

نقش فرهنگ سازی احترام به افکار عمومی در توسعه اجتماعی

دکتر نصر الله پور افکاری^۱، سجاد محمد یارزاده^۲

چکیده

سنجش افکار عمومی به عنوان ابزاری است در جهت آگاهی از آراء و نظرات مردم در خصوص اتفاقات و مسائل رایج و یا پیش رو در جامعه که ضرورت برنامه ریزی در مورد آنها احساس می شود. ارزیابی افکار عمومی به عنوان یکی از مولفه های جوامع دموکراتیک به سیاستگذاران و برنامه ریزان این امکان را می دهد تا با در نظر داشتن نظرات عمومی جامعه اقدام به تبیین و تدوین برنامه ها در سطوح خرد و کلان جامعه نمایند. آنچه در این مطالعه مورد توجه قرار گرفته است لزوم فرهنگ سازی در زمینه اهمیت و جایگاه نظرسنجی در میان افکار عمومی و نیز متقابلاً ضرورت احترام به افکار عمومی و دخالت نظرات آنان در تصمیم گیریها به منظور اعتماد سازی و تشویق گروههای اجتماعی در حضور و مشارکت فعال در نظر سنجی ها و طرحهای مختلف پژوهشی می باشد. در این تحقیق افکار عمومی با رویکردی فرهنگی مورد کنکاش قرار گرفته است.

کلید واژه ها: فرهنگ، افکار عمومی، اعتماد سازی، توسعه اجتماعی

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۸/۸

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۶/۱۰

^۱دانشیار دانشگاه اصفهان

^۲عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد اراک (نویسنده مسئول) ayarzadeh@gmail.com

مقدمه

یکی از مولفه های جامعه دموکراتیک ارج نهادن به افکار و نظرات عمومی پیرامون مسائل مختلف جامعه از جمله مباحث فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در دو سطح خرد و کلان جامعه می باشد. آگاهی از نظرات و عقاید افراد جامعه این امکان را فراهم می آورد که تدابیر و تصمیمات دقیق تر و جامع تری در حوزه های مختلف اتخاذ گردد و احتمال بروز برنامه ریزیهای ناصواب را تا حد چشمگیری کاهش خواهد داد. اما آموزش دو گروه تاثیر گذار در روند سنجش افکار یعنی پژوهشگران به عنوان اجرا کنندگان طرحها و نیز مردم به عنوان مخاطبان و مراجع نظر سنجی از اهمیت بسزایی برخوردار است. وقتی صحبت از آموزش به میان می آید، اشکالی از آموزش رسمی در مدارس و دانشگاهها در ذهن نقش می بندد غافل از آنکه آموزش از راههای مختلفی چون گروههای مختلف اجتماعی (با توجه به سن و پایگاه اجتماعی)، کتابخانه ها، اینترنت، مطبوعات، رادیو تلویزیون و به طور کلی کلیه شبکه های ارتباطی اعم از ملی و فراملی امکان پذیر است و چه بسا رادیو و تلویزیون نقش پررنگ تری از نظامهای آموزش رسمی ایفا نمایند. بنابراین کلیه شبکه های ارتباطی نقش قابل توجهی در ایجاد و درونی نمودن یک ویژگی فرهنگی در یک جامعه خواهند داشت که در بستر آن، فرهنگ سازی و فرهنگ پذیری اتفاق خواهد افتاد همانگونه که کودک با ورود به مدرسه و قرار گرفتن در جریان روابط دوستانه بسیاری از هنجارهای اجتماعی را آموخته و آنها را درونی سازی می نماید. بنابراین مهندسی فرهنگ که از سیاستهای فرهنگی آن " فراهم ساختن شرایط و امکانات کافی برای مطالعه، تحقیق و بهره گیری از نتایج آن در همه زمینه ها و نیز گسترش زمینه مشارکت و مباشرت مردم در امور فرهنگی، هنری، علمی و اجتماعی و همچنین حمایت از فعالیت ها و اقدامات غیر دولتی به منظور همگانی شدن فرهنگ و توسعه امور فرهنگی با نظارت دولت" (فولادی، ۱۳۸۶: ۲۱۰-۲۱۱) است، نقش بسزایی در درونی سازی اهمیت تحقیق و پژوهش در مدیریت جامعه و نیز تقویت احساس تعهد در فرایند اجرای طرحهای سنجش افکار عمومی در هر دو گروه مذکور (پژوهشگران و جامعه آماری مورد سنجش) خواهد داشت.

سنجش افکار عمومی به عنوان یکی از ارکان دموکراسی در جامعه امروز ایران از اهمیت و جایگاه قابل توجهی برخوردار است اما یکی از مشکلات پیش رو که نتایج نظر سنجی ها را تحت شعاع خود قرار می دهد و موجب عدم دستیابی به نتایج قابل قبول و استناد می گردد عدم فرهنگ سازی در جامعه به منظور همکاری مسئولانه مردم با پژوهشگران در حوزه های مختلف سنجش افکار عمومی می باشد. این نکته قابل توجه می باشد که عناصر و ویژگیهای فرهنگی آموختنی هستند و نه غریزی و فلسفه آموزش و پرورش نیز جدا از این ویژگی فرهنگی نمی باشد (نیک بخت، ۱۳۸۸) بدین معنی که ورود یک تکنولوژی جدید در زندگی مردم نیاز به آموزش و فرهنگ سازی استفاده از آن تکنولوژی را طلب می کند زیرا تا قبل از آن مردم با چنین تکنولوژی مواجه نشده و در نتیجه فرهنگ استفاده از آنرا نیز فرا نگرفته اند. بنابراین می توان گفت فرهنگ مجموعه رفتارها، قوانین، عادات، رسوم و نیز تجربیاتی است که افراد در طول زندگی فردی و اجتماعی خود آنها را فرا می گیرند بدین ترتیب آموزش رکن اصلی در فرهنگ پذیری و نیز فرهنگ سازی در یک جامعه است همانگونه که توسعه آموزشی در الگوی هرمی توسعه، که دارای یک قاعده و سه وجه می باشد، در قاعده این الگوی هرمی قرار دارد و هریک از دیگر ابعاد توسعه یعنی توسعه اجتماعی - فرهنگی، توسعه علمی -

صنعتی و توسعه اقتصادی وابستگی بنیادی به توسعه آموزشی دارند (گلستان هاشمی، ۱۳۷۸). بر اساس مطالب عنوان شده روشن می‌گردد که عناصر فرهنگی جدید می‌بایست بر اساس اصول بنیادین و بومی هر فرهنگ در افراد جامعه درونی شوند و این دقیقا همان فرایندی است که می‌بایست در زمینه تحقیق و پژوهش بر اساس نظرسنجی در جامعه امروز ایران برایش برنامه ریزی جامع صورت گیرد. البته شایان ذکر است که یکی از مسائل اساسی که در ارتباط با نظر سنجی مطرح می‌باشد، بحث "اعتمادسازی" در جامعه به عنوان اصل مهم در تقویت همکاریها و مشارکتهای مدنی است. چرا مردم از نظر سنجی به عنوان امری بیپوده یاد می‌کنند و پذیرای شرکت در نظر سنجی ها نمی‌باشند؟ به نظر می‌رسد که علت را باید در ضعف تلاش و کوشش در جهت جلب اعتماد مردم جستجو کرد، مردم بایستی به این باور برسند که ابراز نظرات و عقایدشان در بهتر شدن کیفیت معیشت و زندگیشان نقش خواهد داشت و شرایط بهتری را برای آنها فراهم خواهد آورد. بر این اساس است که با رویی گشاده و آزادانه در نظر سنجی ها مشارکت نموده و از اینکه در تصمیم گیرهای خرد و کلان نقش دارند احساس رضایت و خوشنودی می‌نمایند.

مبانی نظری

در سالهای اخیر سنجش افکار عمومی به عنوان ابزاری جهت آگاهی از باورها و عقاید رایج پیرامون مسائل سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مورد توجه حکومتهای دموکراتیک واقع شده است چراکه برای این حکومتها آگاهی از اینکه مردم پیرامون مسائل مختلف جامعه چگونه فکر می‌کنند حائز اهمیت بوده و آنها را بر آن می‌دارد تا در تصمیم گیریهای خود تجدید نظر نمایند و یا اینکه با اتخاذ تدابیری افکار عمومی را با اهداف و سیاستهای خود هماهنگ سازند (یعقوب زاده، ۱۳۸۲). بنابراین با گسترش رویکرد دموکراتیک در مدیریت کشورها و نیز مسائلی چون دگرگونی شیوه های ارتباطات و وسایل ارتباط جمعی و همچنین افزایش سطح شعور و آگاهی اجتماعی در پی رشد و ارتقاء سطح سواد آموزی در جوامع همه و همه نقش و اهمیت افکار عمومی را در تعیین و تغییر شرایط جامعه بیش از پیش آشکار نموده است. "پاسکال فیلسوف و ریاضی دان معروف فرانسوی در یک توصیف زیبا افکار عمومی را ملکه جهان نام نهاده و هابز {بر این اعتقاد است} که افکار عمومی اداره کننده واقعی جهان است و به پیروی از او ویلیام تمپل انگلیسی از آن به عنوان منبع قدرت و سندیت یاد می‌کند" (خرمی، ۱۳۸۲: ۱۰). همچنین ژان ژاک روسو از آزادی فردی و نیز اراده جمعی سخن به میان می‌آورد و بر این عقیده است که اراده مشترک جمعی رهنمود تمام حکومتها و قدرتها و نیز مبنای همه اقدامات سیاسی است (اسدی، ۱۳۷۵). همچنین یورگن هابرماس فیلسوف و جامعه شناس آلمانی معتقد است که افکار عمومی در حوزه عمومی، یعنی جایکه افراد گرد هم می‌آیند تا با یکدیگر به گفتگو بپردازند، شکل می‌گیرد بنابراین از دیدگاه وی حوزه عمومی بستر شکل گیری افکار عمومی است که حق ورود به حوزه عمومی برای همه شهروندان وجود دارد و اصل مشارکت، نظارت دموکراتیک و نیز خرد جمعی در آن حاکم است (علیخواه، ۱۳۷۸). اما آنچه در این مطالعه مورد نظر می‌باشد بحث فرهنگ سازی احترام به افکار عمومی است که به منظور تبیین آن از نگرش سیستمی، که بر گرفته از نظریه عمومی سیستمهای لودینگ ون برتالنی است، استفاده خواهد شد. "نگرش سیستمی، راه و روش فکر کردن و قالب ذهنی خاص است؛ نحوی تفکری است که چارچوبی برای در نظر گرفتن عوامل درون و بیرون سیستمی به عنوان یک کل متشکل به دست

می دهد. هر سیستم از اجزایی تشکیل شده است و هر جزء نقش خاصی را به منظور تحقق هدف سیستم ایفا می کند. این اجزاء عبارتند از: درونداد، فرایند تبدیل، برونداد، بازخورد و محیط سیستم (زاهدی ۱۳۷۸ به نقل از ودادی و دشتی، ۱۳۸۶: ۷۰). این نگرش که امروز به عنوان یکی از نگرش های بنیادین در حوزه مهندسی فرهنگی است امکان طراحی، نوسازی و بهسازی بسترهای فرهنگی را فراهم می نماید. در حقیقت، "با نگرش سیستمی، ورودی، فرایندها، خروجی و بازخورد سیستم فرهنگی (فرهنگ به عنوان یک سیستم) مورد بازطراحی و بهسازی قرار می گیرد" (ودادی و دشتی، ۱۳۸۶: ۷۲). بنابراین بر اساس این رویکرد امکان طراحی و ایجاد معانی و مفاهیم جدید فرهنگ مبتنی بر تحولات اجتماعی و نیازهای روز جامعه وجود دارد و امکان قرارگیری جریان فرهنگ سازی در مسیر صحیح و در پی آن فرهنگ پذیری را بیش از پیش فراهم می آورد.

در نتیجه با نگاهی سیستمی به فرهنگ و برنامه ریزی های تعاملی^۱ و هماهنگ ساز^۲ می توان در زمینه فرهنگ سازی احترام به افکار عمومی گامهای مثبتی برداشت و در نهایت به نتایج قابل قبول تری در نظرسنجی ها دست یافت.

بحث اصلی:

به طور اجمالی می توان افکار عمومی را توافق جمعی گروههای مختلف در در رابطه با مسائل مدنی و سیاسی در یک جامعه شهری تعریف کرد که اغلب بر اساس پاسخهایی که مردم در فرایند نظر سنجی ها در مورد امور مختلف ارائه می نمایند مورد توجه و ارزیابی قرار می گیرد (McCombs & Holbert & Kioussis & Wanta, 2011). در حقیقت نظر سنجی میزان آگاهی و دانایی مردم نسبت به شرایط روز جامعه و نیز رویکرد و چگونگی درک آنها را از مسائل مختلف جامعه مورد سنجش و بررسی قرار می دهد (Lake, 1987). لازمه شکل گیری افکار عمومی با توجه به نظر هابرماس وجود حوزه عمومی است که مردم بتوانند در آن حوزه در زمینه مسائل مختلف به گفتگو بنشینند و در نهایت به یک تفاهم و یک اتفاق نظر علیرغم بسیاری از تفاوت های فکری و فرهنگی برسند بنابراین افکار عمومی در سایه روابط اجتماعی و مشارکت ساخته می شود. بر اساس نظر پوتنام آنچه سبب تسهیل و گسترش روابط اجتماعی در جامعه می شود "اعتماد" در دو سطح خرد و کلان است به اعتقاد وی روابط و پیوندهای اجتماعی در نتیجه "اعتماد" شکل می گیرند و در چنین شرایطی است که افراد جامعه آمادگی همکاری و مشارکت در امور مختلف جامعه همچون شرکت در نظر سنجی های عمومی را به صورت آزاد و آگاهانه خواهند داشت و نسبت به جامعه احساس تعهد و مسئولیت بیشتری خواهند نمود (پارزاده و شمس الهی، ۱۳۹۱). بر کسی پوشیده نیست که فرهنگ و مجموعه ویژگیهای آن بر افکار عمومی جامعه تاثیر قابل توجهی دارد و به نوعی آنرا هدایت می کند. افکار تحت تاثیر باورها، عقاید، دانش، عادات و رسوم شکل می گیرند که به طور مداوم نیز توسط نظامهای رسمی و غیر رسمی آموزش بر آنها تاکید می شود به نحویکه در بستر زمان مجموعه ویژگیها و ارزشهای فرهنگی درونی می شوند به نحویکه پس از جدایی از آن جامعه همچنان بر باورها، عقاید و عادات فرهنگی و اجتماعی خود صحنه می گذارند.

۱. برنامه ریزی تعاملی: در دیدگاه تعاملی از طریق ایجاد ارتباط سازنده سعی می شود تفاهم جمعی برقرار شود (ودادی و دشتی،

۲. برنامه ریزی هماهنگ ساز: در این دیدگاه، هماهنگی میان سازمانها مطرح است که از راه طراحی چارچوبهای تشکیلات و شیوه های اجرایی امکان پذیر است (همان)

بنابراین در شکل دادن به افکار عمومی نباید از فرایند فرهنگ سازی غافل شد. در جامعه امروز ایران مسائل و مشکلات اجتماعی و فرهنگی بسیاری وجود دارد که بسیاری از آن معزلات نتیجه عدم فرهنگ سازی مناسب و پس افتادگی یا تاخیر فرهنگی^۳ است که از طریق برنامه ریزیهای تعاملی و هماهنگ ساز می توان تا حد چشمگیری شکاف ایجاد شده میان عناصر مادی و غیر مادی فرهنگ را پر کرد و میان آنها هماهنگی و سازگاری ایجاد نمود. توسعه وسایل ارتباط جمعی و نیز سیستم های آموزشی (توسعه فرهنگ مادی) هنوز نتوانسته به نهادینه شدن امر تحقیق و پژوهش در نزد افکار عمومی (توسعه فرهنگ غیر مادی) کمک نماید و این مساله پژوهشگران و پروژه های تحقیقاتی را در بخش های خصوصی و دولتی با مشکلات فراوانی مواجه نموده است. بنابراین یکی از زمینه هایی که بایستی برای آن فرهنگ سازی بر اساس یک نوع نگرش سیستمی صورت گیرد، درونی سازی فرهنگ تحقیق و پژوهش و نیز اهمیت و جایگاه آراء و نظرات مردم در تصمیم گیریهای مدنی است. اگرچه عواملی در ایجاد فضای مناسب برای تحقیقات و نظر سنجی ها در جامعه موثر می باشند که این عوامل می توانند به بهبود نتایج نظر سنجی ها تا حد چشمگیری کمک نمایند از جمله پابندی به آیین نامه های اخلاقی در فرایند تحقیق و نیز ایجاد فضای اعتماد و احترام متقابل میان عاملان نظر سنجی ها و نیز گروههای مختلف اجتماعی است. در چنین شرایطی است که افکار عمومی پنهان نیز که ممکن است تحت شرایط نا متعادلی بروز یابند امکان ظهور یافته و خود را آشکار می سازند. وجود افکار عمومی ناملموس می تواند صدمات جبران ناپذیری را بر کالبد یک سیستم وارد نماید، بنابراین ایجاد فضای اعتماد و نیز احترام به رأی و نظر گروههای مختلف اجتماعی و نیز توجه به افکار عمومی در تصمیم گیریها می تواند به آشکار شدن افکار عمومی پنهان بیانجامد. همچنین چنین فضایی مشارکت و همکاری را در جامعه گسترش داده و جامعه را هر چه سریعتر در مسیر توسعه پایدار هدایت خواهد نمود. بر این اساس لازمه برنامه ریزی صحیح در کلیه سطوح فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی یک جامعه فرهنگ سازی احترام به امر پژوهش و نیز ارج نهادن به افکار و نظرات عمومی (به طور موردی در نظر سنجی ها) می باشد که چنانچه رسالت وسایل

۳. نظریه "پس افتادگی" یا "تاخیر" فرهنگی را نخستین بار ویلیام آگ برن جامعه شناس امریکایی عرض داشت که بر اساس این نظریه هنگامی که از بین پدیده ها و عنصرهای فرهنگی به یکدیگر وابسته، که در مجموع یک ترکیب فرهنگی را تشکیل میدهند، یک یا چند عنصر آن، سریعتر از دیگر عناصر تغییر کند، باعث می شود که در اثر این تغییر یا پیشرفت نابسامانی و ناهماهنگی در مجموعه آن ترکیب فرهنگی بوجود آید. این عدم هماهنگی در تغییر عنصرهای یک ترکیب فرهنگی را "پس افتادگی" فرهنگی گویند (روح الامینی، ۱۳۹۰: ۱۲۳).

ارتباط جمعی از جمله رادیو و تلویزیون را تبلور فکری و فرهنگی انسانها در نظر بگیریم، می توان گفت این وسایل می توانند در فرهنگ سازی و درونی سازی فرهنگ احترام به پژوهش و افکار عمومی نقش تعیین کننده ای را ایفا نمایند.

نتیجه گیری:

افکار عمومی ریشه در فرهنگ و ارزشهای فرهنگی دارند چراکه این افکار روی عقاید و مجموعه باورهای سوار می شوند که فرهنگ و ویژگیهای فرهنگی یک ملت را می سازند. بر این اساس با تغییر و تحولات فرهنگی و شکل گیری ارزشها و مفاهیم جدید، منطبق با نیازهای روز جامعه، بایستی افکار عمومی را از طریق فرهنگ سازی هدایت و با تغییرات فرهنگ مادی همسو نمود که این امر با بهره گیری از مهندسی فرهنگی محقق خواهد گردید. نظر به اینکه سنجش افکار عمومی و فرایند نظر سنجی به عنوان یکی از مولفه های جامعه دموکراتیک شناخته می شود؛ بر این اساس این ضرورت وجود دارد تا همراه و همگام با این فرایند پژوهشی، به عنوان راهی جهت آگاهی و آشنایی با افکار عمومی اجتماع پیرامون مسائل روز جامعه، زمینه های بروز دیگر مولفه های نظام های دموکراتیک نیز فراهم گردد. احترام به آراء و نظرات بدست آمده از گروههای مختلف جامعه، طی فرایندهای پژوهشی و نیز نظر سنجی ها، یکی از این مولفه ها شناخته می شود چراکه سبب افزایش اعتماد عمومی در جامعه شده و زمینه های بروز مشارکتها و همکاریهای مدنی را تا حد قابل توجهی ارتقا می بخشد و در نتیجه امکان شناخت و آگاهی از افکار عمومی پنهان را نیز فراهم می آورد. اگر چه می بایست افکار عمومی را نیز با اهمیت و ضرورت تحقیق و پژوهش (به طور خاص نظر سنجی) همراه و همساز نمود تا آنها نیز مشارکت و همکاری آگاهانه و نیز موثری در فرایندهای پژوهشی داشته باشند که این امور تنها با فرهنگ سازی و درونی نمودن ارزشهای مبتنی بر جامعه دموکراتیک امکان پذیر می گردد.

منابع

۱. اسدی، علی (۱۳۷۵). افکار عمومی چیست؟. **هنر هشتم**، پیش شماره ۲، ص ۳۶-۴۵.
۲. خرمی، رحیم (۱۳۸۲). افکار عمومی در عرصه سیاست. **روابط عمومی**، شماره ۲۷، ۱۶-۸.
۳. روح الامینی، محمود (۱۳۹۰). **زمینه فرهنگ شناسی**. تهران: انتشارات عطار.
۴. علیخواه، فردین (۱۳۷۸). کنش ارتباطی؛ بنیاد شکوفایی حوزه عمومی (اندیشه های یورگن هابرماس). **اطلاعات سیاسی - اقتصادی**، شماره ۱۴۰ و ۱۳۹، ص ۱۱۴-۱۲۵.
۵. فولادی، محمد (۱۳۸۷). فرهنگ و مهندسی فرهنگ. **فصلنامه راهبرد فرهنگ**، شماره ۱، ۱۸۳-۲۲۰.
۶. گلستان هاشمی، مهدی (۱۳۷۸). نقش آموزش و توسعه انسانی در فرایند توسعه پایدار ایران. **تدبیر**، شماره ۹۱، ۳۵-۳۳.
۷. نیک بخت، مرجان (۱۳۸۸). نقش فناوری اطلاعات در توسعه فرهنگی. **روابط عمومی**، شماره ۷۰، ص ۱۱-۶.
۸. ودادی، احمد؛ دشتی، اعظم (۱۳۸۶). مهندسی فرهنگ، چیستی و الزامات. دانشگاه اسلامی، شماره ۳۴، ص ۸۰-۶۴.
۹. یارزاده، سجاد محمد (۱۳۹۱). ضرورت توجه به سرمایه های فرهنگی و اجتماعی در دستیابی به توسعه پایدار شهری، **فصلنامه روابط بین الملل**، شماره ویژه، ص ۱۰۶-۱۰۵.
۱۰. یعقوب زاده، رحیم (۱۳۸۲). تاملی در باب نظر سنجی. **روابط عمومی**، شماره ۲۹، ص ۱۲-۶.
11. Lake C. (1987). *Public Opinion Polling*. USA, Island Press.
12. McCombs M, Holbert L, Kioussis S, Wanta, W. (2011). *The News and Public Opinion, Media Effects on Civil Life*. USA, Polity Press.