

افرنیت و مدیریت جهاد

راهنمای مأموران اطلاعاتی و کارشناسان
در حوزه فرهنگ

۸

عیسی زارعی
مرتضی سمیعزاده

مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما - کد: ۱۹۹۲



WWW.IRC.IR
INFO@IRC.IR

راهنمای منابع اطلاعاتی و کارشناسان در حوزه فرهنگ

عیسی زارعی / مرتضی سمیع زاده



کلیه حقوق چاپ و نشر محفوظ است

نشانی: قم، بلوار امین، مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما؛
تلفن: ۳۲۹۱۵۵۱۱ - ۰۲۵ دورنگار: ۳۲۹۱۵۵۱۰
تهران: خیابان جام جم، ساختمان شهید رهبر، طبقه زیر زمین؛
تلفن: ۲۲۰۱۴۷۳۸ - ۰۲۱ نمابر: ۲۲۱۶۴۹۹۷
دفتر خراسان: مشهد، خیابان امام خمینی، جنب باغ ملی، ساختمان صبا، طبقه سوم؛
تلفن: ۲۲۱۵۱۰۸ - ۰۵۱۱ نمابر: ۲۲۱۵۱۰۶

فهرست مطالب

۷	پیشگفتار
۱۱	بخش اول: فهرست منابع اطلاعاتی
۱۳	ارزش‌های فرهنگی
۱۷	استعمار فرهنگی
۲۱	امپریالیسم فرهنگی
۲۵	پلورالیسم فرهنگی
۲۹	تجارت فرهنگی
۳۱	تحولات فرهنگی
۳۵	تقابل فرهنگی
۳۷	توسعه فرهنگی
۴۱	تهاجم فرهنگی
۴۷	جغرافیای فرهنگی
۵۱	خودباختگی فرهنگی
۵۵	سبک زندگی
۵۹	سرمایه فرهنگی
۶۳	سیاست فرهنگی
۶۷	فرهنگ دینی
۷۱	فرهنگ پذیری
۷۳	فرهنگ سازمانی

۶ راهنمای منابع اطلاعاتی و کارشناسان در حوزه فرهنگ

فرهنگ عامه	۷۷
فرهنگ ملی	۸۱
فرهنگ و ارتباطات	۸۵
فرهنگ و اقتصاد	۹۱
فرهنگ و تکنولوژی	۹۵
فرهنگ و جهانی شدن	۹۹
فرهنگ و هنر	۱۰۵
کالاهای فرهنگی	۱۰۹
گردشگری فرهنگی	۱۱۳
مدیریت فرهنگی	۱۱۷
مهندسی فرهنگی	۱۲۱
نظریه‌های فرهنگی	۱۲۵
هویت فرهنگی	۱۲۹
بخش دوم: کارشناسان فرهنگی	۱۳۳
فهرست تعدادی از کارشناسان فرهنگی شناخته‌شده	۱۷۲

پیشگفتار

اصطلاح یا مفهوم فرهنگ دارای معانی بسیار و ابعاد گوناگون است. فرهنگ فارسی «مین، واژه «فرهنگ» را مرکب از دو واژه «فر» و «هنگ» و به معنای ادب، تربیت، دانش، علم، معرفت و آداب و رسوم تعریف کرده است. اما به لحاظ مفهوم، فرهنگ تحت عنوان منبع دانش، تجارب، باورها، ارزش‌ها، حرکات، نگرش‌ها و معانی، سلسله مراتب، نقش‌ها، مفاهیم و مصنوعات دانسته شده است که توسط گروهی از مردم از طریق تلاش‌های فردی و گروهی طی نسل‌ها منتقل می‌گردد. فرهنگ همچون مجموعه‌ای از دستاوردهای هنری، فکری و اخلاقی و تمدن‌آیی می‌کند که میراث یک ملت را تشکیل می‌دهد که یک بار برای همیشه حاصل آمده و وحدت آن ملت را پایه‌گذاری می‌کند.^۱ از این رو، فرهنگ شامل همه فعالیت‌های انسانی می‌شود و سیمای واقعی زندگی همه انسان‌ها است. به همین دلیل نیازهای ابتدایی انسان برای ادامه زندگی را هسته اولیه فرهنگ می‌گویند. در واقع تلاش جمعی گروه‌ها در پاسخ به این نیازها منجر به ایجاد فرهنگ خاص جامعه آنان می‌شود.

۱. کوش، دنی. مفهوم فرهنگ در علوم اجتماعی. ترجمه فریدون وحید. تهران: سروش (انتشارات صدا و سیما)، ۱۳۸۱. ص ۲۱.

از دلایل پیچیدگی فرهنگ می‌توان بیان داشت که فرهنگ از یک مقوله متجانس نیست، بلکه متشکل از عناصر مختلف و متکثری است که البته انسجام خود را حفظ کرده و یک کل تجزیه‌ناپذیر و پویا را تشکیل داده است. بدین لحاظ، فرهنگ مجموعه منسجمی از ابزار و وسایل و اجناس مصرفی، منشورها و قوانین اساسی برای گروه‌های گوناگون اجتماعی، اندیشه‌ها و پیشه‌ها، باورها و آداب و رسوم محسوب می‌شود. فرهنگ ساده باشد یا پیچیده، در هر حال با دستگاه گسترده‌ای مواجه‌ایم که بخشی از آن مادی، بخشی از آن انسانی و بخشی دیگر معنوی است؛ بهمین دلیل می‌توان گفت: انسان موجودی فرهنگی است، چون بدون فرهنگ، وجود انسانی (الفعل، حقیقی، متعالی و بالنده غیر قابل تصور است. چرا که فرهنگ محوره‌ای به هم پیوسته از آگاهی‌ها و مهارت‌های لازم و ضروری برای زندگی اعضای جامعه است و بدون فرهنگ امکان ادامه زیست جامعه بشری وجود ندارد.

از سوی دیگر، فرهنگ مقوله با ارزش، پیچیده و وسیعی است. به عبارت دیگر فرهنگ، نظام پیچیده و پویای اجتماعی است که در روند تکامل وجود اجتماعی انسان برای انطباق و سازگاری هر چه بیشتر با محیط طبیعی و اجتماعی و ادامه زندگی هر چه غنی‌تر و خلاق‌تر، از سوی انسان جمعی آفریده شده و پرورده می‌شود و از نسلی به نسل دیگر به عنوان میراثی اجتماعی انتقال می‌یابد. بدین لحاظ شایسته است که رابطه تنگاتنگ فرهنگ و سایر حوزه‌های اجتماعی مورد توجه و مطالعه قرار گیرد. یکی از این حوزه‌ها که در شعار امسال نیز مورد توجه و تاکید مقام معظم رهبری قرار گرفته است، حوزه اقتصاد و مباحث اقتصادی است. امروزه نقش فرهنگ در اقتصاد از محورهای مورد توجه

اقتصاددانان است و ورود مفاهیمی چون صنایع فرهنگی، کالاهای فرهنگی و بازار فرهنگ به ادبیات علوم اجتماعی، حکایت از پدیده‌ای دارد که محصول همگرایی و هم‌پوشانی دو قلمرو اقتصاد و فرهنگ است. در واقع فرهنگ دارایی‌های زیادی از قبیل مهارت‌ها و محصولاتی بوجود می‌آورد که در ارتقاء رفاه جامعه اثر دارد. همچنین منافع فرهنگ و تأثیر آن بر توسعه از طریق توریسم و سرمایه اجتماعی مورد توجه می‌باشد. جهت فهمیدن اثر فرهنگ بر اقتصاد بایستی توجه داشته باشیم که فرهنگ در واقع ارزش‌ها و هنجارهای سیستمی است که در بین افراد جامعه وجود دارد و این شک در فعالیت‌های اقتصادی خود را نشان می‌دهد. در عین حال، رابطه بین فرهنگ و اقتصاد یک رابطه دو سویه است. چرا که وضعیت اقتصادی هر منطقه و کشوری نیز یکی از واقعیت‌های تعیین کننده در تغییر تحول مؤلفه‌های فرهنگی است. لذا توجه به ارزش‌های فرهنگی در جامعه، زمینه‌ساز رونق اقتصادی، افزایش تولید داخلی و رسیدن به خودکفایی در همه زمینه‌ها است.

اما از طرفی، آشنایی با منابع اصلی و پیشینه تحقیق، از آن ضروری تحقیقات علمی و معتبر است؛ تا حدی که در دنیای کنونی هیچ پژوهشگری بی‌نیاز از آن نیست. این مهم با وجود حجم گسترده نوشته‌ها و پراکندگی پایگاه‌های اطلاعاتی، محققان را به استفاده هرچه بیشتر از «کتابشناسی‌ها» و «مقاله‌نامه‌ها» سوق داده است. بدین لحاظ کتابشناسی به محقق کمک می‌کند تا آثار تدوین شده در زمینه موضوع تحقیق خود و گستره آنها را بشناسد و از صفرپژوهی در امان باشد و با دیدن مرزهای پژوهش، با پیشی جامع مسیری رو به جلو را طی کند. همچنین با وجود گستردگی و تنوع کتاب‌ها و اقلام بازار نشر، کتابشناسی موجبات دسترسی آسان به بازار نشر را فراهم می‌کند.

بدین ترتیب، مجموعه حاضر با هدف آشنایی علاقمندان، پژوهشگران و نیز برنامه‌سازان سازمان صدا و سیما با آثار مرتبط با جنبه‌های مختلف موضوع شعار سال، کتاب‌ها و مقالات منتشره را به صورت فهرست‌وار گزینش و معرفی می‌نماید. البته با توجه به اینکه بخش اقتصادی این موضوع، طی سال گذشته در کتاب «منبع‌شناسی موضوعی حماسه سیاسی و حماسه اقتصادی» منعکس شده است، در این کتاب از این بخش صرف‌نظر شده و تنها مباحث و ابعاد مختلف فرهنگ مورد توجه قرار گرفته است. همچنین اشاره به این نکته نیز ضروری است که به لحاظ تعداد زیاد کتاب‌ها و مقالاتی که در موضوعات فوق موجود بوده است، در هر یک از موضوعات، به برگزیده‌ای از منابع اکتفا شده است. به امید آنکه با توجه به فرصت کوتاه و مجال اندکی که برای تدوین کتاب در اختیار بود منابع معرفی شده بتواند بخشی از نیازهای پژوهشی و تحقیقاتی علاقمندان و پژوهشگران و نیز تهیه‌کنندگان و برنامه‌سازان را که در موضوع سال و ابعاد مختلف آن اقدام به برنامه‌سازی می‌کنند، برطرف نماید. همچنین در بخش دوم این کتاب، تعدادی از کارشناسان و پژوهشگران خبره در حوزه فرهنگ که اطلاعات آنها در بانک اطلاعات کارشناسان مرکز پژوهش‌های اسلامی موجود می‌باشد، به برنامه‌سازان رسانه ملی معرفی گردیده است. بدینوسیله از همکاران مدیریت اطلاعات کارشناسان و اندیشمندان مرکز که در تهیه و تدوین بخش دوم کتاب ما را یاری نمودند، به ویژه آقایان علی‌اکبر احمدپور، مرتضی زارع، سعید عباس‌زاده و خانم زهرا احمدی و نیز واحد چاپ و نشر مرکز سپاسگزاری می‌گردد.