

بررسی عوامل موثر در ارتقاء سطح فرهنگ عمومی از دیدگاه مدیران فرهنگ و ارشاد اسلامی

دکتر اسماعیل کاوسی*

محمد حسن پور**

چکیده

در این مقاله در راستای تبیین دیدگاه مدیران فرهنگ و ارشاد اسلامی کشور پیرامون عوامل موثر در ارتقای سطح فرهنگ عمومی، نخست تعاریفی از فرهنگ عمومی ارائه گردیده و سپس ویژگی‌های فرهنگ عمومی و پارادایم‌های مطالعه و بررسی آن تشریح می‌شود. در ادامه ضمن معرفی شیوه‌های مطالعه و بررسی فرهنگ عمومی به توصیف پژوهش، اهداف و سوالات آن پرداخته و نتایج مربوط به تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه‌های توزیع شده در میان مدیران فرهنگی کشور، تشریح می‌شود. براساس نتایج حاصله نخست تاثیرگذاری هر یک از عوامل فرهنگی، اجتماعی، مذهبی، سیاسی و اقتصادی بر ارتقاء فرهنگ عمومی مشخص شده و سپس نحوه تاثیرگذاری هر یک از این عوامل معین می‌گردد.

کلید واژه‌ها

فرهنگ عمومی، ارتقاء فرهنگ، مدیران فرهنگی.

* عضو هیئت علمی واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی
** کارشناس ارشد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و فارغ التحصیل رشته مدیریت فرهنگی از واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی.

مقدمه

در جهان امروز، موقعیت فرهنگ روز به روز پیچیده تر، حساس تر و در عین حال با اهمیت تر می شود و زندگی روزمره ما بیش از پیش زیر نفوذ فرهنگ و جلوه های گوناگون آن قرار دارد، از سوی دیگر تحولات اجتماعی، فرایند پرشتاب جهانی شدن و رشد بی سابقه فناوری و گسترش و نفوذ بی مانند ارتباطات و پدیده های دیگر از این دست، دگرگونی های بنیادی و بلا انقطاع را در فرهنگ سبب شده است. همین تحولات مداوم در فرهنگ و تکثر منابع تولید آن، باور به دشواری یا ناممکن بودن برنامه ریزی فرهنگی را موجب شده است به طوری که عده ای معتقدند در این دنیای پرتلاطم، برنامه ریزی برای فرهنگ ممکن نیست یا دست کم کاری سخت و دشوار است.

با این اوصاف بدیهی است که «توسعه» و تلاش برای دستیابی به آن در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به عنوان مهم ترین مسئله و دل مشغولی مردم، مسئولان و صاحب نظران در کشورهای درحال پیشرفت می باشد. در کشور ما نیز از چند دهه گذشته برنامه های توسعه، تدوین و اجرا گردیده و تلاش های مختلفی در این زمینه انجام گرفته است. هرچند برنامه های اولیه بیشتر ماهیت اقتصادی و عمرانی داشتند، اما در برنامه های بعدی اقداماتی هرچند محدود، در راستای مفهوم خاص فرهنگ اجرا شده است.

در جهان امروز که نقش فرهنگ نسبت به گذشته فزونی یافته است ضرورت هماهنگی و همسویی صاحب نظران، کارشناسان و برنامه ریزان هرکشور با نیازهای فرهنگی جامعه خویش بیشتر احساس می شود زیرا برای سیاستگذار فرهنگی بسیار حائز اهمیت است که بدانند روند دگرگونی هایی که در فرهنگ روی می دهد و عواملی که بر آن موثرند،

برحدود سیاستگذاری ها و شیوه های تصمیم گیری اش چگونه تاثیر می گذارد و سمت و سوی این تاثیرگذاری چگونه می باشد. به عبارت روشن تر سیاستگذار فرهنگی باید قبول کند که تصویر ثابت و یکنواختی را نمی توان از فرهنگ رایج در جامعه ارائه کرد به همین دلیل او نیز برای تحقق آرمان های اصلی خود باید تحولات و دگرگونی های فرهنگی و اجتماعی را مورد ملاحظه قرار دهد و به تناسب آن در روزآمد کردن سیاست های فرهنگی خویش تلاش نماید.

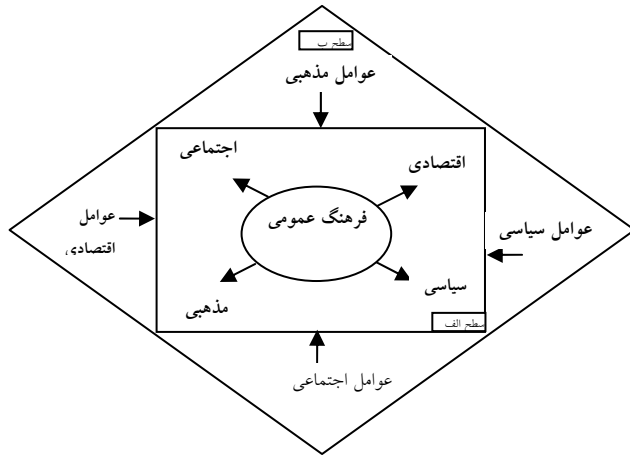
فرهنگ رایج در جامعه که از آن به عنوان فرهنگ عمومی یاد می کنند حوزه ای از نظام فرهنگی جامعه است که بر خلاف حوزه فرهنگ رسمی عمدتاً بر پذیرش و اقتناع، استوار است نه بر اجبار و قانون، بنابراین تحقیق در آن معادل است با تحلیل و تبیین آموخته ها، یافته ها، گرایشات و رفتارهای مردم جامعه؛ زیرا اصلاح فرهنگ عمومی عمدتاً به ویژگی های اکتسابی (آموخته) شهروندان یک جامعه در گذر سال ها یا حتی قرن ها اطلاق می شود به همین سبب تعریف جامع و مانع از فرهنگ عمومی بسیار دشوار و شاید هم غیر ممکن است لیکن با وجود همین دشواری، توجه به دو نکته زیر روشنگر راه شناخت فرهنگ عمومی است و آن اینکه:

اولاً: فرهنگ عمومی اکتسابی و آموختنی است. ثانیاً: چون آموختنی است پس تغییر پذیر است یعنی پیوسته دارای پویایی می باشد.

با توجه به آنچه گفته شد باید خاطر نشان کرد که یک سری از عوامل و متغیرها به طور مستقیم بر فرهنگ عمومی تاثیر گذار می باشند که از آن جمله می توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱) متغیرهای فرهنگی - اجتماعی مانند:

مدرسه، وسایل ارتباط جمعی، خانواده، دوستان، نهادهای مردمی و نیز برنامه های فرهنگی همچون همایش ها، سخنرانی ها، فعالیت های هنری و مراسم



شکل شماره (۱) متغیرهای سازنده فرهنگ عمومی و عوامل موثر بر آن.

بنابراین در دنیای کنونی برای آن که بتوانیم بر اساس یک برنامه‌ریزی نسبتاً دقیق فرهنگ جامعه را در حد توان به سوی ارزش‌های اجتماعی متعالی و مبتنی بر فرآیند توسعه پایدار سوق دهیم و از رها سازی ابعاد مختلف آن در دست حوادث جلوگیری نماییم، باید بدانیم که اولاً عناصر تشکیل دهنده فرهنگ عمومی کدامند؟

ثانیاً عوامل تاثیرگذار بر ارتقاء یا مانع ارتقاء سطح فرهنگ عمومی کدامند؟

ثالثاً نحوه و میزان تاثیر گذاری هر کدام از عوامل موثر در ارتقاء سطح فرهنگ عمومی چگونه می‌باشد؟

بدین منظور برای دستیابی به اهداف فوق به نظر می‌رسد با مطالعه اسناد مرتبط با « فرهنگ عمومی» می‌توان عوامل موثر را شناسایی کرد، اما جهت بررسی میزان و نحوه اثر گذاری این عوامل بر «فرهنگ عمومی» باید از متخصصین و متولیان امور فرهنگی کشور نظر خواهی نمود تا با استفاده از نظرات آنها به این مهم دست یابیم؛ تا ضمن جمع آوری دیدگاه‌های متولیان امور فرهنگی بتوانیم مجموعه ای از راهکارها و پیشنهادات علمی و نظری را جهت ارتقای سطح فرهنگ عمومی به دست آوریم و

فرهنگی و... که همگی آن‌ها ضمن اینکه خود از مولفه‌های فرهنگ عمومی می‌باشند و از آن متاثر می‌شوند بر فرهنگ عمومی جامعه نیز بسیار تاثیر گذار می‌باشند.

۲) **متغیرهای مذهبی** مانند: مساجد، روحانیون هئیت‌های مذهبی، جلسات قرآنی و ... نیز خود از مولفه‌های فرهنگ عمومی می‌باشند که هم از آن تاثیر می‌پذیرند و هم بر آن تاثیر می‌گذارند.

۳) **متغیرهای سیاسی** مانند: حکومت، رهبری، روابط با کشورهای خارجی، احزاب و ... نیز علاوه بر اینکه بر فرهنگ عمومی تاثیر گذارند به عنوان مولفه ای از فرهنگ عمومی از آن تاثیر می‌پذیرند.

۴) **متغیرهای اقتصادی** مانند: بازار، بورس، تورم، عرضه و تقاضا و ... نیز از عوامل موثر بر فرهنگ عمومی هستند که از آن تاثیر می‌پذیرند. با توجه به نکات فوق می‌توان اینگونه نتیجه گرفت که:

الف: فرهنگ عمومی مجموعه ای است متشکل از باورها، نگرش‌ها و رفتارهای افراد جامعه در حیطه چهار نظام فرهنگی - اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و مذهبی.

ب: فرهنگ عمومی همواره تحت تاثیر مجموعه ای از عوامل و متغیرهایی که در حوزه چهار نظام فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، مذهبی و سیاسی قرار دارند دچار تحول و دگرگونی می‌شود.

زمینه‌های جدیدی برای مطالعات بعدی فراهم سازیم. به امید آنکه با به کارگیری این راهکارها در سطح تصمیم‌گیری‌های کلان فرهنگی - اجتماعی بتوان به افق‌های متعالی فرهنگی در عرصه ارزش‌ها و رفتارهای عموم مردم جامعه دست یافت. مقاله حاضر قصد دارد تا با در نظر گرفتن واقعیات ملی و جهانی دیدگاه‌ها و نظرات متولیان و مسئولان فرهنگی کشور را در زمینه «وضعیت فرهنگ عمومی و عوامل موثر در ارتقای سطح آن را مورد بررسی قرار دهد».

تعریف فرهنگ عمومی

این اصطلاح در ادبیات علوم اجتماعی به چند معنای کلی به کار رفته است. بعضی آن را به معنای «فرهنگ عامه»^۱ و «فرهنگ توده»^۲ دانسته‌اند و با رویکردی انتقادی و منفی با آن برخورد کرده‌اند. در تلقی دیگر، فرهنگ عمومی را به عنوان فرهنگ مسلط و مشترک یک جامعه با بار ارزشی مثبت از جهت پذیرش اکثریت در مقابل خرده فرهنگ‌ها تعریف کرده‌اند، بعضی نیز آن را در مقابل فرهنگ رسمی و سازمانی قرار داده‌اند. در این راستا برای روشن‌تر شدن معنا و مفهوم «فرهنگ عمومی» در ادامه به توصیف و تشریح آن خواهیم پرداخت. بر اساس تعاریف موجود، به طور کلی می‌توان گفت تعابیر و تعاریف مرجع در زمینه «فرهنگ عمومی» به دو گروه عمده تقسیم می‌شوند.

الف) گروهی که به پیروی از مالینوفسکی «فرهنگ عمومی» را تعبیری برای «فرهنگ جهانی» به کار می‌برند و بر اساس آن نظر خود را در مورد فرهنگ، حدود، تحولات و شیوه دگرگونی و انواع آن مطرح می‌نمایند. این گروه بر رابطه‌ی فرهنگ و کنترل جهانی آن توسط نهادهای بین‌المللی تاکید دارند. در مقابل، گروه دیگر به تبعیت از ایوتو «فرهنگ عمومی» را تعبیری برای «فرهنگ ملی» به کار می‌برند. از نظر

این گروه، فرهنگ عمومی در مقابل خرده فرهنگ‌های گروهی یا قومی به کار می‌رود. بر اساس نظر آن‌ها فرهنگ عمومی همان شیوه‌ی زندگی رایج در بین مردم جامعه است (آمال، ۱۳۸۰)

با عنایت به تقسیم‌بندی فوق برای دستیابی به تعریفی منطقی و نسبتاً جامع و مانع از فرهنگ عمومی باید گفت که: فرهنگ عمومی بخشی از فرهنگ یک جامعه یا گروه است که اولاً مورد پذیرش اکثریت افراد گروه قرار گرفته. ثانیاً غیر رسمی است. ثالثاً ضمانت اجتماعی دارد (طالبی، ۱۳۸۰).

ویژگی‌های فرهنگ عمومی

۱) فرهنگ عمومی متشکل از عناصر مختلف می‌باشد که هر کدام از آنها ضمن ارتباط با عناصر دیگر دارای استقلال وجودی نیز می‌باشند (بعضی‌ها کمتر و بعضی‌ها بیشتر). لذا برای شناسایی فرهنگ عمومی بایستی به جمیع عناصر توجه کرد نه به صورت خاص و تک بعدی.

۲) عناصر فرهنگ عمومی از منابع مختلفی سرچشمه می‌گیرند که ممکن است ریشه تاریخی و سنتی داشته باشند یا این که دولت و حکومت آنها را اشاعه داده باشد، یا اینکه از فرهنگ گروه‌ها و جوامع غیر خودی اخذ شده یا رسوخ کرده باشد. لذا هر کدام از منابع فوق ضمن آنکه صبغه خاصی به فرهنگ عمومی می‌بخشند آثار فرهنگی - اجتماعی مختلفی نیز بر جای می‌گذارند.

۳) فرهنگ عمومی (در منظر جامعه‌شناختی) از نظر طولی، عرضی و درجه پذیرش در گروه، نسبی است.

- نسبی بودن از نظر طولی (زمانی)؛ بدین معناست که یک فرهنگ یا عنصر فرهنگی ممکن است در دوره‌ای خاص خرده فرهنگ و حتی فرهنگ مربوط به گروهی خاص باشد ولی در دوره‌ای دیگر تبدیل به فرهنگ عمومی (عنصری از آن) شود.

دینی؛ هر چند که حوزه‌های مذکور هم دچار تغییر می‌شوند (فردرو، ۱۳۸۱).

۱) پارادایم مثبت گرایی

این پارادایم که از سنت و روش علمی در حیطه واقعیت‌های طبیعی پیروی می‌کند، معتقد است که فرهنگ هم مانند دیگر پدیده‌ها، هر چند با پیچیدگی بیشتر، واقعیتی است که می‌توان به روشی مشابه روش علوم طبیعی، در خصوص آن تحقیق نمود. در خصوص آن نظریه پردازی کرد و نظریه‌ها را به کمک تجربه آزمود. این دیدگاه که به عنوان نگاه پوزیتیویستی به فرهنگ و جامعه شناخته می‌شود، به تبع مفروضات اولیه‌ای که پذیرفته، در خصوص فرهنگ دانشی تحلیلی و انتزاعی مشابه اقتصاد و علوم طبیعی عرضه می‌کند، مفهوم سازی می‌کند و آن مفاهیم را به شاخص‌هایی برای اندازه‌گیری تغییرات فرهنگی تبدیل می‌کند. از این رو به لحاظ نظری، مستعد ساخت و کاربرد شاخص‌های فرهنگی است. این دیدگاه به لحاظ روش شناختی شاخص سازی را مجاز و بلکه ضروری می‌داند (رجب زاده، ۱۳۷۸)

۲) پارادایم تفسیری

در مقابل پارادایم مثبت گرایی، باید از سنت و روشی در مطالعه فرهنگ یاد کرد که به عنوان سنت تفسیری، تفهیمی و... از آن یاد می‌شود. این عنصر، فصل واقعیت انسانی از واقعیت طبیعی را عنصر معنا^۳ می‌انگارد که قابل تجربه حسی نیست و قابل زیستن و فهم از درون است. در این نگاه، واقعیت انسانی منسوخ از معنا، همان واقعیت طبیعی است که علوم طبیعی به مطالعه آن می‌پردازند. در مقابل، واقعیت طبیعی مدغم در معنا، واقعیتی انسانی است که موضوع مطالعه علوم فرهنگی است و روش خاص خود را دارد. به لحاظ ماهوی، حیات فرهنگی در مقابل حیات طبیعی قرار می‌گیرد. در این دیدگاه، مفهوم معنا، مفهوم کلیدی

- نسبی بودن به لحاظ عرضی؛ به مرجعیت گروهی یک پدیده در یک زمان خاص مربوط می‌شود، بدین معنا که بر اساس گروه مرجع انتخاب پدیده‌ی فرهنگی ممکن است خرده فرهنگ یا فرهنگ عامه باشد. به عنوان مثال امکان دارد یک خصوصیت فرهنگی در بین اقوام آذری به عنوان عنصری از فرهنگ عامه باشد اما در کل کشور به عنوان خرده فرهنگ محسوب شود.

- بعد سوم نسبی بودن فرهنگ عمومی به تفاوت در درجه‌ی تعلق و پایبندی افراد به فرهنگ عمومی مربوط می‌شود. لذا ممکن است یک عنصر یا مولفه فرهنگی به طور کلی مورد پذیرش اکثریت اعضا نسبت به آن به یک اندازه تعلق داشته باشند. بلکه برخی بیشتر و برخی کمتر بدان تعلق دارند. (دورینگ، ۱۳۷۸)

تغییر فرهنگ عمومی

فرهنگ عمومی قلمرویی است سیال و در حال تغییر که بعضی از حوزه‌های آن به سرعت در حال تغییر است و بعضی از حوزه‌های آن به صورت بطنی تغییر می‌کند و گاه ثابت باقی می‌ماند. آنچه به عنوان افکار عمومی شناخته می‌شود بخشی از فرهنگ عمومی است که در جوامع جدید با سرعت زیادی تغییر می‌کند و به حوزه عرفی آن تعلق دارد. همچنین آنچه به عنوان مد (خصوصاً پوشش و آرایش) شناخته می‌شود بخشی از حوزه عرفی فرهنگ عمومی است. بر این اساس می‌توان تصور نمود که ارزش‌ها، عقاید و هنجارهایی از حوزه فرهنگ عمومی خارج شوند و به صورت فرهنگ رسمی در آیند و متقابلاً عقاید از سوی نخبگان فکری و یا سیاستمداران ارائه شود و به تدریج وارد حوزه فرهنگ عمومی می‌شود.

قابل ذکر است که تغییر، عمدتاً در حوزه عرفی فرهنگ عمومی رخ می‌دهد تا حوزه‌های اخلاقی و

محقق باید دیدگاه انتقادی داشته باشد و این گرایش باعث افزایش آگاهی فرد و جهت دادن به تحولات اجتماعی می‌شود (رجب زاده، ۱۳۷۸)

با توجه به این مطلب که مقاله‌ی حاضر برگرفته از کار میدانی است که در سطح مدیران ارشد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی صورت گرفته است به نظر می‌رسد از هر دو دیدگاه پوزیتیویستی و تفسیری بهره برداری گردیده است.

شیوه‌های مطالعه و بررسی فرهنگ عمومی

فرهنگ عمومی را می‌توان از سه منظر مورد بررسی قرار داد

الف) فرهنگ عمومی به عنوان حوزه‌ای مشخص از فرهنگ مورد توصیف و بررسی قرار می‌گیرد.

ب) فرهنگ عمومی از جهت تغییر و اصلاحاتی که در آن و یا در زمینه اقلام معینی صورت می‌گیرد مورد بررسی قرار می‌گیرد.

ج) گاهی نیز فرهنگ عمومی را از دیدگاه عوامل سازنده و تاثیرگذار بر آن مورد بررسی قرار می‌دهند.

است. معنا امری است که از درون زندگی و جریان زندگی سر بر می‌آورد؛ بنابراین امری است زیسته و اگر مفهوم تجربه هم بر آن اطلاق شود، باید از تجربه زیسته صحبت کرد، در مقابل تجربه حسی معنا، فهمیدنی است و قابل فهم و تفهم نه قابل درک تجربی، هر چند که تجربه حسی واسطه تفهم قرار می‌گیرد. بنابراین وجهه همت علوم فرهنگی فهم معناست و تجربه حسی فقط ابزار آن تلقی می‌شود.

از این نگاه، فرهنگ مفهومی است برای نامیدن حیظه معانی و هر آنچه معانی به آن رنگ می‌بخشد و آن را به صورت پدیده‌ای انسانی در می‌آورند و پدیده فرهنگی، پدیده‌ای معنا دار است (رجب زاده، ۱۳۷۸).

۳) پارادایم انتقادی

این پارادایم سعی دارد دو پارادایم قبلی را با هم تلفیق کند و هم به علیت‌های اجتماعی و هم به معانی و فهم افراد از موضوعات مختلف توجه داشته باشد. تئوری انتقادی علوم اجتماعی فقط به دنبال شناخت نیست، بلکه به دنبال تغییر وضع موجود نیز هست، همچنین بر خلاقیت انسان‌ها تاکید دارد. این پارادایم معتقد است که نهایتاً یک نظم اجتماعی ایده‌آل می‌تواند در جامعه به وجود بیاید. بحث اصلی این دیدگاه بر دو قضیه متمرکز است:

الف) ایده‌ها و افکار مردم حاصل جامعه‌ای است که در آن زندگی می‌کنند. چون اندیشه از نظر اجتماعی شکل می‌گیرد. دستیابی به دانش بی‌طرف و عینی و نتیجه گیری بدون تاثیر پذیری از دوره‌ای که در آن زندگی می‌کنیم، غیر ممکن است و تمامی الگوهای مفهومی‌ای که به کار می‌گیریم، مربوط به یک دوره‌ی تاریخی است.

ب) روشنفکران و متفکران نباید کوشش کنند که بینش بی‌طرف و عینی داشته باشند، یعنی این که واقعیت از قضاوت ارزشی جدا نیست و برعکس،

تکنیک های مورد استفاده	مؤلفه ها	پارادایم
پیمایش اجتماعی، مصاحبه‌ی ساخت یافته، بررسی افکار عمومی، تحلیل محتوای کمی، تکنیک‌های آماری تحلیل داده، مشاهده مشارکتی ساخت یافته.	تعریف فرهنگ به صورت مصداقی، بدین ترتیب که به مجموعه مظاهر فرهنگی، فرهنگ گفته می‌شود یا مساوی آن قلمداد می‌شود. آنچه قابل مطالعه است، مظاهر و جلوه‌ها است و نه خود معانی - جزئی نگر، کمیت گرا و متکی بر داده‌های حسی. - عینیت گرا و توجه به ظاهر اشیا - تاکید بر وحدت علوم و پیروی از متدولوژی علوم طبیعی - شناخت گرا (به دنبال دستیابی به شناخت)	پوزیتیویستی
مشاهده‌ی همراه با مشارکت، تحقیق‌های میدانی و تحلیل محاورات و مطالعه نوارهای ویدئویی رفتاری یا دفترچه خاطرات به عنوان ارتباطات غیرکلامی.	- تاکید بر نقش زبان، فهم و تفسیر - تاکید بر معنا، انگیزه و دلیل برای فهم و تفسیر دنیای اجتماعی - تاکید بر متدولوژی کیفی	تفسیری
شناخت اسطوره‌ها و حقایق پنهان فرهنگ و شناخت هویت شیء از طریق تبارشناسی.	سعی در تلفیق دو پارادایم با یکدیگر و نیز توجه به علت‌های اجتماعی و معانی و فهم افراد از موضوعات.	انتقادی

شکل شماره (۲): پارادایم‌های مطالعه و بررسی فرهنگ

راهبردهای علمی مبتنی بر تحقیق را فراهم می‌سازد (فردرو، ۱۳۸۱).

با توجه به مطالب پیش گفته، در ادامه به معرفی پژوهش انجام شده پیرامون عوامل موثر در ارتقای سطح فرهنگ عمومی پرداخته و به نتایج حاصله از آن اشاره می‌گردد.

اهداف تحقیق

هدف اصلی طرح حاضر بررسی عوامل موثر در ارتقای سطح فرهنگ عمومی از دیدگاه مدیران فرهنگی کشور و اساتید صاحب نظر در حوزه امور فرهنگی می‌باشد. در این راستا اهداف زیر نیز مورد مطالعه و مذاقه قرار خواهند گرفت.

۱) شناسایی عوامل موثر بر ارتقای سطح فرهنگ عمومی با توجه به نظرات محققین و کارشناسان این حوزه.

در حالت اول که محقق با نگاهی بی طرفانه، به توصیف و حتی تحلیل اقلام مختلف و متنوع فرهنگ عمومی می‌پردازد، بدون آنکه در زمینه شرایط ایجاد کننده و تغییر دهنده آن بحثی شود. بررسی اینگونه فرهنگ عمومی، تحقیق را دچار مطالعات مردم شناسانه خواهد نمود و چنین مطالعه‌ای بهره‌چندانی برای دستگاه‌های اجرایی نخواهد داشت. در حالی که نگاه از منظر دوم و سوم که از آن به عنوان نگاه «مهندسی و اصلاحی» یاد می‌شود، اولاً به مطالعه‌ی فرهنگ عمومی در جهت انتخاب حوزه‌ی کار جهت می‌دهد و محقق را از سر در گمی انتخاب اقلام مورد بررسی می‌رهاند. ثانیاً محقق سوال مشخصی دارد که این سوال وی را، در طول تحقیق هدایت می‌کند. ثالثاً تحقیق از سطح توصیف به تبیین ارتقاء می‌یابد و پهنه‌ی وسیع‌تری از عوامل دخیل در فرهنگ عمومی را مورد بررسی قرار می‌دهد و به تبع آن امکان ارائه‌ی

۷) آیا بین عوامل سیاسی و ارتقای سطح فرهنگ عمومی رابطه‌ی معنا داری وجود دارد؟
 ۸) میزان تاثیر گذاری هر یک از عوامل (رهبری، تصمیمات و فعالیت های قوای سه گانه، احزاب، نهادهای سیاسی، روابط با کشور خارجی و...) در ارتقای سطح فرهنگ عمومی چگونه می‌باشد؟
 ۹) نحوه تاثیر گذاری هر یک از عوامل سیاسی (رهبری، تصمیمات و فعالیت های قوای سه گانه، احزاب، نهادهای سیاسی، روابط با کشور خارجی و ...) در ارتقاء سطح فرهنگ عمومی چگونه می‌باشد؟

۱۰) آیا بین عوامل اقتصادی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی رابطه معنا داری وجود دارد؟
 ۱۱) میزان تاثیر گذاری هر یک از عوامل اقتصادی (بازار، بورس، تورم، تقاضا، و ...) در ارتقاء سطح فرهنگ عمومی چه اندازه می‌باشد؟
 ۱۲) نحوه تاثیر گذاری هر یک از عوامل اقتصادی (بازار، بورس، تورم، عرضه، تقاضا، و ...) در ارتقاء سطح فرهنگ عمومی چگونه می‌باشد؟

نوع روش تحقیق

با توجه به هدف تحقیق حاضر که توصیف و تبیین میزان و نحوه‌ی تاثیر گذاری یک سری از عوامل بر متغیر وابسته تحقیق یعنی « سطح فرهنگ عمومی » می‌باشد، در این تحقیق از روش توصیفی (پیمایشی) استفاده شده است. بدین ترتیب که از آمار توصیفی جهت شناسایی عوامل موثر و از آمار استنباطی جهت تبیین سهم هر یک از عوامل و مشخص نمودن چگونگی تاثیر این عوامل در ارتقاء سطح فرهنگ عمومی استفاده شده است.

روش گردآوری اطلاعات

در این تحقیق جهت تشریح هر چه بهتر موضوع تحقیق و فراهم آوردن دیدگاه‌های متناسب با

۲) آشنایی با نظر مدیران فرهنگی کشور در مورد میزان تاثیرگذاری هر یک از عوامل شناسایی شده در ارتقای سطح فرهنگ عمومی.
 ۳) آشنایی با نظر مدیران فرهنگی کشور در مورد چگونگی تاثیرگذاری هر یک از عوامل شناسایی شده در ارتقای سطح فرهنگ عمومی.
 ۴) شناسایی و ارائه پیشنهادات، راه حل‌ها و راهکارهای موثر در ارتقای سطح فرهنگ عمومی کشور با توجه به نظرات مدیران فرهنگی.

سوالات تحقیق

با توجه به اهداف فوق، تحقیق حاضر درصدد پاسخگویی به سوالات زیر می‌باشد:
 ۱) آیا بین عوامل فرهنگی - اجتماعی و ارتقای سطح فرهنگ عمومی رابطه معنا داری وجود دارد؟
 ۲) میزان تاثیر گذاری هر یک از عوامل فرهنگی - اجتماعی (مدرسه، وسایل ارتباط جمعی، خانواده، همایش‌ها، سخنرانی‌ها، کتابخانه‌ها و ...) در ارتقای سطح فرهنگ عمومی چه اندازه می‌باشد؟
 ۳) نحوه تاثیر گذاری هر یک از عوامل فرهنگی - اجتماعی (مدرسه، وسایل ارتباط جمعی، خانواده، همایش‌ها، سخنرانی‌ها، کتابخانه‌ها و...) در ارتقای سطح فرهنگ عمومی چگونه می‌باشد؟
 ۴) آیا بین عوامل مذهبی و ارتقای سطح فرهنگ عمومی رابطه‌ی معنا داری وجود دارد؟
 ۵) میزان تاثیر گذاری هر یک از عوامل (مساجد، روحانیون، هیات‌های مذهبی، جلسات قرآنی، مسابقات مذهبی و ...) در ارتقای سطح فرهنگ عمومی چه اندازه می‌باشد؟
 ۶) نحوه تاثیر گذاری هر یک از عوامل مذهبی (مساجد، روحانیون، هیات های مذهبی، جلسات قرآنی، مسابقات مذهبی و ...) در ارتقای سطح فرهنگ عمومی چگونه می‌باشد؟

موضوع از دو روش متفاوت گردآوری اطلاعات استفاده شده است، به عبارت دیگر برای شناسایی عوامل تاثیر گذار در ارتقاء سطح فرهنگ عمومی از «روش مطالعه کتابخانه ای» و برای تبیین سهم هر یک از این عوامل از «روش پیمایشی» استفاده شده است.

تجزیه و تحلیل اطلاعات تحقیق

روش تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه در این تحقیق استفاده از آمار توصیفی و استنباطی

می‌باشد. بر این اساس در آمار توصیفی از جداول توزیع فراوانی و در آمار استنباطی نیز جهت تبیین روابط بین متغیرها از آزمون معنا داری خی دو و ضرایب همبستگی تاوی. بی و سی کندال، گاما استفاده شده است، که پس از تکمیل پرسشنامه‌ها و بازبینی اولیه آن‌ها، با استفاده از نرم افزار آماری SPSS داده‌های حاصل از پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است

در ادامه و در جداول شماره ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، و ۸ میزان تاثیر گذاری هر یک از عوامل فرهنگی - اجتماعی، مذهبی، سیاسی، اقتصادی و در نهایت سازمان ها و نهادهای اجتماعی و فرهنگی به تصویر کشیده شده است.^۴

جدول شماره (۳): جدول تکمیلی میزان تاثیر گذاری هر یک از عوامل فرهنگی - اجتماعی در ارتقاء سطح فرهنگ عمومی

جمع		اظهار نشده		بالا		متوسط		پایین		میزان تاثیر پذیری عوامل فرهنگی - اجتماعی
درصد	رتبه	درصد	رتبه	درصد	رتبه	درصد	رتبه	درصد	رتبه	
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۱۰۰	۵۸	۰	۰	۰	۰	خانواده
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۷۶/۲	۵۰	۱۳/۸	۸	۰	۰	دوستان
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۸۹/۷	۵۲	۶/۹	۴	۳/۴	۲	مدرسه
۱۰۰	۵۸	۶/۹	۴	۳۷/۹	۲۲	۴۴/۸	۲۶	۱۰/۳	۶	بسیج
۱۰۰	۵۸	۳/۴	۲	۹۳/۲	۵۲	۳/۴	۲	۰	۰	رادیو و تلویزیون
۱۰۰	۵۸	۳/۴	۲	۴۴/۸	۲۶	۳۴/۵	۲۰	۱۷/۲	۱۰	مطبوعات
۱۰۰	۵۸	۶/۹	۴	۳۴/۵	۲۰	۴۱/۴	۲۴	۱۷/۲	۱۰	کتاب داستان
۱۰۰	۵۸	۳/۴	۲	۶۵/۶	۳۸	۲۴/۱	۱۴	۶/۹	۴	اینترنت
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۱۳/۸	۸	۴۸/۳	۲۸	۳۷/۹	۲۲	همایش های فرهنگی
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۳۷/۹	۲۲	۳۷/۹	۲۲	۲۴/۱	۱۴	نمایشگاه‌های فرهنگی
۱۰۰	۵۸	۳/۴	۲	۴۱/۴	۲۴	۳۷/۹	۲۲	۱۴/۲	۱۰	آموزشگاه‌های هنری
۱۰۰	۵۸	۱۰/۴	۶	۶۹	۴۰	۱۷/۲	۱۰	۳/۴	۲	آداب و رسوم

جدول شماره (۴): جدول تکمیلی میزان تاثیر گذاري هر يك از عوامل مذهبي در ارتقاء سطح فرهنگ عمومي

جمع		اظهار نشده		بالا		متوسط		پايين		میزان تاثیر پذیری عوامل مذهبی
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۱۰۰	۵۸	۳/۴	۲	۷۲/۵	۴۲	۲۰/۷	۱۲	۳/۴	۲	روحانیون
۱۰۰	۵۸	۶/۹	۴	۷۶/۳	۴۶	۳/۴	۲	۱۰/۳	۶	مساجد
۱۰۰	۵۸	۳/۴	۲	۶۹	۴۰	۲۴/۲	۱۴	۳/۴	۲	هیئت های مذهبی
۱۰۰	۵۸	۳/۴	۲	۵۵/۳	۳۲	۳۴/۵	۲۰	۶/۸	۴	جلسات قرآنی
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۹۳/۲	۵۴	۳/۴	۲	۳/۴	۲	نماز و ...
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۹۳/۲	۵۴	۳/۴	۲	۳/۴	۲	اصول دین و ...

جدول شماره (۵): جدول تکمیلی میزان تاثیر گذاري هر يك از عوامل سياسي در ارتقاء سطح فرهنگ عمومي

جمع		اظهار نشده		بالا		متوسط		پايين		میزان تاثیر پذیری عوامل سیاسی
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۱۰۰	۵۸	۰	۰	۰	۰	رهبر
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۸۲/۸	۴۸	۱۳/۸	۸	۳/۴	۲	هیئت دولت
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۵۷/۹	۴۴	۲۰/۷	۱۲	۳/۴	۲	دفاع مقدس
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۸۲/۸	۴۸	۱۰/۶	۶	۳/۴	۲	قانون
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۲۴/۱	۱۴	۳۷/۹	۲۲	۳۷/۹	۲۲	احزاب
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۳۷/۹	۲۲	۳۷/۹	۲۲	۲۴/۱	۱۴	روابط بین المللی

جدول شماره (۶): جدول تکمیلی میزان تاثیر گذاري هر يك از عوامل اقتصادي در ارتقاء سطح فرهنگ عمومي

جمع		اظهار نشده		بالا		متوسط		پايين		میزان تاثیر پذیری عوامل اقتصادی
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۱۰۰	۵۸	۶/۹	۴	۶۹	۴۰	۲۰/۷	۱۲	۳/۴	۲	تورم
۱۰۰	۵۸	۱۰/۳	۶	۵۵/۲	۳۲	۳۱	۱۸	۳/۴	۲	ثروت
۱۰۰	۵۸	۳/۴	۲	۳۴/۸	۲۶	۳۱	۱۸	۲۰/۷	۱۲	بازار
۱۰۰	۵۸	۳/۴	۲	۳۴/۵	۲۰	۳۷/۹	۲۲	۲۴/۱	۱۴	بانک
۱۰۰	۵۸	۱۰/۳	۶	۳/۴	۲	۳۷/۹	۲۲	۴۸/۲	۲۸	بورس
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۷۶/۳	۴۶	۱۷/۲	۱۰	۳/۴	۲	میزان درآمد

جدول شماره (۷): جدول تکمیلی میزان تاثیر گذاري هر يك از سازمان ها و نهادهاى اجتماعى-فرهنگى-مذهبى-سياسى-اقتصادى در ارتقاء سطح فرهنگ عمومى

جمع		اظهار نشده		بالا		متوسط		پايين		میزان تاثیر پذیری نهادهای و سازمان ها
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۱۰۰	۵۸	۰	۰	۰	۰	آموزش و پرورش
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۱۰۰	۵۸	۰	۰	۰	۰	صدا و سیما
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۷۲/۵	۴۲	۱۷/۲	۱۰	۱۰/۳	۶	فرهنگ و ارشاد اسلامى
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۸۲/۸	۴۸	۱۳/۸	۸	۳/۴	۲	دانشگاهها
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۴۱/۷	۳۰	۳۴/۵	۲۰	۱۳/۸	۸	شورای شهر
۱۰۰	۵۸	۰	۰	۳۴/۸	۲۶	۳۱	۱۸	۲۴/۱	۱۴	وزارت کشور
۱۰۰	۵۸	۶/۹	۴	۴۱/۷	۳۰	۲۴/۱	۱۴	۶/۹	۴	مجلس
۱۰۰	۵۸	۳/۴	۲	۶۵/۶	۳۸	۲۴/۱	۱۴	۶/۸	۴	قوه قضائیه
۱۰۰	۵۸	۳/۴	۲	۳۱	۱۸	۴۱/۴	۲۴	۲۴/۱	۱۴	وزارت دارایی
۱۰۰	۵۸	۶/۹	۴	۳۱	۱۸	۲۷/۶	۱۶	۳۴/۵	۲۰	زندان ها

جدول شماره (۸): جدول مقایسه ای میزان تاثیر گذاري مجموعه عوامل، فرهنگى-اجتماعى، مذهبى، سياسى و اقتصادى در ارتقاء سطح فرهنگ عمومى

جمع		بالا		متوسط		پايين		میزان تاثیر پذیری عوامل تاثیر گذار
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۱۰۰	۵۸	۶۵/۵	۳۸	۲۷/۶	۱۶	۶/۹	۴	عوامل فرهنگى - اجتماعى
۱۰۰	۵۸	۲۸/۸	۴۸	۶/۹	۴	۱۰/۳	۶	عوامل مذهبى
۱۰۰	۵۸	۷۹/۳	۴۶	۱۳/۸	۸	۶/۸	۴	عوامل سياسى
۱۰۰	۵۸	۴۸/۳	۲۸	۲۴/۱	۱۴	۲۷/۶	۱۶	عوامل اقتصادى

جدول شماره (۹): نحوه تاثیر گذاري خانواده در ارتقاء سطح فرهنگ عمومى جامعه از دیدگاه مدیران فرهنگى

ردیف	نحوه تاثیر گذاري	فراوانی	درصد
۱	از طریق آموزش ارزش های	۱۲	۲۵/۵
۲	از طریق انطباق محیط خانه	۶	۱۲/۷
۳	از طریق ارائه و معرفی الگو	۱۸	۳۸/۳
۴	از طریق اعمال و رفتارهای	۳	۶/۴
۵	از طریق تعامل و رفتارهای	۸	۱۷
۶	جمع	۴۷	۱۰۰

در ادامه و در راستای رسیدن به اهداف تحقیق، نحوه تاثیر گذاري هریک از عوامل فرهنگى - اجتماعى و... آورده شده است که در این نوشتار جهت رعایت اختصار فقط به عامل خانواده به عنوان نمونه پرداخته و در جدول شماره (۹) اطلاعات آن درج می گردد.

در جدول شماره (۱۱) رابطه بین این عوامل و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی مطرح می‌گردد.

خانواده

فرض بر این است که خانواده به عنوان یک عامل تاثیر گذار در ارتقاء سطح فرهنگ عمومی تاثیر گذار می‌باشد حال می‌خواهیم ببینیم که آیا این فرض با توجه به نظرات پاسخگویان پذیرفته شده یا رد شده است. بر اساس داده‌های جدول خی دو به دست آمده در درجه معنای صفر درصد، ۳۹ می‌باشد که معنای آن پذیرش فرضیه فوق با ۹۹ درصد اطمینان است یعنی (χ^2) محاسبه شده با ۹۹ درصد اطمینان مورد پذیرش می‌باشد پس بین خانواده و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی با ۹۹ درصد اطمینان رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به تاووی بی‌کندال که نشان دهنده‌ی شدت همبستگی بین دو متغیر می‌باشد (که دارای جدول فراوانی مربع شکل است) این گونه می‌توان گفت که چون شدت همبستگی به دست آمده ۴۹٪ می‌باشد بنابراین شدت همبستگی بین دو متغیر در حد بالا می‌باشد.

جدول شماره (۱۰): بررسی رابطه بین هر یک از عوامل

فرهنگی- اجتماعی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی

عوامل فرهنگی-	χ^2 محاسبه شده	درجه معنادار	t.B. k	t.c. k	گاما
خانواده	۳۹	۰	۰/۴۹	-	۰/۹۴
دوستان	۴/۸	۰/۰۹	-	۰/۱۱	۰/۴۱
مدرسه	۳۹	۰	۰/۴۹	-	۰/۹۴
بسیج	۲۰/۷	۰	۰/۲۴	-	۰/۴۰
رادیو و	۶/۴	۰/۱۷	۰/۰۷	-	۰/۲۷
مطبوعات	۳۲/۳	۰	۰/۳۳	-	۰/۴۹
کتاب های	۱۲/۳	۰/۰۱	۰/۳۵	-	۰/۵۶
رسانه‌های	۷/۱	۰/۱۳	۰/۲۳	-	۰/۴۱
همایش ها و	۲۴/۴	۰	۰/۵۸	-	۰/۹۲
نمایشگاه‌های	۲۸/۲	۰	۰/۶۱	-	۰/۸۹
آموزشگاه‌ها	۲۶/۱	۰	۰/۴۹	-	۰/۷۶

بر اساس جدول فوق نظر پاسخگویان در مورد نحوه تاثیرگذاری خانواده در ارتقاء سطح فرهنگ عمومی به پنج طریق می‌باشد که از آن میان ارائه و معرفی الگو، آموزش ارزش‌های مطلوب جامعه به فرزندان و انطباق محیط خانه با شرایط جامعه سهم به سزایی در ارتقای سطح فرهنگ عمومی کشور می‌توانند داشته باشند.

ارایه جداول مربوط به آزمون فرضیه‌ها

بر اساس فرضیات تحقیق یک سری عوامل بر فرهنگ عمومی تاثیر گذار می‌باشند که به چهار دسته تقسیم شده و در سوالات مجزا مورد پرسش قرار گرفته و به وسیله آنها نظرات پاسخگویان اخذ گردیده، با توجه به اهداف و فرضیات تحقیق مشخص می‌شود که به طور کلی در این تحقیق از سه گونه فرضیات استفاده شده است: ۱- فرضیاتی که میزان تاثیر گذاری این عوامل را مورد سنجش قرار داده اند؛ ۲- فرضیاتی که نحوه تاثیر گذاری عوامل را سنجش نموده اند؛ ۳- فرضیاتی که هدف از آن بررسی شدت ارتباط بین هر یک از عوامل تاثیر گذار در ارتقاء سطح فرهنگ عمومی می‌باشد. در این قسمت از یافته‌های تحقیق به بررسی نظرات پاسخگویان در مورد شدت همبستگی و میزان ارتباط بین عوامل گوناگون با ارتقاء سطح فرهنگ عمومی پرداخته و مورد ارزیابی قرار خواهند گرفت که بر این اساس از یک سری جدول‌ها حاوی اطلاعات آماری از قبیل خی دو، درجه معنا داری، تاووی بی‌کندال، تاووی سی‌کندال و گاما جهت تجزیه تحلیل نوع ارتباط و شدت همبستگی استفاده خواهد شد. در ادامه در جدول شماره (۱۰) رابطه بین هر یک از عوامل فرهنگی- اجتماعی در ارتقاء سطح فرهنگ عمومی به تصویر کشیده شده و برای نمونه تفسیر اطلاعات مربوط به عامل خانواده ارایه می‌گردد و نهایتاً

جدول شماره (۱۱): بررسی رابطه بین عوامل فرهنگی-اجتماعی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی

جمع		بالا		متوسط		پایین		سطح فرهنگ عمومی سطح عوامل فرهنگی اجتماعی
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۶/۹	۴	۰	۰	۳/۴	۲	۳/۴	۲	کم
۲۷/۶	۱۶	۳/۴	۲	۲۰/۷	۱۲	۳/۴	۲	متوسط
۶۵/۵	۳۸	۶۲/۱	۳۶	۳/۴	۲	۰	۰	زیاد
۱۰۰	۵۸	۶۵/۵	۳۸	۲۷/۶	۱۶	۶/۹	۴	جمع

$$\chi^2 = ۴۹/۲$$

$$t.B.k = ۰/۸۲$$

=۰ درجه معناداری

$$\text{Gamma} = ۰/۹۷$$

همچنین با توجه به تاواری به دست آمده (۰/۸۲) شدت همبستگی در حد عالی بین دو متغیر برقرار می‌باشد. در ادامه در جدول شماره (۱۲) رابطه بین هر یک از عوامل مذهبی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی بررسی و عامل روحانیون به عنوان نمونه مطرح و سپس در جدول شماره (۱۳) رابطه بین عوامل مذهبی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی تفسیر و تبیین می‌گردد.

جدول فوق که برای بررسی چگونگی رابطه بین عوامل فرهنگی-اجتماعی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی طراحی شده است نشان می‌دهد که اولاً بین این دو متغیر رابطه معنادار وجود دارد و ثانیاً شدت ارتباط نیز در حد عالی می‌باشد چون χ^2 به دست آمده (۴۹/۲ درصد) در سطح معناداری صفر درجه مورد پذیرش می‌باشد بنابراین می‌توان گفت با ۹۹ درصد اطمینان بین عوامل فرهنگی-اجتماعی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی رابطه معنادار وجود دارد.

جدول شماره (۱۲) رابطه بین هر یک از عوامل مذهبی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی

گاما	t.c.k	t.B.k	درجه معناداری	χ^2 محاسبه شده	عوامل مذهبی
۰/۸۵	-	۰/۵۶	۰	۲۵/۴	روحانیون
۰/۶۶	-	۰/۳۷	۰	۳۴/۷	مساجد
۰/۶۹	-	۰/۴۳	۰/۰۱	۱۹/۷	هیئت های مذهبی
۰/۷۴	-	۰/۴۷	۰	۴۱/۹	جلسات قرآنی
۰/۵۰	-	۰/۱۷	۰	۲۸/۹	بعد عملی دین
۰/۵۰	-	۰/۱۷	۰	۲۸/۹	بعد اعتقادی دین

روحانیون

با توجه به این که χ^2 محاسبه شده (۲۵/۴) در سطح معناداری صفر درجه قرار دارد بنابراین عامل فوق با ۹۹ درصد اطمینان در ارتقاء سطح فرهنگ

جدول فوق رابطه بین هر یک از عوامل مذهبی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی را نشان می‌دهد که بر این اساس نتایج زیر قابل استنتاج می‌باشد.

عمومی تاثیرگذار می باشد یعنی از نظر پاسخگویان شدت همبستگی بین دو متغیر در حد بالا یعنی ۰/۵۶ رابطه معناداری بین دو متغیر وجود دارد در ضمن می باشد.

جدول شماره (۱۳): بررسی رابطه بین عوامل مذهبی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی

جمع		بالا		متوسط		پایین		سطح فرهنگ عمومی سطح عوامل مذهبی
درجه	ت.ا.ک	درجه	ت.ا.ک	درجه	ت.ا.ک	درجه	ت.ا.ک	
۱۰/۳	۶	۳/۴	۲	۳/۴	۲	۳/۴	۲	کم
۶/۹	۴	۳/۴	۲	۰	۰	۳/۴	۲	متوسط
۸۲/۸	۴۸	۵۸/۶	۳۴	۲۴/۱	۱۴	۰	۰	زیاد
۱۰۰	۵۸	۶۵/۵	۳۸	۲۷/۶	۱۶	۶/۹	۴	جمع

$$\chi^2 = ۲۲/۷$$

$$t.B.k = ۰/۳۲$$

$$\text{درجه معناداری} = ۰$$

$$\text{Gamma} = ۰/۶۱$$

اطمینان بین دو متغیر رابطه معنا داری وجود دارد ... همچنین شدت همبستگی بین دو متغیر با توجه به تااوی به دست آمده در حد قابل قبول ۰/۳۲ می باشد. در ادامه در جداول شماره (۱۴) و (۱۵) رابطه بین هر یک از عوامل سیاسی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی بررسی و نتایج مربوط به تجزیه و تحلیل اطلاعات «رهبر» تبیین می گردد.

نتایج جدول فوق شدت همبستگی و نوع ارتباط دو متغیر مذهبی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی را نشان می دهد که بر اساس آن ارتباط بین دو متغیر معنادار و شدت آن در حد قابل قبول است. چرا که خی دو محاسبه شده (۲۲/۷) در درجه معناداری صفر قابل قبول است یعنی با ۹۹ درصد اطمینان بین دو متغیر رابطه معنا دار وجود دارد بنابراین در سطح معنا داری صفر درصد می توان قبول نمود که با ۹۹ در صد

جدول شماره (۱۴): بررسی رابطه بین هر یک از عوامل سیاسی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی

گاما	t.c.k	t.B.k	درجه معناداری	χ^2 محاسبه شده	عوامل سیاسی
۹۱	-	۰/۶۵	۰	۲۵/۴	رهبر
۰/۸۷	-	۰/۵۱	۰	۳۸/۴	هیئت دولت
۰/۲۱	-	۰/۰۹	۰/۴۵	۳/۷	دفاع مقدس
۰/۸۰	-	۰/۴۴	۰/۰۲	۱۶/۴	قانون
۰/۲۳	-	۰/۱۳	۰/۲۹	۴/۹	احزاب
۰/۲۸	-	۰/۱۷	۰/۰۵	۹/۲	روابط بین الملل

داده های جدول فوق نشان دهنده ارتباط بین عوامل سیاسی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی می باشد که بر اساس آن می توان نتایج زیر را استنتاج نمود.

رہبر

عمومی تاثیر گذار می باشد یعنی از نظر پاسخگویان رابطه معناداری بین دو متغیر وجود دارد. در ضمن شدت همبستگی بین دو متغیر در حد بالا یعنی ۰/۶۵ می باشد.

با توجه به اینکه χ^2 محاسبه شده (۲۵/۴) در سطح معناداری صفر درجه قرار دارد بنابراین عامل فوق با ۹۹ درصد اطمینان در سطح فرهنگ

جدول شماره (۱۵): بررسی رابطه بین عوامل سیاسی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی

جمع		بالا		متوسط		پایین		سطح فرهنگ عمومی
		درجه	تعداد	درجه	تعداد	درجه	تعداد	
۶/۹	۴	۰	۰	۳/۴	۲	۳/۴	۲	کم
۱۳/۸	۸	۱۰/۳	۶	۳/۴	۲	۰	۰	متوسط
۷۹/۳	۴۶	۵۵/۲	۳۲	۲۰/۷	۱۲۱	۳/۴	۲	زیاد
۱۰۰	۵۸	۶۵/۵	۳۸	۲۷/۶	۱۶	۶/۹	۴	جمع

$$\chi^2 = ۱۵/۴ \text{ محاسبه شده}$$

$$t.B.k = ۰/۲۲$$

$$= ۰/۰۴ \text{ درجه معناداری}$$

$$\text{Gamma} = ۰/۴۵$$

معناداری ۴ درصد رابطه قابل قبولی می باشد. همچنین شدت همبستگی (تاوری) به دست آمده نشان از وجود همبستگی قابل قبول بین دو متغیر می باشد. در خاتمه در جداول شماره (۱۶) و (۱۷) رابطه بین هر یک از عوامل اقتصادی و ارتقای سطح فرهنگ عمومی بررسی و نتایج مربوط به عامل تورم به عنوان نمونه تبیین میگردد؛

یک فرض اساسی تحقیق حاضر این است که آیا بین عوامل سیاسی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی رابطه معناداری وجود دارد. بر اساس نتایج جدول می توان گفت فرضیه فوق مورد پذیرش قرار می گیرد زیرا χ^2 محاسبه شده (۱۵/۴) در سطح معناداری ۰/۰۴ قرار دارد یعنی با ۹۶ درصد اطمینان می توان پذیرفت که بین دو عامل فوق رابطه معناداری وجود دارد. یعنی ارتباط بین دو متغیر در سطح

جدول شماره (۱۶): بررسی رابطه بین هر یک از عوامل اقتصادی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی

عوامل اقتصادی	χ^2 محاسبه شده	درجه معناداری	t.B.k	t.c.k	گاما
تورم	۱۰/۵	۰/۰۳	۰/۰۴	-	۰/۰۷
سرمایه	۹/۵	۰/۰۵	۰/۰۹	-	۰/۱۷
بازار	۲۶/۶	۰	۰/۴۱	-	۰/۶۴
بانک	۱۸/۳	۰/۰۱	۰/۴۶	-	۰/۷۳
بورس	۶/۸	۰/۱۴	۰/۳۲	-	۰/۶۵
میزان درآمد	۲/۸	۰/۶	-۰/۲	-	-۰/۵۵

جدول فوق نوع رابطه و شدت همبستگی بین متغیر اقتصاد و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی را نشان می دهد که بر اساس آن نتایج زیر قابل دسترسی می باشد.

جدول فوق نوع رابطه و شدت همبستگی بین متغیر اقتصاد و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی را نشان می دهد که بر اساس آن نتایج زیر قابل دسترسی می باشد.

تورم

اطمینان گفت که بین این دو عامل رابطه معناداری وجود دارد. البته قابل ذکر است که شدت ارتباط بین این دو متغیر در حد بسیار ضعیف (۰/۰۴) می‌باشد.

خی دو محاسبه شده (۱۰/۵) در سطح معناداری ۰/۰۳ قابل قبول می‌باشد بنابراین می‌توان با ۹۷ درصد

جدول شماره (۱۷): بررسی رابطه بین عوامل اقتصادی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی

جمع		بالا		متوسط		پایین		سطح فرهنگ عمومی سطح عوامل اقتصادی
تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	
۲۷/۶	۱۶	۱۰/۳	۶	۱۰/۳	۶	۶/۹	۴	کم
۲۴/۱	۱۴	۱۷/۲	۱۰	۶/۹	۴	۰	۰	متوسط
۴۸/۳	۲۸	۳۷/۹	۲۲	۱۰/۳	۶	۰	۰	زیاد
۱۰۰	۵۸	۶۵/۵	۳۸	۲۷/۶	۱۶	۶/۹	۴	جمع

$\chi^2 = ۱۴/۲$ محاسبه شده

t.B.k = ۰/۳۵

درجه معناداری = ۰/۰۰۷

Gamma = ۰/۵۷

متغیرهای مذهبی، بعد اعتقادی و بعد عملی بیشترین تاثیر و مساجد کمترین تاثیر را در ارتقاء سطح فرهنگ دارند. در میان متغیرهای سیاسی، رهبری، هئیت دولت و قانون اساسی بیشترین تاثیر، احزاب و روابط بین الملل کم ترین تاثیر را در ارتقاء سطح فرهنگ دارند. از بین عوامل شش گانه اقتصادی از نظر متولیان فرهنگی میزان درآمد، تورم و سرمایه ی شخصی بیشترین تاثیر و بورس، بانک و بازار کم ترین تاثیر را در ارتقاء سطح فرهنگ عمومی دارند.

جدول فوق که به طور کلی نشان دهنده ی نوع رابطه و شدت همبستگی بین عوامل اقتصادی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی است نشان می‌دهد که در سطح معناداری (۰/۰۰۷) خی دو محاسبه شده پذیرفته می‌شود یعنی با حدود ۹۹ درصد اطمینان می‌توان پذیرفت که بین دو متغیر رابطه معناداری وجود دارد. پس به طور کلی می‌توان گفت با توجه به نظر پاسخگویان بین عوامل اقتصادی و ارتقاء سطح فرهنگ عمومی رابطه ی معناداری وجود دارد. در ضمن شدت همبستگی با توجه به تاووی به دست آمده در حد قابل قبول می‌باشد.

نتیجه گیری

با توجه به نتایج حاصله از تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نظر میزان تاثیر گذاری از بین مولفه‌های دوازده گانه فرهنگی - اجتماعی تاثیر گذار بر فرهنگ عمومی، خانواده، رادیو و تلویزیون و مدرسه بیشترین تاثیر و همایش های فرهنگی - هنری - نمایشگاه‌های فرهنگی - هنری، و کلاس ها و آموزشگاه‌های هنری از نظر متولیان امور فرهنگی کشور کم ترین تاثیر را در ارتقاء سطح فرهنگ عمومی کشور ایفا می‌کنند. در میان

یادداشت‌ها

منابع و ماخذ

1. Foklore
2. Mass culture
3. Meaning

4. علاقمندان جهت کسب اطلاعات بیشتر و مطالعه تفاسیر مربوط به داده های هر یک از جداول می توانند به پایان نامه آقای محمد حسن پور کارشناس ارشد مدیریت فرهنگی واحد علوم و تحقیقات مراجعه نمایند.

- (1) آلمال، ف، ملاحظاتی پیرامون فرهنگ عمومی و اصلاح آن، مجموعه مقالات جامعه و فرهنگ، نشر آرون، جلد اول، تهران، ۱۳۸۰.
- (2) دورینگ، س، مطالعات فرهنگی، ترجمه حمیرا مشیر زاده، نشر موسسه فرهنگی آینده پویان، تهران، ۱۳۷۸.
- (3) رجب زاده، شاخص سازی فرهنگی، زمینه‌های نظری و محدودیت های آن، مقالات برگزیده همایش نقش و جایگاه دولت در توسعه فرهنگی، نشر جهاد دانشگاهی، تهران، ۱۳۷۸.
- (4) رجب زاده، درآمدی بر مفهوم فرهنگی، مجموعه مقالات جامعه و فرهنگ، نشر آرون، جلد پنجم، تهران، ۱۳۸۰.
- (5) طالبی، ا، استراتژی های عمده در رابطه با فرهنگ عمومی و خرده فرهنگ های عمومی، مجموعه مقالات جامعه و فرهنگ، نشر آرون، جلد اول، تهران، ۱۳۸۰.
- (6) فردرو، م، مطالعه وضع فرهنگ عمومی، نشر روزین، تهران، ۱۳۸۱.