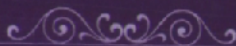




فرهنگ عمومی

- مهدی سعیدی کیا
- فاطمه حمصی
- هدی آقا کاظم شیرازی



سرنشانه : سعیدی کیا، مهدی، ۱۳۵۳ -	موضوع : فرهنگ
عنوان و نام پدیدآور : فرهنگ عمومی/ مهدی سعیدی کیا،	موضوع : فرهنگ اسلامی
فائده حمصی، هدی آفاقانم شیرازی.	موضوع : دانشگاه و اجتماع
مشخصات نشر : تهران: انتشارات آها، ۱۳۹۲.	شناسه افزوده : آفاقانم شیرازی، هدی، ۱۳۶۵ -
مشخصات ظاهری : ۱۷۲ص.	شناسه افزوده : حمصی، فاطمه، ۱۳۵۳ -
شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۹۴۰۰۲-۳-۲	رده بندی کنگره : ۱۳۹۲/۷۳۴/۶۲۱/۴۸۱
وضعیت فهرست نویسی : آ	رده بندی دیویی : ۳۰۶
یادداشت : گنجینه	شماره کتابشناسی ملی : ۲۲۶۷۷۴۷

فرهنگ عمومی

مهدی سعیدی کیا
فاطمه حمصی
هدی آفاقانم شیرازی

● انتشارات : آها

● تلفن مرکز بخش ۰۲۱-۶۶۷۴۹۲۲۹

● ویراستار : هدی شیرازی

● طراح جلد : سعید صادقی

● طراح شخصیت آها : مجید خسرو انجم

● مسئول اجرایی و آماده سازی : کوثر اسکندریپور

● نوبت چاپ : اول - ۱۳۹۲

● چاپ : امیران

● لیترگرافی : پاسارگاد

● شمارگان : ۲۰۰۰ جلد

● قیمت : ۶۵۰۰۰ ریال

● شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۹۴۰۰۲-۳-۲

ISBN: 978-600-94002-3-2



مدرسین علمی کاربردی می توانند برای دریافت کتاب به سایت www.AHA.ir مراجعه نموده و

از انتشار کتابهای سایر دروس مهارتهای مشترک اطلاع پیدا نمایند

همه حق و حقوق محفوظ است

استفاده از این اثر به هر شکل بدون اجازه ناشر مجاز نیست

۸	آنچه دانشجوی علمی کاربردی باید بداند.....
۱۱	پیشگفتار.....
۱۵	فصل اول: فرهنگ و مطالعات فرهنگی.....
۱۷	تعریف لغوی فرهنگ در لغتنامه‌ها.....
۱۹	تعریف فرهنگ در دایره المعارف‌ها.....
۲۱	تعریف فرهنگ از دیدگاه اندیشمندان.....
۲۲	الف) فرهنگ از دیدگاه اندیشمندان ایرانی.....
۲۴	ب) فرهنگ از دیدگاه اندیشمندان خارجی.....
۲۶	اهمیت فرهنگ.....
۲۷	شخصیت فرهنگ.....
۲۸	ویژگی‌های فرهنگ.....
۲۹	کارکردهای فرهنگ.....
۳۰	الگوهای فرهنگی.....
۳۲	بهنه فرهنگی.....
۳۳	سطوح فرهنگ.....
۳۴	مطالعه فرهنگ.....
۳۷	سیر تاریخی تحول فرهنگ.....
۳۸	تغییر فرهنگی.....
۴۰	فرهنگ پذیری.....
۴۱	ارتباط فرهنگ با سایر علوم.....
۴۲	اشاعه فرهنگ.....
۴۴	انتقال فرهنگ.....

تداوم فرهنگ ۴۵

تهاجم و شیخون فرهنگی ۴۶

اثرات توسعه رسانه بر فرهنگ ۴۸

بایدها و نبایدهای رسانه‌ای ۵۰

دین و رسانه ۵۱

رسانه در مقابل رسانه ۵۲

تلویزیون ۵۲

ماهواره ۵۳

اینترنت ۵۴

فصل دوم: تمدن و فرهنگ در ادیان جهان ۶۱

اصول فرهنگی در ادیان زنده ۶۲

نگرش و بینش مکتب اسلام درباره فرهنگ ۶۲

فرهنگ اسلامی ۶۶

اصول بنیادین فرهنگ اسلامی درباره فرهنگ غربی ۷۹

تمدن چیست؟ ۸۸

شاخص‌های تمدن ۸۹

تفاوت تمدن با فرهنگ ۹۰

آشنایی با تمدن ایران ۹۰

آشنایی با تمدن ایران اسلامی ۹۲

جلوه‌هایی از تمدن ما ۹۴

ابعاد هفت گانه تمدن اسلام ۹۹

فصل سوم: فرهنگ عمومی ۱۱۱

تعریف فرهنگ عمومی ۱۱۳

فرهنگ عمومی از منظر اندیشمندان ۱۱۵

شاخص‌های فرهنگ عمومی ۱۱۶

دغدغه‌ها و نگرانی‌های موجود در عرصه فرهنگی کشور... ۱۱۹

نظام برنامه‌ریزی فرهنگ عمومی..... ۱۲۴

خط مشی‌ها و اصول فرهنگ عمومی..... ۱۲۴

نهادهای مسئول در امر برنامه‌ریزی فرهنگی از منظر قانون اساسی ۱۲۵

فصل چهارم: فرهنگ عمومی و رفتار اجتماعی ۱۲۹

نقش و اهمیت رفتار اجتماعی در جامعه..... ۱۳۱

اصول رفتار و آداب اجتماعی و حقوق و قوانین در روابط اجتماعی..... ۱۳۵

آداب و رفتار اجتماعی در اسلام..... ۱۴۲

بررسی مفهوم قانون و قانون‌گرایی ۱۴۷

راهکارهای نهادینه کردن قانون‌گرایی در فرهنگ عمومی..... ۱۴۸

توسعه اقتصادی و اجتماعی و قانون‌شکنی ارتباطات و الگوهای رفتاری..... ۱۴۹

فصل پنجم: اصول و مبانی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران ۱۵۳

مهندسی فرهنگی..... ۱۵۵

سیاست‌های کلی نظام درباره فرهنگ در جامعه اسلامی... ۱۵۶

اصول سیاست‌های فرهنگی در کشور ۱۵۶

اثرات انقلاب اسلامی در عرصه فرهنگی کشور..... ۱۵۹

شورای فرهنگ عمومی ۱۶۰

ضرورت تأسیس شورای فرهنگ عمومی ۱۶۱

تاریخچه تأسیس شورای فرهنگ عمومی ۱۶۲

منابع ۱۶۶

www.ketab.ir

○ آنچه دانشجوی علمی کاربردی باید بداند :

دانشجو و فارغ التحصیل دانشگاه جامع علمی - کاربردی، به دانش آموخته علوم نظری و علوم پایه و نه به اشتباه برداشتی برخی دیگر، کارآموز فنی و حرفه ای است. دانشجوی علمی کاربردی فرهیخته ای است که می آموزد چگونه در حین رعایت جنبه های استاندارد مطابق علم، عملکرد اجرایی مطلوبی ارائه دهد. در واقع تلفیق اندیشه و برداشت علمی با عملیات و اجراء مبتنی بر ساختار فکری علمی، فرایندی است که دانشجوی علمی - کاربردی را در طول مسیر آموزش در مراکز آموزش عالی علمی - کاربردی درگیر می کند.

واقعیت این است که در آموزش های علمی - کاربردی انتظار می رود دانش آموخته و یا دانشجو بتواند با بکارگیری سطوحی از دانش خود در مهارت های شغلی و حرفه ای، دانش فنی را با نیازهای بازار ترکیب کرده، محصول و یا خدمات جدیدی را به جامعه ارائه نماید و یا فرایند تولید یا خدمات را با شیوه نوینی اصلاح و بهینه سازی نماید. حال این بهینه سازی می تواند اصلاح یک فرایند اداری باشد. مثلاً یک بخشنامه در یکی از سازمان های دولتی یا اختراع یک نوشابه جدید با طعم و مزاج آسیایی - ایرانی، فرقی نمی کند زیرا هدف افزایش بهره وری و ارتقای سطح فناوری در تمام بخش های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. از این رو دانشجوی علمی - کاربردی به دنبال مسئله گشایی علمی در فرایندهای کسب و کار است.