

فرهنگ عمومی

سوالات مهم این درس:

۱. فرهنگ را تعریف کرده و کارکردهای آن را بگویید و یکی را به دلخواه توضیح دهید.
۲. ویژگی های فرهنگی را بیان کنید و خصوصیت عام و خاص بودن فرهنگ را با مثال توضیح دهید.
۳. به نظر شما پذیرش فرهنگ اجباری یا اختیاری است؟ توضیح دهید.
۴. واژه های زیر را تعریف کرده و با مثال توضیح دهید
خرده فرهنگ - تغییرات فرهنگی - تاخر فرهنگی - اشاعه فرهنگی
۵. یکی از نمادهای مذهبی و یکی از نمادهای ایرانی را که مورد علاقه شماست را بیان کرده و دلیل علاقه خود را بیان کنید
۶. فرهنگ عمومی را تعریف کنید و ویژگی آن را بیان کنید.
۷. ویژگی ابهام و نامرئی بودن ویژگی فرهنگ عمومی را با مثال توضیح دهید
۸. عوامل موثر بر فرهنگ عمومی را نام برده و یکی را به دلخواه توضیح دهید.
۹. رسانه ها چه تاثیری بر فرهنگ عمومی می گذارند با مثال توضیح دهید.
۱۰. شورای فرهنگ عمومی چه وظایفی دارند؟ ۶ مورد را نام ببرید
۱۱. ترکیب اعضای شورای فرهنگ عمومی کشور را نام ببرید (حداقل ۶ نفر)
۱۲. ترکیب اعضای شورای فرهنگ عمومی استانها به چه صورت است حداقل ۶ نفر را نام ببرید
۱۳. شوارهای وابسته به شورای فرهنگ عمومی را معرفی کنید.

مقدمه

فرهنگ عنصری است که شامل همه کنش ها و واکنش های فرد و محیط پیرامون او با بعد زیرین زندگی گروه های اجتماعی می شود، یعنی مجموعه روش ها و شرایط زیست یک جامعه بر اساس بنیاد مشترکی از سنت ها 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 حل های انتخاب شده برای توسعه می توان به طور کامل نیازها و خواست های 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 اقتصاد 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، تقریباً به امری محال تبدیل گشته و همچنان در حد یک آرزو باقی مانده است.

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 با فرهنگ) 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 نظرمาน 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 میگرد 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 حفاریات 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: معماری، فنون، ابزارهای کاربردی و تولیدی، داروهای پزشکی، 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 درواقع هویت فرهنگی یک جامعه را تشکیل می دهد.

عناصر فرهنگی:

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

۱- عنصر فرهنگی:

نزد همه محققان یکسان نیست. مثلاً 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 کاملاً 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).

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

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 (خرده 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 تمیز 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.

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)

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.

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.

اشاعه 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. اشناء 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 ۵- نمادهای فرهنگی)

نمادهای فرهنگی:

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 های مذهبی مثل: جشن عید قربان برابر با ۱۰ ذی الحجه، جشن عید مبعث برابر با ۲۷ رجب، جشن عید سعید غدیرخم 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 های ملی مثل: 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 کوبه در داخل و جلوی هر خانه آغاز می شود. این کوبه 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 غسل، سه عدد سکه و سه برگ سبز 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 سبز 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 (چلهه) 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؛ مخصوصا 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 مخصوصا 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 بزرگه، چله کوچک فرا می رسد که سردترین است.

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 می‌باشد. در نتیجه آن جنبه‌ها یا وجوهی 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 می‌بایست هر دو را مدنظر داشت. هیچ کس بهتر از مقام معظم رهبری، آیت‌الله خامنه‌ای، این دو بعد فرهنگ عمومی را تبیین نکرده‌اند. 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، وقت‌شناسی، وجدان کاری، مهمان دوستی و احترام به بزرگترهاست. (۲) فرهنگ عمومی حوزه‌ای 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 پابندی 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 ...) مواجهه 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 راه حل‌های فرهنگ عمومی صحبت کنند.»

۷) شبکه بهم تنیده : اگر به نقشه راهها و جاده های کشور، به شبکه های مخابراتی ، شبکه های انتقال برق ، شبکه های لوله کشی آب شهرها و منازل ، شبکه های اینترنت جهانی ، تصویر شبکه رگهای 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 مافزار 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 هر کدام 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 تأثیر پذیری است.

متغیرها و عوامل مؤثر بر فرهنگ عمومی:

با توجه به اینکه فرهنگ عمومی به مجموعه ای از باورها و رفتارهای صحیح و غیر صحیح یک جامعه گفته می شود و عوامل متعدد و متنوعی، قدیمی و جدید در پیدایش و ماندگاری آن تاثیرات مستقیم و غیر مستقیم 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، آنها در ابعاد مختلف می باشد.

۲- تاریخ و حوادث گذشته: دسته ای از عوامل تاثیرگذار در فرهنگ عمومی، زائیده 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.

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:، 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 اقشار 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- 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 با ارزش 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، طبیعتاً 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 تکرر 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.

رسانه و فرهنگ عمومی:

یکی از ابزاری که محمل و محل بروز و ظهور فرهنگ عمومی جامعه و شاید موثرترین آن ها باشد وسایل ارتباط جمعی و اخص آنها رسانه های گروهی هستند که در این بخش به ارتباط آنها با مقوله فرهنگ و فرهنگ عمومی پرداخته می شود. «گسترش روز افزون مصرف رسانه های جمعی در زندگی روزمره مردم، اهمیت موضوع فرهنگ را مشخص می سازد. نظریه پردازان ارزیابی ها و موضع گیریهای متفاوتی راجع به نقش فرهنگ عامه در جوامع امروز ارائه داده اند. برخی از نظریه ها با گستره موضوعی وسیعتر تنها بخشی را به این موضوع اختصاص دادند و برخی دیگر به طور کلی به تحلیل پدیده رسانه ای شدن فرهنگ عامه پرداختند. با توجه به ارتباط تنگاتنگ و متقابل رسانه ها 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 عمداً 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 سراسرست 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 سستی 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 رسانه‌های جمعی، در نهایت به ظهور جوامع اقتدارگرا با کنترل متمرکز می‌انجامد.

۵- رسانه‌های جمعی با ترویج اندیشه‌های مبتذل و موهن و فعالیت‌هایی که رفتار متمدنانه را به خطر می‌اندازد، سطح استانداردها و ارزش‌های فرهنگی را کاهش می‌دهند. گفتنی است که رسانه‌های توده‌ای پیرو منطق فرهنگ توده‌ای بوده و در راستای تبدیل مخاطب از جایگاه تماشاگر به مصرف‌کننده گام برداشته و باید آن را رسانه‌ای دانست که در مسیر ترویج فرهنگ توده یا همان فرهنگ عامه حرکت می‌کند.

وسایل ارتباطی نوین و توده‌وارسازی یا گونه‌گون‌سازی جامعه «یکی از مسائل مطرح در عرصه وسایل ارتباط جمعی و جامعه بحث توده‌سازی در جامعه توسط رسانه‌هاست. عده‌ای 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 به وسیله 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" به خوبی 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 برآنند 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 خشتی 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 به عبارت 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 رسانه ها در شکل دهی فرهنگ عمومی :

رسانه ها با تحولاتی که در جنبه های مختلف از بعد فن آوری تجهیزاتی و حجم و روش داشته اند به عنوان حاملان و منتقل کنندگان پیام می توانند 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 کرده اند. 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 می توانیم 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 ارایه 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. در غرب وقتی فرهنگ عمومی تعریف می شود، رفتارهای عرفی مبنا قرار می گیرد. اما در جامعه اسلامی ایران الگوهای رفتاری جامعه اسلامی منبعث از لایه های زیرین است که همانا اندیشه های دینی بر آن حاکمند. به منظور ایجاد تغییرات مطلوب در فرهنگ عمومی جامعه ایران توجه به ابعاد سه گانه ارزشها، حوزه قوانین و ضوابط و حوزه اجرای قوانین در سطح جامعه ضروری است. 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 فرهنگی عمومی را تشکیل داد. سپس آیین نامه ای 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 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 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 یک‌سال، 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- مدیر کل 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 می‌کند 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 علایم، 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