کتابشناسی دکتر علی اکبر فرهنگی

پروین راد، شهلا

استاد علی اکبر فرهنگی از آغاز جوانی دارای ذهنی ناآرام، جست‏وجوگر و پویا بود و همین ویژگی‏ها سبب شد که او به هر حوزه‏ای از دانش، از ادبیات گرفته تا علوم دینی و سپس زبان، مدیریت، جامعه‏شناسی، اقتصاد و ارتباطات وارد شود و در دو زمینه متفاوت، دو دکترا و یک فوق‏دکترا بگیرد.

وی در زمینه ارتباطات، دو اثر ارزنده «ارتباطات انسانی» و «ارتباطات غیرکلامی» را برای اولین بار در زبان فارسی پدید آورده که سال‏هاست متن درسی دانشگاه‏های مختلف کشور است.

شمار آثار دکتر فرهنگی به 22 عنوان کتاب می‏رسد که متأسفانه با همه کوششی که در این راه داشتیم، نتوانستیم در عمل بیش از یک‏سوم از آنها را بیابیم و معرفی کنیم. از این نظر، در این مقدمه، تنها به ذکر نام آن آثار اکتفا می‏کنیم.

مدیریت تحقیق و توسعه/ مدیریت دگرگونی و تحول/ مدیریت استرس/ تنش در محیط کار/ تعدیل اقتصادی و نیازهای مدیریتی/ مدیریت تغییر/ روزنامه‏نگاری/ نقش مدیران در تدوین و پیشبرد استراتژی کلی/ نظریه‏های ارتباط سازمانی/ فرهنگ علوم اجتماعی/ نظریه‏های جدید ارتباطات/ و ترجمه «گزیده اشعار اوکتاویوپاز».

دکتر فرهنگی سه کتاب «نظریه‏های فرهنگ عمومی»، «ارتباطات انسانی» (جلد دوم)، و «مدیریت تطبیقی» را نیز در دست چاپ دارد که به زودی منتشر خواهد شد.

ارتباط انسانی

نوشته: دکتر علی اکبر فرهنگی. چاپ هشتم، تهران، موءسسه خدمات فرهنگی رسا، 1384، (چاپ اول 1374)، 360 ص، وزیری.

ارتباطات انسانی در گستره علوم ارتباطات، عهده‏دار تبیین روابط میان افراد و روش‏هایی است، که می‏توان با مدد گرفتن از آنها، «روابط میان فردی» را غنا بخشیده، به گسترش آن کمک کند.

دکتر فرهنگی در این اثر کوشیده است با توجه به دشواری‏های ارتباطات فردی و اجتماعی موجود در جامعه در حال تحول کشورمان، با طرح مشکلات و ارایه طریق برای اصلاح و بهبود روابط میان فردی چاره‏سازی کند. کوششی که هدف آن، به تعبیر نویسنده «پیوند انسان‏ها به یکدیگر است، نه جدایی آنها از هم». و به دیگر سخن، «هدف پدید آوردن پل‏های تازه بوده، نه ایجاد دیوارها...»

انتشار هشت چاپ از کتاب دکتر فرهنگی در طی ده سال و با وجود مشکلات فراوان کاغذ و چاپ، نشانه استقبال عمومی و اقبال جامعه علمی کشور از اثری است، که جلد دوم آن، پس از ده سال، هنوز فرصت انتشار نیافته است. دکتر فرهنگی توضیح داده، که جلدهای بعدی این اثر، شامل مباحث ارتباطات در گروه، جمع و سازمان است.

چاپ اول ارتباطات انسانی دارای 9 فصل با عناوین زیر است:

ماهیت ارتباطات/ مدل‏های ارتباطی/ یادگیری و ارتباطات / اثربخشی در ارتباطات میان فردی/ شناخت از خویشتن خویش/ خویشتن و ارتباط با دیگران/ تفاهم با دیگران/ تمایل و نزدیکی براساس جاذبه‏های انسانی / و«ارتباطات غیرکلامی»

دکترفرهنگی در چاپ جدید این اثر، فصلی به 9 فصل پیشین افزوده و در آن، به اعتبار یا مقبولیت و مشروعیت منبع یا فرستنده پیام، پرداخته است.

اصول مدیریت

نوشته: هرولد کونتز - سیریل اودانل- هاینز ویهریخ.

ترجمه: علی اکبر فرهنگی - محمد علی طوسی - سیدامین الله علوی - اکبر مهدویان- چاپ چهارم، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی، 1377 (چاپ اول 1374)، 597 ص، وزیری.

انقلاب صنعتی در اروپا، نه تنها تولید انبوه را به جای تولید دستی گذاشت و سازمان‏های بزرگ اقتصادی را برپا ساخت، که در کیفیت اداره و کارگردانی سازمان‏هایی متناسب با این تولید، دگرگونی‏های نمایانی نیز پدیده آورد. در پی انقلاب صنعتی، دیوانسالاری نیز به صورت پاسخی به نیازهای برخاسته از تولید انبوه صنعتی، رشد یافتو مدیریت سازمان‏ها به صورت یک پدیده رفتاری، راه تحول در پیش گرفت و اصول و مفاهیم آن، تعیین وپذیرفته شد. این اصول در طول سال‏های متمادی به کار بسته شده و درستی آنها در عمل، پذیرفته شده است.

کتاب حاضر «اصول مدیریت» که به قلم چندتن از نویسندگان برجسته دانش مدیریت تهیه شده و در بسیاری از کشورهای جهان از آن به عنوان کتاب درسی در دانشکده‏های مدیریت استفاده می‏شود، دارای بیست و پنج فصل است و کار ترجمه آن، از سوی گروهی از اعضای هیئت علمی مرکز آموزش مدیریت دولتی و ازجمله استاد علی اکبر فرهنگی صورت گرفته است.

در یک دیدگاه کلی، ترجمه فصول مختلف کتاب چنین است:

پیش‏گفتار کتاب و فصل‏های اول تا پایان فصل هفتم و فصل‏های یازدهم و دوازدهم از سوی دکتر محمد علی طوسی.

فصل‏های نهم و دهم، از سوی دکتر علی اکبر فرهنگی.

فصل‏های سیزدهم تا پایان فصل شانزدهم و همچنین فصل‏های بیست و یکم تا پایان فصل بیست و پنجم از سوی دکتر امین‏الله علوی.

فصل‏های هفدهم تا بیستم به وسیله دکتر اکبر مهدویان ترجمه شده است.

پایه و نظریه علم مدیریت / برنامه‏ریزی / و «سازماندهی» بخش‏های سه‏گانه جلد اول کتاب را تشکیل می‏دهند.

ارتباطات غیرکلامی

نویسنده: دکتر علی اکبر فرهنگی. چاپ اول، میبد، دانشگاه آزاد اسلامی، 1375، 190 ص، وزیری.

در میان رشته‏های متعدد دانش ارتباطات، که از ارتباطات دو نفره میان فردی آغاز و به ارتباطات سازمانی و جمعی کشیده می‏شود، بخشی نیز به ارتباطات غیرکلامی می‏پردازد که به نوبه خود، دنیایی با مفاهیم گسترده خویش وباکارسازی اعجاب‏انگیز در روابط انسانی است. این رشته در زمانی کوتاه، جایگاهی والا و گسترده برای خود یافته و اکنون به صورت علمی همه جانبه مورد توجه صاحبان معرفت و هنر قرار گرفته است. شمار بسیاری از نویسندگان ارتباطات در این رشته تحقیقات ارزنده‏ای انجام داده‏اند، که در رأس آنها: «بیر دوهیتسل» ، «مهرابیان»، «آرجیل»، «هریسون» و «واتیز» قرار دادند، که تلاش آنها به درک، اهمیت و شناساندن زبان و«ارتباطات غیرکلامی» بسیار کمک کرده و دکتر فرهنگی د راین اثر در موارد متعدد به آراء آنها اشاره کرده است.

از آنجا که «تصویر» در تشخیص و تبیین رفتارهای غیرکلامی، نقش به سزایی دارد، نویسنده با استفاده از طرح‏های دختر هنرمندش (خانم چکارک - سارا فرهنگی)، درک مطالب ارتباطات غیرکلامی را برای همگان قابل تصور و فهم کرده است. نکته در خور اهمیت دیگر این که «ارتباطات غیرکلامی» اولین اثر در قلمرو دانش ارتباطات به زبان فارسی است.

کلیات ارتباطات غیرکلامی/ ویژگی ارتباط غیرکلامی / تفاوت‏های موجود میان ارتباطات کلامی و ارتباطات غیرکلامی / عملکرد ارتباطات غیرکلامی / نشانه‏های مربوط به فاصله و زبان / نشانه‏های دیداری / حرکات اندام‏ها / لامسه و ارتباطات / نشانه‏ها یا راهنماهای بیانی / و «تفسیر پیام‏های غیرکلامی» عناوین فصول یازده‏گانه کتاب را تشکیل می‏دهند.

مدیریت بازار

«مدیریت بازرگانی»

نوشته: دکتر علی اکبر فرهنگی - دکتر داود محب علی. چاپ سوم، تهران، انتشارات امیر کبیر، 1378، (چاپ اول 1375)، 381 ص، وزیری.

نویسندگان این اثر معتقدند که آغاز قرن بیست و یکم همراه با تحول شگرف در شرایط اقتصاد جهانی خواهد بود و این تحول، بیش از همه شامل کشورهایی خواهد شد که اقتصاد متکی به نفت داشته‏اند، چرا که دیگر «نفت» کنیه خود «طلای سیاه» را از دست داده و نمی‏تواند پشتوانه محکمی برای صاحبان آن باشد.

موءلفان کتاب بر این باورند که در قرن آینده، رفاه هر ملت به میزان تولید و ارزش افزوده‏ای که ایجاد می‏کند بستگی داشته و هر ملتی باید تلاش کند برای خود مزیت‏های رقابتی ویژه‏ای فراهم آورد.

موءلفان «مدیریت بازار» معتقدند که برای مواجه شدن با این شرایط، باید هر چه بیشتر به بحث مدیریت بازار توجه و عنایت کرد. از نظر آنها، امروزه وظیفه مدیریت، تنها در بازار توجه و عنایت کرد. از نظر آنها، امروزه وظیفه مدیریت، تنها در بازاریابی و فروش کالای قبلاً تولید شده خلاصه نمی‏شود، بلکه در مفهوم جدید، ترکیب مدیریت بازار

MANAGEMENT MARKETINGنیاز مصرف کنندگان را از طرف آنها اعلام و حتی در سلیقه مصرف‏کنندگان دخالت کند. تولیدکننده می‏گوید چه باید تولید کند تولیدش چه مشخصاتی باید داشته باشد و چگونه بسته‏بندی شود، علاوه بر آن، مصرف‏کننده را در مصرف کالای مورد نیاز راهنمایی می‏کند.

در این کتاب، موءلفان با عنایت به تجربیات خود، ازکتاب‏های مختلف MARKETINGبویژه از کتاب فیلیپ کانکر استفاده کرده و در فراهم ساخت نمودارها و جداول نیز، از کتاب «اصول مدیریت در رشته بازاریابی» نوشته کانکر و آرمسترانگ استفاده کرده‏اند.

مبانی اجتماعی مدیریت/ سنجش بازار و سیستم‏های اطلاعاتی بازار / بررسی شرایط محیط / بازارهای سازمانی و رفتارهای سازمانی / طراحی محصول جدید / استراتژی قیمت‏گذاری / و «بازاریابی بین‏المللی» بخشی از فصول نوزده‏گانه کتاب را تشکیل می‏دهند.

رستم درمغاک

سروده: دکتر علی اکبر فرهنگی. چاپ اول، تهران، موءسسه انتشاراتی روزنامه ایران، 1380، 119 ص، رقعی.

در خاندان فرهنگی، خط و خطاطی و شعر و شاعری دارای زمینه‏ای موروثی است.

پدر بزرگ دکتر فرهنگی «مرحوم شیخ مهدی طالقانی ملقب به غواص» از شاعرانی و مرثیه‏سرایان دوره قاجار بود. مرثیه‏های او هنوز هم در ایام محرم، در طالقان و تنکابن مورد استفاده مردم است. در چنین خانواده اهل ذوقی، طبیعی است که دکتر فرهنگی نیز به شعر و شاعری علاقه‏مند باشد.

اشعار پراکنده دکتر فرهنگی از سال‏ها پیش در نشریات فرهنگی - ادبی و بویژه در کیهان فرهنگی به چاپ رسیده و این دفتر «رستم در مغاک» گزیده‏ای از اشعار اوست که به اصرار دوستانش به زیور طبع آراسته شده است. جز این دفتر، ترجمه منتخبی از اشعار اوکتاویوپاز در دفتری مستقل، انعکاس دیگری از ابعاد روحی و ذوق شاعرانه دکتر فرهنگی است.

گرچه 61 قطعه شعری که در این دفتر فراهم آمده، هیچ یک تاریخ سرایش ندارند، اما همانگونه که درکتاب آمده است، این اشعار، حاصل چهل سال لحظات تنهایی، به خود اندیشیدن و در خود فرورفتن شاعر در غربت و در وطن است.

فرهنگی در اشعار این دفتر، گاه به فلسفه، زمانی به تاریخ و نوبتی نیز به مدیریت و ارتباطات انسانی که حوزه تحصصی اوست توجه کرده است. شعری از این دفتر را مرور کنیم:

من شاعرم.

من با کلام پیوند سختی دارم

من با کلام به تحلیل رفته‏ام

من در کلام تحلیل رفته‏ام

هرگز کلام را نباید آلود

تکنولوژی و تکامل فرهنگی

نوشته: دکتر علی اکبر فرهنگی. چاپ اول، تهران، فرهنگ خانه اسفار، بی‏تا، 102ص، رقعی.

سرزنش تکنولوژی برای تمام مشکلات پدید آمده در قرن بیستم و بخصوص در فرهنگ مغرب زمین، البته توجیهی منطقی به نظر می‏رسد، اما واقعاً پاسخ واقعی به مشکل نیست. برای یافتن توجیهی منطقی و موجه، ما می‏توانیم تمام نابسامانی‏های موجود را در دهه‏های اخیر، به گردن تکنولوژی و رشد بی‏رویه آن بیاندازیم. می‏توانیم بگوییم این تکنولوژی غیرانسانی بود، که رفتار ما انسان‏ها را با یکدیگر غیرانسانی کرده و دشواری‏های فراوانی را در ارتباطات انسانی و بین‏المللی پدید آورده است.

دکتر فرهنگی می‏گوید: در کشور عزیز ما در سال‏های اخیر، چه قبل و بعد از انقلاب، سوءالات متعددی درباره ماهیت تکنولوژی مطرح شده است و برخی از نویسندگان و متفکران نیز تلاش در پاسخ دادن به آنها کرده‏اند.

دکتر فرهنگی در این اثر که خود از دو مقاله مرتبط با تکنولوژی تشکیل شده و هر کدام به گونه‏ای مستقل تحریر شده‏اند، کوشیده است به نحوی عقلانی به سوءالات مرتبط با ماهیت تکنولوژی و تکامل فرهنگی پاسخ دهد.

در مقاله نخست: «آموزش اخلاقی و جامعه صنعتی»، مشخصات اخلاقی جوامح قرن هجدهم و رو به توسعه صنعتی مورد بررسی قرار گرفته و سپس به زمینه‏های تحول اخلاقی این جوامع توجه شده است و مقاله دوم: «تکنولوژی و تکامل فرهنگی»، به عنوان مقدمه‏ای بر جامعه‏شناسی صنعت و روابط صنعتی، تدوین شده است. دکتر فرهنگی در مقاله اخیر، به بحث‏های نظری تکنولوژی و فرهنگ و کنش متقابل، میان آنها پرداخته است.

مبانی ارتباطات

موءلفان: دکتر علی اکبر فرهنگی - غلامرضا آذری - چاپ اول، تهران، انتشارات سنجش، 1381، 238 ص، وزیری.

موءلفان این اثر، طی هشت بخش، مبانی کلی ارتباطات جمعی را برای داوطلبان آزمون کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی بازبانی ساده بیان کرده‏اند.

در بخش اول، با تعاریف، ریشه‏های تاریخی علم ارتباطات و فراز و فرودهای تاریخی این دانش آشنا می‏شویم.

در بخش دوم کتاب، مرور کوتاهی دارد بر وسایل ارتباطی و آثار و پی‏آمدهای ارتباطات.

بخش سوم، به نظریه‏پردازان پیشتاز ارتباطات پرداخته و نقش آنها را در شکل‏گیری دانش ارتباطات جدید به داوری نشسته است.

در بخش چهارم، دانشمندان و نظریه‏پردازان معاصر و دستاوردهای علمی آنان مورد بررسی قرار گرفته است.

در بخش پنجم به یکی از مهم‏ترین جنبه‏های علم ارتباطات، یعنی «ارتباطات انسانی» توجه شده، ساز و کارهای حاکم و نظریات مطرح شده در این زمینه تبیین و تحلیل شده است.

بخش ششم کتاب، ارتباطات میان فردی را که امروزه از جهات مختلف سازمانی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی حایز اهمیت است، مورد کندوکاو قرار داده است.

بخش هفتم کتاب، به ارتباطات کلامی اختصاص یافته است.

در بخش هشتم، ارتباطات غیرکلامی یا حرکتی را که اکنون دنیایی از مفاهیم و نظریات را با خود دارد مورد بررسی قرار گرفته و در بازشناسی آن کوشش شده است.

لازم به ذکر است که در پایان هر بخش، نکات کلیدی مطالب و سوءالات طبقه‏بندی شده آن بخش ذکر شده و در صفحات پایانی کتاب، پاسخنامه و سوءالات طبقه‏بندی شده نیز آمده است.

نظریه‏های ارتباطات سازمانی

موءلفان: دکتر علی اکبر فرهنگی - حسین صفرزاده - مهدی خادمی.

چاپ اول، تهران، موءسسه خدمات فرهنگی رسا، 1383، 282، وزیری.

دکتر فرهنگی معتقد است که ارتباطات موءثر، نه تنها کلید فتح تمام درهای بسته در جهان است، بلکه فعالیتی اجتناب‏ناپذیر و الزام آور برای زندگی فردی، گروهی، سازمانی و جمعی در تمام جوامع بشری نیز هست. او بر این باور است که در سازمان‏های معاصر، نظریه‏پردازان و مدیران کارکشته، از سال‏ها پیش به این حقیقت دست یافته‏اند که ارتباط موءثر عامل دستیابی آنان به اهداف سازمانی، بالارفتن تراز بهره‏وری و رضامندی کارکنان و ذینفع‏های راهبردی است. دکتر فرهنگی به عنوان متخصص ارتباطات و مدیریت، در این اثر توضیح می‏دهد که چگونه می‏تواند ارتباطات موءثر و بهینه را در سازمانی به کار گرفت؟ وی در این اثر کوشیده است با توجه به نظریه‏ها و مفاهیم اساسی ارتباطات سازمانی، قواعد و قوانین جهان شمول حاکم بر آنها را بیابد و به گونه‏ای خردگرایانه، روابط سازمانی مستمر در نظام سازمانی هزاره سوم را که مبتنی بر جریان آزاد و روان اطلاعات و سازوکارهای رقابتی چشمگیر است، تبیین و تدوین کند.