



انستاراب ادیبان ووز

جامعه شناسی فرهنگی

سولماز حشمتی
زهرا آقاجانی

www.ketab.ir

سرشناسه:	حشمتی، سولماز، ۱۳۶۰
عنوان و نام پدیدآور:	جامعه‌شناسی فرهنگی سولماز حشمتی، زهرا آقاجانی.
مشخصات نشر:	تهران: ادیبان روز، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری:	۱۳۰ ص
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۸۱۹۰-۳۵-۶
وضعیت فهرست نویسی:	فیبا
یادداشت:	کتابنامه: ص. ۱۲۴.
موضوع:	فرهنگ
موضوع:	Culture
موضوع:	فرهنگ — جنبه‌های اجتماعی
موضوع:	Culture — Social aspects
موضوع:	فرهنگ ایرانی
موضوع:	Culture, Iranian
شناسه افزوده:	آقاجانی، زهرا، ۱۳۶۰
رده بندی کنگره:	۱۳۹۵ ج ۲ ح ۵۶۲۱ HM
ردیف:	۳۰۶
شماره کتابخانه ملی:	۴۲۹۲۸۵۲

مؤلفین:	سولماز حشمتی، زهرا آقاجانی
گرافیت و صفحه آ	متقی عزیزاده پناه
طراح جلد:	حیدرناهی شایق
شمارگان:	
قیمت:	
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۸۱۹۰-۳۵-۶
تاریخ انتشار:	بهار ۹۵
نوبت چاپ:	اول
چاپ و صحافی:	طوس

کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات ادیبان روز می‌باشد و هرگز به شما داده از این کتاب (کپی تکثیر، استفاده در کارگاه‌های آموزشی) بدون اجازه ناشر پیگردستونی دارد.

تلفن: ۶۶۹۵۶۸۱۲-۱۵

خرید اینترنتی از طریق:

www.adibanbook.com

www.adibanbook.ir



پیشگفتار:

هدف از نگاشتن این کتاب تهیه اثری در حوزه جامعه‌شناسی فرهنگی برای دانشجویان دوره کارشناسی به منظور آشنایی با برخی از مفاهیم مهم حوزه فرهنگ بوده است. در همین راستا تلاش شده است تا از یک سو مفاهیم اصلی حوزه جامعه‌شناسی فرهنگی مد نظر قرار گیرد و از سوی دیگر به مفاهیم جدیدی که در کتاب‌های درسی موجود در حوزه جامعه‌شناسی فرهنگی کمتر به آن پرداخته شده است توجه داده شود. بدین ترتیب رویکرد اصلی نویسندگان، نگاشتن کتابی به زبان ساده بوده است که در عین پرداختن به مفاهیم پایه‌ای حوزه فرهنگ به برخی از مفاهیم جدید این حوزه نیز شاره‌ای مختصر نماید.

مقدمه:

کتاب‌های متعددی در حوزه جامعه‌شناسی فرهنگ در کشور ما تالیف و ترجمه شده است که این موضوع نداشتن کتابی دیگر در این حوزه را دشوارتر می‌کند. نگاشتن کتابی با زبان ساده برای دانش‌جویان حوزه جامعه‌شناسی و سایر رشته‌ها که دربردارنده مطالبی جدید باشد و از تکرار مکررات بپرهیزد هدف اصلی و خط مشی نویسندگان این کتاب بوده است. لذا تلاش کرده‌ایم تا مفاهیم و مباحث بنیادی را که در کتاب‌های مرتبط با حوزه جامعه‌شناسی فرهنگ، کمتر به آن پرداخته شده یا اصلاً پرداخته نشده است، مد نظر قرار دهیم. بی‌شک توجه به برخی مفاهیم پیچیده همچون مباحث مرتبط با راه‌اندازی یا پست مدرنیسم، به زبانی ساده و قابل فهم کاری دشوار است. در این کتاب تلاش کرده‌ایم که با حد ممکن مفاهیم، به زبانی ساده و قابل فهم برای دانشجویان دوره کارشناسی مطرح شود، به نوری که از بنیادهای اصلی مفهومی و نظری خود نیز فاصله نگیرد.

ساختار کتاب از مفاهیم مرتبط با مفهوم اصلی فرهنگ آغاز می‌شود و در فصل اول به مفهوم فرهنگ و مفاهیم مرتبط با آن پرداخته شده است. در فصل دوم به دلیل اهمیت مقوله مصرف در ارتباط با فرهنگ مدرن به جنبه‌های گوناگون ارتباط میان مصرف و فرهنگ و هویت انسان مدرن پرداخته شده است. در فصل سوم، به مهم‌ترین حوزه مرتبط با نظریه فرهنگی، یعنی مطالعات فرهنگی و مقولات مرتبط با آن اشاره خواهیم کرد. در فصل چهارم با پرداختن به نظریه پردازان کلاسیک حوزه فرهنگ، به ریشه‌های نظری مفهوم فرهنگ در جامعه‌شناسی کلاسیک، و میان نظریه‌پردازان کلاسیک اشاره‌ای مختصر می‌کنیم. در فصل پنجم، به نظریات متأخرتر در باب فرهنگ می‌پردازیم.

فصل ششم، مقوله هویت و جنسیت در ارتباط با فرهنگ را مورد توجه قرار می‌دهد. در فصل هفتم به جهانی شدن و نظریه فرهنگی پرداخته شده، در این فصل تلاش شده است تا مفاهیم

جدیدتری در حوزه نظریه جهانی شدن مورد توجه قرار گیرد. مفاهیمی مثل تقارب فرهنگی، افتراق فرهنگی و بیوندزنی در این فصل مورد توجه قرار گرفته است.

فصل هشتم با توجه به مقوله روان و فرهنگ، به رویکردهای روانکاوانه به فرهنگ اشاره دارد و توضیح مختصری در زمینه بیوندهای میان فرهنگ و روانکاوی خواهد داد. فصل نهم به حضور فرهنگ در زندگی روزمره در ایران با مد، ورزش، کارناوال، اتاق خواب و بدن می‌پردازد. فصل دهم فرهنگ و سبک زندگی را مورد توجه قرار می‌دهد و به صورت نمونه‌وار به سبک زندگی ایرانی اشاره مختصری خواهد شد.

چنانچه اشاره شد رویکرد اصلی در نگاشتن این کتاب، توجه به مفاهیم جدید و کمتر پرداخته شده در حوزه جامعه‌شناسی فرهنگی به سبک ساده بوده است. در همین راستا امیدواریم که خوانندگان عزیز نظرات انتقادی خود را به منظور بهبود کیفیت این اثر ارائه کنند.



۱۱	فصل اول	مفهوم فرهنگ
۱۲		فرهنگ و مفاهیم مرتبط با فرهنگ
۱۴		فرهنگ
۱۶		دین
۱۷		اسطوره‌ها
۱۹		فرهنگ و تمدن
۲۲		فرهنگ، اخلاق و دوران مدرن
۲۳		فرهنگ مدرن
۲۴		فرهنگ و مدرن
۲۵		نسب برای فرهنگی
۲۵		تکنولوژی و فرهنگ
۲۷		سرمایه اجتماع
۲۹		سرمایه فرهنگی
۳۰		خاستگاه‌های نظری سرمایه فرهنگی
۳۰		جغرافیای فرهنگی
۳۲		سیاست فرهنگی
۳۲		نبردهای فرهنگی
۳۲		امپریالیسم فرهنگی
۳۳	فصل دوم	فرهنگ و مصرف
۳۴		فرهنگ مصرف کننده
۳۶		ویژگی‌های فرهنگ مصرفی
۳۷		مصرف، معنا و هویت
۴۰		مصرف انفعالی
۴۱		مصرف ارتباطی
۴۳		مصرف ابداعی
۴۴		ویژگی‌های فرهنگ مصرفی



۴۷	فصل سوم مفاهیم مرتبط با مطالعات فرهنگی
۴۸	مطالعات فرهنگی
۵۰	مفصل‌بندی
۵۰	ایدئولوژی
۵۱	هرمونی
۵۲	ماتریالیسم فرهنگی
۵۲	مندیفرنگ‌گرایی
۵۳	مطالعات فرهنگی فمینیست
۵۵	فصل چهارم مکتب کاپسک و موضوع فرهنگ
۶۳	فصل پنجم نظریات متغیر در مورد فرهنگ
۶۴	مکتب فرانکفورت
۶۷	جامعه‌شناسی شناختی
۷۱	نظریه بوردیو درباره فرهنگ
۷۲	نظریه‌های تغییرات فرهنگی
۷۳	عوامل تأثیرگذار در تغییرات فرهنگی
۷۴	داروین‌یسم اجتماعی
۷۴	نظریه تکاملی پارسونز
۷۵	ماتریالیسم تاریخی
۷۷	فصل ششم هویت، جنسیت و فرهنگ
۷۸	هویت
۷۹	هویت به مثابه محصولی فرهنگی
۸۰	معناسازی هویت
۸۲	بحران هویت
۸۴	جنسیت

۸۷	فصل هفتم	نظریه فرهنگی و جهانی شدن
۸۸		جهانی شدن و فرهنگ
۹۱		افتراق فرهنگی
۹۴		تقارب فرهنگی
۹۴		پیوندزنی فرهنگی
۹۷	فصل هشتم	روان و فرهنگ
۹۹		رویکردهای روانکاوانه به فرهنگ
۱۰۳		روانکاوی لکانی و پیوند میان زبان، فرهنگ و روان فردی
۱۰۳		نظریه فرویدی - روانکاوانه پسا لکانی
۱۰۷	فصل نهم	فرهنگ و زندگی روزمره
۱۰۸		مطالعات مد
۱۰۸		مطالعات ورزش
۱۰۹		فرهنگ کارناوالی
۱۱۱		فرهنگ اتاق خواب
۱۱۱		فرهنگ بدن
۱۱۵	فصل دهم	فرهنگ و سبک زندگی
۱۱۶		تطور تاریخی - مفهومی سبک زندگی
۱۱۸		رهیافت نظری بوردی و در مورد سبک زندگی
۱۲۱		جامعه ایرانی و سبک زندگی
۱۲۱		عوامل موثر در شکل گیری و ایجاد تغییرات در سبک زندگی ایرانیان
۱۲۴		منابع