

«مخاطبان واقعی جامعه‌شناسان بزرگ»

از:

دکتر حمید صنعت‌جو

www.ketab.ir



جامعه‌شناسان



روشن‌شان

سرشناسه: صنعت جو، حمید، ۱۳۴۱
عنوان و نام پدیدآور: مخاطبان واقعی جامعه‌شناسان بزرگ
تألیف: حمید صنعت جو

مشخصات نشر: جامعه‌شناسان و روش‌شناسان
مشخصات ظاهری: ۷۶ ص.
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۲۳-۵۶۰-۲

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا
یادداشت: کتابنامه
یادداشت: نمایه
موضوع: جامعه‌شناسی
موضوع: Sociology
موضوع: جامعه‌شناسان
موضوع: Sociologists

رده‌بندی کنگره: HM۶۰۶

رده‌بندی دیویی: ۳۰۱

شماره کتابشناسی ملی: ۸۴۷۹۵۶۷
با همکاری انتشارات روش‌شناسان



روش‌شناسان

جامعه‌شناسان

مخاطبان واقعی جامعه‌شناسان بزرگ
حمید صنعت جو

چاپ اول: ۱۴۰۰ تهران/ تعداد ۱۰۰ نسخه
قیمت: ۲۵۰۰۰ تومان/ چاپ و صحافی: چاپار
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۲۳-۵۶۰-۲
همه حقوق چاپ نشر برای ناشر محفوظ است.

حروفچینی، نمونه‌خوانی و صفحه‌آرایی: جامعه‌شناسان و روش‌شناسان
ویراستاری: گروه ویراستاری انتشارات جامعه‌شناسان و روش‌شناسان

فروشگاه و نمایشگاه مرکزی:

تهران، خیابان انقلاب، روبروی درب اصلی
دانشگاه تهران، پاساژ فروزنده، پلاک ۲۲۸

کتاب‌فروشی جامعه‌شناسان

تلفن: ۶۶۰۰۰۵۱

تلفن دفتر نشر: ۶۶۹۶۹۶۲۰

این اثر، مشمول قانون حمایت مولفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸
است، هر کس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مولف (ناشر) نشر یا
پخش یا عرضه کند مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

WWW.JAMEESHENASAN.COM

Email: RaveshP20@gmail.com

Email: sociologists15@gmail.com

فهرست

۷	 مقدمه
۹	 فصل اول «نگرش به جامعه‌شناسان بزرگ در دهه‌های گذشته»
۱۹	 فصل دوم «مخاطبان واقعی، مخاطبان غیرواقعی»
۲۷	 فصل سوم «چگونگی خوانش آثار جامعه‌شناسان بزرگ»
۴۵	 ضمایم
۶۷	 کتابنامه
۷۱	 فهرست نام اشخاص

مقدمه

کتاب پیش رو، درباره‌ی مخاطبان واقعی جامعه‌شناسان بزرگ است؛ مخاطبانی که وجود آنها در هر کشوری، از تعداد انگشتان یک دست به هیچ روی تجاوز نکرده و در واقع، آنها از اندیشمندان و متفکران دوره و زمانه‌ی خویش به شمار می‌روند؛ این مخاطبان واقعی، با گفتگو و دیالوگ مستمر با جامعه‌شناسان بزرگ و خوانش بسیار صحیح از آثار آنها و استفاده‌ی مبدعانه از آراء و نظرات آنان، همواره به رشد و شکوفایی و بالندگی جامعه‌شناسی کشورشان بسیار کمک نموده و در یک کلمه، آن را همواره در سطح جهان مطرح می‌سازند؛ بی‌شک اگر چنین مخاطبانی در هر کشوری وجود داشته باشند؛ جامعه‌شناسی آن کشور هم قطعاً و مطمئناً در عرصه‌های جهانی و بین‌المللی نیز خواهد درخشید و در واقع، عقب‌ماندگی را توقف و رکود و خمود این علم در ممالک جهان سوم خاصه کشور عزیزمان ایران هم، دقیقاً به نبود و فقدان چنین مخاطبانی در آنها کاملاً مربوط می‌شود؛ از این رو، توضیح مبسوط و مفصل پیرامون ویژگی‌ها و خصایص این مخاطبان واقعی، محور بحث اصلی این نوشتار را به خود اختصاص می‌دهد که در واقع، در سه فصل کاملاً مستقل و مرتبط به هم نیز به این مهم پرداخته‌ایم. گفتنی است که این نوشته از سه فصل مستقل و مرتبط به هم و نیز سه ضمیمه تشکیل شده است که در فصل نخست به نگرش حاکم به جامعه‌شناسان بزرگ در دهه‌های گذشته پرداخته‌ایم و فصل دوم را نیز به بیان ویژگی‌ها و خصایص مخاطبان واقعی و مخاطبان غیرواقعی کاملاً اختصاص داده‌ایم و وجه افتراق آن دو را دقیقاً باز نموده‌ایم و در فصل سوم هم چگونگی خوانش آثار جامعه‌شناسان بزرگ را از سوی مخاطبان واقعی به طور دقیق توضیح داده‌ایم.

در ضمیمه ۱ و ۲ نیز، مطالب منتشر شده از نگارنده را در روزنامه مردم نوزنجان، در سال ۱۳۹۷، که یکی در مراسم رونمایی از کتاب‌های منتشر شده نگارنده در دفتر آن روزنامه بوده است و دیگری هم، شکل پرسش و پاسخ درباره‌ی جامعه‌شناسی را داشته که

نظر به ارتباط تنگاتنگ و ربط وثیق آنها با مباحث و موضوعات این کتاب نیز عیناً به همان شکل و صورت در همین نوشتار آورده شده است.

ضمیمه سوم هم، گزیده و گلچینی از آراء و نظرات جامعه‌شناسان و متفکران دیگر رشته‌ها بوده که نظر به ارتباط دقیق آنها با مطالب نوشتار حاضر نیز، انتخاب و در این کتاب عیناً نقل شده است که خواننده‌ی هوشمند و نکته‌سنج هم خود ربط وثیق و ارتباط دقیق آنها را با مباحث این کتاب، کاملاً تصدیق و اذعان خواهد کرد.

در خاتمه، ضمن تشکر فراوان از خانم دکتر شیوا شکاری، مدیر فرهیخته‌ی انتشارات جامعه‌شناسان، نگارنده هم‌چنان امیدوار است که این نوشته نیز، بمانند دیگر آثار نگارنده، مورد استفاده‌ی همه‌ی پژوهشگران و صاحب‌نظران دقیقاً قرار گرفته و آنان را باز هم به تلاش‌های فکری بیشتر در این زمینه کاملاً تشویق و ترغیب نماید.

۱۴۰۰/۵/۶

حمید صنعت‌جو

www.ketab.ir