

تولید و مصرف فرهنگی در دانشگاه ایرانی
درآمدی تاریخی- انتقادی

رضا صمیم



پژوهش و مطالعات فرهنگی و ادبیات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

تولید و مصرف فرهنگی در دانشگاه ایرانی درآمدی تاریخی - انتقادی

رضا صمیم (هیئت علمی پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی)

ناشر: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی

یراسته: معصومه احمدی ملک کیان

طی جلد: هاجر قربانی

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۶

تراژ: ۰۰

قیمت: ۱۳۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۲-۱۹۰۷۰۰۰۰۰۰۰۰

نشانی: تهران، خیابان پاسارگان، خیابان شهید مومن نژاد (گلستان یکم)، شماره ۱۲۴، تلفن: ۲۲۵۷۰۷۷۷

سایت: www.iscs.ac.ir

پست الکترونیکی: info@iscs.ac.ir

کلیه آثار این پژوهشکده در جهت ایجاد فضای آزاد علمی و نظر شخصی نویسندگان محترم آن است و لزوماً مورد تایید پژوهشکده نیست.

سرشناسه: صمیم، رضا، ۱۳۶۰ -

عنوان و نام پدیدآور: تولید و مصرف فرهنگی در دانشگاه ایرانی: درآمدی تاریخی -

انتقادی / رضا صمیم.

مشخصات نشر: تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، ۱۳۹۶.

مشخصات ظاهری: ۲۴۸ ص.؛ جدول؛ ۵/۱۴×۲۱ س.م.

شابک: 978-600-8905-46-2

موضوع: پژوهش‌های فرهنگی -- ایران

موضوع: Cultural research -- Iran*

موضوع: دانشگاه‌ها و مدارس عالی -- ایران -- فعالیت‌های فرهنگی

موضوع: Universities and colleges -- Iran -- *Cultural activities

موضوع: دانشگاه‌ها و مدارس عالی -- ایران -- فعالیت‌های پژوهشی

موضوع: Universities and colleges -- Iran -- Research activities*

شناسه افزوده: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی

رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۶: ۹ ص ۶۲۳ HM

رده‌بندی دیویی: ۳۰۶/۰۷۱

شماره کتابشناسی ملی: ۵۰۸۶۴۷۹

فهرست

- ۷ دیباچه پژوهشکده
۹ پیشگفتار

فصل اول: مسئله انگیزی تولید و مصرف بی جامعه‌شناسی

- ۱۷ ۱. مقدمه
۲۳ ۲. شهر تاریخی؛ مکان آرمانی مناسبات سیاسی
۲۷ ۳. شهر جدید؛ زمینه آرمانی مناسبات اقتصادی
۳۵ ۴. کلان‌شهر؛ نمونه آرمانی شهرهای جدید
۴۵ ۵. بورژوازی، تولیدکننده و مصرف‌کننده فرهنگ در شهرهای جدید

فصل دوم: دانشگاه، مکان آرمانی تولید و مصرف فرهنگی در شهرهای جدید

- ۵۱ ۱. چیرگی امر عمومی در شهرهای جدید
۶۳ ۲. دانشگاه مدرن به مثابه فضایی جامعوی که در آن همه چیز به کالا و سرمایه تبدیل می‌شود

فصل سوم: آیا دانشگاه، مکانی منحصربه‌فرد در تولید و مصرف فرهنگی در ایران است؟

- ۷۷ ۱. مقدمه
۸۶ ۲. تأسیس دولت بوروکراتیک در ایران، دانشگاه و مسئله منزلت

۶ / تولید و مصرف فرهنگی در دانشگاه ایرانی

۳. دانشگاه ایرانی؛ از انقلاب سفید تا انقلاب اسلامی ۱۰۱

فصل چهارم: مرور و نقد پارادایم‌های نظری موجود در مطالعه تولید و مصرف فرهنگی

۱. مقدمه ۱۱۱
۲. رهیافت‌های نظری مارکسیستی و نومارکسیستی در تبیین مفهوم تولید فرهنگی ۱۱۲
۳. رهیافت‌های نظری جامعه‌شناسی سازمانی در تبیین مفهوم تولید فرهنگی ۱۲۶
۴. رهیافت نظری بوردیو در تبیین مفهوم تولید فرهنگی ۱۳۰
۵. رهیافت جامعه‌شناسی کلاسیک در تبیین مفهوم مصرف فرهنگی ۱۳۳
۶. رهیافت‌های نظری نومارکسیستی در تبیین مفهوم مصرف فرهنگی ۱۳۹
۷. رهیافت‌های نظری پست‌مدرن در تبیین مفهوم مصرف فرهنگی ۱۴۴
۸. رهیافت‌های نظری روان‌کاوانه در تبیین مفهوم مصرف فرهنگی ۱۴۸
۹. برخی رهیافت‌های نظری متأخر در تبیین مفهوم مصرف فرهنگی ۱۵۱
۱۰. یا این نظریات به کار مطالعه تولید و مصرف فرهنگی در دانشگاه می‌آیند؟ ۱۵۵

فصل پنجم: تولید و مصرف فرهنگی در دانشگاه ایرانی؛ نقد برخی مقالات و پژوهش‌ها

۱. مقدمه ۱۶۳
۲. نقد برخی مقالات در حوزه تولید فرهنگی در دانشگاه ۱۶۷
۳. نقد برخی مقالات در حوزه مصرف فرهنگی در دانشگاه ۱۷۷
۴. نقد برخی پژوهش‌ها در حوزه مصرف فرهنگی در دانشگاه ۱۸۶

فصل ششم: چارچوب‌های روش‌شناختی برای مطالعه

دریارة تولید و مصرف فرهنگی در دانشگاه ایرانی

۱. مقدمه ۱۹۵
۲. مسئله چیست؟ موقعیت مسئله‌مند کدام است؟ ۱۹۷
۳. مفاهیم اصلی در طرح سؤال کدام‌اند؟ معرفی دو استراتژی اصلی مفهومی سازی برای مطالعه ۲۰۳
۴. استراتژی‌های روش‌شناختی متناسب با مسئله کدام‌اند؟ ۲۱۴

پسگفتار ۲۲۱

منابع ۲۳۱

نمایه ۲۴۱

پیشگفتار

این کتاب، مقدّمی انتقادی برای فراهم کردن زمینه‌ای نظری، مفهومی و روش‌شناختی است تا بتوان با آن تولید و مصرف فرهنگی در دانشگاه ایرانی را مطالعه کرد. پیش‌فرض این پژوهش تاریخی-انتقادی، نبود مفهوم پردازی «محصر فرد» از تولید و مصرف فرهنگی در دانشگاه ایرانی در پژوهش‌هایی است که تاکنون در این حوزه انجام شده‌اند؛ منظور از «منحصربه‌فرد» در این عبارت، در نظر گرفتن ویژگی‌های «خاص» و تکیه‌ای است که یک مفهوم را به یک زمینه اجتماعی و فرهنگی خاص متعلق می‌سازد.

تولید و مصرف فرهنگی، مفاهیمی برآمده از بحولات عریق مناسبات زندگی جمعی در جهان غرب است. کاربست این مفاهیم در زمینه‌ای به‌غایت متفاوت برای توضیح مناسبات جمعی‌ای که آن‌هم چندان با ویژگی‌های مناسبات جمعی‌ای که در جای جای این کتاب از آن به مناسبات جامعه‌ی^۱ تعبیر کرده‌ام، همخوان نیست، چالش‌هایی

۱. در این نوشتار مناسبات جمعی انسان‌ها را به دو دسته تقسیم کرده‌ام: نخست، مناسبات جامعه‌ی (Gesellschaftlich / Societal) و دوم، مناسبات اجتماعی (Gemeinschaftlich/ Communal).

اساسی به وجود می‌آورد. البته این جملات بدان معنا نیست که من، کاربست مفاهیم فوق‌الذکر را برای مطالعه مناسبات جمعی در اجتماع ایرانی ناممکن می‌دانم، ولی آنچه اهمیت دارد این است که با در نظر گرفتن چنان پیش‌فرضی این امکان حاصل خواهد شد که بتوان هر لحظه در مطالعه تولید و مصرف فرهنگی به وجوه به‌غایت متفاوت مناسبات تولیدی و مصرفی در این زمینه اندیشید. این تفاوت‌ها هنگامی که تولید و مصرف فرهنگی درون زمینه دانشگاه ایرانی به موضوعی برای مطالعه تبدیل شود، دوچندان خواهد شد چراکه خود دانشگاه در این، جلوه‌ای «منحصربه‌فرد» از پدیده «دانشگاه مدرن» است.

در فهم چستی و گونگی فرآیند تولید و مصرف فرهنگی در دانشگاه ایرانی، شش از هر حیز باید به بیرون‌زدگی‌های^۱ دانشگاه ایرانی در مقایسه با گذشته ایرانی^۲ مدرن آن اندیشید. ادعای نظری-

مناسبات جامعی، آن دسته از روابط اجتماعی است که منبای قراردادهای انسانی شکل می‌یابد و همبستگی‌اش ارگانیک است. مناسبات اجتماعی، آن دسته از روابط جمعی است که براساس قوانین از پیش تعیین شده شکل می‌گیرد و بستگی‌اش مکانیک است. این دوگانه، از بنیادی‌ترین دوگانه‌ها در جامعه‌شناسی به شمار می‌روند. ترکیب مفصلی درباره چستی مناسبات جامعی در فصل‌های بعد ارائه شده است.

۱. اگر دانشگاه مدرن را که در غرب پدید آمد، تیپ ایدئال دانشگاه مدرن بگیریم، در یک مطالعه تاریخی-تطبیقی درباره دانشگاه ایرانی، بیرون‌زدگی‌ها آن وجوه تفاوتی خواهند بود که این دانشگاه متأخر در مقایسه با تیپ ایدئال از خود روزی‌دها

۲. Ideal Type در این کتاب از ترکیب «گونه آرمانی» و صفت «آرمانی» به‌کار استفاده کرده‌ام. منظور از آن، به هیچ وجه، شکل ایدئال، در مفهومی ایدئالیستی و افلاطونی نیست. گونه آرمانی در اینجا یعنی آن وجهی از یک پدیده که مبتنی بر «بازسازی پرداخت یافته ذهنی» یا «بیرون کشیدن خطوط بارز» آن است. گونه آرمانی یک پدیده، آن گونه که ریمون آرون در تعریف آن می‌گوید (به‌خصوص در مورد رویدادهای منحصربه‌فرد تاریخی) عبارت است از «بازسازی معقول یک واقعیت تاریخی کلی و خاص، کلی از آن جهت که برای مثال اصطلاح سرمایه‌داری معرف مجموعه یک نظام اقتصادی است و خاص از آن جهت که سرمایه‌داری، چنان‌که ماکس وبر تعریف کرده، فقط در جوامع غربی مدرن به

تاریخی نخست این کتاب آن است که دانشگاه، مکان ویژه‌ای برای تولید و مصرف فرهنگی در اجتماع ایرانی است. برای اینکه این وجوه منحصر به فردکننده موضوع مورد بررسی‌ام را نشان دهم و از این طریق بنیان‌هایی منطقی برای اثبات این ادعا به دست آورم، طرح مطالعه‌ای تاریخی - تطبیقی را در انداختم تا ابتدا آن گونه آرمانی را که قرار است مایک تطبیق باشد، شناسایی کنم و سپس به بیان تفاوت‌های گونه بیرون زده ایرانی‌اش پردازم. تطبیق را درون اجتماع ایرانی نیز ادامه دادم تا بیرون زدگی‌های کنش جمعی در دانشگاه ایرانی با کنش‌ها در دیگر عرصه‌ی اجتماع ایرانی را نیز نشان دهم. در این تحلیل دوم بود که تولید و مصرف فرهنگی به یاری تحلیل تطبیقی و تاریخی من آمد؛ به بیان دیگر، در این مرحله مهم‌ترین تفاوت دانشگاه ایرانی به عنوان عرصه‌ای از کنش جمعی در اجتماع ایرانی با دیگر عرصه‌های کنش آن است که در آن تولید و مصرف فرهنگی ویژه‌ای رخ می‌دهد. تولید و مصرف فرهنگی، خود، کنشی است که رُخدادش نیازمند شرایط تاریخی - اجتماعی ویژه‌ای است. به نظر، دانشگاه ایرانی این شرایط ویژه را به دلیل نقش منحصر به فرد تاریخی‌ای که از زمان تأسیسش ایفا کرده، مهیا نموده است. در این پژوهش سعی کرده‌ام نشان دهم که دانشگاه ایرانی، نمونه‌ای منحصر به فرد از مناسبات اجتماعی در ایران

نحوه کاملی تحقق یافته است. گونه آرمانی یک رویداد منحصر به فرد تاریخی، با اجرای بخشی از کلیت واقع است، یعنی جامعه‌شناس از بین همه ویژگی‌های یک مجموعه تاریخی، برخی خطوط بارز را برای بازسازی یک کل معقول برمی‌گزیند. این نوع بازسازی یکی از انواع ممکن بازسازی‌هاست و تصویر ذهنی جامعه‌شناس دربرگیرنده تمامی واقعیت نیست (آرون، ۱۳۸۱: ۵۹۰). در اینجا گونه آرمانی دانشگاه ایرانی، یعنی آن پدیده‌ای که معرف مجموعه‌ای از ویژگی‌هاست که هم می‌تواند همه دانشگاه‌ها را دربرگیرد و هم فقط در اجتماع ایرانی تحقق یافته است. گونه آرمانی مدرن دانشگاه هم، آن است که در جوامع غربی تحقق یافته است.

است و اتفاقاً به همین دلیل، مکان منحصربه‌فردی برای تولید و مصرف فرهنگی محسوب می‌شود.

طرح کلی کتاب پیش‌رو بر مبنای پیش‌فرض‌ها و اهداف مذکور ترسیم شد. براساس این پیش‌فرض‌ها و اهداف، پیش از هر کار باید به ارائه‌ی روایتی تاریخی-نظری از چگونگی تبدیل مفاهیم تولید و مصرف به ابزارهایی برای تبیین مناسبات جمعی انسانی می‌پرداختم. جامعه‌شناسی، شاخه‌ای از دانش است که نخستین‌بار این مفاهیم را برای کنش جمعی انسان به کار برد.^۱ اینکه چگونه جامعه‌شناسی از این مفاهیم برای توضیح زندگی انسان در جامعه بهره برده است، در ساختن گونه‌ی آرمانی کنش جمعی‌ای که در آن تولید و مصرف فرهنگی رُخ می‌دهد، یاری رساند. چستی مفهوم شهر جدید (در برابر شهر تاریخی)، برای چنین توضیحی حیاتی بود؛ به همین دلیل، در فصل اول به تبیین چستی شهر جدید و تفاوت‌های آن با شهر تاریخی متمرکز شده‌ام. تولید و مصرف فرهنگی، ویژگی انسان اقتصادی یعنی انسان شهرهاست. جایز است. در بیان این تفاوت‌ها به آرا و نظریات جامعه‌شناسان کلاسیک بسیار مراجعه کرده‌ام. به نظر من جامعه‌شناسان کلاسیک، در فهم تمارهای انسان جدید و انسان قدیم اندیشه‌هایی جاودان از خود بر جای گذاشته‌اند. چنین فهم نابی را در آرا و اندیشه‌های کارل مارکس، گئورگ زیمل و ماکس وبر جستجو کرده‌ام. در انتهای این فصل به این سؤال پاسخ

۱. البته پیش از جامعه‌شناسی، اقتصاد سیاسی از این مفاهیم برای تبیین بهره می‌برد ولی جامعه‌شناسی این مفاهیم را به ابزارهای مفهومی ویژه خودش تبدیل کرد، به‌خصوص آنجا که برای توضیح زندگی در عرصه غیرمادی حیات انسان از آنها بهره گرفت.

داده‌ام که چرا تولید و مصرف فرهنگی، ویژگی شهری است که در آن مناسبات اقتصادی و نه مناسبات سیاسی، شکل استاندارد کنش‌اند. در چنین شهری منطق بازار، منطق حاکم بر تمام کنش‌های جمعی انسانی است. حتی کنش‌هایی که در عرصه‌های غیرمادی حیات انسان جریان دارد؛ به‌بیان دیگر، در انتهای این بخش به این نتیجه رسیده‌ام که رخداد تولید و مصرف فرهنگی به‌مثابه کنش، حتماً درون مناسباتی صورت می‌پذیرد که منطق بازاری یافته‌اند و در آن تمام ارزش‌های مصرفی، میل عجیبی به تبدیل به ارزش‌های مبادله‌ای پیدا می‌کند.

در فصل دوم به تحلیل و توضیح منطق مناسبات جامعه‌وی پرداخته‌ام تا زمینه را برای تعریف دانشگاه مدرن به‌عنوان شکلی از مناسبات جامعه‌وی آماده کنم. نکته چگونگی در جهان جدید، علم، تسلیم گسترش منطق مناسبات جامعه‌وی شد، نکته‌ای است که در همین بخش به آن اشاره کرده‌ام. رطریق چنین اشاره‌ای بیان کرده‌ام که بورژوازی به مدد ابزارهایی چون بوروکراسی مدرن توانست تمام حوزه‌های کنش جمعی را به تسخیر منطق جامعه‌وی اقتصادی درآورد. در انتهای همین بخش به دانشگاه مدرن به‌مثابه نصیبی جامعه‌وی پرداخته‌ام که در آن همه‌چیز به کالا و سرمایه تبدیل می‌شود.

در فصل سوم، بر دانشگاه ایرانی به‌عنوان زمینه‌ای منحصربه‌فرد که در آن تولید و مصرف فرهنگی رخ می‌دهد، متمرکز شده‌ام. البته پیش از این تمرکز، منطق اقتصادی کنش در جامعه را با یاری گرفتن از توضیحات کارل مارکس درباره فرمول عام سرمایه تبیین کرده‌ام. این تبیین برای نشان دادن

منحصربه‌فرد بودن دانشگاه ایرانی که تا حدودی بر مبنای منطق مناسبات جامعی عمل می‌کند و لاجرم در آن تولید و مصرف فرهنگی رُخ می‌دهد، لازم بود. در ادامه این بخش، نظریه‌ای تاریخی دربارهٔ نسبت دولت ایرانی، بوروکراسی و تأسیس دانشگاه در ایران ارائه کرده‌ام تا بتوانم با کمک آن امکانی نظری-مفهومی برای توضیح چیرستی کنش تولید و مصرف فرهنگی در دانشگاه ایرانی فراهم کنم.

فصل‌های چهارم و پنجم کتاب را به معرفی و نقد مفاهیم، نظریه‌ها و روش‌های موجود در مطالعهٔ تولید و مصرف فرهنگی به‌طور کلی، تولید و مصرف فرهنگی در دانشگاه ایرانی به‌طور خاص اختصاراً مروری کرده‌ام. از آنجاکه هدف کتاب پیش‌رو، ارائهٔ چارچوبی مفهومی-روش‌شناختی برای مطالعهٔ تولید و مصرف فرهنگی در دانشگاه ایرانی است، مطالب و نقدهای موجود در این دو فصل کمک می‌کنند استرژیه‌های مفهومی-روش‌شناختی همگن را شناسایی کنم. این استرژیه‌ها در فصل ششم کتاب ارائه شده‌اند.

فصل ششم، طرح‌نامه‌ای تفصیلی برای انجام مطالعه‌ای دربارهٔ تولید و مصرف فرهنگی در دانشگاه ایرانی نیست بلکه مروری است بر استرژیه‌های مفهومی-روش‌شناختی همگن است که بنا بر ادعای طرح‌شده، استفاده از آنها کمبودها و چشم‌پوشی‌هایی را که تاکنون در پژوهش‌های موجود دربارهٔ تولید و مصرف فرهنگی در دانشگاه ایرانی رُخ داده است، از میان می‌برد.

در پس‌گفتار نیز تلاش کرده‌ام برخی پرسش‌های بنیادینی را طرح کنم که می‌توان با استفاده از مطالعه دربارهٔ تولید و مصرف فرهنگی

در دانشگاه ایرانی درمورد آینده این دانشگاه درافکند. پاسخ به این پرسش‌ها از نظر من، پاسخ به سرنوشت دانشگاه ایرانی در آینده پرمخاطره‌ای است که پیش‌روی آن قرار دارد.

این کتاب، نخستین تلاش من برای انجام مطالعاتی است که قصد دارم در سال‌های آینده و در قالب طرح کلان «تولید و سمرف فرهنگ در دانشگاه ایرانی» در پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری انجام دهم. این پژوهشکده چند سالی است که به محلی برای تفکر و تأمل درباره دانشگاه، آموزش عالی تبدیل شده است. در آخر باید از دوستانم استادان محترم، ناصرالدین علی تقویان و وحید طلوعی سپاسگزاری کنم که گفتگو با آنها درباره برخی از ایده‌های طرح‌شده در این کتاب، بسیار راهگشا بود.