

مطالعات فرهنگی: اصول و مبانی

این کتاب دارای چهار فصل است شامل: تعریف فرهنگ، مطالعات فرهنگی، فرهنگ عامه، تغییر از اقتصادمحوری به فرهنگ‌گرایی.

در فصل اول، نویسنده قبل از تعریف فرهنگ، ابتدا به بررسی تحول و جایگاه مطالعات فرهنگ از قرن هجدهم تاکنون پرداخته و سپس برای تمایز میان مطالعات فرهنگی و تغییرات فرهنگی دو اصل کلی را بیان کرده است. در نگاه به فرهنگ از بیرون، به بحث درباره‌ی تقابل فرهنگ و طبیعت، اهمیت فرهنگ به معنای ترقی و پیشرفت، تولید مفهوم تمدن در تعامل یا تعارض با فرهنگ، کشف جهان جدید و حساسیت نسبت به تفاوت جهان غربی و شرقی و توجه به مطالعات قوم‌مداری در نشان دادن تمایز میان جوامع غربی و شرقی پرداخته شده است. در نگاه از درون به فرهنگ، به چگونگی شکل‌گیری مفهوم «خرده فرهنگ‌ها» در درون جامعه‌شناسی و بررسی فرهنگ از وجهی دیگر یعنی تماس و تمایز فرهنگ‌ها پرداخته شده است.

نویسنده پس از بیان این دو رویکرد در مطالعات فرهنگی به رویکردهای جدید نسبت به فرهنگ می‌پردازد: تمایز بین مفهوم فرهنگ و تمدن، تغییر مطالعات فرهنگ از بیرون به درون، تأکید بر فرهنگ‌ها به جای فرهنگ، نسبت‌گرایی فرهنگی، جایجایی فرهنگ از معنای تجویری و دستوری به معنای توصیفی، طرح مفاهیم متعدد برای شناسایی صورتهای گوناگون فرهنگ در علوم اجتماعی و نگاه متفاوت به فرهنگ. نویسنده پس از ارائه‌ی این مقدمات به تعریف از دیدگاه اندیشمندان در دو شیوه‌ی تلاش سنتی و تلاش مدرن در

نویسنده: دکتر مه‌ری بهار

تهران؛ ۱۳۸۶

ناشر: انتشارات سمت، ۲۰۸ صفحه

سکینه حاج علی



می‌کند، است، آخرین موضوع بررسی شده در این فصل است. در فصل چهارم، به بررسی مفهوم مصرف در فرهنگ عامه و تغییر نگاه از اقتصاد محوری به فرهنگ‌گرایی پرداخته شده است. ابتدا دیدگاه جامعه‌شناسی در رابطه با فرهنگ مصرف‌کننده بیان شده؛ سپس مفهوم فرهنگ مصرف‌کننده شرح داده شده است. در ادامه، مصرف تجملی و مصرف ضروری و در پی آن ظهور طبقات اجتماعی و محل حضور آنها بیان شده است. جامعه‌شناسی تولیدی گذشته و مصرفی امروز و نظریه‌های فرهنگ مصرف‌کننده (مخالفان مصرف، مصرف در ادامه‌ی تولید، منتقدان مصرف، فرهنگ مصرف و فرهنگ مصرف‌کننده) موضوعات بعدی مورد بررسی هستند. دیگر موضوع بررسی شده، در زمینه‌ی عوامل تغییر از مصرف سنتی به مدرن (از مد تا فرهنگ مصرف، مد و فرد گرایی) است. در ادامه، دیدگاه «هابرماس» درباره‌ی مصرف مد با تأکید بر نقش افراد و نهادهای مدنی و نوع مصرفی که در این مکان‌ها شکل می‌گیرد، بیان شده است. آخرین موضوع این فصل تجربه‌ی مطالعات فرهنگی در ایران است. در انتهای کتاب نویسنده، سایت‌ها و مجله‌های مربوط به مطالعات فرهنگی را معرفی و سؤالاتی برای فهم بهتر کتاب مطرح کرده است.

نتیجه‌گیری

کتابی که پیش رو دارید به بررسی اصول و مبانی مطالعات فرهنگی می‌پردازد. نویسنده در این کتاب سعی بر آن دارد تا خوانندگان را با برخی جنبه‌های مفهومی و کاربردی مطالعات فرهنگی از آغاز یعنی از قرن ۱۸ تاکنون آشنا سازد و کاربرد آن در شناسایی فرهنگ عامه و عوامل مؤثر بر فرهنگ عامه را بیان کند.

تعریف فرهنگ می‌پردازد. وی ترجیح داده که براساس سنت‌های فکری در علوم اجتماعی به تعریف فرهنگ بپردازد. بنابراین ابتدا به تعریف فرهنگ در دیدگاه انسان‌شناسی پرداخته شده و سپس تعریف فرهنگ در جامعه‌شناسی. در انتهای فصل روایت‌های نظری از فرهنگ در حوزه‌ها و نظریه‌های جامعه‌شناسی مطرح شده است: کارکردگرایی، تضاد، تفسیری، کنش متقابل نمادین به فرهنگ، ساختارگرایی و پسا ساختارگرایی.

در فصل دوم، به معرفی مطالعات فرهنگی، تعاریف، مباحث، نظریه و روش‌های مورد استفاده در آن پرداخته شده است. ابتدا مفهوم‌شناسی مطالعات فرهنگی و روش‌های آن و سپس رابطه‌ی آن با دیگر حوزه‌ها، روش‌های تحلیل فرهنگ (تحلیل انسان‌شناسان، تحلیل براساس تمایزها، تحلیل در مطالعات فرهنگی) بیان شده است. در ادامه موضوعات مورد نظر در مطالعات فرهنگی با توجه به مراحل شکل‌گیری آن براساس نگاه تاریخی، شرح داده شده است. همچنین مطالعات فرهنگی در آلمان، فرانسه، آمریکا، کانادا و ایران بررسی شده است. روش تحقیق در مطالعات فرهنگی با توجه به بحث «ترنر» و ارائه‌ی مدل تولید و مصرف فرهنگ آخرین موضوعات پرداخته شده در این فصل است.

در فصل سوم، به مفهوم فرهنگ عامه از منظر مطالعات فرهنگی از سه دیدگاه مفهومی و نظری (مخالفان هویت استقلال فرهنگ عامه، مدافعان استقلال فرهنگ عامه و معتقدان به وضعیت تعاملی فرهنگ عامه و فرهنگ سلطه) پرداخته شده است. سپس آراء و نظریات «میشل دوسرتو» و «جان فیسک» بررسی شده است. اصطلاح لغوی و مصادیق فرهنگ عامه که مهم‌ترین آن مصرف و آنچه توده مصرف