

فعالیت‌های فرهنگی

مؤلف

لیلا باباخانی

تهران

۱۳۹۱

انتشارات ساکو

سرشناسه
عنوان و نام پدیدآور : باباخانی، لیلا، ۱۳۵۵-
مشخصات نشر : تهران، ساکو، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری : ۲۰۷ ص.؛ مصور. جدول.
شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۶۰۶۷-۵۹-۹۰
وضعیت فهرست‌نویسی : فیا.
یادداشت : چاپ قبلی، فکر بکر، ۱۳۸۹.
یادداشت : کتابنامه، ص ۲۰۵-۲۰۷.
موضوع : کالاهای فرهنگی -- ایران -- صنعت و تجارت.
موضوع : فرهنگ -- جنبه اجتماعی.
موضوع : ایران -- زندگی فرهنگی.
رده‌بندی کنگره : ۱۳۹۱ الف ۲۳ ک ۹۹۹۹ HD
رده‌بندی دیویی : ۳۳۰/۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی : ۳۰۵۸۸۳۳

تلفن مرکز بخش : ۰۲۱-۶۶۵۷۲۶۹۲-۶۶۴۹۴۵۲۴



انتشارات ناک

www.nashresaco.com

نام کتاب : فعالیت‌های فرهنگی
مؤلف : لیلا باباخانی
ناشر : ساکو
حروفچینی : انتشارات ساکو
طرح جلد : امیر غلامی کلیشمی
لیتوگرافی : طاووس رایانه
چاپخانه : عطا
سال نشر : ۱۳۹۱
نوبت چاپ : سوم (انتشارات ساکو اول)
شمارگان : ۱۰۰۰
قیمت : ۷۵۰۰ تومان

ISBN : 978-600-6067-59-9

۹۷۸-۶۰۰-۶۰۶۷-۵۹-۹۰

شابک

«حق چاپ محفوظ می‌باشد و هر گونه کپی و تکثیر پیگرد قانونی دارد.»

پیشگفتار.....	۹
---------------	---

فصل اول : مفاهیم. اهمیت و نقش فعالیت‌های فرهنگی

مقدمه.....	۱۶
تعریف واژه فرهنگ.....	۱۶
تعریف‌های توصیفی از فرهنگ.....	۱۹
تاریخچه فرهنگ.....	۲۱
تحول واژه فرهنگ در زبان فرانسه از قرون وسطی تا قرن نوزدهم.....	۲۳
ویژگی‌های فرهنگ.....	۲۵
عناصر فرهنگ.....	۲۹
فرهنگ مادی و فرهنگ معنوی.....	۳۰
فرق بین فرهنگ و تمدن.....	۳۱
حوزه‌های فعالیت‌های فرهنگی.....	۳۳
اصول حاکم بر فعالیت‌های فرهنگی.....	۳۴
اهمیت فعالیت‌های فرهنگی.....	۴۰
تعریف مطالعات فرهنگی.....	۴۰
نقش فعالیت‌های فرهنگی.....	۴۲
گروه به مثابه چارچوبی برای توانمندسازی فرهنگی.....	۴۵
نهادگرایی فرهنگی.....	۴۶
شاخص‌های ارتباطات و هماهنگی میان نهادها و سازمان‌های فرهنگی.....	۴۶
عوامل تقویت‌کننده شاخص‌های ارتباطی و هماهنگی میان نهادها و سازمان‌های فرهنگی.....	۴۷
آموزش و فرهنگ.....	۴۸
آموزش‌های رسمی و غیررسمی.....	۴۹
تفاوت آموزش‌های رسمی و غیررسمی.....	۵۴
جایگاه فرهنگ در آموزش.....	۵۴
فرق فرهنگ با آموزش و پرورش.....	۵۵

فصل دوم : انواع فعالیت‌های فرهنگی

مقدمه.....	۵۸
وسعت قلمرو فرهنگ.....	۵۸
طبقه‌بندی فعالیت‌های فرهنگی از منظر نوع فعالیت.....	۵۹
طبقه‌بندی فعالیت‌های فرهنگی از منظر عمق تأثیرگذاری.....	۵۹

۶۰	طبقه‌بندی فعالیت‌های فرهنگی از منظر حوزه فعالیت
۶۱	اهمیت سازماندهی فعالیت‌های فرهنگی
۶۱	مسائل اساسی حوزه فعالیت‌های فرهنگی در ایران

فصل سوم: آشنایی با فعالیت‌های فرهنگی اقوام مختلف

۶۶	مقدمه
۶۶	بررسی سیر تحولات فعالیت‌های فرهنگی اقوام ایران و جهان در طول تاریخ
۷۲	آشنایی با فعالیت‌های فرهنگی اقوام ایرانی در گذشته
۷۹	تحول تاریخی فرهنگ ایرانی
۸۰	ویژگی‌های فرهنگ ایرانی

فصل چهارم: آشنایی با اصول و ویژگی‌های ارتباطات فرهنگی

۸۴	مقدمه
۸۴	نقش فرهنگ در بین جوامع انسانی
۸۵	نخستین برخورد با فرهنگ‌های دیگر
۸۷	فرهنگ بومی یا منطقه‌ای
۹۰	فرهنگ جهانی
۹۲	جهانی شدن
۹۴	از فرهنگ و جهانی شدن تا جهانی شدن و فرهنگ
۹۶	تفاوت بین جهانی شدن و جهانی سازی
۹۶	فرهنگ، فرهنگی و فرهنگ گرایی
۹۸	فاصله فرهنگی
۹۸	فرهنگ آموزشی
۹۹	شوک فرهنگی
۱۰۳	هوش فرهنگی

فصل پنجم: فعالیت‌های فرهنگی و قدرت ملی

۱۰۶	مقدمه
۱۰۶	جایگاه فرهنگ در بین مؤلفه‌های قدرت ملی
۱۰۷	اقتصاد فرهنگ
۱۰۹	رابطه تکنولوژی و فرهنگ
۱۱۰	رابطه فرهنگ و توسعه
۱۱۲	مفهوم توسعه فرهنگی
۱۱۳	شاخص‌های عمده توسعه فرهنگی
۱۱۴	نقش اطلاعات فرهنگی در توسعه فرهنگی

فصل ششم: کالاهای فرهنگی و هنری

۱۱۸	مقدمه
۱۱۸	تفاوت بین تولیدکننده و آفریننده
۱۱۹	محصول فرهنگی
۱۲۰	انواع و ویژگی کالاها و خدمات فرهنگی
۱۲۱	انواع کالاها و خدمات فرهنگی از منظری دیگر
۱۲۳	مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی در خصوص کالاهای فرهنگی
۱۲۳	امکانات فرهنگی
۱۲۴	مصرف کنندگان کالاهای فرهنگی
۱۲۶	مصرف کالاهای فرهنگی و هویت اجتماعی
۱۲۷	تقاضای مصرف کالاهای فرهنگی
۱۲۸	عوامل مؤثر بر ارزش گذاری کالاها و خدمات فرهنگی
۱۲۹	رشد کمی و کیفی تولیدات فرهنگی
۱۲۹	بستر و شرایط مناسب اجتماعی برای تولیدات فرهنگی و هنری
۱۳۰	مقبولیت تلقی شغل و حرفه (کسب درآمد) از فعالیت های فرهنگی و هنری
۱۳۱	رعایت حقوق مالکیت آثار فرهنگی و هنری برای پدیدآورندگان و صاحبان این آثار
۱۳۲	تکریم سرمایه گذاری اقتصادی و تأیید پرمهمنی از مزایای آن در حوزه فرهنگ و هنر
۱۳۲	برخی از موانع و تنگناها در حوزه کالاهای فرهنگی و هنری

فصل هفتم: صنایع دستی

۱۳۶	مقدمه
۱۳۶	صنایع دستی چیست؟
۱۳۸	تفاوت هنر کاربردی با هنر محض
۱۳۸	تعاریف صنایع دستی
۱۳۹	ویژگی های صنایع دستی
۱۴۰	ویژگی های صنایع دستی ایران
۱۴۱	مزیت های صنایع دستی
۱۴۳	ابعاد فرهنگی و هنری صنایع دستی
۱۴۵	اثرات اقتصادی و اجتماعی صنایع دستی
۱۴۶	آشنایی با شورای جهانی صنایع دستی
۱۴۸	یونسکو و صنایع دستی
۱۴۸	صنایع دستی و توسعه مبادلات فرهنگی
۱۴۹	اثرات جانبی صنایع دستی
۱۴۹	طبقه بندی صنایع دستی
۱۵۴	صنایع دستی و تحولات فنآوری
۱۵۶	صنایع دستی و کاربرد مواد کمکی مصنوعی
۱۵۷	اهمیت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی صنایع دستی و جایگاه آن در برنامه های توسعه

فصل هشتم: اهمیت و فواید برگزاری تجمعات فرهنگی

۱۶۲	مقدمه
۱۶۳	انواع تجمعات فرهنگی
۱۶۳	ساخت برنامه برای رویدادها و مناسبتهای فرهنگی از لحاظ زمانی
۱۶۶	توجه به آموزش خلاقیت در ساخت برنامههای فرهنگی
۱۶۷	اجزای اصلی تدوین طرحهای فرهنگی
۱۷۰	چارت سازمانی برگزاری تجمعات فرهنگی - پژوهشی
۱۷۱	تولید نشریه
۱۷۵	اخلاق مطبوعاتی
۱۷۵	برگزاری نمایشگاه
۱۷۵	تعریف نمایشگاه
۱۷۶	اهداف نمایشگاههای حوزه فرهنگ
۱۷۷	تقسیمبندی نمایشگاهها
۱۷۷	انواع نمایشگاه بر حسب دامنه جغرافیایی
۱۷۸	انواع نمایشگاه بر حسب دامنه مخاطبان
۱۷۸	انواع نمایشگاه بر حسب نحوه استقرار
۱۷۸	مراحل برگزاری نمایشگاه
۱۸۳	برنامه ریزی نمایشگاه
۱۸۳	برنامه ریزی به روش جدول کارنما
۱۸۴	عناوین فعالیت های عمومی برای برپایی نمایشگاه
۱۸۵	اثرات و تبعات برگزاری نمایشگاه
۱۸۶	برگزاری همایش
۱۸۶	تعریف همایش
۱۸۷	اثرات و تبعات برگزاری همایش
۱۸۷	شرح وظایف بخش های مختلف همایش
۱۹۱	نمونه ای از برنامه های روز همایش
۱۹۲	نکات عملی پیرامون برگزاری همایش ها
۱۹۳	برگزاری سمینار
۱۹۴	حوزه های اصلی فعالیت ها در برگزاری سمینار
۱۹۹	نکات عملی پیرامون برگزاری سمینارها
۲۰۱	صدور قطعنامه
۲۰۱	نمونه یک سمینار ۳ روزه
۲۰۲	برگزاری مراسم
۲۰۳	برگزاری مسابقات فرهنگی
۲۰۳	اثرات و تبعات برگزاری مسابقات فرهنگی
۲۰۵	فهرست منابع و مآخذ

بیشگفتار:

با شنیدن «فعالیت‌های فرهنگی» ممکن است فعالیت‌های بسیار متنوعی به ذهن شما متبادر شود همانطور که اگر در هر قوم، فرهنگ و ملتی بخواهیم نشان از فعالیت‌های فرهنگی بگیریم این اصطلاح با حوزه‌های بسیار متفاوتی می‌تواند درگیر باشد. زیرا فعالیت‌های فرهنگی هر قومی برگرفته از افکار و اندیشه‌های همان قوم است. نکته دیگری که مایلیم در مورد آن صحبت کنیم، گستردگی حوزه فعالیت‌های فرهنگی است. به علت آمیختگی فرهنگ با حوزه‌های دیگر اجتماعی، می‌توان اشاره داشت که فعالیت‌های فرهنگی به گستردگی فعالیت‌های بشر در طول تاریخ است. اما برای مشخص شدن حوزه فعالیت‌های فرهنگی بهتر است تعریفی از فرهنگ ارائه کنیم تا بهتر بتوان حوزه فعالیت‌های فرهنگی را مشخص کرد.

از فرهنگ تعاریف بسیار زیادی ارائه شده است که تاکنون بالغ بر ۲۰۰ تعریف رسیده است و عمده این تعاریف توسط دانشمندان مختلف این حوزه در سراسر دنیا ارائه شده است. ولی من می‌خواهم در اینجا یک تعریف دیگر از فرهنگ را ارائه کنم فرهنگ هر جامعه، از هنر و ادبیات آن جامعه تشکیل شده است به عبارت بهتر، هر آن چیزی را که ما به عنوان داشته‌های یک فرهنگ می‌شناسیم می‌توانیم انعکاس آن را در هنر و ادبیات آن قوم پیدا کنیم. پس با مطالعه هنر و ادبیات یک جامعه می‌توان به فرهنگ آن جامعه دست یافت. اما نکته ظریف اینجاست که در هنر و ادبیات ما به صورت مستقیم با افکار و اندیشه‌های یک جامعه آشنا نمی‌شویم بلکه این افکار و اندیشه‌ها به صورت نمادها و الگوهایی در قالب یک کار هنری و یا ادبی، به جامعه عرضه می‌شود. که می‌توان پیوستگی‌های فرهنگی را نیز در همین قسمت مورد مطالعه قرار داد. البته با نگاهی دقیق به این مسئله خواهیم رسید که هنر و ادبیات نیز به نوعی از جوهر و ذات مشترکی سرچشمه می‌گیرند. چرا که هر دو به صورت غیرمستقیم و با تأثیرگذاری بالا، با مخاطبان خود ارتباط برقرار می‌کنند و تحولی را در آن‌ها پدید می‌آورند. حتی شعر و ادبیات نیز در تقسیم‌بندی کلاسیک از هنر، در بین هنرهای هفتگانه جای دارد.^۱ پس می‌توانیم به

۱. تقسیم‌بندی کلاسیک هنر: ۱- موسیقی؛ ۲- شعر و ادبیات؛ ۳- معماری؛ ۴- مجسمه‌سازی؛ ۵- نقاشی؛ ۶- حرکات نمایشی؛ ۷- سینما.

این نقطه برسیم که فعالیت‌های فرهنگی و هنری، یک اصل و ریشه دارند. زیرا هنر هر جامعه انعکاسی از فرهنگ آن جامعه است. به همین خاطر اگر فعالان فرهنگی خود به صورت مستقل در یکی از شاخه‌های هنری یا ادبی تحصیلات و یا تجربه داشته باشند؛ در حوزه فرهنگ نیز می‌توانند بسیار مسلط وارد شوند و فعالیت‌های فرهنگی را معنا دار کنند. متأسفانه در برخی از موارد دیده شده است که فعالان بخش فرهنگی چه در سطح خرد و چه در سطح کلان بدون داشتن این سوابق، به فعالیت در این حوزه می‌پردازند. و متأسفانه بعضاً دیده شده که حتی جنس فعالیت‌های فرهنگی را هم نمی‌توانند از فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و نظامی در جامعه تمیز دهند. حال ممکن است برای دانشجویان و دست‌آوردان رشته‌های مرتبط با فرهنگ این سؤال پیش آید که چه باید کرد تا این مشکل مرتفع شود؟ باید تجربیات خود را در این حوزه افزایش بدهند. خوشبختانه با توجه به این که در عصر ارتباطات و اطلاعات قرار داریم کارگاه‌های آموزشی^۱ خوبی در این زمینه، در سازمان‌های فرهنگی کشور، چه به صورت حضوری و چه به صورت مجازی برگزار می‌شود که با شرکت در این کارگاه‌های آموزشی می‌توانند خط فکری خوبی در حوزه فرهنگ به دست آورند. همچنین شرکت در برنامه‌های فرهنگی و نمایشگاه‌های فرهنگی نیز می‌تواند کمک شایانی توجهی به کسب تجربیات مفید فرهنگی داشته باشد تا با استفاده از این تجربیات به دست آمده بتواند کالاهای فرهنگی را که در حوزه فعالیت‌های فرهنگی تولید می‌شوند، تجزیه و تحلیل کنند.

نکته بعدی در مورد طبقه بندی فعالیت‌های فرهنگی است. یکی از این طبقه بندی‌های مهم، فعالیت‌های فرهنگی را به فعالیت‌های فرهنگی عمودی و افقی تقسیم می‌کند. فعالیت‌های فرهنگی عمودی، جزو فعالیت‌های فرهنگی تولیدی و فعالیت‌های فرهنگی افقی، جزو فعالیت‌های فرهنگی مصرفی محسوب می‌شوند. پس می‌توان نتیجه گرفت که در هر جامعه، به هر میزان فعالیت‌های فرهنگی عمودی خوبی تولید شود به همان میزان نیز فعالیت‌های فرهنگی افقی، معنا دار خواهند شد. به عنوان مثال؛ تولید کتاب، نشریه، فیلم و... جزو فعالیت‌های فرهنگی عمودی و استفاده از این کالاها به شکل‌های مختلف جزو فعالیت‌های فرهنگی افقی محسوب می‌شود. پس طبیعی است که اگر در داخل

کشور فعالیت‌های فرهنگی عمودی مناسبی نداشته باشیم به همین میزان تأثیر سوء آن را در فعالیت‌های فرهنگی افقی خواهیم دید.

مورد بعدی که قصد دارم در مورد آن صحبت کنم، اشاره به این نکته است که فرهنگ باید از دوران کودکی توسط فعالیت‌های فرهنگی در افراد جامعه نهادینه شود. پس می‌توان گفت فعالیت‌های فرهنگی یک مسئله کاملاً استراتژیک است که باید در طراحی و برنامه ریزی‌های فرهنگی کشور، چه در سطح خرد و چه در سطح کلان، به آن توجه ریشه ای داشت. حال چرا از واژه استراتژیک برای فعالیت‌های فرهنگی استفاده کردم؟ زیرا ثابت شده است که فرهنگ اثر کنترلی روی چهار حوزه اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و نظامی دارد چرا که بستر هر جامعه را فرهنگ آن جامعه تشکیل می‌دهد و مؤلفه‌هایی مانند مؤلفه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و نظامی بر روی بستر فرهنگی جامعه سوار می‌شوند. که تمامی این مؤلفه‌ها با هم ارتباط دوسویه دارند. یعنی هم بر روی یکدیگر تأثیر می‌گذارند و هم از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند. پس می‌توان گفت که این فرهنگ هر جامعه ای است که ارتباط مستقیم با مؤلفه‌های دیگر جامعه دارد و حال اگر همین فرهنگ را بخواهیم از طریق فعالیت‌های فرهنگی رشد و پرورش دهیم به این جا می‌رسیم که از طریق فعالیت‌های فرهنگی می‌توانیم بر تمامی حوزه‌های دیگر جامعه نیز تسلط داشته باشیم. پس می‌توان نتیجه گرفت که فرهنگ و فعالیت‌های فرهنگی از جمله مسائل استراتژیک در هر جامعه محسوب می‌شود که پرداختن به آن از نگاه تخصصی و جزوه می‌تواند پیامدهای بسیار پرباری را هم در حوزه فرهنگ و هم در حوزه‌های دیگر جامعه به وجود آورد. اما نکته اصلی اینجاست که فرهنگ در بستر جامعه قرار دارد و بقیه مؤلفه‌ها بر روی مؤلفه فرهنگ سوار می‌شوند به همین خاطر است که همیشه وقتی می‌خواهند مسائل فرهنگی را در جامعه بررسی کنند نتیجه می‌شوند که مسائل فرهنگی با بقیه مسائل جامعه آمیختگی و در هم تنیدگی زیادی دارد و مشخص کردن مرز مشخصی برای فرهنگ کار دشواری است. و همین آمیختگی فرهنگ با مؤلفه‌های دیگر در جامعه باعث پیچیدگی و گستردگی ماهیت فرهنگ می‌شود. و اگر کشوری هم از قدمت تاریخی زیادی برخوردار باشد این گستردگی و پیچیدگی‌ها بیشتر خواهد شد. اما مسئله به همین جا ختم نمی‌شود. چرا که فرهنگ خود یک مسئله کیفی و ذهنی است و هنگامی که با این گستردگی و پیچیدگی‌ها آمیخته می‌شود، کار برنامه ریزی فرهنگی را بسیار دشوار می‌کند. چرا که تمامی این موارد باید در ورودی برنامه

ریزی‌های فرهنگی لحاظ شود. اما نکته دیگری که باید در برنامه‌ریزی فرهنگی به آن توجه خاصی مبذول شود؛ ایده پردازی، طراحی و پرورش طرح‌ها و ایده‌ها است. زیرا یکی از بخش‌هایی که می‌توان خلاقیت‌های فرهنگی و هنری را مورد استفاده قرار داد تا سریع‌تر به اهداف مورد نظرمان نائل شویم همین بخش آغازین راه است چرا که اگر ما در بخش آغازین راه کار را با قوت و قدرت مناسب آغاز نکنیم متأسفانه بقیه راه را نیز دچار مشکل خواهیم شد و به قول ضرب‌المثل معروف ایرانی: خشت اول گر نهد معمار کج، تا ثریای رود دیوار کج، تا اینجا بحث می‌توانیم بگوییم که هر کسی نمی‌تواند با سواد اندکی که دارد وارد فعالیت فرهنگی شود، متأسفانه در بسیاری از موارد دیده شده که افکار عمومی به این سمت گرایش دارد که راحت‌ترین کار، انجام فعالیت‌های فرهنگی است و هر کس می‌تواند به خودش اجازه دهد که وارد سطر فعالیت‌های فرهنگی شود، در حالی که ما در کشورهای در حال توسعه و پیشرفته ملاحظه می‌کنیم که فعالیت‌های فرهنگی را جزو استراتژیک‌ترین مسئله جامعه می‌دانند و برای آن سرمایه‌گذاری شایان توجهی هم می‌کنند، نمونه بارز این برنامه ریزی مربوط به کشور آمریکا است که بودجه فرهنگی این کشور حتی از بودجه نظامی هم بالاتر است چرا که طبق نتایج به دست آمده در مرکز مطالعاتی «بیرمنگام» و دانشگاه «هاروارد» توسط دانشمندان به نام این رشته به این نتیجه رسیده‌اند که اگر می‌خواهند، چه در حوزه فرهنگی و چه در حوزه‌های دیگر جامعه، پیروز باشند باید ابتدا از فرهنگ شروع کنند و فعالیت‌های فرهنگی را با برنامه ریزی‌های قوی، رشد و پرورش دهند تا به نتایج مورد نظر خود دست یابند. در این باره می‌توانیم به پایه‌گذاران مکتب فرانکفورت یعنی «آدورنو» و «هور کهایمر» هم نگاهی بیاندازیم که با بررسی جوامع سرمایه‌داری به این نتیجه رسیده‌اند که کشورهایی که نظام آن‌ها بر پایه نظام سرمایه‌داری اداره می‌شود از فعالیت‌های فرهنگی برای تسلط بر فرهنگ جوامع دیگر استفاده می‌کنند تا بتوانند با به وجود آوردن مصرف‌گرایی کاذب در آن‌ها از طریق همین فعالیت‌های فرهنگی اذهان کشورهای جهان سوم را به سمت مصرف‌گرایی مطلق سوق دهند تا با استفاده از این فعالیت‌های فرهنگی به اهداف اقتصادی و سیاسی خود نائل آیند. این بحث را امروزه در قالب مهندسی فرهنگی نیز مطرح می‌کنند، یعنی یک مهندسی فرهنگی قوی، نگاه ویژه‌ای به فعالیت‌های فرهنگی دارد تا در سایه همین فعالیت‌های فرهنگی بتوان برنامه‌ریزی فرهنگی منسجم و کارآمدی را طرح ریزی کرد. پس تا برنامه ریزی منسجم، هدفمند، پربار و مداوم

نداشته باشیم اهمیت فعالیت‌های فرهنگی را حس نمی‌کنیم. البته مداوم بودن برنامه‌ریزی نکته‌ای است که می‌تواند در کنار دیگر ویژگی‌های برنامه‌ریزی، از درجه اهمیت خاصی برخوردار باشد، چرا که برنامه‌ریزی عالی اگر مداومت نداشته باشد هر چقدر هم که عالی باشد؛ حالت مقطعی پیدا می‌کند و تأثیرگذاری جندانی را در پی نخواهد داشت.

مسئله بعدی توجه به پرورش خلاقیت در طرح‌های فرهنگی است، چرا که کارهای تقلیدی و تکراری از تأثیرگذاری بالایی برخوردار است. نکته قابل توجه در این قسمت این است که همیشه تولید کنندگان کالاهای فرهنگی یعنی آن دسته از فعالان فرهنگی که در بخش فعالیت‌های فرهنگی عمودی هستند، باید یک پله از فعالان فرهنگی در بخش افقی بالاتر باشند چرا که این دسته، مستقیماً با تولید سروکار دارند و باید سلایق فرهنگی جامعه را به سمتی که در مهندسی فرهنگی کشور لحاظ شده هدایت کنند.

فعالیت‌های فرهنگی چه در سطح کلان و چه در سطح خرد، هر دو ارزشمند و مهم هستند ولی نکته اصلی در همسو بودن فعالیت‌های فرهنگی کلان و خرد است. به نوعی می‌توانیم بگوییم که فعالیت‌های فرهنگی کلان به بخش سیاستگذارهای فرهنگی و فعالیت‌های فرهنگی خرد به بخش اجرایی مرتبط می‌شود. و همسو بودن این دو بخش از نکات قابل توجه در بحث مهندسی فرهنگی است.

نکته پایانی، در مورد محصول فعالیت‌های فرهنگی است. اهمیت فعالیت‌های فرهنگی زمانی مشخص‌تر می‌شود که دریابیم این فعالیت‌ها چه نوع دستاوردی را برای جوامع به ارمغان خواهند داشت. مهم‌ترین دستاوردهای فعالیت‌های فرهنگی، فرهیخته شدن، فرهنگ سازی و نهادینه شدن هویت فرهنگی در افراد است. چرا که با استفاده از کالاها و خدمات فرهنگی، سطح کیفیت زندگی مادی و معنوی در جامعه رشد خواهد داشت. و ما افرادی را در جامعه خواهیم داشت که از نیروی تفکر بهره‌مند خواهند بود. البته آن نوع تفکری که فرهنگ جامعه از ما انتظار دارد و اگر نتوانیم این مهم را در جامعه عملی کنیم متأسفانه فعالیت‌های فرهنگی وارداتی جای خود را به فعالیت‌های فرهنگی داخلی داده و جامعه را به سمتی خواهد برد که سازندگان همان فعالیت‌های فرهنگی به دنبالش هستند.

در فصل اول کتاب با مفاهیم، اهمیت و نقش فعالیت‌های فرهنگی آشنا می‌شویم. در ابتدای فصل، فرهنگ را بررسی می‌کنیم و در ادامه بحث اصول حاکم بر فعالیت‌های فرهنگی و اهمیت فعالیت‌های

فرهنگی آورده می‌شود. همچنین در انتهای فصل نیز تفاوت‌های بین آموزش‌های رسمی و غیررسمی و جایگاه فرهنگ در آموزش آورده شده است.

در فصل دوم به انواع فعالیت‌های فرهنگی و طبقه‌بندی‌های مختلف از فعالیت‌های فرهنگی خواهیم پرداخت و در انتهای فصل اهمیت سازماندهی فعالیت‌های فرهنگی و مسائل اساسی حوزه فعالیت‌های فرهنگی در ایران را بررسی خواهیم کرد.

در فصل سوم نیز تحولات فعالیت‌های فرهنگی اقوام ایران و جهان را در طول تاریخ بررسی می‌کنیم و با برخی از مهم‌ترین فعالیت‌های فرهنگی اقوام ایرانی در گذشته آشنا خواهیم شد. در انتهای فصل نیز در مورد تحول تاریخی فرهنگ ایرانی و ویژگی‌های فرهنگ ایرانی صحبت خواهیم کرد.

در فصل چهارم با اصول و ویژگی‌های ارتباطات فرهنگی آشنا خواهیم شد.

در فصل پنجم جایگاه فعالیت‌های فرهنگی را بین مؤلفه‌های دیگر قدرت ملی (اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و نظامی) بررسی خواهیم کرد و همچنین به رابطه بین اقتصاد و تکنولوژی با فرهنگ خواهیم پرداخت و در انتهای فصل نیز در مورد مفهوم توسعه فرهنگی و شاخص‌های عمده توسعه فرهنگی صحبت خواهیم کرد.

در فصل ششم به سراغ کالاهای فرهنگی و هنری، انواع و ویژگی‌های کالاهای خدمات فرهنگی خواهیم رفت و همچنین مصرف‌کنندگان این گونه کالاهای را نیز بررسی خواهیم کرد. در انتهای فصل نیز در مورد برخی از موانع و تنگناها در حوزه کالاهای فرهنگی و هنری خواهیم پرداخت.

در فصل هفتم به صنایع دستی به عنوان یکی از صنایع فرهنگی مهم در حوزه تولید کالاهای فرهنگی که مخصوص کشورهای مشرق زمین است خواهیم پرداخت و ابعاد فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی این صنعت را بررسی خواهیم کرد.

در فصل پایانی کتاب در مورد اهمیت و فواید برگزاری تجمعات فرهنگی و انواع تجمعات فرهنگی صحبت خواهیم کرد.

با سپاس

لیلا باباخانی

تهران - اسفند ۱۳۸۹

Leilababakhani@yahoo.com