

توصیف و تحلیل نظام آموزش فرهنگی مطلوب

سعید زمانی^۱

فصلنامه مدیریت فرهنگی مطهر، سال نوزدهم، شماره ۶۰، بهار ۱۴۰۱

چکیده

یکی از دغدغه های اساسی سیاستمداران و نخبگان سیاسی و فکری تمام جوامع و بالخصوص جوامع جهان سوم چگونگی تحکیم ارزش ها در جامعه می باشد. با چه سازو کاری می توان ارزش های جدید را در فرهنگ یک جامعه جای داد تا انسان های آن جامعه رفتار ها و اعمال خود را با ارزش ها منطبق ساخته و منشاء رفتار های خود را آن ارزش ها بدانند. برای همین مهم است که باید بدانیم چگونه می توان ارزشها و فرهنگ یک جامعه را به افراد جامعه منتقل کرد. موضوعی که از آن با عنوان جامعه پذیری یاد می شود. به عبارت بهتر باید دانست فرایندها، عوامل موثر، راهکارها و نقش نظام فرهنگی جامعه در جامعه پذیری (آموزش فرهنگی) چیست؟ لذا این مقاله به منظور توصیف و تحلیل نظام آموزش فرهنگی مطلوب نگاشته شده، جنبه کاربردی داشته و با توجه به هدف پژوهش از نوع تحقیقات توصیفی می باشد. روش آن روش مطالعه اسنادی و کتابخانه ای است و در نهایت ویژگی های نظام آموزش فرهنگی مطلوب را پیشنهاد می دهد.

واژه های کلیدی: نظام، نظام فرهنگی، مهندسی فرهنگی، اجتماعی سازی، جامعه پذیری.

^۱ - عضو هیئت علمی دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین(ع)، دانشجوی دکتری مهندسی سیستم های فرهنگی

مقدمه

انسان به عنوان یک موجود اجتماعی، دارای نظام فرهنگی است و تنها انسان است که قادر به فرهنگ‌سازی است. به دلیل فرهنگ محور بودن زندگی انسانی، کیفیت رفتاری افراد به جایگاه شناختی و فرهنگی او و جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کند نسبت داده می‌شود. فرهنگ با مجموعه‌ای از ویژگی‌ها مشخص می‌شود. از مهمترین ویژگی‌های فرهنگ این است که آموختنی، قابل اشاعه و پویا است. فضا و بستر همه فعالیت‌های جامعه، فرهنگ است. هیچ جامعه یا حتی سازمان و بنگاهی را نمی‌توان یافت که فاقد نقش و مسئولیت فرهنگی باشد. رابطه فرهنگ با جامعه همانند رابطه روح با اعضا و جوارح یک موجود زنده، دو طرفه است. همان‌گونه که روح را نمی‌توان به اجزای مختلف تقسیم کرد یا آن را در یک عضو متمرکز و دیگر اعضا را از آن محروم نمود، فرهنگ نیز چنین است. نمی‌توان در جامعه‌ای فعالیتی را سراغ گرفت که بتواند مستقل از فرهنگ آن جامعه ایجاد شود و هویت آن جامعه را دارا باشد؛ چرا که هر فعالیتی در بستر و با پشتوانه فرهنگی خاصی انجام می‌شود.

از جمله کارکردهای نظام فرهنگی جامعه آموزش فرهنگی است. آموزش فرهنگی از طریق نظام‌های جامعه‌پذیری^۲ رسمی و غیر رسمی انجام می‌گردد. توسعه و تکامل علوم، منجر به پیدایش شیوه‌ها و ابزارهای نوین و متعددی در زمینه‌ی اشاعه‌ی تولیدات، رفتارها و اندیشه‌های فرهنگی و اجتماعی شده است. تنوع و دامنه‌ی نفوذ این شیوه‌ها تا حدی است که مرزهای ملی و منطقه‌ای را درنوردیده و جهان را به تعبیر مک لوهان تبدیل به «دهکده‌ی جهانی» نموده است. با پیشرفت علوم و فنون مختلف، که خود متأثر از فرهنگ می‌باشند، زمینه‌های فکری و نگرشی جوامع نیز دستخوش تحول گردید. این تحول‌ها به نوبه خود موجب نوعی تغییر در ساخت‌ها و ساز و کارهای جامعه شد. در این ساختار نوپدید، ساز و کارهای جامعه‌پذیری نیز دچار دگرگونی‌های عمیقی شده‌اند، ابزارها متنوع‌تر از گذشته و روش‌ها علمی و محاسبه‌پذیر شده‌اند. در این راستا این سؤال مطرح می‌شود که نظام آموزش فرهنگی و جامعه‌پذیری چیست، فرایندها، عوامل موثر، راهکارهای آن کدام است و چه ارتباط و تعاملی با نظام فرهنگی دارد؟ لذا در این مقاله سعی شده است تا با روش مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای نظام آموزش فرهنگی مطلوب و به یک معنا نظام جامعه‌پذیری از جنبه‌های گوناگون مورد بررسی قرار گیرد.

تعاریف و مفاهیم اولیه

فرهنگ

^۲ - Socialization

امام خمینی(ره) فرهنگ را مبدأ همه خوشبختی‌ها و بدبختی‌های ملت میدانند و می‌فرماید آن چیزی که ملت‌ها را می‌سازد فرهنگ صحیح است. اگر فرهنگ درست بشود یک مملکت اصلاح می‌شود. (صحیفه نور، ج ۱۵، ص ۱۶).

آیت ا... خامنه ای نیز در تعریف فرهنگ می‌فرمایند: اساس و ریشه فرهنگ عبارت است از : عقیده و برداشت و تلقی هر انسانی از واقعیات و حقایق عالم و نیز خلیات فردی و خلیات اجتماعی و ملی او (۱۹ / ۰۹ / ۱۳۷۹)

از نظر بشیریه نویسنده کتاب (نظریه‌های فرهنگ در قرن بیستم) فرهنگ به عنوان مجموعه سازمان یافته‌ای از هنجارها، ارزش‌ها و قواعد است که مردم آگاهانه و یا ناآگاهانه بر اساس آن زندگی می‌کنند(بشیریه، ۱۳۷۹، ص ۱۸)

تیلور هم فرهنگ را مجموعه پیچیده‌ای شامل دانش‌ها، اعتقادات، هنرها، اخلاقیات، قوانین، رسوم و هر گونه توانایی و عادت دیگری که به وسیله انسان به عنوان عضو جامعه اکتساب شود، قلمداد می‌کند (آشوری، ۱۳۸۰، ص ۱۴).

پارسونز، فرهنگ را عبارت از آن الگوهایی می‌داند که به رفتار و فرآورده‌های عمل بشری مربوط است و می‌تواند به ارث برسد، یعنی بدون دخالت ژن‌های زیستی از نسلی به نسلی فراداده شود(همان).
برنارد، فرهنگ را به معنی جامعه شناختی آن عبارت از هر چیزی می‌داند که ساخته دست بشر باشد. چه شیء مادی باشد و چه رفتار نمادین یا سازمان اجتماعی(همان).

نظام

واژه "System" که معادل نظام است عبارت است از مجموعه ای از واحدها یا عناصر مرتبط به هم که به منظور تأمین اهداف از پیش تعیین شده در ارتباط و تعامل با یکدیگر فعالیت میکنند(توکلی، ۱۳۸۳، ص ۴۸)

نظام فرهنگی

نظام فرهنگی، مجموعه ای از دستگاه های فرهنگی است که وظایف آموزش، پژوهش و تبلیغ فرهنگی را بر عهده دارند. (ناظمی، ۱۳۸۴، ص ۱۶)

مهندسی فرهنگی

در مهندسی فرهنگی، نیز مهندسی، به معنای ارائه هندسه و شکل و طرح کلی یک حرکت کلان فرهنگی است تا به واسطه این طرح و نقشه حرکت، چشم انداز و دور نمای روشنی از زمینه هاو بسترهای حرکت و ظرفیت و توان زیرساخت ها و ساختارهای فرهنگی حاصل گردد. به عبارت دیگر

مهندسی فرهنگی؛ یعنی مهندسی کردن، مدیریت کردن، سامان بخشیدن، جهت دادن و اندازه کردن از نوع فرهنگی، با معیارهای فرهنگی و در قالب فرهنگی، از زاویه فرهنگ و متعلق دینی نیامده، متعلق چه چیزی را مهندسی فرهنگی کنیم در این عبارت نیامده است. (صادقی، رشاد، ۱۳۸۵). مهندسی فرهنگی عبارت است از طراحی نظام ها یا زیر سیستم های سازمان و برقراری تعامل آنها با یکدیگر به گونه ای که زیر سیستم فرهنگ و ارزشهای سازمان، زیر سیستم محوری آن باشد. (ناظمی، ۱۳۸۶، ص ۳۱) مهندسی فرهنگی به بیان دیگر به نظام ها، فرایند، جایگزین ها و فرمول بندی های مرتبط با پاسخ های خلاقانه به چالش های توسعه نهادهای فرهنگی و تشویق مردم به مشارکت در حیات فرهنگی جامعه می پردازد. (مزروعی، ۱۹۷۲). در تعریف دیگری مهندسی فرهنگی فرایند بازطراحی، اصلاح و ارتقاء شئون و مناسبات نظام های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی کشور بر اساس فرهنگ مهندسی شده با توجه به شرایط و مقتضیات ملی و جهانی است (ماده ۸ نظام نامه تدوین نقشه مهندسی فرهنگی شورای عالی انقلاب فرهنگی).

مهندسی فرهنگ

واژه مهندسی فرهنگ اساسا با توجه حوزه و گستره شمول از مهندسی فرهنگی متفاوت می گردد. زیرا اساسا مهندسی فرهنگ، موضوعا به خود فرهنگ به عنوان بعدی از چهار بعد سیاست، فرهنگ، اقتصاد و اجتماع می پردازد. مهندسی آن نیز به عوامل و عناصر و متغیردرونی و بیرونی خود فرهنگ معطوف است. در مهندسی فرهنگ، کلمه مهندسی به فرهنگ اضافه شده است، عبارت ترکیب مضاف الیه پدیدآمده است. مهندسی را به هر معنایی تفسیر کنیم منظور این است که خود مقوله فرهنگ باید هندسی پذیر باشد و اندازه مطلوب ما را بگیرد. بنابراین مهندسی فرهنگ یک کار فکری و تدبیر وسیعی را می طلبد مبتنی بر یک سلسله میانی نظری در مقوله فرهنگ (صادقی، رشاد، ۱۳۸۵).

جامعه پذیری، اجتماعی شدن، اجتماعی سازی^۳

جامعه پذیری، از نظر لغوی به معنای انطباق با جامعه و آشناسازی با جامعه است (حق شناس، ۱۳۸۷، ص ۸۴۲). در جامعه شناسی این مفهوم به فرایندی اطلاق می شود که به موجب آن افراد ویژگی هایی را که شایسته عضویت آنها در جامعه است را کسب می کنند. (Roger, ۲۰۰۷, p۶۴۹) به عبارت دیگر جامعه پذیری نوعی فرایند کنش متقابل اجتماعی است که در خلال آن فرد هنجارها، ارزش ها و دیگر

^۳- The social construction

عناصر اجتماعی، فرهنگی و سیاسی موجود در گروه یا محیط پیرامون خود را فرا گرفته، درونی کرده و آن را با شخصیت خود یگانه می‌سازد (سلیمی، ۱۳۸۵، ص ۱۴۴).

اجتماعی شدن فرد فرایندی است که به وسیله آن فرد جدید اطلاعات لازم و کافی را درباره سازمانی که وارد آن شده است کسب می‌کند و با قبول ارزشها، هنجارها و الگوهای رفتاری آن، خود را با اوضاع مطابقت داده، می‌آموزد که چه باید بکند و چه انتظاری از او می‌رود (برلیو، ۱۹۶۶، ص ۲۰۷).

اجتماعی شدن و اجتماعی سازی

اجتماعی شدن یا جامعه پذیری مفهومی است که به توصیف و تبیین چگونگی رفتارهایی می‌پردازد که فرد را قادر می‌سازد تا با فرهنگ جامعه خودش سازش یابد. در واقع، جامعه پذیری «فرآیندی است که بر اساس آن، فرد به اکتساب قوانین، رفتار و نظام باورها و بازخوردهای جامعه یا گروه مشخصی دست می‌یابد تا بتواند در درون آن جامعه زندگی کند» (دادستان، ۱۳۸۶، ص ۱۷۹). در جامعه پذیری، جامعه به القای ارزش ها و هنجارهای خویش به افراد نائل می‌آید (منطقی، ۱۳۸۳، ص ۵۸). از طریق اجتماعی شدن، فرد شیوه های زندگی جامعه خود را فرا می‌گیرد؛ شخصیتی کسب می‌کند و آمادگی رفتار به عنوان عضوی از یک جامعه را پیدا می‌کند. او یاد می‌گیرد خودش را با سیستم جدید انطباق داده و رفتاری مطابق با انتظارات جامعه انجام دهد (معاونت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم، ۱۳۸۳، ص ۱۰۰). در واقع، انسان در فرآیند جامعه پذیری است که از طریق کنش های متقابل اجتماعی، شیوه راه رفتن و گفتن را می‌آموزد و به تدریج به کسب تجربه های مختلف می‌پردازد (ستوده، ۱۳۸۶، ص ۴۹). در این میان، جامعه نه تنها برای بقای خود، افراد جامعه را به شیوه های گوناگون آموزش می‌دهد تا آنها نمادها، الگوها، ارزش ها و هنجارهای اجتماعی را در روابط متقابل خود به کار بگیرند، بلکه در تلاش است تا با دگرگونی هایی که در نظام اجتماعی و ترکیب افراد جامعه به علت مرگ و میر، زاد و ولد و مهاجرت رخ می‌دهد، به خودسازی و نوسازی خویش پردازد تا از این طریق، درونی شدن عناصر اجتماعی در افراد جامعه امکان پذیر شود. برای اینکه جامعه دارای انسجام و دوامی معقول باشد، باید دارای اجماع و وفاق کافی باشد. انسجام و دوام بیشتر جامعه بستگی به میزان جامعه پذیری افراد دارد. اگر جامعه عناصر اجتماعی و فرهنگی خود را در مسیر خواسته های اجتماعی - اقتصادی افراد جامعه قرار دهد و با نیازهای آنها هم گامی کند، آموزش و جامعه پذیری افراد به سهولت انجام می‌شود. در غیر این صورت، ناسازگاری ها و ناکامی ها بروز خواهند کرد (سیف الهی، ۱۳۸۶، ص ۱۲۹).

به عبارت بهتر همه انسان ها از زمانی که متولد می‌شوند در یک فرایندی قرار می‌گیرند که جامعه شناسان به آن اصطلاحاً اجتماعی شدن می‌گویند. در فرایند اجتماعی شدن انسان ها از طریق ارتباط با

نهاد ها و انسان های دیگر آداب، رسوم، هنجارها، قوانین و مقررات و به طور کلی با فرهنگ یک جامعه آشنا شده و آن را درونی می سازند. بدون فرایند اجتماعی شدن انسان ها قادر نخواهند بود ساده ترین رفتار را که مورد پذیرش جامعه باشد انجام دهند. جامعه شناسان نمونه های از افراد انسانی را ذکر می کنند که از دوران اولیه کودکی در فرایند اجتماعی شدن قرار نگرفته و بعدا با تلاش های فراوان نتوانسته است رفتار های شایسته و پذیرفته شده ای جامعه را یاد بگیرند. به طور مثال "جنی" یک دختر کالیفرنایی است که از سن حدود یک و نیم سال تا زمانی که حدودا بیش از سیزده سال داشت در اتاقی حبس شده بود. جنی در این مدت با دنیای خارج هیچ گونه ارتباط نداشته است و فقط زمانی اعضای خانواده را می دیده است که برای او غذا می برده اند. افرادی که برای او غذا می بردند هیچ گونه سخنی با وی نمی گفتند، به همین خاطر وی نه زبان یاد گرفته بود و نه هیچ گونه مهارت های انسانی دیگر را. بعدا رفتار های جنی مورد مطالعه قرار گرفت و مشخص شد که وی هیچ گونه عقب ماندگی ذهنی نداشته و دچار هیچ گونه نقض مادر زادی دیگر نیز نبوده است. آنچه باعث شده بود که وی زبان و مهارت های انسانی را یاد نگیرد قطع ارتباط نزدیک با انسان های دیگر بوده است. بنابراین برای یادگیری زبان و بعضی مهارت های دیگر سن مشخص وجود دارد اما فراموش نگردد که انسان همیشه در فرایند اجتماعی شدن قرار دارد. یعنی همیشه در حال یادگیری است.

همانطور که در سطور فوق اشاره شد انسانها با برقراری ارتباط با دیگران و از جمله با تعریف خود در سازمانهای مختلف در طول حیات در فرایند اجتماعی شدن قرار می گیرند. اجتماعی سازی فرآیندی است که دیگران از جمله سازمانها در رابطه با فرد یا افرادی اعمال می کنند. بدین ترتیب اجتماعی شدن و اجتماعی سازی همواره تواما صورت می گیرد. یکی از کارکردهای عمومی سازمانها، اجتماعی کردن افراد جامعه است. از این منظر اجتماعی شدن بر فرضیاتی بنا شده که می توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- آشنا سازی فرد با سازمان در نحوه انجام شغل و عملکرد او و در پی آن در ایجاد ثبات در سازمان، نقش مهمی دارد. اگر ورود فرد به سازمان و آشنا سازی او با قوانین، مقررات و صحیح و مطلوب انجام کار در آن سازمان، بدرستی انجام گرفته باشد، تازه وارد راه و روش کار را بسرعت یاد می گیرد و در می یابد که از او چه انتظاری می رود. همچنین، موفقیت فرد در ایجاد رابطه صحیح و صمیمانه با سایر همکاران خود نیز به نوع برخورد اولیه با او در هنگام ورود به سازمان بستگی دارد. اگر آشنا سازی افراد با سازمان تجربه موفق باشد، این امر در ایجاد ثبات در سازمان نیز مؤثر است؛ زیرا چنین افرادی درست «جا» افتاده، موازین اصلی و مهم سازمان را می پذیرند و رفتار خود را با آنها منطبق می سازند. در نتیجه، احتمال ترک خدمت و خروج از سازمان، ضعیف می شود و جابجایی ها به حداقل می رسد.

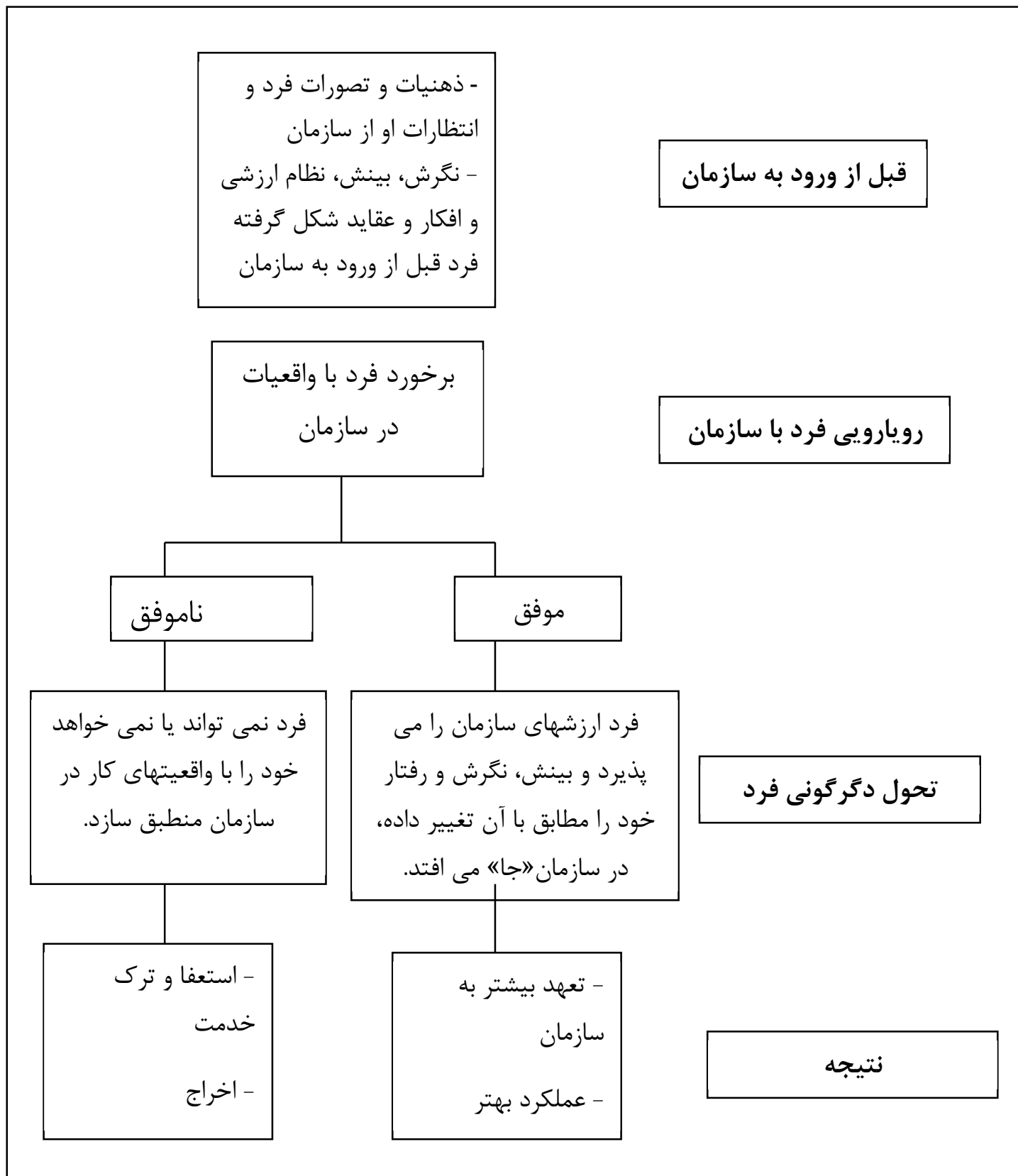
- رفتار رؤسا، همقطاران، همکاران، مرئوسان و هرکس دیگری که فرد به نحوی با آنها در ارتباط است رفتار تازه وارد را تحت تأثیر قرار می دهد. یعنی تازه وارد، خواه نا خواه با مشاهده دیگران، راه و رسم کار را از آنها یاد می گیرد. پس بهتر است که یادگیری از طریق صحیح صورت گیرد و با بدآموزی توأم نباشد. تحقق این امر تنها هنگامی میسر است که سازمان طی برنامه ای دقیق و از پیش تعیین شده فرد آموزش داده، رفتار او را در جهت مطلوب هدایت کند.

- کمتر کسی را می توان یافت که به محض ورود به سازمان بتواند با دیگران رابطه کاری و اجتماعی صحیحی برقرار نماید یا به ریزه کاری های شغلش آشنایی کامل پیدا کند. به عبارت دیگر، هر کسی برای اینکه بتواند جایگاه مناسب خود را در سازمان بیابد نیاز به زمان دارد. بنابراین، باید برنامه ای وجود داشته باشد تا مشکلات اولیه ورود به محیطی نا آشنا را رفع کند و به جایگزینی و استقرار درست فرد در سازمان کمک نماید (سعادت، ۱۳۹۱، ص ۱۶۰).

مراحل فرآیند اجتماعی سازی در سطح سازمان

برنامه هایی که برای اجتماعی کردن افراد طراحی و اجرا می گردند، یکسان نیست و بستگی به سوابق کسانی دارد که وارد سازمان می شوند. یعنی ممکن است فردی بر اساس تحقیقاتی که خود به عمل آورده یا در حین ارتباط های قبلی اش با سازمان و ضمن مراحل کارمند یابی، انتخاب و استخدام، کاملاً با سازمان و اهداف و رویه های آن آشنا شده باشد. طراحی برنامه برای اجتماعی کردن چنین فردی با طراحی برنامه برای اجتماعی کردن فردی که اطلاعات چندانی درباره سازمان ندارد، متفاوت خواهد بود (بریف، ۱۹۸۲، ص ۵۵).

فرایند اجتماعی کردن فرد در سازمان به سه مرحله تقسیم شده است. (سعادت، ۱۳۹۱، ص ۱۶۲)



یکی از رهیافت های مشهور برای مطالعه و درک جامعه پذیری سازمانی، الگوی تاکتیکیهای شش گانه وان مانن و شاین است. آنها معتقدند آنچه یک فرد در مورد نقشهای خود در سازمان می آموزد بستگی به این دارد که چگونه آنها را یاد گرفته است. به سخن دیگر بستگی دارد به اینکه با کدامیک از تاکتیک های ششگانه جامعه پذیر شده باشد. این تاکتیکها از نظر وان مانن و شاین عبارتند از :

۱- تاکتیک جمعی در مقابل تاکتیک فردی : تازه واردها هم بشکل گروهی و هم بشکل فردی جامعه پذیر می شوند. در یک سازمان ممکن است یکی از این تاکتیکها یا هر دو با هم بکار گرفته شود.

۲- تاکتیک رسمی در مقابل تاکتیک غیر رسمی: تاکتیک رسمی به جامعه پذیر شدن کارکنان در فرآیند رسمی سازمان و تاکتیک غیر رسمی به جامعه پذیری از طریق همکاران سابقه دارتر و با نفوذتر اشاره دارد.

۳- تاکتیک پشت سرهمی(پیوسته) در مقابل تاکتیک تصادفی : به معنای این است که آیا از قبل مراحل و مسیر جامعه پذیری طرح ریزی و برای تازه واردها بطور شفاف و روشن تبیین شده یا خیر؟

۴- تاکتیک با ثبات (جا افتاده) در مقابل تاکتیک متغیر: به معنای این است که آیا برای جامعه پذیری کارکنان از یک جدول زمانی از پیش تعیین شده استفاده می شود یا خیر.

۵- تاکتیک سریال در برابر گسسته : اینکه ویژگی های شغل قبلی تازه وارد نقش کمک کننده به وی جهت ایفای نقش جدید دارد یا خیر؟

۶- حمایت در مقابل عدم حمایت: اینکه آیا تازه واردها توسط همکاران سابقه دارتر و با نفوذتر از خود(بطور کلی کسانی که موقعیت با اهمیت تری در سازمان دارند) حمایت می شوند و یا مورد بی توجهی قرار می گیرند. (سعادت، ۱۳۹۱، ص ۱۶۴ به نقل از وان مانن و شاین، ۲۰۹، ص ۱۹۷۹).

ابعاد اجتماعی شدن

جریان اجتماعی شدن فرد را باید از دو بُعد بررسی کرد. بعد فردی و بعد اجتماعی.

بُعد فردی اجتماعی شدن عبارت است از: فرآیند یادگیری که از طریق آن، فرد هویت اجتماعی خود را پیدا می کند و نحوه زندگی در جمع ، گروه یا سازمان را فرا می گیرد .

بُعد اجتماعی اجتماعی شدن عبارت است از: فرآیندی که جامعه از طریق آن به آموزش اعضای خود به تنظیم امور اجتماعی و تداوم زندگی اجتماعی می پردازد (سیف الهی، ۱۳۸۶، ص ۱۲۸).

عوامل اصلی جامعه پذیری

بر اساس بُعد اجتماعی اجتماعی شدن و اینکه در فرایند اجتماعی شدن انسان ها با محیط و دنیای بیرونی خود آشنا می شوند و همیشه در حال یادگیری هستند ، این نکته مهم است که چگونه می توان ارزش های جدید را در فرایند اجتماعی شدن انسان ها جای داد تا از این طریق رفتار های انسان ها را تغییر داد. برای فهم این مسئله لازم است که عوامل مهم اجتماعی شدن را مورد بررسی قرار دهیم. به طور کلی عوامل اجتماعی شدن را می توان خانواده، گروه همسالان (همسن و سالان)، مدارس و رسانه های همگانی دانست. برخی عوامل دیگر نیز وجود دارد که در اجتماعی کردن انسان ها نقش دارد. احزاب و گروه های ذی نفوذ، محل کار، برخورد های روزمره در خیابان ها از عوامل دیگر می باشد. بنابراین از طریق این عوامل می توان ارزش های جدید را به انسان عرضه کرد و آن ها را درونی ساخت.

➤ خانواده

همه انسان ها بدون شک در یک خانواده ای به دنیا می آید بنابراین فرایند اجتماعی شدن در درون خانواده شروع می شود. افراد درون یک خانواده بدون شک بر رفتار ها و یادگیری اعضای خانواده تاثیر چشم گیری دارد. اما تاثیر خانواده از یک جامعه با جامعه ای دیگر فرق می کند. خانواده ها جایگاههای مختلفی در چارچوب کلی نهاد های یک جامعه دارند. در بیشتر جوامع سنتی، خانواده ای که فرد در آن متولد می شود تا اندازه زیادی تعیین کننده موقعیت اجتماعی فرد در بقیه زندگانش است. در جوامع امروزی غربی، موقعیت اجتماعی به این ترتیب در هنگام تولد به ارث برده نمی شود. با وجود این، منطقه و طبقه اجتماعی خانواده ای که فرد در آن متولد می شود بر الگوهای اجتماعی شدن به شدت تاثیر می گذارد. کودکان شیوه های رفتار ویژه پدر و مادر شان یا دیگران را در همسایگی یا اجتماع محلی شان فرا می گیرند.

➤ گروه همسالان

یکی دیگر از عوامل اجتماعی شدن گروه همسالان است. گروه های همسالان گروه های دوستی کودکان همسن هستند. در بعضی از فرهنگ ها، به ویژه جوامع کوچک سنتی، گروه های همسالان به عنوان طبقات سنی رسمیت یافته اند. هر نسلی دارای حقوق و مسئولیت های است، که با پیرتر شدن اعضایش تغییر می کند. اغلب مراسم یا مناسک ویژه ای وجود دارد که گذار افراد را از یک طبقه سنی به طبقه دیگر مشخص می نمایند. افرادی که درون یک مجموعه سنی خاص قرار می گیرند معمولاً در سراسر زندگیشان ارتباطات نزدیک و دوستانه برقرار می کنند و بر رفتار های یکدیگر تاثیر دارد.

➤ مدارس

عامل مهم دیگر اجتماعی شدن، مدارس است. امروزه بخش بیشتر از وقت کودکان در مدارس می‌گذرد. تا حدودی مدارس برخی کار ویژه‌های خانواده را انجام می‌دهد. مدارس جایی است که برنامه‌های آموزشی رسمی در آن تدریس می‌شود. در مدرسه است که کودکان یاد می‌گیرند که نظم و انضباط را رعایت کند، سر وقت به کلاس حاضر شوند و در کلاس آرام باشند. بنابراین بخشی از ارزش‌ها و هنجارها از طریق مدارس به کودکان انتقال می‌یابد.

➤ رسانه‌ها

عامل مهم دیگر رسانه‌ها است. روزنامه‌ها، مجلات، رسانه‌های صوتی و تصویری بخش از زندگی انسان‌ها شده است. کودکان و انسان‌های کلان بخشی از وقت روزانه خود را اختصاص به رسانه‌ها می‌دهند. رسانه‌ها عاملی است که انسان‌ها را با دنیایی دورتر آشنا ساخته و مطلع می‌سازد. حال برای تحکیم هر نوع ارزش می‌توان از طریق فرایند اجتماعی شدن وارد شده و ارزش‌های جدید را از مجرای عوامل اجتماعی شدن وارد ذهن انسان‌ها نمود. دولت امروزه قادر است که از طریق تمام این عوامل بر نسل جدید و همین‌طور بر تمام نسل‌ها و افراد انسانی تاثیر داشته باشد. در کشور‌های که نظام آموزشی متمرکز دارد دولت می‌تواند ارزش‌ها و هنجارهای دلخواه خود را در کتاب‌های درسی مدارس بگنجاند و از طریق رسانه‌های چون تلویزیون، روزنامه‌ها، رادیو و دهه‌ها رسانه دیگر به درون خانه‌ها نفوذ کرده و رفتارهای همه انسان‌ها را تغییر دهد. (گیدنز، ۱۳۸۱، ص ۸۸)

➤ مساجد و هیئات مذهبی

یکی از عوامل مهم که بخصوص در جوامع اسلامی می‌تواند به عنوان عامل بسیار موثر در جامعه پذیری افراد نقش ایفا نماید مساجد و هیئات مذهبی هستند که با توجه به فرهنگ حاکم بر آنها و ارتباط قلبی که مسلمانان با اهل بیت (سلام ... علیهم) دارند در تمام شوؤن فرد موثر است. یکی از مؤثرترین فعالیتهای مساجد و به طور کلی نهادهای دینی همچون نماز جماعت، جلسات مذهبی و ادعیه مختلف، در به وجود آوردن انگیزه دوستی، همبستگی و تعاون بین افراد جامعه است. زیرا حضور مستمر افراد در مسجد و صفوف جماعت، پس از مدت کوتاه، از نظر روانشناسی اجتماعی، خود بخود باعث تحریک احساسات درونی نسبت به یکدیگر می‌شود و همین امر در دراز مدت، حس تعاون را در افراد جامعه تقویت می‌کند (شریف پور، ۱۳۸۰، ص ۷۰).

آموزش نقش در جامعه پذیری

فراگرد جامعه پذیری، نقشهای اجتماعی و نگرشها، انتظارات و گرایشهای مربوط به آن نقشها را به فرد می‌آموزد. نقش‌های اجتماعی، آمال و آرزوها، هویتها و قواعد و نظامات رفتاری، روابط متقابل تنگاتنگی با

یکدیگر دارند، مثلاً معلمی یک آرزوی معنوی و شغلی است، قواعد و هنجارهای ویژه‌ای دارد، نوعی هویت شخصی است، بالاخره، یک نقش اجتماعی است. بنابر سنتهای جامعه، معلم از احترام و مسئولیت معنوی خاصی برخوردار است.

عناصر جامعه پذیری

جامعه پذیری به عنوان یک فعالیت پیچیده دارای ابعاد و عناصر مختلفی است. عناصر تشکیل دهنده جامعه پذیری شامل سه بخش: منبع، محتوی و روش می باشند که هر یک نقش خاص به خود را دارند. منظور از منبع، محیط ها، منابع و عواملی هستند که کارکرد و هدف جامعه پذیری دارند. یعنی فضاهایی هستند که مایل به انتقال فرهنگ خود می باشند. امروزه این منابع عبارتند از: نهاد خانواده، نهاد آموزش و پرورش، رسانه های جمعی و محیط های اجتماعی (خصوصی و عمومی) اطراف فرد. منظور از محتوای جامعه پذیری، ارزش ها، نمادها، هنجارها، قوانین و آداب و رسوم خاص هر منبعی مد نظر می باشد که در فعالیت جامعه پذیری ساخته می شوند. البته، این منابع در ارتباط با یکدیگر و تحت تاثیر فرهنگ جوامع هستند و نهایتاً روش، راه هایی است که یک منبع سعی در جامعه پذیر کردن افراد آن موقعیت انجام می دهد.

جامعه‌پذیری نارسا

ممکن است در روند جامعه‌پذیری نارسایی‌هایی پدید آید. از جمله آنکه ممکن است جامعه‌پذیری به‌شکلی تام و تمام در خصوص یک فرد صورت نپذیرد، فرد نتواند همه آنچه را که به او منتقل می‌شود فرا بگیرد یا آن را درونی کند و یا به عمد از معیارهای جامعه پیروی نکند. بنابراین تصور تحقق کامل جامعه‌پذیری، حتی اگر همه عوامل جامعه‌پذیری کامل عمل کنند آشکارا نادرست است، زیرا اندیشمندان رشته‌های متفاوت علوم اجتماعی به‌وجود نارسایی‌های گسترده و عمیق در بسترهای گوناگون اعمال فرایند جامعه‌پذیری در جوامع مختلف اذعان دارند و اعتراف می‌کنند که وجود این نارسایی‌ها، زمینه‌ساز جدی پیدایش کجروی در جامعه است. (ستوده، ۱۳۷۶، ص ۹۴)

کارکرد های جامعه پذیری

آموزش قواعد و آداب و رفتار

یکی از مقاصد جامعه پذیری آموزش قواعد و نظامات اساسی، از آداب و عادات و رفتار روزمره گرفته تا روشهای علمی، به افراد است. رفتار نامنظم و خلاف قاعده، معمولاً از انگیزه‌های ناگهانی یا محرک آنی ناشی می‌شود. چنین رفتاری، نتایج و خشنودیهای آتی را در مقابل لذات و رضایتمندی‌های آنی و گذرا،

نادیده می‌گیرد. برعکس، رفتار مبتنی بر نظم و انضباط، به منظور پذیرش اجتماعی یا برای دستیابی به یک هدف آتی، خشنودیهای آنی و گذرا را به تعویق انداخته، آنها را تعدیل و تحدید می‌کند. خلاصه انضباطی که طی فراگرد اجتماعی شدن در رفتار ایجاد می‌شود، ممکن است چنان نافذ و عمیق باشد که حتی اعمال فیزیولوژیکی را تغییر دهد. برخی افراد، بنا به عادت، زود از خواب بیدار می‌شوند یا برخی افراد غالباً، طوری بار می‌آیند که از لحاظ جسمی آمادگی ارتکاب اعمال منع شده اجتماعی را ندارند (سلیمی، ۱۳۸۵، ص ۴۸)

آموزش مهارت‌ها

هدف دیگر فراگرد جامعه پذیری، آموختن مهارت‌ها است. فقط با اکتساب و یادگیری مهارت‌هاست که افراد می‌توانند، در جامعه، منشأ اثر واقع شوند. در جامعه‌های سنتی، امور زندگی، از طریق تقلید و تکرار آموخته می‌شد. در جوامع امروز، یادگیری مهارت‌های انتزاعی خواندن و نوشتن و مهارت‌های دشوار دیگر، از راه آموزش و پرورش رسمی، مهمترین وظیفه اجتماعی کردن است (همان)

ایجاد امید و آرزو در افراد

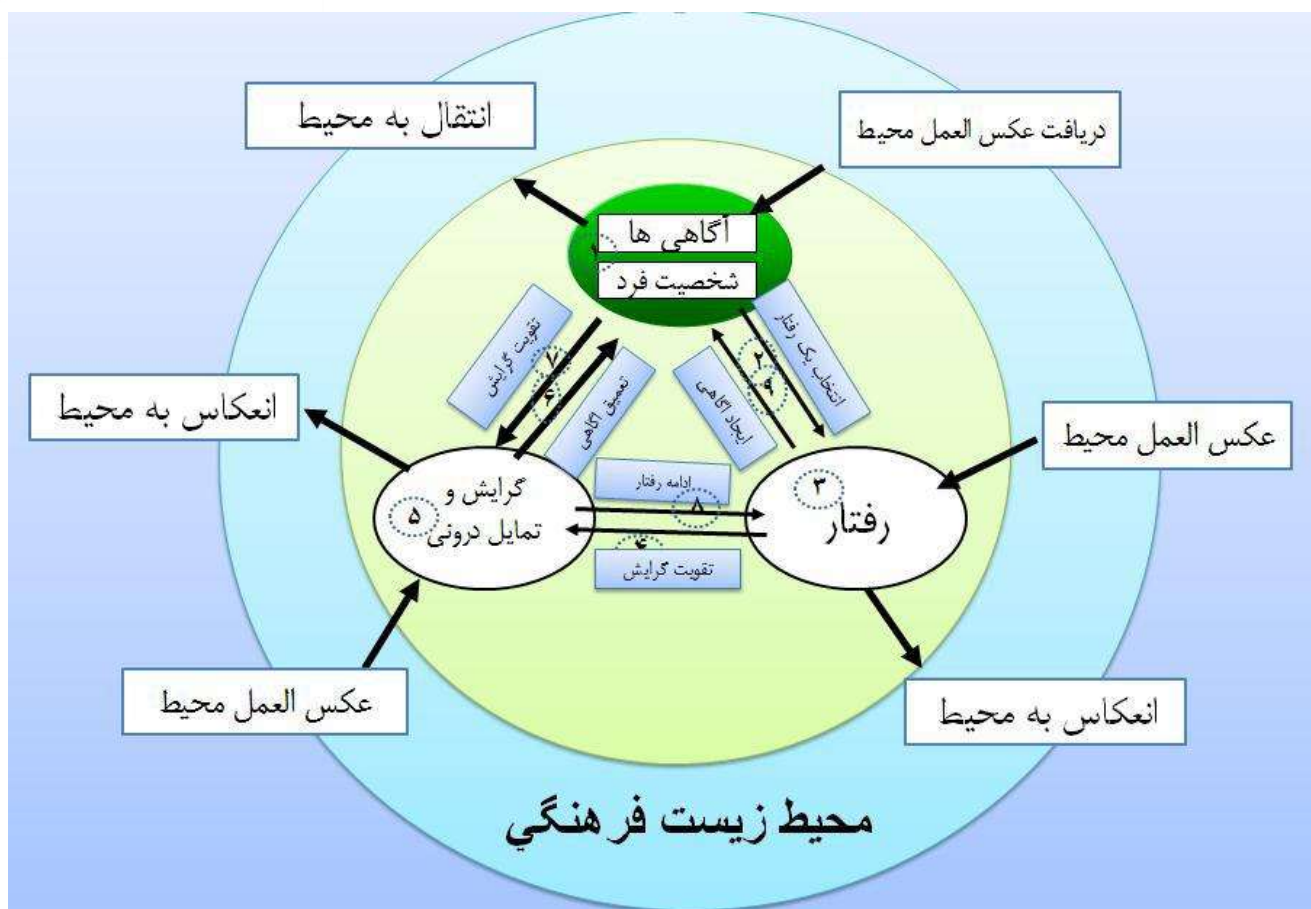
فراگرد جامعه پذیری به همان میزان که عادات و رفتار فرد را مطابق هنجارهای اجتماعی، تحت نظم و انضباط در می‌آورد، به او امید و آرزو می‌دهد. انضباط به خودی خود، وقتی برای فرد شاق و بی‌پاداش باشد، تحمل سوز است. به تدریج، به هر یک از اعضای خود، خواسته‌ها و آرزوهایی، در خور پایگاههایی که با توجه به جنس، سن، وابستگی گروهی یا منشأ خانوادگی اشغال خواهند کرد، القا می‌کند (همان)

نیل به آرزوها و یا منع از رسیدن به اهداف

فراگرد جامعه پذیری از طریق برآوردن خواسته‌ها، آرزوها، امیدها و سودهای فردی یا ممانعت از دستیابی بدانها برای فرد هویت می‌آفریند. در گذشته، هر فردی هویت خود را بنا به سابقه خانوادگی و طبقه اجتماعی به دست می‌آورد، مثلاً، بسیاری از فرزندان طبقه اشراف انگلستان، زمانی آداب معاشرت مربوط به طبقه خود را از خدمه مخصوصی می‌آموختند. ولی دانستن این آداب معاشرت نمی‌توانست خدمه مذکور را چه از نظر خود و چه از نظر دیگران، در شمار اشراف زادگان و نجبا در آورد (همان).

الگوی جامعه پذیری

این الگو را می‌توان مطابق با شکل زیر به ارائه داد.



در فرایند جامعه پذیری، فرد متناسب با شخصیت و موقعیتی که در آن قرار دارد، رفتاری را انتخاب می کند (بردار ۲) و با انجام عمل و اقدام، منتظر انعکاس عکس العمل اطرافیان می شود، با دریافت عکس العمل محیط، ضمن آنکه اولین بخش آگاهی نسبت به این عمل را در ذهن خود جای می دهد، تمایل تکرار این رفتار در او شکل می گیرد و اگر لازم باشد برای سایر دوستان این تمایل خود را بازگو می کند و عکس العمل های آنها را ارزیابی می نماید، اگر این عکس العمل ها نیز مثبت بود، ضمن تعمیق و تکمیل آگاهی های قبلی (بردار ۶) متناسب با موقعیت و شخصیت خویش، سعی می کند با تلاش ذهنی خود برای تکرار آن عمل، استدلال های عقلی و احساسی متقاعد کننده خود و دیگران ایجاد نماید، در این مرحله است که با شکل گیری اولین لایه اعتقادی و طرح آن برای دیگران و گرفتن بازخورد مثبت، گرایش درونی او نسبت به انجام عمل تقویت می شود (بردار ۸) و از این مسیر ادامه آن رفتار در او تداوم می یابد و با بسته شدن حلقه، فرایند پذیرش فرهنگی یک الگوی رفتاری در او شکل می گیرد. لذا وقتی افراد در یک محیط خاص و جدید قرار می گیرند، برای انطباق خود با شرایط جدید، با پذیرش رفتار های حاکم در آن جامعه یا سازمان، فرایند جامعه پذیری و پذیرش فرهنگ محیط در آن ها آغاز می شود.

بر این اساس بخش مهمی از تاثیر پذیری فرهنگی افراد، یعنی شکل گیری نظام اعتقادات، ارزش ها، هنجار ها و الگوهای رفتاری اعضای یک جامعه و تغییرات بعدی آن، تحت تأثیر محیطی است که در آن قرار می گیرند و اگر انتظار داشته باشیم فرهنگ یک جامعه تکامل پیدا کند، چاره ای نیست جز ایجاد هماهنگی و هم افزایی در همراه سازی آنچه در فعالیت های فرهنگ سازی مستقیم بکار می بریم با آنچه از تعامل و کنش متقابل آنها با محیط یعنی مجموعه فعالیت های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی ایجاد می شود. (بنیانیان، ۱۳۹۰، ص ۵۴)

کارکردهای نظام فرهنگی

از آنجا که اهداف اصلی نظام جمهوری اسلامی، اهداف فرهنگی است. بنابراین نظام فرهنگی باید نظامی باشد که بر نظام های سیاسی و اقتصادی و اجتماعی تاثیرگذار، و کارکردهای سایر نظام ها با کارکرد نظام فرهنگی سازگار بوده و آن را تقویت کند. ساختارهایی چون شورای عالی انقلاب فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان صدا و سیما، حوزه های علمیه، پژوهشکده های علوم انسانی و صدها سازمان و نهاد پژوهشی و اجرایی فرهنگی اعم از دولتی و غیردولتی، اجزای نظام فرهنگی را شکل می دهند.

این مجموعه ساختارها که هر کدام کارکرد خاصی باید برعهده داشته باشند و نقش و وظیفه آنها مشخص باشد در تعامل با یکدیگر، کارکردهای اصلی نظام فرهنگی را سامان می دهند. قبل از ورود به این بخش ضروری است وضعیت فرهنگ و سطوح آن را مورد بررسی قرار دهیم.

وضعیت فرهنگ

فرهنگ هر جامعه و سازمانی را می توان در سه وضعیت مورد بررسی و شناخت قرار داد.

فرهنگ آرمانی

فرهنگ، سازنده ی محیط زیست انسانی است. فرهنگ می سازد و ساخته می شود. همانگونه که محیط زیست طبیعی به عنوان محیط زیست مشترک انسان و حیوان و گیاه، حیات موجودات زنده را میسر می سازد و موجودات زنده هم به نوبه خود بر محیط زیست طبیعی خود اثر می گذارند.

فرهنگ آرمانی آن فرهنگی است که محیط زیست آرمانی انسانی را در یک مدینه فاضله خواهد ساخت. این فرهنگ دارای ویژگی هایی است که محیط زیست انسانی را بدون هرگونه آلودگی و ضعف و تعارض می سازد و انسان ها در آن محیط با آرامش و آسایش لازم که متناسب با طبیعت و فطرت انسانی است، زیست خواهند کرد.

فرهنگ آرمانی، باید با بهره گیری از کتاب و سنت، توسط فرهنگ شناسان و اسلام شناسان شناخته شده و به جامعه معرفی شود.

فرهنگ موجود

فرهنگ موجود آن فرهنگی است که محیط زیست انسانی امروز جامعه و انسان را می سازد. این فرهنگ همان فرهنگ معمول است. در حالی که فرهنگ آرمانی، فرهنگی است مکتوب که در کتب منبع و یا در نظر هاست.

همانگونه که تعیین فرهنگ آرمانی به روشهای خاص خود و تخصص و تواناییهای خاص خود نیازمند است و توسط ساختارهایی با کارکرد هایی مناسب با این روش ها همچون حوزه های علمیّه باید انجام پذیرد. شناخت فرهنگ موجود نیز به روش های خاص و به تخصص و تواناییهای علمی معین نظیر جامعه شناسی نیاز خواهد داشت و توسط ساختارهایی با کارکردهایی متناسب با این روش ها قابل انجام می باشد.

فرهنگ هدف

درست است که داشتن فرهنگ آرمانی، خواسته و میل همه انسانهایی است که از فرهنگ موجود رضایت ندارند، ولی دسترسی به آن مستلزم فراهم کردن شرایط و تلاش برای تحول در فرهنگ موجود است. محدودیت ها و مخالفت هایی برای این تحول وجود دارد. لذا باید در آن حد که امکان برطرف کردن ضعف ها و تعارضات فرهنگ موجود، در آینده قابل پیش بینی، وجود دارد، منظور نظر قرار داد و مرحله ای از رسیدن به فرهنگ آرمانی را به عنوان فرهنگ هدف مشخص کرد. فرهنگ هدف، آن فرهنگی است که در بازه زمانی مشخص، در مسیر انتقال از فرهنگ موجود به فرهنگ آرمانی، می توان بدان دست یافت (ناظمی، ۱۳۹۰، ص ۹۹)

سطوح فرهنگ

فرهنگ دارای سطوح مختلف است. سطوح چهارگانه فرهنگ عبارتند از:

فرهنگ ملی

فرهنگ ملی آن فرهنگی است که در یک ملت و در بین چندین نسل از آنها مشترک است. هویت یک ملت و وجوه تمایز او با ملت های دیگر از طریق فرهنگ ملی او مشخص می گردد.

فرهنگ عمومی

ظهور و بروز فرهنگ ملی در شرایط و مقتضیات زمانی معین، فرهنگ عمومی است. مفروضات اساسی و باورها در فرهنگ ملی و فرهنگ عمومی و بخش زیادی از ارزشها در این دو فرهنگ مشترک اند. ولی

عناصر نمادها در این دو فرهنگ بسته به تأثیر فرهنگ‌های دیگر و تغییر در شرایط محیطی، همچون تحول در فناوری و بروز پدیده‌های اجتماعی و اقتصادی خاص، تفاوت‌های کم یا زیاد خواهند یافت. در فرهنگ عمومی، عموم افراد جامعه مشترک اند.

فرهنگ تخصصی

فرهنگ‌های تخصصی، فرهنگ‌های حرفه‌ای مختلف اند. چهار فرهنگ تخصصی عمده می‌توان تشخیص داد و آنها عبارتند از:

➤ فرهنگ اقتصادی

فرهنگ اقتصادی، فرهنگ مجموعه‌ای از انسانهای جامعه، متشکل در سازمانهای اقتصادی است که فعالیت اصلی مشترک آنها فعالیت‌های مربوط به حوزه اقتصادی است. این فرهنگ رابطه انسان را با طبیعت به منظور بهره‌برداری و تولید ثروت برقرار می‌کند. فرهنگ اقتصادی، فرهنگ مشترک سازمانهای مختلف اقتصادی است.

➤ فرهنگ اجتماعی

فرهنگ مجموعه‌ای از انسانهای جامعه، متشکل در سازمانهای اجتماعی است. این فرهنگ تعامل انسانهای جامعه را با یکدیگر برقرار می‌سازد. فرهنگ اجتماعی، فرهنگ مشترک سازمانهای مختلف اجتماعی است.

➤ فرهنگ سیاسی

فرهنگ مجموعه‌ای از انسانهای جامعه متشکل در سازمانهای سیاسی است. فرهنگ سیاسی، فرهنگ مشترک سازمانهای مختلف سیاسی است. این فرهنگ رابطه جوامع و کشورها و رده‌های قدرت را در کشورها با یکدیگر برقرار می‌سازد.

➤ فرهنگ فرهنگی

فرهنگ مجموعه‌ای از انسانهای جامعه متشکل در سازمانهای فرهنگی است. فرهنگ فرهنگی، فرهنگ مشترک سازمانهای مختلف فرهنگی است. این فرهنگ رابطه فرد را با خود و با خدا برقرار می‌سازد. فرهنگ‌های تخصصی با فرهنگ عمومی وجوه مشترکی دارند و این فرهنگ‌های تخصصی هستند که فرهنگ عمومی را می‌سازند.

فرهنگ سازمانی

فرهنگی که محیط زیست انسانی یک سازمان را می‌سازد، فرهنگ سازمانی است. افراد یک سازمان در فرهنگ سازمانی مشترک اند. فرهنگ به مثابه چسب اجتماع است. لذا فرهنگ عمومی به عنوان چسب

عموم افراد جامعه و هر یک از فرهنگ های تخصصی به عنوان چسب بخشی از افراد جامعه در حوزه های حرفه ای و فعالیتی خاص و فرهنگ سازمانی به عنوان چسب افراد یک سازمان، آنها را به هم نزدیک کرده و منسجم می سازد. هر اندازه این فرهنگ ها قوی تر باشند، این نزدیکی و انسجام بیشتر خواهد بود.

فرهنگ سازمانی به عنوان مقوله ای جدی در مدیریت سازمان مطرح است. از وظایف و مسئولیت های مدیر سازمان این است که فرهنگ سازمانی خود را بگونه ای مدیریت کند که تعلق افراد سازمان به سازمان و تعامل افراد سازمان به یکدیگر موثر بوده و همه امکانات و منابع مادی و انسانی سازمان برای تحقق اهداف سازمان به خوبی بکار گرفته شود.

همانطور که در بالا اشاره شد حرکت از فرهنگ موجود به سمت فرهنگ آرمانی می بایست به صورت مرحله به مرحله صورت پذیرد و در واقع تعیین فرهنگ هدف و حرکت گام به گام به سوی آن ما را در نهایت به فرهنگ مطلوب می رساند. در این راستا اصلی ترین کارکرد نظام فرهنگی تعیین و تبیین فرهنگ هدف است (ناظمی، ۱۳۹۰، ص ۱۰۲).

تعیین و تبیین فرهنگ

تعیین فرهنگ هدف از طریق مهندسی فرهنگ صورت می پذیرد. مهندسی فرهنگ و تعیین فرهنگ هدف در حوزه های علمی و پژوهشی انجام می پذیرد و نخست فرهنگ هدف، در عالم ذهن اندیشمندان و صاحب نظران و پژوهشگران تصویر شده و نقش می پذیرد. بنابر این در موضوع مهندسی فرهنگ باید :

۱. فرهنگ آرمانی را مشخص نمود .

۲. فرهنگ موجود و ضعف های آن را شناخت .

۳. فرهنگ مطلوب و فرهنگ هدف که با بر طرف کردن این ضعف ها حاصل می شود را تعیین نمود .

مقام معظم رهبری برای روشن شدن مفهوم مهندسی فرهنگ می فرمایند :

" یکی از مهمترین تکالیف ما در درجه اول مهندسی فرهنگ کشور است ، یعنی مشخص کنیم که فرهنگ ملی ، فرهنگ عمومی و حرکت عظیم درون زا و صیورت بخش و کیفیت بخشی که اسمش فرهنگ است و در درون انسان ها و جامعه بوجود می آید ؛ چگونه باید باشد . اشکالات و نواقص اش چیست ؟ کندی ها و معارضانش کجاست ؟" ۱۳۸۳/۱۰/۸

برای اینکه فرهنگ موجود به فرهنگ هدف، تغییر و تحول یابد، نخست باید فرهنگ هدف، در عالم ذهن آحاد افراد جامعه و بخصوص مدیران و شکل دهندگان فعالیت های اقتصادی و سیاسی و اجتماعی نیز شکل گیرد تا سپس رفتار موجود خود را که بر اساس فرهنگ موجود است، به رفتار هدف، که بر اساس

فرهنگ هدف، تعریف می شود دچار تغییر و تحول سازند. در واقع پس از آنکه مهندسی فرهنگ صورت پذیرفت و فرهنگ هدف، معین شد، باید فرهنگ هدف توسط دستگاههای فرهنگی در نظام فرهنگی کشور برای عموم مردم و به خصوص مدیران کشور به خوبی تبیین شود و همگی تصور و خواست و فهم درستی نسبت به فرهنگ هدف داشته باشند. مشکل و ضعف عمده ای که دستگاههای فرهنگی کشور دارند و موجب عدم کارآیی و اثر بخشی در انجام مأموریت شان شده است آن است که فرهنگ هدف برای آنها مشخص نمی باشد، بنابراین مهندسی فرهنگ در درجه اول باید صورت پذیرد.

ترویج فرهنگ

پس از تبیین فرهنگ هدف، که در عالم ذهن جامعه شکل می پذیرد، حال باید این فرهنگ هدف در مجاری کشور جاری شود. مدیران کشور آنرا در قالب هدف و سیاست و برنامه و ساختار و قوانین و مقررات جاری سازند و مجریان هم، چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی، آنرا در تولید محصولات و مصنوعات و در همه رفتارهای خود، جاری نمایند تا فرهنگ هدف یا فرهنگ مهندسی شده، در عالم عین، بروز و ظهور پیدا کند.

ترویج فرهنگ هدف، شکل دهی لایه نمادهای فرهنگ هدف، از طریق تولید رفتارها و نمادها و محصولات و مصنوعات (کالا و خدمات) می باشد.

بنابراین ترویج فرهنگ هدف باید توسط دستگاههای نظام های سیاسی و اقتصادی و اجتماعی کشور صورت پذیرد.

فرهنگ هدف، در ساختمان سازی، تولید مصنوعات صنعتی، در روابط با کشورهای خارجی، در تولید علم و فناوری، در اداره زندانها، در طراحی و تولید لباس، در رانندگی، در ازدواج، در قوانین و مقررات مالیاتی، در اداره مدارس و دانشگاهها، در مهندسی سازمان ها و واحد های اجتماعی و در ... باید مورد رعایت مدیران و کارشناسان و مجریان اقتصادی و بانک ها و کارخانه ها و وزارتخانه های اقتصاد و دارایی و صنایع و مسکن و شهر سازی و امور خارجه و ... و قوه قضائیه و ناجا و نیروهای مسلح قرار بگیرد تا بدین ترتیب این فرهنگ هدف، ترویج یابد. (ناظمی، ۱۳۹۰، صص ۱۰۳-۱۰۵).

رابطه‌ی جامعه‌پذیری و نظام فرهنگی

همانطور که مطرح شد از جمله کارکردهای نظام فرهنگی تبیین فرهنگ است. تبیین فرهنگ به این معنا است که از طریق آموزش و تبلیغ، فرهنگ شکل گرفته در ذهن اندیشمندان و فرهنگ شناسان، به ذهن عموم افراد جامعه یا سازمان، در هر سطحی منتقل شود و جامعه پذیری نسبت به فرهنگ صورت گیرد. با این تفسیر می توان تعبیر جامعه پذیری را با توجه به آنچه در بالا گفته شد معادل آموزش فرهنگی

دانست. بر این اساس، مدیریت فرهنگی جامعه یا سازمان می‌بایست توجه لازم را به ماهیت و جایگاه نظام جامعه‌پذیری در توسعه‌ی فرهنگی داشته باشد. توسعه‌ی فرهنگی بی‌ارتباط به توسعه‌ی همه‌جانبه‌ی جامعه یا سازمان نیست، بلکه جزء مهم و لاینفک آن بوده و تحقیقات علمی متعدد (اینگلهارت، ۱۳۷۳)، نشان داده‌اند که توسعه‌ی فرهنگی، مهمترین راه برای فراهم‌سازی زمینه‌های ارزشی و شناختی توسعه می‌باشد.

اما نکته حائز اهمیت در این بخش این است که کدام فرهنگ باید مد نظر نظام آموزش فرهنگی باشد. پر واضح است که تبیین فرهنگ آرمانی برای جامعه یا سازمان لازم است ولی کافی نمی‌باشد. باید تبیین فرهنگ هدف صورت گیرد، همان فرهنگی که باید در یک بازه زمانی معین، به آن رسید تا آحاد افراد جامعه یا سازمان میل رسیدن به آن فرهنگ را داشته باشند و برای رسیدن به آن تلاش کنند. فرهنگ هدف همان فرهنگ آرمانی نیست بلکه آن فرهنگی است که مبتنی بر فرهنگ آرمانی، اصلاح شده و پالایش شدی فرهنگ موجود، و با توجه به شرایط و مقتضیات محیطی جامعه است. فرهنگ هدف، فرهنگی است که جامعه یا سازمان در صدد است در یک بازه زمانی مشخص بدان برسد و باید آن را مدیریت کند، هدفگذاری و ارزیابی نموده و حصول آنرا تضمین ببخشد.

با سطح بندی که در بالا نسبت به فرهنگ صورت پذیرفت می‌توان فرهنگ هدف را نیز اینگونه سطح بندی کرد که انواع فرهنگ هدف عبارتند از: فرهنگ ملی هدف، فرهنگ عمومی هدف، فرهنگ های تخصصی هدف، فرهنگ های سازمانی.

برای اینکه همه تلاش های فکری و اجرایی و همه رفتارهای فردی و جمعی در حوزه های سیاسی و اقتصادی و اجتماعی با یک انسجام و جهت گیری به سمت اهداف چشم انداز شکل پذیرند لازم است که آشنایی و تفاهم نسبت به فرهنگ های هدف، وجود داشته باشد و این در واقع همان نظام آموزش فرهنگی و یا به تعبیری جامعه پذیری فرد در جامعه یا سازمان است. لذا دستگاههای فرهنگی و تبلیغی مأموریت و وظیفه می یابند که فرهنگ هدف را با بهره گیری از روشهای تبلیغ و با بکار گیری زبان بیانی گویا و ابزارهای رساننده پیام، رسانه ها، کتب و نشریات و هنر و نظایر آنها، فرهنگ هدف را برای همه مآنوس سازند.

نهاد خانواده نخستین و اصلی ترین ساختاری است که دارای چنین کارکردی است. وزارت آموزش و پرورش، دبستان، دبیرستان، و دانشگاهها، مراکز و موسسات فرهنگی مختلف، مساجد، هیئات، صداو سیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و دارای کارکرد تبیین فرهنگ هدف هستند. فرهنگ هدف باید به

این ساختارها عرضه شود تا آنها بتوانند به صورت یک کل منسجم و با نظم کارکردهای تبیینی خود را تامین نمایند (ناظمی، ۱۳۹۱، ص ۱۴۱).

نظام آموزش فرهنگی مطلوب

- بر اساس آنچه تاکنون گفته شد نظام آموزش فرهنگی مطلوب می بایست ویژگیهای زیر را داشته باشد.
- ۱- به موضوع جامعه پذیری و اجتماعی سازی به عنوان یک نظام نگاه شود که اجزای مختلفی دارد و هر جزء در تعامل با اجزای دیگر می باشد و برای رسیدن به هدف مشترک تعامل دارند.
 - ۲- فرهنگ هدف به درستی در راستای فرهنگ آرمانی و بر اساس ارزشهای پایه ای جامعه یا سازمان تعیین شده باشد.
 - ۳- راس راهبردی جامعه یا سازمان مسئول اصلی تایید راهبردها، سیاستها، محتوای اجتماعی سازی و آموزش فرهنگی باشد و یک رویکرد هماهنگ و فرابخشی را بر این موضوع حاکم نماید.
 - ۴- در سطح جامعه نهاد خانواده به عنوان اصلی ترین زیرنظام در نظام آموزش فرهنگی شناخته شود.
 - ۵- آموزش فرهنگی در خلاء اتفاق نمی افتد و نظام ها و زیر نظامهای دیگر بر آن تاثیر و تاثر دارند و بایستی نقش آنها به درستی تعریف شود. به عبارت دیگر توجه به زمینه های اثرگذار بر نظام آموزش فرهنگی، اعم از محیط داخلی و خارجی، با واقع بینی علمی و بدور از شعارگرایی توجه شود.
 - ۶- آموزش فرهنگی باید یک فرآیند مستمر، پویا و هوشمند باشد که به تناسب اقتضائات و به طور روشنتر به تناسب تغییر فرهنگ هدف البته بر اساس اصول ثابت خود را به روز می نماید.
 - ۷- شیوه ها و روشهای آموزش فرهنگی بر حسب شرایط جامعه یا سازمان متفاوت خواهد بود لذا برای بومی سازی باید از روشهای خلاقانه و ابتکاری جهت عمق بخشی اجتماعی سازی فرد استفاده شود.
 - ۸- فرهنگ هدف که در نظام آموزش فرهنگی مطلوب، آموزش داده می شود در مجاری دستگاهها و ساختارهای موجود در نظامهای اقتصادی، سیاسی و اجتماعی جاری گردد.

نتیجه گیری

این نوشتار، به منظور نشان دادن نقش نظام فرهنگی و کارکردهای آن در خصوص آموزش فرهنگی و به اصطلاح نظام جامعه پذیری ارائه شده است. فرهنگ به معنای خاص مشتمل بر امور غیرمادی و شناختی می باشد. نظام جامعه پذیری، نیز همان ساز و کار فراگیری شیوه زندگی اجتماعی است. فرهنگ و نظام جامعه پذیری ارتباط دو سویه ای با هم دارند. بدیهی است که نمادها و ارزشهای نظام جامعه پذیری از طریق نظام فرهنگی تامین می گردد و از سوی دیگر، نظام جامعه پذیری به انتقال و ماندگاری ارزشها، هنجارها و آداب و رسوم جامعه یاری می رساند. اگر چه فرهنگ موضوعی شناختی و ذهنی است و همانند

امور مادی و عینی نمی‌توان به آن نگریست و یا آن را دستکاری نمود، با این وجود، نبود مدیریت در این حوزه می‌تواند به نوعی از هم گسیختگی فرهنگی منجر گردد. در صورت بروز چنین وضعیتی، نهادهای متولی نظام جامعه‌پذیری دچار نوعی روزمرگی و فعالیت‌های متعارض می‌گردند. بحران هویت اجتماعی بدیهی‌ترین نتیجه تشّت و تعارض در نظام جامعه‌پذیری می‌باشد. باورها و رفتارهای فرهنگی که از طریق نظام جامعه‌پذیری جامعه حفظ و منتقل می‌گردند، از زمینه‌های متفاوتی تأثیر می‌پذیرند. در جامعه‌ای چون ایران، نظام جامعه‌پذیری تحت تأثیر شرایط جهانی، ملی، مذهبی و قومی - محلی می‌باشد. ارزش‌ها و رفتارهای متعارض ناشی از این کانون‌های متعدّد، می‌تواند به بحران هویتی و رفتاری بیانجامد. از سوی دیگر، در درون جامعه نیز نهادها و کانون‌های مختلفی اعم از خانواده و نهادها و سازمان‌های دولتی و غیردولتی متولی نظام جامعه‌پذیری و امور فرهنگی جامعه هستند که این تعدّد و تکثر نیز در برخی موارد همراه با آموزه‌های متفاوت و بعضاً متعارض می‌باشند.

بر این اساس، مدیریت فرهنگی و مهندسی فرهنگ در جامعه یا سازمان ضرورت می‌یابد تا از این طریق، با رویکردی علمی به بررسی نهادهای فرهنگی، کارکرد و قابلیت‌های اثرگذاری آن‌ها در جامعه یا سازمان پرداخت و میزان هماهنگی درونی آن‌ها و میزان سازگاری‌شان را بازشناساند.

در این راستا شناخت فرهنگ آرمانی و فرهنگ هدف، نگاه جامع به موضوع آموزش فرهنگی، پایه ریزی نظام آموزش فرهنگی بر مبنای اصول و ارزشهای بنیادین، نگاه به خانواده به عنوان زیرنظام اصلی در این نظام، استفاده از شیوه‌ها و ابزارهای خلاقانه و مبتکرانه، استفاده از همه ظرفیتهای جامعه یا سازمان برای جامعه‌پذیری افراد از جمله مواردی است که ما را در رسیدن به نظام آموزش فرهنگی مطلوب یاری می‌کند.

منابع

- ۱- آشوری داریوش، ۱۳۸۰، تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ؛ تهران، نشر آگاه.
- ۲- آنتونی گیدنز (۱۳۸۷)، ترجمه منوچهر صبوری، جامعه‌شناسی تهران: نشر نی.
- ۳- امام خمینی، صحیفه امام، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی، تهران.
- ۴- اینگلهارت، ۱۳۸۲، تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، تهران، انتشارات کویر.
- ۵- بنیانیان، حسن، ۱۳۹۱، چیستی / ضرورت / آثار؛ پیوست فرهنگی؛ طرح‌های مهم، تهران، نشر سوره.
- ۶- توکلی، عبدالله (۱۳۸۵)، اصول و مبانی مدیریت، قم، زمزم هدایت.
- ۷- حق‌شناس، علی محمد و همکاران (۱۳۸۷)، فرهنگ معاصر هزاره، تهران، نشر فرهنگ معاصر.
- ۸- ستوده، هدایت‌الله و همکاران (۱۳۷۶)، جامعه‌شناسی مفاهیم کلیدی، تهران، آوای نور.
- ۹- سعادت، اسفندیار (۱۳۹۱)، مدیریت منابع انسانی، تهران، نشر سمت.
- ۱۰- سلیمی، علی و داوری، محمد (۱۳۸۵)، جامعه‌شناسی کجروی، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- ۱۱- صادقی، رشاد، ۱۳۸۵، دو هفته نامه مهندسی فرهنگی، شماره دوم.
- ۱۲- قنادان، منصور و همکاران (۱۳۷۵)، جامعه‌شناسی مفاهیم کلیدی، تهران، نشر آوای نور.
- ۱۳- کاوه، محمد، (۱۳۹۱)، آسیب‌شناسی بیماری‌های اجتماعی (جلد اول)، تهران: نشر جامعه‌شناسان.
- ۱۴- کوئن، بروس (۱۳۸۷) ترجمه: توسلی، غلامعباس و فاضل‌رضا، مبانی جامعه‌شناسی، تهران، نشر سمت.
- ۱۵- مزروعی، علی (۱۹۷۲)، مهندسی فرهنگی و ملت‌سازی در شرق آفریقا، تهران.
- ۱۶- ناظمی، مهدی (۱۳۹۰)، مبانی و چگونگی ترسیم نقشه مهندسی فرهنگی کشور، تهران، نشر آوای نور.
- ۱۷ Scruton, Roger; The Dictionary of political thought, Palgrave Macmillan, ۲۰۰۷, Edition ۳, p: ۶۴۹.