

## وظایف اصلی دولت دینی در عرصه فرهنگ

علی اصغر خندان\* / مسلم امیری طیبی\*\*

### چکیده

در این مقاله، نظریه و دیدگاه خاصی در باب فرهنگ مطرح می‌شود که برخاسته از نوع نگاه انسان‌شناسی اسلامی است. با توجه به عرصه‌های وجودی انسان، چهار عنصر رفتار، گرایش، باور و معلومات به عنوان ارکان فرهنگی مورد توجه قرار می‌گیرند. همچنین با فرض سطوح پنج‌گانه برای هر یک از ارکان مذکور، به نگاه جامعی نسبت به فرهنگ جامعه می‌رسیم. در این میان، دو وظیفه اصلی دولت دینی در عرصه فرهنگ عبارت‌اند از: الف. مخاطب‌شناسی فرهنگی به معنای تعیین دقیق وضعیت و سطح توسعه مردم در هر یک از ارکان چهارگانه؛ ب. زمینه‌سازی برای ارتقای فرهنگی که در این بحث، ضمن تعریف مدیریت فرهنگی، یگانه عامل فرهنگ‌ساز، رفتار اجتماعی دانسته شده و برای این مدعا ادله و مثال‌هایی مطرح گردیده است.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ، ارکان و حوزه‌های فرهنگی، سطوح فرهنگی، اسلام، دولت دینی، مخاطب‌شناسی، ارتقای فرهنگی.

E-mail: khandan@isu.ac.ir

\* استادیار دانشگاه امام صادق (ع).

\*\* دانشجوی کارشناسی ارشد معارف اسلامی و مدیریت صنعتی دانشگاه امام صادق (ع).

دریافت: ۱۳۸۸/۶/۳ - تأیید: ۱۳۸۸/۸/۵.

## ۱. فرهنگ و ارکان آن

درباره فرهنگ، صدها تعریف ارائه شده است که در اینجا مجال بررسی این تعاریف وجود ندارد و هیچ یک از تعاریف موجود را نیز بر نمی‌گزینیم، ولی منظور و مراد خود را از فرهنگ بیان می‌کنیم که عبارت است از سبک زندگی. با توجه به تعاریف ارائه شده، می‌توان چنین گفت: منظور از سبک زندگی، ابعاد گوناگون زندگی در حیات جمعی انسان‌هاست، که می‌تواند یک محله، یک شهر، یک کشور و یا کل جهان در یک زمان باشد و این ابعاد به گونه‌ای رواج یافته باشد که وجود آن عادی و خلاف آن برای مجموعه مورد نظر، غیرعادی باشد.

فرهنگ یا سبک زندگی چهار رکن دارد:

۱. رکن اول، رفتارهایی است که در یک جامعه رواج یافته است و مردم به راحتی آن را انجام می‌دهند و اگر خلاف آن انجام شود، موجب تعجب دیگران می‌شود، برای مثال، نوع خاصی از لباس پوشیدن در جامعه رواج می‌یابد، به گونه‌ای که اگر کسی خلاف آن را بپوشد، برای مردم غیر عادی است.

باید توجه داشته باشیم که دستاوردهای رفتارهای اجتماعی نیز در همین رکن می‌گنجد؛ از این رو، با بیان نوع لباس پوشیدن مردم، در واقع در مورد نوع لباس مردم نیز قضاوت می‌کنیم و یا با بیان زندگی شهری، در واقع خانه‌سازی و شهرسازی را نیز مدنظر قرار می‌دهیم. بنابراین، معماری و ساختمان‌های حاصل هم بخشی از رفتارهای اجتماعی تلقی می‌شود؛ به این معنا که زندگی کردن در نوع خاصی از خانه‌ها، عادی و در غیر آن غیرعادی می‌گردد.

۲. رکن دوم، سبک زندگی مستتر است و باید در یک نگاه عمیق‌تر شناخته شود و آن نظام ارزش‌گذاری آن جامعه به معنای پسند و ناپسند مردم است. رفتارهای جامعه بیش از هر چیز، متأثر از همین نظام ارزش‌گذاری است؛ برای مثال، اگر گفته می‌شود در جامعه‌ای روابط دختران و پسران نامحرم خیلی عادی

است، این امر بر اساس نظام ارزش گذاری آن جامعه می باشد که چنین روابطی را عادی می داند و یا اگر در جامعه ای کمک به فقرا و اطعام یتیمان بسیار رواج دارد، این امر متأثر از نظام ارزش گذاری آن جامعه است.

۳. رکن سوم، سبک زندگی یا فرهنگ، باورها و به تعبیر کلی تر، ایمان مردم است. باورها سطح مخفی تر از فرهنگ یک جامعه است که با دو سطح یا رکن دیگر (رفتارها و نظام ارزش گذاری) در تأثیر و تأثر متقابل است؛ برای مثال، اگر مردم به این باور عمیق دست یابند که صدقه موجب برکت در اموالشان می گردد و خیر دنیا و آخرت آنها را رقم خواهد زد، بر این اساس رفتار می کنند و صدقه خواهند داد.

۱-۴. رکن چهارم، اطلاعات و معلومات جامعه است. این رکن با رکن قبلی، یعنی باورهای جامعه از چند نظر متفاوت است. یکی از تفاوت ها این است که متعلق باور و متعلق اطلاعات و معلومات، گاهی به کلی متفاوت است؛ برای مثال، سلسله مطالبی در باب جغرافیا، نجوم و مانند آن، متعلق علم و اطلاعات قرار می گیرند، ولی متعلق باور و ایمان نیستند.

تفاوت دیگر اطلاعات و باور این است که می توان در باب متعلق یکسان نیز حالتی را تصور کرد که فرد یا جامعه، نسبت به چیزی با اطلاعات اندک، باور بالایی داشته باشند، یا با اطلاعات فراوان، باور اندکی داشته باشند؛ برای مثال، توده مردم شیعه درباره حضرت ابوالفضل علیه السلام علم و اطلاعات بسیار کمی دارند، منتها باور و ایمان ایشان به حضرت ابوالفضل علیه السلام بسیار بالاست و به تبع این باور و ایمان، ارزش هایی مانند وفا و ادب ایشان را می فهمند و بر رفتار آنها نیز اثر می گذارد، با وجود اینکه هیچ کتابی در این رابطه نخوانده اند و علم خاصی ندارند. در مقابل، امکان دارد نسبت به شخصی اطلاعات بسیاری وجود داشته باشد، اما آن اطلاعات در باور و رفتار فرد و جامعه، بی تأثیر باشد.

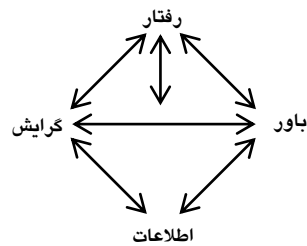
تفاوت سوم اینکه اساساً روش‌های ایجاد علم و اطلاعات، با روش‌های ایجاد باور و ایمان متفاوت است.

۱-۵. یک پیش‌فرض، به عنوان پیش‌فرض می‌پذیریم، علاوه بر نکات پیش‌گفته، تمام ارکان چهارگانه فرهنگ بر هم تأثیر و تأثر دارند. اثبات مدعای مذکور را به مجال دیگری واگذار می‌کنیم و در اینجا برای تقریب به ذهن، به چند مثال بسنده می‌کنیم؛

تأثیر رفتار در نظام ارزش‌گذاری: شخصی که در مجموعه‌ای عضو می‌شود، با اعضای آن مجموعه همدلی و ابراز عواطف مثبت و یا منفی خواهد کرد؛ پس این عضویت سببی شده است برای همدلی و دفاع از آن مجموعه.

تأثیر رفتار بر باور: انسان گناهکاری که به فسق و فجور می‌پردازد، ترجیح می‌دهد باور کند خدایی نیست به تعبیر قرآن کریم: «ثُمَّ كَانَ عَاقِبَةَ الَّذِينَ أَسَاءُوا السُّوْاى أَنْ كَذَّبُوا بِآيَاتِ اللَّهِ» (روم: ۱۰)؛ یعنی رفتار زشتشان، مقدمه انکار خداوند شد. شهید مطهری در کتاب *علل گرایش به مادیگری* می‌فرماید: سیه‌کاری، سیه‌دلی می‌آورد و سیه‌دلی، سیه‌فکری؛ به تعبیر دیگر، ماتریالیسم اخلاقی به ماتریالیسم اعتقادی منجر می‌شود.

تأثیر رفتار بر علم: این تأثیر بدیهی است؛ زیرا در روش‌های متداول، هر نوع علم‌آموزی مستلزم نوعی رفتار است؛ مانند: رفتن به مدرسه و دانشگاه، کتاب‌خواندن، شنیدن یک سخنرانی و ... .



نمودار (۱): ارکان فرهنگ و تأثیر و تأثر آنها نسبت به یکدیگر

## ۶-۱. نظام فرهنگی و خرده‌نظام‌ها

آنچه بیان شد، درباره فرهنگ و سبک زندگی به صورت کلی بود؛ یعنی مجموع تمام رفتارهای جامعه، مجموع تمام گرایش‌های جامعه، مجموع تمام باورهای جامعه و مجموع تمام معلومات جامعه.

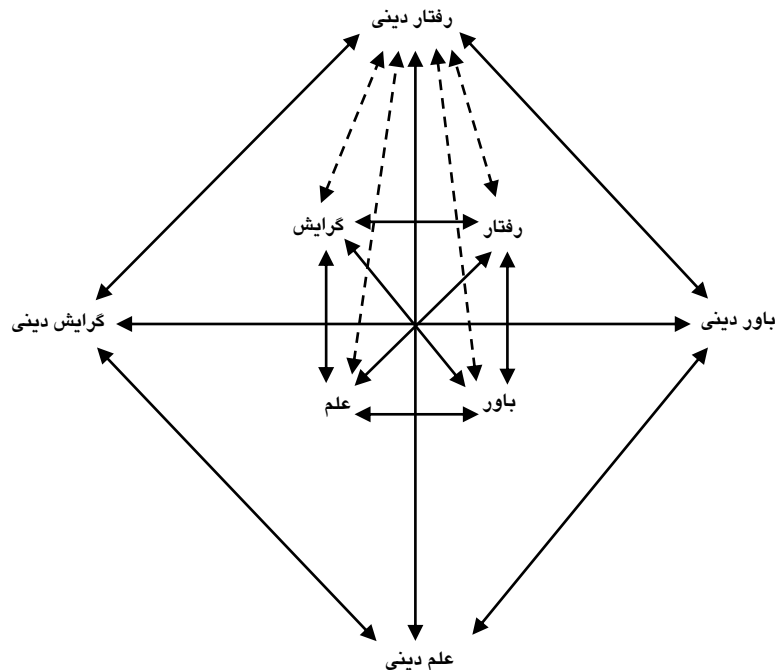
تذکر این نکته ضروری است، الگوی مذکور در باب خرده‌نظام‌های فرهنگی نیز قابلیت تطبیق دارد؛ به این معنا که مثلاً، اگر فرهنگ اقتصادی را یک خرده‌نظام فرهنگی بدانیم، طبق الگوی مذکور باید آن را متشکل از رفتارهای اقتصادی، باورهای اقتصادی، گرایش‌ها یا علائق اقتصادی و معلومات یا اطلاعات اقتصادی مردم به شمار آوریم. مصداق بارز و مهم پاره‌فرهنگ‌ها، فرهنگ دینی است که آن هم از ارکان چهارگانه رفتارهای دینی، باورهای دینی، گرایش‌های دینی و معلومات دینی تشکیل شده است.

نکته مهمی از مطلب مذکور قابل استفاده است که به توسعه الگوی موردنظر در باب فرهنگ می‌انجامد و آن اینکه مؤلفه‌ها و ارکان گوناگون خرده‌نظام‌ها نیز بر یکدیگر تأثیر و تأثر دارند؛ یعنی فرهنگ اقتصادی بر فرهنگ دینی مردم مؤثر و از آن متأثر است؛ به بیان دقیق‌تر، هر یک از ارکان فرهنگ دینی بر دیگر ارکان فرهنگ اقتصادی مؤثر و از آنها متأثر است.

نکته مزبور، به نحو ساده‌سازی شده در نمودار (۲) منعکس شده است؛ با این توضیح که اولاً، برای فرهنگ دینی اهمیت و اولویت قائل شده‌ایم؛ زیرا آن را عمیق‌ترین و مؤثرترین عرصه یا مؤلفه فرهنگ در هر جامعه‌ای می‌دانیم؛ از این رو، مربع مربوط به آن را محیط بر مربع دیگر رسم نموده‌ایم؛ و ثانیاً، از میان ارکان گوناگون فرهنگ دینی، رفتار دینی را دارای بیشترین ارزش دانسته‌ایم و آن را در رأس تصویر قرار داده و تأثیر آن را بر دیگر مؤلفه‌های فرهنگ عمومی یا خرده‌نظام‌های فرهنگی دیگر در مربع محاط نشان داده‌ایم، با این پیام که رفتار

دینی مردم جامعه است که به دیگر ارکان و مؤلفه‌های فرهنگی جامعه، جهت و نظام می‌بخشد.

در این نمودار، خطوط ممتد نشانگر تأثیر ارکان یک عرصه فرهنگ بر دیگر ارکان همان عرصه و خطوط نقطه‌چین، علامت تأثیر ارکان یک عرصه فرهنگ بر ارکان عرصه دیگر فرهنگی است، که فقط مصداق تأثیر رفتار دینی بر ارکان دیگر عرصه‌ها ترسیم شده است.



نمودار (۲): تأثیر و تأثر فرهنگ دینی نسبت به خرده‌نظام‌های فرهنگی

### سطوح فرهنگ دینی

دیدگاه پیش‌گفته در باب فرهنگ و فرهنگ دینی، به دست‌آورد مهم دیگری نیز می‌انجامد که از منظر دولت دینی حائز کمال اهمیت است. وضعیت فرهنگی یک جامعه را می‌توان در سطوح گوناگون مطلوبیت، تعریف و تقسیم‌بندی کرد. با

توجه به دیدگاه موردنظر در بازخوانی فرهنگ و فرهنگ دینی در آینه ارکان چهارگانه، نکته‌ی اخیر را می‌توان چنین توضیح داد: که هر یک از ارکان فرهنگ جامعه (رفتارها، گرایش‌ها، باورها و معلومات)، می‌تواند در یکی از سطوح حد نامطلوب، حداقل، حد لازم، حد مطلوب و حداکثر باشد.

تعداد سطوح مزبور می‌تواند کمتر یا بیشتر طراحی گردد و آنچه در این نوشتار می‌آید، صرفاً برای تقریب به ذهن می‌باشد. در ادامه، برای ترسیم روشنی از موضوع، به ذکر یک مثال از ارکان و عرصه‌های گوناگون فرهنگ دینی می‌پردازیم.

#### ۱-۲. سطوح رفتار دینی

رفتار دینی مردم در جامعه، مثال و شاخه‌های فراوانی دارد که در اینجا یک موضوع و سطوح گوناگون آن را بررسی می‌کنیم. موضوع مورد نظر، رعایت حقوق دیگران توسط هر یک از شهروندان است. این موضوع توسط تک‌تک افراد یا به صورت میانگین در جامعه، می‌تواند در یکی از وضعیت‌ها یا سطوح ذیل باشد:

**الف. حد نامطلوب:** در حالت نامطلوب، با وجود انواع نظارت‌ها، هشدارها، دستگیری‌ها، زندان‌ها و مانند اینها، شاهد انواع پایمال کردن حقوق مردم توسط یکدیگر هستیم. روشن است، جامعه‌ای با این حد نامطلوب از رفتار مرتبط با رعایت حقوق دیگران، در وضعیتی بحرانی به سر می‌برد و جرم و جنایت در آن بسیار فراگیر خواهد بود.

**ب. حداقل:** در سطح حداقل، فرد یا جامعه فقط به شرطی حقوق دیگران را رعایت می‌کنند که بر رفتار او نظارت شود و او نیز از مجازات ناشی از خطای خود بترسد.

**ج. حد لازم:** فرد یا جامعه اگر در رعایت حقوق انسان‌ها رشد کنند و به سطح

بالاتری برسند، نه تنها در شرایطی که قانون آنها را ملزم می‌کند، بلکه بدون وجود قانون یا بدون بیم مجازات نیز حقوق دیگران را رعایت می‌کنند. برای مثال، شخص دزدی نمی‌کند، حتی اگر مطمئن باشد کسی از سرقت او مطلع نخواهد شد، شخص از چراغ قرمز عبور نمی‌کند، حتی اگر پلیس حضور نداشته باشد. و مانند اینها.

اگر در سطح حداقل، محرک بیرونی قانون، عامل رعایت حقوق دیگران بود، در سطح حد لازم، محرک درونی اخلاق، عامل رعایت حقوق دیگران است.

د. حد مطلوب: در این سطح، علاوه بر رعایت حقوق دیگران (عدل)، مردم به یکدیگر خدمت هم می‌کنند (احسان). در چنین جامعه‌ای مؤسسات خیریه فراوان است، اقدامات عام‌المنفعه زیاد مشاهده می‌شود (مثلاً بسیاری از پزشکان، ساعاتی را به معاینه رایگان افراد بی‌بضاعت اختصاص می‌دهند) و مانند اینها.

ه. حداکثر: در این سطح، رعایت حقوق دیگران از حد عدل و احسان هم می‌گذرد و به ایثار می‌رسد. فرد یا جامعه‌ای که به این سطح رسیده، حاضر است از حقوق خود بگذرد و امتیاز اختصاصی خود را به دیگری بدهد؛ برای مثال، خود گرسنه بخوابد و غذای خویش را به مستمند بدهد. مطالب مذکور را می‌توان در جدول (۱) خلاصه کرد:

حد نامطلوب	حداقل	حد لازم	حد مطلوب	حداکثر
عدم رعایت حقوق دیگران	رعایت حقوق به خاطر قانون	رعایت حقوق به خاطر اخلاق (عدل)	احسان	ایثار

جدول (۱): سطوح کوناگون رفتار دینی در ارتباط با رعایت حقوق دیگران

## ۲-۲. سطوح گرایش دینی

گرایش دینی مردم نیز مثال‌ها و شاخه‌های فراوانی دارد که در اینجا برای نمونه، موضوع حب و بغض نسبت به افراد را مورد بررسی قرار می‌دهیم.



**الف. حد نامطلوب:** فرد یا جامعه از نظر حب و بغض نسبت به افراد در حالت نامطلوب یا بحرانی، نسبت به شخصیت‌های ظالم احساس و ابراز علاقه و نسبت به شخصیت‌های صالح، احساس و ابراز تنفر می‌کنند. مثال بارز این حالت، شیطان‌پرستی است. این احساس علاقه یا تنفر می‌تواند در حالتی فرضی، مانند دیدن یک فیلم سینمایی یا خواندن یک رمان به وجود آید.

**ب. حداقل:** در این حالت فرد یا جامعه، نه نسبت به شخصیت‌های ظالم علاقه دارند و نه نسبت به شخصیت صالح انزجار و تنفر؛ به عبارت دیگر، فرد یا جامعه در این سطح نسبت به شخصیت‌های گوناگون، بی‌تفاوت هستند.

**ج. حد لازم:** در این سطح فرد یا جامعه، نه تنها نسبت به شخصیت‌های ظالم احساس علاقه نمی‌کنند، یا بی‌تفاوت نیستند، بلکه احساس و ابراز تنفر می‌کنند؛ همچنین نه تنها نسبت به شخصیت‌های صالح احساس تنفر نمی‌کنند، یا بی‌تفاوت نیستند، بلکه احساس و ابراز علاقه می‌کنند.

**د. حد مطلوب:** فرد و جامعه‌ای که به این سطح برسند، تنفر از ظالمان و علاقه به صالحان را از حالت کلی خارج نموده و به مصادیق آن می‌پردازند؛ یعنی از ظالمان خاص و در رأس آن، دشمنان اسلام متنفر و به صالحان خاص و در رأس آن، پیشوایان اسلام علاقه‌مند هستند.

**ه. حداکثر:** در این سطح، فرد و جامعه از ظلم ظالم متنفر و به عمل نیک افراد صالح علاقه‌مندند. در این سطح، وقتی به ظالمی اشاره می‌شود، ظلم او مورد تنفر قرار می‌گیرد و تمام افراد موجود یا فرضی آن، به خاطر زشتی آن ظلم و خطا منفور واقع می‌شوند. همچنین وقتی به فرد صالحی اشاره می‌شود، عمل صالح او فهمیده می‌شود و وقتی از عمل نیک و صالحی یاد می‌شود، تمام افراد موجود یا

فرضی آن عمل، به خاطر زیبایی و حسن آن عمل، محبوب شناخته می‌شوند. مطالب مزبور را می‌توان در جدول (۲) خلاصه کرد:

حد نامطلوب	حداقل	حد لازم	حد مطلوب	حداکثر
علاقه به بدکاران و تنفر از نیکوکاران	بی‌تفاوتی	علاقه به نیکوکاران و تنفر از بدکاران	علاقه و تنفر نسبت افراد خاص نیکوکار یا بدکار	علاقه به نیکی نیکوکار و تنفر از بدی بدکار

جدول (۲): سطوح گوناگون گرایش دینی در ارتباط با حب و بغض نسبت به افراد

### ۲-۳. سطوح باور دینی

در میان مثال‌ها و شاخه‌های فراوان باورهای دینی مردم، باور مردم به سلسله هادیان بشر را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

**الف. حد نامطلوب:** در این سطح، فرد یا جامعه معتقد هستند خدا وجود دارد، اما هرگز کسی را برای هدایت بشر نفرستاده و یا اصلاً خدایی وجود ندارد و به تبع، پیامبری هم فرستاده نشده است.

**ب. حداقل:** در این سطح، چنین باوری وجود دارد که خداوند به خاطر خیرخواهی و رحمتش نسبت به انسان‌ها، سلسله پیامبرانی را به عنوان هادیان بشریت مبعوث داشته است. (نبوت عامه)

**ج. حد لازم:** مطابق با باور فرد یا جامعه در این سطح، مصادیق خاص پیامبران و به ویژه پیامبر خاتم روشن است؛ یعنی چنین باوری وجود دارد که محمد بن عبدالله ﷺ فرستاده خدا و خاتم پیامبران است. (نبوت خاصه)

**د. حد مطلوب:** فرد یا جامعه‌ای که به این سطح برسند، معتقدند پرونده نبوت بسته شده، اما هدایتگری خداوند ادامه دارد؛ یعنی خداوند همواره افرادی را در میان بشریت قرار می‌دهد که پیامبر نیستند، اما نقش هدایتگری را ایفا می‌کنند. (امامت و به ویژه مهدویت)

ه. **حداکثر:** در این سطح، فرد با جامعه باور دارند، در زمان عدم حضور امام، به توصیه خود امامان علیهم‌السلام، باید هدایتگری را از افراد عادل و اسلام‌شناس انتظار داشت. (ولایت فقیه)

پنج سطح باور دینی را می‌توان در جدول (۳) خلاصه کرد:

حد نامطلوب	حداقل	حد لازم	حد مطلوب	حداکثر
انکار نبوت	باور نبوت عامه	باور به نبوت خاصه	باور به امامت و مهدویت	باور به ولایت فقیه

جدول (۳): سطوح گوناگون باور دینی در ارتباط با ایمان به هدایتگران

#### ۲-۴. سطوح اطلاعات دینی

مردم جامعه، اطلاعات زیادی در باب ابعاد گوناگون دین و دینداری دارند که برای نشان دادن امکان سطح‌بندی این اطلاعات از باب نمونه، به بررسی اطلاعات مرتبط با مقایسه ادیان و فرق می‌پردازیم.

**الف. حد نامطلوب:** در این سطح، نه تنها فرد یا جامعه مسلمان نسبت به برتری فرقه یا دین خود نسبت به دیگر فرق و ادیان، چیزی نمی‌دانند، بلکه مطالبی هم در باب برابری ادیان از حیث نجات‌بخشی شنیده‌اند. این سطح از اطلاعات، به راحتی می‌تواند به باور به «پلورالیسم دینی» یا «کثرت‌گرایی دینی» بینجامد.

**ب. حداقل:** در این سطح، مخاطب ما از سلسله انحرافات و ضعف‌های اساسی موجود در ادیان و فرق دیگر مطلع است؛ برای مثال، به تفاوت ادیان آسمانی و غیرآسمانی و خرافات ادیان غیرآسمانی آگاه است و یا از منشأ مکاتب انحرافی اطلاعاتی دارد.

**ج. حد لازم:** در این سطح، فرد یا جامعه می‌فهمند ادیان و فرق دیگر، نه تنها باطل، بلکه حق‌ستیز هستند؛ برای مثال، اطلاعاتی کسب می‌کنند درباره

دشمنی‌های مکاتب خودساخته و دین‌نماها علیه دین و دینداری، یا دشمنی‌های استکبار جهانی برای مخدوش نشان‌دادن چهرهٔ مسلمانان.

د. حد مطلوب: فرد یا جامعه‌ای که به این سطح از اطلاعات مرتبط با مقایسهٔ ادیان و فرق رسیده‌اند، اطلاعات مقایسه‌ای بیشتری میان دین خود و دیگر ادیان در عرصه‌های گوناگون دارند؛ برای مثال، یک مسلمان می‌داند حرمت گوشت خوک در اسلام چه ابعدی دارد که مسیحیت به آن بی‌توجه است، یا می‌داند خلیفهٔ دوم دستور به منع کتابت حدیث داده و از این رو، احادیث اهل سنت پس از پیامبر ﷺ با فاصله‌ای بیش از صدساله نوشته شده‌اند.

ه. حداکثر: فرد یا جامعه، وقتی به اطلاعات حداکثری از اطلاعات مقایسه‌ای می‌رسند که از اشکالات و شبهات وارد بر دین خود آگاه هستند و می‌توانند به آنها پاسخ دهند. سطوح پنج‌گانه اطلاعات دینی، در جدول (۴) خلاصه شده است:

حد نامطلوب	حداقل	حد لازم	حد مطلوب	حداکثر
عدم اطلاع از برتری اسلام	اطلاع از انحرافات دیگر ادیان	اطلاع از اسلام‌ستیزی	اطلاعات مقایسه‌ای	اطلاع از شبهات و پاسخ آنها

جدول (۴): سطوح گوناگون اطلاعات دینی در ارتباط با مقایسهٔ ادیان و فرق

### ۳. دو وظیفهٔ اصلی دولت دینی

با توجه به مطالب مزبور دربارهٔ ارکان و سطوح فرهنگی، نوبت آن است که از این نگاه و دیدگاه بهره بگیریم و نقش شایسته‌ای که دولت دینی می‌تواند ایفا کند را بررسی نماییم. در این رابطه، به دو وظیفهٔ اصلی دولت دینی در عرصهٔ فرهنگ اشاره می‌کنیم.

### ۳-۱. مخاطب‌شناسی فرهنگی

دولت دینی باید بداند مخاطب او، یعنی توده مردم جامعه در چه سطحی از فرهنگ یا فرهنگ دینی قرار دارند. با توجه به تفکیک فرهنگ یا فرهنگ دینی به ارکان چهارگانه، دولت دینی باید تصور روشنی از رفتارها، گرایش‌ها، باورها و اطلاعات مردم داشته باشد و با توجه به تقسیم سطوح فرهنگ به سطوح پنج‌گانه، دولت دینی باید بداند هر یک از ارکان چهارگانه مذکور، در کدام یک از سطوح حد نامطلوب، حداقل، حد لازم، حد مطلوب و یا حداکثر قرار دارد.

مجدداً یادآوری می‌شود، آنچه در بحث سطوح فرهنگ بیان شد، صرفاً یک مثال از میان مثال‌های متعدد قابل فرض بود. حال، در مقام ترسیم افق جامع برای بحث مخاطب‌شناسی اضافه می‌کنیم: اگر فرض شود هریک از ارکان فرهنگ یا فرهنگ دینی دارای ده زیرحوزه باشد (مثلاً: رکن رفتار دینی با زیرحوزه‌های رعایت حقوق دیگران، رعایت آداب اجتماعی، رعایت واجبات دینی، رعایت نظم و نظافت فردی و...، و رکن گرایش دینی با زیرحوزه‌های علاقه به صالحان، بیزاری از ظالمان، گرایش به شعائر دینی، مخالفت با فرهنگ غربی و...، و رکن باور دینی با زیرحوزه‌های باور به خدا، باور به معاد، باور به نبوت، باور به اهمیت ایمان و معنویت در زندگی و...؛ و رکن اطلاعات دینی با زیرحوزه‌های اطلاعات از تاریخ اسلام، اطلاع از شخصیت‌ها و فرایند تمدن اسلامی، اطلاع از جریان‌های دینی و ضد دینی معاصر، اطلاع از احکام عملی و...، و اگر فرض شود هریک از زیرحوزه‌های ده‌گانه می‌تواند در یکی از سطوح پنج‌گانه قرار داشته باشد، باید برای مخاطب‌شناسی فرهنگی یا تعیین وضعیت فرهنگی جامعه در ارکان با حوزه‌ها و زیرحوزه‌ها و سطوح گوناگون، چنین جدولی ترسیم کرد:

ارکان یا حوزه‌ها	زیرحوزه‌ها	سطوح			
		حدنامطلوب	حداقل	حد لازم	حد مطلوب
رفتار دینی	۱. رعایت حقوق دیگران				
	۲. رعایت آداب اجتماعی				
	۳. رعایت واجبات دینی				
	۴. رعایت نظم و نظافت دینی				
	...				
	۱۰. ...				
گرایش دینی	۱. علاقه به صالحان				
	۲. بیزاری از ظالمان				
	۳. گرایش به شعائر دینی				
	۴. مخالفت با فرهنگ غربی				
	...				
	۱۰. ...				
باور دینی	۱. باور به خدا				
	۲. باور به معاد				
	۳. باور به نبوت				
	۴. باور به اهمیت ایمان و معنویت در زندگی				
	...				
	۱۰. ...				
اطلاعات دینی	۱. اطلاع از تاریخ اسلام				
	۲. اطلاع از شخصیت‌ها و فرایند تمدن اسلامی				
	۳. اطلاع از جریان‌های دینی و ضددینی معاصر				
	۴. اطلاع از احکام عملی				
	...				
	۱۰. ...				

جدول (۵): جدول جامع حوزه‌ها، زیرحوزه‌ها و سطوح فرهنگی

اینکه در جدول مزبور، زیرحوزه‌های ده‌گانه، استیفا و به صورت کامل برشمرده نشده‌اند، به این دلیل بود که اولاً، آنچه بیان شد، به عنوان مثال است و نه الزاماً مهم‌ترین زیرحوزه‌ها؛ ثانیاً، تعداد زیرحوزه‌ها الزاماً برابر نیستند؛ برای مثال، ممکن است در اطلاعات دینی، ده‌ها زیرحوزه مهم فهرست شود، اما در باورهای دینی،

پنج مورد به عنوان مهم‌ترین باورها تعیین گردند؛ ثالثاً با فرض یکسان دیدن حوزه‌ها از حیث تعداد زیرحوزه‌ها و اینکه فرض کنیم می‌توان برای هر حوزه ده مورد از مهم‌ترین زیرحوزه‌ها را فهرست کرد، تعیین این دو مورد خود پژوهش مستقلی است که باید به صورت میان‌رشته‌ای (دین‌شناسی، جامعه‌شناسی، علوم تربیتی، فرهنگ و...) و موردکاوی (متناسب با اقتضات جوامع و فرهنگ‌های گوناگون) انجام شود.

طراحی روش تحقیقی برای رسیدن به هدف مخاطب‌شناسی فرهنگی (ابعاد کمی یا کیفی موضوع، طراحی شاخص‌ها، گستردگی سطح مخاطبان در جامعه آماری و...) نیز موضوع مستقلی است که باید در مجال دیگری دنبال شود.

### ۲-۳. زمینه‌سازی برای ارتقای فرهنگی

یکی از ثمرات مهم مخاطب‌شناسی فرهنگی همین است که زمینه را برای ارتقای فرهنگی آماده می‌کند؛ همچنان که معاینه بیمار زمینه را برای مداوای او آماده می‌کند، بلکه شرط اجتناب‌ناپذیر آن است.

در آسیب‌شناسی فعالیت‌های خرد و کلان فرهنگی نیز می‌توان به این موضوع اشاره کرد که عدم توفیق بسیاری از فعالیت‌های فرهنگی، ناشی از عدم مخاطب‌شناسی است. این نکته در ادامه بهتر روشن خواهد شد. نکته دیگر در این زمینه آن است که در ارتباط با ارتقای فرهنگی، قائل به زمینه‌سازی دولت هستیم؛ زیرا ارتقای فرهنگی به نحو رسمی، قانونی و فرمایشی را نه ممکن می‌دانیم و نه مطلوب؛ از این‌رو، دولت دینی پس از مخاطب‌شناسی فرهنگی باید به فراهم کردن زمینه‌ها و مقدمات برای ارتقای سطح فرهنگی بیندیشد؛ به عبارت دیگر، فاعل ارتقای فرهنگی، مردم خود جامعه هستند و نه دولت؛ مانند اینکه فاعل رشد، گل و گیاه هستند و نه باغبان و حداکثر عملکرد باغبان، زمینه‌سازی به معنای حذف موانع و تدارک شرایط است.

با توضیحات مذکور روشن می‌شود، وظایف اصلی دولت دینی در عرصه فرهنگ، منحصر به همین دو وظیفه (مخاطب‌شناسی و زمینه‌سازی برای ارتقاء فرهنگی) است و دیگر وظایف فرهنگی دولت دینی (مانند انواع موردکاوی‌های فرهنگی، مبارزه با تهاجم فرهنگی، معرفی الگوهای فرهنگی و ...) به همین دو وظیفه برمی‌گردد.

حال اگر فرض کنیم، در یکی از حوزه‌ها، مانند رفتار دینی و موضوع رعایت حق‌الناس، میانگین شاخص رفتار مردم، حداقل، یعنی در سطح رعایت حقوق دیگران از ترس قانون باشد، در این صورت تلاش دولت دینی برای زمینه‌سازی ارتقای فرهنگ دینی مردم در این عرصه باید معطوف به یک پله و یک سطح بالاتر باشد؛ یعنی رعایت حقوق دیگران با انگیزه‌های درونی و اخلاقی، اگرچه قانون و مجازاتی وجود نداشته باشد. در چنین جامعه‌ای، هرچه در باب ایثار و مقدم داشتن دیگران بر خود گفته شود، بجز گروه اندکی که تا سطح احسان رشد کرده‌اند، دیگر گروه‌ها و طبقات که در سطح پایین هستند، از آن زمینه‌سازی فرهنگی، بهره‌ای نخواهند برد؛ مانند اینکه اگر کسی از احکام نمازخواندن آگاه نیست، آموزش شکایات به او بی‌فایده است و اگر کسی اصلاً نماز نمی‌خواند، دعوت او به مناجات، شب‌زنده‌داری و نماز شب بیهوده خواهد بود.

به طور خلاصه، وظیفه دوم دولت دینی در عرصه فرهنگ این است که اگر به درستی وضعیت فرهنگی جامعه را در حوزه‌ها و زیرحوزه‌های گوناگون شناسایی نمود، تلاش کند تا مخاطب خود را برای رشد و ارتقا به سطحی بالاتر در همان حوزه و زیرحوزه یاری رساند.

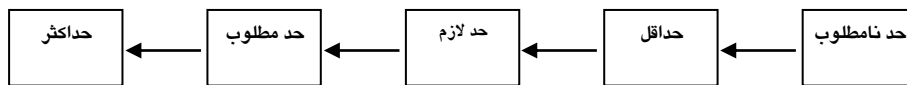
با توجه به پذیرش سطوح پنج‌گانه، می‌توان به چهار گام یا چهار مرحله ارتقا اندیشید که به ترتیب عبارت‌اند از:

جذب: زمینه‌سازی برای ارتقای مخاطب از سطح نامطلوب به سطح حداقل؛



تثبیت: زمینه‌سازی برای ارتقای مخاطب از سطح حداقل به سطح حد لازم؛  
رشد: زمینه‌سازی برای ارتقای مخاطب از سطح حد لازم به سطح مطلوب؛  
تربیت مبلّغ: زمینه‌سازی برای ارتقای مخاطب از سطح مطلوب به سطح حداکثر.

جذب تثبیت رشد تربیت مبلّغ



نمودار (۳): مراحل ارتقای فرهنگی

نکته بسیار حائز اهمیت در رابطه با گام‌های چهارگانه این است که تطبیق این گام‌ها در حوزه‌های گوناگون، اقتضائات متفاوتی خواهد داشت. توضیح بیشتر اینکه زمینه‌سازی برای ارتقای مخاطب از سطح نامطلوب به سطح حداقل (جذب) و از آن سطح به سطوح بالاتر (تثبیت، رشد و تربیت مبلّغ) در حوزه اطلاعات، نسبتاً ساده است و احتمالاً با آموزش‌ها و اطلاع‌رسانی‌های متعارف، قابل تحقق خواهد بود، اما این جذب و ارتقا در حوزه باور، حوزه گرایش و حوزه رفتار اجتماعی، پیچیدگی و دشواری‌هایی دارد که باید برای هر کدام (به طور جداگانه) پژوهش و نظریه‌پردازی انجام شود.

#### ۴. مدیریت آموزشی، پژوهشی و فرهنگی

مولانا در جریان داستان کودک حلوافروش، مطابق با جهان‌بینی عرفانی، به این جمع‌بندی و نتیجه‌گیری می‌رسد:

**آب کم جو تشنگی آور به دست تا بجوشد آبت از بالا و پست**

مطابق با این جهان‌بینی، حتی در عالم تکوین و پدیده‌های خارجی نیز، هرگونه بخشش و عطای الهی مطابق با نیاز و استحقاق رقم می‌خورد؛ و از این‌رو، برای نیل به عطایای بیشتر، باید نیاز و احساس نیاز را در خود تقویت کرد.

تطبیق این اصل بر عرصهٔ تعلیم و تربیت روشن است و به نتایج مبارکی می‌انجامد. بر اساس این اصل، مخاطب (چه خود ما، چه متربی خاص و چه تودهٔ مردم اجتماع) بیش و پیش از هرگونه تعلیم و تربیتی، باید خود را نیازمند آن بداند. اگر مخاطب مراحل تعلیم و تربیت را - هر چند به صورت حداکثری - طی کند (چه در کمیت و حتی چه در کیفیت)، اما در درون خود احساس نیازی به آن نداشته باشد، تمام آن مراحل تعلیم و تربیت را بی‌فایده ارزیابی خواهد کرد، اما اگر نظام متولی تعلیم و تربیت، هیچ محتوای خاصی را به مخاطب منتقل نکند و تمام تلاش خود را صرف ایجاد عطش و احساس نیاز در مخاطب نماید، همین نیازمندی، اساس و بستر مناسبی برای فرایند پویای تعلیم و تربیت کیفی خواهد شد. بنابراین:

### آب کم جو تشنگی آور به دست      تا بجوشد آبت از بالا و پست

تطبیق جزئی‌تر قانون مذکور در عرصهٔ آموزش، پژوهش و فرهنگ به این قرار است: **مدیریت آموزشی:** در عرصهٔ آموزش باید بیشترین تأکید بر پرسش و سؤال (Question) باشد. منظور از سؤال، پرسشی است که پاسخ آن در منابع علمی موجود، قابل بازیابی است.

آموزش موفق، آموزشی است که سؤال‌های مخاطب را شناسایی کرده یا سؤال‌هایی ایجاد نموده و به خوبی پاسخ دهد؛ به این معنا که در مدیریت آموزش باید از یک سو، طبق نیازسنجی واقع‌بینانه، پرسش‌های اصلی و مهم مخاطبان، شناسایی شود و از سوی دیگر، طی نیازآفرینی خیرخواهانه، پرسش‌های زیادی فراروی مخاطبان ترسیم گردد و اهمیت آن پرسش‌سنجی‌ها و اهمیت پاسخ به آنها به او گوشزد شود، به گونه‌ای که مخاطب نسبت به پاسخ موردنظر، احساس نیاز کند و آن را گمشدهٔ خویش بشمارد که: «الحکمة ضالة المؤمن».

**مدیریت پژوهشی:** در عرصه پژوهش باید بیشترین تأکید بر مشکل و مسئله (Problem) باشد و مراد از مسئله، پرسشی است که پاسخ آن، (یا مشکلی است که راه حل آن) در منابع علمی موجود قابل بازیابی نیست؛ از این رو، نیازمند تحقیق و تولید علم جدید می‌باشیم.

پژوهش موفق، پژوهشی است که مسائل جامعه را شناسایی کرده و به خوبی پاسخ دهد. مدیریت پژوهشی وقتی موفق است که مخاطب (پژوهشگر) خود را عمیقاً با مسائل و معضلات مورد نظر درگیر کند و حل آن مسائل را به عنوان نیاز واقعی مخاطب یا جامعه به او نشان دهد.

پیش از تطبیق قانون مذکور در عرصه فرهنگ، تذکر نکته‌ای ضروری است و آن اینکه در عرصه آموزش و پژوهش می‌توان حالتی را تصور کرد که حتی در صورت تبیین و تفهیم کامل سؤال‌ها و مسئله‌ها، علاقه‌ای به پاسخ سؤال‌ها و حل مسائل در مخاطب وجود نداشته باشد؛ یعنی مخاطب بگوید: می‌دانم سؤال مورد نظر خیلی مهم است، ولی علاقه‌ای به این سؤال و پاسخ آن ندارم، یا می‌دانم این مسئله خیلی مهم است، ولی من علاقه‌ای به حل آن ندارم!

نظام آموزش رسمی کشور، وقتی موفق است که علاقه به دینداری را در مخاطب خود تقویت کند و زمینه‌هایی برای کشف حقایق و زیبایی‌های دینی - و نه کسب آنها - ایجاد کند و از تعالیم مستقیم و اجباری آموزه‌های دینی، پیش از زمینه‌سازی قبلی و آمادگی مخاطب، اجتناب نماید.

همچنین نظام پژوهش رسمی کشور، وقتی موفق است که علاقه به حل مشکلات جامعه اسلامی را در مخاطب خود تقویت کند و زمینه‌هایی را برای درک لذت و حلاوت مسئله حل شده (نه صرف سرگرمی) ایجاد نماید و از تحقیق و پژوهش‌های صوری، که پژوهشگر فقط به اجرا و انجام آن و نه اثربخشی و سرانجام آن می‌اندیشد، پرهیز کند.

مدیریت فرهنگی: با توجه به مطالب مزبور، مدیریت فرهنگی را مدیریت گرایش‌ها، عواطف و علایق جامعه تعریف می‌کنیم. استاد مطهری می‌گوید: خنده و گریه، مظهر شدیدترین حالات احساسی انسان است. آن وقتی که کسی بتواند مالک خنده و گریه مردمی شود، به حقیقت مالک قلب آنها شده و با عواطف آنها بازی می‌کند.

ذیل تعریف مزبور از مدیریت فرهنگی، بیان چند نکته ضروری است: اول آنکه این تعریف در فرهنگ الحادی و الهی یکسان است؛ البته در فرهنگ الحادی، عواطف، علایق حیوانی و هوا و هوس‌ها محوریت دارد و در فرهنگ الهی، محوریت با عواطف و علایق انسانی و ارزش‌های متعالی است. نکته بعد اینکه مدیریت گرایش‌ها با دیگر ارکان فرهنگی بی‌ارتباط نیست. این ارتباط در بیشترین حد خود، میان گرایش‌ها و باورهای جامعه از یک سو و میان گرایش‌ها و رفتارهای جامعه از سوی دیگر وجود دارد؛ البته در این میان، مجموعه اطلاعات و معلومات افراد جامعه نیز در رتبه بعد قرار دارد. به بیان جامع، مدیریت فرهنگی عبارت است از: مدیریت تمام ارکان چهارگانه رفتار، گرایش، باور و اطلاعات، اما برجسته‌کردن رکن گرایش‌ها به این دلیل است که اولاً، عنصر اطلاعات را خیلی مهم نمی‌دانیم؛ ثانیاً، رکن باور را از حیث مدیریت‌پذیری در سطح پایین ارزیابی می‌کنیم؛ ثالثاً، رکن رفتار را با وجود اهمیت تام و تمام، ثمره مدیریت فرهنگی می‌دانیم. به عبارت دیگر، مدیریت گرایش، عواطف و علایق مردم، وقتی موفق خواهد بود و به فرهنگ‌سازی منجر خواهد شد که عاطفه و علاقه خاص ایجادشده در مخاطب، او را به انجام اعمال و رفتارهای خاص موردنظر مدیران فرهنگی وادارد و مخاطب نیز نسبت به آن عمل، مداومت و محافظت داشته باشد. تفصیل این نکته را در مطلب بعد ملاحظه خواهید کرد.

## ۵. رفتار اجتماعی، یگانه عامل فرهنگ‌ساز

به عقیده ما، مهم‌ترین عامل فرهنگ‌ساز، رفتارهای اجتماعی هستند؛ یعنی رفتارهایی که بیش از همه در جامعه تکرار شوند، فرهنگ خاصی را در جامعه در پی خواهند داشت و رفتارهایی که تکرار نشوند، قدرت فرهنگ‌سازی ندارند. در توضیح و استدلال بر مطلب مزبور، می‌توان به این آیه قرآن اشاره کرد: «كَلَّا بَلْ رَانَ عَلَى قُلُوبِهِمْ مَا كَانُوا يَكْسِبُونَ» (مطففین: ۱۴)؛ آنچه همواره در پی کسب آن بودند، بر دل‌هایشان غشایی سخت زد.

عبارت «ما کانونا یکسبون» ماضی استمراری است؛ یعنی کاری را پیوسته انجام می‌دادند و از طریق رفتارشان در پی آن بودند. این رفتار آنها موجب شد که بر قلبشان غشایی کشیده شود.

علامه طباطبائی نیز در این زمینه سخن مهمی دارد و می‌فرماید:

و الأعمال تربي النفس الإنسانية تربية مناسبة لسنخها و إذا كان العمل ملائماً لواقع الأمر مناسباً لغاية الصنع و الإيجاد كانت النفس المستكملة بها سعيدة في جدها ؛ عمل، نفس را مطابق سنخ خود، بالا یا پایین می‌آورد. اگر عمل با واقع، و نفس الامر و غایتی که ایجاد و صنع برای آن بود مطابقت و سازگاری داشته باشد، نفسی که با چنین عملی استکمال پیدا کند، نفسی سعید و نیکبخت خواهد بود.

علامه طباطبائی این قانون را در رابطه با نفس انسانی بیان کرده است، اما ما به عنوان یک اصل موضوعه می‌پذیریم که قوانین تربیتی و اخلاقی انسان، علی‌الاصول همان قوانین فرهنگ‌ساز جامعه می‌باشد، مگر در موارد خاص و نادر. بنابراین، بیان علامه طباطبائی مؤید نظر مزبور است، که یگانه عامل فرهنگ‌ساز، رفتار اجتماعی مردم است.

۵-۱. ظهور تدریجی شخصیت و شاکله: در اینجا شایسته است به این مبنای

انسان‌شناسی اشاره کنیم که شاکله شخصیت انسان به صورت تدریجی شکل

می‌گیرد. در تشریح این نکته باید گفت، اعمال و رفتار انسان، یعنی امور ظاهری و محسوس از یک سو و افکار، نیت‌ها، نظام ارزش‌گذاری و باورها و آگاهی‌ها (به عنوان سطح رویین باطن) از سوی دیگر، تحت تأثیر و تأثر مستمری هستند که این تأثیر و تأثر مستمری و دائم، حاصلی تدریجی به بار می‌آورد که از آن به «شاکله» و «شخصیت» تعبیر می‌کنیم. البته همان‌گونه که شاکله یا شخصیت، از ظاهر و باطن تأثیر می‌پذیرد، بر آنها نیز تأثیر دارد که آیه شریفه: «كُلُّ يَوْمٍ عَلٰى شَاكِلَتِهٖ» (اسراء: ۸۴)؛ هر کس بر اساس شاکله خود عمل می‌کند، مؤید این بیان می‌باشد.<sup>۹</sup>

۲-۵. تأثیر به شرط مشیت الهی: ممکن است اعتراض شود که خداوند در آیات قرآن کریم، خود را یگانه مربی اعلام کرده است. قرآن کریم به صراحت بیان می‌کند: حتی اگر مربی انسان پیغمبر خدا هم باشد، آن تربیت الزاماً به نتیجه نمی‌رسد، مگر اینکه خداوند بخواهد: «إِنَّكَ لَا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَ لَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ» (قصص: ۵۶). این امر به این مطلب اشاره دارد که هدایتگری در دست خداوند است.

اما در دفاع از سخن مزبور، که یگانه عامل هدایت و یا عامل شخصیت‌ساز و فرهنگ‌ساز، رفتار فرد و اجتماع است، باید گفت: هدایتگری و تربیت الهی به نحو غیرارادی اتفاق نمی‌افتد، بلکه تربیت و هدایتگری خداوند، علت‌العللی است که در طول آن، اراده و اختیار انسان‌ها قرار دارد و بالتبع، عمل آنها نیز در پی خواهد آمد؛ از این رو، سخن مزبور به این علت قریب اشاره می‌کند که تعارضی با علت بعید، یعنی اراده و مشیت الهی ندارد.

۳-۵. عمل به شرط ایمان: منظور از تأثیر عمل در شخصیت‌سازی انسان یا در فرهنگ‌سازی جامعه، صرف صورت و ظاهر عمل نیست؛ یعنی عمل بدون ایمان و اراده، تأثیر تربیتی ندارد. عامل سعادت‌بخش انسان به تعبیر قرآنی، ایمان و

عمل صالح است: «وَالْعَصْرُ إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ» (عصر: ۱-۳)؛ همه در حال خسران هستند، مگر کسانی که اهل ایمان و عمل صالح باشند. در واقع، جمع این دو عامل، سعادت‌بخش است؛ پس سخن مزبور را باید این چنین فهمید که یگانه عامل شخصیت‌ساز و فرهنگ‌ساز، عمل برخاسته از ایمان فرد و جامعه است.

۵-۴. معنای ایمان: اصطلاح ایمان در کنار عمل، بیان دیگر و خلاصه‌ای است از سه رکن دیگر فرهنگ، که عبارت بودند از گرایش، باور و علم؛ بدین معنا که اگر این سه رکن با هم در فرد یا جامعه‌ای وجود داشتند، آن فرد یا جامعه مؤمن خواهد بود؛ از این رو، ترکیب ایمان و عمل صالح از یک سو، به ارکان فرهنگی اشاره دارد و از سوی دیگر، تأکیدی بر خود عمل و اهمیت آن در میان دیگر ارکان است.

۵-۵. اهمیت کمیت و کیفیت عمل: از مبنای انسان‌شناسی مزبور (تأثیر تدریجی عمل در شخصیت‌سازی و فرهنگ‌سازی)، می‌توان اصلی را تحت عنوان «مداومت و محافظت بر عمل» استخراج کرد که با توجه به مبنای مذکور، چه برای نبودی یک شاکله و چه برای ایجاد و بازسازی شاکله جدید و مطلوب، نیازمند مداومت و محافظت بر اعمال هستیم، تا از آثار تدریجی آن برخوردار شویم. مداومت، ناظر به کمیت و ضامن استمرار عمل است و محافظت، ناظر به کیفیت و ضامن رعایت شرایط و ضوابط عمل می‌باشد. مداومت بدون محافظت، به عادت سطحی و بی‌روح می‌انجامد و محافظت بدون مداومت، زمینه‌ساز حال گذرا و زودگذر است.

مؤید قرآنی این مطلب، عبارات سوره مبارکه «معارج» است که در توصیف مصلّین و نمازگزاران و همچنین نمازی که عمود و رکن دینداری است می‌فرماید: «...الَّذِينَ هُمْ عَلَى صَلَاتِهِمْ دَائِمُونَ» (آیه ۲۳) و (در ادامه در آیه ۳۴) می‌فرماید: «وَالَّذِينَ هُمْ عَلَى صَلَاتِهِمْ يُحَافِظُونَ». در این دو آیه، نماز به عنوان مهم‌ترین عمل

دینی، مورد توجه قرار گرفته است که در انجام آن باید به دو اصل توجه شود، به عبارت دیگر، نمازگزاران تنها با رعایت این دو اصل، نمازگزار واقعی خواهند بود. این دو اصل عبارت‌اند از: مداومت و محافظت؛ یعنی نماز (و دیگر اعمال) وقتی شخصیت‌ساز خواهد بود که اولاً، دائمی باشد نه موسمی که گاهی انجام شود و گاهی ترک گردد و ثانیاً، با کیفیت و درست انجام شود، نه انجام صوری و ظاهری.

#### ۶. جمع‌بندی و تطبیق

مباحث پیش‌گفته را در این جمله خلاصه می‌کنیم که عمل ارادی همراه با ایمان، به شرط انجام دائم و با کیفیت درست، یگانه عامل شخصیت‌ساز انسان است و رفتار اجتماعی ارادی و همراه با ایمان و به شرط انجام دائم و با کیفیت درست، یگانه عامل فرهنگ‌ساز جامعه خواهد بود.

حال با پذیرش اصل و مبنای فرهنگ‌سازی مزبور، می‌توان این نتیجه فرعی را مطرح کرد که مهم‌ترین وظیفه دولت دینی برای اصلاح و ارتقای فرهنگ جامعه، زمینه‌سازی برای ترویج رفتارهای اجتماعی است؛ البته آن دسته از رفتارهای اجتماعی که دارای این ویژگی‌ها باشند:

اولاً: ارادی باشند؛ یعنی خودجوش و مردمی و نه دولتی و فرمایشی؛  
ثانیاً: برخاسته از دیگر ارکان فرهنگی یا در تعامل با آنها (گرایش‌ها، باورها و آگاهی‌ها) باشند؛

ثالثاً: این دسته از رفتارهای اجتماعی باید به صورت دائم، یعنی با توجه به اصل مداومت بر عمل، انجام شوند، نه موسمی و مقطعی؛  
رابعاً: این دسته از رفتارهای اجتماعی باید با کیفیت مطلوب، یعنی با توجه به اصل محافظت بر عمل، انجام شوند، نه صوری و ظاهری.

در ادامه، به عملکرد چند نهاد مهم فرهنگی، اشاره مختصری خواهیم داشت؛ به خصوص آموزش و پرورش و صدا و سیما که طبق تحقیق‌های انجام‌شده، بیشترین تأثیرگذاری فرهنگی را دارا می‌باشند.



#### ۱-۶. نهادهای دینی و سنتی

با توجه به تحلیل ارائه شده در این مقاله و تأکید بر رفتار و عمل به عنوان یگانه عامل شخصیت‌ساز و فرهنگ‌ساز، می‌توان اهمیت دستورهای اسلامی نسبت به انواع رفتارهای فردی و اجتماعی و از جمله اهمیت عنایت خاص اسلام به رعایت احکام فقهی را فهمید. چنان‌که اشاره شد، نماز به عنوان ستون دین و مهم‌ترین عمل دینی، مثال بارز این حقیقت است که التزام به آن، به شرط رعایت دو اصل کمیت و کیفیت، یا مداومت و محافظت، شخصیت‌سازی در فرد و فرهنگ‌سازی در جامعه را تضمین خواهد کرد.

علاوه بر انجام واجبات دینی مانند نماز و روزه، عنایت اسلام به حقیقت مذکور در عرصه مستحبات نیز در قالب چنین تعالیمی قابل مشاهده است؛ برای مثال، امیرمؤمنان علی علیه السلام فرمود: «قلیل تدوم علیه ارجی من کثیر مملول منه»؛ کار اندک و کوچکی که بر آن مداومت داشته باشی، امیدوارکننده‌تر است از کار بزرگ و زیادی که موجب ملالت و دلزدگی شود. و یا این فرمایش امام باقر علیه السلام: «ما من شیء احب الی الله عز وجل من عمل یدوم علیه و ان قل»؛ یعنی هیچ چیز نزد خداوند محبوب‌تر از عملی که بر آن مداومت شود نیست، هرچند آن عمل کوچک و ناچیز باشد. محبوب‌بودن چنین عملی نزد خداوند، به خاطر مؤثر و شخصیت‌سازبودن آن است که در صفحات پیش در باب آن سخن گفته شد.

مثال مهم دیگر در این عرصه، موضوع عزاداری بر حضرت سیدالشهداء علیه السلام است. مطابق با تحلیل ارائه شده در این مقاله، فرهنگ‌سازبودن این امر به دلیل جنبه رفتاری برجسته و التزام جدی شیعیان بر مداومت و محافظت این مناسک، بسیار مهم می‌باشد، که البته هم بر حقایق ایمانی عمیقی استوار است و هم با جدی‌ترین لایه‌های احساسات و عواطف مردم درهم تنیده است.

به گمان ما، همچنان نهادهای سنتی دینی، با محوریت محراب و منبر، موفق‌ترین نقش را در فرهنگ‌سازی دینی ایفا می‌کنند و رمز موفقیت آنها نیز همین جامعیت نگاه به ارکان فرهنگی، یعنی گرایش‌ها، باورها، اطلاعات و به خصوص رفتار دینی می‌باشد که این نقش و عملکرد، با درایت و تدبیر درست می‌تواند به موفقیت‌ها و دستاوردهای بسیار بیشتری نیز برسد. همچنین با الگوگیری از این نهادهای سنتی، می‌توان به عملکرد موفق مشابه در دیگر نهادهای فرهنگی امیدوار بود.

## ۲-۶. آموزش و پرورش

آموزش و پرورش در شکل فراگیر و رسمی آن، حتی با همین چند ساعت آموزش روزانه در مدرسه، می‌تواند در توسعه علمی و عقلانی افراد یک جامعه مؤثر باشد و با جامعه عمل پوشاندن به اهداف عمده خود، یکی از سهام‌داران اصلی تغییر و تحول فرهنگی جامعه باشد. فرصت ممتازی که در اختیار نظام آموزش و پرورش قرار دارد، یعنی دوازده سال از بهترین سال‌های زندگی موجب می‌شود انتظارات از این نهاد از حیث تأثیرگذاری فرهنگی بسیار بالا برود.

در اینجا بدون قصد سیاه‌نمایی و نادیده‌انگاشتن تلاش‌های فراوان انجام‌شده، تنها از دیدگاه فرهنگی مطرح در این مقاله، نگرسته و نقد کوتاهی مطرح می‌کنیم و آن اینکه نظام آموزش و پرورش، بیشترین توجه و تأکید خود را معطوف به کم‌اهمیت‌ترین رکن فرهنگی، یعنی اطلاعات دانش‌آموزان کرده و در این عرصه نیز طبق پژوهش‌های متعدد انجام‌شده، رویکرد ضعیف حافظه‌مداری، بر تمام ابعاد این نظام آموزش غلبه دارد.

آنچه در این مقاله، روی آن تکیه و تأکید داریم، این است که به جای تربیت دینی، نباید به آموزش دینی بسنده کرد. این تصور نادرستی است که برای ترویج

و تقویت فرهنگ دینی، الزاماً باید از آموزش دانش دینی آغاز کرد و تصور نادرست‌تر این که گمان کنیم، آموزش دین و ارتقای معرفت دینی، برای ارتقای فرهنگ دینی کفایت می‌کند.

اگر آموزش دینی به همراه پرورش و ارتقای دیگر ارکان فرهنگ دینی یعنی، گرایش‌ها، باورها و به‌ویژه رفتار دینی نباشد، نه تنها به تقویت و ارتقای فرهنگ دینی کمک نمی‌کند، بلکه خود مانع و حجاب بزرگی در برابر این تمایل فطری می‌شود؛ چنان‌که امام خمینی علیه السلام فرمود: در نفسی که مهذب نشده، علم حجاب ظلمانی است. اگر علم بلا تهذیب باشد، ضررش از جهل بدتر است.

در پاسخ به این سؤال که آیا فراوانی و تراکم مطالب دینی در کتاب‌های درسی، توانسته به پرورش حس مذهبی و ارتقای فرهنگ دینی دانش‌آموزان منجر شود یا نه، کافی است قضاوتی عادلانه بر اساس شواهد عالمانه برای بررسی بازده تربیتی کتاب‌های درسی و نظام آموزش مدارس داشته باشیم، تا بتوان فاصله بین درون‌داده‌ها و برون‌داده‌های تربیتی را آشکار ساخت.

### ۳-۶. صدا و سیما

صدا و سیمای جمهوری اسلامی، یک دانشگاه ملی است که با توجه به محدود بودن گزینه‌های جایگزین برای تفریح و پرکردن اوقات فراغت و استقبال اکثر قریب به اتفاق افراد جامعه از این دو رسانه، جایگاه بسیار مهمی در فرهنگ عمومی کشور دارد، اما به عقیده ما، با وجود این جایگاه اختصاصی و حتی علی‌رغم موفقیت بالا در سه عرصه اطلاع‌رسانی، ایجاد گرایش‌ها و حتی ایجاد باورهای جدید، توفیق صدا و سیما در فرهنگ‌سازی بسیار اندک بوده و هست. خلاصه استدلال برای این مدعا آن است که مطابق با تحلیل ارائه‌شده در صفحات پیش، که یگانه عامل فرهنگ‌ساز، رفتار اجتماعی است، صدا و سیما

نخواستند و یا نتوانسته مجموعه، برنامه‌های خود را به گونه‌ای سامان دهد که به این مهم بینجامد. برای قضاوت روشن‌تر در باب عملکرد فرهنگ‌سازی صداوسیما، به چند مصداق خاص در این زمینه اشاره می‌کنیم:

جشن نیکوکاری، اولین تجربه این چنینی در صداوسیما بود، که اواخر دهه شصت در برنامه «خانواده» در رادیو مطرح و با کمک کمیته امداد برگزار شد. در سال‌های بعد، این کار با مشارکت تلویزیون وسعت بیشتری پیدا کرد. به دلیل رابطه ناپایداری که بین مردم و این فعالیت و مراسم وجود دارد، اگر صداوسیما از گردونه فعالیت خارج شود و یا دامنه فعالیت خود را محدود کند، گستره این مراسم نیز بسیار کم و محدود خواهد شد و حتی ممکن است کاملاً متوقف شود.

مصداق بارز و مهم دیگر، انتخاب بیستم جمادی‌الثانی، سالروز ولادت حضرت زهرا<sup>علیها السلام</sup> به عنوان روز مادر است که باز هم به وسیله سازمان صداوسیما مطرح شد و به سرعت در جامعه مورد پذیرش قرار گرفت، اما به دلیل کم‌رنگ شدن نقش صداوسیما و عدم تدبیر برای تأثیرگذاری و جهت‌دهی‌های آینده، امروزه بیشتر جنبه خانوادگی و اجتماعی روز مادر، مورد توجه قرار دارد و نه جنبه دینی؛ از این رو، نمی‌توان آن را رفتار دینی و در راستای فرهنگ‌سازی دینی ارزیابی کرد.

مثال دیگر، استفاده از ذکر «شریف صلوات» است که در ابتدا، طرح آن در برنامه‌های سازمان صداوسیما و به خصوص در بخش‌ها خبری، توجه مخاطبان را کاملاً به خود جلب کرده بود، ولی چون تدبیر لازم برای تبدیل شدن به رفتار عمومی و به اصطلاح، مناسب شدن آن صورت نگرفته بود، امروزه فقط جزئی عادی از بخش‌های خبری شده، که عکس‌العمل خاصی در میان مخاطبان عام ایجاد نمی‌کند.

مثال دیگر، برگزاری دعای ندبه توسط هیأت رزمندگان اسلام است، که ابعاد مهم و قابل تقدیری دارد و در آن نقش صداوسیما نیز بارز و برجسته است، اما به نظر می‌رسد، هم‌اکنون صرف برگزاری این دعا در صبح‌های جمعه در یکی از نقاط کشور، موضوعیت یافته و برای فرهنگ‌سازی این امر، تدبیری وجود ندارد که دست‌کم مانند دیگر مراسم‌های دعا (کمیل) توسل و مانند اینها) شاهد باشیم در تمام مساجد کشور، اقدام به برگزاری دعای ندبه در صبح‌های جمعه شود.

### جمع‌بندی

در این مقاله انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی اسلامی مبنا قرار گرفته که طبق آن: اولاً، شخصیت هر فرد انسانی چهار ساحت و عرصه دارد: بدن، ذهن، نفس و روح؛ ثانیاً، رفتار با بدن، معلومات با ذهن، صفات با نفس، و در نهایت، باورها با روح ارتباط دارند؛ ثالثاً، فرهنگ جامعه معادل شخصیت فرد است و می‌توان عرصه‌ها و ابعاد مزبور را در مورد فرهنگ نیز منطبق دانست؛ از این‌رو، ارکان فرهنگ عبارت خواهند بود از: رکن اول: رفتارهای رایج، رکن دوم: گرایش‌ها، رکن سوم: باور و رکن چهارم: اطلاعات و معلومات. میانگین یا برآیند وضعیت یک جامعه در مورد هر یک از ارکان مذکور می‌تواند در طیفی لحاظ شود، تا - به طور مثال - دارای این سطوح باشد: حد نامطلوب، حداقل، حدلازم، حد مطلوب و حداکثر. دیدگاه مزبور، هم در باب حوزه کلان فرهنگ، صادق و جاری است و هم در باب حوزه‌های خردتر، مانند فرهنگ سیاسی، فرهنگ اقتصادی و به خصوص فرهنگ دینی. با مبنا قراردادن دیدگاه فرهنگ‌پژوهی مزبور، به این نتیجه رسیدیم که دو وظیفه اصلی دولت دینی در عرصه فرهنگ عبارت خواهند بود از: اولاً،

مخاطب‌شناسی فرهنگی، به معنای تعیین دقیق وضعیت و سطح توده مردم در هر یک از ارکان چهارگانه؛ ثانیاً، زمینه‌سازی برای ارتقای فرهنگی؛ یعنی تدارک شرایط و حذف موانعی که مردم بتوانند از هر یک از سطوح موجود، به سطح بالاتری حرکت نمایند؛ با این تأکید که در ارتقای فرهنگی، مانند هرگونه رشد طبیعی دیگر، اگر خود مردم محور و عامل رشد در نظر گرفته نشوند و تلاش شود رشد و ارتقای مورد نظر به ایشان تحمیل گردد، هرگز شاهد اعتلای سالم و ماندگار فرهنگی نخواهیم بود.

عنایت به اصل مذکور سبب می‌شود در مدیریت آموزشی، سؤال‌محور و در مدیریت پژوهشی، مسئله‌محور باشیم. همچنین بر این مبنا، مدیریت فرهنگی فقط زمانی موفق خواهد بود که به مدیریت گرایش‌ها، عواطف و علایق مردم بپردازد. نشانه و شاخص موفقیت این نوع مدیریت نیز این است که به رفتارهای اجتماعی مورد نظر می‌انجامد و رفتارهای اجتماعی، یگانه عامل فرهنگ‌ساز جوامع هستند. آنچه بیان شد، بیان اولیه و تقریر خامی از یک نظریه فرهنگی است که یقیناً نیازمند اصلاحات فراوانی می‌باشد. برخی از بایسته‌های پژوهشی برای تکمیل این نظریه عبارت‌اند از:

- موردکاوی‌های فراوان در باب پدیده‌های گوناگون مثبت و منفی فرهنگی و بررسی این امر که شکل‌گیری یک رفتار فرهنگی، مبتنی بر چه عوامل فرعی ذیل ارکان چهارگانه فرهنگ است؛

- نظریه‌پردازی مجدد در باب ارکان، عوامل و سطوح فرهنگی؛

- موردکاوی‌های متعدد پیرامون شناسایی وضعیت فرهنگی جامعه ایران اسلامی، در ارتباط با ارکان چهارگانه فرهنگ؛

- سیاست‌گذاری درباره راه‌کارهای ارتقای فرهنگی ذیل ارکان چهارگانه

فرهنگ، از سطح موجود به سطح بالاتر.

پی‌نوشت‌ها .....

۱. محمدجواد ابوالقاسمی، شناخت فرهنگ، ص ۷-۳۹.
۲. محمدسعید مهدوی‌کنی، دین و سبک زندگی، ص ۵۱-۵۸.
۳. مرتضی مطهری، علل گرایش به مادیگری، ص ۱۷۷.
۴. اصل ایده موردنظر با اندکی تفاوت، از آن حجت‌الاسلام علی رضا پناهیان است.
۵. اصل ایده مذکور با تفاوت‌هایی در اصطلاحات و فضای کاربرد، از آن حجت‌الاسلام سعید دسمی است.
۶. نهج البلاغه، ترجمه محمد دشتی، حکمت ۸۰.
۷. مرتضی مطهری، علل گرایش به مادیگری، ص ۹۴.
۸. سیدمحمدحسین طباطبائی، المیزان، ج ۶، ص ۲۴۵.
۹. خسرو باقری، نگاهی دوباره به تربیت اسلامی، ص ۸۷-۸۸.
۱۰. همان، ص ۸۹-۹۰.
۱۱. ایمان رکوعی، تعیین سهم تأثیر دستگاه‌های دولتی بر فرهنگ کشور، ص ۱۸۴.
۱۲. نهج البلاغه، حکمت ۲۷۸.
۱۳. محمدبن یعقوب کلینی، کافی، تصحیح علی‌اکبر غفاری، ج ۲، ص ۸۲.
۱۴. نادر سلسبیلی، آموزش و پرورش در اعتلای فرهنگی؛ ضرورت تحول در دیدگاه‌های برنامه‌های درسی، ج ۲، ص ۱۱۷.
۱۵. نادر سلسبیلی، آموزش و پرورش در اعتلای فرهنگی؛ ضرورت تحول در دیدگاه‌های برنامه‌های درسی، ج ۲، ص ۱۲۵-۱۲۷.
۱۶. امام خمینی، کلمات قصار، ص ۶۷.
۱۷. عبدالعظیم کریمی، اثرات پنهان تربیت آسیب‌زا، ص ۵۰.
۱۸. حسن خجسته، تأملاتی جامعه‌شناختی درباره رادیو، ص ۸۰-۸۱.

## منابع

- نهج البلاغه، ترجمه محمد دشتی، قم، پارسایان، ۱۳۷۹.
- ابوالقاسمی، محمدجواد، شناخت فرهنگ، تهران، مرکز پژوهشی توسعه فرهنگ دینی جهان معاصر، ۱۳۸۵.
- امام خمینی، کلمات قصار، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ع) چ هفتم، ۱۳۷۸.
- باقری، خسرو، نگاهی دوباره به تربیت اسلامی، تهران، مدرسه، چ هشتم، ۱۳۸۲.
- خجسته، حسن، تأملاتی جامعه‌شناختی درباره رادیو، تهران، طرح آینده، ۱۳۸۶.
- رکوعی، ایمان، تعیین سهم تأثیر دستگاه‌های دولتی بر فرهنگ کشور، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، نسخه الکترونیکی، ۱۳۸۴.
- سلسبیلی، نادر، «آموزش و پرورش در اعتلای فرهنگی؛ ضرورت تحول در دیدگاه‌های برنامه‌های درسی»، در: مجموعه مقالات اولین همایش ملی مهندسی فرهنگی، تهران، اداره کل روابط عمومی و اطلاع‌رسانی دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۶، ج ۲.
- طباطبائی، سیدمحمدحسین، میزان، قم، دفتر انتشارات اسلامی، ۱۳۶۵.
- کریمی، عبدالعظیم، اثرات پنهان تربیت آسیب‌زا، تهران، انجمن اولیا و مربیان، چ نهم، ۱۳۸۵.
- کشاورز، سوسن، تحلیل دستاوردهای تحقیقات در خصوص تأثیر نظام آموزش رسمی کشور در تربیت دانش‌آموزان، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، نسخه الکترونیکی، ۱۳۸۴.
- کلینی، محمدبن‌یعقوب، کافی، تصحیح علی‌اکبر غفاری، تهران، دارالکتب الاسلامیه، چ سوم، ۱۳۸۸.
- مطهری، مرتضی، حماسه حسینی، تهران، صدرا، چ سیزدهم، ۱۳۷۲، ج ۳.
- مطهری، مرتضی، علل گرایش به مادیگری، تهران، صدرا، چ سیزدهم، ۱۳۷۲.
- مهدوی‌کنی، محمدسعید، دین و سبک زندگی، تهران، دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۸۷.