

فرهنگ زمینه‌ساز پیشرفت

الهام سادات ناجی^۱، سارا رجبی مقدم^۲

چکیده

یکی از مهم‌ترین اهدافی که هر جامعه‌ای به دنبال آن است رسیدن به پیشرفت در تمام زمینه‌هاست. هر ملتی برای رسیدن به هدف توسعه و پیشرفت نیازمند منابع و دارایی‌هایی است. دارایی‌هایی نظیر شرایط جغرافیایی، ثروت‌ها و منابع طبیعی، منابع مالی، و ذخایر بین‌المللی و منابع انسانی درست، و سرمایه‌های دینی و فرهنگی را می‌توان از مهم‌ترین این دارایی‌ها دانست. یکی از مهم‌ترین زمینه‌سازان پیشرفت هر جامعه فرهنگ آن جامعه است و این فرهنگ از راه جامعه‌پذیری در افراد درونی می‌شود. هر چند که خود جامعه‌پذیری از راه منابعی هم چون نخبگان جامعه و رسانه‌های گروهی شکل می‌گیرد و در افراد درونی می‌شود. بنابراین سرمایه‌گذاری بر روی نخبگان و آگاهان یک جامعه و استفاده مناسب از رسانه‌ها در هر جامعه می‌تواند زمینه‌ساز فرهنگی در آن جامعه بشود که رسیدن به هدف پیشرفت را در آن جامعه میسر سازد.

واژه‌های کلیدی: پیشرفت، فرهنگ، جامعه‌پذیری، نخبگان، رسانه‌ها

۱. مقدمه

رفاه و خوشبختی یک بعدی نیست، بلکه مجموعه‌ای از دارایی‌های هر ملتی زمینه‌ساز توسعه و پیشرفت پایدار آن است. دارایی‌هایی نظیر شرایط جغرافیایی، ثروت‌ها و منابع طبیعی، منابع مالی، و ذخایر بین‌المللی و دارایی‌های ایجاد شده توسط انسان‌ها (ساختمان‌ها، پل‌ها، جاده‌ها و ...)، قوانین و مقررات مناسب، منابع علمی (دانشمندان و آثار آن‌ها)، منابع انسانی درست، و سرمایه‌های دینی و فرهنگی را می‌توان از مهم‌ترین این دارایی‌ها دانست.

هوارد گاردنر با تاکید بر اهمیت فرهنگ می‌نویسد: عقاید و اعمال فرهنگی از لحظه تولد و شاید حتی زودتر بر کودک اثر می‌گذارد. حتی توقعات والدین از کودک متولد نشده و واکنش‌های آن‌ها نسبت به

^۱. دانشجوی کارشناسی ارشد روانشناسی تربیتی دانشگاه الزهرا (س)، elenadji@hotmail.com

^۲. کارشناسی ارشد روانشناسی تربیتی دانشگاه الزهرا (س)، s.rajabimoghaddam@yahoo.com



مشخص شدن جنسیت کودک تاثیرگذار هستند. خانواده، معلمان، و دیگر منابع تاثیرگذار در فرهنگ نشانگر آن هستند که چه عواملی در رشد کودک موثرند و چگونه اثرات بلند مدت و کوتاه مدت خود را خواهند گذاشت (هریسون و هانتینگتون، ۱۳۸۳).

در این مقاله تلاش شده است تا به چگونگی فرایند فرهنگ‌پذیری در افراد یک جامعه، که لازمه و زمینه‌ساز رشد و پیشرفت آن جامعه خواهد بود، پرداخته شود. در میان منابع فرهنگ‌پذیری نقش رسانه‌های گروهی و نخبگان و اندیشمندان جامعه به عنوان دو منبع مهم، مورد بررسی قرار گرفته است.

۲. جامعه‌پذیری، فرهنگ‌پذیری و پیشرفت

مذهب، اعتقاد، اخلاق، مفهوم ثروت و رفاه، رقابت و همکاری، عدالت، مفهوم کار، خلاقیت و نوآوری، یادگیری و آموزش، ثروت، ادب و احترام، واقعیت‌گرایی، عقلانیت، قدرت، نگرش ملی یا جهانی، نگرش به زندگی، رستگاری، خوش‌بینی، آزادی و دموکراسی، و عدم نگرانی آحاد جامعه، از ارزش‌هایی هستند که می‌توان با هدایت درست آن‌ها را زیر ساخت هر فرهنگی برای رفاه و خوشبختی دانست، هرچند که جامعه عمل پوشاندن به آن‌ها نیازمند استقامتی بسیار است (هریسون و هانتینگتون، ۱۳۸۳). چنین امری از راه جامعه‌پذیری صورت می‌گیرد.

جامعه‌پذیری یک فرآیند بسیار مهم در جامعه است که دورکیم درباره آن می‌گوید: اجتماعی شدن فرد یعنی وارد یک اندیشه و مرام دیگری شدن، یعنی تغییر انسانی که فردی شخصی، درونگرا و غیراجتماعی است به یک انسان اجتماعی قابل استفاده برای جامعه. می‌توان گفت جامعه‌پذیری فرآیندی است که توسط آن، فرد تازه متولد شده از طریق درونی کردن و ورود به شبکه‌های نظام تعامل، به فردی اجتماعی تبدیل می‌شود (ادیبی و انصاری، ۱۳۸۳).

جامعه‌پذیری از اهمیت زیادی برخوردار است و جوامع برای جامعه‌پذیر کردن افراد نسبت به فرهنگ و ارزش‌های خود هزینه می‌کنند. با توجه به این که همواره منابع جامعه‌پذیری به دنبال آن هستند که افراد را نسبت به آنچه که می‌خواهند جامعه‌پذیر کنند اما همه افراد جامعه‌پذیر شده مانند هم عمل نمی‌کنند. بورديو در این خصوص به ساختار منابع جامعه‌پذیری و ذهن فرد جامعه‌پذیرشونده اشاره می‌کند. افراد جامعه از آگاهی‌ها یا سرمایه‌های متفاوتی برخوردارند. هر چه توان و شناخت فرد کمتر باشد، جامعه‌پذیری یک طرفه و بیشتر خواهد بود. در حالی که با آگاهی و قدرت بیشتر، تعامل جدی‌تر و واقعی‌تری برقرار می‌شود و "جامعه‌پذیری خود"، مطرح می‌گردد. مید معتقد است که در جامعه‌پذیر کردن "خود" ابتدا فرد با نظریه‌های دیگری (دیگری عمومیت یافته) آشنا می‌شود. سپس این نظریه‌ها درونی می‌شود تا جایی که فرد کم کم خودش جزء گروه شده و به نوعی جزء "دیگری عمومیت

یافته " می‌شود. سرانجام "اجتماعی شدن خود" رخ می‌دهد. در این فرایند اجتماعی شدن، هرچند تا حدودی "خود فردی" تضعیف می‌شود و "خود جمعی و اجتماعی" تقویت می‌شود و ارجحیت می‌یابد اما در عوض نظم در جامعه برقرار می‌شود و امنیت و آرامش فرد و سایر افراد جامعه تأمین می‌گردد (منادی، ۱۳۸۷).

جامعه‌پذیری موجب ارتباط فرد با سایر افراد جامعه می‌شود، بنابراین فرد دچار انزوا نمی‌شود و می‌تواند به داد و ستد عاطفی، مالی، فرهنگی و علمی با دیگران بپردازد؛ در حالی که در صورت عدم جامعه‌پذیری، فرد در یک شبکه یا گروه بسته زندگی می‌کند و شاهد انزوای او خواهیم بود. این فرد نمی‌تواند به رشد واقعی خود دست یابد و جامعه نیز نمی‌تواند از مهارت‌های او سود ببرد. جامعه‌پذیری سه ویژگی مهم دارد:

- امری دائمی است.
- مختص سن و زمان خاصی نیست.
- در خودآگاهی و تشخیص هویت نقش دارد.

یکی از مهم‌ترین ابزارهایی که می‌تواند در مکانیسم جامعه‌پذیری نقش اساسی ایفا کند، "آموزش" است. جامعه‌پذیری می‌تواند منجر به "فرهنگ‌پذیری" افراد جامعه بشود. بنابراین از یک سو سیستم‌های آموزشی نقش اساسی در جامعه‌پذیری افراد برعهده دارند و از سوی دیگر این جامعه‌پذیری موجبات فرهنگ‌پذیری را فراهم می‌کند. اگر فرهنگی بتواند انسان‌های نظم‌پذیر، سخت‌کوش و مولد برای جامعه تربیت کند آن فرهنگ دست کم عقب افتاده نخواهد بود و این توانایی برای فرهنگی به ارمغان نمی‌آید مگر این که آموزش در تمامی سطوح جامعه گسترش یابد، و نظم و اهمیت به زمان، مورد توجه باشد (هریسون و هانتینگتون، ۱۳۸۳؛ منادی، ۱۳۸۷).

در هر جامعه‌ای تلاش می‌شود تا افراد نسبت به مفاهیمی جامعه‌پذیر شوند، برخی از آن‌ها عبارت‌اند از: فرهنگ، دین، سیاست، هنر، ورزش، حقوق، احساسات و عواطف، شغل، محیط زیست. در واقع جامعه برای آن که افراد فرهنگ آن را بپذیرند، برای آن که به آنان امید دهد، برای تعیین هویت افراد و تعیین نقش اجتماعی آنان، و همچنین آموختن مهارت‌ها به آن‌ها سعی می‌کند آنان را جامعه‌پذیر نماید. جامعه برای این کار از سه مکانیسم استفاده می‌کند: تقلید، تلقین و آموزش. این مکانیسم‌ها نحوه ساختن ارزش‌ها و قوانین جامعه در افراد آن جامعه هستند. تقلید، ناپایدارترین روش است زیرا ممکن است تا زمانی که منبع تقلید یا الگوی موردپسند و علاقه ما در کنارمان یا در قید حیات باشد از آن پیروی کرده و با آن همسازی کنیم و با فاصله گرفتن از او، دیگر از او تقلید نکنیم. روش تلقین که قوی‌تر و پایدارتر از تقلید است تنها تا زمانی دوام دارد که محرک تلقین وجود داشته باشد. در

صورتی که تلقین به روش آموزش ختم شود، جامعه‌پذیری موفق می‌تواند رخ دهد. آموزش، یاد دادن، معرفی کردن و تکرار یک مسأله است که یقیناً در ازای یادگیری آن، خوشایندی و سودی نصیب یادگیرنده می‌شود. این روش که به زمان و هزینه بیشتری نسبت به سایر روش‌ها نیاز دارد، پایدارترین و مستحکم‌ترین روش است (منادی، ۱۳۷۸).

نکته مهم این است که زمانی که از مکانیسم‌های جامعه‌پذیری استفاده می‌کنیم، فرد به یک باره و ناگهانی نسبت به موضوع مورد نظر جامعه‌پذیر نمی‌شود بلکه این فرآیند طی مراحل صورت می‌گیرد. وقتی انسان در یک موقعیت قرار می‌گیرد (با توجه به این که هر موقعیت دارای فرهنگ و ارزش خاصی است و واقعیت‌های مخصوص به خود را دارد) بعد از ارتباطات مستمر با این محیط، یا مجبور به ترک آن محیط و موقعیت است یا اگر بماند و دوام بیاورد یعنی آن موقعیت را قبول کرده است. پس از برخورد مستمر با موقعیت، با تعریف یکسان موقعیت با دیگر شرکت‌کنندگان، در واقع انسان به واقعیت مطرح شده پاسخ مثبت می‌دهد و آن را می‌پذیرد (همان).

برای آن که جامعه‌پذیری موفق صورت گیرد باید "زمان" و "رابطه آموزشی" مناسب باشد. شرایط لازم برای رابطه آموزشی مناسب عبارت‌اند از: تسلط منبع جامعه‌پذیرکننده به محتوای آموزشی، عدم تحمیل محتوا، الگو بودن منبع جامعه‌پذیری، اعتماد متقابل بین شرکت‌کنندگان و توجه کامل به امکانات فرد. مالوسکا و تاپ معتقدند که جامعه‌پذیری موفق به تطابق کودک با بزرگسال ختم نمی‌شود بلکه جامعه‌پذیری موفق نتیجه پویای یک تطابق دو جانبه بین کودک و بزرگسال است که به شکل یک قرارداد مستقیم و غیرمستقیم صورت می‌گیرد و عملی می‌شود.

همواره جوامع سعی می‌کنند که افراد را نسبت به موضوعات گوناگون جامعه‌پذیر کنند، چرا که عدم موفقیت در جامعه‌پذیری پیامدهایی را به دنبال دارد. از جمله این پیامدها منزوی شدن فرد و عدم امکان استفاده جامعه از استعدادهای اوست؛ ولی مهم‌ترین و بدترین پیامد آن چیز دیگری است، یعنی شرایط مناسبی برای شیوع فساد و انحرافات در جامعه به وجود می‌آید. بنابراین جامعه‌پذیری برای جوامع اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد. چرا که چگونگی این جامعه‌پذیری است که می‌تواند موجبات پیشرفت یا عقب‌ماندگی جامعه‌ای را رقم بزند.

در هر جامعه‌ای منابعی وجود دارند که هر یک سعی می‌کنند تا با استفاده از مکانیسم‌های جامعه‌پذیری افراد را نسبت به موضوعات گوناگون جامعه‌پذیر کنند. نهاد خانواده، نهاد دین، نهاد آموزش و پرورش، رسانه‌های جمعی، گروه همسالان و الگوهای جامعه هر یک منابعی هستند که سعی دارند افراد جامعه را نسبت به ارزش‌ها، قوانین و فرهنگ و آداب و رسوم جامعه، جامعه‌پذیر نمایند تا در جامعه نظم و آرامش و امنیت برقرار شود.

۳. فرهنگ و رسانه‌های گروهی

یکی از منابع نام برده شده "رسانه‌های گروهی" هستند که در کنار روابط فردی، نقش بسیار بالایی در شکل‌دهی به افکار و فرهنگ مردم جامعه دارند و این به دلیل نفوذ بالای آنهاست. بنابراین رسانه‌ها به دلیل قدرت توزیع بالا و ارتباط با تمام اقشار جامعه می‌توانند بر فرهنگ جامعه تأثیر بگذارند و حتی به فرهنگ‌سازی بیانجامند (بوردیو، ۱۳۸۸؛ لازار، ۱۳۸۹).

هرچند که رسانه‌ها خود تحت تأثیر الزاماتی هستند. یکی از این الزامات، محدودیت زمان است. بوردیو بیان می‌کند که بین سرعت و اندیشه رابطه منفی وجود دارد و رسانه‌ها ناگزیر از اضطرار و سرعت هستند. بنابراین نیاز به اندیشمندان فوری دارند که غذای فوری فرهنگی در دست داشته باشند. این اندیشمندان برای فراهم کردن مطالب فوری مجبور به پذیرش ایده‌های موجود و پیش‌داوری می‌شوند زیرا زمانی برای اندیشه و فکر ندارند (بوردیو، ۱۳۸۸). لازار این پیش‌داوری را دربرگیرنده مجموعه‌ای از گرایش‌ها و افکار قالبی می‌داند که بدون استدلال پذیرفته شده‌اند (لازار، ۱۳۸۹). در نهایت چنین الزامی موجب می‌شود که رسانه‌ها، فرهنگ و در نهایت افراد جامعه در برابر اطلاعات تازه مقاومت کنند و همان افکار قالبی خود را (چه درست و چه نادرست) گسترش بدهند. بنابراین برای اینکه بتوان در جامعه‌ای از طریق رسانه (که یکی از پر نفوذترین منابع جامعه‌پذیری است)، به پیشرفت رسید ابتدا باید چنین الزاماتی (محدودیت زمان و امکانات، و افکار قالبی) را از میان برداشت.

۴. فرهنگ و نخبگان

یکی دیگر از منابع مؤثر و مهم در جامعه‌پذیری افراد جامعه، "نخبگان" آن جامعه هستند. نخبگان شامل متفکران، روحانیون و هنرمندان می‌شوند. بوردیو در این باره معتقد است که نخبگان هر جامعه، خالقین و عاملین سرمایه‌های فرهنگی آن جامعه هستند. از آنجایی که نهاد آموزش و پرورش تحت تأثیر بخشی از نخبگان جامعه است فقط این دسته از افراد در چگونگی این نهاد، شکل‌دهی و برنامه‌ریزی آن نقش دارند. با توجه به این نکته که حاکمان آخرین تصمیم‌گیرندگان و مجریان این دستگاه عظیم آموزشی در هر جامعه‌ای هستند، نسبت به بقیه افراد این دسته نقش مهم‌تری دارند. هر حاکمیتی که بتواند بیشترین درصد قشر نخبگان جامعه را قانع کند و در اختیار داشته باشد، سریع‌تر و بهتر می‌تواند در راستای افکار خود گام برداشته و مطمئن‌تر به توسعه و پیشرفت مد نظر خود برسد. بنابراین برای این که جامعه‌ای با حفظ فرهنگ بومی خود پیشرفت کند لازم است که افراد جامعه

۱. آگاه شده

۲. با تمامی ارزش‌ها، هنجارها و آداب و رسوم فرهنگی جامعه، بیشتر با روش آموزش و کمتر با روش تلقین و بسیار کمتر با روش تقلید آشنا شوند.

۳. نخبگان جامعه در تلاش باشند تا هرچه بیشتر، خود، در عمل نسبت به هنجارها و ارزش‌های معرفی شده، جامعه‌پذیر شده باشند (منادی، ۱۳۸۷).

۵. نتیجه‌گیری:

در نهایت می‌توان گفت که هر ملتی با درک صحیحی از واقعیت‌های فرهنگی خود می‌تواند شیوه‌های اجتماعی و اقتصادی نادرست خود را تغییر داده و با انتخابی درست، با شایستگی به پیشرفت اجتماعی و فرهنگی نائل آید و با تمرکز بر ارزش‌های صحیحان را پایدار کند. زیرا پیشرفت و توسعه به شکل یارانه در اختیار هیچ ملتی قرار نمی‌گیرد تا آن ملت خود، وادار شود توسعه را پایدار کند. به عبارت دیگر پیشرفت خریدنی نیست، بلکه به‌دست آوردنی است. هرچند که لازمه رسیدن به چنین پیشرفتی به‌کارگیری درست منابع مؤثر و موجود آن جامعه است که در میان آن‌ها می‌توان به نخبگان و رسانه‌های گروهی هر جامعه‌ای اشاره کرد. پس با استفاده درست و هدفمند از چنین نیروهایی در هر جامعه می‌توان انتظار رشد و پیشرفت در آن جامعه را داشت.

نام‌نامه:

ادیبی، حسین و انصاری، عبدالمعبود (۱۳۸۳). نظریه‌های جامعه‌شناختی. تهران: نشر دانژه.
 بوردیو، (۱۳۸۸). درباره تلویزیون و سلطه ژورنالیسم. ترجمه ناصر فکوهی. تهران: نشر آشیان.
 لازار، ژودیت (۱۳۸۹). افکار عمومی. ترجمه مرتضی کتبی. تهران: نشر نی.
 منادی، مرتضی (۱۳۸۷). درآمدی جامعه‌شناختی بر جامعه‌پذیری. تهران: انتشارات جیحون.
 هریسون، لارنس و هانتینگتون، ساموئل (۱۳۸۳). اهمیت فرهنگ. ترجمه انجمن توسعه مدیریت ایران. تهران: موسسه انتشارات امیرکبیر.

