

تأملی بر فرهنگ و اثرگذاری آن در توسعه

دکتر خدارحم بزّی

استادیار گروه جغرافیا - دانشگاه زابل
Email: kh.bazi@yahoo.com

چکیده

با توجه به تعاریف گوناگون (۲۵۰ تعریف) از فرهنگ، که نشان دهنده عظمت، گستردگی و نقش فوق‌العاده آن در زندگی انسانی است، موارد استعمال و استفاده از آن نیز بسیار گسترده است، به طوری که در بسیاری از موارد اصطلاح فرهنگ و یا بی‌فرهنگی مترادف با پیشرفت و یا عدم پیشرفت یک فرد یا جامعه تلقی می‌گردد. بنابراین با توجه به نقش گسترده فرهنگ در جامعه، مقاله حاضر با هدف آرایه تصویری روشن از تاریخچه، تعریف، ماهیت و کارکرد فرهنگ، به بررسی نقش و موقعیت آن در حل مشکلات بشری و به ویژه توسعه جوامع پرداخته است تا از این راه با بهره‌گیری از نقش‌آفرینی فرهنگ، تنگناهای جامعه بشری را از پیش رو برداشته شده و شاهد پویایی و تعالی هرچه بیش‌تر آن باشیم.

واژگان کلیدی: فرهنگ، نقش، کارکرد، توسعه.

۱- مقدمه

فرهنگ یا Culture برای اولین بار در اواخر قرن ۱۹ به‌طور گسترده مورد توجه قرار گرفت. اگرچه معنای لغوی آن کشت و زرع و پرورش گیاهان است اما مفهوم آن، شیوه زندگی بشر را تداعی می‌کند.

در این مقاله سعی شده تا ضمن بررسی تعریف لغوی و اصطلاحی فرهنگ و استناد به چند تعریف شاخص، نمادهایی از فرهنگ به صورت فهرست‌وار ارائه گردد تا ذهن خواننده با ابعاد مختلف و گوناگون آن بیش‌تر آشنا شود. با توجه به این‌که فرهنگ دارای کارکردهای گوناگونی بوده و اثرگذاری آن در توسعه و ابعاد مختلف زندگی اقتصادی اجتماعی بشر غیرقابل اغماض است، تعدادی از کارکردهای شاخص فرهنگ نیز در این‌جا مورد تحلیل قرار گرفته است.

آن‌چه بیش از همه، امروزه فرهنگ را رنج می‌دهد این عمل است که علی‌رغم نقش قابل توجه آن در زندگی، اما متأسفانه به حاشیه رانده شده و رسالت عمده توسعه فرهنگی، حضور مجدد فرهنگ در زندگی روزانه مردم است که خود بخشی از بحث را تشکیل داده و آن‌گاه به بررسی رابطه فرهنگ و توسعه که لازم و ملزوم یکدیگرند پرداخته شده و در نهایت، ضمن کنکاش در راه‌های نفوذ فرهنگ روزمره، با نتیجه‌گیری، به بحث فرهنگ و نقش آن در توسعه پایان داده شده است.

۲- روش تحقیق

با توجه به این‌که به کلیه وسایل و مراحل جمع‌آوری سیستماتیک اطلاعات و نحوه تجزیه و تحلیل منطقی آن‌ها برای نیل به یک هدف معین را روش علمی تحقیق می‌گویند (نبوی، ۱۳۷۲: ۸) چگونگی تحقیق در مقاله حاضر مبتنی بر روش تحقیق «توصیفی - تحلیلی» (Descriptive-Analytic) است. در تحقیقات توصیفی - تحلیلی، محقق به دنبال چگونه بودن موضوع است ولی می‌خواهد بداند پدیده، متغیر، شی و یا مطلب چگونه است؟ به عبارت دیگر این تحقیق وضع موجود را بررسی می‌کند و به توصیف و تحلیل منظم و نظام‌مند وضع فعلی می‌پردازد و ویژگی‌ها و صفات آن را مطالعه و در صورت لزوم ارتباط بین متغیرها (فرهنگ - توسعه) را بررسی می‌نماید (حافظ‌نیا، ۱۳۸۳: ۵۸). از آن‌جایی که بسیاری از تحقیقات جدید، تمایل دارند از قضایای فلسفی گذشته شروع شوند و به بررسی آن‌ها بپردازند (Somekh, 2005: 11) این تحقیق نیز ضمن بررسی تاریخچه فرهنگ، نقش و موقعیت آن در توسعه اقتصادی اجتماعی مناطق را به بحث گذاشته است.

۳- تعریف لغوی فرهنگ

فرهنگ کلمه‌ای است قدیمی که در زبان اوستایی از دو جزء «فر» و «هنگ» مرکب شده

است. «فرّ» پیشوند و به معنی بالا، جلو، پیش و «هنگ» از ریشه اوستایی «ثنکا» به معنی کشیدن، سنگینی و وقار می‌باشد.

«بهنگ» به معنی با وقار، متین و «هنگ» به معنای دانایی، هوشیاری و فهم و فراست است. بنابراین اگر بخواهیم «فرهنگ» را از نظر لغوی معنی کنیم، به معنی بالا کشیدن و بیرون کشیدن است. اما باید دانست که معنی تحت‌اللفظی و لغوی و ریشه‌یابی واژه منظور نیست بلکه مفهوم استنباطی که عامه مردم از یک واژه می‌کنند دارای اعتبار است. در گذر زمان و در ادبیات فارسی هیچ‌گاه «فرهنگ» به معنی «بالا کشیدن» نیامده است.

فرهنگ گذشته از معانی: ادب، تربیت، دانش، معرفت، حکمت، هنر و... به معنی و مترادف با رأی و هوش، عقل و خرد، تربیت درست، آگاهی نیروبخش، قوه تمیز نیک از بد، شناختن حدّ هر چیز، فضیلت اخلاقی، مجموع صفات پسندیده، فضایل روحی و معنوی، آن چه در دایره اخلاق و رفتار و گفتار خوب قرار می‌گیرد، آرایش جان، مایه آراستگی روح، موجب سروری، سودمندی و بی‌آزاری، مایه نیکنمایی، تندرستی روان، مایه زنده‌دلی، برتر از گوهر، بزرگی جاه، بهتر از گنج، وقار، بزرگواری، شرف مایه فخر، اساس استقامت و بردباری، مایه شادی و اقبال، معیار و وزن و قد و اعتبار، فرّ و شکوه و جلال، اندیشه درست، خردمندی و درایت به کار رفته است (قرایی مقدم، ۱۳۷۴: ۱۴۶). فردوسی در زمینه جایگاه و نقش فرهنگ می‌گوید:

زdana بپرسید پس دادگر	که فرهنگ بهتر بود یا گهر؟
چنین داد پاسخ بدو رهنمون	که فرهنگ باشد ز گوهر فزون
که فرهنگ آرایش جان بود	ز گوهر سخن گفتن آسان بود
گهر بی هنر زار و خار است و سست	به فرهنگ باشد روان تندرست

معادل فرهنگ در زبان‌های انگلیسی واژه Culture (کالچر) و فرانسه و آلمانی واژه (کالتور) به معنی کشت و زرع و پرورش گیاهان به کار رفته است.

در زبان عربی مفهوم «فرهنگ» معادل اصطلاح «ثقافه» می‌باشد که در قرآن کریم آیه ۱۱۹ سوره بقره به این شرح آمده است:

«واقتلوهم حیث ثقتموهم و اخرجوهم من حیث اخرجوكم و الفتنة اشد من القتل و لا تقاتلوهم عند المسجد الحرام حتی یقاتلوكم فیه فان قاتلوكم فاقتلوهم کذا لک جزاء الکافرین».

یعنی: هر جا مشرکان را دریافتید بکشید و از شهر و دیارشان برانید هم‌چنان که آنان شما را از وطن آواره کردند و فتنه‌گری که آن‌ها کنند سخت‌تر و فسادش بیش‌تر از جنگ است در مسجدالحرام، با آنان نبرد نکنید مگر آن‌ها پیشدستی کنند، در این صورت رواست که آن‌ها را در حرم به قتل رسانید، این است کیفر کافران.

۴- مفهوم فرهنگ

مفهوم فرهنگ برای اولین بار در اواخر قرن نوزدهم میلادی توسط انسان شناسان مورد استفاده قرار گرفت. اولین تعریف واضح و کامل توسط انسان شناس بریتانیایی «ادوارد بورنت تیلور» (Edward Burnett Tylor) ارائه شده که در سال ۱۸۷۱ فرهنگ را چنین تعریف کرده است: «یک کلیت پیچیده شامل دانش، اعتقاد، هنر، قانون، اخلاقیات، آداب و رسوم و سایر توانمندی‌ها و خصلت‌های مکتسبه توسط انسان به عنوان عضوی از جامعه» (Haviland, 1999: 36). به عبارت دیگر فرهنگ را می‌توان به عنوان مجموع ویژگی‌های رفتاری و عقیدتی اکتسابی اعضای یک جامعه خاص، تعریف کرد (کوبین، ۱۳۸۴: ۳۷).

تعریف مفهوم فرهنگ به علت وسعت و گستردگی، کار ساده‌ای نیست، چرا که بیش از دویست و پنجاه تعریف را شامل می‌گردد. در این جا به چند تعریف که از اهمیت بیش تری برخوردارند بسنده می‌کنیم:

به نظر «ژان کازنو» (Jean cazneuve) «ثمره واقعی و قابل مشاهده کوشش انسان‌ها و زندگی اجتماعی به‌طور کلی فرهنگ نامیده می‌شود».

«هرسکوویتس» (Herskovits) در تعریف از فرهنگ می‌گوید: «فرهنگ آن قسمت از محیط است که به دست انسان ساخته شده و تأثیر پذیرفته است».

فرهنگ ماورای پدیده‌های غریزی است. فرهنگ دربرگیرنده تمام عواملی است که فرد از گروه‌های انسانی یا به وسیله رفتار آگاهانه آموخته و یا توسط تکنیک‌ها، شیوه‌های گوناگون، نهادهای اجتماعی، باورها و اشکال مختلف تماس و غیره تحت تأثیر قرار گرفته است (قربایی مقدم، ۱۳۷۴: ۱۴۸).

فرهنگ را به طور معمول «ارزش‌های یک گروه معین (چه محدود و چه وسیع) و هنجارهایی که از آن پیروی می‌کنند و نیز کالای مادی که تولید می‌کنند» تعریف کرده‌اند (گیدنز، ۱۳۷۳: ۳۶). بر همین اساس ما اغلب اشاره می‌کنیم به مردم امریکایی، افریقایی تبار که

شکل شماره ۱- اجزاء سه‌گانه فرهنگ Ferraro,1995:17



جورج پیتر مورداخ (George Peter Murdock) (۱۸۹۷-۱۹۸۵) جنبه‌های کلی فرهنگ را بالغ بر ۷۰ نوع یا نمونه به شرح زیر می‌داند (Ferraro, 1995: 17)

موسیقی	اساطیر	شمارش اعداد	مامایی	جرایم کیفری
اسامی افراد	سیاست جمعیتی	زندگی پس از مرگ	زبان	قانون
موهومات	سحر و جادو	ازدواج	وقت خوراک	طلسم
خوشبختی	سوگواری	مهمان‌نوازی	خانه سازی	بهداشت
حجب و حیاء	قوانین ارث	بذله‌گویی	گروه‌های خویشاوندی	فولکلور
تحریم زن	مراسم تدفین	بازی	ایماء و اشاره	دادن هدیه
تحریم خوراک	سلام و درود	سبک‌های مو	بحث آخرت	اخلاق
حکومت	آداب معاشرت	شفابخشی و ایمان	خانواده	جشن و مهمانی
گیاه‌شناسی	آداب و رسوم	عشق و عاشقی	رقص	هنر و دکوراسیون
آتش بازی	تقسیم کار	تعبیر خواب	آمورش و پرورش	سن ورود به مدرسه
فال‌گیری	آرایش بدنی	تقویم	نظافت	سازمان اجتماعی
ورزش	تعاون	ساخت ابزار	تجارت	دید و بازدید
آشپزی	کنترل اقلیم	مقررات سکونت	محدودیت‌های جنسی	مفاهیم روح
از شیر گرفتن	جراحی	عرف حاملگی	حقوق شخصی	تسکین‌بخشی
بچه	رسوم بلوغ	آیین‌های مذهبی	موجودات	موجودات
تفاوت‌های اجتماعی				
ماوراءالطبیعه				

دودمان آن‌ها از فرهنگ افریقایی آمده‌اند، یا چینی‌هایی که از فرهنگ چین آمده‌اند (Matsumoto, 1996: 12) هم‌چنین فرهنگ مترادف عدالت اجتماعی به شیوه‌های نمادی شفاف و عینی بوده و در صدد ارایه بهترین شیوه‌های زندگی و جنبه‌های سکونت است (ربانی، ۱۳۸۱: ۲۰).

۵- تعریف و مفهوم توسعه

عده‌ای از محققین ویژگی‌های زیر را در زمینه امر توسعه به ویژه در کشورهای جهان سوم به عنوان مفاهیم خاص توسعه می‌پذیرند:

- ۱- افزایش تولید کالا، خدمات و افزایش مصرف در یک سطح متعادل انجام گیرد.
- ۲- توسعه اقتصادی، لازم است رفاه اجتماعی را برای همه مردم جامعه فراهم سازد. توسعه نباید تنها ثروت را افزایش دهد بلکه توسعه فرهنگی و اجتماعی جامعه را نیز سبب گردد.

۳- امر توسعه، موجب افزایش سرمایه گذاری در تعلیم و تربیت می شود، به تجربیات و آگاهی های مردم می افزاید، آگاهی های مردم و آموزش عمومی، آزادی های سیاسی را پاسداری می کند و این امر اساس همه پیشرفت های اجتماعی اقتصادی و فرهنگی محسوب می گردد.

۴- توسعه سبب می شود که همه مردم جامعه از کیفیت زندگی خود در شهر و روستا اظهار رضایت کنند (رضوانی، ۱۳۸۲: ۲۴).

۶- منابع فرهنگی

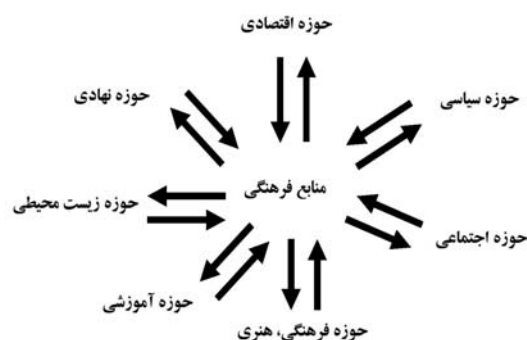
هویت فرهنگی یک جامعه به سه عامل بستگی دارد: تاریخی، زبانی و روان شناختی. اهمیت عوامل فوق در موقعیت های تاریخی و اجتماعی مختلف یکسان نیست. هرگاه این عوامل به طور کامل در یک ملت یا فرد وجود نداشته باشد، هویت فرهنگی ناقص می شود. تلفیق موزون این عوامل یک وضعیت ایده آل است (روح الامینی، ۱۳۶۸: ۱۱۱).

با وجود گستردگی بیش از حد قلمرو فرهنگ منابع فرهنگی را می توان به شرح زیر تبیین

کرد:

- نهادها و فعالیت های هنری و رسانه ای.
- فرهنگ های حرفه ای شغلی، اقلیت های قومی و جوانان.
- فرهنگ های گروه های ذی نفع مختلف.
- میراث فرهنگی شامل: باستان شناسی، خوراک شناسی (Gastronomy)، گویش های محلی و تعبیر نامتعارف (External Perceptions) از مکان و فضا که در لطیفه ها، آوازه ها، ادبیات، اسطوره ها و... بیان شده است.
- محیط طبیعی و انسان ساخت، شامل فضاهای باز و عمومی.
- تنوع و کیفیت خرده فروشی، اوقات فراغت، فرهنگ خوردن و آشامیدن.
- گنجینه تولیدات محلی و صنایع دستی (بیانچینی، ۱۳۸۰: ۵۹).

شکل شماره ۲- منابع فرهنگی (Greed, 1999: 198)



در نمودار فوق، رابطه دو طرفه میان منابع فرهنگی و حوزه‌های گوناگون سیاست‌گذاری عمومی (اقتصادی، محیط زیست، حمل و نقل، آموزش و...) وجود دارد. در این نمودار، دو گونه رابطه نیز دیده می‌شود، پیکانی که از سمت حوزه‌های سیاست‌گذاری به طرف منابع فرهنگی ترسیم شده، به این معناست که در سیاست‌گذاری باید منابع فرهنگی موجود در هر کدام از این حوزه‌ها را در نظر گرفت. پیکانی که از سمت منابع فرهنگی به سوی حوزه‌های سیاست‌گذاری ترسیم شده است، نشان می‌دهد که سیاست‌گذاران باید فرایندهای فکری را که سایر کارگزاران حوزه فرهنگی مورد استفاده قرار می‌دهند، نیز لحاظ کنند.

۷- کارکردهای فرهنگ

کشش و کوشش انسان در جهت «زیباسازی» و «خوشایندی» یکی از ویژگی‌های فرهنگ است. جوامع انسانی پس از آن که از تهیه غذا، لباس و مسکن، یعنی نیازهای اولیه، مختصر فراغت یافتند به ظرافت زیبایی، نقاشی، شعر و سرگرمی و بالاخره، آفرینش هنری پرداختند تا غذا، لباس، مسکن و اندیشه را راحت‌تر و خوشایندتر مورد استفاده قرار دهند (روح الامینی، ۱۳۶۸: ۷۲).

از آنچه قبلاً گفته شد، روشن می‌گردد که فرهنگ نمی‌تواند بقاء داشته باشد اگر نتواند به صورت مفید با مشکلات اساسی رفتار کند. فرهنگ می‌بایستی تولید و پخش کالاها و خدمات مورد نیاز زندگی را تأمین کند. آن می‌بایستی تداوم زیستی را از طریق تولید مجدد برای اعضای جامعه تأمین کند. آن می‌بایستی برای تمامی افراد جامعه از کوچک تا بزرگ دارای کارکرد باشد. آن بایستی در میان تمامی افراد مورد محافظت قرار بگیرد. آن باید موجب شود تا افراد برای بقاء و کاربردش در فعالیتهای ضروری جهت ادامه حیات از آن استفاده کنند (Haviland, 1999: 51).

فرهنگ‌ها، ممکن است برای مدت‌های مدیدی، بدون تغییر بمانند. اما زمانی که با حل مشکل برخورد می‌کنند که حل آن از توان‌شان خارج باشد، جهت حل مشکل جامعه خود و پاسخ‌یابی به مشکلی که با آن روبرو می‌باشند از فرهنگ‌های دیگر کمک می‌طلبند و از این راه، پاره‌ای از ویژگی‌های فرهنگ‌های مختلف را وارد فرهنگ خود می‌کنند. اصولاً اگر داد و ستد فرهنگی صورت نگیرد، پژمردگی فرهنگ‌ها فرا می‌رسد.

زمانی که فرهنگی، در جهت رفع نیازهای مادی و معنوی اعضای خود، توفیق زیادی به دست آورد، در نواحی مختلف جغرافیایی گسترش می‌یابد (نظیر گسترش اسلام در قرون اولیه). در جوامعی که سطح فرهنگی آن‌ها، هم انرژی و وقت خود را برای تأمین بقای زندگی به کار می‌گیرند، زمان کم‌تری جهت فعالیت‌های غیر مادی در اختیار خواهند داشت. اما فرهنگ‌های غنی و پربار، زمان بیش‌تری را برای فعالیت‌های فرهنگی، غیر از تأمین معاش

صرف می‌کنند. این قبیل فرهنگ‌ها، روز به روز پربارتر می‌شوند و توان بیش‌تری در گسترش جغرافیایی خود به‌دست می‌آورند (شکویی، ۱۳۷۹: ۲۸۳).

۸- سطوح تحلیلی فرهنگ

پدیده‌های انسانی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی و فرهنگی باید در سه سطح تحلیل مرتبط با یکدیگر، مورد ارزیابی قرار گیرند. در واقع به تحلیل دو سطحی سنتی علوم اجتماعی و به‌ویژه جامعه‌شناسی - یعنی سطح خرد و کلان - باید سطح دیگری را هم افزود. این سطح تحلیل، سطح میانه نام گرفته است. بنابراین در هنگام تحلیل پدیده‌هایی که به انسان‌ها، آن‌هم در شکل و شمایل جمعی‌شان مربوط است و این تجمع تاریخ نیز دارد، باید به آن‌ها در سطح خرد (Microscopic)، در سطح میانه (Mezzoscopic) و بالاخره در سطح کلان (Macroscopic) نگریست.

سطح کلان دربرگیرنده ساختار جامعه و تاریخ‌مندی مندرج در آن است. برداشت ایستا از فرهنگ، آن را در سطح میانه قرار می‌دهد و بالاخره سطح خرد از افراد، شخصیت، رفتار و وقایع یاد می‌کند. اگر دیدی پویا در مورد فرهنگ اتخاذ شود، برای درک هرچه بهتر فرهنگ، ارتباط متقابل سه سطح فوق‌الزامی می‌گردد (میران، ۱۳۸۰: ۹۰).

۹- توسعه فرهنگی

دیررس‌ترین درخت میوه خلقت، درخت فرهنگ است؛ منظور از فرهنگ، شیوه فکر کردن، استنباط کردن و استنتاج نمودن در تمامی ابعاد زندگی است. جامعه فرهنگی، جامعه‌ای عقلی است، جامعه فرهنگی جامعه‌ای است که شیوه حفظ کردن را نمی‌آموزد بلکه طریقه سنگین و عظیم فکر کردن را منتقل می‌کند. هیچ نوع تربیتی، سخت‌تر از تربیت فکر و عقل نیست (پورشافی، ۱۳۸۰: ۶۹). ماهیت دیربازده بودن اقدامات و برنامه‌ریزی‌های فرهنگی، مستلزم آن است که اهداف درازمدت و به عبارتی، سیاست‌های کلان اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و آموزشی مشخص شوند و برنامه‌ریزی‌های فرهنگی در چارچوب برنامه‌ریزی‌های توسعه ملی جامعه قرار گیرند.

برای آن‌که در جامعه‌ای به توسعه فرهنگی دست یابیم یکی از راه‌کارهای آن این است که فرهنگ باید در متن زندگی مستقر و جایگزین باشد، نه آن‌که بر آن مزید شود و به صورت پیوست زندگی درآید، چه در این صورت سیاست توسعه فرهنگی و همگانی کردن فرهنگ شکست می‌خورد. سیاست توسعه فرهنگی به معنای راستین کلمه، تلاشی است برای آن‌که فرهنگ جایی را که به حق از آن اوست دوباره به‌چنگ آورد، یعنی در زندگی روزانه حضور یابد.

«رنه ماهو» (Rene Maheu) مدیر کل فقید یونسکو در نخستین مجمع بین‌الدولّ وزیرای فرهنگ جهان در ونیز (۱۹۷۰) به روشنی و فصاحت تمام به این پرسش پاسخ داد و گفت: «اهتمام مقامات عمومی در زمینه توسعه فرهنگی به هر شکل و صورت و در هر سطحی که باشد، دو پایه و مینا دارد: از سویی حق برخورداری از فرهنگ که نتیجه مستقیم آن وظیفه‌مندی دولت در فراهم‌آوردن وسایل و امکانات استفاده از این حق برای عموم مردم است و از سوی دیگر پیوند و رابطه‌ای که میان توسعه فرهنگی و توسعه عمومی است».

نظر به این که خطابه «رنه ماهو» در این باب که چرا برخورداری از فرهنگ برای هر دولت مسئولیت‌آور است، سخت مستدل و روشن‌گر است، و در ضمن از لحاظ تاریخی هم اهمیت دارد، عین استدلال او را در این جا می‌آوریم. «رنه ماهو» در خطابه شیوایی که ایراد کرد منجمله گفت:

«از این پس اعتقاد بر این است که مقامات عمومی می‌توانند و حتی باید در زمینه فرهنگ، چنان که در بسیاری از زمینه‌های دیگر که با حیثیت انسانی و پیشرفت اجتماع ارتباط دارد، نقش تقویت و سازمان‌بخشی و مساعدت را که از مقتضیات و اجزاء لاینفک اجتماعات امروزی شده است، به‌عهده گیرند. البته به شرطی که نقش دولت فقط به‌عنوان وسیله تلقی شود و دولت در ماهیت کار فرهنگی، اعم از آفرینش، انتقاد و یا فهم و دریافت و نیز به قصد جهت‌نمایی و یا تعیین کار فرهنگی، مداخله نکند.

فرهنگ امری است که بهتر از هر مقوله دیگر به هر منطقه (Region) امکان و مجال می‌دهد که خصوصیات خویش را بنمایاند. و با تأکید بر این ویژگی‌ها، حیات ملی را پر بار و سرشار سازد، بی آن که با ملت و دولت قطع رابطه کند».

از آن جایی که ایدئولوژی یکی از اساسی‌ترین جنبه‌های فرهنگ به‌شمار می‌رود، در قاره آسیا، به‌هنگام استقلال کشورها، رهبران، دارای ایدئولوژی‌های سیاسی مختلفی بودند. در نتیجه بعد از به‌دست آوردن استقلال، فضاهاى مختلف جغرافیایی و کیفیت زندگی منطبق بر ایدئولوژی این رهبران، به‌وجود آمد. چنان که در سه کشور بزرگ آسیا؛ سوسیالیسم مائو در چین، ملی‌گرایی سوکارنو در اندونزی، ایدئولوژی عدم خشونت گاندی در هند، به خلق سه محیط جغرافیایی متفاوت انجامید (شکویی، ۱۳۸۴: ۴۸). در این اواخر پیروزی انقلاب اسلامی در ایران در سال ۱۳۵۷ و حاکمیت ایدئولوژی اسلامی در آن، خط بطلانی بر وابستگی به الگوهای غرب و شرق‌زده و ایدئولوژی سیاسی اسلام را در سراسر جهان معرفی نمود.

توسعه فرهنگی نمی‌تواند و نباید منحصرأً تعمیم و گسترش فعالیت‌ها و عادات فرهنگی سرآمدان، به امید بهره‌گیری عموم مردم از آن و یا پرورش سرآمدانی دیگر باشد. این امر لازم است اما کافی نیست. توسعه فرهنگ در وهله اولّ ارضای نیاز و خواست عموم مردم به حصول

و حفظ حیثیت و شرف زندگی است که امروزه ناشناخته و مهجور مانده، به بی‌راهه رفته و در انبوه عادات اجتماعی، پیش‌داوری‌ها، محرومیت‌ها و کمبودها گم شده است. امروزه توسعه‌یابی در زمینه فرهنگ، شناخت و دریافت ساحت فرهنگ در زندگی روزانه در هر لحظه و هر حرکت از معیشت روزمره است (ستاری، ۱۳۶۶: ۸۸).

۱۰- نقش فرهنگ در توسعه

مکتب فلسفی عدالت محیطی، شاخص‌های توسعه پایدار را در چهار حوزه اصلی معتبر می‌شناسد: الف) محیط. ب) جمعیت و منابع. ج) اقتصاد. د) فرهنگ و جامعه (شکویی، ۱۳۸۴: ۳۳). بنابراین بین فرهنگ و اقتصاد رابطه و تعامل تنگاتنگی وجود دارد که یکی از نشانه‌های آن وجود پیوند میان این دو، حداقل در ذهن سوداگران بازار این است که مثلاً وقتی شهرسازان سوداگر اروپایی می‌خواهند خانه‌های تازه‌ساز را به فروش برسانند، بخش مهمی از تبلیغات خود را براساس انگیزه‌ها و خواست‌های فرهنگی خریداران احتمالی استوار می‌کنند.

تردیدی نیست که توسعه فرهنگی با توسعه اقتصادی همبسته و مربوط است. اما وجود این پیوند و همبستگی نباید بهانه به دست سوداگران و سودجویان دهد تا فرهنگ را سراسر به تبعیت از احکام بازار و اقتصاد بکشانند و فواید توسعه فرهنگی را منحصرأً از لحاظ اقتصادی در یابند و به زبان اقتصاد توجیه و تحلیل کنند. شکی نیست که توجیه و تبیین توسعه فرهنگی تنها با موازین و ضوابط اقتصادی کاری نادرست و خطرناک است. چون خوشبختی انسان و کیفیت زندگی با مقیاس پول قابل سنجش نیست.

واژه توسعه به معنی خروج از لفاف (Envelope) است، که به معنای وسعت دادن، فراخ کردن، گسترش و بهبود نیز می‌باشد. این اصطلاح در معنای جدید آن، تنها پس از جنگ جهانی دوم، فراگیر شد و چیزی فراتر از نوسازی و رشد اقتصادی به حساب می‌آمد. از سوی دیگر با تمامی اهمیتی که فرهنگ در فعالیت‌ها، راه‌ها و روش‌های زندگی فردی و گروهی یک جامعه دارد، وجود آن شرط لازم برای توسعه تلقی می‌شود، ولی شرط کافی آن نیست. کفایت آن منوط به این است که فرهنگ از ویژگی‌های پویا برخوردار باشد و بتواند نگرش‌ها و بینش‌های جدید و کارآمدی را در افراد جامعه، تقویت کند (پور شافعی، ۱۳۸۰: ۶۲).

نه تنها هیچ توسعه و تکاملی بدون توسعه و تکامل فرهنگی مطلوب نبوده، بلکه مقدر هم نیست.

توسعه اقتصادی بدون توسعه فرهنگی، توسعه ناقص است. حتی اگر عمیق‌تر بیاندیشیم اصلاً توسعه نیست. اقتصادیات در جنبه عمومی و به عبارت دیگر در قدرت تخریبی شاید بتوانند سریع‌تر از فرهنگ و شاید هم قوی‌تر از آن عمل کنند، اما در جنبه وجودی هیچ‌گاه نمی‌توانند

جای فرهنگ را بگیرند. در مقایسه با تأثیرات فرهنگی، اقتصاد و عوامل غیرفرهنگی تأثیرات سریع اما سطحی دارند. فرهنگ جریانی است که در عمق می‌گذرد و عوامل غیرفرهنگی امواجی است که نسبت به آن می‌توان گفت در سطح پدید می‌آید.

به عبارت دیگر توسعه اقتصادی در گرو تحول نگرشی و بینشی افراد جامعه است. چنین تحولی بیش از هر عامل دیگری به فرهنگ مربوط می‌شود. آنان باید دریابند که فرهنگ، باری بر دوش اقتصاد نیست، اقتصاد نباید در تعدیل و ترمیم بودجه، فرهنگ را هدف قرار دهد. فرهنگ به اقتصاد افزوده نمی‌شود بلکه در حقیقت بخشی ضروری و تعیین‌کننده از آن است، که یک توسعه پایدار و همه‌جانبه بر این نگرش، صحنه می‌گذارد (پورشافعی، ۱۳۸۰: ۶۷).

هم تجربه و هم تئوری که نظریات فرهنگ‌شناسان و متفکران از این جمله است، گویای آن است که امروزه در توسعه اقتصادی، در تغییرات سیاسی، در تحولات اجتماعی و در هر دگرگونی و تغییر دیگری، از قدرت فرهنگ استفاده می‌شود. به‌عنوان مثال برخی کشورها، وقتی توانستند در عرصه کشاورزی به استقلال برسند که در ریشه‌کن کردن بیسوادی و گسترش فرهنگ، وحدت ملی را ایجاد یا تقویت کنند و آن‌گاه بر این اساس حرکت اقتصادی و اجتماعی و سیاسی کشور را سامان دهند (رفیع، ۱۳۷۳: ۲۳۷). زیرا به بیان «هوارد فاست» (H. Fost) نویسنده شهیر: «راه آزادی از گذرگاه علم، دانش و فرهنگ می‌گذرد» (پورشافعی، ۱۳۸۰: ۷۰). از سوی دیگر، سواد، بزرگ‌ترین و پراهمیت‌ترین عامل فرهنگ‌ساز است و برنامه‌ریزی فرهنگی، بیش از هر چیز به ریشه‌کنی بی‌سوادی به‌عنوان یک اقدام اساسی و اولیه نیازمند است. به‌طور کلی اگر انسان، عامل و غایت توسعه اجتماعی است و اگر این همه تلاش و کوشش در جامعه و جهان برای رفع نیازهای او در جریان رشد است که انجام می‌گیرد، پس باید باور کرد که نیرو و نیاز فرهنگی انسان در رأس و در عمق حیات و حرکت او قرار دارد.

۱۱- فرایند نفوذ و رسوخ فرهنگ در متن زندگی برای نیل به توسعه

آینده مکانی نیست که به آن جا می‌رویم، بلکه جایی است که آن را به وجود می‌آوریم. راه‌هایی که به آینده ختم می‌شود، یافتنی نیستند، بلکه ساختنی‌اند و ساختن آن‌ها، هم سازنده راه و هم مقصد را دگرگون می‌کند. سازمان یونسکو در خصوص نقش مردم در فرایند توسعه چنین اظهار می‌دارد: «توسعه باید از مردم، از آن‌چه انجام می‌دهند، از آن‌چه که می‌خواهند و از آن‌چه می‌اندیشند و باور دارند، آغاز شود و به‌سوی توزیع عادلانه‌تر منابع، جهت‌گیری گردد. هدف نهایی آن، آزادکردن انرژی خلاقه مردم و امکان‌پذیر ساختن آن است که سرنوشت‌شان را به صورت فردی و جمعی، خود تعیین کنند» (پور شافعی، ۱۳۸۰: ۷۵).

راه‌های متعددی برای نفوذ و رسوخ فرهنگ در متن زندگی روزانه هست. یکی از آن‌ها که

اساسی است، اما به زعم «ژاک ریگر» امروزه در بسیاری از کشورها از جمله فرانسه متروک و مهجور مانده، کتاب‌خوانی است. به اعتقاد وی خطری که امروزه کتاب‌خوانی را تهدید می‌کند این است که در این جوامع، خبر داشتن (Information) بیش از آموختن (Formation) ارزش و اهمیت دارد. حضور کتاب در زندگی روزانه باید نخستین هدف سیاست فرهنگی امروزین باشد.

امروزه تلویزیون می‌تواند کمک موثری برای توسعه فرهنگی باشد، اما به اعتقاد «ژاک ریگر» تنها عامل اصلی و اساسی آن نمی‌تواند باشد. باز به قول «همو» مثلاً اگر حضرت مسیح از معاصران بود و از طریق تلویزیون تبلیغ می‌کرد، به احتمال قوی پیروان و حواریونی نمی‌یافت. هرگز دیده‌ایم و شنیده‌ایم که کسی منحصراً تحت تأثیر تلویزیون تغییر مذهب داده و به مذهب دیگری گرویده باشد؟ در حال حاضر خطر تلویزیون از لحاظ فرهنگی، در این است که تلویزیون تقریباً همه وقتی را که ممکن است، صرف انجام دادن فعالیت‌های مختلف فرهنگی شود، می‌گیرد. تلویزیون همیشه بیش از آن که مولد باشد، مصرف‌کننده آن است و خواهد بود. اما در باره امکانات ارتقاء و تعالی فرهنگی، خود تلویزیون و نقش و تأثیر آن در اعتلای فرهنگ مردم نباید به خطا رفت و تصورات باطل و واهی داشت. همه برنامه‌های تلویزیونی اعم از آموزشی، سرگرمی و غیره ارزش و تأثیر فرهنگی دارند، چه به لحاظ نحوه عرضه مسایل و چه به اعتبار معنا و محتوی پیام‌ها. اما نخستین بار در تاریخ فرهنگ، این تردید حاصل آمد که ممکن است قابلیت آفرینندگی تلویزیون، طی مدت زمان طولانی به کم‌تر از توانایی پخش و اشاعه آن باشد. اگر تلویزیون واقعاً به رسالت خود عمل کند فضا و حال و هوایی شوق‌انگیز برای پرداختن به فعالیت‌های فرهنگی به گونه‌ای فعال می‌آفریند (ستاری، ۱۳۶۶: ۱۱۲).

باید به شاهره دیگری برای تحقق دموکراسی فرهنگی اشاره کرد و آن جا دادن فرهنگ در زندگی روزانه و فرهنگی کردن یا زیبا ساختن محیط زیست با توجه به میراث فرهنگی و هنری قوم ساکن است. گفتنی است که انجام دادن این مهم اساساً بر عهده دولت است، از قبیل استفاده از مجسمه مفاخر و مشاهیر منطقه در زیباسازی میدانی شهرها و روستاها.

در زندگی روزانه، گذرگاه‌ها، چهارسوق‌ها، پاتوق‌ها و هزاران جای مانوس هست که هر روز در معرض دید و محل تردد و آمد و شدند. فرهنگ در همه این جاهای آشنا و خودی می‌تواند و باید حضور داشته باشد. البته نه به عنوان چیزی اختصاصی بلکه چون رنگ و بوی زندگی و یا بهتر بگوییم به مثابه بعد اساسی حیات و معاش.

پروژه‌های تبدیل خاطرات جمعی به سایت‌های فرهنگی - تجاری - عمومی یا Civic Center، چیز تازه‌ای نیست و به یک بیان، به سومر و بعدها به یونان و روم می‌رسد. حتی «امین مختار» معمار مصری، مدعی است که این مصریان بودند که سیویک سنتر (Civic

Center) را ابداع کردند. اما آن چه امروزه در واقع زیر چتر نظری و فکری پست مدرنیسم رخ می‌دهد، جانمایی خاطرات جمعی و اجرای صدها سایت، از بسیار کوچک گرفته تا متوسط و گاه بزرگ، حول این ایده کلی است. انسان در شهرهای شیکاگو، نیویورک، لندن، پاریس، مادرید و غیره، سر هر پیچ و در هر کنج، به ناگهان به آدم بر نیمکت نشسته‌ای، به نویسنده‌ای، هنرمندی، نوازنده‌ای، موسیقیدانی برخورد می‌کند که در پیرامون آن فضایی طراحی شده است. جالب آن که در شیکاگو فقط به مردان نامی بسنده نشده بلکه از طراحی و مجسمه فردی کارگر، یا کارمند اداری که سر ظهر برای خوردن ساندویچ خود روی نیمکتی در خیابان نشسته است، ورزشکاری که خم شده و بند کفش خود را می‌بندد و ده‌ها طرح با استفاده از نماد انسان و غیر انسان، که برای آرایش محیط مورد استفاده قرار گرفته است (پیران، ۱۳۸۰: ۱۳).

پیش از هر چیز، حضور فرهنگ در چارچوب زندگی امری واجب و ضروری است. شهرهایی را که زشت و حزن‌انگیز و عذاب‌آورند، می‌توان از طریق زنده کردن بناهای زیبا و احیای آثار باستانی، زیبا و پذیرای نشاط و شادابی کرد و در تشویق آفرینندگان زیبایی شهر، فقط نباید در فکر بازدهی و اقتصادی‌بودن کار بود.

آدمی با تصویری که از خانه و شهر دلخواه خود دارد و پرورش و بیان آن، شاید به بهترین و کامل‌ترین وجه از مکنونات قلبی خویش سود می‌جوید. اما امروزه معماری خانه‌های شهری در خدمت و اسارت کارخانه‌های قوطی‌سازی است که خانه‌سازی نام دارد و مسکن بسان تولید صنعتی، یکسان و یکنواخت شده، ساخت مسکن جمعی بیش از مسکن شخصی مورد توجه است و رواج دارد. فقدان ساخت فرهنگی و زیبایی در شهرسازی نیز سخت محسوس است. راه حل این معضل استفاده از معماری سنتی و سازگار با فرهنگ مردم منطقه است و نه الگوبرداری نسنجیده از سایر کشورها و شهرها.

۱۲- نتیجه‌گیری

از مجموع مباحث مطرح شده در این مقاله راجع به نقش و جایگاه فرهنگ و اثر غیرقابل‌کتمان آن در روند توسعه می‌توان به‌طور خلاصه به نکات زیر اشاره کرد:

- تعریف و تبیین فرهنگ کاری بس مشکل به‌نظر می‌رسد زیرا مقوله فرهنگ دارای گستردگی و دامنه شمول بسیار وسیعی بوده و به همین دلیل تعاریف فراوان و گوناگونی از آن صورت گرفته است.

- فرهنگ باید دارای کارکرد و پویایی بوده و کارکرد آن دربرگیرنده تمام افراد و اقشار جامعه باشد.

- فرهنگ باید گره‌گشا و حلال مشکلات اساسی در زندگی بشر باشد.

- ۱- توسعه فرهنگی یعنی ورود و حضور فرهنگ در عرصه زندگی روزانه.
- ۲- هیچ توسعه‌ای به‌ویژه توسعه اقتصادی بدون توسعه فرهنگی کامل نیست.
- ۳- فعالیت‌های فرهنگی نظیر کتاب‌خوانی، تلویزیون و... از عمده‌ترین راه‌های نفوذ فرهنگ در زندگی روزانه و پویایی آن است. که متأسفانه هیچ‌یک دارای نقش و کارکرد واقعی خود نمی‌باشند.
- ۴- بهترین زمینه‌الگوپردازی جهت توسعه فرهنگی و زیباسازی محیط زیست استفاده از ارزش‌ها و میراث فرهنگی هر منطقه است.

۱۳- منابع

- ۱- قرآن کریم.
- ۲- بیانچینی، فرانکو، ۱۳۸۰، برنامه‌ریزی فرهنگی و برنامه‌ریزی شهری، ترجمه محمود نجاتی حسینی، فصلنامه مدیریت شهری شماره ۸، سازمان شهرداری‌های کشور.
- ۳- پورشافی، هادی، ۱۳۸۰، برنامه‌ریزی فرهنگی و چالش‌های آن، مجله علوم انسانی دانشگاه سیستان و بلوچستان، شماره ۱۵.
- ۴- پیران، پرویز، ۱۳۸۰، فرهنگ شهری، فصلنامه مدیریت شهری، شماره ۸، سازمان شهرداری‌های کشور.
- ۵- حافظ‌نیا، محمدرضا، ۱۳۸۳، مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران: سمت.
- ۶- دهخدا، علی‌اکبر، ۱۳۷۳، فرهنگ لغت، تهران.
- ۷- ربانی، رسول، ۱۳۸۱، جامعه‌شناسی شهری، انتشارات دانشگاه اصفهان و سازمان سمت.
- ۸- رضوانی، علی‌اصغر، ۱۳۸۲، روابط شهر و روستا، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- ۹- رفیع، جلال، ۱۳۷۳، فرهنگ مهاجم، فرهنگ مولد در باب فرهنگ و متعلقات آن، تهران: انتشارات اطلاعات.
- ۱۰- روح‌الامینی، محمود، ۱۳۶۸، زمینه‌شناسی فرهنگ، تهران: انتشارات عطار.
- ۱۱- ستاری، جلال، ۱۳۶۶، در قلمرو فرهنگ، تهران: نشر ویس.
- ۱۲- شکویی، حسین، ۱۳۷۹، اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا (جلد اول)، تهران: گیتاشناسی.
- ۱۳- شکویی، حسین، ۱۳۸۴، اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا (جلد دوم) فلسفه‌های محیطی و مکتب‌های جغرافیایی، تهران: گیتاشناسی.
- ۱۴- قرایی مقدم، امان‌الله، ۱۳۷۴، مبانی جامعه‌شناسی، تهران: انتشارات ابجد.
- ۱۵- کوین، بروس، ۱۳۸۴، درآمدی به مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر توتیا.
- ۱۶- گیدنز، آنتونی، ۱۳۷۳، جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- ۱۷- نبوی، بهروز، ۱۳۷۲، مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم اجتماعی، تهران: انتشارات کتابخانه فروردین.
- 18- Ferraro, Gray, 1995, Cultural Anthropology an Applied Perspective. The University of North Carolina.

-
- 19- Greed H.Clara, 1999, Social Town Planning, Routledge, London.
 - 20- Haviland, A, William, 1999. Cultural Antropology.Harcourt Brace College publishers, U.S.A.
 - 21- Matsumoto, David, 1996, Culture and Psychology, Harcourer Brace College publishers, U.S.A.
 - 22- Robertson, Iain, 2003, Studing culture landscapes, Arnold, London.
 - 23- Somekh, Bridget & Lewin Cathy, 2005, Research Methods in the social sciences, SAGE publications. Inc.