

## فرهنگ عمومی

### مقدمه:

فرهنگ از دو جزء "فر" به معنای بالا، جلو و "هنگ" به معنای قصد کردن، کشیدن و آوردن تشکیل شده است. ابعاد و دامنه مفهومی که به عنوان "فرهنگ" می‌شناسیم، آنقدر عمیق و وسیع است که مشکل می‌توان آن را در قالب تعریفی مشخص و محدود گنجانید. با مراجعه به بحثهای جامعه‌شناسان و صدها توصیف و تعریف از "فرهنگ" بطور کلی می‌توان دریافت که از ارزشها و اعتقادات و باورها گرفته، تا منش و خصایل و هنجارها و ادبیات و هنر و معماری، آیین‌ها و افسانه و اسطوره همگی ذیل مجموعه فرهنگ می‌گنجد.

مفهوم فرهنگ در علوم اجتماعی یکی از کم‌تعریف پذیرترین مفاهیم است که گاه برخی آن را پدیده‌ای انسانی دانسته‌اند که همه پدیده‌های انسانی را در بر گرفته و در مقابل طبیعت قرارش داده‌اند و گاه نیز صرفاً شامل بقایایی به حساب آورده‌اند که شامل همه چیزهایی می‌شود که نمی‌توان آنها را در مفاهیم سیاست، اقتصاد و دین جای داد. برخی از مولفان امروزی نیز برآنند تا فرهنگ را یک بعد همیشه حاضر از زندگی اجتماعی افراد بدانند. فرهنگ در واقع در چهار راه اندیشه و احساس قرار گرفته و آن را باید در حوزه اجتماعی، معادلی دانست برای نظام روانی احساسی که به غرایز ساختار می‌دهد. بازنمایی و جهان بینی را برای ما ممکن می‌کند و میان امر واقعی و امر خیالی از میان نمادها، اسطوره‌ها، هنجارها، آرمان‌ها و ایدئولوژیها رابطه ایجاد می‌کند. به بیان ساده، فرهنگ، یک پدیده اجتماعی است که از سویی در تلاش انسانها برای پاسخگویی به نیازهای گوناگونشان پدید می‌آید و از سوی دیگر راهنمای فکر و عمل انسانها برای رفع نیازهایشان است. مثلاً در یک جامعه نیاز به غذا باعث ایجاد روش خاصی برای کشت و کار می‌شود که در اثر گذشت زمان، خو گرفتن به این روش و تکرار روش توسط اعضای جامعه بخشی از فرهنگشان می‌شود. بر این اساس فرهنگ عمومی از سه حوزه اصلی ارزشها، عقاید، باورها و هنجارها تشکیل یافته است.

### مفاهیم و تعاریف:

۱. فرهنگ عنصری است که شامل همه کنش‌ها و واکنش‌های فرد و محیط پیرامون او با بعد زیرین زندگی گروه‌های اجتماعی می‌شود، یعنی مجموعه روش‌ها و شرایط زیست یک جامعه بر اساس بنیاد مشترکی از سنت‌ها و دانش و نیز اشکال مختلف بیان جایگاه فرد در درون جامعه، به هم پیوند خورده است و تنها با دخالت عوامل فرهنگی در راه حل‌های انتخاب شده برای توسعه می‌توان به طور کامل نیازها و خواست‌های

گروه های اجتماعی و ملت ها را بر آورده ساخت. شاکله اصلی تمام فعالیت های نظام یک کشور از ماهیت فرهنگی آن، هویت و رنگ می گیرد. به عبارتی حفظ یک نظام گرچه به ظاهر، بستگی به پویایی و استقلال فعالیت های سیاسی و اقتصادی دارد، لیکن نحوه ی فعالیت در اقتصاد و یا سیاست گذاری در بخش های دیگر متاثر از فرهنگ آن نظام اجتماعی است. فرهنگ، ارزش ها و باورهای آن، علت محدثه و ایجاد اقتصادی و سیاست و فعالیت های دیگر اجتماعی می باشند. از این رو استقلال، موجودیت و تداوم آنها، بستگی به نوع فرهنگ یا ارزش ها و باورهایی است که این دو حرکت (اقتصادی و سیاسی - نظامی) بر پایه ی آن شکل گرفته اند. به هر روی فرهنگ واژه آشکار و پنهانی است که سخت در پس پرده ابهام قرار دارد. سهل ممتنعی که خود را می نمایاند و پنهان است. دیده نمی شود و خود نمایی می کند. ماهیتی به شدت پیچیده، نامتعیین و سیال دارد. از همین جهت است که کوشش دانشمندان برای رسیدن به یک تعریف جامع و همه پسند، تقریبا به امری محال تبدیل گشته و همچنان در حد یک آرزو باقی مانده است.

### ۲. توده یا عامه:

اصطلاح "Mass" از ریشه لاتینی "Massa" به معنای "خمیر" و "تکه بزرگ و به هم پیوسته" گرفته شده است. واژه "Mass" در معنای اولیه، در فیزیک به معنای "جرم" به کار رفته است. این واژه در معنای خشتی (بدون هرگونه سوگیری) صرفا دلالت بر پوشش و فراگیری وسیع و عمومی دارد مثل "Mass Medium" یا "Mass Communication" که به معنای رسانه جمعی و ارتباط جمعی می باشد. بر این اساس توده در اصطلاح به مجموعه ای گفته می شود که در آن فردیت از بین رفته است و نوعا تجمع بسیار بزرگی از افراد بی تفاوت است که برای یکدیگر ناشناخته اند اما به علت توجه شان به برخی منافع واقع در بیرون از محیط یا کنترل مستقیم و شخصی شان، به هم نزدیک می شوند. ژاک دریانکور (Jacques Driencourt) فرانسوی در تبیین توده این گونه می گوید: «توده مجموعه افرادی است که در یک محیط پراکنده می باشند اما از برخی جهات تحت شرایط و نفوذهای مشابهی قرار دارند این شرایط و نفوذها به سبب آنکه همه افراد مذکور در یک زمان اما به طور تنها در معرض وسایل محرک هستند، آنها را آماده می سازند که در برابر خواست واحد به جنبش درآیند. توده خوانندگان یک روزنامه یا شنوندگان یک برنامه رادیویی در چنین وضعی می باشند...». صرف نظر از تعریف های گوناگونی که برای توده عرضه می شوند باید خاطر نشان کرد که استعمال کلمه توده از قرن گذشته تاکنون بیشتر با هدف های سیاسی همراه بوده است و هنوز هم مفهوم طبقاتی دارد. به همین جهت عده ای برای توده معنای مثبت انقلابی قائل هستند و برای معرفی طبقه کارگر، زحمتکش و تولیدکننده از آن استفاده می کنند که برای تحقق اهداف جمعی سازمان یافته اند. اصطلاحاتی نظیر "جنبش های توده ای" و "احزاب توده ای" و

"حمایت توده‌ای" نیز به همین معنا به کار می‌روند. اما در مقابل محافظه‌کاران و طرفداران حفظ موقعیت‌های اشرافی و انحصاری گذشته که از شرکت کردن مردم در سرنوشت خودشان ناراضی بودند، توده را به معنای منفی و تحقیرآمیز استعمال می‌کنند. این قبیل افراد، توده را در برابر طبقه به اصطلاح "نخبه" قرار داده و آن را با مردم عوام و بی‌سواد مترادف می‌دانند. باید دانست که معنای منفی توده از دیرباز به توده غوغاگر و اوباش اطلاق می‌شده است؛ به‌ویژه توده مردم جاهل و بی‌اعتنا به قانون. نکته حائز اهمیت در پایان تبیین این مفهوم آن است که در برداشت تازه از مفهوم توده، توده با مفهوم فرد تعارضی نداشته و این برداشت با برداشت سنتی که مفهوم توده را همیشه با مفهوم فرد آشتی‌ناپذیر می‌شناسد متعارض است.

۳. پیشینه و مفاهیم هم‌عرض توده مطالعه علمی پدیده‌های زندگی جمعی از اواخر قرن نوزدهم مورد توجه دانشمندان قرار گرفت، در این راستا، پدیده توده که پیش از رواج آن مفاهیمی همچون "انبوه خلق" و "عامه یا همگان" بهترین معرف پدیده‌های زندگی جمعی به‌شمار می‌رفتند، توسط گابریل تارد (Jean Gabriel De Tarde: 1843-1904) به طور منسجم مطرح شد و گوستا لوبون (Gustave Le Bon: 1841-1931) نیز در قرن نوزدهم به‌عنوان اولین دانشمند، روان‌شناسی آن را به تحلیل کشید. باید دانست که هربرت بلومر (Herbert Bulmer: 1939) آمریکایی یکی از اولین اعضای مکتب شیکاگو در واقع اولین کسی بود که چارچوب نظری روشنی در باب توده ارائه نمود. وی مخاطبان را به‌عنوان شکلی جدید از تجمع بشری در نظر آورد و این پدیده را یک توده نامید و آن را از اشکال قدیمی‌تر به‌ویژه گروه، انبوه خلق و عامه مردم متمایز ساخت. "بلومر" تعریف اولیه توده را با استفاده از فرق‌هایی که با سایر انواع جمع‌هایی که در زندگی اجتماعی یافت می‌شود - به‌ویژه گروه، انبوه خلق و همگان دارد - ارائه کرد. در یک گروه کوچک، همه اعضا یکدیگر را می‌شناسند، بر عضویت مشترکشان در گروه آگاهی دارند. ارزش هایشان مشترک است. نوعی ساختار روابط دارند که در طول زمان نسبتاً پایدار است و در خدمت هدف خاصی است. "انبوه خلق" بزرگ‌تر است، اما هنوز محدود به حدودی قابل مشاهده و جایی مشخص است هر چند انبوه خلق موقتی است و به‌ندرت دوباره با همان ترکیب اولیه تشکیل می‌شود. البته احتمال می‌رود که هویت و روحیه مشترک بالایی وجود داشته باشد اما معمولاً ترکیب اخلاقی و اجتماعی آن ساختار و نظم معینی ندارد. البته انبوه خلق می‌تواند دست به عمل بزند اما اغلب اعمالش خصلت انفعالی، عاطفی و غیرعقلانی دارد. نوع سومی که هربرت بلومر "همگان" می‌خواند که بسیار بزرگ، پراکنده و پایدار است معمولاً حول موضوع یا هدف مربوط به زندگی عموم مردم تشکیل شده و هدف اولیه‌اش پیش‌برد منافع یا عقیده‌ای خاص و تحقیق دگرگونی سیاسی است. "همگان" عنصری اساسی در نهاد سیاسی دموکراتیک و مبتنی است بر آرمان برخورد عقاید در چارچوب یک نظام سیاسی باز و غالباً از بخش‌های آگاه‌تر

جامعه تشکیل می‌شود. پیدایش "همگانی" از نگاه مشخصه نظام‌های دموکراسی لیبرال مدرن بوده و با ظهور روزنامه حزبی یا بورژوا در پیوند بوده است. همان‌طور که ملاحظه شد، توده به‌عنوان یکی از انواع جمع توسط دانشمندان مختلفی تعریف و تفسیر شده است. اما در مجموع باید گفت با توجه به اظهار نظرهای اندیشمندان ویژگی‌ها و مولفه‌های تشکیل‌دهنده توده را می‌توان این‌گونه ارزیابی کرد:

۱. پراکندگی اعضا؛ توده شامل حجم زیادی از انسان‌های پراکنده می‌باشد که از نظر فیزیکی از همدیگر دوراند و امکان مخلوط شدن را ندارند. اعضای توده از نظر ویژگی‌ها ناشناخته‌اند و در واقع توده از افراد بی‌نام و نشانی تشکیل شده که همدیگر را نمی‌شناسند.

۲. برخورداری از روح واحد جمعی؛ توده دارای نوعی روح واحد جمعی است که این روح حس و فکر و عمل آن‌ها را طوری تغییر می‌دهد که با حس، فکر و عمل هر یک از آن‌ها به‌تنهایی متفاوت است. این پدیده از ترکیب افراد با ذهنیت و احساس واحدی که تفاوت‌های فردی را نادیده می‌گیرند، تشبیه شده است.

۳. عدم تجانس و ناهمگونی؛ اعضای توده می‌توانند از حرفه‌ها و مشاغل مختلف و از کلیه اقشار اجتماعی شناخته شده باشند که از نظر طبقاتی، شغلی، تحصیلی و اقتصادی بسیار متفاوت باشند. این ویژگی را می‌توانیم برای مثال در توده افرادی که جریان یک قتل را دنبال می‌کنند ببینیم. ۴. عدم انسجام اعضا؛ توده نیز مانند انبوه خلق فاقد هرگونه سازماندهی است، و به دلیل ساختار ضعیف سازماندهی نمی‌تواند همانند یک جمع به‌صورت منسجم و با وحدت عمل نماید.

۴. انسان توده‌ای: در جامعه توده‌وار، انسان از کانون زندگی گروه محلی و فرهنگ سنتی جدا شده و در دنیایی وسیع و ناشناخته کنونی خود را تنها و رها شده احساس می‌کند. رفتارها و کردارهای انسان در این دنیای تازه دیگر در مجرای قواعد سنتی سیر نمی‌کنند و اوضاع و احوال جدیدی که در برابر او قرار می‌گیرند با هیچ‌کدام از اصول شناخته شده وی، منطبق نمی‌باشند. در چنین شرایطی انسان تنها و منزوی عصر "فراصنعتی" جهت‌یابی فردی برای موفقیت‌های اجتماعی را کافی ندانسته و بیش از پیش در می‌یابد که تنها قاعده مطمئنی که می‌تواند راهنمای کردار اجتماعی می‌باشد توجه به جهت عمومی رفتار هم‌عصران اوست. در این حالت مسأله زندگی هر فرد طرز رفتار دیگران است، که به همین جهت انسان پیوسته می‌کوشد خود را با دیگران هماهنگ سازد و برای این مهم از وسایل ارتباطی جهت کسب اطلاع در مورد دیگران به منظور هماهنگ شدن با آن‌ها بهره می‌گیرد. بدین ترتیب وسایل ارتباطی در هماهنگ کردن فرد با دیگران نقش حیاتی پیدا می‌کنند و انسان با استفاده از این وسایل تصویر فردی خود را از آئینه خارج می‌کند و تصویری مشابه به دیگران جایگزین آن می‌سازد و به انسان

توده‌ای تبدیل می‌گردد. بنابراین به طور خلاصه دو ویژگی مهم انسان توده‌ای را می‌توان دور شدن از سنت‌ها و سعی در هماهنگ شدن با دیگران دانست.

۵. توده‌سازی: این واژه نوراً در معنایی مستهجن و جهت ساختن این واقعیت به کار می‌برند که نیروهای فشار جمعی، مردم را وادار به داشتن نوع زندگی و رفتاری یکسان، فاقد تمایز و تفاوت و از خارج تعیین شده می‌کنند. توده‌سازی به صورتی عینی‌تر این معنا را می‌رساند که فنون و نظام‌های تولید و مصرف، انسان‌ها را مجبور به هم‌نواپی جمعی با هنجارها، معیارها و رسوم رایج جامعه صنعتی می‌کنند. یکسان شدن اشیاء، شیوه‌ها و فعالیت‌ها موجبات یکسان شدن انسان‌ها را فراهم می‌سازد».

۶. فرهنگ توده‌ای یا عامه: «اصطلاح لغوی فرهنگ عامه: فرهنگ عامه از کلمه فرهنگ و عامه تشکیل شده است. فرهنگ به معنای درک و لذت و عامه در مقابل سلطه قرار می‌گیرد. عامه از طریق مقاومت و واکنش در برابر نیروهای سلطه معین می‌شود. فرهنگ عامه در شرایط زیر سلطه تولید شده است. در کتاب بورديو به نام تمایز در مورد رابطه بورژوازی و کارگری در فرانسه نیز پرداخته است. در این معنی فرهنگ محل حضور دو طبقه اجتماعی است، و تأکید بورديو بر ارتباط میان طبقه و فرهنگ است. بحث فرهنگ عامه از هویت توده‌ای گره خورده و از دهه ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ شکل گرفته است. ویلیامز واژه عامه را واژه‌ای مردمی تعریف کرده است. فرهنگ عامه به سه مسأله اشاره می‌کند:

۱. کجا و چگونه بوجود آمده است؟ ۲. به آثار تجاری و صنعتی فرهنگ عامه می‌پردازد.

۴. واژه فرهنگ عامه به نقش ایدئولوژیک فرهنگ عامه معطوف می‌شود.

هبديج فرهنگ عامه را مجموعه‌ای از بدایع ساخت بشر که در دسترس عموم است می‌داند. و به گفته او فرهنگ عامه ساخته خود مردم است نه ساخته‌ی مسندنشینان پر قدرت که خط فکری و ایدئولوژی مردم را در اختیار دارند. استرینی، فرهنگ توده‌ای را متشکل از افراد پراکنده‌ای می‌داند که هیچ رابطه منسجم و معناداری باهم ندارند. و روابط آنها قراردادی، سرد و فاقد انسجام است. مسائل کلیدی فرهنگ توده‌ای: چه عواملی فرهنگ توده‌ای را پدید می‌آورند؟ چه نتایجی دارد؟ ارزش گذاری فرهنگ چیست؟ چه ابهام‌هایی درباره فرهنگ توده وجود دارد؟ تعریف فرهنگ عامه: فرهنگ عامه یا فرهنگ مردمی اصطلاحی است که در نقد فرهنگ نخبه‌گرایانه لويس و دیدگاه فرانکفورتی اهمیت یافت. رابطه میان فرهنگ عامه و نخبه از اصلی‌ترین دغدغه‌ها است. عده‌ای از فرهنگ عامه دفاع می‌کنند و عده‌ای از فرهنگ نخبه دفاع می‌کنند.

ت) نظریه‌های مطرح در مورد فرهنگ عامه:

**مخالفان هویت استقلال فرهنگ عامه :** مدافعان این نظریه هیچ خلاقیتی برای فرهنگ مردمی قائل نیستند، فرهنگ سلطه از سوی کسانی که قدرت را در دست دارند تشکیل می شود، این فرهنگ به عنوان فرهنگ والا و نخبه معرفی می شود. در این زمینه هوگارت و آدورنو بحث هایی کرده اند. هوگارت در کتاب کاربردهای سواد گفته است که: ترس و نگرانی عمومی درباره ی افزایش گرایش چوانان و طبقه کارگر به شرکت در جامعه مصرف گرا تبدیل شده است. و هدف این کتاب تا حدودی ارائه یک دیدگاه جامعه شناسی از فواید فرهنگ عامه و نقش رسانه ها در زندگی مردم است. آدورنو کارش را با نقد روشنفکری آغاز کرد که با سلطه فنی خود با عوام فریبی توده ها و وسیله ای برای ممانعت از هوشیاری آنها تبدیل می شود. روشنفکری در حقیقت از رشد افراد جلوگیری می کند. به نظر او این توده با سلطه ی سرمایه داری، قدرت و توان خود را از دست داده است.

**2) مدافعان فرهنگ عامه :** در مقابل دیدگاه مخالفان که حداقل گرا بود، این دیدگاه حداکثرگراست. در این دیدگاه جایگاه مقاومت گونه ی فرهنگ زیر سلطه است. از نظر این گروه فرهنگ مردمی در مقابل فرهنگ سلطه قرار دارد. فرهنگ مردمی مستقل و اصیل است، و به فرهنگ مسلط هیچ گونه دینی ندارد. فرهنگ مردمی بر فرهنگ نخبه برتری دارد.

**3) معتقدان به وضعیت تعاملی فرهنگ عامه و فرهنگ سلطه :** هر کدام از نظریات قبل از نظر تاریخی، تجربی و نظری مشکلاتی دارند، نه فرهنگ توده و نه فرهنگ مسلط به تنهایی سازنده حیات فرهنگی و اجتماعی نیستند. برخی از جامعه شناسان، فرهنگ های مردمی را مدیون کوشش طبقات مردمی برای مقاومت در برابر سلطه فرهنگی می دانند. آراء میشل دوسرتو: او در ضمن با اهمیت شناختن فرهنگ توده به عناصر ساختاری فذهنگ توجه کرده است. و فرهنگ توده را به عنوان فرهنگ عادی و مردم عادی تعریف می کند. دوسرتو با توجه به هوش عملی افراد به خلاقیت این فرهنگ پی می برد به ویژه در بکارگیری تولید انبوه که از منظر دوسرتو مصرف توصیف شده است. دوسرتو با اهمیت دادن به مصرف، فرهنگ را نوعی فرهنگ مصرف می داند از نظر او شناسایی فرهنگ مصرف دشوار است. چون ویژگی آن پنهان کاری است.

### ۵- منتقدان فرهنگ توده ای :

فرهنگ مردمی یا عوام پسند از این اصطلاح عموماً برای توصیف پدیده هایی چون قطعات طنز، اکثر برنامه های تلویزیون و رادیو، رمان های فرمول وار مانند داستان های عاشقانه، داستانهای پلیسی و داستان های تخیلی - علمی، موسیقی مردمی (راک، رپ، کانتری-وسترن و غیره) مد روز، مدهای زودگذر و ورزش استفاده می شود. به

عبارت دیگر فرهنگ مردمی عبارت است از فرهنگی که از طریق رسانه های جمعی منتقل می شود و همچنین سایر ابعاد فرهنگ که عموماً تعداد زیادی از مردم به شکلی مستمر آنها را مصرف می کنند.

### ۶- فرهنگ عمومی:

برای تعریف فرهنگ عمومی ابتدا باید منظور از کلمه «عمومی» به کار رفته در این ترکیب مشخص شود. در مجموعه سه احتمال قابل تصور است: (۱) عمومی: صفت برای فرهنگ می باشد، اما نه به عنوان تخصیص بلکه به عنوان وصف توضیحی. در این فرض فرهنگ عمومی یعنی فرهنگی که دارای وصف عمومیت است. (۲) عمومی: مضاف الیه برای فرهنگ می باشد. مطابق این فرض، فرهنگ عمومی یعنی فرهنگی که متعلق به عموم مردم است و مترادف با فرهنگ عامه. (۳) عمومی: وصف و قید مخصوص برای فرهنگ می باشد. در اینجا فرهنگ عمومی یعنی عرصه ای از فرهنگ که رابطه ای مستقیم با عموم مردم دارد و در برابر فرهنگ خاصه قرار می گیرد که بخش یا قلمرویی یا جنبه ای از فرهنگ قلمداد می شود که چندان رابطه مستقیمی با عموم ندارد. از این سه احتمال احتمال اول و دوم منتفی است. منظور از فرهنگ عمومی بیان یکی از ویژگیهای فرهنگ که تعلق آن به عموم مردم است نمی باشد. همچنین مراد این نیست که بخواهیم یکی از شئون عموم مردم را که همانا فرهنگ است بیان کرده باشیم، بلکه منظور از فرهنگ عمومی وجوه یا ابعاد یا قلمروهایی از فرهنگ است که با عامه مردم در ارتباط می باشد. در نتیجه آن جنبه ها یا جوهری که مرتبط با بخشهای خاص، اختصاصی و تخصصی است، از مفهوم فرهنگ عمومی خارج است.

### ویژگیها و شاخصهای فرهنگ عمومی

با توجه به آنچه در مورد تعریف فرهنگ عمومی ذکر شد ویژگیها و شاخصهای این مفهوم عبارتست از: (۱) فرهنگ عمومی دارای دو جهت «عینی» و «اعتباری» است که می بایست هر دو را مدنظر داشت. هیچ کس بهتر از مقام معظم رهبری، آیت الله خامنه ای، این دو بعد فرهنگ عمومی را تبیین نکرده اند. از نظر ایشان فرهنگ عمومی دو بخش دارد: یک بخش آن ظاهری و بارز مثل: شکل لباس و شکل معماری است که تأثیر خاصی بر روی ذهنیات و خلیات و منش و تربیت افراد دارد و بخش دیگرش مربوط به امور نامحسوس مثل اخلاقیات فردی و اجتماعی مردم، وقت شناسی، وجدان کاری، مهمان دوستی و احترام به بزرگترهاست. (۲) فرهنگ عمومی حوزه ای از نظام فرهنگی جامعه است که پشتوانه آن اجبار قانونی و رسمی نیست، بلکه تداوم آن در گرو اجبار اجتماعی اعمال شده از سوی آحاد جامعه و تشکلهای سازمانهای غیردولتی (غیررسمی)

است. برخلاف حوزه فرهنگ رسمی که در نهایت، اجبار فیزیکی از آن حمایت می‌کند، حوزه فرهنگ عمومی عمدتاً بر پذیرش و اقناع استوار است و عدم پایداری به آن مجازات، به معنای حقوقی کلمه، را در پی ندارد. به عبارت دیگر مفهوم فرهنگ عمومی در تقابل مردم - دولت مفهوم پیدا می‌کند.

۳) فرهنگ عمومی مؤلفه‌هایی از فرهنگ است که تأثیرات آن عام و فراگیر می‌باشد و عامه مردم در کیفیت آن نقش دارند و از شیوه رفتارهای عمومی مردم یا عرف و عادات و رسوم و زبان ساخته می‌شود و یا تأثیر مشهود می‌پذیرد و عموم جنبه‌ها و عرصه‌ها و زندگی مردم را تحت تأثیر قرار می‌دهد و عموم مردم نسبت به آنها حساسیت و شناخت دارند.

۴) فرهنگ عمومی، سازندگان و عاملان خاص خودش را دارد که بر بخشی از آنها دولت نظارت می‌کند. نزدیک شدن به فرهنگ عمومی و اصلاح آن از طریق بخشنامه میسر نیست.

۵) فرهنگ عمومی مانند کل نظام فرهنگی و فرهنگ، در چهار وجه ظاهر می‌شود: درونی، روانی، نمادی، نهادی و آثار. از این رو می‌توان رگه‌های فرهنگ عمومی را در همه این جلوه‌ها یافت. فرهنگ عمومی، در کنار فرهنگ رسمی، در همه حوزه‌های زندگی اجتماعی، خانواده، حکومت، اقتصاد و آموزش و پرورش و نظایر اینها حضور دارد. از این رو نمی‌توان آن را به حوزه مشخصی محدود ساخت.»

۶) «مفهوم فرهنگ عمومی در تقابل مردم - دولت (از لحاظ مفهومی) معنی پیدا می‌کند. هنگامی که دولت و حکومت با برنامه‌ریزی خود را برای دستیابی به اهدافی تلاش می‌کند و براساس ارزشهای مورد قبول عمل می‌کند، با حوزه‌ای از فرهنگ (در همه اشکال آن: نمادی، نهادی، درونی و ...) مواجه می‌شود که با این اقدامات سازگار نیست. از طریق قانون و سایر ابزارهای اعمال قدرت هم قابل تغییر نیست در چنین حالتی حوزه فرهنگ عمومی منکشف می‌شود و خود را می‌نمایاند. با توجه به نقش حکومت در جامعه که انسجام بخشی است، عدم تطبیق و همراهی فرهنگ عمومی با اهداف کلی نظام به عنوان «اصلاح فرهنگ عمومی» مورد توجه قرار می‌گیرد و حکومت با استفاده از مکانیزمهای مختلف تلاش می‌کند تا فرهنگ عمومی را با اهداف کلی هماهنگ سازد. مروری بر آنچه در مورد فرهنگ و فرهنگ عمومی گفته می‌شود، نشان می‌دهد که درک واحدی از این مفاهیم وجود ندارد. دست‌اندر کاران علوم اجتماعی بعضاً با افزایش تعداد تعاریف فرهنگ، که گاه با بیانی افتخار آمیز هم از آن یاد می‌شود، با تأکید بر تعدد تعاریف - این بازار را آشفته‌تر می‌سازند. و سردرگمی تا جایی که اغلب افراد صلاح را در این می‌بینند که بدون اینکه به تعریف فرهنگ عمومی بپردازند، درباره آسیبها و معایب، وجوه و راه‌های فرهنگ عمومی صحبت کنند.»

۷) شبکه بهم تنیده: اگر به نقشه راهها و جاده‌های کشور، به شبکه‌های مخابراتی، شبکه‌های انتقال برق، شبکه‌های لوله‌کشی آب شهرها و منازل، شبکه‌های اینترنت جهانی، تصویر شبکه‌های درون بدن،



شبکه سیستم اعصاب و دهها شبکه پیچیده دیگر نگاهی بیاندازید خواهید دید که این شبکه ها چنان در هم تنیده و پیچیده شده اند که بازشناسی، جداسازی و شناخت تأثیر و تأثر آنها از یکدیگر کاری فوق العاده دشوار می نماید. اگر یک مهندسی دقیق، حساب شده و نشانه دار با قوانین خودش، در بین نباشد هرگز از دام این شبکه رهایی نخواهیم یافت. اگر توانستید تصویری از بهم تنیدگی و پیچیدگی، در ذهن خود ایجاد کنید، مفهوم بهم تنیدگی اجزاء فرهنگ عمومی (دانشها، گرایشها و منشهای عمومی) را در خواهید یافت. فرهنگ عمومی و اجزاء آن چنان درهم تنیده و گوریده اند که در برخی یا بیشتر اوقات اصلاح و بازکردن و یا پیدا کردن سر آن محال جلوه می کند.

۸) ابهام و نامرئی بودن: این ویژگی فرهنگ عمومی است که خود را نشان نمی دهد، ظهور ندارد اما حضور دارد، دیده نمی شود اما احساس می شود. حد و مرز، طول و عرض و مختصات ندارد اما لمس می شود، درک می شود، نقل می شود، تعقل می شود، تحلیل می شود، اصلاح می شود، فاسد می شود، افساد می کند، اصلاح می کند، ضعیف می شود، قوی می گردد، بعضاً مشتبه می شود، تحریک می شود، تحریک می کند، حرکت می کند، حرکت می دهد، پررنگ می شود، کم رنگ می گردد، جمع می گردد و پهن می شود، پنهان گشته، آشکار می شود، ظاهر نمی شود، حاضر می شود..

۹) قدرتمند و موثر: بی شک فرهنگ عمومی چنان قدرتمند است که همه ابعاد وجود اجتماع و فرد را تحت تأثیر خود قرار می دهد. این نیروی قدرتمند در سه سطح فرد، خانواده و اجتماع نقش بی بدیلی دارد. ۱۰) ممکن است بخشی از فرهنگ عمومی چنان حضوری پیدا کند که به ظهور و بروز برسد یعنی ظاهر و بارز گردند و به قول مقام معظم رهبری «جلو چشم مآقرار گیرد» و با سرنوشت یک ملت سر و کار پیدا بکند. اینگونه هم نیست که ارتباطی به آینده و مسیر ملت نداشته باشد بلکه به روی حرکت ملت در زندگی آنها تأثیر بلند مدت دارد. مثلاً لباس و شکل آن که جزو فرهنگ عمومی است از مصادیق این بخش است. چه لباسی بپوشیم؟ چگونه لباس بپوشیم... یا فرض بفرمائید: شکل معماری در جامعه و نوع خانه های ساخته شده در زمان قدیم و جدید و کیفیت زندگی ساکنان این دو نوع خانه... یا حتی شکل در و پنجره و نحوه ارتباط اتاقها با هم هرکدام تأثیر خاصی بر روی ذهنیات، خلیات و منش و تربیت افراد دارد.

۱۱) محسوس در عین نامرئی بودن: همانند آب برای ماهی و انسان شناور در اکسیژن. با اینکه آب تمامی زندگی ماهی را پر کرده و او را تحت تأثیر خود قرار داده است اما ادراک نمی کند و فقط زمانی اهمیت و حضورش را درک می کند که از آب خارج شود. آنجاست که شروع به دست و پا زدن می کند. کافی است راه تنفس کسی بسته گردد، می بینید که چگونه به دست و پا زدن و پرپر زدن می افتد.. فردی را در نظر بگیرید که سالها با فرهنگ عمومی شهر و دیار خودش خو کرده است و برای تحصیل یا تفریح به دیگر کشورها سفر می

کند. این فرد تا مدتها به دلیل نامأنوس بودن با فرهنگ عمومی آن مردم و عادت به فرهنگ خودی، در حیرت و سختی خواهد بود. درست مثل کسی که می خواهد مخالف جریان آب رودخانه شنا کند.

۱۲) زندگی با فرهنگ خودی شنا کردن در جهت جریان رودخانه است. قدرتمندی و تأثیر فرهنگ عمومی بر چنین فردی زمانی معلوم می گردد که آماج نگاهها، تذکرات و برخوردهای احتمالاً فیزیکی و ناصحانه قرار گیرد

۱۳) تابع ساختن: وقتی این موجود قدرتمند و مؤثر شبکه و تورهای به هم تنیده و پیچیده خود را در اجتماع می گستراند تقریباً همه افراد در همه سطوح را در دام خود اسیر کرده و به بند می کشد و به هر کجا جا که خاطرخواه اوست می کشاند. چه بسا برای عده ای افتادن و تابع این شبکه پیچیده شدن محبوب باشد. و بسا که برای عده ای دیگر این امر ناپسند افتد و دلگیر از بد عهدی زمانه راه عزلت و دوری از اجتماع را در پیش گیرند و این هر دو نشان از قدرت و تأثیر فرهنگ عمومی جامعه دارد.

۱۴) سرتاسر زندگی را شامل شدن: گستردگی و شمولیت فرهنگ عمومی چنان است که سطوح مختلف زندگی فردی، خانوادگی و اجتماعی را در بر گرفته و تقریباً هیچ سطحی از تأثیرات فرهنگ عمومی در امان نیست البته و تفاوت تنها در میزان تاثیر پذیری است.

#### متغیرها و عوامل موثر بر فرهنگ عمومی:

با توجه به اینکه فرهنگ عمومی به مجموعه ای از باورها و رفتارهای صحیح و غیرصحیح یک جامعه گفته می شود و عوامل متعدد و متنوعی، قدیمی و جدید در پیدایش و ماندگاری آن تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم دارد، شناسایی این گونه عوامل و تقسیم بندی مختلف آنها به عوامل عمومی و مشترک، سخت افزاری و نرم افزاری و نیز اختصاصی و منطقه ای بسیار مهم است. چرا که هرگونه اصلاح و اقدامات سازنده در این حوزه مستلزم شناخت این سنخ عوامل و متغیرها است تا بتوان سازوکارهای اصلاحی و سازنده را در مورد آنها به کارگرفت. با توجه به نوع فرهنگ عمومی حاکم بر کشورمان متغیرهای اصلی و موثر در فرهنگ عمومی ایران عبارتند از:

۱- طبیعی و جغرافیایی: این عوامل ممکن است جنبه طبیعی و جغرافیایی داشته باشد، چه اینکه در مناطقی از کشورمان که از جاذبه هایی نظیر نعمت دریا، ساحل، جنگل و... برخوردار می باشد، زمینه ارتکاب برخی رفتارهای خلاف شرع و قانون هم بیشتر مهیا می شود. یا مثلاً در مناطق گرمسیری آمادگی بیشتری جهت رواج فرهنگ برهنگی و همچنین واکنشهای سریع و به اصطلاح چکشی وجود دارد. به عکس در مناطق سردسیری، خونسردی و ضرورت پوشش بیشتر محسوس

می باشد. یا مثلاً فرهنگ شهرهای زیارتی دارای خصوصیات مربوط به خود، آنهم در ابعاد مختلف می باشد.

۲- تاریخ و حوادث گذشته: دسته ای از عوامل تاثیرگذار در فرهنگ عمومی، زاینده مسائل تاریخی و حوادث گذشته دور یا نزدیک است. و این تاثیرات به نوبه خود در سطح بندی کشوری، استانی و شهرستانی قابل تقسیم می باشد، لذا می بینیم در مناطق مختلف کشورمان در کنار تنوع لهجه ها و گویش ها، نوع پوشش و لباس و رفتار و عاداتهای باستانی و ملی و نیز مذهبی از ویژگی های اختصاصی برخوردارند. یا مثلاً در استان خوزستان از قدیم الایام برادران و خواهران عرب زبان، عید فطر را با شکوه و اهمیتی چون عید نوروز و بلکه بالاتر از آن نگاه می کنند، به طوری که بعضی مردم در آن منطقه می گویند عید عربها. بنا بر این با توجه به تاریخ و حوادث گذشته هر منطقه ای در سطح و گستره کشوری و فراگیر، مردم ما دارای فرهنگ های عمومی مثبت و منفی هستند پیدایش انقلاب اسلامی و به دنبال آن جنگ تحمیلی و دفاع مقدس و جانانه ملت رشید ما در مقابل استکبار جهانی، موجب تغییر و تحولات بنیادین در فرهنگ عمومی کشورمان و نیز در سطح منطقه و بین الملل گردید و جابجایی بسیاری از معادلات معمول را به دنبال داشت. اینکه اهل فرهنگ و هنر ما به چه میزان در معرفی ارزشها و تاثیرات شدید این دومقوله تاثیرگذار در فرهنگ عمومی بوده اند، خود نیاز به نقد و بررسی های دقیق و کارشناسانه دارد.

۳) عنصر زمان و مکان: از عوامل موثر در فرهنگ عمومی کشور دو عنصر زمان (مناسبت ها) و مکان (مانند حوزه، دانشگاه، اماکن مقدسه و زیارتی، مساجد و...) می باشد که شرح و بسط در این دو عامل نیازمند شرایط مقتضی خود می باشد. اما به عنوان نمونه آن هم در این مختصر توأم با اجمال و شتاب به نقش آفرینی بسیار مهم دور و نزدیک مساجد و سنگرهای مقاومت، دیانت و پیدایش جرقه های آغازین انقلاب اسلامی و تأثیر شگرف آن در کم و کیف فرهنگ عمومی باید اشاره مختصری داشته باشم. باید همگی اعتراف کنیم که متأسفانه مساجد ما در سطح کشور از وضعیت مطلوب یکسانی برخوردار نمی باشند و از آسیب ها و نابسامانی های متعدد و متنوعی در ابعاد گوناگون عمرانی، فرهنگی- هنری، مالی- اداری و نیروی انسانی و... رنج می برند و وجود متولیان متعدد و موازی کار، این ضعف و آسیب ها را مضاعف نموده است. و اینکه چرا در برخی نقاط کشور بودجه بازسازی برخی امکنه تاریخی و کلیساها و نیز فعالیت های ورزشی باید میلیاردی باشد و در برخی نقاط دیگر تعدادی از مساجد تعطیل و متروکه و یا به کلی فاقد مسجداند، از سؤالات قابل تأمل و بحث برانگیزی است که اگر معلوم گردد، دقیقاً چه کسی باید پاسخگوی نهایی باشد، خود یک موفقیت مهم به حساب

می آید. در عرصه تأثیر عامل زمان و مناسبت های ملی، مذهبی و انقلابی در فرهنگ عمومی، باید گفت این از جمله عواملی است که بسیاری از ملت ها و کشورهای مسلمان و غیرمسلمان از آن بی بهره اند. بسیار ضروری است که با برنامه ریزی و مهندسی بسیار دقیق و مدون و به دور از مدیریت های چندگانه و موازی و سلیقه ای، کم و کیف این عامل مهم و تأثیرگذار در فرهنگ عمومی، مورد کنکاش و دقت کارشناسانه قرار گیرد. متأسفانه اوقات فراغت در ایام تعطیلات فرزندان انقلاب در گروه های سنی مختلف تبدیل به یک داستان غم انگیز تکراری و ملال آوری شده که هر ساله سازمان ها و ادارات مختلفی آن هم به طور موازی، فعالیت های کلیشه ای و نوعاً غیر جذاب را ادامه می دهند.

۴- رسانه های جمعی: از دیگر عوامل مهم تأثیرگذار در فرهنگ عمومی، نقش آفرینی رسانه های جمعی شنیداری، نوشتاری و دیداری است که صدا و سیما و سینما نقش پررنگ تر و موثرتری را ایفا می کنند، که امیدوارم در مورد این مقوله مهم، افراد دلسوز و محققى بتوانند حق مطلب را ادا کنند. و ان شاءالله... افراط و تفریط ها و نابسامانی ها در این عرصه کم رنگ و حتی بی رنگ گردد.

۵- وسایل و تکنولوژی جدید: از جمله عوامل تأثیرگذار در فرهنگ عمومی کشور، پیدایش وسایل و تکنولوژی جدید و به روز، مانند کامپیوتر، تلفن همراه، ماهواره، اینترنت و... می باشد، که متأسفانه نقش تخریبی این گونه موارد در فرهنگ عمومی و وضعیت فعلی بیشتر است و دشمنان ما، بیشتر از این اهرم بسیار موثر آن هم در سطح وسیع و ارزان درحال بهره برداری هستند. که این مهم باید در کارگروه های تخصصی مورد نقد و بررسی قرار گیرد تا ما از حالت انفعالی و تدافعی بتوانیم بیرون بیاییم و در یک هیئت فعال و موثر ایفای نقش نماییم.

۶- روحانیون، ائمه محترم جمعه و جماعات و اساتید و معلمان: نقش آفرینی روحانیت در ایران اسلامی از دیرباز تاکنون در جهت اشاعه فرهنگ ناب اسلامی، ظلم ستیزی و زدودن خرافات و بدعت ها و... بسیار مهم و ارزشمند می باشد و این نقش آفرینی در وقوع انقلاب اسلامی، دفاع مقدس و در سنگرهای مختلف نظام مقدس جمهوری اسلامی جلوه بسیار روشن و بارزی پیدا نمود. روحانیت در ایران در سنگرهای مهمی مانند امامت جمعه و جماعت، وعظ و خطابه، تدریس در حوزه، دانشگاه و مدارس و حضور در برخی نهادها و ادارات تأثیرات به سزایی در فرهنگ عمومی جامعه دارد. همچنین اساتید دانشگاه و معلمین که نقش تعیین کننده آموزشی و تربیتی در شکل گیری شخصیت و هویت فرزندان این مرز و بوم دارند از دیگر اقدار فرهنگ ساز جامعه به شمار می آیند.

۷- ورزش، ورزشکاران و ورزشگاه: امروزه در کشور ما مثل بسیاری از کشورهای دیگر این مقوله بسیار جذاب و تأثیرگذار در فرهنگ عمومی می باشد. جهت جلوگیری از صحنه های ضدارزش در

عرصه ورزش، متولیان امر باید برنامه ریزی دقیق تری انجام دهند تا شاهد آثار مثبت آن در میان جامعه خصوصا جوانان باشیم و نابسامانی های فعلی از بین برود.

۸- مراکز فرهنگی، بهداشتی و درمانی: مراکز فرهنگی، اداری و غیر آن مانند حوزه و دانشگاه آموزش و پرورش و مدارس در همه مقاطع، اداره تبلیغات و فرهنگ و ارشاد اسلامی و هیئت های مذهبی تأثیر بسزایی در سالم سازی فرهنگ عمومی مردم دارند.

۹- قوه قضائیه و نیروی انتظامی: نظر به اینکه بسیاری از مفسدان اخلاقی و اقتصادی عالما و عامدا دست به کارهای خلاف ضدشرع و قانون می زنند و بالطبع فرهنگ عمومی را در ابعاد گوناگون دچار آسیب های جدی می نمایند، این دو نهاد بسیار باارزش با تعامل خوب می توانند نقش بازدارنده را در مقابل مجرمان داشته باشند.»

### لایه های مختلف فرهنگ عمومی:

«اگر فرهنگ عمومی عبارت باشد از مجموعه منسجم و نظام یافته ای از اهداف، ارزشها، عقاید، باورها، رسوم و هنجارهای مردم متعلق به یک جامعه بزرگ، قوم یا ملت». بنابراین فرهنگ عمومی، شامل تمامی فعالیتهای مبتنی بر اندیشه و عادت است که در جهت برآوردن نیازهای بشری بسته به انواع جوامع از نظر تاریخی، سیاسی، اقتصادی، مذهبی، رفتارهای عمومی مردم را شکل می دهد. همه انسانهایی که از گذشته های دور تا کنون در اقصی نقاط دنیا زندگی کرده اند؛ فرهنگ داشته اند. پس فرهنگ یک پدیده عام است و هیچ گروه یا فردی در جامعه انسانی نمی توان یافت که فرهنگ نداشته باشد؛ اما از آنجایی که اقوام و جوامع مختلف به نحوه یکسانی در برآوردن نیازهای خود و برخوردشان برای رفع نیازها یکسان نبوده است، طبیعتا فرهنگ خاص خود را ساخته و پرداخته اند و از این رو است که در جوامع مختلف، تنوع فرهنگی به چشم می خورد. لیکن در یک جامعه بزرگ، قوم یا ملت، بسیاری از ارزشها، باورها، هنجارها، معیارها و الگوهای رفتاری هستند که گذشته از تکثر فرهنگی قومیتهای مختلف جامعه، جنبه عام داشته، همگان آن را پذیرفته اند و در یک کل اجتماعی از آن پیروی می کنند. همین جنبه های عام در یک جامعه بزرگ یا ملت را به عنوان «فرهنگ عمومی» آن جامعه می توان مورد مطالعه و بررسی قرار داد. شخصیت اجتماعی مردم یک جامعه در فرهنگ عمومی آن خلاصه می شود و اهداف و کیفیت و مسیر حرکت به سوی تعالی با زوال و عقب افتادگی آن تحت تاثیر فرهنگ عمومی است. لذا اهمیت شناخت و بررسی فرهنگ عمومی برای ارتقا و تحول آن در مسیر رشد و توسعه، آشکار می شود. بسیاری از پژوهشگران برای واکاوی فرهنگ عمومی و اصلاح

- و برنامه ریزی آن ابتدا به بررسی دقیق آن از طریق کارکردهای سطوح و لایه های مختلف فرهنگ می پردازند. زیرا فرهنگ از سطوح مختلفی مشتق شده است که در اینجا اشاره می شود:
۱. برخی از این مشتقات در یک نظام فرهنگی، پایه ها و ریشه های فرهنگ عمومی را می سازند. این بخش را لایه زیرین مجموعه می نامند که دیگر سطوح و لایه ها بر آن قرار دارند.
  ۲. می توان گفت که جهان بینی ها و شناخت شناسی در این سطح قرار دارد که ریشه بسیاری از باورها، اعتقادات و ارزشها را به عنوان لایه بعدی فرهنگ تشکیل می دهند.
  ۳. سطح بعد، آیین ها، هنر و ادبیات است که لایه بعدی را تشکیل می دهند و بر پایه باورها، اعتقادات و ارزشهای یک جامعه استوارند.
  ۴. لایه بعدی که بیرونی ترین و آشکارترین سطح است، هنجارها و الگوهای رفتاری و معیارهای اجتماعی در یک جامعه مورد مشاهده و بررسی است. یکی از جامعه شناسان به نام اولسون، فرهنگ را دارای چهار مولفه هنجار، باور، ارزش و تکنولوژی می داند. در هنجار به دنبال این هستیم که چه چیز در فرهنگ مردم وجود دارد و در ارزش به دنبال این هستیم که چه باید باشد. در حقیقت نگرش آرمانی به آنچه که در فرهنگ عمومی انتظار داریم، ارزش است و در تکنولوژی، به چگونگی انجام امور توجه داریم.

### جلوه های مختلف فرهنگ (عمومی)

از آنجا که فرهنگ ذاتا امری است ذهنی و زمانی جنبه عینی می یابد که در تمدن متبلور شده باشد و نیز صرف نظر از پسوندی که ممکن از بعد از فرهنگ بیاید دارای جلوه هایی چند است و «با این نگاه به فرهنگ ( امر معنوی متجلی در حوزه امر طبیعی )، جلوه های فرهنگ (عمومی) را می توان به چند وجه تقسیم نمود

۱) فرهنگ درونی شده : جایگاه اصلی معانی، ذهن افراد است. حیات درونی افراد در عین حال که خاستگاه معانی است، حامل معانی هم می باشد؛ فرهنگ در این حوزه نشو و نما می کند؛ تغییر می یابد و .... اما خود ذهن محصول فرهنگی است که آموخته می شود و بعد از دوره اکتساب حامل فرهنگ و گاه مولد آن می شود. این وجه فرهنگ را می توان « فرهنگ درونی شده » نامید. فرهنگ درونی را روانشناسان از جهت انتقال معانی، تثبیت و تغییر آن مورد بررسی قرار می دهند. فلاسفه هم در افقی وسیعتر حوزه معنی را مورد کاوش قرار می دهند. اموری چون اعتقاد، ارزشها و گرایشها که به عنوان

فرهنگی یا بخشی از آن یاد شده است، حوزه‌ای از فرهنگ است که جایگاه اصلی آن درون یا ذهنیت افراد است که در قالب نمادها، همراه با تربیت، از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود.

۲) ■ فرهنگ نمادی: هنگامی که فرهنگ در قالب نمادها ظاهر می‌شود، که از طریق آن تفهیم و تفهم و آموزش انجام می‌گردد، می‌توان از جلوه دیگری از فرهنگ یاد نمود که با عنوان «فرهنگ نمادین (نمادی شده)» مشخص می‌گردد. آثار هنری، کتاب و نوشته از این نوعند.

۳) ■ فرهنگ نهادی: شکل دیگر بروز فرهنگ (معنی) بروز آن در رفتار فرد است. رفتار افراد در جامعه در ترکیب با هم و رسوب شدن در طی زمان اشکالی از رفتار را تثبیت می‌کند که از آن به عمل قرار گیرد به آن «فرهنگ نهادی شده» گویند.

۴) ■ فرهنگ متبلور: فراتر از اینها، فرهنگ از طریق رفتار، تنها در قالب نهادها که معنوی هستند و شکل رفتار را تعیین می‌کنند، تبلور نمی‌یابد. تغییراتی که انسان در طبیعت ایجاد می‌کند، از جمله ابزار و آثار، آنها هم ذهنیت انسانها (معانی) را در خود حفظ می‌کند. این مجموعه را می‌توان «آثار فرهنگی» نام نهاد که شامل ابزارها هم می‌شود. ماهیت آنها مادی است و بکار عمل می‌آیند؛ بعد از خلق بیشتر امری مادی هستند تا معنوی؛ اما همیشه وابسته به حوزه معنا باقی می‌مانند. با قبول این تقسیم‌بندی می‌توان فرهنگ عمومی را واقعیتی معنوی دانست که در سه شکل تجربه می‌شود:

۱. درونی (تجربی بیواسطه)،

۲. نمادی (از طریق تجربه درونی و تجربی نماد به صورت تجربی)،

۳. نهادها و آثار (ابزار)

۴. تبلوری و متجلی»

### رسانه و فرهنگ عمومی:

یکی از ابزارهای که محمل و محل بروز و ظهور فرهنگ عمومی جامعه و شاید موثرترین آن‌ها باشد وسایل ارتباط جمعی و اخص آنها رسانه‌های گروهی هستند که در این بخش به ارتباط آنها با مقوله فرهنگ و فرهنگ عمومی پرداخته می‌شود. «گسترش روز افزون مصرف رسانه‌های جمعی در زندگی روزمره مردم، اهمیت موضوع فرهنگ را مشخص می‌سازد. نظریه پردازان ارزیابی‌ها و موضع‌گیری‌های متفاوتی راجع به نقش فرهنگ عامه در جوامع امروز ارائه داده‌اند. برخی از نظریه‌ها با گستره موضوعی وسیعتر تنها بخشی را به این موضوع اختصاص دادند و برخی دیگر به طور کلی به تحلیل پدیده رسانه‌ای شدن فرهنگ عامه پرداختند. با توجه به ارتباط تنگاتنگ و متقابل رسانه‌ها و فرهنگ عامه، رویکرد

برخی از این نظریه ها به هر دو یکسان است. اما کتاب، اساساً برحسب نظریه فرهنگ عامه بدون ناچیز شمردن دیدگاه آنها درباره رسانه های جمعی بحث می کند. «ویلیامز» می گوید: در گذشته فرهنگ عامه نه با مردم بلکه توسط سایرین تعریف می شد و هنوز هم دو مفهوم قدیمی تر را با خود دارد: (۱) کارهای پست تر مثل ادبیات عامه متمایز از ادبیات والا.

(۲) کارهایی که عمده به قصد جلب حمایت آغاز می شود مانند روزنامه نگاری عامیانه، به موازات سرگرمی های عامیانه. اما مفهوم جدید فرهنگ عامه به عنوان فرهنگی که مردم آن را برای خودشان خلق کردند باتمام اینها متفاوت است. دهه های ۳۰ و ۱۹۲۰ نقاط عطف مهمی هستند. ظهور سینما و رادیو، تولید و مصرف بحثهای فرهنگ توده ای نقش داشته اند. در همین سالها بود که رسانه های جمعی با تبلیغات جمعی و سرکوب جمعی برابر بود.

«تاثیر رسانه ها بر زندگی و رفتار مردم صریح و سراسر می باشد، رسانه ها را در جامعه توده وار با این مولفه ها ارزیابی می کند:

- ۱- رسانه های جمعی نیروی مخرب و فاصله اندازی در جامعه اند و باید کنترل شوند.
  - ۲- رسانه های جمعی این قدرت را دارند که به طور مستقیم بر طرز فکر و رفتار مردم عادی اثر بگذارند.
  - ۳- مردم چون از نهادهای سنتی اجتماعی که آنها را در برابر تبلیغات و تحت تاثیر قرار گرفتن محافظت می کردند فاصله گرفتند و منزوی شده اند، در برابر قدرت تاثیر رسانه های جمعی آسیب پذیر نشان می دهند.
  - ۴- تحولات اجتماعی ناشی از تاثیر مخرب رسانه های جمعی، در نهایت به ظهور جوامع اقتدارگرا با کنترل متمرکز می انجامد.
  - ۵- رسانه های جمعی با ترویج اندیشه های مبتذل و موهن و فعالیت هایی که رفتار متمدنانه را به خطر می اندازد، سطح استانداردها و ارزش های فرهنگی را کاهش می دهند. گفتنی است که رسانه های توده ای پیرو منطق فرهنگ توده ای بوده و در راستای تبدیل مخاطب از جایگاه تماشاگر به مصرف کننده گام برداشته و باید آن را رسانه ای دانست که در مسیر ترویج فرهنگ توده یا همان فرهنگ عامه حرکت می کند.
- وسایل ارتباطی نوین و توده وارسازی یا گونه گون سازی جامعه «یکی از مسائل مطرح در عرصه وسایل ارتباط جمعی و جامعه بحث توده سازی در جامعه توسط رسانه هاست. عده ای از دانشمندان همچون "بلومر" برآنند که وسایل ارتباط جمعی عامل تبدیل جامعه به یک توده و تشکیل جامعه



توده‌وار می‌شوند. برخی دیگر نیز این وسایل را مسئول تباهی شخصیت فردی در تمدن نوین می‌دانند. اما برخلاف این عقاید پاره‌ای از تحقیقات نشان می‌دهد که پیام‌های منتشر شده به‌وسیله رسانه‌ها در خارج از محیط اجتماعی خاص افراد به آن‌ها عرضه نمی‌شوند و آثار این پیام‌ها با توجه به نوع گروهی که فرد در جامعه به آن بستگی دارد متفاوت می‌باشند. مطالعات "پل لازارسفلد" به‌خوبی نشان می‌دهد که گروه‌های اجتماعی مثل خانواده، اداره، کارخانه، حزب و ... در انتقال پیام‌های ارتباطی به افراد، نقش واسطه را به عهده دارند که با توجه به نقش این گروه‌های اجتماعی در چگونگی انتقال پیام‌های ارتباطی، برخی از دانشمندان معاصر علوم ارتباطات برآند که: «تئوری جامعه توده‌وار فقط از آن جهت حایز اهمیت است که یکی از مظاهر جامعه نوین در مقایسه با جامعه سنتی را آشکار می‌سازد بنابراین کلمه توده را نباید به معنای خیلی دقیق به کار برد و چنین استنباط کرد که وجود توده تمام تاثیرات گروه‌های اجتماعی را بر افراد خنثی می‌کند. چون گروه‌های اجتماعی خود در واقع جزء نظام ارتباطات توده‌ای می‌باشند. به طور خلاصه باید گفت که تئوری توده‌وارسازی جامعه توسط رسانه‌ها که در گذشته مورد پذیرش بود امروزه رها شده و این اندیشه که وسایل ارتباطی نوین الزاما عامل توده‌وار ساختن جامعه و سازگار نمودن افراد و تحلیل بردن آن‌ها در یک مجموعه بی‌ترکیب و غیرشخصی و یکنواخت می‌باشد، در تئوری "ارتباطات توده‌وار" متروک مانده است چرا که در حال حاضر چنین پدیده‌ای به طور کامل در جوامع مشاهده نمی‌شود و به‌عبارت دیگر تئوری توده‌وارسازی جامعه در گذشته از آن جهت پذیرفته می‌شد که ارتباطات توده‌ای در اولین مرحله فعالیت خود بیشتر آثار یکنواخت کننده داشتند در حالی که اخیرا تغییر جهت داده‌اند و آثار متنوع سازنده آن‌ها برتری یافته است. این دگرگونی در آثار وسایل ارتباط جمعی را می‌توان معلول دو علت دانست: یکی، تحولات فنی و سازمانی و دیگری، تمایلات جدیدی که در استفاده کنندگان از این وسایل پدید آمده است.»

### نقش رسانه‌ها در شکل دهی فرهنگ عمومی :

رسانه‌ها با تحولاتی که در جنبه‌های مختلف از بعد فن آوری تجهیزات و حجم و روش داشته‌اند به عنوان حاملان و منتقل کنندگان پیام می‌توانند در ساخت فرهنگ عمومی باورها و افکار عمومی موثر باشند. آنها بدون در نظر گرفتن مرزهای جغرافیایی عقیدتی و فرهنگی امکان حضور را در همه نقاط جغرافیایی پیدا کرده‌اند. این بحث مورد قبول و پذیرش همه دست اندرکاران امر فرهنگ است. اما اینکه در فضا و شرایطی که ما در آن هستیم چگونه از این امر می‌توانیم در جهت فرهنگ عمومی

مورد قبول و منطبق با اهداف و سیاست های تعیین شده یک حکومت با جهان بینی و ایدئولوژی خاص موثر واقع شویم و از آن بتوانیم بهره برداری خوبی داشته باشیم بسیار حایز اهمیت است. تلقی این است که فرهنگ عمومی یک پدیده پویا است و سکون در آن معنا ندارد و هر روز با اختراعات اکتشافات نظریه پردازی و رفتارهایی که در دنیا در ابعاد مختلف شکل می گیرد فرهنگ عمومی پذیرای این رفتارها و پذیرای این تحولات و دگرگونی ها هست. بنابراین کسانی که اثر و تأثیرگذاری بالاتری در این فرهنگ داشته باشند می توانند در شکل دهی فرهنگ عمومی موفق تر باشند. اثر در فرهنگ عمومی با استفاده از ابزارهایی است که آن ابزارها امکان این تأثیرگذاری را معین می کند. مطبوعات به عنوان یکی از ابزارها و صدا و سیما به عنوان یک ابزار دیگر در این راستا مطرح است. و چون نفوذ حضور، نحوه بیان و شکل انتقال پیام در رسانه صدا و سیما به طرز ویژه ای است که مخاطب را می تواند با انواع و اقسام شگردها و روش هایی که در آن هست به خود جلب کند این رسانه می تواند در نحوه تغییر دگرگونی در فرهنگ عمومی پرنفوذترین و موثرترین عامل باشد. فرهنگ عمومی بدون در نظر گرفتن مرزهای جغرافیایی و عقیدتی دستخوش تغییر و دگرگونی است یعنی عرصه فرهنگ عمومی امروز یک عرصه کاملاً رقابتی است و کسانی می توانند در عرصه های رقابت حضور پیدا کنند که بتوانند از قانون مندی های عرصه رقابت استفاده کنند و آن قانون مندی های را خوب بشناسند و منطبق با عملکرد آن قانونمندی ها حرکت کنند. این عرصه در تمام امور سیاسی اقتصادی و حتی در امور روزمره و جاری صادق است. در شناخت این عرصه آنچه اثر را بیشتر می کند این است که از طرفی پیام نگرش و ارزشی به گونه ای به عنوان فرهنگ و آن هم فرهنگ عمومی به مخاطبین ارائه شود که منطبق با نیازهای عموم جامعه باشد. یعنی جامعه نسبت به آن پیام فرهنگ و ارزش احساس نیاز بکند. از طرفی وقتی می توانیم موفق باشیم که بتوانیم آن پیام ارزش را به نحوه مطمئن و به نحوی که در مخاطب اثر بگذارد منتقل بکنیم. برای این که همه این امور به نحو احسن شکل بگیرد می بایست در عرصه ملی و در عرصه رقابتی فرهنگ عمومی دارای اهداف معین و مشخص بوده و منطبق با اهداف کلی تعیین شده برای توسعه باشد. اهدافی را که ما به عنوان اهداف اصلی در رسانه به عهده مطرح است و منطبق با آن برنامه سازی و انتقال پیام صورت می گیرد؛ عبارتند از:

(۱) تبیین و تعمیق باورهای دینی یعنی حکومت جمهوری اسلامی به عنوان یک حکومت دینی و ارزشی در جهت پیاده کردن احکام الهی در امور جاری اجتماعی و فردی یکی از وظایفش این است که در تبیین و تعمیق باورهای دینی مردم گام های بلندی بردارد.

۲) بینش سیاسی عمومی جامعه هدف دیگر این است که بینش سیاسی عمومی جامعه که هر روز در معرض قضاوت های سیاسی و انتخاب های مختلف است تعمیق و گسترش یابد. این انتخاب ها و قضاوت ها در حالی صورت می گیرد که با حجم انبوه اطلاع رسانی چه در داخل با گسترش فضای باز سیاسی و چه در خارج با گسترش رادیوها تلویزیون ها و رایانه در ارتباطات اینترنتی روبرو است. صدا و سیما به عنوان یکی از اهداف مهم خود باید بتواند طوری بینش سیاسی جامعه را تعمیق ببخشد که نهایتاً تمام افراد جامعه بتوانند به مرحله قضاوت تشخیص و انتخاب برسند. این به عنوان یکی دیگر از اهدافی است که رسانه در جهت محقق ساختن آن تلاش می کند.

۳) وحدت ملی بحث بعدی به عنوان یکی از محورهای مهم رسانه ای بحث وحدت ملی در چارچوب جغرافیای سیاسی کشور است. در کشورهایی که مرکب از اجزای به هم پیوسته ای متفاوت از نظر منطقه ای نژادی و دین و اعتقادی است اگر در جهت تثبیت همگرایی و تقویت محورها و مولفه هایی که می توانند نهایتاً منجر به همگرایی بشوند تلاش نشود یقیناً به طرف واگرایی و گریز از مرکز به وسیله مناطق خواهد رفت. این قوانین و قانونمندی هم در زمان مشروطیت و هم در مسیر تاریخ معاصر و هم بعد از انقلاب تجزیه شده است. هر وقت در حاکمیت مرکزی مولفه ها و محورهای وحدت دچار اشکال بشوند مناطق به طرف واگرایی پیش خواهند رفت. پس به عنوان یک اصل و هدف این موضوع در رسانه مورد توجه بوده و هست.

۴) توسعه کلی یکی دیگر از اهداف مهم رسانه توسعه کلی است. توسعه از ابعاد مختلف مورد نظر است. برای این که امر توسعه به صورت یک باور و رفتار عمومی قلمداد شود به عنوان یکی از اهداف اصلی سازمان مد نظر است. ما در این شرایط همیشه با این یقین و علم به قضایا نگاه می کنیم که در مسیر و در کوران رقابت های بسیار زیادی هستیم و می بایست به این رقابت ها پاسخ مناسب بدهیم. برای این که اهداف ذکر شده در رسانه با شرایط و نیازهای مختلف هماهنگ شود در چارچوب اهداف رسانه ای از نظر قالب و برنامه تقسیم بندی انجام گرفته است.»

### فرهنگ عمومی در ایران:

«کشور ایران که یک کشور اسلامی است و از دیر باز دارای تمدن غنی ایرانی و ارزشهای اصیل می باشد؛ و در این کشور اهمیت خاصی به مقوله فرهنگ و تعامل افراد با یکدیگر نه تنها به عنوان اعضای یک جامعه، بلکه به عنوان یک فرهنگ ویژه و شناخته شده جامعه اسلامی، داده می شود. فرهنگ عمومی در کشور ایران مبتنی بر اصول و معارف اسلامی است. در دین مقدس اسلام غیر از این که افراد به یک سلسله مبانی فردی از نظر مسایل اخلاقی و فرهنگی معتقد هستند، یک سلسله قوانین

و برنامه‌هایی وجود دارد که بر اساس روابط اجتماعی افراد را به یکدیگر پایبند می‌سازد. برنامه ریزی‌هایی که اسلام برای هر فرد دارد، جدا از برنامه‌هایی نیست که برای فرهنگ عمومی یک جامعه پیش بینی کرده است؛ به عنوان مثال وقتی اعتقاد به یک سلسله مبانی فردی اخلاقی و فرهنگی مثل پاکی، درستی و حق‌گویی و بسیاری دیگر اصول اولیه برای هر فرد در نظر گرفته می‌شود، این امر می‌تواند ریشه و پایه برقراری روابط و مناسبات اجتماعی درستی را بنا نهد. بدیهی است که در چنین دینی، فرهنگ عمومی نیز بر پایه همزیستی، مودت، محبت، همکاری، همیاری و کمک و دستگیری از یکدیگر است. مهرورزی و عدالت اجتماعی و ظلم‌ستیزی از محوری‌ترین اصول اسلام در فرهنگ عمومی جامعه است. در غرب وقتی فرهنگ عمومی تعریف می‌شود، رفتارهای عرفی مبنا قرار می‌گیرد. اما در جامعه اسلامی ایران الگوهای رفتاری جامعه اسلامی منبعث از لایه‌های زیرین است که همانا اندیشه‌های دینی بر آن حاکمند. در جامعه ایران وقتی از دین صحبت می‌شود، کلیه سطوح یعنی باورها، ارزشها، هنجارها، رفتار، عرف و شئون اجتماعی که عناصر فرهنگ عمومی هستند، بر اساس تعالیم اسلامی شکل گرفته‌اند. بنابراین اصلی‌ترین مساله فرهنگ عمومی در ایران، کمال‌جویی است. و اندیشه‌های دینی که وجه ارزشی دارند، بر رفتارها و مناسبات اجتماعی حاکم هستند. فرهنگ درعین حال که ثابت بوده، تغییر پذیر نیز هست. بنابراین می‌توان برخی از بنیانهای فرهنگ عمومی را که مطابق دین مبین اسلام نیستند، طراحی کرد و تغییر داد. به منظور اصلاح و توسعه تکاملی فرهنگ عمومی کشور باید سطوح و زیربناهای فرهنگی و اصول بنیانی رفتارهای فرهنگی را شناخت و زیر بناها و ارزشهای نامطلوب غیراسلامی را حذف کرد. به منظور ایجاد تغییرات مطلوب در فرهنگ عمومی جامعه ایران توجه به ابعاد سه‌گانه ارزشها، حوزه قوانین و ضوابط و حوزه اجرای قوانین در سطح جامعه ضروری است. در ایران اسلامی به دلیل حاکمیت ارزشهای اسلام، رعایت عدالت اجتماعی و توجه به معنویات در پیشرفت و توسعه مادی جامعه و ترویج روحیه جمع‌گرایی و اعتقاد به اینکه دستیابی به حد اکثر منافع شخصی از طریق حداکثر شدن منافع جمعی امکان‌پذیر است، از اولویت‌های اصلاح فرهنگ عمومی است. ارایه الگو به جامعه در اندیشه و رفتار مردم، گام موثر دیگری در حاکمیت معیارهای اسلامی در فرهنگ عمومی است. در حوزه قوانین، باید قوانین و مقرراتی در سطوح خرد و کلان وضع شوند که با اصول اسلامی و فطرت انسانها هماهنگ باشد. از سوی دیگر پرورش ذهنیت جامعه و ارایه اطلاعات مناسب به مردم می‌تواند صفات اسلامی را در فرهنگ عمومی کشور احیا نماید. اعتقاد و عمل نمودن گروه‌های مرجع و پایه در جامعه به مصادیق فرهنگ اسلامی می‌تواند از جمله مهم‌ترین ابزارهای شیوع

فرهنگ صحیح اسلامی و الگوهای رفتار اسلامی در فرهنگ عمومی جامعه باشد. در بخش قوانین تبادل فرهنگی با جوامع دیگر و دریافت جنبه های مثبت فرهنگ دیگران به تقویت و غنای فرهنگ عمومی کمک شایانی می کند. تقویت فرهنگ عمومی در حوزه قوانین و ضوابط منحصر به امور اخلاقی و معنوی نیست و در ابعاد سخت افزاری هم با اهمیت است؛ به عنوان مثال معماری و همین طور ابزار حمل و نقل و یا محیط های عمومی که افراد با آن هر روز سر و کار دارند، باید بر اساس اصول اسلامی طراحی گردند.» [۱۴] از این جهت روز ۱۴ آبان ماه هر سال در تقویم کشورمان ایران به نام روز فرهنگ عمومی ثبت شده است.

### نهادهای متولی امر فرهنگ عمومی در کشور:

اصلی ترین نهاد مجری مباحث فرهنگ عمومی در ایران شورای فرهنگ عمومی کشور است که با «گسترش روزافزون مقوله های فرهنگی و تأثیر آن بر شیوه های رفتاری مردم و ضرورت برنامه ریزی و تعیین اهداف در سطح خرد و کلان، شورای عالی انقلاب فرهنگی در ۱۳۶۴ و در جلسات ۴۳ و ۴۴ خود و به منظور سیاست گذاری و هدایت فرهنگ عمومی کشور، شورایی به نام شورای فرهنگ عمومی را تشکیل داد. سپس آیین نامه ی این شورا توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی تدوین و تصویب شد. بر اساس آیین نامه وظایف این شورا عبارت است از:

۱- بررسی کارشناسی درباره ی تجزیه و تحلیل شرایط و جریان های فرهنگی جهان و تبیین تأثیر کانون ها و ابزارهای مهم در این زمینه و اتخاذ تدابیر مناسب و ارائه ی گزارش تحلیلی جامع به شورای عالی انقلاب فرهنگی؛

۲- بررسی و تحلیل شرایط و جریان های فرهنگی کشور و بخش نظام ارزشی جامعه به منظور تعیین نقاط قوت و ضعف فرهنگی و ارائه ی راه حل های مناسب؛

۳- برنامه ریزی و هدایت فرهنگی عمومی به منظور تحقق اهداف و اجرای سیاست های فرهنگی کشور مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی؛

۴- تهیه و تدوین طرح هایی برای هماهنگ کردن کوشش های فرهنگی، هنری و تبلیغی در سازمان ها و مراکز رسمی فرهنگی و هنری در جهت اعتلای فرهنگ و هنر و بهبود کیفیت آنها و پیشنهاد طرح ها به شورای عالی انقلاب فرهنگی و نیز تهیه و پیشنهاد موضوعات و طرح هایی راجع به آن بخش از وظایف شورای عالی که به شورای فرهنگ عمومی مربوط است؛

- ۵- فراهم کردن زمینه‌ی کاری و هماهنگی دستگاه‌های دولتی در اجرای بخشی از وظایف آنها که راجع به گسترش، ارتقا و تعمیق فرهنگ عمومی است؛
- ۶- بررسی آثار فرهنگی مترتب بر سیاست‌ها و اجرای طرح‌ها و برنامه‌های اقتصادی - اجتماعی به منظور اطمینان از همسویی و عدم مغایرت آنها با اصول و سیاست‌های فرهنگی کشور و ابلاغ نتیجه به دستگاه‌های اجرایی و نیز ارائه‌ی راه‌حل‌های اصلاحی مورد نیاز؛
- ۷- تصویب روش‌های اجرایی تشویق، به منظور شکوفایی فرهنگ عمومی، در ابعاد مختلف آن؛
- ۸- اظهار نظر نسبت به موضوعات، طرح‌ها و گزارش‌های راجع به فرهنگ عمومی کشور که از طرف مراجع ذیصلاح به شورا ارجاع می‌شود؛
- ۹- پیشنهاد تحقیق در مسائل مهم فرهنگی و همکاری با شورای پژوهش‌های علمی کشور برای ایجاد هماهنگی در برنامه‌های تحقیقاتی - فرهنگی کشور؛
- ۱۰- تهیه و پیشنهاد طرح‌های گسترش و بهبود تبلیغات دینی و عمران و احیای مساجد و مجامع مذهبی. ترکیب اعضای شورای فرهنگ عمومی به این ترتیب است: ۱- وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان رئیس شورا؛ ۲- وزیر کشور یا معاون ایشان؛ ۳- وزیر اطلاعات یا معاون ایشان؛ ۴- وزیر آموزش و پرورش یا معاون ایشان؛ ۵- رئیس سازمان تبلیغات اسلامی؛ ۶- رئیس سازمان صدا و سیما یا معاون ایشان؛ ۷- رئیس کمیسیون ارشاد و هنر مجلس شورای اسلامی؛ ۸- رئیس سازمان تربیت بدنی؛ ۹- رئیس سازمان میراث فرهنگی؛ ۱۰- رئیس یا معاون فرهنگی جهاد دانشگاهی؛ ۱۱- رئیس دانشگاه آزاد اسلامی یا معاون مربوط؛ ۱۲- رئیس شورای فرهنگی و اجتماعی زنان؛ ۱۳- دبیر شورای عالی جوانان یا رئیس مرکز ملی جوانان؛ ۱۴- نماینده‌ی تام‌الاختیار مرکز رسیدگی به امور مساجد؛ ۱۵- دبیر ستاد هماهنگی و نظارت بر کانون‌های فرهنگی - هنری مساجد؛ ۱۶- رئیس نهاد نمایندگی ولی فقیه در دانشگاه‌ها یا معاون مربوط؛ ۱۷- شهردار تهران؛ ۱۸- رئیس شورای سیاست‌گذاری ائمه‌ی جمعه‌ی سراسر کشور؛ ۱۹- یک نفر از شخصیت‌های حوزه‌ی علمیه‌ی قم به پیشنهاد شورای مدیریت حوزه‌ی علمیه‌ی قم و تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی؛ ۲۰- یک نفر از شخصیت‌های دانشگاهی به پیشنهاد وزیر علوم، تحقیقات و فناوری و تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی؛ ۲۱- یک نفر از شخصیت‌های فرهنگی به پیشنهاد وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی که او دبیری شورا را برعهده خواهد داشت؛ ۲۲- دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی؛ ۲۳- در صورت بررسی موضوع مربوط به یکی از وزارتخانه‌ها یا دستگاه‌های اجرایی، بالاترین مقام آن وزارتخانه یا سازمان. احکام اعضای فوق را رئیس شورای عالی انقلاب فرهنگی صادر می‌نماید.

بر اساس آیین‌نامه، تشکیلات و شعبه‌های سازمانی اداره‌ی کل دبیرخانه‌ی شورای فرهنگ عمومی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تعیین می‌شود. در کنار شورای فرهنگ عمومی کشور، شورای فرهنگ عمومی استان‌ها، به عنوان بازوی اجرایی شورا قرار دارد، که وظایف آن عبارتند از: ۱- شناخت و اطلاع از وضعیت فرهنگ عمومی، ۲- اصلاح و ارتقای فرهنگ عمومی، ۳- نظارت و پیگیری مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی و تصمیمات شورای فرهنگ عمومی. ترکیب شورای فرهنگ عمومی استان‌ها به این صورت است:

۱- امام جمعه‌ی مرکز استان به عنوان رئیس شورا، ۲- استاندار به عنوان نایب رئیس شورا، ۳- رئیس سازمان تبلیغات اسلامی استان، ۴- مدیر سازمان صدا و سیما، مرکز، ۵- یک نفر از نمایندگان مجلس شورای اسلامی استان به انتخاب مجمع نمایندگان آن استان و به مدت یک سال، ۶- یک نفر از رؤسای دانشگاه‌های استان به انتخاب مجمع رؤسای دانشگاه‌های استان، ۷- مدیرکل آموزش و پرورش استان، ۸- معاون پرورشی اداره‌ی کل آموزش و پرورش استان؛ ۹- مدیرکل اطلاعات استان، ۱۰- مدیرکل تربیت بدنی استان، ۱۱- دو نفر از ارباب جراید به پیشنهاد مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان و تأیید شورای فرهنگ عمومی استان، ۱۲- سه نفر از شخصیت‌های معتبر فرهنگی و هنری استان حداقل یک نفر از خواهران به پیشنهاد شورای فرهنگ عمومی استان، ۱۳- مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان که دبیر شورا نیز هست، ۱۴- فرمانده مرکز مقاومت بسیج استان، ۱۵- رئیس مرکز جهاد دانشگاهی استان ۱۶- مدیرکل سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان. احکام این افراد را شورای فرهنگ عمومی کشور و وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی صادر می‌کنند و مدت عضویت اعضای حقیقی، ارباب جراید و شخصیت‌های فرهنگی‌هنری، دو سال است و انتخاب مجدد آنها بلامانع است.

علاوه بر افراد مذکور، شورای فرهنگ عمومی استان می‌تواند افراد دیگری را بنا به ضرورت و بدون حق رأی به شورا دعوت نماید. علاوه بر آن می‌تواند کار گروه‌هایی را در رابطه با انجام وظایف محوله ایجاد نماید. این شورا می‌تواند در شهرستان‌های استان، شورای فرهنگ عمومی شهرستان را نیز تأسیس نماید، که ترکیب و وظایف آن را، شورای فرهنگ عمومی استان تعیین و پس از تأیید شورای فرهنگ عمومی کشور، ابلاغ می‌نماید. این شورا در جهت اهداف و وظایف خود، چندین شورای وابسته ایجاد کرده است که عبارتند از:

۱- شورای نظارت بر نام‌گذاری اماکن؛

- ۲- شورای نظارت بر علائم، نشان‌ها، تصاویر روی البسه و لوازم‌التحریر و کالاهای مشابه؛
- ۳- شورای نظارت بر نصب مجسمه و یادمان در اماکن عمومی؛
- ۴- شورای نظارت بر ساخت، طراحی و واردات و توزیع اسباب‌بازی کودکان؛
- ۵- شورای نام‌گذاری ایام،
- ۶- شورای هماهنگی و نظارت بر امر ترویج فرهنگ ایثار و شهادت شورای فرهنگ عمومی کشور در جهت انجام وظایف محوله.

شوراهای وابسته به شورای فرهنگ عمومی «شوراهایی هستند که به منظور فعالیت خاصی به پیشنهاد شورای فرهنگ عمومی و با تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی در برخی از دستگاه‌های فرهنگی فعالیت می‌نمایند.

- ۱) شورای نظارت بر نامگذاری اماکن (۲) شورای نظارت بر علائم، نشانه‌ها و تصاویر روی البسه و لوازم‌التحریر و کالاهای مشابه (۳) شورای نظارت بر نصب مجسمه و یادمان در اماکن عمومی (۴) شورای نظارت بر ساخت، طراحی و واردات و توزیع اسباب‌بازی کودکان (۵) شورای نامگذاری ایام. ۲۰- گزیده‌ای از اهم موضوعات مورد بررسی در جلسات شورای فرهنگ عمومی کشور (۱) - ساماندهی نظام تبلیغی کشور (۲) - تقویت هویت ملی - اسلامی (۳) - سیاست‌های وفاق اجتماعی (۴) - تمایل دین و دولت (۵) - بررسی نظام بازآموزی مدیران فرهنگی (۶) - بررسی موضوع خرافات و عوام‌زدگی و جهل (۷) - ارزیابی فرهنگی مراسم عزاداری در ماه محرم و صفر (۸) - بررسی فرهنگ حجاب (۹) - گزارش فعالیت‌های فرهنگی مراسم حج (۱۰) - بررسی پیشنهاد تدوین طرح تاریخ جامع ایران (۱۱) - بررسی گسترش و ترویج حجاب اسلامی (۱۲) - بررسی گرایش برخی ایرانی‌ها به مسیحیت (۱۳) - گزارش طرح نظام جامع توسعه فرهنگ عمومی (اخلاق اجتماعی) (۱۴) - بررسی سیاست‌های فرهنگی اجتماعی رفع فساد و تبعیض (۱۵) - راهکارهای اجرایی تهدیدات و فرصت‌های فرهنگی (۱۶) - بررسی تعمیق و ارتقای فرهنگ عمومی در بستر رمضان (۱۷) - گزارش عملکرد شورای نظارت بر اسباب‌بازی (۱۸) - بررسی تأثیر تبلیغات دیواری مدارس بر روی دانش‌آموزان (۱۹) - بررسی پیش‌نویس آیین‌نامه اجرایی برگزاری مجامع، گردهم‌آیی‌ها و - جشنواره‌های فرهنگی و هنری

فولکلور چیست؟



از دو جزء "فولک" به معنی توده و "لور" به معنی دانش تشکیل شده است و برخی آن را فرهنگ و دانش عوام که تشکیل شده از آداب، رسوم، عقاید، عادات، افسانه ها و اشعار عامیانه می داند. استاد معین را عقیده بر آن است که فولکلور، علم و دانش مربوط به آداب و رسوم توده مردم، افسانه ها، تصنیف های عامیانه، علایق و باورهای آنان است.

### کارکردهای فرهنگ:

اگر فرهنگی بخواهد برای یک جامعه به عنوان فرهنگ باقی بماند و توسط اعضای آن جامعه حفظ شده و مقدس شمرده شود، باید از ۵ کارکرد برخوردار باشد:

- ۱- تامین نیازهای فیزیولوژی.
- ۲- ایجاد ارتباط جمعی.
- ۳- اعطای هویت فرهنگی به اعضا.
- ۴- حفظ تداوم و بقای جامعه.
- ۵- ایجاد و حفظ همبستگی و انسجام اجتماعی.

### واژه فرهنگ:

با شروع تعلیم و تربیت جدید در ایران، فرهنگ به معنی آموزش و پرورش به کار رفت و وزارت معارف به وزارت فرهنگ تغییر نام داد و امروزه نام آن وزارتخانه، با وجود اینکه از فرهنگ به وزارت آموزش و پرورش تغییر یافته، اصطلاح فرهنگیان منحصرأ به آموزگاران و دبیران و کارمندان وزارت آموزش و پرورش ابلاغ می شود.

### تعریف و تبیین فرهنگ:

دیدگاه های مختلف فلسفی، دینی، اجتماعی و روانشناسی در متمایز ساختن انسان از سایر حیوانات، هر یک توصیفی را چون (انسان حیوانی است ناطق که می تواند بخندد) و (انسان حیوانی است بافرهنگ) عرضه نمودند. بشر برای اینکه محیط طبیعی را برای زیستن آماده کند و از منابع و نعمت هایی که ابر و مه و خورشید و فلک در پیرامون او گسترده اند استفاده کند، قرن ها تلاش کرد و اندیشه نمود، ابزار ساخت و به اکتشاف و اختراع دست زد تا وسایل آسایش خود را فراهم آورد و عوامل ناراحتی خود را از میان بردارد و حاصل این تجربه ها و دستاوردها و اکتشافات و مهارت ها را به فرزندان خود سپرد و آنان نیز به زعم خود این میراث را با تغییر دادن و کاستن و افزودن، به نسل بعد سپردند.

تایلر می گوید: فرهنگ مجموعه پیچیده ای است که شامل معارف، معتقدات، هنرها، صنایع، فنون، اخلاق، قوانین، سنن، عادات، رفتار و ضوابطی است که فرد به عنوان عضو جامعه، از جامعه خود فرا می گیرد و در برابر آن جامعه، وظایف و تعهداتی را بر عهده دارد.

\*مارگارت مید می گوید: فرهنگ، پذیرشی از مجموع رفتارها و اعمال موجود در یک جامعه است که اعضا و افراد آن، با ضوابطی مشترک، تمامی آن را به کودکان خود و قسمتی از آن را به مهاجرینی که به عضویت جامعه در می آیند، منتقل می سازند.

از نظر جامعه شناسان و مردم شناسان، فرهنگ علاوه بر همه اینها، شامل تمامی چیزهایی است که فرد به عنوان عضوی از جامعه کسب می کند. یعنی همه عادات و اعمالی که فرد از راه تجربه و سنت آموخته است، به انضمام تمام اشیاء مادی که توسط گروه تولید می شود، می توان در آثار هنری با مطالعات علمی متجلی دید. بعلاوه در آنچه می خوریم و می آشامیم و می پوشیم یا در انواع خانه هایی که بنا می کنیم، در روابطمان با اعضای خانواده خود با سایر افراد جامعه در نظام ارزشی جامعه، در آنچه می آموزیم در تصورمان، از خوب و بد در آرزوهایمان، در نظرمان نسبت به سایر جوامع و در بسیاری چیزهای دیگر، تجلیات فرهنگ مشهود است.

### ویژگی های فرهنگ:

برای روشن تر شدن مفهوم و قلمرو پدیده های فرهنگی، ویژگی های سه گانه و به ظاهر متناقضی را که "هرسکوتیس" بیان داشته، مورد تحلیل و تفسیر قرار می دهیم.

۱- فرهنگ، عام و خاص است:

فرهنگ به عنوان دستاورد معرفتی و فنی انسان و همه جوامع انسانی (عام) است؛ یعنی در همه جوامع انسانی، کوچک، بزرگ، ساده یا پیچیده این میراث مشترک و عمومی دیده می شود که بدین شرح است:

الف) تمامی گروه های انسانی برای بدست آوردن مایحتاج زندگی، به ساختن ابزار و ادوات و فعالیت های تولیدی و تهیه غذا و لباس و مسکن می پردازند و وسایل و شیوه ها و ضوابطی برای آن دارند.

ب) در همه جوامع، برای ارضای غرایز جنسی و بقای نسل، نهاد و نظام خویشاوندی و بنیاد خانواده وجود دارد که مبتنی بر قواعد و ضوابطی خالی است. هیچ جامعه ای را سراغ نداریم که در روابط جنسی و خانوادگی، بی بند و بار و بدون قاعده و مقررات باشد.

ج) در جوامع، ضوابط و قواعدی در زمینه داد و ستد و حفظ روابط اقتصادی (تولید، توزیع، مصرف) گروه ها و خانواده ها وجود دارد.

د) برای حفظ و بقای همه جوامع، نظام اجتماعی و سیاسی و نیز قوانین و مقررات و ضمانت اجرایی آنها وجود دارد. هیچ جامعه ای را سراغ نداریم که با هرج و مرج دوام داشته باشد.

م) همه جوامع و ملل، فلسفه ای برای زندگی و عقیده ای درباره هستی و مرگ در جهان دارند.

و) همه گروه های اجتماعی برای فهماندن مقصود خود به دیگران و فهمیدن منظور افراد، علائم و اشارات و زبان و بیانی دارند.

ه) همه جوامع انسانی، برای بیان آرزوها، غم ها، شادمانی ها و اندیشه های خود، دارای آواز، قصه، ادبیات، رقص، نقاشی، موسیقی، مجسمه سازی و نمونه های دیگری از هنرهای زیبا هستند.

ی) همه اقوام و جوامع، درباره گذشته و هویت خود، دارای خاطرات، داستان ها، اسناد و مدارک و بالاخره تاریخ هستند ولی با وجود (عام) بودن فرهنگ، ملاحظه میگردد که هر گروه اجتماعی، دارای ضوابط خویشاوندی، شیوه اقتصادی، مقررات، مناسک اعتقادی، زبان، ادبیات و هنر مختص به خود می باشند و هیچ کدام از زمینه ها و پدیده های فرهنگی نیست که در دو جامعه یا دو قوم یا دو گروه اجتماعی شبیه به یکدیگر باشند. به عبارت دیگر، فرهنگ هر جامعه (خاص) همان جامعه است.

## ۲- فرهنگ، متغیر ولی ثابت است:

تمام پدیده های اجتماعی و نیز غیر اجتماعی، بنا بر مقتضیات زمان و مکان و مطابق نیازها- اختراعات، تجربیات و مهاجرت ها، دستخوش تغییر و تحول قرار می گیرد ولی این تغییر، در زمینه فرهنگی به قدری کند و آرام صورت می گیرد که در مشاهدات و ملاحظات روزمره، محسوس نیست و تقریباً ثابت به نظر می رسد. تمدن های از بین رفته که آثارشان را از خلال اوراق تاریخی و حفریات باستان شناسی میتوان دید) ثابت اند.

## \*۳- پذیرش فرهنگ (اجباری) ولی (اختیاری) است:

فرهنگ، تمام حیات اجتماعی ما را در بر می گیرد ولی به ندرت خود را آشکارا بر افکار و اعمال ما تحمیل می کند. به عبارت دیگر، انسان از بدو تولد غذا خوردن، نشستن، حرف زدن، لباس پوشیدن و بالاخره شناخت ارزش ها را چه بخواهد و چه نخواهد، در خانواده فرا میگیرد. کودک بالاجبار، جامعه و اعمال و رفتار طایفه و قشر و طبقه و بالاخره شهری را که محل رشد و نمو اوست، می آموزد ولی انسان بنا به خصوصیات جسمانی، فکری، روانی، علمی و اجتماعی که دارد و یا به دست می آورد، در چارچوب آنچه که از جامعه خود می آموزد، باقی نمی ماند و مختار است که پا فراتر نهد. بی گمان اگر جز این می بود، انسان در محدوده فرهنگ

زمان خود می ماند. این همه اختراعات و اکتشافات و توسعه و تحول فنی، زیستی و فکری محدود بود و در طول قرون، تغییر فرهنگی به وجود می آمد و افراد را به حریم (اختیاری) می کشانید.

### فرهنگ مادی و غیر مادی:

فرهنگ مادی:

به مجموع پدیده هایی اطلاق می گردد که محسوس و ملموس و قابل اندازه گیری با موازین کمی و علمی است. مانند: فنون، ابزارهای کاربردی و تولیدی، داروهای شیمیایی، فنون پزشکی، وسایل موتوری، ابداعات برقی.

فرهنگ غیرمادی:

به موضوعات و مسائلی گفته می شود که قابل اندازه گیری با موازین کمی نیست و به آسانی نمی توان آنها را مقایسه و ارزیابی نمود. مانند: معتقدات، ضوابط خویشاوندی، زبان، هنر، ادبیات و رسوم که در واقع هویت فرهنگی یک جامعه را تشکیل می دهد.

### عناصر فرهنگی:

ساخت فرهنگی معمولا از عنصر فرهنگی، ترکیب فرهنگی و حوزه فرهنگی تشکیل می گردد.

۱- عنصر فرهنگی:

نزد همه محققان یکسان نیست. مثلا در زمینه مسکن، اگر خانه را در نظر بگیریم، میتوان عناصر مادی (اتاق ها، راهرو، آشپزخانه) و عناصر غیر مادی (رفتار افراد خانه با یکدیگر، رفتار با جامعه خارج از خانه) را نام برد.

۲- ترکیب فرهنگی:

مجموعه چند عنصر که در یک موضوع مشترک، کارکردشان در یک جهت و به یک منظور باشد.

۳- حوزه فرهنگی:

با توجه به دو منطقه در یک سرزمین، ملاحظه می گردد با اینکه آن دو منطقه، فرهنگ کاملا مشابهی ندارند، مع ذلك نقاط مشترک و ترکیب های فرهنگی مشابه فراوانی بین آنها وجود دارد. هرگز این تشابه بین دو منطقه از دو سرزمین دیده نمی شود. (حوزه فرهنگی، سفال، نقش و نگار، بافندگی).

### خرده فرهنگ:

فرهنگ هر جامعه، زمینه های عمومی و مشترک با فرهنگ جوامع دیگر دارد ولی خصوصیات و پیچیدگی های خاص و سادگی های فرهنگی در هر جامعه، اختصاص به همان جامعه دارد. این خصوصیات، در (فرهنگ خاص هر جامعه) نیز برای همه اعضای آن، مفهوم و ارزش مشابه و مشترک ندارد. افراد جامعه بر حسب اینکه متعلق به کدام گروه اجتماعی و شغلی هستند و به چه طبقه ای بستگی دارند، و خود را از چه طایفه ای می دانند، و به کدام گرایش فکری و عقیدتی منصوبند، و بر حسب اینکه از نظر جنسی و سنی در چه رده ای قرار دارند، دارای نمود و ظهور و مختصات فرهنگی متفاوت اند و به آسانی می توان آنها را به اعتبار گفتار، رفتار و لباس، از یکدیگر متمایز ساخت. این تفاوت ها و ویژگی های داخلی هر فرهنگ را (خورده فرهنگ) می گویند.

به عنوان نمونه زبان را در نظر بگیرید؛ درست است که هر جامعه دارای زبانی معین است که با زبان جامعه ای دیگر فرق دارد، ولی به آسانی می توان تمییز داد که کودکان، جوانان، پیران، کارمندان دولت، کارگران، بازاریان، ساکنان جنوب شهر و شمال شهر، هر یک دارای کلمات، اصطلاحات، اشارات، ضرب المثل ها، شوخی ها، تعارفات، ادبیات و زبان مختص به خود می باشد. در مورد لباس، مسکن، خوراک و سرگرمی، به همین ترتیب در یک جامعه، بر حسب شغل و موقعیت اجتماعی و اقتصادی و سن و جنس، خورده فرهنگ ها کاملاً متمایز از یکدیگر وجود دارد. (در جامعه سنتی، تفاوت های زیادی با جامعه صنعتی دیده می شود) در جامعه صنعتی، با توسعه تکنولوژی جدید و ارتباطات مانند: سینما، رادیو، تلویزیون و تولیدات، تفاوت بیشتر شده است.

### تغییرات فرهنگی:

فرهنگ پذیری و تغییرات فرهنگی در جوامع، صورت میگیرد. جامعه شناسان، این عوامل را باعث تغییرات فرهنگی در یک جامعه میدانند:

۱- افزایش یا کاهش سریع جمعیت یک جامعه که در اثر حوادثی چون سیل، طوفان، شیوع بیماری و جنگ عارض می شود.

۲- تغییر محیط جغرافیایی و مهاجرت دسته جمعی به سرزمین های جدید. مثال: ورود اتومبیل به عنوان عنصر فرهنگی تازه را در نظر می گیریم؛ ملاحظه می گردد که این نوآوری پس از مخالفت ها و طرفداری های چندین ساله به تدریج، وسیله های نقلیه ای چون اسب، قاطر، درشکه، دلیجان و مشاغلی چون درشکه چی و نعل بند از صحنه نیازمندی های عمومی خارج گردید و به جای آن، تاسیساتی چون گاراژ، پمپ بنزین، تعمیرگاه، اداره راهنمایی و رانندگی و مشاغلی چون مکانیکی، پنچرگیری، صافکاری و رانندگی را به وجود آورد؛ همچنین کلماتی مانند ترافیک، ترمز و شوفر را رایج کرد.

### مباحث مربوط به فرهنگ:

جشن ها، حرکات متناسب با موسیقی، موسیقی و آلات موسیقی، ورزش های مذهبی، سنتی و ملی، اعتقادات و رسوم، باورهای مردم، طب عوام، بازی های محلی کودکان، قصه ها و افسانه ها، نمایش های سنتی و آئینی.

### جشن های مذهبی و ملی:

جشن عید قربان برابر با ۱۰ ذی الحجه، جشن عید مبعث برابر با ۲۷ رجب، جشن عید سعید غدیر خم برابر با ۱۸ ذی الحجه، جشن عید سعید فطر برابر با اول شوال، جشن ولادت حضرت محمد(ص) برابر با ۱۷ ربیع الاول، جشن ولادت حضرت قائم(عج) برابر با نیمه شعبان، جشن مشروطیت برابر با ۱۴ مرداد، جشن صده برابر با ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ بهمن، جشن پیروزی انقلاب برابر با ۲۲ بهمن، جشن چهارشنبه سوری برابر با چهارشنبه آخر سال، جشن عید نوروز برابر با اول فروردین، جشن سیزده به در برابر با ۱۳ فروردین.

### جشن عید قربان:

از قدیم رسم بود که حجاج، یعنی کسانی که به حج تمتع رفته بودند، در این روز یعنی دهم ذی الحجه گوسفند یا شتر یا گاو برای قربانی کردن انتخاب می کردند. به پیشانی او آینه ای کوچک می آویختند و به گردن او و گوش هایش دستمال ابریشم رنگارنگ می بستند و بعد از دعا و دادن آب، آن را ذبح می کردند و میان همسایگان و مستمندان تقسیم می کردند.

### جشن عید مبعث:

یکی از اعیاد بزرگ مسلمانان در ایران و همه کشورهای مسلمان، عید مبعث می باشد. در این روز پیامبر از سوی خداوند به پیامبری مبعوث می شود.

### جشن عید غدیر خم:

در این روز حضرت علی(ع) از سوی پیامبر به جانشینی ایشان تعیین می شود. این جشن توسط مسلمانان اهل تشیع و به ویژه سادات برگزار می شود و مردم به دیدار سادات می روند و سادات به آنها عیدی می دهند.

### جشن مشروطیت:

روز چهاردهم مرداد به مناسبت اعطای مشروطیت از سوی مظفرالدین شاه قاجار به ملت ایران.

### جشن سده:

یازدهم، دوازدهم و سیزدهم بهمن ماه، جشنی است بسیار کهن و قدیمی که در مورد مناسبت و نام آن گفته شده است. چون کیومرث را ۱۰۰ فرزند پسر و دختر بوجود آمده بود و همه رشد کرده بودند. در این شب که از غروب ۱۰ بهمن می باشد، جشن با آتش افروخته بسیار آغاز شده و تا ۳ روز ادامه دارد. آتش را بزرگ خانواده، به نیت دفع ضرر، روشن می کند. در کرمان و مناطقی از خراسان و یزد، آن را باشکوه می گیرند. زرتشتیان هم آن را مهم می دانند.

### جشن چهارشنبه سوری:

یکی از سنت های باستانی ایرانیان، برپایی جشن و سرور توام با آتش در شب چهارشنبه آخر سال با گذاردن ۳ کوزه در داخل و جلوی هر خانه آغاز می شود. این کوزه ها باید بوته باشد و بعد از روشن کردن آنها، باید از روی آن پرید و چنین خواند: زردی من از تو، سرخی تو از من؛ یعنی بیماری و ناخوشی را به دور می ریزیم و سلامتی و تندرستی تو را در خود می گیریم. بعد از سوخته شدن بوته ها، خاکستری را که از آن باقی می ماند، جمع کرده، کنار دیواری می ریزند و شخصی که خاکستر را جمع می کند، باید در خانه را بزند و از درون خانه از او پرسند کیست؟ او جواب می دهد: منم. بعد از او می پرسند: از کجا آمده ای؟ او جواب می دهد: از عروسی. سپس از او می پرسند: چه آوردی؟ او می گوید: تندرستی. از مراسم مخصوص چهارشنبه سوری، کوزه شکنی است. کوزه کهنه ای را انتخاب می کنند و در آن مقداری نمک، زغال و سکه می اندازند و هریک از اعضای خانواده، یک بار آن کوزه را دور سر خود می چرخانند و آن را از پشت بام خانه، به کوچه می افکنند و می گویند: (درد و بلای ما بره توی کوزه و بره توی کوچه). از مراسم دیگر چهارشنبه سوری که از قدیم مرسوم بوده است، تهیه آجیل چهارشنبه سوری است؛ این آجیل شور و شیرین مثل مشکل گشا است. یعنی علاوه بر مواد اصلی بو داده شده، تشکیل شده از برگ هلو، زردآلو، کشمش سبز، مویز، باسلوق، پسته، بادام، فندق، شکرپنیر و مغز گردو است. خوردن این آجیل باعث شگون و خوش یمن است. یکی دیگر از مراسم چهارشنبه سوری فالگوش است؛ کسانی که حاجتی دارند، نیت می کنند و بر سر چهار راه یا در معابر، فال گوش می ایستند و نخستین عابری که از کنار آنها میگذرد، به حرف او توجه میکنند و هرکلامی که آن عابر میزند، در استجابت مراد، به فال خوب یا بد می گیرند.

### جشن نوروز:

مردم ایران از دیرباز، از روزگاران کهن، جشن نوروز را که از روز اول فروردین شروع می شود، محترم می شمردند و مراسم و سنت های مربوط به آن را با دقت به جای می آوردند. شروع عید نوروز مساوی است با ساعات شب و روز؛ و با آواز پرندگان خوش صدا همراه است و حتی در روایت آمده است که در این روز مالیات های وصول شده را به حضور مسئول آن عرضه می داشتند و سکه نو ضرب می شده است. در روز اول عید مردم صبح زود از خواب برخاسته و به کنار نحرها و قنوات می رفتند و شستشو می کردند و شکر می خوردند یا یک مرتبه غسل می خوردند و برای حفظ بدن از ناخوشی ها و بدبختی ها، روغن به تن می مالیدند و خود را با سه قطعه موم، دود می دادند. در مراسم این جشن، پدر خانواده به هر یک از افراد خانواده بر سر سفره هفت سین سه قاشق عسل، سه عدد سکه و سه برگ سبزی می داد و به آنها سال نو را تبریک می گفت. مردم از ۲۰ روز قبل به استقبال نوروز می روند. مانند: رنگ آمیزی خانه، خانه تکانی، شست و شوی فرش ها و مبلمان ها و پرده ها، تهیه لباس و کفش برای افراد خانواده، تهیه برنج، روغن و ماهی، و تهیه لوازم هفت سین مانند: سیر، سرکه، سمنو، سماق، سیب، سنجد و سکه، و قرآن و سبزه و ماهی به آن اضافه شده است. از مراسم مخصوص عید نوروز، آمدن دسته های حاجی فیروز است.

### مراسم سیزده به در:

مراسم نوروز تا ۱۳ روز به طول می کشید و مردم روز سیزدهم را راهی صحرا و طبیعت می شدند تا خستگی خود را بیرون کنند. در قدیم، ۱۲ ستون برپا می کردند؛ روی هر کدام یک نوع گیاه مانند گندم، جو، برنج، عدس، باقلا، ارزن، ذرت، لوبیا، نخود، کنجد، ماش و گاجیزه سبزی می کردند و عقیده داشتند هر گیاهی که بالای ستون ها سبز شده است، نشان از آن دارد که در سال آینده آن محصول فراوان گردد. این گیاهان را تا ۱۳ روز نگهداری و آنگاه به جوی آب می ریختند. ناهار را بیشتر از نوع سبزی پلو و کوکو سبزی انتخاب می کردند و ناهار را دور هم می خوردند و تمام روز را به شادی می گذراندند و هر کس به نیتی، سبزه را گره می زدند و در انتهای روز با خوردن کاهو و سکنجبین آنجا را ترک و روانه منزل خود می شدند تا با روحیه ای خوب و با انرژی کافی به سر کار بروند.

### جشن مهرگان:

از جشن ها و آئین های کهن ایرانیان است که پیش از رسم نوروز و تغییر سال، در تقویم اولین روز سال و شروع آن محسوب می شد. مهر به معنی دوستی و محبت است. جشن مهرگان برابر با روز شانزدهم مهر برگزار



می شود و ترانه ها و سرودهای ویژه به نام (ترانه های ماندگار) خوانده می شد و امروزه بین زرتشتیان گرانقدر است.

### جشن تیره گان:

آرش کمانگیر، برای تعیین سرحد ایران و توران، تیری را از گرگان پرتاب کرد که نزدیک جیحون بر زمین نشست. او که تمام وجودش را برای میهنش در تیرکمان خلاصه کرده بود، این رویداد را در روز سیزدهم تیرماه انجام داد. آرش لقب (شواتیر) یافت و بین منوچهر و افراسیاب صلح برقرار شد و این روز را مردم جشن گرفتند. منوچهر شاه ایران و افراسیاب شاه توران بود.

### جشن عروسی:

مهمترین جشن در زندگی هر فرد است و لذا یکی از جشن های باشکوه و توام با سور و سرور مردم ایران و از جمله سنت های ملی به شمار می رود. این جشن ها در طوایف ایران با تشریفات خاص برگزار می شود؛ همچنین این جشن در تهران تا حدودی زیاد از سنت ها دور افتاده است و مراسمی مختصر ولی پرخرج برگزار می شود.

### شب چله:

نخستین شبی است که در آن مردم فصل پاییز را پشت سر گذاشته و قصد دارند فصل سرد زمستان را شروع کنند. نام چله (چله) از چله بزرگ گرفته شده و مدت چهل روز است. چله وقتی است که میوه های تابستان و پاییز تمام شده و معدودی از آنها باقی مانده است. شب چله بلندترین شب سال است؛ شبی که به شب یلدا معروف است. در این شب چنین رسم است که اقسام میوه و تنقلات را تهیه می کنند و به خانه می برند؛ مخصوصاً از میوه ها انار و هندوانه را می توان نام برد که این مراسم را کامل می کند. چون بعد از اینکه دور هم جمع شدند، و با صحبت بزرگ ها از جمله خاطرات، شنیدن قصه، اطیفه و گذراندن شبی خوش و دور هم بودن، با آن میوه ها مخصوصاً هندوانه و میوه های تابستانه و پاییزه وداع می کنند؛ زیرا دوره آنها به سر آمده است. رسم بر آن است اگر کسی در شب چله هویج، گلابی، انار و زیتون سبز بخورد، در تابستان آینده که پیش رو خواهد داشت، از گزند جانوران در امان خواهد بود. چهل روز بعد از چله بزرگ، چله کوچک فرا می رسد که سردترین است.

### پتلاچ:

عبارت از اینکه رئیس قبیله یا طایفه ای مقداری از ثروت و کالای خود را به رئیس قبیله ای دیگر هدیه می دهد و این اقدام علاوه بر مبادله اقتصادی، بدین منظور است که او را (رهین) منت خود ساخته و در نتیجه برتری موقعیت اجتماعی و سیاسی خود را به ثبوت برساند. بنابر سنت، جامعه طرف مقابل نیز برای دفاع از موقعیت خود و حفظ احترام، کالای بیشتری را هدیه می دهد.

### پس افتادگی (تاخر فرهنگی):

فرهنگ یک جامعه در تمامیت خود از ارزش ها، هنجارها، و نهادهای اجتماعی و سایر عناصر به هم پیوسته و منسجم تشکیل می شود. تاخر فرهنگی زمانی رخ می دهد که در اثر تحولات سریع و شتاب آلود، اختراع، نوآوری، رشد جمعیت یا پیدایی هر چیز متفاوت، سازش و تطابق اجتماعی دشوار می شود که باعث بحران در فرهنگ هم می گردد. (سنتی، مدرنیسم، صنعتی)

### گسست فرهنگی:

یعنی اشکال در نحوه انتقال تجربه ها از گذشته به حال. وقتی در جامعه ای در اثر تغییرات و دگرگونی، آن هم دگرگونی های سریع، روند استمرار فرهنگی با فراز و نشیب هایی مواجه گردد، و شریان فرهنگی در یک منطقه در اثر رویدادهایی دچار آسیب دیدگی شود، و دانستنی ها و دانش ها و نگرش های مردم منطقه صدمه ببیند، انتقال میراث فرهنگی دچار اختلال و ناهماهنگی می گردد و (گسست فرهنگی) پدید می آید.

### باستان شناسی:

متاسفانه در آغاز فعالیت، وسیله و هدف را در هم آمیخت و در اذهان چنین جا گرفت که باستان شناسی یعنی بیرون آوردن ابزار و اشیاء قدیمی و احیاناً قیمتی از دل خاک و قرار دادن آنها در موزه ها، انبارها یا مجموعه های خصوصی؛ در صورتی که رسالت واقعی باستان شناسیو تحقیقات و کاوش های آن، به دست آوردن آثار، نشانه ها و دلایلی از زندگی نیاکان و اقوام گذشته، به منظور تحویل و تفسیر علمی آن می باشد. در تعریف باستان شناسی می توان گفت: (مطالعه تمدن و فرهنگ های پیش از تاریخ، به کمک و راهنمایی آثار و اشیاء مکشوفه مربوط به آن زمان).

### فرهنگ پذیری:

یک جامعه می تواند تکنولوژی، وسایل و ابزار تولیدی و کاربردی مورد نیاز خود را که از طریق اکتشاف، اختراع و اقتباس به دست می آید و در شمار فرهنگ مادی است، از جوامعی که از این جهات پیشرفته

ترند، بگیرد. مثل داروهای شیمیایی، تکنیک های پزشکی، وسایل موتوری، سیستم های تولیدی و نظریه های علمی؛ ولی گرفتن جنبه های غیرمادی فرهنگ، چون نظام خویشاوندی، آداب و رسوم، ارزش های اخلاقی و دینی، زبان و هنر و ادبیات که در واقع هویت فرهنگی یک جامعه را تشکیل می دهد، به عاریت گرفتند. هویت دیگران و از دست دادن هویت خود ضایعه است که قومیت یک گروه را تهدید می کند و ریشه های تاریخی و اسطوره ای و اجتماعی را متزلزل می سازد. (فرهنگ غیرمادی: باورها، اعتقادات، رسوم و سنن)

### اشائه فرهنگ:

جوامع بشری، از اولین قدم ها با رفت و آمد، داد و ستد، و ایجاد ارتباط با یکدیگر تداوم و تکامل خود را تضمین کردند؛ این رابطه ها امکان اقتباس و گرفتن اختراعات و کمبودهای یک گروه را در زمینه های تکنیکی، فرهنگی از گروه های هم جوار فراهم کرده است. اشائه ابزار و ادوات تکنولوژی، کشاورزی، دامپروری، مسکن و لباس و خوراک و زبان، در بین جوامعی که خصوصیات جغرافیایی مشابه دارند، یک (منطقه فرهنگی) به وجود آورده است؛ بنابراین در جوامع سنتی، هر منطقه فرهنگی از اقوامی که دارای فضای مادی و غیرمادی و تکنیکی مشترک هستند، تشکیل می شود.

(ویژگی های تقسیمات یک منطقه فرهنگی: ۱- منطقه جغرافیایی ۲- خوراک، پوشاک، مسکن ۳-

زبان ۴- استفاده از ابزار و تکنیک ها)

### مانا:

قدیمی ترین و ساده ترین نوع اعتقادی که درباره قوای (نامرئی) توجه مردم را به خود جلب کرده، اعتقاد به (مانا) است که از قبایل پلی نزی در گینه نو و فیجی گرفته شده است. آنها اعتقاد داشتند که اشیاء دارای نیروی نامرئی هستند و برای کار نیک و گاه برای کار بد، اعمال قدرت می کنند. مثلاً وقتی یک شکارچی برای شکار می رفت و دست خالی باز می گشت، می گفتند (مانای تیرها)، با او سر لطف نبوده اند؛ و برعکس اگر دست پر باز می گشت، آن را به لطف مانای تیرها می دانستند.

### توتم:

اصطلاح توتم از قبایل سرخ پوستان آمریکا گرفته شده است. توتم عبارت است از یک حیوان (عقاب یا روباه)، یک شیء یا یک درخت که افراد، اصل و منشا خود را از آن می دانند و اشیاء را از چوب یا سنگ می سازند. این توتم، مقدس و حافظ اهل قبیله است و در گرفتاری به آن متوصل می شوند. تصویرش علامت

مشخصه گروه است که علاوه بر مشخص کردن موقعیت جغرافیایی و اقتصادی، جنبه اعتقادی معتبری نزد آنها دارد. (تحریم ازدواج بین افراد وابسته به یک توتم؛ یعنی افرادی که به یک توتم معتقدند، حق ازدواج با یکدیگر را ندارند.)

### تابو:

در ادبیات مردم شناسی، روان شناسی رواج یافته است؛ این اصطلاح از زبان های قبایل پلی نزی است و به معنی ممنوع و حرام با مفهوم دینی آن به کار می رود. یعنی باید از آن پرهیز کرد و عملی که انجام آن باعث مجازات از جانب قوای نامرئی می شود.

### جادو:

معمولا مورخین وابسته به کشور فاتح، دین کشور مغلوب را جادوگری می دانستند و هر گونه اعتقاد و آداب و رسوم را که با اعتقاداتشان مغایرت داشت، عجیب و سحرآمیز می نامیدند. جادوگران کم کم مدعی می شدند که ارواح و اجنه پلید، به فرمان آنان هستند و اگر اراده کنند، آنها را به راحتی برای ایجاد محبت بین طرفین برای ازدواج، کارگشایی و یا از بین بردن محبت، از آنها استفاده می کنند.