

تحلیل وضعیت فرهنگ عمومی در استان گلستان

غلامرضا خوش‌فر

عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران

مقدمه

موضوع این مقاله، بررسی وضعیت فرهنگ عمومی استان گلستان است. فرهنگ عمومی در این تحقیق، به معنی عناصر موجود در فرهنگ است که مردم آن را پذیرفته‌اند. شاخص‌های چهارده‌گانه تعیین شده شورای فرهنگ عمومی برای بررسی وضعیت آن در استان گلستان از این قرار است:

۱- ویژگی‌های اجتماعی، اقتصادی و جمعیتی؛ ۲- نگرش‌ها درباره ازدواج خانواده؛ ۳- وضعیت رسانه‌های ارتباطی؛ ۴- مشارکت اجتماعی؛ ۵- نحوه گذراندن اوقات فراغت؛ ۶- فرهنگ و جنسیت؛ ۷- رضایت اجتماعی؛ ۸- عقاید و نگرش‌ها درباره نیروهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی؛ ۹- ارزش‌های اجتماعی؛ ۱۰- رفتارهای مذهبی؛ ۱۱- امور و مسائل داخلی کشور؛ ۱۲- امور و مسائل خارجی کشور؛ ۱۳- وضعیت فرهنگی، هنری، آموزشی؛ ۱۴- رفتارهای اخلاقی.

مهم‌ترین هدف تحقیق، شناخت دقیق و علمی از وضعیت فرهنگ عمومی استان گلستان است. روش تحقیق، توصیفی (Descriptive) است و مهم‌ترین روش جمع‌آوری داده‌ها،



پرسشنامه با سؤالات عمدتاً بسته است. برای تحقق اهداف پژوهش علاوه بر پرسشنامه، از داده‌های ثانوی موجود در آمارنامه‌ها و سالنامه‌های آماری و گزارش‌های مکتوب اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز استفاده شده است. داده‌های تحقیق در دو سطح متفاوت تجزیه و تحلیل شده‌اند. در سطح تحلیل کلان (Marco) واحد تحلیل، شهرستان است و در سطح تحلیل خرد (Micro) واحد تحلیل، فرد پاسخگو است. جامعه آماری در سطح کلان کلیه شهرستان‌های استان و در سطح تحلیل خرد واحد تحلیل فرد پاسخگو است. جامعه آماری در سطح کلان کلیه شهرستان‌های استان و در سطح خرد کلیه ساکنان بیست سال به بالای نقاط شهری استان گلستان هستند که تعداد آنها ۲۸۵۶۵۷ نفر برآورد شده است. جامعه نمونه در سطح خرد ۵۰۸ نفر هستند که با استفاده از فرمول کوکران تعیین شده‌اند و با استفاده از شیوه نمونه‌گیری چند مرحله‌ای طبقه‌بندی و با روش تصادفی ساده انتخاب و مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

نتیجه یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که از ۸۲ زیرشاخص بررسی شده که شامل فعالیت‌ها، گرایش‌ها و رفتارهای فرهنگی بر مبنای ۱۴ شاخص کلی فرهنگ عمومی هستند، ۳۴ زیرشاخص در حیطه فرهنگ عمومی مردم گلستان است و ۴۸ زیرشاخص دیگر در حیطه فرهنگ عمومی مردم استان نیست. از یک طرف، قرار گرفتن برخی عناصر نظیر تماشای تلویزیون‌های خارجی، گرایش به ارزش‌های مادی، رفتارهای ناپسند اخلاقی و اجتماعی و ... در حیطه فرهنگ عمومی و از طرف دیگر قرار نگرفتن برخی از عناصر فرهنگ، نظیر مطالعه کتب غیردرسی، جو دموکراسی در خانواده، بازی و ورزش، تفریح، رضایت اجتماعی، رفتارهای مذهبی، امنیت عمومی و اجتماعی و ... در حیطه فرهنگ عمومی، نگرانی و احساس مسئولیتی بس عظیم در این زمینه ایجاد کرده است که تغییر آن به وضع مطلوب مستلزم توجه جدی و تمهید و تدبیر سازمان‌های برنامه‌ریزی فرهنگی و اجتماعی جامعه است.

طرح مسئله

ایجاد هرگونه تغییر و تحول در جامعه برای بهبود اوضاع اجتماعی و اقتصادی به سالم‌سازی محیط اجتماعی و ایجاد بسترهای مناسب فرهنگی بستگی دارد؛ زیرا جامعه را فرهنگ انتظام

می‌دهد و انسان با فرهنگ موجودی اجتماعی می‌شود. فرهنگ، وسیله ارتباط است. اگر جامعه را سیستمی از روابط فرض کنیم چگونگی این روابط با فرهنگ مشخص می‌شود. «اهمیت فرهنگ را به‌طور کلی می‌توان در دو جنبه خلاصه کرد: نخست جایگاهی که فرهنگ، در هویت و موجودیت جامعه دارد و دیگری نقشی که فرهنگ در پیشرفت جوامع ایفا می‌کند».

رونالد اینگلهارت (R. Inghelhart) در اثر معروف خود تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی اذعان می‌دارد: «فرهنگ، یک عنصر علی ضروری است که به شکل‌گیری جامعه کمک می‌کند. عنصری که امروزه (متأسفانه) ناچیز انگاشته می‌شود».

فرهنگ و رابطه آن با توسعه از مسائل دو دهه اخیر است که توجه جهانی به آن جلب شده است. در دنیای امروز، توجه به توسعه فرهنگی، با وجود تهاجم فرهنگی و مواجهه با فرهنگ‌های بیگانه، امری اجتناب‌ناپذیر است. علاوه بر این، برای تحقق توسعه در سایر زمینه‌ها نظیر اقتصاد، اجتماع و سیاست، بررسی و تحلیل وضعیت فرهنگ عمومی جهان و سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت امری لازم و ضروری به‌نظر می‌رسد. علاوه بر اینکه موفقیت فرایند توسعه، منوط به برنامه‌ریزی فرهنگی (cultural planning) و امکانات فرهنگی است.

اهداف و سؤالات

با توجه به اینکه، اکنون استان گلستان، در آستانه سازندگی و توسعه زیرساخت فرهنگی - اجتماعی قرار دارد، برنامه‌ریزان فرهنگی - اجتماعی باید شناخت علمی و دقیقی از این امور داشته باشند لذا این مقاله سؤالات زیر را پاسخ می‌دهد:

۱- فرهنگ عمومی استان گلستان چگونه است؟

۲- شاخص‌های فرهنگ عمومی در استان گلستان در چه میزانی است؟

۳- شاخص‌های تحلیل وضعیت فرهنگ عمومی را که شورای فرهنگ عمومی کشور تدوین، تنظیم و پیشنهاد داده‌اند، در این استان چه وضعیتی دارد؟



روش‌شناسی مطالعه

مقاله حاضر پژوهشی میدانی با استفاده از روش توصیفی (Descriptive) است. با این توضیح که پس از تعیین شاخص‌های فرهنگ عمومی موردنظر شورای فرهنگ عمومی، روش جمع‌آوری داده‌ها تعیین و سپس با توجه به ماهیت داده‌ها (اولیه یا ثانویه) گردآوری شد. برای سنجش نظریات مردم درباره موضوعات مختلف فرهنگ عمومی از روش پژوهش پیمایشی (Social Survey) استفاده شده است. انتخاب این دو روش، با توجه به ماهیت تحقیق و نوع تحلیل داده‌ها است.

ابزار گردآوری اطلاعات

گردآوری اطلاعات موردنیاز در سطح تحلیل خرد با پرسشنامه و در سطح تحلیل کلان با آمارنامه‌ها و سالنامه‌های آماری و اسناد و مدارک موجود در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان گلستان و ادارات ارشاد اسلامی شهرستان‌ها صورت پذیرفته است. علاوه بر این، ممکن است از مصاحبه نیز برای گردآوری و تصحیح داده‌های ثانویه استفاده شده باشد.

جامعه آماری

با توجه به اینکه در نظر است که تحلیل جامعی درباره شاخص‌های فرهنگ عمومی در استان گلستان صورت پذیرد، لذا جامعه آماری (N) تحقیق را در سطح کلان، کلیه شهرستان‌های استان گلستان تشکیل می‌دهند و در سطح خرد، جامعه آماری تمامی افراد بیست سال به بالای ساکن در نقاط شهری استان گلستان هستند که حداقل یک سال مداوم در استان سکونت داشته‌اند.

شیوه نمونه‌گیری و حجم نمونه

همان‌طور که ذکر شد تحقیق حاضر در استان گلستان و به صورت جامع انجام پذیرفته است. بنابراین، حجم نمونه (n) در این تحقیق در سطح کلان برابر است با کلیه شهرستان‌های استان. لکن در تحلیل در سطح خرد از روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای طبقه‌بندی شده استفاده گردیده

است. حجم نمونه- با استفاده از فرمول منطقی کوکران- تعداد ۵۰۸ نفر هستند که مورد مطالعه قرار گرفته‌اند.

چگونگی انتخاب نمونه‌ها

پس از مشخص شدن تعداد نمونه‌های هر شهر، افراد نمونه در چهار نقطه به‌عنوان چهار خوشه انتخابی که به‌طور تصادفی انتخاب شدند، پرسشگران به محله‌ها و بلوک‌های تعیین شده مراجعه کردند. شرط پاسخگویی به سؤالات پرسشنامه، داشتن حداقل بیست سال سن و سکونت در شهر مربوط حداقل به مدت یک سال است. از آنجا که معمولاً نیمی از افراد جامعه، زنان و نیمی دیگر مردان هستند لذا تعداد نمونه‌ها از دو جنس به‌طور مساوی، انتخاب شدند. در انتخاب چهار نقطه به‌عنوان چهار خوشه (واحد نمونه‌برداری اولیه) در شهر به تفکیک و تمایز محله‌های مختلف از لحاظ طبقات اقتصادی- اجتماعی توجه شده است. بدین ترتیب در نمونه‌های تحقیق، قشر بندی اجتماعی و نابرابری‌های موجود لحاظ شد.

فنون تجزیه و تحلیل اطلاعات

اطلاعات حاصل از تحقیق با استفاده از نرم‌افزار SPSS، که مخصوص داده‌های علوم اجتماعی است، تجزیه و تحلیل خواهد شد. برای این کار از آمار توصیفی و شاخص‌های آن نظیر شاخص‌های مرکزی و پراکندگی استفاده می‌شود. همچنین از فراوانی مطلق، نسبی و تراکمی برای توصیف داده‌ها استفاده می‌شود. برای شناخت عناصر، فعالیت‌ها و رفتارهای فرهنگی در حیطه فرهنگ عمومی از مقایسه نسبت‌ها استفاده می‌گردد.

متغیرها یا مفاهیم اساسی

متغیر مهم و کلیدی در مقاله حاضر «وضعیت فرهنگ عمومی» است. منظور از فرهنگ عمومی، آن دسته از ارزش‌ها و هنجارهایی هستند که به‌صورت رفتارهای عام درآمده‌اند و جزئی از فرهنگ عامه محسوب می‌شوند. بخشی از فرهنگ عمومی، تأثیری درازمدت بر جامعه دارند و در



عینیت‌های اجتماعی می‌توان آنها را مشاهده کرد مثل شکل معماری یا شکل لباس پوشیدن. بخش دیگر فرهنگ عمومی، در کوتاه‌مدت می‌تواند در رفتارهای افراد جامعه تأثیر بگذارد که این بخش از فرهنگ عمومی نمود عینی ندارد لکن اثر عینی از آن مترتب است مانند وجدان کاری و احترام به بزرگ‌ترها یا ارزش‌های دیگر. در این تحقیق، به ابعاد مختلف فرهنگ عمومی در دو بخش مذکور توجه می‌شود و میزان آنها در تمام شهرستان‌های استان و در میان افراد نمونه سنجیده و ارزیابی می‌گردد.

فرهنگ عمومی در این مطالعه مشخصاً به معنی «عناصر موجود در فرهنگ که اکثریت مردم آن را پذیرفته‌اند و بدان عمل می‌کنند»، در نظر گرفته شده است. شاخص‌های فرهنگ عمومی برای بررسی وضعیت فرهنگ عمومی در استان گلستان شاخص‌های چهارده‌گانه‌ای هستند که شورای فرهنگ عمومی کشور آن را بدین شرح تعیین کرده است:

۱- ویژگی‌های اجتماعی، اقتصادی و جمعیتی؛ ۲- نگرش‌ها درباره ازدواج و خانواده؛ ۳- وضعیت رسانه‌های ارتباطی؛ ۴- مشارکت اجتماعی؛ ۵- نحوه گذراندن اوقات فراغت؛ ۶- فرهنگ و جنسیت؛ ۷- رضایت اجتماعی؛ ۸- عقاید و نگرش‌ها درباره نیروهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی؛ ۹- ارزش‌های اجتماعی؛ ۱۰- رفتارهای مذهبی؛ ۱۱- امور و مسائل داخلی کشور؛ ۱۲- امور و مسائل خارجی کشور؛ ۱۳- وضعیت فرهنگی، هنری و آموزشی؛ ۱۴- رفتارهای اخلاقی. مهم‌ترین هدف این مقاله ارائه شناخت منظم و عینی از وضعیت موجود فرهنگ عمومی استان گلستان است.

ملاک و معیار سنجش

برای سنجیدن اینکه کدام‌یک از فعالیت‌های مربوط به اجزاء و عناصر فرهنگی و رفتارها، نگرش‌ها، باورها، اعتقادات و ارزش‌های اندازه‌گیری شده در این تحقیق در حیطه فرهنگ عمومی مردم مناطق شهری استان گلستان قرار می‌گیرند، باید ببینیم که نسبت به چه موارد و اجزایی از فرهنگ اتفاق نظر بیشتری وجود دارد. بدین منظور، در متغیرهای عقیده اشخاص، نسبت موافقان به مخالفان (خیلی زیاد به خیلی کم) یا برعکس مخالفان به موافقان درباره هر متغیر، محاسبه و

نتایج برحسب رقم حاصل معرفی خواهد شد. در متغیرهای مربوط به رفتار، تنها نسبت افرادی که آن رفتار به خصوص را انجام می‌دهند به افرادی که آن رفتار را انجام نمی‌دهند محاسبه می‌شود.^۱ مطابق این معیار، اگر ملاک هر جزء از فرهنگ عمومی را، موافقت یا مخالفت با انجام حداقل ۷۵ درصد اعضای جامعه نسبت به یک جزء از رفتار یا گرایش فرهنگی بدانیم در این صورت، آن دسته از متغیرهایی که نسبت موافق به مخالف یا مخالف به موافق یا انجام به عدم انجام آنها از سه بزرگ‌تر است جزو فرهنگ عمومی جامعه محسوب خواهد شد.

توصیف و تحلیل داده‌ها و نتایج تجربی

در این قسمت براساس تحقیق پیمایشی، داده‌های جمع‌آوری شده توصیف و تجزیه و تحلیل خواهند شد. همان‌طور که در بخش روش‌شناسی قید شد ۵۰۸ نفر به ۸۲ سؤال پرسشنامه پاسخ گفته‌اند که نتایج و یافته‌های تحقیق در سطح خرد منطبق با شاخص‌های پیشنهادی تحلیل وضعیت فرهنگ عمومی شورای فرهنگ عمومی کشور به شرح زیر ارائه می‌گردد:

۱-۱- نحوه گذران اوقات فراغت

گذراندن اوقات فراغت گروه وسیعی از فعالیت‌ها را دربرمی‌گیرد. این فعالیت‌ها بعضی منفعل و یک‌جانبه هستند مثل رادیو و تلویزیون؛ بعضی غیرمنفعل مثل مطالعه و انجام کارهای دستی؛ و گروهی نیز دو یا چند جانبه غیرمنفعل هستند مثل فعالیت‌هایی که همراه با مشارکت است. برای سنجش چگونگی گذراندن اوقات فراغت از سیزده نوع فعالیت مختلف سؤال شد. ترتیب متغیرهای گذران اوقات فراغت برحسب انجام آن در اولویت‌های اول تا سوم به‌عنوان بیشترین فعالیت اوقات فراغت و افرادی که به آن نوع فعالیت می‌پردازند به شرح جدول زیر است:



جدول شماره ۱: ترتیب متغیرهای گذران اوقات فراغت برحسب انجام در اولویت اول تا سوم
(بیشترین)

رتبه	متغیر	تعداد مطلق	درصد انجام	نسبت انجام
۱	تماشای تلویزیون	۱۴۵	۲۸/۸	۰/۳۹
۲	استراحت در منزل	۱۴۴	۲۸/۳	۰/۳۹
۳	مطالعه کتب درسی	۷۷	۱۵/۱	۰/۱۷
۴	مطالعه روزنامه و مجله	۴۹	۹/۷	۰/۱۰
۵	گوش دادن به نوار	۴۴	۸/۷	۰/۰۹
۶	مطالعه کتب غیردرسی	۳۸	۷/۵	۰/۰۸
۷	رفتن به مراکز تفریحی	۳۰	۵/۹	۰/۰۶
۸	تماشای ویدئو	۲۴	۴/۷	۰/۰۴
۹	گوش دادن به رادیو	۲۱	۴/۱	۰/۰۴
۱۰	گردش در بازار	۱۹	۳/۷	۰/۰۳
۱۱	بازی و ورزش	۱۸	۳/۵	۰/۰۳
۱۲	رفتن به سینما	۸	۱/۵	۰/۰۱
۱۳	رفتن به مسافرت	۴	۰/۸	۰/۰۰۷

همچنان‌که ملاحظه می‌شود از میان متغیرهای اندازه‌گیری شده هیچ‌کدام در حیطه فرهنگ عمومی قرار نمی‌گیرند؛ زیرا نسبت انجام هیچ‌کدام از آنها به عدد سه نرسیده است. به عبارت دیگر، هیچ‌کدام از فعالیت‌های سیزده‌گانه‌ای که معمولاً در بسیاری از جوامع فرهنگ عمومی تلقی می‌شوند در استان گلستان فرهنگ عمومی نشده‌اند. با وجود این، ترتیب این فعالیت‌ها نشان می‌دهد که تماشای تلویزیون که از عناصر گذران اوقات فراغت منفعل و یک‌جانبه است در رأس فعالیت‌های مربوط به اوقات فراغت استان قرار گرفته است که نکته حائز اهمیتی است؛ زیرا تلویزیون امروزه قدرتمندترین و پرجاذبه‌ترین وسیله ارتباط جمعی است و در کنار نهادهای اجتماعی دیگر نظیر خانواده و مدرسه، جایگاه رفیعی در فرایند اجتماعی شدن (Socialization) کودکان و نوجوانان دارد. امروزه برای تلویزیون نقش‌ها و کارکردهایی نظیر منبعی از اخبار باورنکردنی، اطلاعات مفید، آگاهی‌های دقیق اجتماعی، سرگرمی لذت‌بخش و همراهی

آرامش‌بخش پذیرفته شده است و تماشای تلویزیون به‌عنوان جزء انکارناپذیر فعالیت‌های روزانه افراد به‌خصوص نوجوانان قائل شده‌اند؛ بنابراین تماشای تلویزیون در رأس فعالیت‌های اوقات فراغت مردم با توجه به نقش‌ها و کارکردهای تلویزیون، طبیعی به‌نظر می‌رسد. ضمن اینکه نتیجه پژوهش «بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی در ایران» (۱۳۷۴) نیز نشان می‌دهد که تماشای تلویزیون با نسبت ۲۲/۴ (نسبت انجام زیاد به هرگز) در رأس فعالیت‌های گذراندن اوقات فراغت مردم ایران قرار گرفته است^۲ که تأکیدی بر نتیجه تحقیق حاضر است.

در مجموع، قرار گرفتن «تماشای تلویزیون» و «استراحت در منزل» در رأس فعالیت‌های مربوط به اوقات فراغت است و قرار نگرفتن فعالیت‌هایی نظیر مسافرت، سینما، بازی و ورزش و مطالعه در زمره فعالیت‌های اصلی اوقات فراغت تعیین‌کننده راهبرد اساسی در این زمینه است؛ یعنی سعی و تلاش برنامه‌ریزان فرهنگی برای پرکردن اوقات فراغت افراد جامعه باید مبتنی بر ترویج مطالعه و کتابخوانی، استفاده از سینما، بازی و ورزش و مسافرت باشد. در مجموع، بررسی گذراندن اوقات فراغت نشان می‌دهد که با وجود پرداختن مردم به اموری نظیر تماشای تلویزیون و استراحت در منزل، متأسفانه هیچ‌یک از مقولات سیزده‌گانه مورد بررسی در حیطه فرهنگ عمومی قرار نگرفته‌اند.

۲- رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی

در این قسمت هدف از شاخص پیشنهادی، بررسی وضعیت رسانه‌های ارتباطی و میزان بهره‌گیری از آنها است. به همین منظور، سؤالاتی درباره میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی از جمله کتاب، ویدئو، تلویزیون، برنامه‌های تلویزیون خارجی، سینما، روزنامه و مجله، ماهواره، ورزش، رادیو، نوار کاست و ویدئو کلپ طراحی، و اطلاعات مربوط در دو حوزه میزان بهره‌مندی و محتوای برنامه‌ها جمع‌آوری و دسته‌بندی شده‌اند که خلاصه شاخص‌های محاسبه شده به شرح زیر است:



جدول شماره ۲: ترتیب میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی

۱۵/۶۵	مطالعه	۱
۱۴/۳	نوارکاست (ضبط صوت)	۲
۹/۳	ویدئو	۳
۹/۱	نوار موسیقی و سرود (نوع نوار)	۴
۵/۴	تلویزیون‌های خارجی	۵
۴/۸۱	تلویزیون داخلی	۶
۲/۴	سینما	۷
۱/۶	ماهواره	۸
۱/۴	رادیو	۹
۰/۶	روزنامه و مجله	۱۰
۰/۳۸	فیلم (مراکز عرضه محصولات فرهنگی)	۱۱

همچنان‌که ملاحظه می‌شود وسایل ارتباطی تا ردیف ششم در زمره رسانه‌هایی هستند که استفاده از آنها در حیطه فرهنگ عمومی است و بقیه، از حیطه فرهنگ عمومی بیرون هستند.

۳- نگرش‌ها درباره ازدواج و خانواده

نگرش‌ها درباره ازدواج و خانواده در سه مقوله بررسی شده‌اند که عبارت‌اند از: ۱- معاشرت قبل از ازدواج؛ ۲- سن ازدواج (فاصله سن دختر و پسر هنگام ازدواج)؛ ۳- معیارهای گزینش همسر در ازدواج. حال با عنایت به معیار تعریف شده برای فرهنگ عمومی (رقم ۷۵ درصد یا نسبت ۳)، اجزای فرهنگی مذکور را درباره ازدواج و خانواده بررسی و مطالعه می‌کنیم.

۳-۱- معاشرت قبل از ازدواج

معاشرت دختر و پسر قبل از ازدواج با توجه به احکام دینی و مذهبی بسیار محدود است و در مجموع در اجتماع پسندیده نیست. با وجود این بسیاری از دختر و پسرها قبل از ازدواج با یکدیگر معاشرت دارند. نگرش افراد در این باره تا حدودی تعیین‌کننده رفتار آنهاست. در کل کشور نسبت موافقت با معاشرت قبل از ازدواج ۲/۴ است که نشان می‌دهد با توجه به معیار

تعریف شده، هنوز این جزء فرهنگی وارد حیطه فرهنگ عمومی نشده است، لکن تعداد موافقان بیش از مخالفان است. اما در استان گلستان نسبت موافقان بسیار کمتر از ارقام ملی است. نتایج محاسبات آماری نشان می‌دهد که نسبت موافقان به مخالفان در این باره در استان گلستان ۰/۸ است. این نسبت نشان می‌دهد مخالفان معاشرت قبل از ازدواج در استان گلستان بیش از موافقان است و در حال حاضر، به هیچ وجه نمی‌توان این عنصر را جزئی از فرهنگ عمومی به‌شمار آورد.

۲-۳- سن ازدواج

منظور از سن ازدواج در اینجا فاصله سن دختر و پسر هنگام ازدواج است. غرض از آن سنجش دیدگاه افراد درباره میزان فاصله سنی دختر و پسر در هنگام ازدواج است. افرادی که به اختلاف سنی زیاد بین دختر و پسر هنگام ازدواج اعتقاد دارند نسبت به کسانی که به تساوی سن دختر و پسر در هنگام ازدواج معتقدند، ۴/۳۵ است که نشان‌دهنده آن است که اعتقاد به اختلاف سن دختر و پسر جزئی از فرهنگ عمومی جامعه است. میزان اختلاف سن دختر و پسر با توجه به شاخص‌های سه‌گانه مرکزی (میانگین، میانه، مد) نشان می‌دهد که پاسخگویان پنج سال اختلاف سنی را بهترین فاصله سن دختر و پسر هنگام ازدواج می‌دانند.

۳-۳- معیارهای گزینش همسر

ملاک‌ها و معیارهای انتخاب همسر یکی از اجزای فرهنگ عمومی خانواده‌ها است که نگرش نسبت به این ملاک‌ها و معیارها، تعیین‌کننده رفتار افراد نسبت به ازدواج و خانواده است. برای سنجش معیارهای انتخاب همسر از پاسخگویان خواسته شده تا ملاک‌های خود را - حداکثر سه معیار - به ترتیب اولویت بیان نمایند. پاسخ‌های پاسخگویان در قالب جدول زیر طبقه‌بندی شده است.



جدول شماره ۳: توزیع فراوانی پاسخگویان نمونه بر حسب معیارهای انتخاب همسر

ردیف	معیارهای انتخاب همسر	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی
۱	ایمان، تقوی و پاکدامنی	۴۱۲	۲۶/۶
۲	اخلاق خوب	۲۵۶	۱۶/۶
۳	اصالت خانوادگی	۱۷۴	۱۱/۳
۴	تحصیلات	۱۵۱	۹/۷
۵	زیبایی	۹۴	۶/۱
۶	شغل مناسب	۸۴	۵/۵
۷	درآمد خوب	۷۱	۴/۷
۸	همفکری و تفاهم	۶۲	۴/۱
۹	عشق	۵۹	۳/۸
۱۰	اجتماعی بودن	۴۵	۲/۹
۱۱	صداقت و راستگویی	۳۵	۲/۴
۱۲	مشورت و گفتگو قبل از ازدواج	۳۰	۱/۹
۱۳	رعایت حجاب	۲۹	۱/۹
۱۴	سن مناسب	۱۱	۰/۷
۱۵	عدالت	۱۰	۰/۶
۱۶	سلامت جسمانی	۹	۰/۶
۱۷	مسکن	۸	۰/۵
۱۸	همشهری بودن	۷	۰/۴
۱۹	اتومبیل	۴	۰/۲
-	جمع	۱۵۵۱	۱۰۰

دلیل افزایش تعداد پاسخگویان در حدود سه برابر جامعه نمونه، به این علت است که پاسخگویان تا سه اولویت می‌توانستند پاسخ دهند. داشتن معیار و ملاک برای انتخاب همسر یکی از اجزای عناصر فرهنگی محسوب می‌شود که در حیطه فرهنگ عمومی قرار دارد؛ یعنی اکثریت قریب به اتفاق مردم در داشتن ملاک و معیاری برای گزینش همسر توافق دارند. لکن معیارها و ملاک‌های افراد با یکدیگر تفاوت دارد. آنچه حائز اهمیت است اینکه بیشتر پاسخگویان به

ملاک‌های غیرمادی برای انتخاب همسر تأکید نموده‌اند؛ به طوری که ۶۴/۲ درصد از ملاک‌ها (چهار ردیف اول) معیارهای غیرمادی و فقط ۱۰/۹ درصد از آنها معیارهای مادی (شغل، درآمد، مسکن، اتومبیل) تشکیل می‌دهند. بقیه ملاک‌های گفته شده را در دو مقوله ویژگی‌ها و شرایط می‌توان طبقه‌بندی کرد که ویژگی‌ها (اجتماعی بودن، صداقت و راستگویی، عدالت و زیبایی) ۱۲ درصد و شرایط (تفاهم، عشق، گفتگو قبل از ازدواج، رعایت حجاب، سن مناسب، سلامت جسمانی و همشهری بودن) ۱۳/۴ درصد ملاک‌ها را تشکیل می‌دهند. بنابراین معیارهای گزینش همسر را که یکی از گرایش‌های رایج در فرهنگ عمومی است در چهار مقوله به شرح زیر می‌توان طبقه‌بندی کرد:

۱- معیارها و ملاک‌های غیرمادی ازدواج	۶۴/۲ درصد
۲- شرایط ازدواج	۱۳/۴ درصد
۳- ویژگی‌های همسر	۱۲/۰ درصد
۴- معیارها و ملاک‌های مادی ازدواج	۱۰/۹ درصد
مجموع	۱۰۰/۰ درصد

از این داده‌ها می‌توان نتیجه گرفت که در فرهنگ عمومی استان گلستان برای انتخاب همسر به ملاک‌های غیرمادی بیش از ملاک‌های مادی و به شرایط ازدواج بیش از ویژگی‌های فردی اهمیت می‌دهند.

۴- فرهنگ و جنسیت

در سال‌های اخیر به موقعیت زنان در قبال موقعیت اجتماعی مردان بیش از پیش توجه شده است. زنان به علت اینکه مورد استعمار مردان قرار دارند همواره محروم و بی‌قدرت‌اند. همچنین روابط نابرابر جنسیت برای زنان و مردان که در جهت تأسیس جامعه‌ای نو و خالی از تبعیض می‌کوشند به صورت مسئله‌ای جدی درآمده است.

منظور از جنس (Sex) هویت زیستی یا بیولوژیک فرد است که به موجب آن موجود انسانی دختر یا پسر به دنیا می‌آید و هرکدام مختصات بدنی ویژه‌ای دارد. اما منظور از جنسیت



(Gender) از یک سو، رفتار مکتسب اجتماعی و فرهنگی و از سوی دیگر، انتظاری است که جامعه از کنش اجتماعی افراد دارد. مفهوم جنسیت در دهه ۱۹۸۰ جایگزین مفهوم زن شد.^۳ مفهوم جنسیت از معنی مذکر یا مؤنث بودن به دست می‌آید که جامعه به زنان و مردان اطلاق می‌کند. این عوارض یا صفات را فرهنگ و سنت تعریف می‌کنند. تحقیقات نشان می‌دهد که جوامع گوناگون، نقش‌ها و مختصات زنان و مردان را متفاوت از یکدیگر و گاهی کاملاً مغایر توصیف می‌کنند.^۴ با این مقدمه، دو مقوله مهم که شاخص‌های تحلیل فرهنگ عمومی در مورد فرهنگ و جنسیت در نظر گرفته شده‌اند عبارت‌اند از: ۱- نگرش نسبت به کار زن در خارج از خانواده؛ ۲- نگرش‌ها نسبت به ارجحیت جنسی. در این قسمت این دو مقوله را در استان گلستان بررسی می‌کنیم.

۱-۴- نگرش نسبت به کار زن در خارج از خانواده

نگرش مردم به کار زنان در خارج از خانواده یکی از عوامل تعیین‌کننده رفتار آنان (به‌ویژه مردان) نسبت به زنان است. اشتغال زنان در خارج از محیط خانواده پیامدهای مثبت و منفی متعددی دارد که به نظر می‌رسد پیامدها و کارکردهای مثبت آن بیش از کارکردهای منفی آن است. امروزه درباره کار زن در خارج از محیط خانواده در مقیاس کلان (در سطح ملی) طبق تحقیقات انجام شده چندان مثبت نیست (۱/۳) و در سطح کلان در زمره فرهنگ عمومی تلقی نمی‌شود. نسبت موافقت با کار زنان در خارج از منزل به مخالفت با آن در مناطق شهری استان گلستان ۴/۷ است که با عنایت به شاخص بررسی (بیش از ۳)، موافقت با کار زنان در خارج از خانواده یکی از اجزای فرهنگی است که در حیطه فرهنگ عمومی قرار می‌گیرد.

۲-۴- نگرش نسبت به ترجیح جنسی

ترجیح جنسی به معنی برتری دادن به یک جنس و در اولویت قرار دادن آن در موقعیت‌های مختلف اجتماعی - اقتصادی است که به علت تکرار در رفتارهای افراد، جزئی از فرهنگ شده است که معمولاً جنس مذکر را ترجیح می‌دهند. مطابق این داده‌ها حدود ۳۹ درصد از پاسخگویان به برتری جنسی معتقدند و به داشتن فرزند پسر یا دختر بالاخص پسر متمایل هستند. اعتقاد به این برتری نسبت به عدم اعتقاد به آن در میان پاسخگویان نمونه، ۶۳ درصد است که با توجه به شاخص مربوط این جزء فرهنگی در حیطه فرهنگ عمومی قرار می‌گیرد. همچنین باید یادآوری

کرد که کسانی که جنس پسر را ترجیح داده‌اند نسبت به کسانی که جنس دختر را ترجیح می‌دهند ۱۱/۹۳ است بنابراین مرجح دانستن جنس پسر در حیطه فرهنگ عمومی قرار می‌گیرد.

۵- رضایت شغلی

رضایت از شهر و محله، از وضع خانوادگی و از وضع مالی و تغذیه از جمله شاخص‌های تحلیل وضعیت فرهنگ عمومی هستند که در این تحقیق بدانها پرداخته شد که نتایج بررسی به شرح زیر است:

۱- ۵- رضایت از شهر و محله

میزان رضایت افراد از محل سکونت خود در شهر یا محله، شاخصی از رضایت اجتماعی است. به‌طور متوسط، افراد نمونه به میزان ۳/۲ از زندگی در شهر و محله سکونت خود راضی هستند؛ یعنی میزان رضایت افراد نمونه بیشتر از «متوسط» است. نسبت بیشترین رضایت به کمترین رضایت ۱/۵۸ است. این شاخص نشان می‌دهد که هنوز رضایت از زندگی در شهر و محله سکونت، جزئی از فرهنگ عمومی محسوب نمی‌شود.

۲- ۵- رضایت از وضع خانوادگی

میزان رضایت از وضعیت و موقعیت خانوادگی، یکی دیگر از شاخص‌های رضایت اجتماعی است. میانگین رضایت از وضعیت خانوادگی ۴/۴ است؛ یعنی بین «زیاد» تا «خیلی زیاد» قرار می‌گیرد. بنابراین رضایت از موقعیت خانوادگی در حیطه فرهنگ عمومی است. کسانی که از موقعیت خانوادگی خود رضایت زیادی دارند نسبت به کسانی که از موقعیت خانوادگی خود رضایت کمی دارند ۱۶/۸ است که با عنایت به معیار بررسی رضایت از وضع خانوادگی، جزء فرهنگ عمومی قرار می‌گیرد.

۳- ۵- رضایت از وضع مالی خانواده

یکی دیگر از ابعاد رضایت از زندگی و زیرشاخص رضایت اجتماعی، رضایت از وضع مالی خانواده است. میانگین رضایت از وضعیت مالی خانواده ۳/۱ یعنی در حد «متوسط» است. لکن برخلاف میزان رضایت از وضع خانوادگی و سکونت در شهر، رضایت از وضع مالی هنوز به



حیطه فرهنگ عمومی وارد نشده است؛ یعنی هنوز اکثر مردم از وضع مالی خانواده خود رضایت ندارند. کسانی که از وضع مالی خانواده «خیلی زیاد» راضی هستند نسبت به کسانی که «خیلی کم» راضی هستند، ۱/۲ است که با توجه به معیار بررسی رضایت از وضع مالی خانواده، جزء فرهنگ عمومی نیست.

۴-۵- رضایت از وضع تغذیه خانواده

یکی از زیرشاخص‌های رضایت اجتماعی، میزان رضایت از وضع تغذیه خانواده است. گرچه رضایت از آن از وضع مالی خانواده تبعیت می‌کند؛ با این حال ممکن است برخی خانواده‌ها در عین تمکن مالی به‌علل فرهنگی و روانی تغذیه مناسبی نداشته باشند. به‌عبارت دیگر، ممکن است برخی از خانواده‌ها درآمدهای اضافی خود را کالاهای مصرفی بادوام بخرند و آن را به خوراک و تغذیه اختصاص ندهند.

میانگین رضایت از وضعیت تغذیه در خانواده‌ها ۳/۵ است یعنی به‌طور متوسط افراد نمونه بیش از «متوسط» و کمتر از «زیاد» از تغذیه خانواده خود رضایت دارند. نسبت افرادی که «خیلی زیاد» از وضع تغذیه خانواده راضی هستند به افرادی که «خیلی کم» چنین‌اند ۴/۹ است که با عنایت به معیار مطالعه، رضایت از وضع تغذیه جزء فرهنگ عمومی است.

مقایسه ابعاد مختلف رضایت اجتماعی نشان می‌دهد که بیشترین رضایت از وضع خانوادگی و کمترین میزان رضایت از وضع مالی خانواده‌ها ناشی شده است. جدول زیر مقایسه میانگین رضایت و همچنین نسبت رضایت خیلی زیاد به رضایت خیلی کم را ممکن می‌سازد.



جدول شماره ۴: توزیع فراوانی پاسخگویان نمونه برحسب میزان رضایت اجتماعی و نسبت
بیشترین رضایت به کمترین رضایت

ردیف	ابعاد رضایت اجتماعی	میانگین میزان رضایت از ۵ نمره طیف لیکرت	نسبت رضایت خیلی زیاد به رضایت خیلی کم	ملاحظات
۱	رضایت از وضع زندگی	۴/۴	۱۶/۸	فرهنگ عمومی
۲	رضایت از وضع تغذیه	۳/۵	۴/۹	فرهنگ عمومی
۳	رضایت از سکونت در محله و شهر	۳/۲	۱/۵۸	
۴	رضایت از وضع مالی	۳/۱	۱/۲	
۵	رضایت اجتماعی (میانگین ۴ بعد)	۳/۵۵	۶/۱۲	فرهنگ عمومی

مقایسه ابعاد چهارگانه «رضایت اجتماعی» نشان می‌دهد که در مجموع، میانگین میزان رضایت اجتماعی بیش از «متوسط» است. همچنین نسبت رضایت «خیلی زیاد» به «خیلی کم» نشان می‌دهد که «رضایت اجتماعی»، جزئی از «فرهنگ عمومی» است. به عبارت دیگر، افراد مورد مطالعه اظهار داشته‌اند که عموماً از وضع خانوادگی، وضع تغذیه، وضع سکونت و وضع مالی خود رضایت دارند.

۶- عقاید و نگرش‌ها درباره نیروهای اقتصادی- اجتماعی و فرهنگی

در این قسمت، شاخص‌های مختلفی مطالعه و بررسی می‌شود، از جمله: رابطه بین پول و موفقیت اجتماعی، پول و کار، برتری اشتغال در بخش‌های اقتصادی، اجرای درست قانون، قانون‌گرایی و قانون‌گریزی.

۶-۱- پول و موفقیت اجتماعی

یکی از شاخص‌ها در بخش عقاید و نگرش‌ها، درباره نیروهای اقتصادی- اجتماعی و فرهنگی، بررسی نقش پول در موفقیت اجتماعی است. افراد نمونه، نقش پول در موفقیت اجتماعی را، بیش



از زیاد (۴/۳۸ از ۵) می‌دانند. ۴۵/۶ نفر نقش پول را «خیلی کم» می‌دانند. آمار نشان می‌دهد این دیدگاه، (نقش پول در موفقیت)، جزء فرهنگ عمومی است.

۲-۶- پول و کار

در نگاه اول، رابطه مستقیمی بین پول و کار وجود دارد؛ یعنی هرکس بیشتر کار کند، پول بیشتری به دست می‌آورد. اما دیدگاه افراد، بسیار متفاوت است زیرا پاسخگویان نمونه، رابطه بین پول و کار را بیش از «متوسط» ارزیابی کرده‌اند (۳/۶۵ از ۵). نسبت افرادی که رابطه بین پول و کار را «زیاد» دانسته‌اند به کسانی که آن را «کم» ارزیابی کرده‌اند، ۵/۱ است؛ گرچه جزء فرهنگ عمومی است اما شدت دیدگاه افراد به این شاخص بسیار کمتر از دیدگاه آنها به رابطه بین پول و موفقیت اجتماعی است.

۳-۶- برتری اشتغال در بخش‌های اقتصادی

برای سنجش دیدگاه افراد درباره بخش‌های اقتصادی، از آنها سؤال شد که در شرایط مساوی، ترجیح می‌دهند در کدام بخش اقتصادی فعالیت داشته باشند؟ این بررسی نشان می‌دهد که بیشتر افراد دوست دارند در بخش دولتی و حدود یک سوم آنها در بخش خصوصی فعالیت و همکاری کنند. درحالی‌که افراد بسیار کمی دوست دارند در بخش تعاونی فعالیت کنند. تضمین امنیت شغلی در بخش دولتی و ضعف عملکرد بخش تعاونی، این دیدگاه را قوی‌تر کرده است که مانعی بزرگ در راه مشارکت مردم در زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی است. بنابراین تلاش برای تغییر این دیدگاه در آینده، زمینه مشارکت اقتصادی و اجتماعی مردم را فراهم می‌آورد.

۴-۶- دیدگاه نسبت به اجرای قانون

در پاسخ به این سؤال که قوانین، تا چه حد درست اجرا می‌شود؟ بیشتر پاسخگویان گفته‌اند قوانین در حد «کم» (۲/۴ از ۵) اجرا می‌شوند. نسبت افرادی که اجرای درست قانون را در جامعه «زیاد» می‌دانند، به کسانی که این شاخص را «کم» می‌دانند، ۰/۳۳ است که نشان می‌دهد اجرای قانون و حاکمیت ضوابط هنوز، جزء فرهنگ عمومی نیست. عملکرد دستگاه‌های قضایی و سازمان‌های اجرایی، دیدگاه‌ها را تغییر می‌دهد.

۵-۶- تمایل به قانون‌گریزی

میزان تمایل به قانون‌گریزی در حد «متوسط» (۳/۱۸ از ۵) است. نسبت افرادی که «خیلی زیاد» قانون‌گریزند به افرادی که «خیلی کم» قانون‌گریزند ۱/۶ است که نشان می‌دهد، در دیدگاه افراد، این گرایش هنوز جزئی از فرهنگ عمومی نشده است.

۶-۶- تمایل به قانون‌پذیری

گرایش به اطاعت از قوانین و مقررات، نقطه مقابل قانون‌گریزی در نظر گرفته و سنجیده شده است. متوسط افراد نمونه ۲/۹۶ یعنی کمتر از متوسط، قانون‌پذیر هستند و در این راه تلاش می‌کنند. همچنین نسبت افرادی که «خیلی زیاد» قانون‌پذیرند به کسانی که «خیلی کم»، ۰/۹۳ است. در مجموع، مقایسه داده‌ها نشان می‌دهد که مردم جامعه ما بیش از آنکه قانون‌پذیر باشند، قانون‌گریز هستند.

۷- ارزش‌های اجتماعی

هنجارهای یک جامعه، تجلی ارزش‌های (Values) آن جامعه است، یعنی عقاید مشترک اجتماعی درباره آنچه که خوب، درست و مطلوب است. تفاوت هنجارها و ارزش‌ها در این است که ارزش‌ها، مفاهیمی انتزاعی و کلی هستند درحالی‌که هنجارها، خطوط راهنمای ویژه‌ای برای مردم در وضعیت‌های معین هستند.

ارزش‌های یک جامعه به این دلیل مهم‌اند که محتوای هنجارهای آن جامعه را تحت‌تأثیر قرار می‌دهند. چنان‌که اگر یک جامعه، ارزش‌والایی به آموزش بدهد، هنجارهای آن جامعه، آموزش همگانی را تدارک خواهند دید. با توجه به این تعاریف، «همه هنجارها در یک ارزش اجتماعی اساسی ریشه دارند». در این تحقیق نیز ارزش‌های اجتماعی، یکی از عناصر اساسی فرهنگ در نظر گرفته شد و میزان اهمیت نسبی و رواج شکل‌های مختلف ارزش‌ها سنجیده شد. از این‌رو اهمیت نسبی ۱۰ ارزش: ۱- مقام، ۲- شهرت، ۳- علم و دانش، ۴- مال و ثروت، ۵- درستکاری، ۶- امانت‌داری، ۷- صداقت، ۸- سلامتی و تندرستی، ۹- همکاری و تعاون، ۱۰- زیبایی^۵ بررسی و پرسش شد و پاسخ‌های آن با استفاده از طیف لیکرت، در مقیاس ترتیبی

اندازه‌گیری شد. نمودار بعد، توزیع فراوانی اهمیت نسبی ارزش‌های اجتماعی، از دیدگاه پاسخگویان، در سطح استان گلستان است.

جدول شماره ۵: توزیع فراوانی اهمیت نسبی ارزش‌های اجتماعی از دیدگاه پاسخگویان در استان گلستان

نسبت خیلی زیاد به خیلی کم	جمع	خیلی کم		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		میزان اهمیت ارزش‌های اجتماعی	
		تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد		
۱۴۱/۵	۱۰۰	۴۹۸	۰/۴	۲	۳/۲۱	۱۶	۷/۸۵	۳۹	۳۱/۹۲	۱۵۹	۵۶/۶۲	۲۸۲	۱- مقام
۸۹/۶	۱۰۰	۴۹۷	۰/۶	۳	۲/۲۱	۱۱	۱۱/۴۷	۵۷	۳۱/۶	۱۵۷	۵۴/۱۲	۲۶۹	۲- شهرت
۷/۳	۱۰۰	۴۹۸	۳/۴۱	۱۷	۷/۰۲	۳۵	۳۲/۷۵	۱۶۳	۳۱/۹۲	۱۵۹	۲۴/۹	۱۲۴	۳- علم و دانش
۱۶۴/۵	۱۰۰	۵۰۲	۰/۴	۲	۰/۴	۲	۸/۷۶	۴۴	۲۴/۹	۱۲۵	۶۵/۵۴	۳۳۹	۴- مال و ثروت
۳/۹	۱۰۰	۴۹۸	۴/۶	۲۳	۱۴/۲۵	۷۱	۳۴/۵۵	۱۷۲	۲۸/۳۳	۱۴۱	۱۸/۲۷	۹۱	۵- درستکاری
۴/۷	۱۰۰	۴۹۶	۳/۸۵	۱۹	۱۰/۸۸	۵۴	۳۴/۲۷	۱۷۰	۳۲/۶۶	۱۶۲	۱۸/۳۴	۹۱	۶- امانتداری
۳/۶	۱۰۰	۴۹۸	۵/۰۲	۲۵	۱۴/۴۵	۷۲	۳۴/۳۵	۱۷۱	۲۸/۱۱	۱۴۰	۱۸/۰۷	۹۰	۷- صداقت
۳۴/۶	۱۰۰	۴۹۹	۱	۵	۶/۰۱	۳۰	۲۴/۸۵	۱۲۴	۳۳/۴۷	۱۶۷	۳۴/۶۷	۱۷۳	۸- سلامتی و تندرستی
۱/۶	۱۰۰	۴۹۳	۷/۵	۳۶	۱۸/۴۵	۹۱	۴۰/۸۷	۲۰۱	۲۱/۵	۱۰۶	۱۱/۹۶	۵۹	۹- همکاری و تعاون
۲۲/۳	۱۰۰	۵۰۱	۲/۱۹	۱۱	۵/۳۸	۲۷	۱۹/۳۶	۹۷	۲۳/۹۵	۱۲۰	۴۹/۱	۲۴۶	۱۰- زیبایی
۴۷/۳	۱۰۰	۴۹۸	۲/۸	۱۴	۸/۳	۴۱	۲۴/۹	۱۲۴	۲۸/۹	۱۴۴	۳۵/۱	۱۷۵	میانگین
$۴۷/۳ \div ۱۰ = ۴/۷۳$												میانگین میانگین‌ها	

براساس نمودار، ارزش‌های اجتماعی جزء فرهنگ عمومی هستند. اما اهمیت هریک از این ارزش‌ها متفاوت است؛ چنان‌که ارزش‌های مادی نظیر مال و ثروت، مقام، شهرت و ... بیشترین اهمیت را دارند درحالی‌که ارزش‌های معنوی مانند صداقت، درستکاری، امانت‌داری، علم و دانش

و ... اهمیت کمتری دارند و همکاری و تعاون که یکی از ارزش‌های اجتماعی است، هنوز جزء «فرهنگ عمومی» نشده است.

۸- رفتارهای مذهبی در فرهنگ عمومی

۱- نماز خواندن، ۲- پرداخت خمس، ۳- پرداخت زکات، ۴- زیارت امامزاده‌ها و اماکن مذهبی، ۵- رفتن به مسجد، شاخص‌های رفتارهای مذهبی هستند که در استان گلستان بررسی شده‌اند.

۸-۱- تمایل به خواندن نماز جماعت

این شاخص را غیرمستقیم درباره مردم محل پرسیدیم. نسبت افرادی که «خیلی زیاد» نماز جماعت می‌خوانند به کسانی که «خیلی کم» می‌خوانند و یا رغبت دارند ۴/۳۸ است که با توجه به معیار مطالعه، تمایل به خواندن نماز جماعت جزء «فرهنگ عمومی» است.

۸-۲- پرداخت خمس

پرداخت خمس، از مردم شهر سؤال شد، نسبت کسانی که «خیلی زیاد» (۱۰۰-۸۱ درصد) می‌پردازند به کسانی که «خیلی کم»، (۲۰-۰ درصد) است. با توجه به معیار بررسی، هنوز پرداخت خمس از دیدگاه مردم جزو «فرهنگ عمومی» نشده است. اما میانگین نظرات نشان می‌دهد که به طور متوسط، فقط ۳۷ درصد از مردم خمس مال را می‌پردازند.

۸-۳- پرداخت زکات

زکات نیز که یکی از فرایض دینی و رفتارهای مذهبی است، بررسی شد. پاسخ‌ها نشان می‌دهند که متوسط، ۴۴/۳ درصد از مردم، زکات می‌پردازند و شاخص مرکزی میانگین نشان می‌دهد که نیمی از مردم شهرهای استان زکات می‌پردازند (Mean=۵۰). اما نسبت افرادی که گفته‌اند مردم شهر «خیلی زیاد» زکات می‌پردازند به «خیلی کم»، ۰/۴۲ است که این نسبت، نشان می‌دهد که هنوز پرداخت زکات جزو «فرهنگ عمومی» نیست.

۸-۴- زیارت امامزاده‌ها و اماکن مذهبی

زیارت اماکن متبرکه و امامزاده‌ها که یکی از شاخص‌های رفتار مذهبی است، بررسی شد. نتایج و یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که مردم استان، متوسط در هر ماه، ۲/۵ بار به اماکن مذهبی



می‌روند، اما میانه (Median) نشان می‌دهد که نیمی از مردم استان کمتر از یک بار در ماه و نیمی دیگر بیش از یک بار در ماه به اماکن مذهبی و امامزاده‌ها می‌روند. با وجود این ۲۳/۸ درصد از پاسخگویان گفته‌اند که مردم شهر، اصلاً به اماکن مذهبی نمی‌روند. افزون بر این نسبت افرادی که «خیلی زیاد» (بیش از ۱۲ بار در ماه)، به اماکن مذهبی می‌روند به کسانی که اصلاً نمی‌روند، ۰/۰۳ است که این شاخص نیز نشان می‌دهد که هنوز زیارت امامزاده‌ها و اماکن مذهبی، جزو «فرهنگ عمومی» نیست.

۵-۸- رفتن به مسجد

رفتن مردم به مسجد، با انگیزه و اهداف مختلف، نشانی از علاقه به امور مذهبی و شاخصی از رفتارهای مذهبی است. داده‌ها نشان می‌دهند که متوسط، ۴۵/۴ درصد از مردم شهرهای استان، برای انجام فرایض دینی به مسجد می‌روند و نسبت افرادی که «خیلی زیاد» به مسجد می‌روند به افرادی که «خیلی کم» می‌روند، ۰/۲۸ است و این شاخص هنوز جزئی از «فرهنگ عمومی» نیست.

۹- امور داخل کشور

برای سنجش امور داخل کشور، موضوعات زیر مطرح شدند:

الف- آگاهی از اخبار داخلی

ب- امنیت عمومی و اجتماعی

۱-۹- آگاهی از اخبار داخلی

میانگین توجه به اخبار داخلی کشور ۳/۲ است که نشان می‌دهد مردم استان «زیاد» به اخبار داخلی توجه می‌کنند. نسبت کسانی که «خیلی زیاد» به اخبار داخلی اهمیت می‌دهند به کسانی که «خیلی کم» ۶/۴ است که آمار نشان می‌دهد توجه به اخبار داخلی جزء «فرهنگ عمومی» است.

۲-۹- امنیت عمومی و اجتماعی

امنیت عمومی، یکی از اساسی‌ترین ارزش‌های اصولی یک جامعه است و رابطه مستقیمی با میزان توسعه‌یافتگی دارد. هر اندازه جامعه‌ای توسعه‌یافته‌تر باشد، میزان امنیت عمومی و اجتماعی و نیز احساس امنیت مردم آن جامعه بیشتر است.

میزان احساس امنیت، امنیت ملی و امنیت عمومی، زیرشاخص‌های کلی امنیت عمومی و اجتماعی هستند. نسبت افرادی که میزان این سه زیرشاخص را «خیلی زیاد» ارزیابی کرده‌اند به «خیلی کم»، از این قرار است:

جدول شماره ۶: میزان زیرشاخص‌های امنیت

ردیف	زیرشاخص‌ها	نسبت خیلی زیاد به خیلی کم
۱	میزان احساس امنیت	۲/۴
۲	میزان امنیت ملی	۰/۷۰
۳	میزان امنیت عمومی	۰/۲۵
-	میانگین	۱/۱۱

براساس این میزان هیچ‌کدام از زیرشاخص‌های امنیت عمومی و اجتماعی جزء فرهنگ عمومی نیستند و افراد با اینکه هرکدام به تنهایی احساس امنیت بیشتری می‌کنند اما در سطح اجتماعی و عمومی، میزان امنیت را «خیلی کم» ارزیابی کرده‌اند. بنابراین باید برای افزایش امنیت فردی، اجتماعی و عمومی نیروهای انتظامی و قضایی جامعه تلاش زیادی کنند.

۱۰- امور و مسائل مرتبط با خارج از کشور

میزان آگاهی از اخبار خارجی، نگرش درباره رابطه داشتن با خارج از کشور مطالعه و بررسی شده‌اند که در زیر به تشریح داده‌های سؤالات هریک از این موارد می‌پردازیم.

۱-۱۰- میزان آگاهی از اخبار خارجی

میزان آگاهی از اخبار خارجی با استفاده از طیف لیکرت و پرسش از میزان توجه و استفاده از اخبار خارج از کشور مورد بررسی قرار گرفت. میانگین توجه به اخبار خارجی در حد سه یعنی



متوسط است. لکن نسبت افرادی که خیلی زیاد به اخبار خارجی توجه دارند به کسانی که خیلی کم به این موضوع اهمیت می‌دهند، ۰/۸۳ است که نشان می‌دهد هنوز توجه به اخبار خارج از کشور در کل استان گلستان در حیطه فرهنگ عمومی قرار ندارد.

۲-۱۰- نگرش در رابطه با سایر کشورها

از مفید بودن ارتباط با سایر کشورها سؤال شد. میانگین نظریات پاسخگویان درباره میزان مفید بودن ارتباط با سایر کشورها در حد «زیاد» و «خیلی زیاد» است. ضمن اینکه افرادی که میزان مفید بودن ارتباط با سایر کشورها را «خیلی زیاد» می‌دانند نسبت به کسانی که این ارتباط را «خیلی کم» مفید ارزیابی می‌کنند ۳۴/۱۶ است که نشان می‌دهد این پدیده به میزان زیادی در حیطه فرهنگ عمومی قرار دارد.

۳-۱۰- تمایل به مهاجرت به خارج از کشور

تمایل به مهاجرت به خارج از کشور یکی از شاخص‌های امور و مسائل مرتبط با خارج از کشور است که بررسی و مطالعه شد. میانگین تمایل مردم به مسافرت به خارج از کشور در حد «زیاد» و «متوسط» است. لکن کسانی که به میزان «خیلی زیاد» به مسافرت به خارج از کشور علاقه دارند نسبت به افرادی که به میزان «خیلی کم» برای مسافرت به خارج از کشور اظهار تمایل نموده‌اند ۲/۷ است که با عنایت به معیار بررسی، هنوز سفر خارجی عنصری از فرهنگ عمومی نیست.

۱۱- رفتارهای اخلاقی

برای سنجش وضعیت رفتارهای اخلاقی سه شاخص معضلات اخلاقی، ویژگی‌های مثبت اخلاقی و گرایش به خرافات و موهومات در نظر گرفته شده است که به ترتیب وضعیت هر کدام را در استان گلستان مورد بررسی قرار می‌دهیم.

۱-۱۱- معضلات اخلاقی

برای اینکه بدانیم معضلات اخلاقی به‌طور جزئی چقدر در سطح استان رواج دارد ابتدا مواردی را که متخصصان معضل اخلاقی محسوب می‌کنند با استفاده از روش دلفی^۶ تعیین نمودیم که در نهایت ۱۰ مورد به‌عنوان معضل شناخته شدند:

۱- دروغ، ۲- تهمت، ۳- غیبت، ۴- ریا، ۵- خودپسندی، ۶- تملق و چاپلوس، ۷- دزدی، ۸- فحشا، ۹- فساد اداری، ۱۰- اعتیاد.

سپس در قالب سؤالات بسته و با استفاده از طیف لیکرت از پاسخگویان خواسته شد تا میزان رواج این معضلات را در سطح شهر، شهرستان یا محل سکونت خود مشخص نمایند. از دیدگاه مردم استان گلستان معضل اخلاقی با شدت و ضعف‌های متفاوتی در این استان رواج دارد. در این میان سه مورد از معضلات اجتماعی هنوز در فرهنگ عمومی قرار نگرفته‌اند (تهمت، فحشاء، فساد اداری) ولی در عوض هفت مورد از این موارد وارد حیطه فرهنگ عمومی شده‌اند و این خود جای بسی تأمل و بررسی دارد چرا که وارد شدن عناصری، که معضل اخلاقی جامعه شناخته شده‌اند، به حیطه فرهنگ عمومی در واقع رواج معضلات و پدیده‌های اجتماعی است. در این استان از نظر مردم به ترتیب اهمیت پدیده‌های اجتماعی و اخلاقی: اعتیاد، غیبت، تملق، دروغ، ریا، خودپسندی و دزدی وارد حیطه فرهنگ عمومی شده‌اند.

۲-۱۱- ویژگی‌های مثبت اخلاقی

ویژگی‌های مثبت اخلاقی یکی از شاخص‌های رفتارهای اخلاقی است که بررسی شده است. به این منظور هفت گویه راستگویی، تواضع و فروتنی، حس نوع‌دوستی، احسان و کرامت، پرهیزکاری، دستگیری از مسکینان، وفای به عهد و پیمان که ویژگی اخلاقی مثبت است مورد سنجش و اندازه‌گیری قرار گرفت.

بررسی رواج رفتارهای اخلاقی مثبت نشان می‌دهد که متأسفانه هیچ‌کدام از هفت رفتار اخلاقی مطالعه شده در حیطه فرهنگ عمومی قرار نمی‌گیرد. در میان رفتارهای اخلاقی مطالعه شده صرفاً «حس نوع‌دوستی» و «احسان و کرامت» تا حدودی بیش از بقیه رفتارهای اخلاقی مثبت رواج داشته است. این در حالی است که از دیدگاه پاسخگویان معضلات اخلاقی نظیر غیبت، تملق، ریا، خودپسندی و معضلات اجتماعی نظیر دزدی و اعتیاد در زمره فرهنگ عمومی قرار گرفته‌اند.

این واقعیت (با مقداری خطا در حد ۵ درصد) به نظر می‌رسد زنگ خطری است که باید صدای آن به گوش مسئولان فرهنگی و اجتماعی برسد و هشدار می‌دهد که باید جدی گرفته



شود. جامعه‌ای که در آن معضلات و پدیده‌های منفی اجتماعی در حیطه فرهنگ عمومی قرار گرفته‌اند و در مقابل ویژگی‌ها و رفتارهای اخلاقی مثبت به باد فراموشی سپرده شده‌اند نیاز به بازنگری و تجدید نظر در برنامه‌ریزی‌های فرهنگی و اجتماعی دارد.

۳-۱۱- گرایش به خرافات و موهومات

میزان گرایش به موهومات و خرافات به صورت غیرمستقیم سنجش و اندازه‌گیری شد. میانگین اعتقاد مردم به موهومات و خرافات ۲/۸ است که به معنی «زیاد» تا «متوسط» است؛ یعنی مردم به طور متوسط ۲/۸ از ۵ «متوسط تا زیاد» اعتقاد به خرافات و موهومات دارند. لکن براساس داده‌های جمع‌آوری شده کسانی که «خیلی زیاد» به موهومات و خرافات اعتقاد دارند نسبت به افرادی که «خیلی کم» به آن معتقدند ۱/۳۹ است که نشان‌دهنده وارد نشدن این عنصر در حیطه فرهنگ عمومی است. به اعتقاد جامعه‌شناسان هر چقدر جوامع از حالت سنتی به مدرن تغییر شکل دهند به همان میزان از رواج موهومات و خرافات کاسته و رفتارهای منطقی و علمی جایگزین آنها می‌شوند.

نتیجه‌گیری

با توجه به موضوع اصلی این پژوهش (فرهنگ عمومی) از یافته‌ها و نتایج این تحقیق می‌توان دو گونه نتیجه گرفت:

الف- عناصر، فعالیت‌ها، گرایش‌ها و رفتارهای حیطه فرهنگ عمومی

با توجه به ملاک و معیار ارزیابی در این تحقیق، چنین نتیجه‌گیری می‌شود که برخی از زیرشاخص‌های محورهای مورد مطالعه، در حیطه فرهنگ عمومی مردم مناطق شهری استان گلستان قرار می‌گیرند. این زیرشاخص‌ها در واقع همان عناصر، فعالیت‌ها، گرایش‌ها و رفتارهایی هستند که نسبت انجام آنها در استان بیش از سه (یعنی بیش از ۷۵ درصد) است. این زیرشاخص‌ها در شاخص‌های کلی نگرش‌ها درباره ازدواج و خانواده، رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی، فرهنگ و جنسیت، رضایت اجتماعی، ارزش‌های اجتماعی، رفتارهای مذهبی، امور خارج



از کشور و رفتارهای اخلاقی قرار می‌گیرند که تعداد آنها ۳۴ مورد است که با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان نتایج حاصل شده را در جدول زیر خلاصه نمود:

جدول شماره ۸: عناصر و اجزای حیطه فرهنگ عمومی در استان گلستان

مفهوم	شاخص کلی	عنصر، فعالیت، گرایش، رفتار (زیرشاخص‌ها)	نسبت انجام	شاخص کلی	عنصر، فعالیت، گرایش، رفتار (زیرشاخص‌ها)	نسبت انجام
فرهنگ عمومی	نگرش‌ها درباره ازدواج و خانواده	اختلاف سن دختر و پسر	۴/۳۵	ارزش‌های اجتماعی	مال و ثروت	۱۶۴/۵
		ملاک‌های غیرمادی برای ازدواج	۳/۴۶		مقام	۱۴۱/۵
	جو مشارکت در خانواده (تصمیم مشارکتی)	۴/۲	شهرت		۸۹/۶	
	رسانه‌ها و وسایل ارتباطی	مطالعه کتاب و نشریات	۱۵/۶۵		سلامتی و تندرستی	۲۲/۳
		نوار کاست (ضبط صوت)	۱۴/۳		زیبایی	۳۴/۶
		ویدئو	۹/۳		علم و دانش	۷/۳
		نوار موسیقی و سرود (نوع نوار)	۹/۱		امانتداری	۴/۷
		تلویزیون‌های خارجی	۵/۴		درستکاری	۳/۹
تلویزیون‌های داخلی		۴/۸۱	صداقت	۳/۶		
گذران اوقات فراغت	هیچ‌کدام از مقولات سبزه‌گانه مورد بررسی درباره گذران اوقات فراغت در حیطه فرهنگ عمومی قرار نگرفته است.	تمامی موارد کمتر از ۳ بوده‌اند.	رفتارهای مذهبی	اقامه نماز جماعت	۴/۳۸	
		امور خارج از کشور	ارتباط با سایر کشورها	۳۴/۱۶		
فرهنگ و جنسیت	رضایت اجتماعی	کار زن در خارج از خانه	۴/۷	رفتارهای اخلاقی و اجتماعی	اعتیاد	۱۴/۳۳
		رضایت از وضع خانوادگی	۱۶/۸		غیبت	۱۲/۱۶
		رضایت از وضع تغذیه خانواده	۴/۹		تملق و چاپلوسی	۸/۵۶
نیروهای اجتماعی، اقتصادی	تأثیر پول در موفقیت و عواطف	تأثیر زندگی ماشینی بر احساسات و عواطف	۴۵/۶	امور و مسائل داخل کشور	ریا	۵/۵
					خودپسندی	۳/۹۵
					دزدی	۳/۴۵
					آگاهی و توجه به اخبار داخلی	۶/۴

عناصر، فعالیت‌ها، گرایش‌ها و رفتارهای خارج از حیطه فرهنگ عمومی

با توجه به ملاک و معیار ارزیابی شاخص‌های فرهنگ عمومی نتیجه دومی که از یافته‌های این تحقیق به دست می‌آید شناخت عناصر و اجزایی از فرهنگ است که در حیطه فرهنگ عمومی قرار نمی‌گیرند. این زیرشاخص‌ها در واقع همان عناصر، فعالیت‌ها، گرایش‌ها و رفتارهایی هستند که نسبت انجام آنها کمتر از سه (کمتر از ۷۵ درصد مردم) است. برخی از این زیرشاخص‌ها در مرز قرار گرفتن در حیطه فرهنگ عمومی قرار دارند که تعدادی از آنها مثبت و تعدادی از آنها منفی هستند. به جهت سهولت در مطالعه جدول زیر عناصر و اجزای خارج از حیطه فرهنگ عمومی استان گلستان را به‌طور خلاصه نشان می‌دهد.

جدول شماره ۹: عناصر و اجزای خارج از حیطه فرهنگ عمومی در استان گلستان

مفهوم	شاخص کلی	عنصر، فعالیت، گرایش، رفتار (زیرشاخص‌ها)	نسبت انجام	شاخص کلی	عنصر، فعالیت، گرایش، رفتار (زیرشاخص‌ها)	نسبت انجام					
فرهنگ عمومی	فرهنگ و جنسیت	ترجیح جنس پسر نسبت به دختر	۰/۶۳	ویژگی‌های مثبت اخلاقی	حس نوع‌دوستی	۱/۱۸					
			۰/۷۲		احسان و کرامت	۱/۰۷					
			۰/۵۰		دستگیری از مسکینان	۰/۸۲					
			۰/۴۶		پرهیزکاری	۰/۵۰					
			۰/۴۶		راستگویی	۰/۴۶					
			۰/۴۶		تواضع و فروتنی	۰/۴۶					
			۰/۴۳		وفای به عهد و پیمان	۰/۴۳					
			۰/۶۳		امور و مسائل داخلی کشور	فیلم (عرضه محصولات فرهنگی)	۰/۳۸				
			۰/۳۹			تماشای تلویزیون	۰/۳۹				
			۰/۳۹			استراحت در منزل	۰/۳۹				
			۰/۱۷			مطالعه کتب درسی	۰/۱۷				
			۰/۱۰			مطالعه روزنامه و مجله	۰/۱۰				
			۰/۰۹			گوش دادن به نوار	۰/۰۹				
			۰/۰۸			مطالعه کتب غیر درسی	۰/۰۸				
			۰/۰۶			رفتن به مراکز تفریحی	۰/۰۶				
۰/۰۴	تماشای ویدئو	۰/۰۴									
۰/۰۴	گوش دادن به رادیو	۰/۰۴									
۰/۰۳	گردش در بازار	۰/۰۳									
۰/۰۳	بازی و ورزش	۰/۰۳									
۰/۰۱	رفتن به سینما	۰/۰۱									
۰/۰۰۷	رفتن به مسافرت	۰/۰۰۷									
فرهنگ عمومی	چگونگی گذراندن اوقات فراغت	گوش دادن به نوار	۰/۰۹	امور و مسائل خارج از کشور		سفر به خارج	۲/۷				
			۰/۰۸		توجه به اخبار خارج	۰/۸۳					
			۰/۰۶		مهاجرت دائم به خارج	۰/۴۰					
			۰/۰۴		رفتارهای اخلاقی و اجتماعی	تهمت	۲/۹				
			۰/۰۴			فحشاء	۱/۹۷				
			۰/۰۳			فساد اداری	۱/۹۵				
			۰/۰۳		امور و مسائل خارج از کشور	اعتقاد به خرافات و موهومات	۱/۳۹				
			۰/۰۳			رفتارهای اخلاقی و اجتماعی	بازی و ورزش	۰/۰۳			
			۰/۰۱				رفتن به سینما	۰/۰۱			
			۰/۰۰۷		رفتن به مسافرت		۰/۰۰۷				
			فرهنگ عمومی		چگونگی گذراندن اوقات فراغت	گوش دادن به نوار	۰/۰۹	امور و مسائل خارج از کشور	سفر به خارج	۲/۷	
							۰/۰۸		توجه به اخبار خارج	۰/۸۳	
							۰/۰۶		مهاجرت دائم به خارج	۰/۴۰	
							۰/۰۴		رفتارهای اخلاقی و اجتماعی	تهمت	۲/۹
							۰/۰۴			فحشاء	۱/۹۷
۰/۰۳	فساد اداری	۱/۹۵									
۰/۰۳	امور و مسائل خارج از کشور	اعتقاد به خرافات و موهومات		۱/۳۹							
۰/۰۳		رفتارهای اخلاقی و اجتماعی		بازی و ورزش			۰/۰۳				
۰/۰۱				رفتن به سینما			۰/۰۱				
۰/۰۰۷	رفتن به مسافرت			۰/۰۰۷							
فرهنگ عمومی	فرهنگ و جنسیت	ترجیح جنس پسر نسبت به دختر		۰/۶۳			ویژگی‌های مثبت اخلاقی		حس نوع‌دوستی	۱/۱۸	
				۰/۷۲					احسان و کرامت	۱/۰۷	
				۰/۵۰					دستگیری از مسکینان	۰/۸۲	
				۰/۴۶					پرهیزکاری	۰/۵۰	
				۰/۴۶					راستگویی	۰/۴۶	
			۰/۴۶	تواضع و فروتنی	۰/۴۶						
			۰/۴۳	وفای به عهد و پیمان	۰/۴۳						
			۰/۶۳	امور و مسائل داخلی کشور	فیلم (عرضه محصولات فرهنگی)	۰/۳۸					
			۰/۳۹		تماشای تلویزیون	۰/۳۹					
			۰/۳۹		استراحت در منزل	۰/۳۹					
			۰/۱۷		مطالعه کتب درسی	۰/۱۷					
			۰/۱۰		مطالعه روزنامه و مجله	۰/۱۰					
			۰/۰۹		گوش دادن به نوار	۰/۰۹					
			۰/۰۸		مطالعه کتب غیر درسی	۰/۰۸					
			۰/۰۶		رفتن به مراکز تفریحی	۰/۰۶					
۰/۰۴	تماشای ویدئو	۰/۰۴									
۰/۰۴	گوش دادن به رادیو	۰/۰۴									
۰/۰۳	گردش در بازار	۰/۰۳									
۰/۰۳	بازی و ورزش	۰/۰۳									
۰/۰۱	رفتن به سینما	۰/۰۱									
۰/۰۰۷	رفتن به مسافرت	۰/۰۰۷									



پیشنهادات

با عنایت به اینکه هدف اصلی این تحقیق شناخت وضع موجود فرهنگ عمومی استان گلستان و جمع‌آوری داده‌های پایه به جهت بررسی‌های آتی برای شناخت تغییرات و تحولات فرهنگ عمومی استان است لذا برای برنامه‌ریزی‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت دو گونه پیشنهاد ارائه می‌شود:

الف- پیشنهادات مقطعی (کوتاه‌مدت)

با توجه به یافته‌های تحقیق، که نشان می‌دهد برخی از عناصر و اجزای فرهنگ هنوز وارد حیطه فرهنگ عمومی نشده‌اند، به نظر می‌رسد برای ورود این عناصر به حیطه فرهنگ عمومی لازم است دستگاه‌های اجرایی متولی برنامه‌ریزی بخش فرهنگ، تمهیدات لازم را فراهم نمایند تا این عناصر در حیطه فرهنگ عمومی قرار گیرند. مهم‌ترین سازمان‌هایی که در این زمینه می‌توانند کارساز باشند اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صدا و سیما و سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان هستند که با برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت و سیاست‌گذاری میان‌مدت می‌توانند زمینه‌های ورود شاخص‌ها و عناصری نظیر مطالعه، فیلم، رادیو، روزنامه، ورزش، چگونگی گذران اوقات فراغت، همکاری و تعاون، احساس امنیت، رفتارهای مذهبی (رفتن به مسجد)، جو دموکراسی در خانواده، توجه به امور و مسائل داخل و خارج از کشور و ... را به حیطه فرهنگ عمومی فراهم نمایند.

همچنین دستگاه‌های اجرایی دیگر نظیر شهرداری‌ها، آموزش و پرورش، نیروهای انتظامی و نظامی و ... می‌توانند از ورود برخی عناصر و گرایش‌ها به حیطه فرهنگ عمومی جلوگیری نمایند. جلوگیری از ورود رفتارهای اخلاقی و اجتماعی منفی نظیر تهمت، فحشاء، دزدی، فساد اداری، اعتقاد به موهومات و خرافات و ... از جمله مواردی است که در این زمینه می‌توان برشمرد.

ب- پیشنهادات کلان (درازمدت)

در سال‌های آتی برای رسیدن به اهداف توسعه فرهنگ با عنایت به اینکه شناخت تحولات و دگرگونی‌های فرهنگی می‌تواند به سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی کلان کمک شایانی نماید پیشنهاد می‌شود داده‌ها و اطلاعات مربوط به شاخص‌های جزئی و کلی فرهنگ عمومی سالانه منظم



جمع‌آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد تا بتوان در سایه شناخت علمی به کنترل و نظارت بر عناصر، فعالیت‌ها، گرایش‌ها و رفتارهای فرهنگی پرداخت. همچنین پژوهش و تحقیق در آینده درباره عوامل مؤثر بر تحولات و دگرگونی‌های شاخص‌های فرهنگ عمومی می‌تواند برای برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری در عرصه فرهنگ عمومی دستمایه مناسبی محسوب شود.

پی‌نوشت‌ها

۱. این معیار سنجش را درباره نتایج حاصل از پژوهش: «بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی در ایران (۱۳۷۴)» عبدی و گودرزی به‌کار گرفته‌اند، نک: تحولات فرهنگی در ایران، عبدی و گودرزی، انتشارات روش، ۱۳۷۸، ص ۱۵.
۲. عبدی، عباس و گودرزی، محسن، تحولات فرهنگی در ایران، ۱۳۷۸، ص ۱۹.
۳. اماری لیس تورس، روزاریودل روزایو، جنسیت و توسعه، ترجمه جواد یوسفیان، انتشارات بانو، ۱۳۷۵، ص ۲.
۴. همان، ص ۱۴.
۵. این مقولات ارزشی براساس اشل آپورت تنظیم شده‌اند.
۶. Delphi-Method در این روش طی مراحل مختلف نظر صاحب‌نظران و متخصصان و کارشناسان درباره موضوع واحد پرسیده می‌شود و در نهایت با توافق نظر درباره آن موضوع ختم می‌شود که اعتبار علمی دارد.

منابع

- آل آقا، فریده، «بررسی تحلیلی وضع موجود فرهنگ عمومی بزرگسالان»، طرح پژوهشی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۴.
- اسماعیلی، رضا، «بررسی و تجزیه و تحلیل شرایط فرهنگی منطقه اصفهان»، اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان، ۱۳۷۵.
- اماری لیس تورس، روزا ریودل روزاریو، جنسیت و توسعه، ترجمه جواد یوسفیان، انتشارات بانو، ۱۳۷۵.
- جهاد دانشگاهی، «مشور فرهنگ عمومی»، پژوهش در فرهنگ عمومی، دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور، ۱۳۷۸.
- رجب‌زاده، احمد، «درآمدی بر مفهوم فرهنگ عمومی»، فصلنامه فرهنگ عمومی، شماره ۷، تابستان ۱۳۷۵.
- رضایی، مالک اسدی، بیژن، «بررسی فرهنگ عمومی شهرستان اردبیل»، شورای پژوهشی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اردبیل، ۱۳۷۴.
- رفیع‌پور، فرامرز، کند و کاوها و پنداشته‌ها، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۶۲.
- روح‌الامینی، محمود، مبانی انسان‌شناسی، انتشارات زمان، چاپ اول، تهران، ۱۳۶۲.
- زرین قلم، سید عبدالحمید، «نظریه علمی فرهنگ»، آینه پژوهش، معاونت آموزشی و پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۷.
- سرایی، حسن، مقدمه‌ای بر نمونه‌گیری در تحقیق، انتشارات سمت، ۱۳۷۲.



- طیبی، غلاممحمد، فرهنگ عامه در مثنوی مولانا جلال‌الدین رومی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته زبان و ادبیات فارسی، ۱۳۷۴.
- عبدی، عباس و گودرزی، محسن، تحولات فرهنگی در ایران، انتشارات روش، تهران، ۱۳۷۸.
- قنادان، منصور و دیگران، جامعه‌شناسی، مفاهیم کلیدی، انتشارات آوای نور، تهران، چاپ اول، ۱۳۷۵.
- گزارش خلاصه مقاله، «فرهنگ عمومی، حال و آینده»، فصلنامه فرهنگ عمومی، شورای فرهنگ عمومی کشور، شماره ۱۷-۱۶، پاییز و زمستان ۱۳۷۷.
- محمدزمانی، مهدی، «نگاهی به موقعیت فرهنگی استان گلستان»، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۷.
- محمدی، مجید، درآمدی بر جامعه‌شناسی و اقتصاد فرهنگ ایران امروز، نشر قطره، تهران، ۱۳۷۷.
- موسی‌پور، نعمت‌الله، «فرهنگ عمومی، شیوه‌های بهگشت»، فصلنامه فرهنگ عمومی، شورای فرهنگ عمومی کشور، شماره ۱۳-۱۲، پاییز و زمستان ۱۳۷۶.
- نامی، اصغر، «بررسی فرهنگ عمومی شهر سرخس»، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان خراسان، ۱۳۷۶.
- وزارت آموزش و پرورش، «جغرافیای استان گلستان»، اداره آموزش و پرورش استان گلستان، ۱۳۷۷.
- هوشمند، محمد احسان و دیگران، «تحلیل اوضاع فرهنگی استان کردستان»، شورای پژوهشی و شورای فرهنگ عمومی استان کردستان، ۱۳۷۵.