در دسترس مخاطبان قرار بگیرد. معیارهای ارزشی، معمولاً به تحکیم سنت‌های موجود می‌پردازند. همچنین نهادهای فرهنگی مسلط، تمایل

جایی است که ارزش‌ها و کنش‌ها و نمادها در آن رشد می‌کند. با پذیرش این اصل که ارزش‌های مشترک از جمله عناصر فرهنگ عمومی بوده و به همراه باورها موجب تجلی فرهنگ هستند، برای گسترش مفاهیم دفاع غیرعامل بایستی در فرهنگ عمومی برنامه‌ریزی لازم صورت گیرد.

همچنین ارزش‌های اساسی که ناشی از عوامل متعددی است مانند سیستم‌های اجتماعی، ساختار قدرت، ساختار سازمانی، رهبری، داستان‌ها و اسطوره‌های مردمی و... که همگی بایستی به‌طور هماهنگ، مفاهیم مورد نظر را تقویت نمایند. پس ارتباط متقابل فرهنگ عمومی و ارزش‌ها و سیستم مدیریت کشور، به خوبی عیان می‌گردد. برای این که افراد جامعه، کارآمد و مؤثر باشند، ارزش‌های آنها باید با ارزش‌ها و معیارهای نظام فرهنگی و اجتماعی و سیاسی، سازگاری و همخوانی داشته باشد. به تعبیر دیگر تحول و توسعه، دارای دو رکن فرهنگی و ساختاری است. رکن فرهنگی دربرگیرنده‌ی باورها و ارزش‌ها است و رکن ساختاری بایستی با فرهنگ هماهنگ و همراه عمل نمایند.

پس گسترش مفاهیم دفاع غیرعامل از دو منظر قابل بررسی است که هر دو منظر به یک نتیجه‌ی منطقی می‌رسد:

الف- از منظر فرهنگ و ارزش‌ها

ب - از منظر ساختار سیاسی - اجتماعی و سیاسی

از منظر فرهنگ و ارزش‌ها، هنگامی که ابعاد اجتماعی و فرهنگی یک کشور مورد تهدید قرار می‌گیرد، در واقع خطر دگرگونی ارزش‌های فرهنگی و تغییر رفتارهای اجتماعی به‌وجود آمده است و تغییر در ارزش‌های فرهنگی موجب کاهش انسجام اجتماعی و اخلاق در تداوم کارکرد نظام فرهنگی و اجتماعی و سیاسی می‌شود. از منظر ساختار سیاسی و اجتماعی، تهدید امنیت کشور پس از انقلاب اسلامی ایران همواره از طریق تغییر در ارزش‌های فرهنگی و رفتارهای اجتماعی و عدم سازگاری آنها با فرهنگی که موجودیت اصلی نظام بوده است، توسط دشمنان دنبال شده است. بدین ترتیب حفظ نظام سیاسی مستلزم ساماندهی ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی است و مفاهیم دفاع غیرعامل در فرهنگ عمومی موجب استحکام بیشتر نظام خواهد شد.

کشور ما، مجموعه‌ای از خرده فرهنگ‌های کوچک‌تر است که در چارچوب سرزمین و تاریخ و مذهب مشترک با یکدیگر متحد شده‌اند.

چندانی به بازاندیشی در مفاهیم ارزشی یا منافع اجتماعی ارائه شده در فرهنگ متعالی ندارند. منتقدان فرهنگی نشان داده‌اند که راه حل این مهم در انتخاب سنت‌های فرهنگی و معانی و ارزش‌های مورد حمایت توسط گروه‌های مرجع یا نخبگان جامعه است. گروه‌های مرجع به تدریج مفاهیم ارزشی جدید را در فرهنگ و سنت‌های فرهنگی گسترش می‌دهند.

اکثر بودجه‌های دولتی برای مطالعه و تولید «فرهنگ» به تشکلهای و نهادهای سنتی فرهنگی اختصاص یافته است. همچنین معمولاً ابتکارات فرهنگی که در پی گسترش تعاریف جدید و نفوذ به فرهنگ است، توسط جریان فرهنگی سنتی، کم‌ارزش تلقی می‌شود. پس هدایت بودجه‌های دولتی برای گسترش مفاهیم دفاع غیرعامل نیز ضروری است.

فرهنگ نقش مهمی در شکل بخشیدن به قوه‌ی درک و ارزش‌های افراد دارد و می‌تواند به تعیین نوع جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنیم، کمک کند. اگر این مسئله درست باشد، ساختار و ترکیب نهادهای فرهنگی اهمیت بسزایی خواهند یافت. این نهادها هستند که تعیین می‌کنند چه چیزی خوب است و چه چیزی بایستی گسترش یابد و باید حمایت مالی در راستای برنامه‌های لازم تنظیم شود.

سیاست فرهنگی به ذهنیت و هویت توجه دارد؛ چرا که فرهنگ در شکل‌دهی درک ما از «خویش» نقشی اساسی ایفا می‌کند. تلاش‌های فرهنگی، غالباً لازم است احساسات و عواطف عمیقی مانند حس میهن‌دوستی، دفاع، ضدیت با سرمایه‌داری و غیره را ایجاد یا منعکس نماید، اما سیاست فرهنگی تدوین شده‌ی فعلی به این مهم کمتر توجه داشته و مکانیزم‌های لازم در آن پیش‌بینی نشده است.

طیف وسیعی از نهادها، در ایجاد حس هویت ملی ما سهیم هستند. میزان تأثیرگذاری معانی ویژه بر کنش‌های اجتماعی با توجه به میزان نهادینه بودن و ملکه شدن آنها متفاوت است؛ مثلاً دفاع از هویت ملی نه تنها بر مفهوم «خویش» تأثیر می‌گذارد، بلکه بر عملکرد نهادها نیز اثر می‌گذارد. نهادها از طریق طبیعی جلوه دادن، اجتناب‌ناپذیر و یا مطلوب شمردن گونه‌های ویژه‌ای از معانی، ارزش‌های اجتماعی، عواطف، شیوه‌های کسب لذت و هویت خودآگاه شکل‌های ذهنیت را تعریف می‌کنند. این امر در ساختار هویت‌های فردی و جمعی نمایان است. هویت فردی ما را به عنوان شهروندان خردورز، شکل می‌دهد. هویت‌های جمعی از طریق سازمان‌هایی مانند ملت، مدرسه، باشگاه ایجاد می‌شود و سیاست فرهنگی بایستی به آن توجه نماید.

در زندگی اجتماعی و فرهنگی، همه‌چیز به گونه‌ای بنیادین با قدرت ارتباط دارد. «قدرت» در مرکز سیاست‌های فرهنگی جای دارد و بحثی تفکیک‌ناپذیر از فرهنگ است. تمام عملکردهای معنادار، به روابط قدرت مربوط می‌شوند. این روابط ما را به فعالان اجتماعی و سیاسی

تبدیل می‌کنند، جایگاه‌ها و ذهنیت‌های ویژه‌ای را به ما ارائه می‌دهند که همه‌ی آنها یکسان نیستند. روابط قدرت موجود در عملی معنادار ممکن است حالتی متعادل داشته باشند، ولی غالباً دربردارنده‌ی روابط دیگری هستند.

قدرت به برخی افراد و گروه‌ها امکان می‌دهد که در قلمرو کنش‌های فرهنگی تأثیرگذارتر باشند.

ابزاری برای بیان وجود و علایق خود

ابزاری برای انتشار، عرضه و توزیع آثار

ابزاری برای تعریف خود

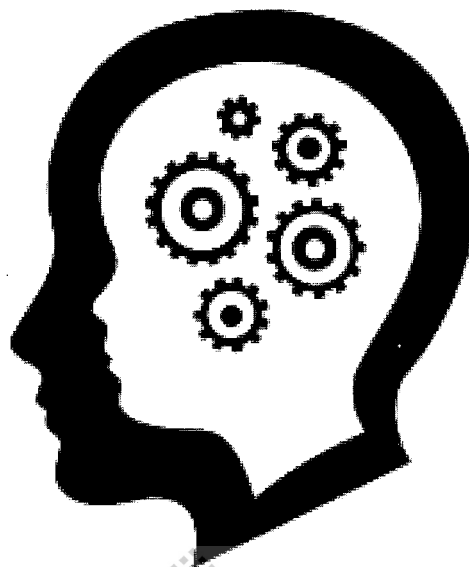
ابزار لازم برای تعریف معانی مختلف و شکل بخشیدن به ارزش‌های اجتماعی.

پس برای گسترش مفاهیم دفاع غیرعامل بایستی ساخت قدرت را نیز در جریان قرار داد و آنها نیز هم‌راستا عمل نمایند. در جهان امروز ساخت قدرت با رسانه‌ها نیز گره خورده است و با حوزه‌های تجاری و اقتصادی پیوند دارد. برای نمونه توجه بسیاری که در جهان به فرهنگ معطوف شده است در راستای ساخت قدرت و تجارت می‌باشد و یکی از مهم‌ترین عواملی که موجب توجه خطامشی‌گذاران سیاسی به حوزه‌ی فرهنگ شده است، نقش و تأثیر کالاها و ابزارهای فرهنگی جدید همچون رسانه‌های جمعی است.

در قرن اخیر افزایش بی‌سابقه‌ی ارتباطات فرهنگی موجب توجه فزاینده به تفاوت‌های موجود میان فرهنگ‌ها شده و به دلایل مختلف، صحنه‌ی فرهنگی کاملاً دگرگون و «صنعت فرهنگ» نوعی آمیختگی میان تجارت و فرهنگ به وجود آورده است. گسترش شبکه‌های ارتباطی نقش عمده‌ای در اشاعه و گسترش فرهنگ مدرن ایفا کرده و انواع فرهنگ‌ها همچون فرهنگ توده‌ای، فرهنگ جوانان، فرهنگ قومی، فرهنگ پست‌مدرن، موضوع پژوهش‌های زیادی قرار گرفته است.

برخی از کارشناسان بر فرآیند تولید و توزیع و مصرف فرهنگ به عنوان ملاک تمایز تأکید گذاشته‌اند و معتقدند فرهنگ، امروزه به صورت انبوه، تولید، توزیع و مصرف می‌شود. در این شرایط مصرف‌کنندگان موجوداتی منفعل تلقی می‌شوند.

در عصر تجدد و با گسترش صنعت و شهرنشینی و تجارت دیگر فرهنگ در مسیر اهداف سرمایه‌داری تجاری و صنعتی قرار دارد. پیشرفت‌های تکنولوژیک و گسترش رسانه‌ها و رشد سرمایه‌داری، تجاری شدن فرآورده‌های فرهنگی و تولید انبوه و مصرف انبوه، گسترش فرآیند جهانی شدن، تضعیف مرزهای اقتصادی و سیاسی، بین‌المللی شدن اقتصاد سرمایه‌داری، انقلاب در ارتباطات و گسترش اطلاعات، در حقیقت یکی از ویژگی‌های جهان معاصر را تشکیل می‌دهد. سرمایه‌داری مدرن، نیازهای کاذبی تولید می‌کند و در جهت



می‌گردند و ابزارهای عمده‌ی سلطه‌ی سرمایه‌داری به‌شمار می‌آید. در این شرایط، گسترش مفاهیم دفاع غیرعامل بسیار پیچیده و مسیر پر پیچ و خم است.

اگر توجه به سرشت دینی نظام، ارزش‌ها و باورهای دینی از یکسو، و هنجارهای اجتماعی معطوف به احترام به رفتارهای دینی از سوی دیگر را مهم‌ترین حوزه‌ی تداوم بخشنده به نظام سیاسی کشور به‌شمار آوریم، مطالعات اجتماعی عدیده نشان داده‌اند تشکیک در آن دسته از ارزش‌ها و باورهای دینی که با عرصه‌ی سیاسی پیوند دارند و به نحوی سامان دهنده‌ی عرصه‌ی قدرتند، در زمره‌ی مواردی است که دشمنان به عنوان اراده‌ی معارضة‌جو به هر نحو ممکن با آن مقابله می‌کنند و از پایداری مفاهیم و ارزش‌هایی که نظام سیاسی کشور را استحکام می‌بخشد، نگرانند.

از کارکردهای مهم فرهنگ، به این موارد می‌توان اشاره کرد:

۱- تأمین نیازهای اساسی (فیزیولوژیک، روانی، اجتماعی و...): انسان و گروه‌های انسانی نیازهایی دارند که از طریق محیط پیرامون خود (طبیعی و اجتماعی) به آن دست می‌یابند. فرهنگ ارضای نیاز، فرد را در بستری مناسب با شرایط زمانی، مکانی و اجتماعی قرار داده و از این طریق به متعادل‌سازی دست می‌زند. به عنوان مثال نیاز به ارتباط با جنس مخالف در بستر فرهنگی از رفتاری بی‌قاعده به یکسری کنش‌ها و رفتارهای مناسب و منظم تبدیل می‌شود. مثلاً در جامعه‌ی ما؛ خواستگاری، نامزدی، عقد و ازدواج شامل این امر می‌گردد.

برآوردن آنها از ابزارهای گوناگونی بهره می‌گیرد. صنعت فرهنگی در خدمت تأمین نیازهای کاذب و روزمره و سرکوب نیازهای واقعی و راستین به‌کار برده می‌شود. صنعت فرهنگ، منطق کالا را بر آگاهی فردی مسلط می‌سازد و در نتیجه فرد از غلبه‌ی نیازهای کاذب بر زندگی خود آگاهی نمی‌یابد. صنعت فرهنگ در سرمایه‌داری مدرن، زمینه‌ی گسترش «توهم آزادی» را به‌وجود آورد؛ به این معنی که فرد با استفاده از فرآورده‌های به ظاهر متنوع صنعت فرهنگ در عمل، آزادی انتخاب واقعی ندارد. صنعت فرهنگ با شکل دادن به ذوق و ترجیحات توده‌ها به آگاهی و ذهنیت آنها شکل می‌بخشد و با یکسان‌سازی، هر گونه طرز تفکر رقیب و مخالفی را حذف می‌کند. صنعت سرگرم‌سازی و اطلاعات، نگرش‌ها، عادات و واکنش‌های عاطفی و فکری خاصی را تجویز می‌کند که مصرف‌کنندگان را خواه ناخواه به تولیدکنندگان وابسته می‌سازد. صنعت فرهنگ به منظور کسب سود هر چه بیشتر و اعمال سلطه‌ی فرهنگی، «فرهنگ اصیل» را از کارویژه‌ی نقادانه‌اش تهی می‌سازد و نهایتاً در تجاری کردن کل زندگی فرهنگی، آن را نیز به کالای فرهنگی دیگری تبدیل می‌کند.

به طور خلاصه، صنعت فرهنگی از طریق فرآورده‌های خود، به توده‌ها «هویت» می‌بخشد و کردارهای آنها را «تعیین» می‌کند. صنعت فرهنگ به «ابژه‌سازی» و شیء‌گشتگی انسان می‌انجامد. فرآورده‌ها و کالاهای صنعت فرهنگی، همچون دیگر کالاها صرفاً به انگیزه‌ی کسب سود بیشتر، تولید می‌شوند و به شیوه‌ای استاندارد به بازار عرضه

۲- ایجاد همبستگی و انسجام اجتماعی؛ فرهنگ با به رسمیت شناختن و ارزش گذاری یک سری مبانی فکری و شناختی، دست به هنجارسازی می زند و با استفاده از ابزارهای پر قدرت فرهنگی از جمله مذهب و زبان مشترک که مطلوب اکثریت افراد گروه و یا جامعه است، در عمل به ایجاد همبستگی و انسجام اجتماعی دامن می زند.

۳- ایجاد ارتباط جمعی و جامعه پذیری؛ نحوه تعامل و ارتباط اعضای یک جامعه ی انسانی، توسط فرهنگ همان جامعه تعریف می شود. لذا فرهنگ علاوه بر ایجاد ارتباط اجتماعی با تعریف و مشخص کردن هنجارها، زمینه ی جامعه پذیری افراد را نیز فراهم می آورد.

۴- هویت فردی، گروهی و اجتماعی؛ تعلق خاطر افراد به بخش شناختی و پابندی به بخش هنجاری، در مجموع حالتی از احساس رضایت مندی به فرهنگ را در افراد موجب می شود که آن را هویت فرهنگی می نامند.

فرهنگ اساساً دربردارنده ی ویژگی ها و ظرفیت های بسیاری است. فرهنگ، هویت دهنده است.

انسان بدون احساس هویت، قادر به ادامه ی حیات مطلوب خود نیست. هر فرد از هر ملتی که باشد، به طور طبیعی سعی دارد در مقابل هر گونه آتھام، پستی و بدگوهری در نژاد و ملیت، از خود و خانواده و کشور و نژاد خود تا حد ممکن، خواه به اعتدال و خواه به افراط دفاع کند. فرهنگ و موارث تاریخی یک ملت، رکن اصلی شخصیت و هویت انسانی هر یک از افراد آن ملت است. چنان که در ایران پس از اسلام، فرهنگ اسلامی نه تنها مذهب، که هویت ایرانی بوده است. حب ذات و صیانت نفس، تنها جنبه ی فردی ندارد، بلکه دارای تجلی اجتماعی و جلوه های ناشی از روح جمعی (ملی، قومی، فرهنگی و عقیدتی) نیز است.

فرهنگ سیال است

فرهنگ ذاتاً تبادل، انتقال، ترکیب و ارتباط را می طلبد. فرهنگ سیال، سیار، متلاطم و خواهان پیوند، امتزاج و رشد و تعالی خود است. شایان توجه است که این ویژگی فرهنگ، گاهی با ناآگاهی و ضعف ملتی باعث ضربه پذیری و نابودی فرهنگ آن ملت شده است. لذا انسان صاحب فرهنگ باید نخست جوهر و هویت فرهنگی خود را بشناسد و پیش از پذیرفتن فرهنگ های دیگر، آنها را از صافی گذارنده و به مقتضای ذات خویش، به درون فرهنگ خود راه دهد. از سوی دیگر، پیوند محصولات و ثمرات فرهنگی بدون وجود سختی ارتباط، تقارب و تجانس طبیعی میان آنها ممکن نیست. اگرچه در عمل تبادل فرهنگی، و اثرات آن تا حدی سیری مستقل از اراده ی انسان ها دارد، اما باید در این مقوله، اتحاد فرهنگی داشت تا فرآیند تبادل به رشد و تعالی فرهنگ خودی بیانجامد، نه به ضعف و اضمحلال آن.

فرهنگ ایجابی و اثباتی است

فرهنگ در ذات خود بیش از آن که سلبی و ناهی باشد، اثباتی است. اگر نفی و سلبی در کار است، بر ایجاب و اثبات استوار است. به این معنی که در عوض آن چیزی که نفی می شود، لازم است جانشینی فراتر و بهتر عرضه و اثبات شود. فرهنگ انسان را یاری می کند که بهتر ببیند. بخواند، بیابد، بخواد و برگزیند و لازمه ی گزینش، نفی یک چیز و اثبات دیگری است.

فرهنگ خلاق و پویا است

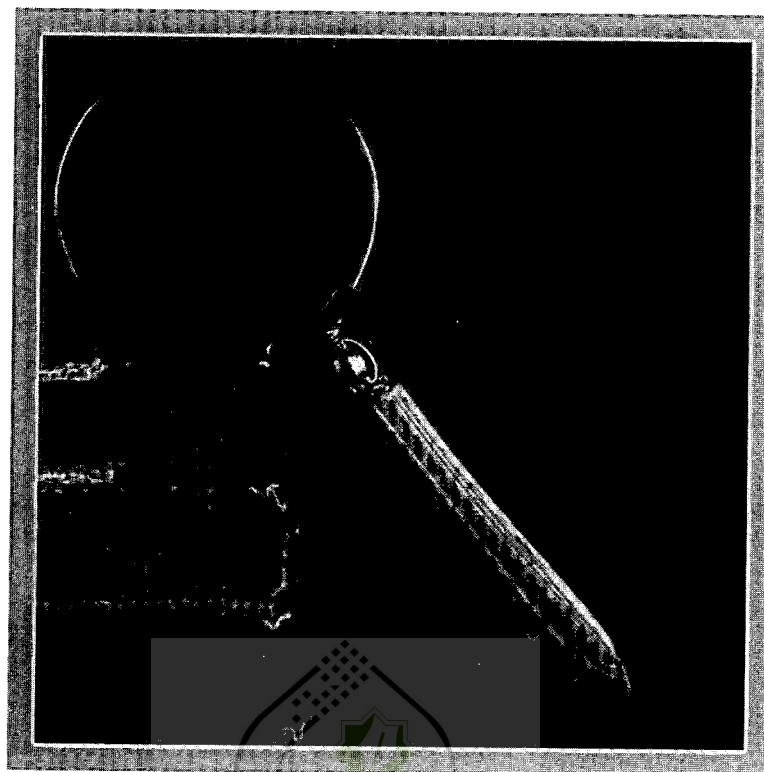
خلاق بودن فرهنگ، به معنی ریشه دار و عمیق بودن آن است. فرهنگ مجموعه ای از محفوظات و معلومات علمی نیست. آنچه مواد خام فرهنگی است، عیناً فرهنگ نیست. اگرچه این مواد در کلیت و چارچوب فرهنگ جای می گیرند. فرهنگ پدیده ای اجباری نیست که به کسی تحمیل شود، بلکه فرهنگ آن است که قدرت انتخاب، تفکر، ابداع، ابتکار هوشمندی و آفرینش را خلق کند. فرهنگ قدرت انطباق با شرایط زمانی و مکانی را داراست.

انتقال، تبادل و تهاجم فرهنگی

رشد و توسعه ی تکنولوژی، به ویژه در بخش انفورماتیک، امکان دستیابی انسان ها را به اطلاعات مختلف تسریع کرده و فاصله ی مکانی و زمانی را به حداقل ممکن رسانده است. در کنار فوایدی که این امر در زندگی اجتماعی و فردی انسان ها داشته، باعث پیامدهایی سوء نیز گردیده است.

دستیابی آسان و سریع انسان به اطلاعات مختلف از زوایای زندگی افراد در اقصی نقاط جهان، او را به فکر می اندازد و خواسته های قبلی او را با دریافت اطلاعات جدید، با الگوهای تازه جایگزین می سازد. این جایگزینی گاهی با فکر و تأمل صورت می پذیرد، ولی عموماً به علت نوع پردازش اطلاعات و کیفیت گویش آنها در قالب های رنگارنگ، در اذهان به صورت غیرارادی و ناآگاهانه، صورت بندی و الگوسازی می شود و خواسته های قبلی او را متحجرانه و گذشته انگاری تلقی نموده و او را به طرف الگوها و خواسته ها و رفتارهای جدید هدایت می سازد.

در این چالش فرهنگی اگر جامعه نتواند عناصر فرهنگی خود را متناسب با شرایط و مقتضیات زمانی و مکانی منتقل سازد و تحت تأثیر امواج فرهنگی بیگانه قرار گیرد، ابتدا از بسط و توسعه و شکوفایی و عرض وجود، ابداع و ابتکار و خلاقیت باز می ماند و آنگاه کم کم به پژمردگی، افسردگی، ایستایی و بی رونقی می گراید. هنگامی که فرهنگ جامعه از پویایی بازماند و حاملان و ناشران و متولیان آن از آن جدا گردند، به تدریج هنجارها و ارزش های مرتبط با آن، مشروعیت و اعتبار



جهانی آسوده‌خاطر خواهد شد. با جایگزینی ارزش‌ها و هنجارهای موردنظر در جامعه، افراد آن، رفتارهایی را الگو قرار خواهند داد که در راستای آنها باشد و حداقل نتیجه‌ی آن گزینش مصرفی کالاهایی است که کشورهای غربی در صدد صدور آنها هستند. تکنولوژی فقط به عنوان یک وسیله‌ی تفاخر به ما منتقل می‌شود. به عبارتی آنها حلقه‌ی نهایی فرهنگ خود را که به مصرف منتهی می‌شود به شرق منتقل می‌سازند، نه زمینه‌ی تولیدی فرهنگ را. منافع سرمایه‌داری ایجاب می‌کند که پذیرش فرهنگ غرب بیشتر در حد ظاهر و بدون درک محتوا و عمق فرهنگ غربی باشد، چرا که در صورت عدم درک عمیق است که افراد کورکورانه از ظواهر پیروی می‌کنند و به مصرف‌کنندگان معتاد تبدیل می‌شوند، ولی با شناخت محتوا و درک عمق فرهنگ منتقل شده‌ی غربی، مردم به فکر واداشته می‌شوند و این امر آنها را در مقابل گزینش‌های مختلف به چالش فکری می‌اندازد و آنچه مطابق ارزش‌های بومی آنهاست و دارای کارکرد مفید می‌باشد، برمی‌گزینند؛ در این صورت مردم به مرحله‌ی تولید فکری و تفکر می‌رسند و هویت فرهنگی خود را حفظ می‌کنند.

روش‌های تهاجم فرهنگی

هدف کمپانی‌ها و کارتل‌های اقتصادی غرب - که بر نهادهای سیاسی آنها نیز تسلط کامل دارند - این است که از طریق نهادهای سیاسی، زمینه‌ساز استیلای کارتل‌های اقتصادی شوند. عدم تکیه کردن

خود را از دست داده و وجدان جمعی و فرهنگ عمومی تغییر یافته و مجموعه‌ی باورها و ارزش‌ها حالت مسخ شده پیدا می‌کند و در یک سیر قهقرای قرار می‌گیرد.

پویایی رفتاری و خواستی انسان‌ها متناسب با مقتضیات زمان همراه با ثبات در اصول و محتوای فرهنگی، از عوامل رشد و توسعه‌ی فرهنگی و اجتماعی هر جامعه است، ولی گسترش روزافزون ارتباطات بین‌المللی، یادگیری و تأثیرگذاری متقابل بین فرهنگ‌ها، زمینه را برای نفوذ فرهنگ مسلط فراهم می‌سازد. در جهان پیچیده‌ی امروز، به دلیل استفاده از تکنولوژی وسیع و گسترده در امر ارتباطات، با طرح تئوری مک لوهان سعی بر غلبه‌ی فرهنگ غربی بر سایر فرهنگ‌ها خصوصاً فرهنگ اسلامی دارند تا از این طریق بتوانند خواست‌ها و الگوهای مردم را متناسب با ایده‌ها و نظرات خود تغییر داده و نرخ رشد مصرفی کالاهای لوکس تولیدی خود را به حداکثر ممکن برسانند.

امروزه جهان صنعتی و استعمار دریافته که آسان‌ترین و کم‌هزینه‌ترین راه برای استعمار فکری و دگرگونی خواست‌ها و الگوها و در یک کلام ایجاد فضا و بستر لازم برای مصرف تولیدات آنها، سلطه‌ی فرهنگی است. از این‌رو در مراکز قدرت سیاسی دنیا، مهم‌ترین امر، ایجاد زمینه‌ی لازم برای چنین سلطه‌ای است. البته ممکن است هدف اصلی، فرهنگ نباشد، ولی چیزی که در بلند مدت به مراکز سلطه‌ی جهانی، اقتدار حقیقی و تضمین شده می‌بخشد، سلطه‌ی فرهنگی است؛ چرا که اگر در سایر کشورها سلطه‌ی فرهنگی پیدا کنند، نظام سلطه‌ی

که از فرهنگ شد، هجوم، حمله و تحمیل با خشونت نه تنها مورد نیاز نیست، بلکه همه‌ی افراد و جوامع بشری، علاقه‌ی شدیدی به داشتن چنان فرهنگی دارند که پیشرفت و تکامل مادی و معنوی آنان را تضمین سازد.

هدف از تهاجم فرهنگی

بنابراین آنچه اتفاق می‌افتد، یک تهاجم فرهنگی است؛ به این معنی که یک مجموعه‌ی سیاسی یا اقتصادی برای اجرای مقاصد خاص خود و اسیر کردن یک ملت، به بنیان‌های فکری آن هجوم می‌برد و فشارهای جدیدی بر ساختار یک کشور تحمیل می‌کند که با هدف ریشه‌کن کردن و از بین بردن فرهنگ ملی صورت می‌گیرد. در این تهاجم، دشمن اموری از فرهنگ خود را به این ملت می‌دهد که خود می‌خواهد. دشمن از یک سنگر و جبهه‌ی شناخته شده وارد نمی‌شود، بلکه تمام ابعاد وجودی و اموری را که به نحوی با باورها و ارزش‌ها و هنجارها و اعتقادات و آگاهی‌های او ارتباط دارد، مورد تاخت‌وتاز قرار می‌دهد. به معنی دیگر، دامنه‌ی این تهاجم، همه‌ی زندگی و ابعاد ناشناخته‌ی آن است.

حفظ پویایی فرهنگ خودی

در وضعیتی که ارزش‌های عصر روشنگری و نوزایی در رنسانس در عرصه‌های مختلف علوم و اندیشه در خلال رقابت‌های تجاری شکوفا شد، استعمارگران برای ایجاد سلطه‌ی سیاسی و اقتصادی، ابتدا با اعزام مسیونرها، زمینه‌ی فرهنگی مناسب را در میان اقوام و ملت‌های دوردست فراهم ساختند و سپس منابع آنها را برای قرن‌ها به یغما بردند. قدرت‌های بزرگ تجاری، آداب و قواعد بازی را در مناسبات خود با دیگران و سرزمین‌های مختلف تدوین نموده و به‌تدریج قوانین، ارزش‌ها، هنجارها، نهادها و ساختارهای خود را در عرصه‌های مختلف زندگی و فرهنگ به دیگران القا و تحمیل کردند. آنها با رشد خلاقیت‌های علمی و فنی، میسر و ابزارهای برقراری سلطه را تغییر دادند تا بتوانند به صدور مازاد تولیدات صنعتی خود بپردازند.

در این مبارزه، برای تسخیر بازارهای مصرف، به تغییر فرهنگ، رفتار، کنش و گزینش‌های ملت‌ها پرداخته، میراث فرهنگی آنها را مورد هجوم قرار داده‌اند. بی‌شک نباید در مقابل این همه‌ها به راحتی تسلیم شد و عنان هویت جمعی و فردی خود را در اختیار آنها قرار داد. آنچه فرهنگ‌های ملت‌های جهان سوم و مشرق زمین را تهدید می‌کند، جنبه‌های مبتذل و سودجویانه و سلطه‌گرانه‌ی فرهنگ غرب است که به دلایل سیاسی و اقتصادی سوار بر ارایه‌های تکنولوژی، هوشیاری و اعتبار و هویت ملی انسان‌ها را مورد تهاجم قرار می‌دهند و با اختصاص بودجه‌های هنگفت، زمینه‌ی صدور این ارزش‌ها و



مشرق‌زمینی‌ها به آداب و رسوم فرهنگی خودی؛ و به یک معنی، رشد اباحه‌گری در میان آنهاست. برای رسیدن به این هدف، بهترین شیوه را در این یافته‌اند که بر کارساز نبودن فرهنگ بومی و غیرعلمی بودن آن تأکید کنند و امر را چنان جلوه‌گر سازند که مشرق‌زمینی‌ها برای رسیدن به تعالی و رشد، راهی جز این ندارند که از شر فرهنگ مزاحم (بومی و خودی) خلاص شوند و خود را با تمام وجود در اختیار فرهنگ غرب قرار دهند.

آنچه امروز در جهان و بر جهان می‌گذرد، نشان از آن دارد که کلیت فرهنگ بشری با خطر زوال و انحطاط مواجه است. اگر از این زاویه به این تهاجم نظر افکنیم، میدان این نبرد را به پهنای کل جهان خواهیم دید. بنابراین آنچه امروزه بر جهان، بین‌آحاد مردم و کشورها در حال وقوع است، انتقال و تبادل فرهنگی نیست تا باعث رشد و پویایی رفتارها و توسعه‌ی خواسته‌ها و گزینش‌ها و متدهای زندگی با توجه به مقتضیات زمانی و مکانی گردد، بلکه حرکتی یک‌طرفه از طرف کشورهای سرمایه‌دار برای دستیابی به بازارهای مصرف و منابع جذب مواد کانی و معدنی است. در واقع این حرکت، کودتای خزنده‌ی غرب علیه ملت‌ها است؛ یک هجوم پنهان و خاموش است که با هدف تغییر هویت جوامع صورت می‌گیرد. هجومی که از ابزار آن از آشکار به پنهان در قالب اطلاعات، نمادهای فکری و تصویری تغییر شکل داده است، زیرا بدیهی است برای تعمیم فرهنگ و جهانی ساختن آن با تعریفی



ترتیب هیچ جامعه‌ای بدون درجه‌ای از تسلط نمی‌تواند با موفقیت، تمامی یا بیشتر الگوهای فرهنگی و سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی خود را انتشار دهد. در این مورد، نقشی که رسانه‌های تصویری مثل تلویزیون، اینترنت و... در الگوسازی دارند، از همه‌ی رسانه‌های ارتباطی مهمتر و مؤثرتر است.

استراتژی‌های گسترش مفاهیم دفاع غیرعامل عبارتند از:
- نظر به آنکه عرصه‌ی فرهنگ و اجتماع بستر اساسی دفاع غیرعامل است، ضرورت به مشارکت طلبیدن عموم مردم در فهم اصول و مفاهیم دفاع غیرعامل ضروری است
- توجه سیاستگذاران فرهنگی در عرصه‌ی یاد شده، امکان پیشبرد مفاهیم را فراهم می‌سازد.

- توجه نظام سیاسی به گسترش مفاهیم دفاع غیرعامل به عنوان پشتیبان اصلی
- به کارگیری توانایی‌ها نخبگان و گروه‌های مرجع با هدف تثبیت مبانی فرهنگی و اجتماعی دفاع غیرعامل
- توجه سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی به نقش مهم‌شان در ترویج مفاهیم دفاع غیرعامل برای حفظ و پایداری ملی

ناهنجاری‌های اخلاقی را فراهم می‌سازند. این ارزش‌های بیگانه با فرهنگ خودی، عموماً در قالب الگوها و مدهای تمدن عرضه می‌شوند، در حالی‌که بزرگ‌ترین دشمن فرهنگ «مد» است که باعث از بین رفتن ارزش‌های واقعی آن می‌گردد. «مد» در پی جایگزینی است، مرتب ابداع و اختراع می‌کند و دشمن خود نیز بوده و با گذشت زمان، با ایجاد مدل و الگوهای تازه، خود را از بین می‌برد؛ زیرا بشر وقتی که از حس بسیار با عظمت و نوگرایی در تجدد کمالات روانی و روحی استفاده نکرد، حتمی است که آن حس را به دست مدبازی‌های مستمر نمایش‌های ظاهری خواهد سپرد. برای رهایی از این چالش‌های روحی و روانی به شیوه‌های مختلف می‌توان تمسک جست که در اینجا به آنها خواهیم پرداخت.

سپر فرهنگی

برای مقابله با فرهنگ‌هایی که از ابزارها و ادوات پیشرفته و دانش فنی برخوردار و در صدد صدور و دستیابی به تسلط فرهنگ و ارزش‌های مصرفی و مازاد خود هستند، باید با برخورد هوشمندانه به مصاف آنها رفت و در آن، با توسل به جنبه‌های پویا و جذاب و برانگیزنده‌ی فرهنگ و ارزش‌های اصیل و درونی شده‌ی خودی، سپر فرهنگی لازم را ایجاد نمود.

هیچ جامعه‌ای بدون انتشار الگوهای فرهنگی و نهادهای اجتماعی خود نمی‌تواند با موفقیت بر جامعه‌ی دیگری مسلط گردد. به همین