

فرهنگ چیست؟

تعاریف موجود بسیار زیادند: در سال ۱۹۵۲، انسان‌شناسان آمریکایی آلفرد کروبر و کلاید کلاکھون بیش از ۱۵۰ تعریف را شمارش کرده بودند... یونسکو تعریف زیر را ارائه می‌دهد: «در وسیع‌ترین معنای خود، فرهنگ امروزه می‌تواند به عنوان مجموعه‌ای از ویژگی‌های متمایز، معنوی و مادی، فکری و عاطفی در نظر گرفته شود که یک جامعه یا گروه اجتماعی را مشخص می‌کند. فرهنگ علاوه بر هنرها و ادبیات، شیوه‌های زندگی، حقوق اساسی انسان، سیستم‌های ارزشی، سنت‌ها و «باورها را نیز در بر می‌گیرد».

این تعریفی انسان‌شناختی است که تمام جنبه‌های جهان ذهنی و مادی یک گروه را شامل می‌شود. در مقابل این تعریف که به توصیف موجودیت‌ها می‌پردازد، می‌توان تعریفی پویا را قرار داد که از فلسفه روشنگری سرچشمه گرفته و توسط آندره مالرو اجرا شده است: «فرهنگ، توانایی انسان برای فراتر رفتن از خود و دستیابی به تحقق کامل و تمام‌عیار خود است، نوعی تعالی. از طریق فرهنگ، فرد از شرایط اولیه خود رها می‌شود و تلاش می‌کند به حوزه‌هایی دست یابد که پیش از این دور از دسترس بودند. برای این منظور، فرهنگ رهایی و روشنگری است [۱]». این تعریف دوم مربوط به «فرهنگ فرهیخته» است که فرض می‌کند تمام تولیدات انسانی برابر نیستند و برخی از آن‌ها توانایی کمک به ما برای دستیابی به این فراتر رفتن از خود را دارند. به عبارت دیگر، آن‌ها ارزش جهانی دارند، زیرا به انسان کمک می‌کنند تا به این هدف دست یابد و از ویژگی‌های خاص خود فراتر رود. بنابراین، این تولیدات باید برای بیشترین تعداد ممکن از انسان‌ها قابل دسترسی و قابل درک باشند، از این رو سازوکارهایی مانند مدرسه - با مطالعه «متون بزرگ» - موزه‌ها - با نمایش شاهکارهای هنری - و اخیراً، تمرکززدایی فرهنگی - با گسترش مراکز فرهنگی، نمایشی و ... - و دموکراتیزه‌سازی - با توسعه میانجی‌گری که قرار است پیوند بین آثار و مردم را برقرار کند - ایجاد شده‌اند. با این حال، این رویکرد از چند دهه پیش توسط قوم‌شناسان و جامعه‌شناسان - به ویژه پیر بوردیو - به چالش کشیده شده است که سؤال می‌کنند معیارهای تمایز شاهکارهای بشریت چیست. تحقیقات و تحلیل‌های بوردیو نشان می‌دهد که در واقعیت، جهان‌گرایی ادعا شده چندان وجود ندارد و طبقات مختلف اجتماعی در یک کشور و جمعیت‌های مختلف در جهان، مراجع و شیوه‌های فرهنگی بسیار محدودی را حفظ می‌کنند. بوردیو نتیجه گرفت که مدرسه نقش اساسی در توسعه علاقه جوانان به فرهنگ دارد.

فرهنگ، یا فرهنگ‌ها؟

چالش این جهان‌گرایی چیز جدیدی نیست. در سال ۱۷۷۴، فیلسوف آلمانی یوهان گوتفرد هردر در کتاب خود «فلسفه دیگری از تاریخ» با آن مخالفت کرد و از تنوع فرهنگ‌ها دفاع کرد. اخیراً، هنرمندان نیز به این موضوع پرداخته‌اند، مانند ژان دوبوفه که در سال ۱۹۶۸ اظهار داشت: «همان‌طور که طبقه بورژوا سعی می‌کند خود و دیگران را متقاعد کند که فرهنگ ادعایی‌اش (پارچه‌هایی که به این نام می‌آرید) حفظ آن را توجیه می‌کند، جهان غرب نیز تمایلات امپریالیستی خود را با فوریت آشنا کردن سیاه‌پوستان با شکسپیر و مولیر توجیه می‌کند.» این موضع با موضع قوم‌شناسانی همسو است که ایده برتری یک فرهنگ جهانی را زیر سؤال می‌برند و نشان می‌دهند که گروه‌های قومی که مطالعه می‌کنند، دارای دانش‌های پیچیده، مهارت‌های پیشرفته و تکنیک‌های نوین هستند. ایده نسبیت‌گرایی فرهنگی در حال پیشرفت است، به ویژه که دموکراتیزه‌سازی سفرها و ظهور اینترنت، کشف دیگر فرهنگ‌ها را بیش از پیش آسان کرده است. اهمیت یافتن «موسیقی‌های جهان» در قفسه‌های فروشگاه‌های موسیقی، نشان‌دهنده علاقه عموم مردم به چیزی است که قبلاً تنها توسط قوم‌موسیقی‌شناسان شناخته می‌شد. اگر این جذابیت برای کشف دیگری نشان‌دهنده گشودگی است، اتخاذ تعریف انسان‌شناختی فرهنگ پیامدهای مهم دیگری نیز دارد. با تأکید بر احترام به خاص و منطقه‌ای به جای جهانی، این تعریف امکان دفاع از اعمالی مانند نقص عضو جنسی را به نام سنت‌های فرهنگی در مقابل جهان‌گرایی حقوق بشر که به عنوان استعمار فرهنگی ارائه می‌شود، فراهم می‌کند. به طور کلی، این نسبیت‌گرایی این ایده را ایجاد می‌کند که مفهوم شاهکار دیگر مرتبط نیست، همه چیز برابر است، یک جفت کفش و سقف کلیسای سیستین، یک رمان عامه‌پسند و شاهزاده خانم کلو.

تغییر در روابط با فرهنگ

تحقیقات انجام‌شده توسط وزارت فرهنگ به این نتیجه می‌رسد که فرهنگ فرهیخته در حال کاهش است: تعداد خوانندگان پرحجم کاهش یافته، بازدید از موزه‌ها راکد است، تعداد کمی از جوانان به کنسرت‌های موسیقی کلاسیک خود MP3 می‌روند. اما از سوی دیگر، روزهای میراث فرهنگی با استقبال کامل مواجه می‌شود، تقریباً همه به موسیقی روی

گوش می‌دهند، و نواختن یک ساز - در مؤسسات یا خارج از آن - بسیار رایج است. مدارس هنر پر هستند، دانشجویان سینما بیش از هر زمان دیگری هستند. همه نگران تمرین، کشف هنر خود به تنهایی هستند. این امر مستلزم تغییر در روش انتقال است، نه به صورت عمودی، از استاد به شاگرد، بلکه به صورت افقی، در یک همراهی دلسوزانه. این همچنین مستلزم ایجاد فضاهایی برای بیان، خلاقیت، مکان‌هایی برای تمرین، با حداقل تجهیزات و راحتی آکوستیک است. تمامی نهادهای محلی با این سؤالات مواجه هستند که چگونه ساختارهای جدید ایجاد کنند یا فضاهای صنعتی قدیمی را به شهرهای هنری تبدیل کنند، مکان‌هایی برای ملاقات، تلاقی تجربیات و تحقیقات مشترک. این همچنین سؤال انتخاب‌های زیبایی‌شناختی را مطرح می‌کند: به کدام هنرمندان مکان‌ها، کمک‌های مالی اختصاص داده شود، بر اساس چه معیارهایی؟ این یک کلیشه است که بگوییم سلیقه‌ها با زمان تغییر می‌کنند. تاریخ هنر و ادبیات پر از هنرمندان و نویسندگانی است که در زمان خود مشهور، محترم و ثروتمند بودند و امروزه کاملاً فراموش شده‌اند: کافی است فهرست برندگان جایزه نوبل ادبیات را بخوانید. دیگران مورد تحقیر و بی‌اعتنایی قرار گرفتند، تا اینکه پس از مرگشان مورد تقدیر قرار گرفتند. با گذشت زمان، متوجه می‌شویم که «متخصصان» اشتباه کرده‌اند، اما نه به طور سیستماتیک: قضاوت زیبایی‌شناختی کار دشواری است! به هر حال، عقل سلیم عامه نمی‌گوید که در مورد سلیقه و رنگ‌ها بحث نمی‌شود... با این حال، ما شاهد یک شکوفایی فرهنگی فوق‌العاده هستیم، با ایجاد مفاهیم جدیدی از رابطه با فرهنگ و هنر، اما پر از ابداعات. این شکوفایی در اینترنت نیز دیده می‌شود، که دسترسی بی‌پایان به تمام خلاقان و هنرمندان سراسر جهان را فراهم می‌کند.

فرهنگ، یک صنعت؟

اما نباید فراموش کرد که فرهنگ - قبل از هر چیز؟ - یک صنعت است. انقلاب صنعتی امکان تکثیر آثار را از طریق عکاسی، صفحه‌های موسیقی، سینما، رادیو و تلویزیون فراهم کرد و بنابراین انتشار آن‌ها را به شکلی قابل دسترسی و ارزان‌قیمت برای مخاطبان بسیار گسترده‌تر از موزه‌ها یا کنسرت‌ها ممکن ساخت. اما این تکثیر به خود اثر، مفهوم محصول فرهنگی را اضافه کرد، با اثرات متناقض. از یک سو، این محصولات دسترسی به آثار را با قیمتی معقول یا حتی ناچیز فراهم می‌کنند، اما از سوی دیگر، ضرورت سودآوری اقتصادی آن‌ها، صنعتگرانی را که آن‌ها را تولید می‌کنند، مجبور به پیروی از سلیقه عموم و بنابراین پاسخگویی به تقاضا می‌کند. این صنعت فرهنگی بنابراین سلیقه متوسطی را تشویق می‌کند، آثاری را منتشر می‌کند که احتمالاً مورد پسند بیشترین تعداد قرار گیرند، بدون اصالت زیاد. حتی تکنیک‌هایی برای کاهش بیشتر «ریسک صنعتی» توسعه یافته‌اند، مانند برنامه‌های تلویزیونی که در آن عموم از قبل - با پرداخت هزینه تماس‌های تلفنی! - هنرمندی را انتخاب می‌کنند که بعداً آلبوم‌های او را خریداری خواهند کرد. صنعت سینما - به ویژه هالیوود - بر همین مدل عمل می‌کند، با انتخاب تولید فیلم‌هایی که احتمالاً مورد پسند بیشترین تعداد تماشاگران در سراسر جهان قرار گیرند، تضمینی برای پخش گسترده که امکان فروش آن‌ها را با قیمت‌های معقول به بیشترین تعداد ممکن از شبکه‌ها فراهم می‌کند.

اگر این مدل اقتصادی به خوبی جا افتاده است، ظهور اینترنت تا حدی قواعد بازی را تغییر داده است. اینترنت آزادی انتشار را به خلاقان می‌دهد، بنابراین روابط جدیدی بین آن‌ها و مخاطبان بالقوه‌شان ایجاد می‌کند، تا جایی که گاهی می‌توان از هم‌آفرینی صحبت کرد. سایت‌های تخصصی امکان شنیدن آهنگ‌ها و خرید بخشی از تولید آلبوم را فراهم می‌کنند که سپس به شنونده-خریدار ارسال می‌شود. اینترنت همچنین آزادی زیادی در مورد ساعات دسترسی فراهم کرده است و بنابراین امکان تطبیق تقاضای فرهنگی با سبک زندگی، خواسته‌ها و حالات فردی را می‌دهد. کاربر اینترنت آزادی ایجاد لیست پخش خود، برنامه رادیویی خود و غیره را دارد و به شیوه خود به فرهنگ فرهیخته دسترسی پیدا می‌کند.

فرهنگ بیش از هر زمان دیگری در مرکز تحولات جهان معاصر قرار دارد. شیوه‌ها و روابط جدیدی با فرهنگ در حال ظهور هستند، به لطف تحولات عمیق تکنولوژیکی که تجربه می‌کنیم. نباید فراموش کرد که فرهنگ یک سلاح قدرتمند است، یک قدرت نرم به گفته آمریکایی‌ها، که به ویژه موزی‌تر است زیرا نه جنگ ایجاد می‌کند، نه اشغال، و نه تلافی‌های اقتصادی: «فقط تصاویر، صداها، کتاب‌ها، آهنگ‌ها و رقص‌ها» [۲]. این گونه است که شیوه زندگی آمریکایی تقریباً در ...سراسر جهان تحمیل شده است. بنابراین، این یک سؤال اساسی است