

جامعه‌شناسی فرهنگی (۳ واحد نظری)

جامعه‌شناسی یکی از شاخه‌های علوم اجتماعی است که بر بررسی جامعه، رفتار اجتماعی انسان، الگوهای مناسبات اجتماعی، رابطه اجتماعی و جنبه‌هایی از فرهنگ مرتبط با زندگی روزمره تمرکز دارد.

از دیدگاه برگر جامعه‌شناسی: شناخت گروه‌هایی از مردم است که از نظر تاریخی در وضعی قرار گرفته‌اند که آن را کاملاً انتخاب نکرده‌اند (از این رو تا حدودی با این وضع درگیر هستند) و مبادرت به تولید، بازتولید و تغییر مفاهیم نمادینی می‌کنند که در آیین‌های زندگی آنان مطرح است. که در این شرایط پاره فرهنگ‌هایی شکل می‌گیرند که ممکن است با فرهنگ مسلط مشکل پیدا کنند.

موضوعات اولیه جامعه‌شناسی عبارتند از: قشربندی اجتماعی، طبقه اجتماعی، تحرک اجتماعی، جامعه‌شناسی

دین، سکولارسازی، جامعه‌شناسی حقوق، جنس، جنسیت و انحرافات. از آنجایی که همه حوزه‌های فعالیت

انسانی تحت تأثیر تعامل متقابل ساختار اجتماعی با عاملیت فردی است، جامعه‌شناسی به تدریج تمرکز خود را

به موضوع و نهادهای دیگر، مانند جامعه‌شناسی سلامت و بیماری، جامعه‌شناسی اقتصادی؛ جامعه‌شناسی

نظامی؛ جامعه‌شناسی مجازات و جامعه‌شناسی اینترنت؛ جامعه‌شناسی آموزش و پرورش؛ سرمایه اجتماعی؛ و

نقش فعالیت اجتماعی در توسعه جامعه‌شناسی معرفت گسترش داده‌است.

### جامعه‌پذیری

جامعه‌پذیری یا اجتماعی شدن معادل (Socialization)، از نظر لغوی به معنای انطباق با جامعه و آشناسازی با

جامعه است. در جامعه‌شناسی این مفهوم به فرایندی اطلاق می‌شود که به موجب آن افراد ویژگی‌هایی را که

شایسته عضویت آن‌ها در جامعه است را کسب می‌کنند. به عبارت دیگر جامعه‌پذیری نوعی فرایند کنش متقابل

اجتماعی است که در خلال آن فرد هنجارها، ارزش‌ها و دیگر عناصر اجتماعی، فرهنگی و سیاسی موجود در

گروه یا محیط پیرامون خود را فرا گرفته، درونی کرده و آن را با شخصیت خود یگانه می‌سازد. از ابعاد مهم جامعه‌پذیری که مورد نظر دولت‌هاست جامعه‌پذیری سیاسی است. جامعه‌پذیری سیاسی روندی آموزشی است که به انتقال هنجارها و رفتارهای پذیرفتنی نظام سیاسی مستقر، از نسلی به نسل دیگر کمک می‌کند و هدف از آن تربیت یا پرورش افراد به‌صورتی است که اعضای کارآمد جامعه سیاسی باشند.

### مراحل جامعه‌پذیری

جامعه‌پذیری در دو مرحله کلی صورت می‌پذیرد:

الف) جامعه‌پذیری نخستین (Primary Socialization)؛ فرایندی است که میان فرد و گروهی که با وی در تماس نزدیک و صمیمی هستند صورت می‌گیرد و غالباً در سال‌های اولیه زندگی، رخ می‌دهد. عوامل اصلی این مرحله خانواده و گروه همسالان هستند.

ب) جامعه‌پذیری ثانوی یا مجدد (Secondary Socialization)؛ این فرایند در وضعیت‌های رسمی‌تر روی می‌دهد ولی هیچ‌یک از این وضعیت‌ها شخصی نیست. در این مرحله عوامل جامعه‌پذیری بخشی از مسولیت‌های خانواده را به‌عهده می‌گیرند. عوامل اصلی در این مرحله مدرسه و رسانه‌های ارتباط جمعی هستند.

### عوامل و کارگزاران جامعه‌پذیری

عوامل جامعه‌پذیری گروه‌ها یا زمینه‌های اجتماعی می‌باشند که فرایندهای مهم جامعه‌پذیری در آنها به وقوع می‌پیوندد. مهم‌ترین این عوامل عبارت‌اند از:

۱. خانواده؛ خانواده مسئولیت جامعه‌پذیری کودکان را در سال‌های اولیه و حیاتی زندگی به‌عهده دارد.

ارزش‌هایی که فرد می‌پذیرد و نقش‌های گوناگونی که از او انتظار می‌رود انجامشان دهد، نخست در

چارچوب محیط خانواده آموخته می‌شود.

۲. گروه همسالان (Peer Group)؛ گروه همسالان بیشترین نفوذش را در دوره نوجوانی اعمال می‌کند.

در این دوره مورد پسند دیگران قرار گرفتن، معرف اصلی نوجوانان می‌شود و پذیرش و نمایش ارزش‌های گروه همسالان در پذیرش ارزش‌های اجتماعی از سوی فرد، نقشی تعیین‌کننده دارد. عضویت در گروه همسالان، کودکان را برای نخستین‌بار در زمینه‌ای قرار می‌دهد که بیشترین قسمت جامعه‌پذیری بدون هیچ‌گونه طرح سنجیده‌ای در آن اتفاق می‌افتد.

۳. رسانه‌های ارتباط جمعی؛ رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون، فیلم، کتاب و ... نقش بسیار مهمی در القای ارزش‌های جامعه به افراد دارند. نگرش‌ها و الگوهای رفتاری ما از اطلاعات داده شده و شیوه‌های آرایه شده توسط این رسانه‌ها تاثیر می‌پذیرد.

۴. مدرسه؛ مدرسه عاملی است که به‌طور رسمی توسط جامعه موظف به اجتماعی کردن نوجوانان در زمینه مهارت‌ها و ارزش‌های خاصی گردیده است.

عناصر اساسی جامعه‌پذیری

جامعه‌پذیری افراد مستلزم سه عنصر اساسی است:

الف) کنش متقابل انسانی؛ فرد تنها در جریان کنش متقابل با دیگر انسان‌ها الگوهای رفتاری را یاد گرفته و درونی می‌کند.

ب) زبان؛ زبان به انسان‌ها اجازه می‌دهد که فرهنگ را بیافرینند، تجربه‌ها را انباشته کنند و شیوه‌های رفتاری‌شان را از نسلی به نسل دیگر انتقال دهند.

ج) تجربه‌پذیری عاطفی؛ یادگیری شیوه ابراز احساسات و روابط عاطفی عنصری لازم برای یادگیری و انتقال ارزش‌های فرهنگی است.

کارکردهای جامعه‌پذیری

کارکردهای اصلی جامعه‌پذیری عبارت‌اند از:

۱. زمینه انتقال فرهنگ جامعه، از یک نسل به نسل بعد فراهم می‌شود و بدین شکل بقای جامعه و استمرار آن تضمین می‌گردد.

۲. با توسعه توانایی‌های شناختی (درک کردن، به‌خاطر سپردن، استدلال کردن، محاسبه کردن، باور داشتن و ...) و استعداد‌های عاطفی (عشق، تنفر، همدردی، اعتماد و حسد) شخصیت فرد شکل می‌گیرد و کمال می‌یابد.

۳. رسوم، عادات و آرزوهای افراد شکل می‌یابد.

۴. فرد با شیوه‌های پذیرفته شده زندگی اجتماعی آشنایی پیدا می‌کند و می‌آموزد که نیازهای خویش را به شیوه‌های قابل قبول جامعه برآورد.

۵. ارزش‌ها و باورهای اساسی جامعه را در ذهن متمرکز و آن‌ها را درونی می‌کند.

۶. مهارت‌هایی را که برای زندگی در جامعه ضروری است، کسب می‌کند.

۷. با دیگران به‌گونه موثری ارتباط برقرار می‌کند و نقش‌های اجتماعی، نگرش‌ها، انتظارات و گرایش‌های وابسته به آن و همچنین هنجارها، ارزش‌ها، زبان‌ها، عقاید و الگوهای فکری و عملی را فرا می‌گیرد.

جامعه‌پذیری نارسا

ممکن است در روند جامعه‌پذیری نارسایی‌هایی پدید آید. از جمله آنکه ممکن است جامعه‌پذیری به‌شکلی تام و

تمام در خصوص یک فرد صورت نپذیرد، فرد نتواند همه آنچه را که به او منتقل می‌شود فرا بگیرد یا آن را

درونی کند و یا به عمد از معیارهای جامعه پیروی نکند. بنابراین تصور تحقق کامل جامعه‌پذیری، حتی اگر همه

عوامل جامعه‌پذیری کامل عمل کنند آشکارا نادرست است، زیرا اندیشمندان رشته‌های متفاوت علوم اجتماعی به‌وجود نارسایی‌های گسترده و عمیق در بسترهای گوناگون اعمال فرایند جامعه‌پذیری در جوامع مختلف اذعان دارند و اعتراف می‌کنند که وجود این نارسایی‌ها، زمینه‌ساز جدی پیدایش کجروی در جامعه است.

### جامعه‌پذیری و کنترل اجتماعی (Social Control)

جامعه‌پذیری و کنترل اجتماعی هر دو از وسایل تحقق نظم اجتماعی و مکمل یکدیگر هستند. در جامعه‌پذیری معیارهای جامعه به افراد آموزش داده می‌شود و سپس جامعه از طریق کنترل اجتماعی نظارت دائمی بر رفتار افراد برقرار می‌کند که مطابق با معیارهای جامعه رفتار نمایند. کنترل اجتماعی مربوط است به تنظیم رفتار افراد بالغی که مرحله جامعه‌پذیری را گذرانده‌اند ولی هنوز هم گرایش به عدول از تطابق با ملاک‌های هنجاری جامعه دارند.

### کنش اجتماعی و ساختار اجتماعی

کنش به عنوان ابتدایی‌ترین عنصر مشترک زندگی اجتماعی بشری دربرگیرنده یک مجموعه رفتارهای است که انسان‌ها برای رسیدن به اهداف معین نسبت به یکدیگر انجام می‌دهند؛ از این رو به عمل جهت‌گیری شده به سوی شخص دیگر اصطلاحاً کنش اجتماعی گفته می‌شود.

جامعه‌شناسی ... علمی است که هدف آن تفسیر معنای کنش اجتماعی است و از این طریق توضیحی علی از نحوه انجام کنش و آثاری ارائه می‌دهد که ایجاد می‌کند. منظور از «کنش» در این تعریف، رفتار انسانی است زمانی که و به میزانی که فاعل یا عوامل آن را معنادار ذهنی بدانند... معنایی که به آن اشاره می‌کنیم ممکن است: الف) معنای واقعی مورد نظر یک عامل فردی در یک موقعیت تاریخی خاص یا توسط تعدادی از عوامل به‌طور میانگین تقریبی در مجموعه‌ای از موارد یا ب) معنای منسوب به عامل یا عوامل، به عنوان انواع، در نوع

خالص که به صورت انتزاعی ساخته شده است. در هیچ یک از این دو مورد، با معیارهای متافیزیکی، نباید «معنا» را به نحوی عینی «درست» یا «صحیح» تصور کرد. این تفاوت بین علوم تجربی عمل مانند جامعه‌شناسی و تاریخ و هر نوع رشته پیشینی مانند فقه، منطق، اخلاق یا زیبایی‌شناسی است که هدف آنها استخراج معنای «صحیح» یا «معتبر» از موضوع آنهاست.

انواع کنش:

۱. کنش عقلانی) همچنین به عنوان کنش‌های ارزشی-عقلانی، غیرعقلانه شناخته می‌شود: کنش‌هایی که به این دلیل انجام می‌شوند که به یک هدف ارزشمند منتهی می‌شوند ولی بدون فکر کردن به پیامدهای آن و اغلب بدون در نظر گرفتن مناسب بودن ابزار انتخاب شده برای دستیابی به آن («هدف وسیله را توجیه می‌کند.») کنش اجتماعی ارزشی عقلانی یا عقلانی ابزاری به دو گروه ملاحظات عقلانی و جهت‌گیری عقلانی تقسیم می‌شود. ملاحظات منطقی زمانی است که نتایج ثانویه به‌طور منطقی در نظر گرفته شوند. هنگامی که پیامدهای ثانویه پایان یافته‌است، این ابزار جایگزین نیز در نظر گرفته می‌شود. تعیین این وسیله عمل بسیار سخت و حتی ناسازگار است. جهت‌گیری عقلانی توانایی شناخت و درک رسانه‌های خاص در شرایط معمول است. به عقیده وبر، بازیگران و گروه‌های ناهمگونی که در حال رقابت هستند، به سختی می‌توانند روی یک رسانه خاص قرار بگیرند و کنش اجتماعی مشترک را درک کنند.

۲. کنش ابزاری) همچنین به عنوان رابطه ارزشی، از نظر ابزاری عقلانی، هدف-ابزاری، عمدی نیز شناخته می‌شود: کنش‌هایی که پس از ارزیابی هدف در ارتباط با سایر اهداف و پس از بررسی کامل وسایل (و پیامدهای) مختلف برای دستیابی به آن برنامه‌ریزی و انجام می‌شود. یک مثال می‌تواند دانش آموز دبیرستانی باشد که برای زندگی به عنوان وکیل آماده می‌شود. دانش‌آموز می‌داند که برای ورود به دانشگاه، باید آزمون‌های مناسب را بدهد و فرم‌های مناسب را برای ورود به دانشگاه پر کند و سپس در کالج خوب عمل کند تا بتواند وارد دانشکده حقوق شود و در نهایت به هدف خود یعنی وکیل شدن

دست یابد. اگر دانش آموز تصمیم بگیرد که در کالج خوب عمل نکند، می‌داند که ورود به دانشکده حقوق و در نهایت رسیدن به هدف وکیل بودن دشوار خواهد بود؛ بنابراین دانش آموز باید گام‌های مناسب را برای رسیدن به هدف نهایی بردارد.

### ساختار اجتماعی : Social structure

در علوم اجتماعی، الگویی است که تعیین‌کننده اقدامات و تصورات افراد جامعه می‌باشد. در مقیاس کلان، ساختار اجتماعی نظام طبقه‌بندی اقتصادی، نهادهای اجتماعی یا دیگر روابط الگویی میان گروه‌های بزرگ اجتماعی بشمار می‌آید و در مقیاس خرد، ساختار اجتماعی، شبکه روابط میان افراد یا سازمان‌ها محسوب می‌شود. ساختار اجتماعی به روابط و مناسبات پایداری اطلاق می‌شود که میان افراد یا گروه‌های اجتماعی یک جامعه، تحت مجموعه مشترکی از ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی، برقرار باشد. ساختار اجتماعی مجموعه‌ای از روابط و پیوندهایی است که میان افراد، گروه‌ها و طبقات مختلف یک جامعه برقرار می‌باشد و رفتارهای اجتماعی یا فرهنگی در آن جامعه بر پایه این روابط تنظیم می‌شود.

ساختار اجتماعی مجموعه‌ای سازمان یافته از نهادهای اجتماعی و الگوهای روابط نهادینه شده است که با یکدیگر جامعه را تشکیل می‌دهند. ساختار اجتماعی هر دو محصول تعامل اجتماعی است و به طور مستقیم آن را تعیین می‌کند. ساختارهای اجتماعی بلافاصله برای ناظر بی نظیر قابل مشاهده است، اما همیشه در آن حضور دارند و تمام ابعاد تجربه بشر در جامعه را تحت تاثیر قرار می‌دهند.

مفید است که در مورد ساختار اجتماعی به عنوان عامل در سه سطح در یک جامعه خاص فکر کنید: مقیاس بزرگ، مزو و میکرو.

ساختار اجتماعی: سطح بالا جامعه

هنگامی که جامعه‌شناسان از اصطلاح "ساختار اجتماعی" استفاده می‌کنند، معمولاً به نیروهای اجتماعی کلان شامل نهادهای اجتماعی و الگوهای روابط نهادی اشاره می‌کنند. موسسات اجتماعی مهم شناخته شده توسط جامعه‌شناسان عبارتند از خانواده، دین، آموزش، رسانه، قانون، سیاست، و اقتصاد. ما اینها را به عنوان مؤسسات متمایز که همبستگی و وابستگی متقابل دارند و با یکدیگر همکاری می‌کنیم ساختار کلی جامعه را تشکیل می‌دهند.

این نهادها، روابط اجتماعی ما را با دیگران سازماندهی می‌کنند و در صورت مشاهده در مقیاس وسیع، الگوهای روابط اجتماعی را ایجاد می‌کنند. به عنوان مثال، نهاد خانواده، مردم را به روابط اجتماعی و نقشهای متمایز اجتماعی شامل مادر، پدر، پسر، دختر، شوهر، همسر و غیره سازماندهی می‌کند و معمولاً سلسله مراتبی برای این روابط است که منجر به اختلاف قدرت می‌شود.

همین امر برای دین، آموزش، قانون و سیاست نیز صادق است.

این واقعیت‌های اجتماعی ممکن است در مؤسسات رسانه‌ها و اقتصاد کمتر نمایان باشد، اما آنها هم در آنجا حضور دارند. درون این سازمان‌ها و افرادی هستند که قدرت بیشتری نسبت به دیگران دارند تا تعیین کنند چه اتفاقی درون آنها رخ می‌دهد و به همین ترتیب قدرت بیشتری در جامعه دارند.

آنچه این افراد و سازمان‌های آنها به عنوان نیروهای ساختاری در زندگی همه ما عمل می‌کنند.

سازماندهی و بهره‌برداری از این نهادهای اجتماعی در یک جامعه خاص، منجر به جنبه‌های دیگر ساختار اجتماعی، از جمله طبقه‌بندی اجتماعی و اقتصادی می‌شود که نه تنها محصول یک نظام طبقاتی است، بلکه توسط نژادپرستی و جنس‌گرایی سیستمیک و همچنین دیگر اشکال تعصب و تبعیض.

ساختار اجتماعی ایالات متحده منجر به یک جامعه شدید طبقه‌بندی شده که در آن تعداد اندکی از مردم ثروت و قدرت را کنترل می‌کنند - و آنها تمایل دارند سفید و مرد باشند - در حالی که اکثریت از آنها بسیار کم است.



با توجه به این که نژادپرستی در نهادهای اجتماعی اصلی نظیر آموزش و پرورش، قانون و سیاست تعبیه شده است، ساختار اجتماعی ما نیز به یک جامعه نژادپرستانه سیستمیک منجر می شود. همین موضوع را می توان برای مسئله تعصب جنسیتی و جنسیت بیان کرد.

ساختار اجتماعی: سطح متوسط جامعه (شبکه های اجتماعی)

جامعه شناسان، ساختار اجتماعی موجود در سطح متوسط، بین بالا و پایین را می بینند، در شبکه های اجتماعی که توسط نهادهای اجتماعی و روابط اجتماعی نهادی که در بالا شرح داده شده است، سازمان یافته است. برای مثال، نژادپرستی سیستمیک باعث جداسازی در جامعه آمریکا می شود، که در نتیجه برخی از شبکه های همگن نژادی را ایجاد می کند.

اکثر مردم سفیدپوست در ایالات متحده امروز شبکه های اجتماعی کاملاً سفید دارند.

شبکه های اجتماعی ما نیز یک تظاهرات طبقه بندی اجتماعی هستند، بدین ترتیب روابط اجتماعی بین مردم بوسیله تفاوت های طبقاتی، تفاوت در میزان تحصیلات و تفاوت در سطوح ثروت شکل می گیرد. به نوبه خود، شبکه های اجتماعی با شکل دادن به انواع فرصت هایی که ممکن است یا ممکن است برای ما در دسترس نباشند و با تقویت هنجارهای رفتاری و تعاملی خاصی که برای تعیین دوره و نتایج زندگی ما کار می کنند، عمل کنند.

### ساختار اجتماعی: سطح پایین جامعه (تعاملات اجتماعی)

ساختار اجتماعی در سطوح میکروتیک در تعاملات روزمره ما با یکدیگر در قالب هنجارها و آداب و رسوم ظاهر می شود. ما می توانیم آن را در روشی که روابط نهادینه شده الگوها شکل می گیریم، روابط متقابل ما را در نهادهای خاصی نظیر خانواده و آموزش و پرورش شکل دهیم، و آن را در قالب ایده هایی که در مورد نژاد،

جنسیت و جنسیت به وجود آمده اند شکل می دهد. آنچه که ما از دیگران انتظار داریم، چطور انتظار می رود دیده شده توسط آنها، و چگونه ما با یکدیگر همکاری می کنیم.

کنش اجتماعی، خشت و بنای جامعه است و تمامی پدیده های اجتماعی و خرد و کلان از جمله ساختار اجتماعی با کنش های اجتماعی افراد پدید می آیند. ساختارهای اجتماعی هر چه قدر جا افتاده باشند با کنش های افراد به وجود آمده اند

### گروه اجتماعی:

در جامعه، گروه های مختلفی را می توان شناسایی نمود. به نخستین نوع گروه به هرگونه گروهی و جمع شدن معمولی و تصادفی افراد، اصطلاحاً «تجمع» اطلاق می شود. مانند مسافران یک اتوبوس و تماشاگران یک بازی ورزشی. گروه دوم به تعدادی از افراد اطلاق می شود که دارای برخی ویژگی های مشترک باشند و اصطلاحاً به عنوان رده نامگذاری می شوند. مانند گروه مردمی، قومی، نژادی، شغلی و جنسی. نوع سوم گروه به تعدادی از افراد گفته می شود که در الگوی کنش متقابل به طور منظم و مستمر سهیم هستند.

به عبارت دیگر، پس از آنکه بین افراد تعامل اجتماعی شکل گرفت آن ها سعی کرده تا موارد مشترک را یافته و تقویت نمایند با توجه به اشتراکات موجود رفته رفته این مجموعه از افراد تشکیل یک مجموعه واحد را داده که از آن تعبیر به «ما» می شود در صورتی که مای تشکیل شده سطحی و زودگذر باشد رابطه بین افراد به سرعت از بین می رود یعنی نوع اول از گروه (تجمع) اما اگر میزان شباهت ها به درجه ای باشد که موجبات تحکیم روابط افراد را فراهم سازد مای تشکیل شده عمیق می گردد و تعامل افراد با یکدیگر تداوم و استمرار می یابد و در این صورت به این تجمع افراد اصطلاحاً گروه اجتماعی گفته می شود؛ بنابراین، گروه اجتماعی به معنای تجمع مجموعه ای از افراد است که دارای تعامل نسبتاً مستمر و پایدار بوده و نسبت به یکدیگر دارای احساس پیوند باشند؛ از این رو، کنش متقابل پایدار، احساسات و عواطف مشترک، دارا بودن هدف یا اهداف مشابه و مشترک

از جمله مهم‌ترین گروه‌های اجتماعی، گروه نخستین و گروه دومین است. برای شناخت این دو گروه، لازم است که دو مفهوم "گمنشافت و گزلفافت" را که توسط جامعه‌شناس آلمانی تونیس مطرح شده‌است، تعریف کرد تا میان دو نوع روابط اجتماعی، تفکیک ایجاد شود.

روابط گماین شافت با پیوندهای نزدیک عاطفی صمیمانه حس متقابل مشخص می‌شود؛ اما در روابط گزل شافت، تأکید بر روابط رسمی مبتنی بر رقابت و نفع شخصی، استوار می‌باشد. بهترین نمونه روابط گماین شافت را می‌توان در میان اعضای یک خانواده یافت که معمولاً روابط صمیمانه داشته و در کنش‌های متقابل با یکدیگر به همکاری می‌پردازند. نمونه‌های دیگری از این روابط را می‌توان در بین گروه‌های هم‌بازی و باشگاه‌های کوچک جستجو کرد. روابط گزل شافت در میان اعضای یک مؤسسه نهاد و سازمان اداری، نظامی... وجود دارد. از این رو، گفته شده‌است که روابط گروه نخستین را می‌توان همانند روابط گماین شافت و روابط گروه ثانویه یا دومین را همانند روابط گزل شافت در نظر گرفت. از این روی، ویژگی‌های بنیادین گروه نخستین عبارت است از تماس مستقیم روابط صمیمانه و رو در رو و چهره به چهره و پیوندهای عاطفی نیرومند و به تعبیر دیگر، به گروهی از افراد که با یکدیگر، رابطه نزدیک صمیمی شخصی و غیررسمی دارند، گروه نخستین را تشکیل می‌دهند. برخی از ویژگی‌های گروه دومین، عبارت است از روابط غیرشخصی، رسمی، عدم تعلق خاطر به گروه، پیوندهای عاطفی اندک، گردهم آمدن اعضای گروه برای انجام یک وظیفه شغلی معین؛ به همین دلیل می‌توان گفت که گروه از افرادی که یکدیگر را از نزدیک کمتر می‌شناسند و عمدتاً روابط غیر صمیمی و رسمی دارند، تشکیل یک گروه دومین را می‌دهند، و این گروه، معمولاً گروه‌های کاری و شغلی می‌باشند.

**قشر بندی اجتماعی: Social stratification :**

اصطلاحی در دانش جامعه‌شناسی است که برای توصیف نابرابری‌های اجتماعی به کار می‌رود. قشربندی اجتماعی نابرابری‌های ساختارمند میان گروه‌بندی‌های مختلف مردم بر اساس مزایای اجتماعی چون قدرت، ثروت و دانش است. سلسله مراتب پایگاه اجتماعی، نظام قشربندی را تشکیل می‌دهد.

قشر بندی اجتماعی عبارت است از هر گونه عدم تساوی مشخص که میان گروه‌هایی از انسان‌ها برقرار باشد و ناشی از نتایج غیر ارادی فرایندها و روابط اجتماعی می‌باشد.

قشربندی معرف نابرابری میان انسان‌هاست که در نتیجه توزیع نابرابر پاداش‌ها، منابع و امتیازها در جامعه به وجود می‌آید. "دیویس" قشربندی را این‌گونه تعریف می‌کند:

نظامی از سیستم‌ها که درجات متفاوتی از حیثیت را با خود یدک می‌کشند. استعداد، خویشاوندی، سمت‌ها و ... از جمله عواملی هستند که منجر به قشربندی می‌شوند. پایگاه اجتماعی عضوهای جامعه سبب می‌شود که عضوهای جامعه در قشرهایی گرد هم آیند و قشربندی اجتماعی صورت گیرد.

تقسیم جامعه به سطوح مختلف بر اساس پایگاه اجتماعی است. منظور از پایگاه اجتماعی، ارزشی است که جامعه برای یک نقش اجتماعی قائل است؛ مثل آبرو و وجاهت اجتماعی برای نقش استادی. مردم یک جامعه بر اساس توانایی‌های جسمی، معنوی، قدرت اقتصادی و سیاسی و غیره از یک دیگر جدا شده و تبدیل به اقشاری می‌شوند که در یک یا چند صفت مشترک هستند. افراد بر اساس قشربندی‌های اجتماعی از پایگاه‌های اجتماعی متفاوتی برخوردار هستند.

اولین نظریه قشربندی، نظریه اجتماعی مارکس است. در این نظریه مطالعه قشربندی جامعه در راستای قدرت و حیثیت بوده است. مطالعه قشربندی از راه مشخص کردن گروه‌های اجتماعی نیز میسر بوده است، گروه‌هایی که اعضای آنها از فرصت‌های مشترک زندگی، شیوه‌های مشترک زیست، نگرش‌ها و ایدئولوژی‌های مشترک درباره جامعه و خود و آگاهی به موقعیت طبقاتی و احساس از خصوصیت بنیانی نسبت به سایر گروه‌ها، برخوردارند.

متفکران کارکردگرای جامعه شناسی نیز نظام قشربندی را به این صورت تبیین می کنند:

۱. قشربندی اجتماعی برای تمام نظام‌های اجتماعی شناخته شده است.

۲. قشربندی اجتماعی تنها بر اساس تعارض و کشمکش، آن گونه که مارکس می گوید، نیست؛ بلکه بر اساس وفاق اجتماعی نیز مطرح می شود.

۳. در هیچ جامعه‌ای رده‌بندی بر پایه یک معیار صورت پذیر نیست. خویشاوندی، ثروت و قدرت، معیارهایی هستند که بر اساس آنها قشربندی صورت می گیرد.

"دیویس" (K.davis) و "مور" (we.moore) نیز معتقدند که نابرابری ضرورتی اجتناب ناپذیر در جوامع است. آنانی که توان کار بیشتر و استعداد بالاتری دارند، باید از امتیازات بیشتری برخوردار باشند.

"مرتون" نیز قشربندی را این گونه تعریف می کند: قشر بندی اجتماعی عبارت است از تقسیم مردم یک جامعه به دو یا چند لایه که هر لایه تا حدودی دارای مرتبه همانندی هستند و هر قشر با سطح معین از قدرت، ثروت و منزلت اجتماعی از دیگران متمایز می شود. قشربندی اجتماعی در حقیقت شیوه‌ای برای رتبه‌بندی انسان‌ها و الگوی پذیرفته شده‌ای است که هر یک از اعضای جامعه پایگاهی را در ساختار جامعه پدید می آورند. بنابراین نابرابری‌های سازمان یافته بین گروه‌ها در جامعه به لحاظ دسترسی به پاداش‌های مادی یا نمادین پدید می آید.

### خاستگاه تئوری قشربندی اجتماعی

ایده قشربندی اجتماعی ریشه در کتاب مقدس (انجیل و تورات)، تفکر اجتماعی یونانیان و متون اصیل اجتماعی و مذهبی هندی‌ها و چینی‌ها دارد. این ایده در شکل نسبتاً ساده و ابتدایی ادامه یافت تا به نظریه مارکس رسید.

نظریه مارکس بر اهمیت اساسی موقعیت فردی و گروهی در ساختار اقتصادی به عنوان یک ضابط قشربندی تاکید می کند. مارکس قشرها را بر اساس مالکیت ابزار تولید به دو قشر اصلی مالکان وسایل تولید و کارگران

تقسیم کرده بود. محققین جدید جامعه‌شناسی قشریندی اجتماعی، نشان داده‌اند که نه تنها چهره جامعه به طور ساختاری تمایز پذیرتر از آن چه است که مارکس نشان داد؛ بلکه رفتار واقعی انسان‌ها نیز بدون درک توصیفات بیشتر تمایز آنها امکان‌پذیر نیست.

### جامعه‌شناسی فرهنگی

جامعه‌شناسی فرهنگی به تجزیه و تحلیل نظام‌مند فرهنگ می‌پردازد و فرهنگ عبارت از مجموعه کدهای نمادی است که توسط اعضای جامعه بکار برده شده و نتیجتاً در جامعه بروز و ظهور می‌یابد. کارکرد جامعه‌شناسی فرهنگ از دیدگاه بارنز و بکر در کتاب تاریخ اندیشه اجتماعی: می‌گویند کارکرد جامعه‌شناسی فرهنگ عبارت است از تعیین آهنگ حرکات فرهنگ و تحلیل عناصر تکرارپذیر و تکرارناپذیر تجلیات فرهنگی و فهم ارتباط آن تجلیات باسیر جامعه و تمدن. و آنها یادآور می‌شوند که فقط آندسته از مظاهر فرهنگی که نمودارالگوهای کلی فرهنگ در یک جامعه هستند می‌توانند توسط جامعه‌شناس برای شناخت همبستگی فرهنگ و جامعه استفاده شوند.

### فرهنگ پذیری

فرهنگ پذیری را می‌توان فرآیند تحول فرهنگی تعریف کرد که در جریان آن، تماس کم و بیش پیوسته ای میان دو یا چند گروه فرهنگی متمایز به این نتیجه می‌انجامد که یک گروه عناصری را از فرهنگ گروه یا گروه‌های دیگر می‌گیرد، یا ترکیب تازه ای از آن پدید می‌آورد و یا آن را به طور کی نفی میکند. فرهنگ پذیری

هنگامی مطرح می شود که با نتایج تماس یا برهم کنش دست کم دو گروه فرهنگی متمایز روبرو باشیم. فرهنگ پذیری اساساً به یک بستر زمانی نیاز دارد که فرآیند تغییر با آن آغاز می شود.

## بازتولید فرهنگی

انتقال فرهنگ از نسلی به نسل دیگر را بازتولید فرهنگی می نامند. بازتولید فرهنگی عامل اصلی بقا و حفظ هر جامعه ای است. بی شک بدون بازتولید فرهنگی بسیاری از باورها، ایستارها، الگوهای رفتاری و عقاید به دست فراموشی سپرده می شود. بازتولید فرهنگی از طریق درونی شدن باورهای فرهنگی در افراد در طول تاریخ صورت می پذیرد.

از آنجا که دو فرهنگ کاملاً مشابه وجود ندارد، اما تمامی آنها دارای ویژگی‌های مشترکی هستند.

یک فرهنگ شامل موارد ذیل می‌باشد:

۱. **ساختار اجتماعی:** اعضای خود را به لحاظ ساختاری به گروه‌های کوچک‌تری تقسیم می‌نماید تا مقتضیات مشخص فرهنگی را برآورده نمایند. طبقات اجتماعی که به ترتیب اهمیت (وضعیت) رده‌بندی شده‌اند مبتنی بر ارزش‌های اساسی فرهنگ‌ها می‌باشد. به‌طور مثال، پول، شغل، تحصیل، خانواده و غیره.
۲. **رسوم و عادات:** قواعد رفتاری مبتنی بر اعتقادات فرهنگی در مورد صحیح و غلط، مانند رسوم، عادات، قواعد یا قوانین مکتوب.
۳. **نمادها:** هر آن چیزی که دارای یک معنی ویژه بوده و از جانب مردمی که دارای فرهنگ مشترک هستند شناخته می‌شود نمادها یک سلسله امور قراردادی اند که معرف معنایی خاص می‌باشند. این امور می‌توانند یک شیء (مثلاً پرچم)، ژست و عمل (مثلاً دو انگشت را به شکل V قرار دادن به نشانه

پیروزی (رنگ (مثلاً لباس سیاه به هنگام عزاداری)، شکل (مثلاً آرم جمهوری اسلامی) و یا آمیزه ای از دو یا چند علامت باشند. همچنین حروف و صداها و کلمات نیز از جمله ی سمبل ها هستند. شاید مهم ترین سمبل را بتوان «زبان» نامید که دنیای ارتباطات انسانی را تسهیل می کند. صدای ناقوس کلیسا برای مسیحیان یک سمبل است؛ همچنان که صوت دلنشین اذان برای مسلمانان، سمبل سر رسیدن وقت ارتباط با خداوند و حضور در صفوف به هم فشرده ی نماز جماعت است.

#### ۴. صنایع فرهنگی و هنری (Artifacts)

آنچه تاکنون بیان شد بیشتر جنبه غیر مادی فرهنگ بود، اما بخش دیگر فرهنگ، جنبه ی مادی آن است که همان تولیدات فیزیکی و دستاوردهای صنعتی یک جامعه است؛ مانند فرش ها، پارچه ها، ظروف (گلی یا چینی یا استیل یا...)، ساختمان های بلند و مرتفع (نحوه ی ساختمان سازی). روشن است که میان این دو بخش مادی و غیر مادی فرهنگ ارتباط وجود دارد؛ زیرا جدا از آن که گاه تفکیک این دو بعد تا حدی دشوار می نماید، معمولاً جنبه های غیر مادی فرهنگ به شکلی در نحوه، نوع، کمیت و کیفیت بعد مادی آن، خود را نشان می دهد.

#### ۵. هنجارها: قواعد و توقعاتی که یک جامعه بر مبنای آن رفتار اعضای خود را تنظیم می نماید. هنجارها به

دو دسته «عرفها» و «آداب» و رسوم تقسیم می گردند. عرفها عبارت از هنجارهایی هستند که بصورت

گسترده مراعات می گردند و از اهمیت اخلاقی بالای برخوردارند. آداب و رسوم به هنجارهای گفته

می شود که در تعاملات روزمره و عادی به کار می روند.

نکته مهم در مورد هنجارها این است که اگر هنجارها با پشتوانه ی فرهنگی لازم همراه نباشد، کم کم هنجاریت خود را از دست می دهند. این پشتوانه فرهنگی همان برنامه ها و شیوه هایی است که در آینده و به هنگام بحث از فرآیند مدیریت فرهنگی، به بخشی از آنها اشاره خواهیم کرد.



• ارزش‌ها (Values)

ارزش‌ها حکایت از مطلوبیت و مفید بودن پاره‌ای از امور در زندگی انسان دارند. «ارزش، عبارت است از بار معنایی خاصی که انسان به برخی اعمال، پاره‌ای حالت‌ها و بعضی پدیده‌ها نسبت می‌دهد و برای آن در زندگی خود جایگاه و اهمیت ویژه‌ای قایل است» (۶). مثلاً خوب بودن آزادی، برابری، انصاف، کرامت انسان و تأمین اجتماعی، به معنای ارزشمندی این‌گونه امور است. با وجود این، همه‌ی ارزش‌ها در یک درجه و مرتبه نیستند و می‌توان از ارزش‌های واقعی و ثابت و ارزش‌های قراردادی و متغیر سخن گفت؛ بدین معنا که پاره‌ای از ارزش‌ها برای همه‌ی جوامع و در همه‌ی زمان‌ها و مکان‌ها یکسان است؛ مثلاً ارزشمندی کرامت انسانی، عدالت، انصاف و نظم و صلح، خاص یک جامعه نیست و همه‌ی انسان‌ها تاکنون این‌گونه امور را مستحسن و نیکو می‌دانسته‌اند و خواهند دانست؛ گرچه در مصادیق این‌گونه ارزش‌ها اختلاف نظر وجود دارد. در نقطه‌ی مقابل دموکراسی (از نوع غربی آن)، دین‌مداری و رهبریت ارثی، از جمله مثل‌های ارزش‌های متغیر است. به هر حال، هر دو دسته‌ی ارزش‌ها، مبتنی بر یک سلسله‌عقاید و باورها هستند که سومین عنصر تشکیل‌دهنده‌ی فرهنگ هستند و شدیداً رفتارهای انسانی را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

• عقاید و باورها (Beliefs)

عقاید، توافق‌هایی است در مورد این که چه چیزی در جهان حقیقی، اصل و درست (True) است و واقعیت دارد (۷). مثلاً اعتقاد به خدای واحد، از جمله عقاید مشترک بین جوامعی است که دین توحیدی دارند. البته ممکن است عقیده‌ای فی‌الواقع نادرست و ناصواب باشد؛ مثلاً عقیده به نحس بودن سیزده که در میان قشر عظیمی از مردم ما رواج دارد، امری است که هیچ‌گونه دلیلی بر آن وجود ندارد، اما به هر حال امری پذیرفته شده است. در واقع هر فرهنگی لزوماً مشتمل بر عقاید درست و واقعی نیست و از این رو از جمله فعالیت‌های اساسی مدیریت فرهنگی در یک جامعه، تثبیت و نهادینه کردن و ترویج عقاید صحیح و تلاش در جهت اقناع مردم برای دست‌کشیدن از عقاید ناصواب و باورهای غلط است. از سوی دیگر زیربنای حیات و عملکرد نظام

های اقتصادی، سیاسی و... یک جامعه مبتنی بر این گونه عقاید و باورهاست. شاید سرّ این که پیامبران علیهم السلام همه از یک نقطه تحول معرفتی کار خویش را آغاز می کرده اند، همین باشد؛ چه این گونه عقاید که در واقع تفسیری از جهان، انسان و در یک کلمه کل هستی است (= جهان بینی)، مشخص کننده ی نوع نگرش ها، احساسات و رفتارهای ما نسبت به پدیده های این جهان نیز می باشد.

### ویژگی های فرهنگ

برای شناخت دقیق فرهنگ، جدا از شناخت دقیق عناصر آن، اطلاع از ویژگی های فرهنگ نیز ضروری است؛ شناخت این ویژگی ها گذشته از آن که ما را با امور فرهنگی آشنا می سازد و در پرتو آن می توانیم امور غیر فرهنگی را از امور فرهنگی تمیز دهیم، تا حدی نوع مکانیزم ها و روش هایی را که باید برای انتقال، تثبیت و ترویج فرهنگ اتخاذ شود، مشخص می کند.

#### ۱. پذیرش اجتماعی

وقتی از فرهنگ سخن می گوئیم، سر و کار ما با اموری است که نوعی مقبولیت اجتماعی یافته و از سطح مقبولیت فردی فراتر رفته اند؛ از این رو یک امر، هر چند بسیار مقدس و عالی نیز باشد، تا وقتی که مقبول اعضای یک گروه یا یک جامعه نشده باشد، به عنوان امر فرهنگی محسوب نمی شود. به همین سبب ممکن است بسیاری از احکام دین جز در لابلای اوراق و متون دینی جایگاهی نداشته و در عمق روح و جوهره ی انسان های یک اجتماع رسوخ نیافته و نهادینه نشده باشد. برای آن که امور دینی رنگ و بوی فرهنگ به خود گیرند، باید کوشید تا مقبولیت اجتماعی پیدا کنند، میزان پذیرش اجتماعی امور است که قوت و ضعف آنها را رقم می زند.

#### ۲. اکتسابی بودن

فرهنگ، یک امر اکتسابی است؛ بدین معنا که نه از طریق وراثت و در قالب الگوهای ژنتیکی، بلکه در قالب یادگیری و تعلیم و تربیت فراگرفته می شود. درست به همین خاطر است که با تنوع بسیار فراوان فرهنگ ها مواجه هستیم. در حقیقت با استفاده از مکانیزم های مختلف یادگیری، فرهنگ از نسلی به نسل دیگر و حتی از جامعه ای به جامعه دیگر منتقل می شود

گذشته از این، اکتسابی بودن بیانگر امکان امتناع افراد یادگیرنده و به عبارتی آزادی انسان در پذیرش یا رد یک فرهنگ یا بخشی از آن نیز می باشد. با این همه مکانیزم های یادگیری به ویژه یادگیری غیر مستقیم و پنهان آن هم در دوران کودکی و نوجوانی به قدری عمیق و مؤثر عمل می کنند که توان تأثیرگذاری آزادی انسان در پذیرش یا عدم پذیرش را تا حد زیادی مخدوش می سازد. به همین دلیل بیشترین فعالیت های فرهنگی، متوجه این قشر اجتماع می شود و کودکان، نوجوانان و جوانان بیشتر مخاطب فعالیت های فرهنگی هستند؛ زیرا ساختار روانی و فکری انسان در این دوران، آمادگی بیشتری برای یادگیری و تأثیرپذیری دارد.

### ۳. تحول پذیری

سومین ویژگی فرهنگ که البته با دو ویژگی پیشین نیز در ارتباط است، تحول پذیری آن است. اگر فرهنگ امری است که مخاطب آن انسان هایی هستند که در یک نظام و گروهی قرار گرفته اند، هم به لحاظ روحیات و خلیات و افکار تغییرپذیر آدمی و هم به لحاظ همجواری و تأثیرپذیری از دیگر مجموعه های انسانی - که آنها نیز فرهنگی خاص خود دارند- در معرض تغییر و تحول است. در واقع، بشر جز در سال های آغاز حیات خود، همواره در انواعی از گروه ها و جوامع قرار داشته و بدین لحاظ با فرهنگ های متفاوتی مواجه بوده است. امروزه انبوهی از فرهنگ ها، انسان ها را احاطه کرده اند و بدون شک تعامل و رابطه ای بین این فرهنگ ها وجود دارد. به عبارت دیگر گذشته از جذب و پذیرش بخش هایی از عناصر فرهنگی در گستره ارتباطی فرهنگ ها، بر حسب قوت و ضعف عناصر فرهنگی، و نیز روند رو به رشد صنعت و فن آوری و نیز با پدیده ی تهاجم فرهنگی، میدان برای ایجاد

تحولات و تغییرات عمیق تر فرهنگی بیشتر فراهم شده است. البته این امر، به معنای عدم وجود عناصر فرهنگی ثابت و پایدار در جوامع نیست؛ بلکه از منظر کلی و با لحاظ همه ی آن چیزهایی است که فرهنگ یک جمع را شکل می دهد. تغییر و تحول پذیری فرهنگ ها، هنگامی آشکارتر می شود که توجه داشته باشیم که در درون هر جامعه با فرهنگ کلی حاکم بر آن، انواع بی شماری از خرده فرهنگ ها وجود دارد که خاص گروه های موجود در آن جامعه- اعم از رسمی و غیر رسمی- است، و تأثیر این دو دسته بر یکدیگر نیز اندک نیست. از این رو به هنگام مطالعه یک خرده فرهنگ نباید پنداشت که آن لزوماً همواره تابع فرهنگ کل است؛ خیر، ممکن است خرده فرهنگ ها در اوضاع و احوالی خاص و به سبب نوع پاسخی که به نیازهای انسان های موجود در آن اجتماع می دهند، مقبولیت و پذیرش بیشتری یابند.

تحولاتی که در فرهنگ یک جامعه، هنگام پیروزی یک گروه با فرهنگ خاص خود در انتخابات ایجاد می شود، از همین منظر قابل تفسیر است.