

اهمیت استفاده از سرمایه فرهنگی به عنوان راهکاری پدافند غیرعامل در مقابل امپریالیسم فرهنگی

سیدمحمدحسین اکرمیان^۱

چکیده

جمهوری اسلامی ایران به واسطه خصوصیات ژئوپولتیکی، منابع سرشار هیدروکربری و ایدئولوژی اسلام مبارز همواره مورد تهدیدات سخت افزاری و نرم افزاری دولت‌های متخاصم بوده است. امپریالیسم فرهنگی مصرف‌گرای آمریکایی امروزه فرهنگ تمامی کشورهای در حال گذار را تهدید می‌نماید و این پژوهش معتقد است که ایجاد سرمایه فرهنگی به عنوان راهکار پدافند غیرعامل، یکی از شاخص‌های حفظ فرهنگ ایرانی اسلامی در مقابله با امپریالیسم فرهنگی آمریکا قلمداد می‌شود. این مقاله با رویکردی توصیفی-تحلیلی درصدد توضیح ابعاد امپریالیسم فرهنگی و نظریات مرتبط با آن می‌باشد، پس از آن به بازتعریف شاخص‌های سرمایه فرهنگی می‌پردازد تا احیای این شاخص‌ها را به عنوان راهکار پدافند غیرعامل در مقابله با امپریالیسم فرهنگی غربی نشان دهد. شیوه گردآوری اطلاعات در این مقاله کتابخانه‌ای می‌باشد.

کلیدواژه‌ها: پدافند غیرعامل، سرمایه فرهنگی بوردیو، نظریات امپریالیسم فرهنگی، ابعاد امپریالیسم فرهنگی آمریکا

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران / Wswaki@gmail.com

مقدمه

امروزه نظام سرمایه داری توانسته است با امپریالیسم فرهنگی خویش محصولات مصرفی مازاد خود را به عنوان یکی از نیازهای اساسی در عرصه‌های جهانی نهادینه سازد. علاقه مندی عمومی به فرهنگ غربی در کشورهای در حال توسعه در جهان مدرن که تحت سیطره ی هژمونیک آمریکا قرار دارد، روز به روز شدت پیدا می‌کند و این نوع گرایش‌های فرهنگی جوامع در حال گذار را تهدید می‌نماید.

از این رو امروزه در محافل علمی و پژوهشی کشورهای در حال توسعه، پرسش از نتایج تسلط آمریکا بر حوزه‌های فرهنگی جهانی و افزایش نگرانی از امپریالیسم فرهنگی قدرتمند غربی و تأثیری که کالاهای فرهنگی بیگانه بر ارزش‌های و سنت‌های جوامع متفاوت می‌گذارند، سوآلی است که ذهن بسیاری از متفکران را به خویش معطوف نموده است. در عرصه ی کالاهای فرهنگی می‌توان از محصولات چاپی، صوتی و تصویری نام برد که به گونه ای گسترده در جهت همگن سازی منفی فرهنگی در عرصه‌های بین المللی می‌باشند و با استفاده از زمینه‌های مدرن جامعه پذیری از جمله امکاناتی چون فیلم ها، شبکه‌های تلویزیونی، ابر صنعت چاپ و نشر، شبکه‌های شنیداری، رادیوها و موسیقی‌های برخاسته از فرهنگ غربی روز به روز بر شدت جامعه پذیری خویش می‌افزایند. این وسایل در قرن ارتباطات علاوه بر آن که توانسته اند زمینه‌های انتقال ارزش ها، شیوه زندگی و ایدئولوژی‌ها را فراهم آورند در موارد بسیاری نیز به فرهنگ‌های دریافت کننده ضربات سهمگینی را وارد ساخته و برای هویت‌های مقصد و ارزش‌های حاکم بر فرهنگ آنان ارزش و احترامی را قائل نیستند. نفوذ فرهنگ مصرف کننده ی آمریکایی به زندگی روزمره ی شهروندان کشورهای در حال توسعه روز به روز افزون گردیده است و این نفوذ را می‌توان نمودی از شکل جدیدی از امپریالیسم خواند که می‌توان آن را امپریالیسم فرهنگی نامید. به طور کلی امپریالیسم فرهنگی اشاره به فرهنگی امپریالیست محور دارد که برای رساندن کشور حامل فرهنگ متبوع، به غرایض و منافع ملی خویش، درصدد گسترش قلمرو و زیر مجموعه سازی خویش در سراسر محیط بین الملل می‌باشد. از این رو تسلط فرهنگ آمریکایی سنت‌ها و ارزش‌های فرهنگی جامعه ی هدف را مورد تغییر قرار می‌دهد و در این شرایط است که راهکارهایی برای پدافند غیرعامل در مقابل این هجوم نرم می‌بایست برنامه ریزی گردد و با تقویت هویت فرهنگی کشور و مدیریت فرهنگی عقلانی و علمی در مقابله با این هجوم توانا گردید.

تاریخچه ی امپریالیسم فرهنگی

اگر چه گسترش امپریالیسم فرهنگی آمریکایی و غربی پدیده ای با تاریخ کم و معاصر بوده است اما برای پیدا نمودن پیشینه ی فرهنگی این نوع از نگرش می‌توان به امپراطوری روم اشاره نمود. این امپراطوری برای تضمین سلطه ی جهانی خویش سعی می‌نمود تا با ایجاد یک فرهنگ غالب، سلطه ی خویش را در عرصه ی منطقه ای و جهانی تضمین نماید. از سویی دیگر می‌توان از استعمارگری‌های کشورهای اروپایی در قرن ۱۹

نام برد که قدرت‌های مسلط این دوران برای کنترل آسان و غیر مستقیم بر زیر دستان خویش سعی می‌نمودند تا زبان و فرهنگ خویش را در کشورهای استعمار شده گسترش دهند. اگرچه در سراسر تاریخ، مردم تجربه‌های فرهنگی، ایده‌ها، ارزش‌ها و کالاهای هنری خویش را از طریق تجارت و مهاجرت رد و بدل می‌نمودند و این نوع مبادلات نیز در آشنا سازی فرهنگهای جهانی با یکدیگر نقشی اساسی را بازی می‌کرد اما امروزه ایالات متحده ی آمریکا با ایجاد مفاهیمی چون مد و مدزدگی در مقیاس گسترده جهانی و در تمامی قاره‌های جهان از محصولات فرهنگی خویش تبلیغ بعمل می‌آورد و به گونه ای برنامه ریزی نموده است که بازار توزیع و مصرف این نوع محصولات فرهنگی در عرصه‌های جهانی به شدت محبوب گردیده است. می‌توان از این گروه به فیلم‌های آمریکایی، رسانه‌های اجتماعی مجازی غربی، موسیقی‌های مدرن، کتاب و دیگر کالاهای فرهنگی حامل این نوع از فرهنگ اشاره نمود. این گونه است که در ذهن تحلیل گران عرصه ی فرهنگی دنیا این ایده شدت یافته است که جهان به سمت یکپارچه سازی و جهانی سازی فرهنگی توسط فرهنگ غربی نزدیک می‌گردد.

در این شرایط است که کشورهای غربی و به تبع آن آمریکا برای مستحکم نمودن سیطره بر بازارهای سرمایه ای جهانی و از سویی دیگر برای نفوذ در سیاست‌های بین المللی و داخلی کشورهای دنیا و حفظ هژمونی خویش از طریق مداخلات در عرصه ی جهانی، سعی می‌نمایند تا درک جهانی مشترک غرب محور از فرهنگ را ترویج نمایند.

افراد و دولت‌های بسیاری نفوذ محصولات فرهنگی آمریکایی را به کشورهای خویش در تضاد با فرهنگ‌های ملی خویش می‌دانند و این اعتقاد در عرصه ی مطالعاتی کشورهایی که حفظ فرهنگ بومی برایشان با اهمیت است شکل گرفته است که آمریکا در صدد ایجاد یک چرنوبیل فرهنگی در عرصه‌های جهانی می‌باشد تا از این طریق هژمونی خویش را تثبیت نماید و شرایط ادامه ی توسعه ی نظام سرمایه داری را در این کشور مهیا سازد.

امروز هتجارهای غربی در عرصه‌های فرهنگی جهانی به شدت در حال افزایش می‌باشد و جهان به سمت افزایش معنادار تقاضای فرهنگی و تجارت این نوع از کالاها به ویژه موسیقی، بازی و لوازم ورزشی می‌رود. آمارها حاکی از آن است که آمریکا توانسته است به عنوان بازیگران غالب در عرصه ی تجارت فرهنگی، جهان را به ویژه در عرصه‌های سمعی و بصری مورد دسترسی خویش قرار دهد و این شرایطی را فراهم آورده است که حتی در کشورهای توسعه یافته نیز این هجوم فرهنگی مشخص باشد. به گونه ای که بر طبق آمارها بیش از ۸۰ درصد فیلم‌های وارد شده به اتحادیه اروپا از طریق صادرات محصولات ایالات متحده آمریکا بوده است و حتی تا ۶۰ درصد از برنامه‌های تلویزیونی که از منابع غیر اروپایی برای کشورهای هدف اروپایی تولید می‌شوند در ایالات متحده آمریکا تولید می‌گردند. (Casert, 1995:21)

در عرصه‌های بین‌المللی هراس و ترس ناشی از تسلط برنامه‌های فرهنگی آمریکایی امری مهم می‌باشد و تحقیقات نشان داده است که بسیاری از کشورهای در حال گذار این امر را مخالف با فرهنگ بومی خویش می‌دانند. با توجه به مطالعه ای که موسسه ی تحقیقاتی پیو در سال ۲۰۰۲ در کشورهای مختلف انجام داد، معین گردید که هشت مورد از ده مورد کشور آفریقایی مورد تحقیق و شش مورد کشور از ده کشور آمریکای لاتین این احساس در مردم بوجود آمده است که روش‌های سنتی خود را در محاصره ی جهانی شدن می‌دانند و معتقدند که فرهنگ بومی آنان در خطر امپریالیسم فرهنگی آمریکایی قرار دارد. (Stokes, 2003:3)

واضح است که تجارت کالاهای فرهنگی جهانی نحت سلطه ی محصولات آمریکایی است و به سرعت رشد می‌یابد و مردم در این شرایط زندگی و فرهنگ سنتی خویش را در حال خطر می‌بینند. در این نوع نگاه اهمیت توجه به این امپریالیسم فرهنگی و برنامه ریزی با استفاده از سرمایه ی فرهنگی برای مقابله با این هجوم اهمیت خویش را ثابت می‌نماید و بایست سرمایه فرهنگی را به عنوان راهکاری برای مقابله با این هجوم فرهنگی مدنظر داشت.

چهار چوب نظری برای امپریالیسم فرهنگی

توجه نمودن و وارد گردیدن مفهوم امپریالیسم فرهنگی در جریان جنگ جهانی دوم و پس از آن صورت پذیرفت. در این دوران بود که این نوع امپریالیسم با عنوانی چون استعمار نو، امپریالیسم نرم، امپریالیسم اقتصادی-رسانه ای معرفی گردید و تعاریفی چون امپریالیسم ساختاری، وابستگی فرهنگی-هماهنگ سازی، استعمار الکترونیکی، امپریالیسم ایدئولوژیک و امپریالیسم ارتباطات برای معین نمودن وجوه امپریالیسم فرهنگی مدنظر قرار گرفت.

نظریاتی که درصدد جوابگویی برای یافتن علل و شناخت زمینه‌های امپریالیسم فرهنگی شکل گرفت در دهه ی ۱۹۶۰ شدت یافت اما در این دوران به دلیل وجود مخاطبین و جوامع هدف گسترده ی که این نوع امپریالیسم آن‌ها را تهدید می‌کرد نوع تعریف از امپریالیسم فرهنگی گسترده بود و این عدم تعریف روشن مانع از به توافق رسیدن بر سر تعریف واحد از وجوه گوناگون این پدیده و شناخت کامل آن گردید.

در سال ۱۹۷۶ “هربرت شیلر” نخستین بار با تنظیم استاندارد هایی امپریالیسم فرهنگی را تعریف نمود و آن را پدیده ای عنوان نمود که شرکت‌های بزرگ چند ملیتی از طریق رسانه‌های تحت اختیار خویش در پی ایجاد تسلط کامل بر دیگر کشورهای جهان می‌باشند و این نوع امپریالیسم بر جنبه‌های ارتباطاتی بین‌المللی متمرکز می‌باشد. (Schiller, 1976:41-44)

پس از پایان جنگ جهانی دوم تأثیرات فرهنگی ایالات متحده بر دیگر کشورهای جهان به شدت گسترش یافت و تکامل ارتباطات و توسعه ی مبتنی بر الگوی مدرنیزاسیون به این نوع از امپریالیسم شدت

بخشید. علاوه بر دیدگاه غرب محور مدنی‌زاسیون، دیدگاه و تئوری وابستگی نیز در پی جوابگویی به دلایل ایجاد این نوع از امپریالیسم اقدام کرد تا بتوانند از این طریق به باز تعریف این نوع از امپریالیسم بپردازند. نظریات وابستگی برای تعریف این نوع از امپریالیسم سعی به اثبات این امر داشتند که ارزش‌های سرمایه داری و مصرف‌گرایی نظام سرمایه داری با استفاده از رسانه‌های فراملی در عرصه‌ی جهانی پخش می‌گردند و در این فضا می‌توانند بر مخاطبین خویش به راحتی تأثیر گذاشته و آنان را به عنوان مخاطبین منفعل شکل دهند تا موجودیت سرمایه داری غربی در عرصه‌ی جهانی تثبیت گردد. هربرت شیلر ادعا می‌کرد رسانه‌های فراملی و صنایع ارتباطی که زمینه‌ی امپریالیسم فرهنگی را فراهم می‌آورند زیر ساخت‌هایی اطلاعاتی هستند که خصلت ایدئولوژیک دارند و نظام سرمایه داری برای ترویج، حفاظت و توسعه‌ی نظام مدرن غربی خویش به ایجاد و استفاده از آنان می‌پردازد. (Tronlinson, 1991:125)

امپریالیسم فرهنگی می‌تواند با استفاده از این صنایع ارتباطی اثرات منفی و کاذبی بر کشورهای هدف بگذارد و موجب از خود بیگانگی فرهنگی، همگن‌سازی منفی، هماهنگ‌سازی آنان با جهان غرب و از این طریق سلطه و ایجاد آگاهی کاذب در آنان گردد. (Schiller, 1976)

از این رو رسانه‌های ارتباطی نقشی غالب در ایجاد و انتقال فرهنگ غربی بازی می‌نمایند و طرفداران تئوری وابستگی ادعا می‌کنند که سازمان‌های رسانه‌ای فراملیتی با تعیین راهکارهای تفسیری که مردم از اطلاعات کسب شده‌ی خویش می‌توانند داشته باشند، آنان را در جهت تفکر امپریالیستی خویش به عمل می‌گیرند و سعی می‌نمایند تا تفکر مورد نظر امپریالیست فرهنگی را در آنان به وجود بیاورند.

در سوی دیگر از طیف تئوری پردازان نظریات امپریالیسم فرهنگی می‌توان از متفکران طرفداران الگوی بازار آزاد نام برد که معتقد به فرآیند مدرنی‌زاسیون نیز می‌باشند. این گروه رویکردی محافظه کارانه نسبت به امپریالیسم فرهنگی اخذ می‌کنند و معتقدند که هژمونی ایالات متحده آمریکا در عرصه‌ی تجارت فرهنگی از عوامل اقتصادی نشأت می‌گیرد. یکی از متفکران این نظریه «هملیتون» می‌باشد که استدلال می‌کند سرمایه داری به عنوان راهی برای جهانی‌سازی کردن مبدل گردیده است و با توسعه‌ی اقتصادی شاهد یکنواختی جهان به نام جهانی‌سازی هستیم و کشورها در عرصه‌ی بین‌الملل خود را بایست به فرهنگ غربی نزدیک نمایند و فرهنگ غرب در عرصه جهانی مسلط می‌گردد. (Hamilton, 1994)

از این رو کشور آمریکا کالاهایی که دارای مزایای اقتصادی می‌باشند را به بازارهای جهانی عرضه می‌نماید و از قدرت تبلیغاتی خویش نیز در این امر استفاده می‌نماید و از سوی دیگر مصرف‌کنندگان جهانی نیز بر حسب احساس تعلق خویش به کالاهای مصرفی، خود را در مقابل و معرض محصولات فرهنگی ایالات متحده آمریکا قرار می‌دهند. در این سناریو هر دو گروه مصرف‌کننده و تولیدکننده‌ی جهانی از این نوع تجارت فرهنگی بین‌المللی بهره می‌برند.

در این نظریه محصولاتی که از فرهنگ دیگری می‌باشند و با فرهنگ مصرف کننده ی دیگر فرهنگ‌ها سختی ندارند، کمتر مورد علاقه ی مخاطبان قرار می‌گیرند و برای فروش محصولات بایست فرهنگ استفاده و مصرف زدگی در مورد آن را در مخاطبان ایجاد نمود تا علاقه ی فرهنگی نسبت به مصرف آن ایجاد گردد. (Hoskins, 1990:86)

در عرصه ی تحلیل امپریالیسم فرهنگی هر دو تئوری وابستگی و بازار آزاد بر این نکته اذعان دارند که امپریالیسم فرهنگی آمریکا در نتیجه ی قوانین بازار آزاد سرمایه داری شکل گرفته است و در تئوری وابستگی این نتیجه جنبه ی منفی نظام سرمایه داری تلقی می‌گردد ولیکن نظریات مدرنیزاسیون آن را نتیجه ی محتمل و رویه ای نظام سرمایه داری می‌خوانند. نقدی که بر نظریات وابستگی وارد است اینگونه مطرح می‌گردد که در این تئوری با در نظر گرفتن انفعال مخاطبان و جوامع هدف، این اعتقاد به وجود می‌آید که اثرات امپریالیسم فرهنگی بر مخاطبین بسیار می‌باشد و در طیف دیگر نیز به طرفدارن نظریه مدرنیزاسیون این انتقاد وارد می‌گردد که چگونه بازار آزاد در شرایط همکاری و با در نظر گرفتن میل مصرف کنندگان فرهنگ آنان را به سلطه در می‌آورد و این نوع نگاه غلط می‌باشد که امپریالیسم فرهنگی بر حسب منافع متقابل شکل گرفته است و اثرات آن حداقلی است و در این تئوری به نوعی به امپریالیسم فرهنگی مشروعیت داده می‌شود.

شاخص‌های امپریالیسم فرهنگی آمریکا

محصولات آمریکایی امروزه در صدد تضمین هژمونی این کشور بر عرصه‌های فرهنگی جهان می‌باشد از سویی دیگر دسترسی به دهکده ی جهانی و قدرتی که کشورهای ابر قدرت برای کنترل فضای اینترنت در اختیار دارند، قدرت مانور آنان را به شدت افزایش داده است. اینترنت امروزه با دسترسی به خدمات ماهواره ای امکان جهانی شدن را به سرعت فراهم آورده است و این امکان محصولات فرهنگی آمریکایی را به سادگی در عرصه‌های جهانی پخش و انتشار می‌نماید. محصولات فرهنگی آمریکایی برای رسیدن به بازارهای خارجی توانایی‌های خویش را گسترش داده اند و با استفاده از زبان مرجع انگلیسی و حتی استفاده از زبان‌های بومی در صدد تبلیغ محصولات فرهنگی خویش بوده اند و با ایجاد لذت‌های آنی و زود گذر و از سویی دیگر ترویج خشونت و لذت‌های جنسی در صدر کالاهای فرهنگی خویش، این نوع از امپریالیسم را برای اقشار جوان جوامع و کشورهای در حال گذار جذاب بنمایند.

از سویی دیگر ایالات متحده آمریکا سعی نموده است که کالاهای فرهنگی خویش را در غالب برنامه‌های چند رسانه ای در عرصه ی جهانی پخش نماید تا از این طریق با ترویج مصرف گرایی شرایط را برای بقاء نظام سرمایه داری فراهم آورد. البته این نکته هم بایست یادآوری گردد که روند رو به رشد فرهنگ آمریکایی و استفاده از محصولات فرهنگی این کشور مقاومت هایی را در عرصه‌های جهانی شاهد بوده است

و در برهه هایی از زمان برخی فرهنگ‌ها توانسته اند موجودیت خود را در مقابل این هجوم امپریالیستی نشان دهند. به عنوان مثال در سال ۲۰۰۰ مجله نیویورک تایمز در مقاله ای نشان می‌دهد که تلویزیون آمریکا گرفتار فضای شکاف زمان گردیده است و در کشورهای دیگر به علت عدم توجه به ساعات پربیننده ی آن کشورها، اقبال نسبت به برنامه‌های تلویزیونی آمریکا روز به روز کمتر می‌گردد. (Kapner, 2003)

از سویی دیگر اثرات امپریالیسم فرهنگی آمریکا برای تسخیر فرهنگ دیگر کشورها تنها مربوط به کشورهای در حال توسعه و گذار نمی باشد و در مواردی حتی فرهنگ کشورهای غربی نیز توسط فرآورده‌های فرهنگی آمریکایی ضربه خورده است. به گونه ای که در فرانسه بیش از ۶۰ درصد از علاقه مندان به سینما جذب به فیلم‌های آمریکایی شده اند و این در حالی بود که در سال ۲۰۰۰ در ایالات متحده آمریکا فیلم‌های فرانسوی تنها ۰.۵ درصد از بازار فرهنگی آمریکا را تشکیل داده بودند. (Ames, 2003) در این برهه بود که وزیر سابق فرانسه ژاک لانگ جهانی شدن فرهنگ مصرف گرای آمریکایی را جنگ صلیبی واقعی در عرصه‌های جهانی خواند. (Rauth, 1998:11)

همانطور که بیان گردید یکی از ایرادات به نظریه وابستگی امپریالیسم فرهنگی این می‌باشد که در این نظریه تمام جهان همگن و به یک میزان تحت تاثیر این نوع از امپریالیسم قرار می‌گیرند در صورتی که مطالعات جدید نشان می‌دهد برخی از کشورها و مخاطبان، خصلت انفعالی در برخورد با امپریالیسم فرهنگی نداشته اند و به عنوان مثال تحقیق "رونالد هینگارت" که از دانشگاه میشیگان نشان داد در فرآیند آزمون تجربی میزان تغییرات فرهنگی در جوامع تحت نوسازی و صنعتی شدن متفاوت است و مطالعه ی شواهدی نشان می‌دهد در برخی از این کشورهای شاهد تغییر گسترده فرهنگی به واسطه ی امپریالیسم فرهنگی بوده ایم و در برخی دیگر همچنان تداوم سنت‌های فرهنگی بوم وجود دارد و برخی فرهنگ‌ها توانسته اند موجودیت خویش را همچنان حفظ بنمایند. (Inglehart, 2000:19)

بدین دلیل است که فرهنگ آمریکایی نتوانسته است تمام فرهنگ‌های دیگر جهانی را خود هضم نماید و به تمامیت خواهی نظام جهانی را آماج حملات فرهنگی خویش قرار دهد، به گونه ای که با وجود هژمونی آمریکا در عرصه‌های فرهنگی جهانی هنوز صنعت فیلم چین در هنگ کنگ باقی مانده است و یا بالیود با عنوان فیلم‌های هندی توانسته است مخاطبان گسترده ای را در عرصه ی بین المللی به دست بیاورد. موسیقی کره ای توانسته است شهرت بسیار زیادی را در عرصه ی آسیا بدست آورد و واضح است فرهنگ‌های دیگر نیز می‌توانند با مدیریت فرهنگی در مقابل فرهنگ آمریکایی قد علم نمایند و به صورت انفعالی تمام هویت خویش را از دست ندهند. (BBC News, 2001)

سرمایه فرهنگی راهکاری برای مقابله با امپریالیسم فرهنگی آمریکا

هر فرهنگی دارای الگویی مشترک برای اندیشیدن و پیوستگی اجتماعی می‌باشد و این الگوها که خود زاینده ی فرهنگ می‌باشند در استوار و محکم نگاه داشتن فرهنگ نقش جدی را دارا می‌باشند، این گونه است که هر فرهنگ مشخصه‌ها و ارزش‌های خاصی برای اندیشیدن دارد و حفظ این ارزش‌ها به معنای حفظ تمامیت یک فرهنگ می‌باشد. در این مرحله است که برخورد فرهنگ‌ها به معنای برخورد ارزش‌ها و عناصر وحدت بخش یک ملت با ملت دیگر می‌باشد و حفظ هویت هر ملت در جریان امپریالیسم گسترده ی فرهنگی آمریکا با حفظ نمودن فرهنگ بومی تلازم دارد. در روزگار مدرن و در جریان هجوم فرهنگ غربی به ارزش‌های سنتی و بومی کشورمان ضرورت توجه به سرمایه فرهنگی کشور و مدیریت فرهنگی به عنوان راهکار پدافند غیرعامل در مقابل هجوم بی‌محابای فرهنگ غربی و ایده‌های آمریکایی راهی است که می‌تواند در حفظ ارزش‌ها با اهمیت باشد و از تغییر ارزش‌ها که هویت و موجودیت فرهنگ شیعی و اسلامی ایران را مورد تهدید قرار می‌دهد جلوگیری نماید.

جامعه ی ایران نیز به مانند همه ی جوامع انسانی پیشرفت و توسعه ی انسانی و اجتماعی اش وابسته به فرهنگ عمومی می‌باشد و به مانند تمامی دولت-ملت‌های دنیا، سعادت و انحطاط آن در گرو استمرار فرهنگ و افزایش سرمایه فرهنگی موجود در جامعه می‌باشد. لذا برای حفظ موجودیت نظام ارزشی در مقابله با امپریالیسم فرهنگی با شناخت و استفاده ی درست از مبانی فرهنگی کشور بایست سرمایه ی فرهنگی ایرانی را غنا بخشید.

سرمایه در معنای عام آن به تعبیر "بوردیو" را بایست مورد توجه قرار داد و با شناخت سرمایه، راه کارهای انباشت آن و تأثیرات با اهمیتی که بر جهان اجتماعی بوجود می‌آورد، درصدد حفظ و انسجام یک نظام سیاسی از طریق حفاظت از مبانی فلسفی و باورهای فرهنگی جامعه ی ایرانی باشیم. سرمایه فرهنگی یکی از شاخص‌هایی که در خود جست و جو می‌نماید آکه تا چه میزان افراد جامعه آرمان مطلوب خویش را در حداکثر کردن رفاه و امنیت گروهی و ملی جست و جو می‌نمایند و یا اینکه این مطلوب را در افزایش و ارضاء خواست‌های مصرفی شخصی می‌بینند. هر کدام از این شاخص‌ها نوع خاصی از سرمایه فرهنگی را به وجود می‌آورد.

سرمایه فرهنگی

سرمایه فرهنگی را اولین بار بوردیو مورد توجه قرار داد و سطح تحصیلات دانشگاهی را با توزیع سرمایه اجتماعی و فرهنگی هم ردیف دانست. در مجموع سرمایه فرهنگی تعیین کننده قدرت اجتماعی است و سرمایه ای است که جامعه برای فراگیری نظریه‌ها و تکنیک‌ها در مدارس و دانشگاه‌ها و مراکز آموزش و پژوهشی صرف می‌کند و قسمتی از ثروت و ذخیره مملکت محسوب می‌شود (مدنی: ۱۳۸۶)

سرمایه فرهنگی عبارت است از مهارت‌ها و شناخت‌هایی که یک جامعه در اختیار افراد می‌گذارد و میدان اجتماعی فرصت‌های برابری را برای همه اعضای جامعه فراهم می‌کند تا به شکوفایی برسند لیکن تنها آن‌هایی می‌توانند از این فرصت سود ببرند که مهارت جذب این فرصت‌ها را داشته باشند.

از این رو ضرورت توجه به افزایش سرمایه فرهنگی در ایران و استحکام آن در نظام جمهوری اسلامی ایران برای مقابله با امپریالیسم فرهنگی آمریکایی ضروری است. از سویی کسب مشروعیت از طریق دیگر سرمایه‌ها نیز از طریق تبدیل آن به سرمایه فرهنگی صورت می‌پذیرد و سرمایه فرهنگی می‌تواند عاملی به شدت مشروعیت بخش برای گروه‌ها و جوامع متفاوت باشد. جوامع به واسطه‌ی سرمایه فرهنگی شأن و منزلت دارند و با سرمایه فرهنگی می‌توانند روایت و برداشت خود از دنیای اجتماعی را انسجام بخشند و حتی دیگران را نیز تحت تأثیر خویش قرار دهند.

از سویی دیگر با ایجاد و تقویت سرمایه فرهنگی در یک کشور جامعه می‌تواند خود را از الزامات غیر بومی توسعه دور نگاه دارد و در عرصه‌ی فرهنگ نیز می‌تواند شرایط متناسب و بومی با فرهنگ خویش را در امر توسعه پیگیری نماید. سه منشاء گوناگون را بوردیو برای ایجاد سرمایه اجتماعی یاد آور می‌گردد که می‌توان به پرورش جامعه شناختی اجتماعی و طبقات، آموزش‌های رسمی، فرهنگ شغلی و انباشت سرمایه فرهنگی در افراد از این طریق اشاره نمود که توجه بدان‌ها می‌تواند در ساخت سرمایه فرهنگی موثر باشد.

جوانان یکی از هدف‌های مهم امپریالیسم فرهنگی برای اثر گذاری می‌باشد و یکی از عواملی که در نوع نگاه نسبت به این مسئله بایست توجه نمود برنامه ریزی و تبیین الگوهای فرهنگی برای این قشر مولد است تا با شناخت نیازهای آنان و بسترهای اطلاعاتی و ارتباطی آنان نقشه‌ای جامع برای حفظ نظام ارزشی کنونی ترسیم کرد تا از این راه فرهنگ سازی نزد جوانان به عنوان راهکاری برای پدافند غیرعامل در مقابله با امپریالیسم فرهنگی صورت گیرد.

سرمایه فرهنگی در مقابل امپریالیسم فرهنگی

بایست به این نکته توجه نمود، کشورهایی که در طول تاریخ انسجام و غرور ملی خویش را حفظ نموده اند این مقوله را به خوبی نشان داده اند که می‌توانند از ارزش‌های فرهنگی و تمامیت ارضی و روحی و اجتماعی خویش در مقابل دشمن به بهترین شکل مراقبت نمود. از این جهت است که توجه به سرمایه فرهنگی برای مقابله با امپریالیسم فرهنگی امری مهم و حیاتی برای حفظ انسجام و پیشرفت و توسعه‌ی یک ملت محسوب می‌گردد. امروزه راهکار توسعه‌ی کشورهای در حال توسعه و محو نشدن فرهنگ آنان در این فضای گذار به مدرنیته توجه نمودن به فرهنگ بومی و سرمایه فرهنگی به عنوان زیربنای تداوم و امنیت بخش برای نسل‌های بعدی باشد و این فریضه بر عهده مدیران فرهنگی جامعه می‌باشد.

برای ایجاد پدافند غیرعامل در مقابل با فرهنگ استعمارگر بیرونی و بین المللی نیازمند توجه به

مدیریت‌های فرهنگی می‌باشیم تا از این طریق سنت‌های قومی، ملی، دینی و هنجارهای موجود با تکیه بر سرمایه فرهنگی بتواند پا برجا و مستحکم باقی بماند. برخی از عناصر فرهنگی را که قوام بخش یک نظام فرهنگی می‌باشند می‌توان عبارت دانست از:

- ارزش‌های مطلق
- ارزش‌های اسطوره ای
- ابداع و نوآوری و خلاقیت
- تغییر پذیری و مقاومت در مقابل تغییر
- میزان اهمیت فرد در جامعه
- اهمیت به کار و فعالیت و روحیه تلاش
- انتقاد پذیری
- روحیه کار گروهی
- نظم پذیری و ضابطه گرایی
- انگیزه پیشرفت
- بها دادن به کیفیت امور
- تصمیم گیری مبتنی بر اطلاعات
- آینده نگری و دور اندیشی
- توجه به آموزش (خاکی، ۲۱۸:۱۳۸۲)

از سویی دیگر ضرورت توجه به فرهنگ و استحکام آن در مقابله با جنگ نرم کنونی امری است که به شدت مورد توجه نخبگان سیاسی و مذهبی نظام جمهوری اسلامی ایران بوده است. به گونه ای که رهبر انقلاب اسلامی ایران حضرت آیت الله خمینی نیز به عنوان یک رهبر ایدئولوژیک، فرهنگ را پایه و اساس هر حرکتی می‌دانستند و اصلاح، رشد و بهبود یک جامعه را در گرو داشتن فرهنگ غنی و پرنشاط می‌دانستند و می‌فرمودند: راه اصلاح یک مملکت، فرهنگ آن مملکت است و اصلاح باید از فرهنگ شروع گردد و اگر فرهنگ درست گردد یک مملکت اصلاح می‌گردد (امام خمینی، ۱۶۰:۱۳۶۸).

تلاش در جهت مقابله با امپریالیسم فرهنگی غربی که شالوده‌های معرفتی نظام سیاسی را هدف خویش قرار داده است وظیفه ی نهادها و مدیران فرهنگی کشور ایران با همکاری و همیاری مردم می‌باشد. مدیریت فرهنگی به عنوان راهکاری برای پدافند غیرعامل در مقابله با جنگ نرم و ویژگی هایی را دارد که بایست مورد توجه قرار گیرد. از سویی دولت‌ها قوانین و ضوابط را تدوین می‌نمایند و در امور اقتصادی و سیاسی تصمیم گیری می‌نمایند از این رو مدیریت فرهنگی نمی‌تواند به طور مستقل درباره خواسته‌های خود تصمیم

بگیرد و مدیریت فرهنگی مسئول عملی کردن سیاست‌های فرهنگی است و از سویی دیگر مدیریت فرهنگی در زیر مجموعه ی دولت می‌بایست تمام تلاش خویش را در سیاست گذاری‌های فرهنگی با دیدی پیش‌گیرانه و رویکرد پدافند غیرعامل با استفاده از سرمایه فرهنگی باشد. راهکار استفاده از سرمایه فرهنگی به عنوان پدافند غیرعامل این گونه است که در نسل اول سیاست‌ها می‌بایست به توسعه هنرها و عرف‌ها سنتی، حفظ یادمان‌های و میراث هنری توجه نمود پس از آن و در سیاست‌های فرهنگی پیشگیرانه ی نسل دوم بایست مولفه‌های مهم توسعه ی فرهنگی نیز برای پدافند غیرعامل مورد توجه قرار گیرد که می‌توان راهکارهایی چون آموزش و پرورش رسمی و غیر رسمی، افزایش ارتباطات جمعی درون ساختار نظام، بهبود عملکرد صنایع فرهنگی برای تولید کالاهای فرهنگی با ارزش را اشاره کرد.

در سطح سوم سیاست گذاریهای فرهنگی و افزایش سرمایه فرهنگی به عنوان راهکار پدافند غیرعامل می‌بایست توسعه ی اقتصادی-اجتماعی و انسانی در تمام ابعاد آن مورد توجه ملاحظات فرهنگی قرار گیرد و فرهنگ را در مرکز تفکر توسعه ای بومی مورد توجه قرار داد (خردمند ۶۲: ۱۳۸۰).

مدیریت فرهنگی در ایران اسلامی با رویکرد پدافند غیرعامل می‌تواند شرایط را برای رشد و شکوفایی استعدادهای داخلی و بالا بردن خلاقیت‌های فردی و ارتقای توسعه اجتماعی، تعدیل رفتارها و رفع بی‌عدالتی‌های اجتماعی در توزیع علم و دانش موثر باشد و از سویی دیگر در مقابل هجمه ی گسترده ی فرهنگی کشورهای غربی کشور جامعه را مستحکم سازد.

نتیجه گیری

پس از مرور نظریات و رویکردهای نظری در عرصه ی امپریالیسم فرهنگی و سرمایه ی فرهنگی به عنوان راهکاری برای مقابله با آن در این پژوهش معین گردید که برای پیگیری کردن و رسیدن به سرمایه فرهنگی در جهانی که به واسطه ی جهانی شدن کشورهای در حال گذار با فرهنگ غیر بومی همگن سازی منفی می‌شوند، باید در عرصه‌های سیاست گذاری کشور به سرمایه فرهنگی توجه نمایند. در جمهوری اسلامی ایران می‌بایست با نظریات فرهنگی اسلامی-بومی به ایجاد سیاست گذاری‌های فرهنگی پرداخت تا از این طریق بتوان در مقابله با سیل و هجوم بی‌محابای فرهنگ غربی ایستادگی نمود و سبک زندگی بومی را بر اساس ارزش‌ها و ایدئولوژی‌های بومی بازسازی نمود. از سویی دیگر بایست توجه داشت که الگوهای غیر بومی توسعه نمی‌توانند در مقابله با امپریالیسم فرهنگی و جهان مدرن توانایی مقابله داشته باشد و در این نبرد سهمگین جامعه نیازمند به ایجاد یک فرهنگ بومی مبتنی بر سرمایه فرهنگی خاص جامعه می‌باشد تا از این طریق شرایط را برای ارائه ی الگوهای سیاست گذاری فرهنگی مسئولین در جهت ایجاد پدافند غیرعامل و مقابله با فرهنگ غیر بومی غربی آماده سازد. ارائه ی نقشه ی جامعی از وضعیت کنونی فرهنگی کشور و خوانش دوباره ی عوامل ذهنی و کیفی فرهنگ بومی ما را در ارائه ی الگویی متناسب و بومی برای

پدافند غیرعامل در مقابله با امپریالیسم فرهنگی رهنمون می‌سازد و سیاست گذاری‌های فرهنگی بایست در سه سطح به بازسازی فرهنگ کشور و محکم نمودن آن در مقابله با فرهنگ غربی توجه نماید:

- ۱- مولفه‌های بعد فردی: هویت، معرفت، سلائق، ارزش‌ها و هنجار
- ۲- مولفه‌های بعد جمعی: رضایتمندی، اعتماد متقابل، اصالت خانوادگی، صنعت فرهنگ و مشارکت شهروندی

۳- مولفه‌های بعد ملی: انسجام اجتماعی، اکولوژی فرهنگی، نشاط ملی، تفاهم ملی و قانون مداری
این سه بعد به عنوان مکمل یکدیگر عمل کرده و می‌توانند کشور را در مقابله با امپریالیسم فرهنگی غرب مستحکم بگرداند و شرایط را برای ایجاد سرمایه فرهنگی به عنوان راهکار پدافند غیرعامل در مقابله با امپریالیسم فرهنگی آماده سازند.

منابع

۱. مدنی، سید امیر حسین، سرمایه فرهنگی و انواع آن، وبلاگ دانشجویان کارشناسی ارشد
۲. خاکی، غلامرضا، روش تحقیق در مدیریت، مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، ۱۳۸۲.
۳. امام خمینی، روح الله، صحیفه ی نور، تهران، چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۶۹.
۴. خردمند، عزیز الله، نقش مدیریت‌های فرهنگی در ارتقاء یا تنزل فعالیت‌های فرهنگی، پایان نامه فوق لیسانس در رشته مدیریت امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، ۱۳۸۰.

- 1- Ames, Paul. "EC Braces for Clash With U.S. Over Movies." Associated Press, 2 Oct. 1993
- 2- Casert, Raf. "Quota Issue Sidestepped; EU Approves Reduced Audiovisual Aid Package." Associated Press, June 1995
- 3- Hamilton, Gary G. "Civilizations and Organization of Economies." The Handbook of Economic Sociology, edited by N.J. Smelse and R. Swedberg. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1994. (p.1984) as quoted by Ingle Hartd & Baker, 2000.
- 4- Hoskins, C. & Mirus R. "Television fiction made in USA." Import/Export: international flow of television fiction. In P Larsen (ed), Paris: UNESCO, 1990.
- 5- Inglehart, Ronald & Baker, Wayne. "Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values." American Sociological Review, Feb. 2000, Vol. 65.
- 6- Kapner, Suzanne. "U.S. TV Shows Losing Potency Around World." New York Times. 2 Jan. 2003.
- 7- Korean Wave' piracy hits music industry." BBC News. 9 Nov. 2001.

- 8- Rauth, Robert K. "The Myth of Cultural Imperialism." The Freeman, a publication of the Foundation for Economic Education, Inc., Nov. 1988, Vol. 38.
- 9- Schiller (1976) as paraphrased by White in "Reconsidering Cultural Imperialist Theory." (2001)
- 10- Schiller, Herbert I. Communication and Cultural Domination. (New York: International Arts and Sciences Press, 1976).
- 11- Stokes, Bruce. "Global is Better". National Journal. 7 June 2003 "Views of a Changing World 2003: War with Iraq Further Divides Global Publics". The Pew Research Center for the People and the Press, June 2003.
- 12- Tornlinson, John. Cultural Imperialism: A Critical Introduction (Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1991)