



دانشگاه جامع علمی کاربردی



تهیه و تنظیم: بهمن رسولی مسیب

بسم الرحمن الرحیم

فرهنگ چیست؟

برای شناخت مردم هر قوم و ملتی باید با فرهنگ عامه یا فولکلور آنها آشنایی پیدا کرد. فرهنگ عمومی گنجینه گرانقدری از آئین جشن های مذهبی، ملی، عادات، عقاید، قصه ها، افسانه ها، مثال ها، ترانه ها، لایایی ها، چیستان ها و پند پیران می باشد که شناخت و مهم تر از آن حفظ آن، بر همگان ضروری است. گام نخست شناخت فرهنگ است تا راه برای شناخت فرهنگ عمومی هموار شود.

فرهنگ از دو جزء "فر" به معنای بالا، جلو و "هنگ" به معنای قصد کردن، کشیدن و آوردن تشکیل شده است.

فرهنگ عمومی چیست؟

فرهنگ عمومی عبارت است از مجموعه منسجم و نظام یافته ای از اهداف، ارزش ها، عقاید، باورها، رسوم و هنجارهای مردم متعلق به یک جامعه بزرگ، قوم یا ملت. بنابراین فرهنگ عمومی، شامل تمامی فعالیت های 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 انسان هایی که از گذشته های دور تاکنون 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 ارزش ها، باورها، هنجارها، معیارها و الگوهای رفتاری هستند که گذشته از تکرر فرهنگی قومیت های مختلف جامعه، جنبه عام داشته، همگان

آن را پذیرفته‌اند و در یک کل اجتماعی از آن پیروی می‌کنند. همین جنبه‌های عام در یک جامعه بزرگ یا ملت را به عنوان «فرهنگ عمومی» آن جامعه می‌توان مورد مطالعه و بررسی قرار داد.

-اهمیت شناخت فرهنگ عمومی

شخصیت اجتماعی مردم یک جامعه در فرهنگ عمومی آن خلاصه می‌شود و اهداف و کیفیت و مسیر حرکت به سوی تعالی با زوال و عقب‌افتادگی آن تحت تاثیر فرهنگ عمومی است. لذا اهمیت شناخت و بررسی فرهنگ عمومی برای ارتقاء و تحول آن در مسیر رشد و توسعه، آشکار می‌شود. بسیاری از پژوهشگران برای واکاوی فرهنگ عمومی و اصلاح و برنامه‌ریزی آن ابتدا به بررسی دقیق آن از طریق کارکردهای سطوح و لایه‌های مختلف فرهنگ می‌پردازند. زیرا فرهنگ از سطوح مختلفی مشتق شده است. برخی از این مشتقات در یک نظام فرهنگی، پایه‌ها و ریشه‌های فرهنگ عمومی را می‌سازند. این بخش را لایه زیرین مجموعه می‌نامند که دیگر سطوح و لایه‌ها بر آن قرار دارند. می‌توان گفت که جهان‌بینی‌ها و شناخت‌شناسی در این سطح قرار دارد که ریشه بسیاری از باورها، اعتقادات و ارزش‌ها را به عنوان لایه بعدی فرهنگ تشکیل می‌دهند. سطح بعد، آئین‌ها، هنر و ادبیات است که لایه بعدی را تشکیل می‌دهند و بر پایه باورها، اعتقادات و ارزش‌های یک جامعه استوارند. لایه بعدی که بیرونی‌ترین و آشکارترین سطح است، هنجارها و الگوهای رفتاری و معیارهای اجتماعی در یک جامعه مورد مشاهده و بررسی است. یکی از جامعه‌شناسان به نام اولسون، فرهنگ را دارای چهار مؤلفه، هنجار، باور، ارزش و تکنولوژی می‌داند. 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.

فولکلور چیست؟

از دو جزء "فولک" به معنی توده (مردم) و "لور" به معنی دانش (آموخته‌ها) تشکیل شده است. فرهنگ مردم، فولکلور یا باور مردمی را می‌توان گروهی دربرگیرنده افسانه‌ها، داستان‌ها، موسیقی، تاریخ شفاهی، ضرب‌المثل‌ها، هزلیات، پزشکی، باورهای مردمی درباره بخت و شگون و

چشم زخم، لالایی مادران، پایکوبی بومی، آیین‌ها، شیوه‌ها و سنت‌ها دانست. فولکلور فولکلور را بیشتر در بررسی توده‌های نیاموخته و درس ناخوانده مردم می‌جویند؛ معمولاً در میان اقوام قدیمی به‌ویژه آنها که شهرنشین نبودند نمونه‌های بیشتری از فولکلور یافت می‌شود. واژه فولکلور را برای نخستین بار ویلیام توماس عتیقه‌شناس انگلیسی در مقاله‌ای که زمینه آن گفتار درباره دانش مردمی و آداب و آیینهای کهن بود به کار برد. این واژه از نیم سده پیش نیز در ایران و ادبیات آن راه یافته‌است و رفته رفته این واژه به معنی دانش عامیانه و دانستنی‌های توده مردم رواج یافت و «فرهنگ عامه»، «فرهنگ عامیانه»، «فرهنگ توده» و «فرهنگ مردم نامیده شد. ادبیات شفاهی را می‌توان یکی از شاخه‌های مهم فولکلور به شمار آورد. ایران از دیدگاه دیرینگی، باورها و آیین‌های کهنی دارد و از همین رو دارای باورهای مردمی سرشار است. افسانه‌سرایی و داستان‌سرایی از آیینهای دیرباز ایرانیان شمرده می‌شود. گرچه نوشتارها در این باره بسیار است ولی ردپای این گونه داستان‌ها را بیشتر می‌توان در میان روستاییان ایران و نانوشته‌های بنیادی فولکلور جستجو کرد.

ایران، از یک سو به عنوان یک سرزمین کهن و کشوری تاریخی و تاثیرگذار بر فرهنگ جهان و از دیگر سو به عنوان کشوری که بر سر شاهراه فرهنگی خاورمیانه قرار گرفته، نقطه پیوند تمدن‌های باستانی هند و چین و بین‌النهرین و روم شمرده می‌شود. همچنین از منابع سرشار فرهنگی و ادبی برخوردار است اما متأسفانه این رشته در کشور همچنان مغفول و غریب مانده است. علامه علی اکبر دهخدا جزء اولین کسانی است که در زمینه این با نوشتن کتاب وزین ((امثال و حکم)) ورود نمود.

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 در ایران:

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 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 تصوراتمان، از خوب و بد در آرزوهایمان، در نظرها 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 ولی 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 خودبه 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 حفريات 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: مسکن، پوشاک، غذا، فنون، ابزارهای کاربردی و تولیدی، داروهای شیمیایی، فنون پزشکی، وسایل موتوری، ابداعات برقی.

فرهنگ غیر مادی:

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. مثل رنگ سیاه، شیون، نوحه‌ها... در مراسم عزاداری یا موسیقی، رقص، شاباش و... در مراسم عروسی

۳- حوزه فرهنگی:

با توجه به دو منطقه در یک سرزمین، ملاحظه می‌گردد با اینکه آن دو منطقه، فرهنگ کاملاً مشابهی ندارند، مع ذلک نقاط مشترک و ترکیب‌های فرهنگی مشابه فراوانی بین آنها وجود دارد. هرگز این تشابه بین دو منطقه از دو سرزمین دیده نمی‌شود. (حوزه فرهنگی، سفال، نقش و نگار، بافندگی).

خرده فرهنگ:

فرهنگ هر جامعه، زمینه‌های عمومی و مشترک با فرهنگ جوامع دیگر دارد ولی خصوصیات و پیچیدگی‌های خاص و سادگی‌های 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 طبقه‌ای بستگی دارند، و خود را از چه طایفه‌ای می‌دانند، و به کدام گرایش فکری و عقیدتی منصوبند، و بر حسب اینکه از نظر جنسی و سنی در چه رده‌ای قرار دارند، دارای نمود و ظهور و مختصات فرهنگی متفاوت اند و به آسانی می‌توان آنها را به اعتبار گفتار، رفتار و لباس، از یکدیگر متمایز ساخت. این تفاوت‌ها و ویژگی‌های داخلی هر فرهنگ را (خرده فرهنگ) می‌گویند.

به عنوان نمونه زبان را در نظر بگیرید؛ درست است که هر جامعه دارای زبانی معین است که با زبان جامعه‌ای دیگر فرق دارد، ولی به آسانی می‌توان تمییز داد که کودکان، جوانان، پیران، کارمندان دولت، کارگران، بازاریان، ساکنان جنوب شهر و شمال شهر، هر یک دارای کلمات، اصطلاحات، اشارات، ضرب‌المثل‌ها، شوخی‌ها، تعارفات، ادبیات و زبان مختص به خود می‌باشد. 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- عوامل جمعیتی: افزایش یا کاهش سریع جمعیت یک جامعه که در اثر حوادثی چون سیل، طوفان، شیوع بیماری و جنگ عارض می شود و یا حاصل نوع نگاه افراد به زندگی دیگر ملل است به شدت تغییرات سریع فرهنگی را بوجود می آورد.

برای مثال در گذشته داشتن فرزندان زیاد نشانه قدرت یک خانواده بود و به نوعی باعث مباحثات خانواده و پدر و مادر بود، اما امروزه با تغییرات در نگاه خانواده ها این دید جای خود را به داشتن فرزند کمتر و حتی نداشتن فرزند داده است.

۲- مهاجرت: (به داخل و خارج) یکی از اصلی ترین عوامل تغییرات فرهنگی می باشد. تغییرات جمعیتی حاصل از مهاجرت با خود فرهنگهای دیگر اقوام و ملل را جابجا کرده تغییرات اساسی در باورها و سیستم و روش زندگی افراد ایجاد می نماید.

بخش مهمی از تغییرات فرهنگی ما در زمان سلسله قاجاریه حاصل مهاجرت به کشورهای غربی و آشنایی با فرهنگ آنان و سپس وارد کردن آن به داخل کشور و ایجاد تغییرات گسترده در عرصه های مختلف چون پوشش، گویش، طرز فکر و... بوده است.

۳- تغییرات تکنولوژیکی: گسترش اختراعات و اکتشافات و ساخت و ایجاد وسایل و لوازم جدید انسان را وادار به پذیرش فرهنگهای مرتبط با آنان و فراموشی فرهنگهای گذشته خواهد کرد. خیل عظیمی از وسایل و لوازم و امکانات جدید الزاماً همراه با فرهنگ استفاده از آنان می گردد.

آپارتمان، اتومبیل، ماشین لباسشویی، ماشین ظرفشویی، تلفن، برق، آسانسور و صدها وسیله و امکانات جدید موجب تغییرات فراوان فرهنگی در نوع نگاه ما به زندگی می گردد.

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 راننده، تاکسی، چراغ راهنمایی، برگه جریمه و.... را رایج کرد.

۴- تغییرات جغرافیایی و اقلیمی: امروزه اکثر نقاط جهان و به طبع آن کشور ما دچار تغییرات اقلیمی و جغرافیایی فراوان گردیده . محو تدریجی روستاها (به علل مختلف از جمله خشکسالی) موجب گسترش شهرها و افزایش شهرنشینی گردیده است همین امر موجب شده فرهنگ روستایی به سرعت جای خود را به فرهنگ شهرنشینی بدهد.

قطعا تفکر یک شهر نشین و نوع رفتارش (چه از نظر پوشش و گفتار و چه از نظر نوع زندگی و رفتار اجتماعی) با یک روستایی فرق دارد.

مثلا در روستا همه کما بیش یکدیگر را می شناسند از حال هم با خبرند و پیگیر اوضاع و فعالیت یکدیگرند، اما این رفتارها در شهر تا حدودی منع شده و به عنوان دخالت و فضولی قلمداد می گردد.

کارکرد فرهنگ عمومی

این اصطلاح در ادبیات علوم اجتماعی به چند معنای کلی به کار رفته است. بعضی آن را به معنای ((فرهنگ عامه)) و ((فرهنگ توده)) دانسته اند و با رویکردی انتقادی و منفی با آن برخورد کرده اند. در تلقی دیگر، فرهنگ عمومی را به عنوان فرهنگ مسلط و مشترک یک جامعه با بار ارزشی مثبت از جهت پذیرش اکثریت در مقابل خرده فرهنگ ها تعریف کرده اند، بعضی نیز آن را در مقابل فرهنگ رسمی و سازمانی قرار داده اند.

بر اساس تعاریف موجود، به طور کلی می توان گفت تعاریف و تعابیر مرجع در زمینه ((فرهنگ عمومی)) به دو گروه عمده تقسیم می شوند.

الف) گروهی که به پیروی از مالینوفسکی ((فرهنگ عمومی)) را تعبیری برای ((فرهنگ جهانی)) به کار می برند و بر اساس آن نظر خود را در مورد فرهنگ، حدود، تحولات و شیوه دگرگونی و انواع آن مطرح می نمایند. این گروه بر رابطه ی فرهنگ و کنترل جهانی آن توسط نهاد های بین المللی تاکید دارند. در مقابل، گروه دیگر به تبعیت از ایو توو ((فرهنگ عمومی)) را تعبیری برای ((فرهنگ ملی)) به کار میبرند. از نظر این گروه، فرهنگ عمومی در مقابل خرده فرهنگ های گروهی یا قومی به کار می رود. بر اساس نظر آن ها فرهنگ عمومی همان شیوه ی زندگی رایج در بین مردم جامعه است. (آمال ۱۳۸۰) با توجه به تقسیم بندی فوق برای دستیابی به تعریفی منطقی و نسبتاً جامع و مانع از فرهنگ عمومی باید گفت که: فرهنگ عمومی بخشی از فرهنگ یک جامعه یا گروه است که اولاً مورد پذیرش اکثریت افراد گروه قرار گرفته. دوم غیر رسمی است. سوم ضمانت اجرایی دارد (طالبی ۱۳۸۰).

ویژگی های فرهنگ عمومی

- ۱) فرهنگ عمومی متشکل از عناصر مختلف می باشد که هر کدام از آن ها ضمن ارتباط با عناصر دیگر دارای استقلال وجودی نیز می باشند (بعضی ها کمتر و بعضی ها بیشتر). لذا برای شناسایی فرهنگ عمومی بایستی به جمیع عناصر توجه کرد نه به صورت خاص و تک بعدی.
- ۲) عناصر فرهنگ عمومی از منابع مختلفی سرچشمه می گیرد که ممکن است ریشه تاریخی و سنتی داشته باشند یا اینکه دولت و حکومت آن ها را اشاعه داده باشد، یا اینکه از فرهنگ گروه ها و جوامع غیر خودی اخذ شده یا رسوخ کرده باشد. لذا هر کدام از منابع فوق ضمن آنکه صبغه خاصی به فرهنگ عمومی می بخشند آثار فرهنگی - اجتماعی مختلفی نیز بر جای می گذارند.
- ۳) فرهنگ عمومی (در منظر جامعه شناختی) از نظر طولی، عرضی و درجه پذیرش در گروه، نسبی است. - نسبی بودن از نظر طولی (زمانی)، بدین معناست که یک فرهنگ یا عنصر فرهنگی ممکن

است در دوره ای خاص خرده فرهنگ و حتی فرهنگ مربوط به گروهی خاص باشد ولی در دوره ای دیگر تبدیل به فرهنگ عمومی (عنصری از آن) شود.

- نسبی بودن به لحاظ عرضی، به مرجعیت گروهی یک پدیده در یک زمان خاص مربوط می شود، بدین معنا که بر اساس گروه مرجع انتخاب گروه مرجع انتخاب پدیده ی فرهنگی ممکن است خرده فرهنگ یا فرهنگ عامه باشد. به عنوان مثال امکان دارد یک خصوصیت فرهنگی در بین اقوام آذری به عنوان عنصری از فرهنگ عامه باشد اما در کل کشور به عنوان خرده فرهنگ محسوب شود.

تشریح و بررسی اهمیت فرهنگ عمومی

در جهان امروز که نقش فرهنگ نسبت به گذشته فزونی یافته است ضرورت هماهنگی و همسویی صاحب نظران، کار شناسان و برنامه ریزان هر کشور با نیازهای فرهنگی جامعه خویش بیشتر احساس می شود زیرا برای سیاست گذار فرهنگی بسیار حائز اهمیت است که روند دگرگونی هایی که در فرهنگ روی می دهد و عواملی که بر آن موثرند، بر حدود سیاست گذاری ها و شیوه های تصمیم گیری اش چگونه تاثیر می گذارد و سمت و سوی این تا ثیر گذاری چگونه می باشد. به عبارت روشن تر سیاست گذار فرهنگی باید قبول کند که تصویر ثابت و یکنواختی را نمی توان از فرهنگ رایج در جامعه ارائه کرد به همین دلیل او نیز برای تحقق آرمان های اصلی خود باید تحولات و دگرگونی های فرهنگی و اجتماعی را مورد ملاحظه قرار دهد و به تناسب آن در روز آمد کردن سیاست های فرهنگی خویش تلاش نماید.

فرهنگ رایج در جامعه که از آن به عنوان فرهنگ عمومی یاد می کنند حوزه ای از نظام فرهنگی جامعه است که بر خلاف حوزه فرهنگ رسمی عمدتاً بر پذیرش و اقناع، استوار است نه بر اجبار و قانون، بنا بر این تحقیق در آن معادل است با تحلیل و تبیین آموخته ها، یافته ها، گرایشات و رفتارهای مردم جامعه، زیرا اصلاح فرهنگ عمومی عمدتاً به ویژگی های اکتسابی شهر وندان یک جامعه در گذر سال ها یا حتی قرن ها اطلاق می شود به همین سبب تعریف جامع و مانع از فرهنگ عمومی بسیار دشوار و شاید هم غیر ممکن است لیکن با وجود همین دشواری، توجه به دو نکته زیر روشنگر راه شناخت فرهنگ عمومی است و آن اینکه:

اولاً: فرهنگ عمومی اکتسابی و آموختنی است.

ثانیاً: چون آموختنی است پس تغییر پذیر است، یعنی پیوسته دارای پویایی می باشد.

عوامل موثر بر فرهنگ عمومی

با توجه به آنچه که گفته شد باید خاطر نشان کرد که یک سری از عوامل و متغیرها به طور

مستقیم بر فرهنگ عمومی تاثیر گذار می باشند که از آن جمله می توان به موارد زیر اشاره کرد:

(۱) متغیرهای فرهنگی - اجتماعی مانند: مدرسه، وسایل ارتباط جمعی، خانواده، دوستان، نهادهای مردمی و نیز برنامه های فرهنگی همچون همایش ها، سخنرانی ها، فعالیت های هنری و مراسم فرهنگی و... که همگی آن ها ضمن اینکه خود از مولفه های فرهنگ عمومی می باشند واز آن متاثر می شوند بر فرهنگ عمومی جامعه نیز بسیار تاثیر گذار می باشند.

(۲) متغیرهای مذهبی مانند: مساجد، روحانیون، هیئت های مذهبی، جلسات قرآنی و... نیز خود از مولفه های فرهنگ عمومی می باشند هم از آن تاثیر می پذیرند و هم بر آن تاثیر می گذارند.

(۳) متغیرهای سیاسی مانند: حکومت، رهبری، روابط با کشورهای خارجی، احزاب و ... نیز علاوه بر اینکه بر فرهنگ عمومی تاثیر گذارند به عنوان مولفه ای از فرهنگ عمومی از آن تاثیر می پذیرند.

(۴) متغیرهای اقتصادی مانند: بازار، بورس، تورم، عرضه و تقاضا و... نیز از عوامل موثر بر فرهنگ عمومی هستند که از آن تاثیر می پذیرند.

۹ مورد از متغیرها و عوامل موثر 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 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 کار گرفت. 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 مثلا 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 مثلا 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، 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 مثلا 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 در حال 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 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 خصوصاً 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، 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.

لایه ها و سطوح فرهنگ عمومی

- ۱- برخی از عوامل 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 باورها 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 پسوندهایی 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.

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، حوزه ای 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 می شود

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.

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:

درونی (تجربی بیواسطه)

تجربه درونی و تجربی نماد

نهادها و آثار (ابزار)

تبلوری و متجلی»

نظریه های فرهنگ عمومی:

با تشکیل سازمان های جدید اجتماعی مسئله هویت و هویت شناسی در موضوع فرهنگ عمومی جایگاه ویژه ای به خود گرفت. در فرهنگ عمومی هویت یک طرف سکه و ارزش های عامه طرف دیگر آن است. در ادبیات جامعه شناسی و ارتباطات غرب سه نوع نظریه درباره فرهنگ

عمومی به وجود آمده است که هریک از آنها کم و بیش حاکم بر فرهنگ های عمومی امروز بسیاری از کشورهای اروپایی و آمریکایی است.

الف: جامعه توده وار

یکی از سه مکتب فکری که در جهان غرب بیشتر مورد بحث قرار گرفته است فرهنگ عمومی «جامعه توده وار» یا انبوه است. جامعه توده وار، وسایل ارتباطی توده وار یا جمعی، و فرهنگ توده وار یا عامه اجزای این نظریه است. جامعه توده وار به نوعی از جامعه اشاره می کند که در آن روابط میان افراد به علت صنعتی و مدرن شدن شکل توده ای به خود گرفته و ازدیاد جمعیت به ویژه در شهرهای بزرگ عامل اصلی آن است. طبق نظریات طرفداران این مکتب، خاستگاه فرهنگ توده وار یا فرهنگ عامه، یکی از نتایج این فرآیند است.

اصطلاح فرهنگ توده وار غالباً برای ایجاد تمایز میان هنر معتبر پایدار و فرهنگ کالایی برخاسته از توده ها نظیر موسیقی پاپ و نمایش های طولانی تلویزیون، تیراژ روزنامه ها و کمیت آنها، بازاریابی، روش های آماری، آگهی های شهری و تابلوئی در بزرگراه ها و کنار پارک ها و استادیوم های ورزشی، سنجش افکار عمومی، احزاب به اصطلاح محبوب روز، جناح های مورد جذب و ادغام توده ها مورد استفاده قرار می گیرد.

ب: جبر فن آوری و اطلاعات

دومین مجموعه گزاره ها یا نظرها در موضوع فرهنگ عمومی در جامعه به جبر فن آوری اطلاعات مربوط می شود. این دیدگاه مدت هاست که یکی از رایج ترین دیدگاه هائی است که در زمینه ماهیت دگرگونی های فرهنگی و اجتماعی به بحث می پردازد و مانند مکتب فرهنگ توده وار نفوذ بسیاری در میان سیاست گذاران به جای گذاشته است. طبق این مکتب تمدن مدرن، تاریخ اختراعات مدرن است. ماشین بخار، تلویزیون، اتومبیل، کامپیوتر و ماهواره این وضع تازه را برای انسان نوین فراهم آورده اند .

توسعه ای که زمینه را برای فن آوری نوین و در نتیجه برای دگرگونی اجتماعی و فرهنگی مناسب کرده است، مقوله ای خودزاست. مکتب معتقد به جبر فن آوری در نیم قرن پیش در بحث

های مربوط به فرهنگ و ارشاد جامعه و وسائل ارتباط جمعی خود را در تعبیر معروف «دهکده جهانی» نشان داد. این مکتب ابتدا در آمریکای شمالی (کانادا و ایالات متحده) و سپس در اروپای غربی و بعدها به تقلید روز در میان دولتمردان و دست اندرکاران دنیای شرق از جمله ممالک اسلامی مطرح شد.

ج: نظریه اقتصاد سیاسی

نظریه اقتصاد سیاسی، سومین مکتب مطرح در قبال فرهنگ عمومی است. مارکسیست ها، نومارکسیست ها، چپ جدید و کسانی که نسبت به جامعه دیدگاه سوسیالیستی دارند، حامیان این نظریه را تشکیل می دهند. نویسندگان این قلمرو نیز مانند پژوهشگران نظریه فرهنگ توده وار و پیروان مکتب جبر فن آوری و فرهنگ، افراد و گروه های گوناگونی هستند و آثار آنها در موارد بسیار زیادی سرمشق کار سیاستگذاران، «روشنفکران» و دست اندرکاران غرب و شرق و همچنین برخی در ممالک اسلامی بوده است.

نظریه اقتصاد سیاسی دایره بسته شده در مکتب توده وار را مورد سؤال قرار می دهد و این پنداشت را مطرح می سازد که رسانه های ارتباط جمعی و وضع فعلی زندگی مدرن آنقدرها هم باعث فرهنگ توده وار و ابزار شکل دادن به آن نیستند، بلکه آنها مجاری انتقال محتوای فرهنگی هستند، محتوایی که مستقل از آن رسانه ها شکل توده را به خود گرفته اند.

تصویری که نظریه پردازان فرهنگ و جامعه توده وار ارائه می کنند، اغلب از نگرش «اقتصاد آزاد» گرفته شده است. اما نظریه پردازان اقتصاد سیاسی اکثر دیدگاه های خود را از دیدگاه مارکسیستی «تولید» گرفته اند. نظریه اقتصاد سیاسی برعکس نظریه فرهنگ توده وار، از پائین و نه از بالا به این فرآیند می نگرد تا توده ها بتوانند در ماشین سیاسی و اقتصادی و در تولید و توزیع پیام های فرهنگی مشارکت جویند. اکثر هواداران این مکتب فکری براین باورند که انسان اساساً خوب است و این نیروهای اجتماعی است که او را به فساد می کشاند.

اگر اوضاع مطلوب اجتماعی و به ویژه نهادهای سالم اقتصادی و سیاسی سکولار (دنیوی و غیردینی) به وجود آید، معیارهای دل چسب فرهنگی را شکوفا خواهند کرد. از مارکس گرفته تا

لنین از «مکتب انتقادی فرانکفورت» گرفته تا «مکتب اقتصادی لندن»، با همه تفاوت هایی که ملاحظه می شود، در کل معتقد به این نظریه اقتصاد سیاسی هستند.

نظریات این سه مکتب در اینجا خلاصه شد چون این نظریات بیش از حد در بین دولتمردان، «روشنفکران»، دانشگاهیان، دانشجویان، و رسانه های امروزی در ایران تبلیغ شده بدون اینکه دیدگاه ها و جهان بینی های مادی و عواقب سیاستگذاری های آنها برای عامه مردم توجیه گردد.

نظریه های دیگر نیز موسوم به فرانوکرائی فرهنگی و فراساختارگرائی غرب نیز که همچون یک همتای برجسته در قلمروهای فلسفه تاریخ و نقد ادبی سه دهه اخیر ادبیات و رسانه ها و گفتمان های دولتی ما حضور داشته، نسبت به مکتب فکری معتقد به توده وار و جبر فن آوری و اقتصاد سیاسی چندان تفاوتی ندارند. این نظریه های دیگر یا فرعی در حقیقت پاسخ به بحران های مکتب های اصلی است و مقاومت در برابر وضع موجود که ضمن انتقاد به تجلیل از وضع خود می پردازد.

تغییر فرهنگ عمومی

فرهنگ عمومی قلمرویی است سیال و در حال تغییر که بعضی از حوزه های آن به سرعت در حال تغییر است و بعضی از حوزه های آن به صورت بطنی تغییر می کند و گاه ثابت باقی می ماند.

آنچه به عنوان افکار عمومی شناخته می شود بخشی از فرهنگ عمومی است که در جوامع جدید با سرعت زیادی تغییر می کند و به حوزه عرفی آن تعلق دارد. همچنین آنچه به عنوان مد (خصوصاً پوشش و آرایش) شناخته می شود بخشی از حوزه عرفی فرهنگ عمومی است. بر این اساس می توان تصور نمود که ارزش ها، عقاید و هنجارهایی از حوزه فرهنگ عمومی خارج شوند و به صورت فرهنگ رسمی در آیند و متقابلاً عقاید از سوی نخبگان فکری و یا سیستمداران ارائه شود و به تدریج وارد حوزه فرهنگ عمومی می شود.

(۱) پارادایم مثبت گرایی

این پارادایم (الگوی فکری) که از سنت و روش علمی در حیطه واقعیت های طبیعی پیروی می کند، معتقد است که فرهنگ هم مانند دیگر پدیده ها، هر چند با پیچیدگی بیشتر، واقعیتی است که می توان به روشی مشابه روش علوم طبیعی، در خصوص آن تحقیق نمود. در خصوص آن نظریه پردازی کرد و نظریه ها را به کمک تجربه آزمود.

این دیدگاه که به عنوان نگاه پوزیتیویستی به فرهنگ و جامعه شناخته می شود، به تبع مفروضات اولیه ای که پذیرفته، در خصوص فرهنگ دانشی تحلیلی و انتزاعی مشابه اقتصاد و علوم طبیعی عرضه می کند، مفهوم سازی می کند و آن مفاهیم را به شاخص هایی برای اندازه گیری تغییرات فرهنگی تبدیل می کند. از این رو به لحاظ نظری، مستعد ساخت و کاربرد شاخص های فرهنگی است. این دیدگاه به لحاظ روش شناختی شاخص سازی را مجاز و بلکه ضروری می داند (رجب زاده، ۱۳۷۸).

۲) پارادایم تفسیری

در مقابل پارادایم مثبت گرایی، باید از سنت و روشی در مطالعه فرهنگی یاد کرد که به عنوان سنت تفسیری، تفهیمی و... از آن یاد می شود. این عنصر، فصل واقعیات انسانی از واقعیت طبیعی را عنصر معنا می انگارد که قابل تجربه حسی نیست و قابل زیستن و فهم از درون است. در این نگاه، واقعیت انسانی منسخ از معنا، همان واقعیت طبیعی است که علوم طبیعی به مطالعه آن می پردازند. در مقابل، واقعیت طبیعی مدغم در معنا، واقعیتی انسانی است که موضوع مطالعه علوم فرهنگی است و روش خاص خود را دارد. به لحاظ ماهوی، حیات فرهنگی در مقابل حیات طبیعی قرار می گیرد. در این دیدگاه، مفهوم معنا، مفهوم کلیدی است.

معنا امری است که از درون زندگی و جریان زندگی سر بر می آورد، بنا بر این امری است زیسته و اگر مفهوم تجربه هم از آن اطلاق شود، باید از تجربه زیسته صحبت کرد، در مقابل تجربه حسی معنا، فهمیدنی است و قابل فهم و تفهم نه قابل درک تجربی، هر چند که تجربه حسی واسطه تفهم قرار می گیرد. بنا بر این وجه همت علوم فرهنگی فهم معناست و تجربه حسی فقط ابزار آن تلقی می شود. از این نگاه، فرهنگ مفهومی است برای نامیدن حیطه معانی و هر آنچه معانی به آن

رنگ می بخشد و آن را به صورت پدیده ای انسانی در می آورند و پدیده فرهنگی، پدیده ای معنا دار است (رجب زاده، ۱۳۷۸).

۳) پارادایم انتقادی

این پارادایم سعی دارد دو پارادایم قبلی را با هم تلفیق کند و هم به علیت های اجتماعی و هم به معانی و فهم افراد از موضوعات مختلف توجه داشته باشد. تئوری انتقادی علوم اجتماعی فقط به دنبال شناخت نیست، بلکه به دنبال تغییر وضع موجود نیز هست، همچنین بر خلاقیت انسان ها تاکید دارد. این پارادایم معتقد است که نهایتاً یک نظم اجتماعی ایده آل می تواند در جامعه بوجود بیاید. بحث اصلی این دیدگاه بر دو قضیه متمرکز است:

الف) ایده ها و افکار مردم حاصل جامعه ای است که در آن زندگی می کنند. چون اندیشه از نظر اجتماعی شکل می گیرد. دستیابی به دانش بی طرف و عینی و نتیجه گیری بدون تاثیر پذیری از دوره ای که در آن زندگی می کنیم، غیر ممکن است و تمامی الگوهای مفهومی که به کار می گیریم، مربوط به یک دوره تاریخی است.

ب) روشنفکران و متفکران نباید کوشش کنند که بینش بی طرف و عینی داشته باشند، یعنی این که واقعیت از قضاوت ارزشی جدا نیست و بر عکس، محقق باید دیدگاه انتقادی داشته باشد و این گرایش باعث افزایش آگاهی فرد و جهت دادن به تحولات اجتماعی می شود (رجب زاده، ۱۳۷۸).

خرده فرهنگ و فرهنگ عمومی:

همه انسانهایی که از گذشته های دور تا کنون در اقصی نقاط گیتی زندگی کرده و می کنند برای تفسیر و تحلیل و رفع نیازهای مختلف خود گردهم آمده و در چارچوب گروه های اجتماعی و جوامع انسانی منظومه ای همانک و انسجام یافته یعنی فرهنگ را بوجود آورده اند. پس فرهنگ از طرفی یک پدیده عام است، یعنی هیچ گروه و جامعه انسانی نبوده و نیست که فرهنگ نداشته باشد. از طرف دیگر از آنجا که هر گروه و جامعه ای پیوسته تحلیل و تفسیر خود را از واقعیات حیات و نیازهای بشر داشته و برخورد ویژه خود را در تلاش برای رفع این نیازها مبذول داشته است طبیعتاً فرهنگ خاص خود را ساخته است. بدین ترتیب در میان گروه های انسانی، جوامه

واقوام مختلف فرهنگهای متنوعی وجود دارند که هر کدام ممکن است در جنبه‌ای از بسیار جنبه‌های فرهنگ، متکاملتر از دیگری باشد ولی در مجموع هیچیک بر دیگری برتری ندارد. نه تنها فرهنگها در بین ملل و اقوام مختلف متفاوت هستند که در داخل یک جامعه بزرگ نیز فرهنگهای کوچکتر یا خرده فرهنگهای مختلف و متفاوتی یافت می‌شود.

آشنایی با فرهنگ ایرانی

فرهنگ ایران بسیار غنی، متمدن و میراث فرهنگی تاریخی ایران، در جهان بی‌مانند است. مردم ایران نیز از آیین فرهنگ خود با آگاهی یاد می‌کنند. ایران به عنوان یک کشور تاریخی، در دوران باستان شاهنشاهی‌هایی چون شاهنشاهی هخامنشی را به خود دیده‌است و با وجود تغییرات سیاسی، مذهبی و تاریخی، ایرانیان ارتباط عمیق با گذشته خود را حفظ کرده‌اند. اگرچه زندگی روزمره در ایران نوین با اسلام شیعه در هم آمیخته شد، اما هنر، ادبیات و معماری بومی این کشور، یادآور سنت عمیق ملی آن و فرهنگ ادبی گسترده‌تری است که در دوران پیشین، در سراسر خاورمیانه و جنوب آسیا گسترش یافته‌است.

با وجود غالب بودن فرهنگ پارسی، ایران همچنان به عنوان یک کشور چند قومیتی شناخته می‌شود و قومیت‌های لر، ارمنی، آذری، کرد، عربی، بلوچی، ترکی، دیگر قومیت‌ها، هر کدام دارای آیین‌های ادبی و تاریخی ویژه‌ای نیز هستند که قدمت بسیاری از آن‌ها به سده‌ها پیش بازمی‌گردد.

عناصر فرهنگ ایرانی

در مجموع می‌توان عناصر فرهنگ ایرانی را که فراتر از مرزهای سیاسی ایران است، به‌اختصار چنین برشمرد: ۱- زبان پارسی و گویش‌ها و لهجه‌های پارسی ۲- جشن‌های ملی از جمله نوروز و شب یلدا و گاه‌شماری خورشیدی ۳- فلسفه ۴- دین‌ها و آیین‌ها (اسلام به عنوان دین و آیین غالب) ۵- هنر و ادبیات و شعر پارسی، معماری ایرانی و خوراک ایرانی (۶- فرهنگ‌های محلی اقوام ایرانی و ۷- موسیقی سنتی ایران .

اثرگذاری فرهنگ ایرانی

ایران به شدت بر فرهنگ‌ها و مردم جهان تا نقاطی چون ایتالیا، مقدونیه و یونان، روسیه، شرق اروپا و آسیای میانه، شبه‌جزیره عربستان، جنوب شرق آسیا، شبه‌قاره هند و شرق آسیا اثر گذاشته است. در کل، تاریخ غنی ایران از راه هنر، معماری، شعر، دانش و فناوری، پزشکی، فلسفه و مهندسی اثر قابل توجهی بر جهان گذاشته است.

سبک زندگی

خوراک و آشپزی

آشپزی ایرانی اگرچه زیر تأثیر روش‌های آشپزی جهان عرب و شبه‌قاره‌ای بوده است اما به اندازه زیادی محصول جغرافیا و محصولات خوراکی درون ایران است. برنج یک ماده اصلی در رژیم غذایی ایرانیان است و گوشت (بیشتر گوسفند) تقریباً در اکثر وعده‌های خوراک ایرانی نقش دارد. سبزیجات برای رژیم غذایی ایرانی حائز اهمیت است و برنج و نان تقریباً در هر غذا استفاده می‌شود. شیر، و به ویژه پنیر و ماست مهمترین محصولات لبنی سفره ایرانی می باشد، به‌طور معمول مزه غذای ایرانیان لطیف است (نه خیلی تند و شور و نه عموماً شیرین) در میان چاشنی‌ها نمک، زردچوبه، زعفران، فلفل، رب گوجه، دارچین از پرکاربردترین‌هاست.

بعد از برنج، نان بعنوان یک ماده اصلی در سفره ایرانیان به‌شمار می‌رود. بربری، تافتون، لواش و در نهایت، سنگک که سرآمد نان‌های ایرانی است، توسط ایرانیان مصرف می‌شوند. ایرانیان در پخت انواع برنج (کته، چلو، پلو) انواع خورشت‌های رنگین با طعمهای بینظیر، انواع کباب‌ها، آبگوشتها و آش‌ها سرآمد کشورهای جهان هستند. (در سال ۲۰۰۵ سازمان ایرانگردی و جهان گردی در یک نظر سنجی از ۵۰۰۰ جهانگردی که از ایران بازدید داشته اندانجام داده بود تقریباً ۷۳ درصد طعم غذاهای ایرانی را در بین تمام غذاهای جهان بینظیر و کم نظیر توصیف کرده بودند)

سرگرمی و ورزش

سرگرمی‌ها

ایرانیان دارای سبک خاصی از سرگرمی و گذران اوقات فراغت در بین ملل هستند. بازیهای مفرحی چون چوب بازی (این بازی در بین ایل‌های لر، بختیاری و شاهسون جزء مهمترین آمادگی های رزمی نیز محسوب می گردد) کشتی (لوچو) مازندران) چوخه (خراسان بزرگ) گیل مردی (گیلان) لنگی (سیستان) کوراش یا شالی (ترکمن صحرا و خراسان) ورزش زورخانه ای، الک دولک، هفت چوب یا هفت سنگ، یه قل دو قل، زو (در نواحی شرقی کبدی) و دهها بازی دیگر از ابداعات ایرانیان است.

قصه گویی، متل گویی، مثل گویی، شاه نامه خوانی و نقالی (خصوصا در قهوه خانه ها) خیمه شب بازی، شعر خوانی و گرفتن فال حافظ، پرده خوانی و... از رایج ترین سرگرمی ها در دورهمی ها، جشن ها و مهمانی ها بوده است.

امروزه با رواج بازیهای نوین و خصوصا صنعت دیجیتال اقبال عمومی به سمت بازیهای کامپیوتری و موبایلی افزایش خیره کننده ای داشته است، بطوری که طبق گزارشی که در سال ۱۳۹۶ منتشر گردید از هر ۵ نوجوان و جوان زیر ۲۲ سال ۳ نفر درگیر بازیهای دیجیتال بوده اند (تقریبا ۶۰ درصد) و از هر ۱۰۰ ایرانی ۳۵ نفر با گوشی های خود بازی انجام می دهند. (۳۵ درصد)

ورزش

ورزش در هر کشور بعنوان یک عامل مهم فرهنگی تشکیل دهنده فرهنگ عمومی است به همین دلیل در اکثر کشورهای پیشرفته دنیا سعی می شود ورزش به صورت یک بخش مهم از فعالیت های روزمره در آید.

ایران یکی از کشورهایی است که دارای فرهنگ قهرمانی و پهلوانی باستانی است. در کتاب وزین شاهنامه به کرات از کشتی، چوگان، تیر اندازی، اسب سواری، شنا و... بعنوان شاخصهای قهرمانی و پهلوانی یاد شده است.

بی شک سه ورزش کشتی، چوگان و ورزش زورخانه (باستانی) بعنوان سه نماد ورزش ایرانی در بین ملل شناخته می شود. این ورزشها بعنوان نمادهای ایرانی در اعیاد، مراسم، جشن ها، عروسی ها و... برگزار می گردیده است. در کنار این ورزشها تیر اندازی، اسب سواری، شنا، مبارزه با حیوانات، بلند کردن و جابجایی اجسام سنگین (وزنه برداری)، سنگ نوردی و غیره نیز در بین ایرانیان رواج داشته است. (در گذشته افرادی به عنوان قاصد شناخته می شدند که در بعضی مواقع تا یک هفته می توانستند بدونند)

بعد از صفویه و ارتباط نزدیک با جهان غرب ورزشهای نوین به کشور ما وارد شد. امروزه سه ورزش فوتبال، والیبال و بسکتبال در ورزشهای گروهی و ورزشهای رزمی شرقی مثل تکواندو، کاراته و ووشو در بین جوانان از اقبال ویژه ای برخوردار است. طبق نظر سنجی انجام پذیرفته فوتبال محبوب ترین ورزش در بین جوانان ایرانی و شهرآورد تهران (مسابقه فوتبال بین تیمهای استقلال و پرسپولیس) پر بیننده ترین مسابقه ورزشی در ایران محسوب می گردد.

مد و پوشاک

تاریخ دقیق پیدایش نساجی در ایران، هنوز مشخص نشده است اما به شکل احتمالی، همزمان با پیدایش تمدن در نظر گرفته می شود. فردوسی و شماری از تاریخ نگاران شرق و غرب، کیومرث اولین پادشاه پیش دادیان) را مبدع استفاده از پوست و موی جانداران به عنوان پوشاک، دانسته اند. یافته هایی در شمال ایران، از حدود ۶۰۰۰ سال پیش از میلاد، وجود دارد که به بافت پشم در آن دوران، اشاره می کند. بر اساس شواهدی که در سنگ نگاره های تخت جمشید، معبد چغا زنبیل، نقش رستم، نقش رجب و... دیده می شود صنعت پوشاک در ایران بسیار پیشرفته و شگفت انگیز بوده است.

در ایران تنوع پوشاک در بیت اقوام و ایلات کاملاً قابل مشاهده است تنوع و رنگ آمیزی لباسهای اقوام شمالی (طبرستان و گیلان)، آذربایجان، کردستان، لرستان، بختیاری، خوزستان، بوشهر و

هرمزگان، خراسان و دیگر اقوام ایرانی نشان از نفوذ فرهنگ در لایه های زیرین فرهنگ عمومی را دارد.

پس از در دوران قاجار و ارتباط با ملل غربی نوع پوشش به سرعت تغییر یافته و البسه و پوشش جدید در بین مردم ایران فراگیر شد، به شکلی که امروزه در شهرهای بزرگ کمتر نشانه ای از پوشش سنتی و اصیل ایرانی یافت می شود.

دید و باز دیدها و مهمان نوازی

وجود سنت دید و بازدید در اکثر اعیاد و جشن ها مثل نوروز، چهارشنبه سوری، سیزده بدر و اعیاد اسلامی مثل عید فطر و قربان موجب گردیده که مهمانی بعنوان بخش مهمی از فرهنگ عمومی در بیاید، این مسئله به قدری مهم بوده که در گذشته اکثر خانه های ایرانی دارای مهمانسرا و شاه نشین بوده که محلی مخصوص جهت پذیرایی از مهمانان بوده است. همین عامل موجب گردیده که ایرانیان از گذشته های دور به عنوان ملتی مهمان نواز محسوب شوند. مرحوم دهخدا در کتاب امثال و حکم خود تاکید دارد که بخش مهمی از ضرب المثل های ایرانی در باب پذیرایی از مهمانان است.

ریاکاری و تعارف

طبق بررسی های تاریخی از سده های هفتم و هشتم، جامعه ایرانی دچار مشکل تظاهر شده است. تغییر نگرش های اجتماعی، وجود دولت های دیکتاتور، کنترل شدید اجتماعی و شیوع مشاغل دولتی از مهمترین علت های این امر بوده است. الگوگیری اجتماعی، موجب شده است بسیاری از مردم ایران برای کسب امکانات اجتماعی یا کسب تأیید اجتماع، خود را چیزی نشان دهند اما در عمل، چنین نباشند. جامعه ایران، ریاکاری و تظاهر را به عنوان یک استراتژی تعامل پذیرفته است. به شکل کلی، فرهنگ تاریخی جامعه، حکومت و ارزش هایی که شغل شخص برای وی ایجاد می کنند، باعث گسترش تظاهر، خودسانسوری و ریاکاری در جامعه ایرانی شده است.

تعارف کردن شکل خفیف ریا کاری در بین مردم است که به سرعت شایع و پذیرفته شده است.

نام‌ها

نام گذاری و نامیدن از اولین ابداعات بشری است. تا قبل از ورود اسلام به ایران تقریباً تمام نامهای ایرانی اعم از مردان، زنان، مکان‌ها، وقایع و غیره دارای ریشه فارسی پهلوی بوده است اما پس از ورود اسلام و پذیرش سریع آن توسط مردم و دولتهای حاکم، اسامی اسلامی با ریشه عربی به سرعت جایگزین اسامی فارسی شد این روند در دوره‌های مختلف با فراز و فرودهایی همراه بوده است امروزه سه نام محمد، علی و احمد در بین مردان و سه نام زهرا، فاطمه و مریم در بین زنان و سه نام خانوادگی محمدی، احمدی و صادقی از پر تکرار ترین نامهای ثبت شده در ثبت احوال ایران است.

هنر و رسانه

موسیقی

موسیقی در ایران، از دوران باستان، حائز اهمیت بوده است. در دوران شاهنشاهی هخامنشی، موسیقی در آیین‌های مذهبی و دادگاه‌ها استفاده می‌شده است. هویت دقیق موسیقی ایرانی، هنوز آشکار نشده است اما تحقیقات پیرامون آن، ادامه دارد و جوانبی از آن، مشخص شده است. بر خلاف موسیقی غربی موسیقی ایرانی از روی نت نواخته نمی‌شود (هر چند امروزه این موسیقی نیز از قوانین نت سازی و نت نویسی پیروی می‌کند) در موسیقی سنتی ایران بداهه نوازی شکل خاصی از نواختن موسیقی است که با گوش دادن و یادگیری شفاهی نواخته می‌شود. سازهایی همانند تار، سه تار، بربط، سنتور، قانون، کمانچه، نی، قیچک، رباب، تنبک، دف، دایره و دایره زنگی به احتمال زیاد از ابداعات و اختراعات ایرانیان است.

موسیقی ایرانی در دستگاه نواخته می‌شود. (نغمه‌ها و آهنگ‌ها) بیشتر منابع معاصر هفت دستگاه را بر می‌شمرند و علاوه بر آن، پنج آواز نیز مطرح می‌کنند که هر کدام زیرمجموعه یکی از این

هفت دستگاه است. این دستگاه‌ها عبارتند از همایون، ماهور، شور، سه‌گاه، چهارگاه، راست‌پنج‌گاه، و نوا.

در نواحی غربی ایران مانند لرستان، کردستان، کهگیلویه و بویراحمد و نواحی جنوبی ایران حتی در مراسم عزا نیز موسیقی نواخته می‌شود. رقص‌های گروهی در بعضی از مناطق ایران مثل کردستان، لرستان و... جزء موسیقی ایرانی است.

قادر

تعزیه، سیاه بازی (تخته حوضی)، نقالی، پرده خوانی، خیمه شب بازی جزء هنرهای نمایشی در ایران کهن بوده است. تعزیه یک هنر ایرانی اسلامی است که بیشتر به باز آفرینی وقایع کربلا پرداخته و در ایام محرم و صفر در هیئت‌ها و تکیه‌ها اجرا می‌شده است. متأسفانه امروزه تقریباً تمام این هنرها یا از بین رفته و یا در حال از بین رفتن هستند.

فرش و قالی ایرانی

بی شک قدیمی‌ترین و اصیل‌ترین هنر ایرانی بافت فرش و قالی است. کهن‌ترین بافته یافت شده بشری فرش پازریک است که در دره ای به همین نام در کشور روسیه کشف شده است و تمامی باستان‌شناسان بر اساس شواهد و نقش‌های موجود اعتقاد دارند مربوط به اقوام آریایی و حدود ۳ تا ۴ هزار سال قبل می‌باشد.

هنر فرش دست بافت ایرانی برگرفته از فرهنگ، آداب و رسوم، جغرافیا، مکان‌ها و حتی وقایع تاریخی است که در تمامی نقاط ایرانی اعم از شرق و غرب و جنوب و مرکز ایران رونق دارد. معروفترین فرش‌ها و قالی‌های ایران بافت کاشان، مشهد، قم، تبریز و... می‌باشد که اکثراً شهرت جهانی دارند.

قالی ایرانی یا فرش ایرانی از دیرباز دارای آوازه و مورد استفاده بود. در نمونه‌ای سند آن نیز گزنفون تاریخ‌نگار یونانی در کتاب سیرت کوروش، در بین سال‌های ۴۳۰ تا ۳۴۵ پیش از میلاد می‌نویسد: «ایرانیان برای این که بسترشان نرم باشد قالیچه زیر بستر خود می‌گسترند.

معماری و مسکن

معماری ایرانی دارای دانش بومی و پیشینه‌ای طولانی است و در طول تاریخ، همواره به عنوان عالی‌ترین بخش هنر ایران، شناخته شده‌است. این معماری در دوره‌های هخامنشیان، پارت‌ها و ساسانیان برتر بوده‌است و در دوران اسلامی نیز برتری خود را حفظ کرده‌است. منازل ایرانی دارای ساختاری خاص بوده که مهمترین خصیصه آن فراخی و بزرگی و قسمت‌های مجزای آن است. با آغاز دوران قاجاریه و ورود فرهنگ جدید غربی معماری ایرانی نیز دستخوش تغییرات شد این تغییرات در دوران پهلوی سرعت بیشتری گرفت. ساخت مسکن‌هایی با الگوهای غربی خصوصا آپارتمان و برج‌های چند ده طبقه و شهرک‌های مرتفع شکل مسکن معماری سنتی ایرانی را متحول نمود.

نشریات

تا قبل از ورود صنعت چاپ به ایران به علت پایین بودن سطح سواد عمومی مهمترین رسانه‌ها ی عمومی جارچی‌ها و اعلان‌خوان‌ها بوده‌اند. کاغذ/خبر نخستین نشریه ادواری ایران است که ۷۰ سال پیش از صدور فرمان مشروطه ایران آغاز به انتشار کرد. این نشریه به‌طور ماهانه در دوره پادشاهی محمدشاه قاجار توسط میرزا صالح شیرازی در تهران منتشر می‌شد بعد از اعزام اولین گروه دانشجویان به خارج از کشور ایده چاپ دومین نشریه ایرانی به نام وقایع الاتفاقیه که تنها خبرهای داخلی کاخ شاه را انتشار می‌داد و بطور هفتگی و در نسخه‌های بسیار محدود و به شکل سنگی چاپ می‌شد در زمان ناصرالدین شاه قاجار و به همت امیرکبیر اتفاق افتاد.

با ورود صنعت چاپ به ایران چاپ روزنامه و کتاب سرعت بیشتری گرفت. مهمترین نشریات چاپ ایران روزنامه صور اسرافیل، ستاره ایران، نامه شمال، طوفان، مهرگان، کیهان، اطلاعات، رستاخیز و نشریات دیگر بوده است.

کتاب

یکی از کهن ترین چاپ کنندگان کتاب در جهان کشور ایران بوده است، قدمت چاپ کتاب در ایران به بیش از ۳۰۰۰ سال قبل باز می گردد. چاپ کتاب به شکل جدید از بعد از ورود صنعت چاپ و دوران مشروطیت در ایران شکل گرفت.

اولین کتاب چاپ شده در ایران بر اساس مدارک موجود، کتاب زبور داوود یا ساغموس بوده است که در سال ۱۶۳۸ به زبان و خط ارمنی در شهر جلفای اصفهان به چاپ رسیده است. این کتاب که ۵۷۲ صفحه دارد به دست کشیشان ارمنی چاپ رسید.

سینما

پرهوادارترین گونه سرگرمی در ایران، سینما است که رسانه مهمی برای تفسیرهای اجتماعی و سیاسی بوده است. نخستین سینمای همگانی ایران، توسط میرزا ابراهیم خان عکاس باشی که نخستین فیلم ساز ایرانی است، در سال ۱۲۸۳ گشایش یافت اما نخستین سالن رسمی سینمایی در این کشور، در سال ۱۳۰۵ به نام سینما ایران در تهران ساخته شد. نخستین فیلم بلند سینمایی این کشور، آبی و رابی بود که در سال ۱۳۰۹ توسط اوانس اوگانیانس ساخته شد. نخستین فیلم صدادار ایرانی نیز فیلم دختر لر بود که در سال ۱۳۱۲ توسط اردشیر ایرانی ساخته شد. در دهه ۱۳۲۰ شرکت های سینمایی ایرانی پدیدار شدند و سینما میان مردم، عمومی تر شد.

تا مدتها سینما در ایران شکلی کاملا سرگرمی داشت و تحت سلطه فیلمهای خارجی بود با علمی شدن سینما و تحصیل عده ای از جوانان علاقمند به این رشته سینمای ایران شکل جدید به خود گرفت این رشته پس از انقلاب علاقمندان بسیاری در بین جوانان یافت به شکلی که موج نو سینما باعث ساخت فیلمهای موفق و کسب جوایز ارزشمند سینمایی برای این رشته در ایران شد.

در حال حاضر فیلمهای بسیار با ارزش و دارای موضوعات نو و قابل ملاحظه در ایران ساخته شده است.

آیین‌ها و رسوم

ایران دارای مردمی از اقوام گوناگون است که خود را دارای هویت ایرانی می‌دانند و تاکنون، جشن‌های ملی ایران را پاس داشته‌اند. اعیاد و سوگواری‌های اسلامی نیز در ایران بسیار رایج است. پس از انقلاب ۱۳۵۷، این مراسم‌ها شکلی مجلل به خود گرفت.

جشن سال نوی ایرانی یا همان نوروز، از سوی یونسکو به عنوان میراث فرهنگی و معنوی بشریت ثبت شده‌است و مجمع عمومی سازمان ملل متحد با تصویب قطعنامه‌ای، ۲۱ مارس، برابر با اول بهار را به عنوان روز جهانی نوروز به رسمیت شناخته‌است. این آیین باستانی ایرانی، توسط پیروان ادیان مختلف و در کشورهای دیگر نیز جشن گرفته می‌شود. این جشن به عنوان مهم‌ترین تعطیلات ایران شناخته می‌شود.

روایت شهادت یکی از مؤلفه‌های اساسی فرهنگ شیعه است. یادبود نبرد کربلا و شهادت امام حسین(ع) و یارانش، به همگی بخش‌های فرهنگ ایران، وارد شده‌است و در اشعار، آهنگ‌ها و رسوم مذهبی شیعیان ایران نمایان است. هیچ‌کدام از تلاش‌های حکومت‌های مختلف برای کم رنگ کردن این واقعه میان مردم ایران موفق نبوده است. نمایش عمومی خنده و شادی در این دوران، نامطلوب بوده و در برخی محافل، گناه دانسته شده‌است.

مراسم عروسی

مراسم عروسی در ایران دارای آیین و مراحل ویژه‌ای است. بعد از مراسمات و اعیاد ملی مذهبی عروسی مهمترین شاخص و مراسم میان ایرانیان است. در بین تمام ملل و اقوام ایرانی ها دارای پر شکوه ترین مراسم عروسی ها هستند.

مراسم عروسی در بین اقوام ایرانی جایگاه ویژه ای داشته و با یکدیگر متفاوت است در بعضی از مناطق ایران مراسم عروسی تا دو هفته گزارش شده است.

عروسی در ایران با مراسم خواستگاری شروع و با مراسم پاتختی به اتمام می رسد. خواستگاری، رو نمایی، مصلحت، حنا بندان، قند بران، جهاز بران (طبق کشان)، عقد کنان، عروسی گیران، دست به دست دادن، تخت نشان (پاتختی) بخش هایی از مراسم عروسی در ایران است.

عزاداری

ایرانی ها به علت ماهیت احساسی و ظرافت اخلاقی در غم از دست دادن عزیزان خود مراسم متعدد و مختلف سوگواری برگزار می کنند.

مراسم تشییع جنازه، کفن و دفن، نماز میت، نماز وحشت، مراسم ختم (ختم قرآن)، جزوه خوانی، مراسم شام غریبان، پرچم گردانی، حجله گزاری، شب سوم، شب هفتم، اولین شب جمعه، چهار جمعه، شب چله (اربعین) و سالگرد از مراسمات شایع برای درگذشتگان است. در بعضی از مناطق ایران موسیقی عزا نیز نواخته می شود. (لرستان، کردستان، گیلان و...)

ایرانیان همچنین برای بزرگان دینی خود نیز مراسم عزا برگزار می نمایند مهمترین مراسم عزاداری در ایران مربوط به واقعه کربلا و امام حسین (ع) است.

این مراسم از ابتدای محرم آغاز و تا پایان ماه صفر (به مدت دو ماه به صورت متناوب) برگزار می گردد. اوج عزاداری در این ایام عاشوا، تاسوعا و اربعین است.

زنجیر زنی، سینه زنی، علم گردانی، طبل و سنج نوازی، نوحه خوانی، تعزیه، طشت گذاری، نخل گردانی، گل مالی، بیل زنی، هفت منبر، کرب زنی، شام غریبان، خیمه سوزان، چایینه خوانی و مشعل گردانی تنها چند نمونه از آیین محلی عزاداری در شهرهای مختلف ایران هستند.

نتیجه گیری

آنچه بطور اجمال در این نوشتار مورد ملاحظه قرار گرفت تا حدودی قدرت، جامعیت و گستردگی فرهنگ عمومی و تأثیرات آن بر زندگی اجتماعی انسانها را بیان می کند . باتوجه به ابعاد و بزرگی این تأثیرات است که اهمیت مطالعه دقیق و همه جانبه فرهنگ عمومی و رابطه و پیوند آن با سایر مقولات جوامع انسانی روشن می شود . در این بررسی اجمالی تاکید ویژه ای به آنچه تحت عنوان معیارهای فرهنگی معروف هستند بعنوان مشخص ترین و اصلی ترین وجه تعیین کننده هویت و قابلیت فرهنگی عمومی به عمل آمد و به برخی از معیارهای فرهنگی که مستقیماً موجب صعود یا سقوط نظامهای اجتماعی می شوند اشاره گردید.

در اینجا بعنوان نتیجه گیری از موارد یاد شده به نکته دیگر که در بحث مربوط به فرهنگ عمومی قابل ملاحظه به نظر می رسند باز هم بصورت اجمال پرداخته می شود:

۱- ضرورت اصلاح و تغییر فرهنگ عمومی

مشاهدات ما از دنیایی که در آن زندگی می کنیم بیان کننده این واقعیت است که در هیچ دوره ای از تاریخ حیات بشر، وضعیت جهان تا این حد دستخوش تغییر و تحولات سریع و خارق العاده نبوده است. تغییرات و تحولات سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، ایدئولوژیک، و تکنولوژیک نه تنها عمیق و عظیم اند، بلکه به گونه ای شگفت آور غیر قابل اجتناب و ناگزیر به نظر می آیند. این حقیقت که زمینی که بر روی آن زیست می کنیم در مقایسه با جهان هستی بسیار کوچک است و اینکه مرزهای جغرافیایی و قلمروهای ملی مشخص شده بر روی آن در برابر امواج و ابعاد عظیم

تغییر و تحول که در گوشه و کنار کره خاک پیوسته در حال تکوین و تبدیل‌اند کمتر به حساب می‌آیند، برکسی پوشیده نیست. در دنیای متحول امروز عمدتاً به سه شکل می‌توان به زندگی و حیات اجتماعی ادامه داد: می‌شود مرعوب و مفعول امواج گسترده تحولات و ابعاد عظیم آن بود، می‌توان براین امواج سایه گستر و سرنوشت‌ساز سوار شد، و نیز می‌توان موج آفرید و سایه آن را از خانه و محله و جامعه خود تا اقصی نقاط این دنیای بی‌مرز گسترانید.

این موضوع نباید چیز چندان غریبی به نظر آید، چرا که هم اکنون آنهایی که افسار امواج خروشان و تیزبای تغییرات را بدست دارند انسانهایی هستند درست مانند بقیه انسانها. فقط از طیف بکارگیری توان و قابلیت‌هایی که همه دارند، و چه بسا از آن غافلند، آنها توانسته‌اند حضور و مکانیزمهای حرکت امواج را شناسایی کنند و آن را در جهت منافع وامیال خود، و یا در راستای رفع نیازهای واقعی یا کاذب خود، بکار گیرند. در صورت به کارگیری همان توان و قابلیت‌های عام بشری، دیگران و از جمله جامعه ما هم می‌تواند برای انجام چنین شناخت و بهره‌برداری‌هایی قیام و اقدام کند و سهم خود را از حاصل و نتیجه حرکت امواج تغییر و تحول در جهان بردارد. چنین امری البته نیاز به تصمیم و اراده و همت جمعی یک جامعه دارد، و لازم است زمینه فرهنگی - اجتماعی آن در بین مردم فراهم گردد. اما همان‌گونه که بصورت ضمنی اشاره شد این، یعنی حضور و وجود امواج عظیم تحول و تغییر، همه آنها واقعیت دارد نیست. در ورای آن واقعیت دیگری نیز قابل درک و مشاهده است، فقط کمی بیشتر دقت و حساسیت و تیز بینی می‌خواهد. به اعتقاد ما هیچ پدیده‌ای در جهان هستی بی‌خالق نیست و می‌دانیم که خالق و پدیدآورنده پدیده‌های اجتماعی انسانها هستند.

امواج عظیم تحولات اجتماعی، اقتصادی، تکنولوژیک و غیره در دنیا، هر چقدر هم که ابعاد و گستردگی خارق العاده داشته باشند باز هم یک خصوصیت اصلی دارند و آن اینکه پایه‌گذار آنان انسانها بوده‌اند، انسانهایی همانند ما. هیچ تحول و تغییر اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، یا تکنولوژیک که امواج هر چقدر کوتاه یا بلند داشته باشد، نمی‌توان یافت که ریشه و اساس آنرا افراد انسانی پی‌ریزی نکرده‌باشند. حال ممکن است این آغاز و پایه‌ریزی توسط یک فرد یا تعداد معدودی افراد صورت گرفته باشد و سپس توسط جماعتی بدان دامن‌زده شده و در مراحل بعدی با

مشارکت و دخالت گروه‌های کثیری بر گستردگی و شدت حرکت آن افزوده گشته و بصورت یک جریان قوی تحولات و تغییرات در آمده است. اگر شرایطی که در جامعه ما حکمفرما و جاری است آن چنان به نظر نمی‌رسد که بتواند ما را نه مرعوب و مجبور به تسلیم و پذیرش بی‌چون و چرای هر تحول و تغییر برآمده از شرایط جامعه خودمان یا جامعه جهانی، که فعال و سوار بر امر امواج تغییر است بنماید. و از آن بالاتر چنانچه آرمانها و اهداف بلندی الهام یافته از اسلام و قرآن داریم که فکر می‌کنیم می‌توانند جریان ساز و موج آفرین باشند، اصولی در این راستاست، باید فرهنگ عمومی و ضرورت تحول و اصلاح آنرا در جامعه خود دریابیم.

پس برای اینکه به خصایل نیک، ارزشهای متعالی، و گرایشات و رفتارهای سازنده و تکامل بخش فرصت شکوفایی ببخشیم، باید فرهنگ عمومی جامعه را برای پرورش آنها تزکیه و اصلاح نماییم. بدون توجه به این مهم هرگونه سرمایه‌گذاری دیگر و تامین منابع دیگر دخیل در امر رشد و توسعه چندان راه به جایی نخواهد بود. تجربه تاریخی خودمان و دیگران این واقعیت را به ثبوت رسانده است.

۲- چگونگی اصلاح و تغییر فرهنگ عمومی

با توجه به آنچه در بخشهای قبلی راجع به شناخت فرهنگ عمومی و کارکرد عوامل و مشتقات آن بیان شد، در جریان طراحی برنامه‌ای برای ایجاد تغییر و اصلاح در فرهنگ عمومی لازم است ملاحظاتاتی چند را منظور داشت تا اجرای آن برنامه در عمل با موفقیت قرین گردد. اگر ما به شرایط موجود دنیا و جامعه خود از موضوع و جایگاه فردی نگاه کنیم شاید به این نتیجه برسیم که در برابر بزرگی و پیچیدگی تحمیل‌ها هیچ‌کاری نمی‌شود کرد و باید تسلیم روزگار شد. نظام فرهنگی موجود با مقتضیات و القائنات آشکار و پنهان خود در این صورت، همچون هیولایی عظیم و افسار گسیخته می‌ماند که هر گونه تلاش و مقاومت ما در مقابلش آنچنان ضعیف و ناتوان به نظر می‌رسد که بعید است راهی به جایی برد.

مورد دیگری که در بحث چگونگی اصلاح باید مورد ملاحظه قرار گیرد این است که هر گونه برنامه‌ریزی جهت تغییر یا اصلاح فرهنگ عمومی باید در بر گیرنده میل و اراده مردمی باشد که

تحت تأثیر آن فرهنگ و به تبعیت از اقتضائات آن زندگی می‌کنند. بنابراین غلط است که فکر کنیم گروهی به عنوان خبره یا نخبه یا مسئول می‌توانند همه پروسه شناخت و تجزیه و تحلیل فرهنگ عمومی یک جامعه وسیع را به عهده بگیرند و پس از آگاهی یافتن از نقاط ضعف و قوت، به نسخه پیچی و سپس پیاده کردن برنامه اصلاح و تغییر بپردازند، بی‌آنکه انسانهای ذینفع در این امر نیاز به تغییر و تحول را خوددرک و در پیوسته تغییر دخالت داشته باشند.

نقش روزنامه‌ها در رشد و گسترش فرهنگ عمومی

امروزه علیرغم پیشرفتهای فراوان علوم ارتباطی و اطلاع رسانی، هنوز در بین رسانه‌های گروهی، جراید خصوصاً روزنامه‌ها، سودمندترین، فراوان‌ترین و ارزان‌ترین وسیله برای بالا بردن سطح آگاهی افراد جامعه و مبارزه با جهل و بی‌خبری به شمار می‌آیند. در بین جوامع توسعه یافته و در حال توسعه هنوز نشر و مطالعه روزنامه مبین روشنفکری، درک عمیق و بالا بودن شعور سیاسی و اجتماعی است. روزنامه‌ها به خاطر ویژگی‌هایی از قبیل ارزانی، فراوانی، نقل صحیح و دقیق اخبار، اختصار و تنوع مطالب و سادگی زبان و... قادر هستند طیف گسترده‌ای از اقشار مختلف جامعه را تحت پوشش اطلاعاتی قرار دهند و نیز به واسطه مقبولیتی که در مردم دارند می‌توانند وسیله خوبی برای انتقال آگاهی‌های مختلف به ذهن و خاطر مردم و ترمیم و تصحیح روابط و ضوابط موجود در جامعه باشند.

راهکارهای بهینه سازی فرهنگ عمومی

۱- خانواده به عنوان اولین کانون تربیتی باید نسبت به مسئولیتهای خویش آگاه باشد. باید اعضای این تجلیگاه پرورش و تربیت، پاسدار حریم مقدس آن و دارای اعتدال رفتار باشند. زیرا محیط خانواده بستر رشد فضایل و ملکات اخلاقی و تحکیم مبانی عقیدتی و فرهنگی است.

۲- وظایف و تعهدات جامعه نیز در اشاعه فرهنگ سالم کمتر از خانواده نیست جامعه به کمک رسانه‌های دیداری، شنیداری و نوشتاری در القاء و انتشار فرهنگ اصیل دینی و آیین ملی و رشد و بالندگی جامعه بسیار موثر است.

برخی از مسئولیتهای جامعه عبارت است از:

- تبلیغ پیام انسان ساز اسلام و مداومت در ابلاغ، که جامعه را از گزند نفوذ فرهنگ‌های بی پایه و وارداتی مصون می‌دارد. و بنیه اعتقادی افراد را تقویت می‌نماید.
- رسانه‌ها باید، جامعه را به دانشگاهی مبدل نمایند که بستر تبادل افکار باشد و در فضای باز فرهنگی ارائه الگوهای پسندیده معنی‌دار شود.
- آموزشهای فرهنگی از سوی رسانه‌های جمعی باید به صورت مستقیم و غیرمستقیم باشد و نیز مطابق نیازهای عمومی افراد جامعه در تمام زمینه‌های فرهنگی صورت پذیرد.
- آموزشهای فرهنگی باید با مقتضات زمان همراه بوده و طرحها و برنامه‌های نوین ارائه دهد.
- لازمه درونی شدن ارزشها وجود انگیزه‌های قوی است.