

هویت و مصرف فرهنگی

مؤلفان: زهرا عزیزپور، علیرضا مرادی

آذر ۱۳۹۸

سرشناسه	:	عزیزپوران، زهرا، ۱۳۴۷ -
عنوان و نام پدیدآور	:	هویت و مصرف فرهنگی / مولفان زهرا عزیزپوران، علیرضا مرادی.
مشخصات نشر	:	اردبیل: نشر نایاب، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	:	۹۲ ص
شابک	:	۲۸۵۰۰۰ ریال 978-622-202-122-1
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبا
یادداشت	:	کتابنامه: ص. [۸۳] - ۹۲: همچنین به صورت زیرنویس.
موضوع	:	هویت گروهی--ایران
موضوع	:	Group identity-- Iran
موضوع	:	کالاهای فرهنگی -- ایران -- جنبه‌های جامعه‌شناختی
موضوع	:	Cultural goods -- Iran -- Sociological aspects*
شناسه افزوده	:	مرادی، علیرضا، ۱۳۵۶ -
رده بندی کنگ	:	HM۷۵۳
رده بندی دیویی	:	۳۰۵/۸۰۰۹۷
شماره کتابشناسی ملی	:	۵۹۲۶۶۲۹



هویت و مصرف فرهنگی

مؤلفان: زهرا عزیزپوران، علیرضا مرادی

ناظر فنی: جعفر حسینی

طراح و صفحه آرا: مینا معرفت

ناشر: انتشارات نایاب

ویراستار ادبی: سمیه قامتی

ویراستار علمی: شب بو محمدی

قطع و تیراژ: وریری ۱۰۰؛ نسخه

نوبت و سال چاپ: اول - ۱۳۹۸

ISBN: 978-622-202-122-1

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۰۲-۱۲۲-۱

قیمت: ۲۸۵۰۰۰ ریال

چاپ و صحافی: افق

هرگونه چاپ و تکثیر (اعم از زیراکس، بازنویسی، ضبط کامپیوتری و تهیه CD) از محتویات این اثر بدون اجازه کتبی مؤلف ممنوع است و متخلفان به موجب بند ۵ از ماده ۲ قانون حمایت از مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

کلیه حقوق این اثر برای مؤلف محفوظ است.

۱.....	مقدمه
۳.....	فصل اول: فرهنگ
۴.....	تعریف و مفهوم فرهنگ
۷.....	انواع فرهنگ
۹.....	کارکردهای فرهنگ
۱۳.....	فصل دوم: هویت
۱۴.....	هویت
۱۶.....	انواع هویت
۱۷.....	۱. هویت فردی
۱۸.....	۲. هویت اجتماعی (جمعی)
۱۹.....	- انواع هویت جمعی (اجتماعی)
۲۱.....	فصل سوم: هویت فرهنگی
۲۲.....	تعریف و مفهوم هویت فرهنگی
۲۵.....	ضرورت و منزلت هویت فرهنگی
۲۸.....	ابعاد و مؤلفه‌های هویت فرهنگی
۲۹.....	الف) زبان
۳۲.....	ب) دیانت
۳۴.....	ج) مکان و جغرافیای فرهنگی
۳۷.....	د) تاریخ و حافظه فرهنگی
۴۰.....	ه) نظام اجتماعی
۴۱.....	۱. نظام خانواده
۴۲.....	۲. نظام آموزشی
۴۴.....	۳. نظام اقتصادی
۴۵.....	۴. نظام فرهنگی

۴۶	۵. نظام سیاسی - حقوقی
۴۷	فصل چهارم: مصرف فرهنگی
۴۸	مفهوم مصرف فرهنگی
۴۹	انواع مصرف فرهنگی
۴۹	الف) مصرف انفعالی
۵۰	ب) مصرف ارتباطی
۵۱	ج) مصرف ادعایی
۵۲	عوامل مرتبط با مصرف فرهنگی
۵۲	الف) خانواده
۵۳	ب) عوامل روان‌شناختی
۵۳	ج) رفتار مصرف‌کننده
۵۴	د) پایگاه اقتصادی - اجتماعی
۵۵	ه) طبقات اجتماعی
۵۵	و) هویت اجتماعی
۵۷	فصل پنجم: کالا و خدمات
۵۸	تعریف کالا و خدمات
۵۹	کالای فرهنگی
۵۹	انواع و ویژگی‌های کالای فرهنگی
۶۱	کالاهای فرهنگی و تقسیم‌بندی آن‌ها
۶۷	فصل ششم: هویت فرهنگی و مصرف کالای فرهنگی
۶۸	هویت فرهنگی و مصرف کالای فرهنگی
۶۹	هویت فرهنگی
۶۹	الف) زبان
۷۱	ب) دیانت
۷۳	ج) مکان و جغرافیای فرهنگی
۷۴	د) تاریخ و حافظه فرهنگی
۷۶	ه) نظام اجتماعی

۱. نظام خانواده	۷۶
۲. نظام آموزش	۷۷
۳. نظام اقتصادی	۷۸
۴. نظام فرهنگی	۷۸
۵. نظام سیاسی - حقوقی	۷۹
جمع‌بندی و نتیجه‌گیری	۸۲
منابع	۸۳

www.ketab.ir

پیشگفتار

در جوامع مصرف‌گرای هزاره سوم آنچه بیش از دیگر عناصر فرهنگی مورد هجومه واقع شده است هویت افراد و بخصوص هویت فرهنگی آنان است تا جایی که به زعم پیروان مکتب فرانکفورت به کالایی شدن انسان در جامعه‌ی سرمایه‌داری منجر شده است. زدودن هویت فرهنگی و هم‌ترازی آنان با کالاها و اشیاء، جوامع را به معضل از خود بیگانگی دچار ساخته است؛ در این جوامع انسان تنها با مصرف هویت یافته و خود را در قالب آنچه مصرف می‌کند، تعریف می‌نماید. جوامعی که افول اصول اخلاقی و تجمل‌گرایی از ویژگی‌های اساسی آن است و ارزش فرد با دارایی‌های مادی وی و آنچه مصرف می‌کند سنجیده می‌شود و در این میان مصرف کالاها و خدمات فرهنگی از جایگاه خاصی برخوردار است.

در دوران زدودن فرهنگ‌های ملی و محلی از جوامع و یکسان‌سازی فرهنگی در عصر جهانی‌سازی، عنصر نجات‌بخش دانش‌ها بازگشت به فرهنگ خویش و حفظ هویت فرهنگی است. تنها با حفظ هویت فرهنگی می‌توان به داشتن فرهنگی بالنده و جامعه‌ای مستقل امید داشت؛ جامعه‌ای که از اسلایم عناصر فرهنگی بیگانه مصون باشد.

با توجه به اهمیت حفظ و تقویت هویت فرهنگی جامعه‌ی ایرانی نگارندگان این مکتوب به این نتیجه رسیدند که شاید با معرفی عناصر تأثیرگذار بر هویت و مصرف فرهنگی بتوانند در جهت تقویت هویت فرهنگی و ملی ایرانیان مسیری را پیشنهاد کنند؛ چرا که اولین گام در حل مسأله، شناخت صحیح و درست از مشکل و عامل موجود است. بر همین اساس در این کتاب به بررسی و معرفی ابعاد و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر هویت و مصرف فرهنگی پرداخته شده است.

از آنجا که ممکن است این کتاب دارای نقایصی باشد که از دید مؤلفین دور مانده، از کلیه فرهنگ دوستان، صاحب‌نظران، اساتید و دانشجویان درخواست می‌شود نویسندگان را از نظرات، انتقادات و پیشنهادات سازنده خویش در زمینه رفع نواقص و غنی‌سازی هر چه بیشتر ادبیات موضوع یاری رسانند.

علیرضا مرادی^۱ - زهرا عزیزپوران^۲

آذر ۱۳۹۸