

روش تحلیل مسائل فرهنگی

رحیم زابر کعبه
دکترای جامعه‌شناسی



چکیده

فرهنگ از اهمیت بسیار زیادی برای افراد و جوامع برخوردار است. به همین دلیل تحلیل مسائل فرهنگی، به‌خصوص برای فراگیرندگان جامعه‌شناسی، ضرورت فراوان دارد. هدف این نوشته آموزش مهارت عملی تحلیل مسائل فرهنگی به فراگیرندگان جامعه‌شناسی است. به این منظور، ابتدا مقدمات تحلیل و سپس مهم‌ترین ابزار آن، یعنی نظریه‌های فرهنگی، توضیح داده شده‌اند. از آنجا که یکی از ویژگی‌های مهم فرهنگ، ثابت و متغیر بودن آن است، لذا نظریه‌های فرهنگی به دو نوع «ایستادگر» و «پویانگر» تقسیم شده‌اند. کاربرد عملی تحلیل مسائل فرهنگی بر مبنای نظریه‌های فرهنگی با ذکر مثال‌هایی ارائه شده است.

کلیدواژه‌ها: تحلیل فرهنگی، مسائل فرهنگی، نظریه فرهنگی، تغییر فرهنگی، تحول فرهنگی

مقدمه

چنان‌که می‌دانیم، از فرهنگ تعریف‌های متفاوتی به عمل آمده است، اما در بین این تعریف‌ها، تعریف آنتونی گیدنز^۱، جامعه‌شناس بریتانیایی، مقبولیت بیشتری دارد. وی فرهنگ را مجموعه‌ای از

ارزش‌هایی می‌داند که اعضای یک جامعه معین دارند و نیز هنجارهایی که از آن پیروی می‌کنند و کالاهایی مادی که تولید می‌کنند [گیدنز، ۱۳۷۳: ۳۶]. اگر همین تعریف را به لحاظ دایره معنایی گسترش دهیم، فرهنگ حاوی باورها، ارزش‌ها، هنجارها و نمادهاست. دو مورد اول بیانگر لایه‌های عمیق و غیرمادی و دو مورد بعدی بیانگر لایه‌های سطحی و مادی فرهنگ به شمار می‌روند.

فرهنگ برای افراد و جوامع از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است، چرا که اهداف، انتخاب‌ها و معنای زندگی افراد و جوامع از باورها و ارزش‌ها یا همان فرهنگ متأثر است. به عبارت دیگر، در سطح خرد، همه افراد ارزش‌هایی دارند که مبنای تصمیم‌گیری و اقدامات عملی آن‌هاست. در سطح کلان نیز سیاست‌گذاری‌های کلان‌کشوری که حکومت‌ها اتخاذ می‌کنند، منعکس‌کننده اولویت ارزش‌های فرهنگی جامعه است [ابراهیم‌بای، ۱۳۸۵: ۱۱۶]. در نهایت اینکه فرهنگ، جهان اجتماعی ما را گسترش می‌دهد و ما را از تنگنای جهان فعلی بیرون می‌برد و در صحنه گسترده معاصران، گذشتگان و آیندگان قرار می‌دهد. با این کار موجبات رشد و شکوفایی بیشتر ما را فراهم می‌آورد. با توجه به اهمیت فرهنگ، شناخت و تحلیل فرهنگ و مسائل فرهنگی، به‌خصوص برای دانش‌آموزان و دانشجویان جامعه‌شناسی، ضروری است. آنان باید توان فکری و مهارت عملی را برای تجزیه و

تحلیل مسائل و دگرگونی‌های فرهنگی به دست آورند و در تفسیر و فهم عمیق‌تر سازوکارهای زندگی روزمره و تعاملات فرهنگی توانمند باشند. چرا که با کسب مهارت تحلیل فرهنگی می‌توانند مسائل روزمره زندگی خویش را تجزیه و تحلیل کنند، برای حل آن‌ها چاره بیندیشند و مسئولیت خویش را در قبال بهبود و اصلاح آن‌ها ایفا کنند [سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، ۱۳۹۹: ۶]. بنابراین، هدف نوشته حاضر این است که نحوه تحلیل مسائل فرهنگی را به‌عنوان یک مهارت عملی آموزش دهد.

چگونگی انجام تحلیل

هر تحلیلی به قصد یافتن پاسخی برای سؤال یا مسئله‌ای است. منظور از مسئله یا سؤال، ناسازگاری یا فاصله بین وضعیت موجود با وضعیت مطلوب است. از آنجا که موضوع این نوشته فرهنگ و مسائل فرهنگی است، لذا می‌توان مسئله فرهنگی را فاصله یا ناسازگاری بین وضعیت فرهنگی موجود با وضعیت فرهنگی مطلوب دانست. چنانکه فاصله یا ناسازگاری بین ارزش‌های نهادی با هنجارهای نهادی از نظر **مرتون**، فاصله یا ناسازگاری بین هنجارها و افراد یا ناسازگاری بین هنجارها نزد **دورکیم**، فاصله یا ناسازگاری میان ساخت ارزشی و ساخت محیطی در اندیشه **چالمرز جانسون**، فاصله یا غلبه عقلانیت نظام (عقلانیت ابزاری) بر عقلانیت زیست‌جهان (عقلانیت ارتباطی) در اندیشه **هابرماس**، فاصله یا غلبه عقلانیت معطوف به هدف بر عقلانیت ذاتی و نظری در تفکر **وبر**، نشانه وجود مسئله در وضع موجود هستند [ساعی، ۱۳۹۲: ۴۹].

برای تحلیل مسائل فرهنگی، انجام برخی مقدمات تحلیل لازم است. این مقدمات به‌صورت پنج گام معرفی شده‌اند. البته شماره این گام‌ها ضرورتاً به معنی ترتیب زمانی نیست. اولین گام برای تحلیل فرهنگی، «طرح درست و دقیق سؤال یا مسئله فرهنگی» است. به قول **استیون ایساک**، هر گاه مسئله‌ای درست بیان شده باشد، نیمی از پاسخ آن داده شده است [دلاور، ۱۳۸۴: ۸۵]. در مورد طرح درست سؤال می‌توان به سؤال **پوپر**، فیلسوف سیاسی، در کتاب «جامعه باز و دشمنان آن» اشاره کرد. وی در جست‌وجوی نظام عادلانه سیاسی، پرسش کلاسیک افلاطونی در مورد دولت را مبنی بر اینکه «چه کسی باید حکومت کند؟»، پرسشی نادرست می‌داند. به عقیده وی، چنین پرسشی، پاسخی مرجعیت‌گرفته می‌طلبد. به این معنی که پاسخ‌هایی چون حکومت فیلسوفان، نخبگان، کارگران و غیره را تداعی می‌کند. وی بر همین مبنا به‌جای پرسش «چه کسی باید حکومت کند؟» پرسش «چگونه باید حکومت کند؟» را طرح می‌کند و به این ترتیب گامی اساسی در مسیر دموکراتیک‌شدن حکومت‌ها برمی‌دارد.

دومین گام، «تعریف دقیق سؤال یا مسئله فرهنگی» است، زیرا اکثر متغیرهای مورد استفاده در علوم اجتماعی، مفاهیمی ذهنی و اعتباری هستند. منظور از اعتباری بودن این است که وجود آن‌ها وجودی

غیرحقیقی است. آن‌ها به‌صورت عینی در بیرون از ذهن وجود ندارند، بلکه براساس اعتباری که انسان‌ها در جامعه برای آن‌ها قائل هستند، وجود دارند. بنابراین، مفاهیم علوم اجتماعی باید به‌صورت دقیق تعریف شوند تا حوزه مفهومی و ابعاد آن‌ها برای همگان به‌طور یکسان روشن شود و همه به درک واحد و مشترکی از مسئله دست یابند. در واقع، «مفاهیم همچون بلوک‌هایی هستند که ساختمان تحلیل به‌وسیله آن‌ها ساخته می‌شود» [دلاور، ۱۳۸۴: ۵۳]. مثلاً در این سؤال که: «فرهنگ سیاسی حاکم بر ایران چگونه است؟» «فرهنگ سیاسی» یک متغیر کلیدی است و باید تعریف شود. لذا می‌توان آن را مجموعه‌ای از نگرش‌ها و جهت‌گیری‌های اعضای یک جامعه نسبت به نظام سیاسی، نخبگان سیاسی و قدرت سیاسی تعریف کرد [ازغندی، ۱۳۸۵: ۷۴]. هر کدام از شاخص‌های این تعریف، مثل نظام سیاسی، نخبگان سیاسی و قدرت سیاسی، باز هم به تعریف نیاز دارند. خلاصه اینکه طرح و تعریف درست و دقیق مسئله، نقطه شروع تحلیل است و تا پایان تحلیل قطب‌نمای تحلیل محسوب می‌شود.

سومین گام، «مطالعه دقیق و جامع مسئله فرهنگی» مورد نظر است. چرا که هر چه مطالعه درباره یک مسئله دقیق و جامع باشد، به همان میزان، تحلیل هم دقیق و جامع خواهد بود. به عبارت دیگر، اگر ذهن تحلیلگر فرهنگی را به یک پردازشگر تشبیه کنیم، با ورود داده و اطلاعات کامل و دقیق می‌توان تحلیلی درست و دقیق را به‌عنوان خروجی انتظار داشت. یعنی با اطلاعات ناقص و غیردقیق از مسئله‌ای فرهنگی، نمی‌توان تحلیلی درست و دقیق ارائه کرد. مثلاً برای سؤال «فرهنگ سیاسی حاکم بر ایران چگونه است؟» باید اطلاعات دقیق و جامعی از فرهنگ سیاسی ایرانی در طول دوره‌های تاریخی مختلف ایران گردآورد. البته در گردآوری اطلاعات نیز باید به منابع دست اول، کتاب‌ها و مقالات صاحب‌نظران مطرح در آن زمینه رجوع کرد.

چهارمین گام، «مشخص کردن سطوح تحلیل مسئله فرهنگی» است. سطوح تحلیل عبارت‌اند از: سطح خرد شامل متغیرهایی چون افراد، نقش‌ها و کارگزاران؛ سطح میانی شامل متغیرهایی چون سازمان‌ها، نهادها و گروه‌ها، و در نهایت، سطح کلان شامل متغیرهایی چون جوامع و کشورها که به‌عنوان واحدهای تحلیل در نظر گرفته می‌شوند. در سؤال «فرهنگ سیاسی حاکم بر ایران چگونه است؟» مسئله در سطح کلان، یعنی ایران، مطرح شده است.

اینکه تحلیلگر برای تحلیل واقعیت مورد نظر خود کدام سطح از تحلیل را اختیار کند، برداشت او از واقعیت را متفاوت خواهد کرد. بنابراین، هر سطح تحلیل دارای متغیرها، نظریه‌ها و روش‌های تحلیل خاص خود است. البته باید توجه داشت، سطوح سه‌گانه تحلیل در رابطه با یکدیگر قابل تعریف هستند و مرز مشخص و مطلق بین آن‌ها وجود ندارد. مثلاً در تحلیل «نام‌گذاری کودکان»، نام‌گذاری در شهر تبریز در مقایسه با نام‌گذاری در استان آذربایجان شرقی، یک سطح



خرد محسوب می‌شود؛ در حالی که نام‌گذاری در شهر تبریز نسبت به نام‌گذاری در یک محله آن، سطح کلان‌شمرد می‌شود.

پنجمین گام، «مشخص کردن نوع مسئله یا سؤال» است. مسائل یا سؤالات قابل طرح در علم را در حالت کلی می‌توان به دو نوع اصلی تقسیم‌بندی کرد: «سؤالات توصیفی» (بیانگر چیستی و چگونگی) و «سؤالات تحلیلی» (بیانگر چرایی). مسائل یا سؤالات، توصیفی بر چگونگی تحلیل مسئله مورد نظر ناظر هستند؛ مثل سؤال «فرهنگ سیاسی حاکم بر ایران چگونه است؟» در حالی که مسائل یا سؤالات تحلیلی، بر چرایی مسئله مورد نظر ناظرند؛ مثل این سؤال: «چرا فرهنگ سیاسی حاکم بر ایران تبعی است؟»

بنابراین، در مسائل یا سؤالات توصیفی به دنبال چگونگی صفات هر یک از متغیرها هستیم، در حالی که در سؤالات تحلیلی، می‌خواهیم رابطه بین متغیرها را نشان دهیم [ساعی، ۱۳۸۷: ۱۴۰ و ۱۴۲]. به عبارت دیگر، متغیرهای یک مسئله به‌طور مجرد و مجزا آزمون نمی‌شوند، بلکه رابطه بین آن‌هاست که به‌بوتۀ تحلیل گذاشته می‌شود [دلاور، ۱۳۸۴: ۸۹]. بنابراین، تحلیل هرگز با عناصر یا واحدهای خاص سروکار ندارد، بلکه بیانگر رابطه میان عناصر است. زیرا عناصر در ذات خود معنایی ندارند، بلکه معنای آن‌ها از شیوۀ آرایششان در کنار عناصر دیگر یا از موقعیت‌های خاص تاریخی سرچشمه می‌گیرد [سیلورمن، ۱۳۸۱: ۷۷ و ۵۰]. به این ترتیب، رابطه بین متغیرهای یک مسئله، نیاز به تحلیل راضوری می‌کند، و گرنه برای توصیف متغیرهای منفرد و مجزا، صرف توصیف کافی است. پنج گامی که برای تحلیل مسائل فرهنگی بیان شد، در واقع مقدمات تحلیل بودند. اکنون مهم‌ترین ابزار تحلیل مسائل فرهنگی معرفی می‌شود. مهم‌ترین ابزاری که تحلیلگر مسائل فرهنگی قادر است از طریق آن روابط بین متغیرهای مربوط به یک مسئله یا سؤال فرهنگی را به نحو منطقی و روشن تحلیل کند، «استفاده از نظریه‌های فرهنگی» است. چرا که نظریه در تعریف قیاسی بیانگر روابط منطقی بین مجموعه‌ای از قضایاست که برای تحلیل بخشی از واقعیت به کار می‌روند [معمار، ۱۳۹۰: ۱۳۵]. بر این اساس، نظریه‌ها راهنمای تحلیلگر در تفسیر مشاهداتش هستند که به کمک آن‌ها می‌تواند مشاهدات پراکنده‌اش را منظم کند. در تعبیر دیگر، نظریه‌ها همچون توری هستند که ما داده‌های پراکنده عالم واقع را از طریق آن‌ها صید می‌کنیم [دوج و کراوس، ۱۳۷۴: ۶]. در نهایت، نظریه‌ها همچون عینکی هستند که ما از پشت آن‌ها به پدیده‌ها می‌نگریم و بسته به هر نظریه‌ای، تحلیل و تفسیرهای خاصی از موضوع مورد نظر به دست می‌دهیم [دوس، ۱۳۷۶: ۲۶]. با توجه به چنین اهمیت‌هایی است که عده‌ای معتقدند «هدف نهایی علم، صورت‌بندی نظریه است» [دلاور، ۱۳۸۲: ۲۱].

نظریه‌های تحلیل فرهنگی

یکی از ویژگی‌های مهم فرهنگ، ثابت و متغیر بودن آن است. منظور از ثابت بودن، ثبات نسبی ساختارهای فرهنگی است که در طول سالیان

متمدای بقا یافته و به حیات خود ادامه می‌دهند. منظور از متغیر بودن نیز تغییر و تحولات فرهنگی است. برای بررسی ابعاد ثابت و متغیر فرهنگ می‌توان نظریه‌های تحلیل مسائل فرهنگی را به دو نوع ایستانگر و پویانگر تقسیم‌بندی کرد:

الف. تحلیل ایستانگر از مسائل فرهنگی

در این تحلیل، تحلیلگر به مسئله فرهنگی نگاه مقطعی دارد. یعنی صرفاً مسئله را براساس موقعیت فعلی آن بررسی می‌کند؛ بدون اینکه توجهی به تحولات مسئله مورد نظر در طی زمان داشته باشد. در واقع، شناسایی مسئله، مستقل از زمان و محیطش انجام می‌گیرد. به عبارت ساده‌تر، تحلیل ایستا مثل عمل عکس‌گرفتن است که فقط یک لحظه از زمان را نشان می‌دهد [زایرکعبه، ۱۳۹۹: ۹۴]. به این ترتیب، تحلیل فرهنگ توده‌ای مدرن، تحلیل روابط بین عناصر فرهنگی، تحلیل رابطه نظام فرهنگی با دیگر نظام‌ها چون سیاست، اقتصاد، دین، خانواده و غیره، در قالب تحلیل فرهنگی ایستانگر انجام‌پذیر است. اکنون از بین نظریه‌های فرهنگی، سه نظریه مهم و عمده‌ای توضیح داده می‌شوند که پدیده‌های فرهنگی را بر مبنای رویکرد ایستانگر تحلیل می‌کنند.

۱. نظریه‌های مارکسیستی فرهنگ

در این حوزه می‌توان به اصول عقاید مارکسیسم درباره فرهنگ، دیدگاه صاحب‌نظران مکتب فرانکفورت و نو مارکسیست‌ها، از جمله گرامشی و آلتوسر اشاره کرد. در نظریه‌های مارکسیستی، فهم از فرهنگ مدرن و توده‌ای بر حسب مفهوم ایدئولوژی صورت می‌گیرد. ایدئولوژی نیز همان ایده‌های طبقه حاکم است. بنابراین، لازمه فهم فرهنگ، فهم منافع طبقه حاکم و در نهایت فهم روابط تولید و زیربنای اقتصادی است. به‌طور کلی، دیدگاه فرهنگ برساخته و فرآورده کنش‌ها و کردارهای طبقات اجتماعی است و کار ویژه و اصلی آن توجیه منافع آن طبقات، به‌ویژه از راه رسانه‌های گروهی است. بر این اساس، رسانه‌های گروهی مدرن در مشروعیت بخشیدن به نابرابری‌های موجود در قدرت و ثروت نقش مهمی ایفا می‌کنند و آن‌ها را برای طبقات پایین طبیعی جلوه می‌دهند. از دیدگاه مکتب فرانکفورت^۱، کل فرهنگ مردمی مدرن، چیزی جز فرهنگ توده‌ای نیست و این فرهنگ نیز در اساس فرهنگی تجاری یا تجارت‌زده است که به‌صورت انبوه تولید و مصرف می‌شود. مصرف‌کنندگان آن هم توده‌هایی بی‌تمیز و منفعل هستند و قدرت تشخیص ندارند. فرهنگ توده‌ای از بالا تحمیل می‌شود و در آن عناصری خودجوش که از درون زندگی مردم برخاسته باشند، نمی‌توان یافت. فرهنگ توده‌ای صرفاً ابزار سلطه و استیلاست و هیچ نسبتی با مقاومت در مقابل قدرت ندارد، در حالی که در نظریه هژمونی گرامشی^۲، نظریه‌پرداز مارکسیست، فرآورده‌های فرهنگ توده‌ای مدرن، برخلاف نظریه مکتب فرانکفورت، تک‌معنی، در بسته، تحمیلی و صرفاً ابزار سلطه نیستند و مظهر انحطاط جامعه سرمایه‌داری جدید محسوب

نمی‌شوند. همچنین، طبق نظریات ساخت‌گرایانه، با مخاطبان کاملاً منفعل و نقش‌پذیر سروکار ندارند، بلکه آمیزه‌ای از جریان‌های فرهنگی از بالا و از پایین، تحمیلی، خودجوش، سلطه‌گرانه و مقاومت‌آمیزند [بشیریه، ۱۳۷۹: ۴۰-۱۷].

برای تحلیل مسائل فرهنگی بر اساس نظریه مارکسیستی می‌توان تولید انواع برنامه‌های اجتماعی و فرهنگی در کانال‌های ماهواره‌ای از سوی کشورهای غربی، به‌خصوص آمریکا را برای کشورهای توسعه‌نیافته مثال زد. چرا که براساس نظریه مارکسیستی از فرهنگ، این‌گونه برنامه‌ها بیشتر در راستای توجیه ایدئولوژی و منافع سرمایه‌داری قابل تحلیل هستند. همچنین، تبلیغ انواع محصولات مصرفی غیرضروری در رسانه‌های گروهی و فضای اینترنتی را می‌توان در راستای خلق فرهنگ توده‌ای تحلیل کرد که جهان سرمایه‌داری از طریق آن‌ها موجب به انفعال کشیدن مردم جامعه و تحمیل فرهنگ از بالا به پایین می‌شود.

۲. نظریه‌های ساخت‌گرایی فرهنگ

در این حیطه می‌توان به نظریات **سوسور** در زبان‌شناسی و **لوی استروس** در انسان‌شناسی اشاره کرد. از دیدگاه ساخت‌گرایان، هر فرهنگی مانند زبان یا سخن، ساختاری اساسی دارد و هر جزء یا فرآورده خاص فرهنگی، تنها در درون کل ساختاری معنا می‌یابد. ساختار درونی در مظاهر و فرآورده‌های گوناگون بازتاب می‌شوند. بنابراین، ساخت‌گرایی به روابط زیربنایی موجود در متون و کردارهای فرهنگی نظر دارد. از این‌رو تحلیل فرهنگی مستلزم کشف ساختارهای فرهنگی نهفته در پس پدیدارهای فرهنگی است. ساختارهای اساسی موجد معنا هستند. کردارهای متون فرهنگی هم مانند زبان ساختار و پدیدار دارند و معنا در سطح پدیدارها، محصول ساختار نهفته است. لذا تا ساختار و قواعد اساسی آن را در نیابیم، پدیدارهای فرهنگی را در نخواهیم یافت [بشیریه، ۱۳۷۹: ۸۰-۶۹].

نظریه نشانه‌شناسی را نیز می‌توان زیرمجموعه نظریه ساختارگرایی قرار داد، چرا که موضوع نشانه‌شناسی، بررسی شیوه تولید نظام نشانه‌های معنابخش است. از دیدگاه نشانه‌شناسی، نشانه‌ها، معانی و فهم واقعیت را ممکن می‌سازند. در واقع، نشانه‌شناسی و ساختارگرایی از یکدیگر جدایی‌پذیر نیستند. زیرا در مطالعه نشانه‌ها باید نظام روابطی را بررسی کرد که اجازه تولید معنا را می‌دهد. در مقابل، تنها زمانی می‌توان تعیین کرد روابط موجود میان عناصر چیست که آن‌ها را به‌عنوان نشانه در نظر بگیریم. به این ترتیب، ساختارگرایی بر تشخیص این مسئله مبتنی است که اگر اعمال و تولیدات انسانی معنایی دارند، باید یک نظام زیرین مرکب از تمایزها و قراردادهای وجود داشته باشد که این معنا را امکان‌پذیر کند [برگر، ۱۳۸۵: ۱۱۵].

برای تحلیل مسائل فرهنگی براساس نظریه ساختارگرایی، تحلیل **لوی اشتراوس**، انسان‌شناس فرانسوی، درباره اسطوره‌های فرهنگی بررسی می‌شود. وی معنای اسطوره‌های فرهنگی را در سطح ساختاری ناآگاهانه آن‌ها جست‌وجو می‌کند. به این صورت که: نخست، شماری از گونه‌های یک اسطوره خاص را بررسی می‌کند. دوم، در این گونه‌ها،

عناصر موضوعی بنیادی را از طریق جفت‌های متضاد، از یکدیگر جدا می‌کند؛ مثل عنصر مقدس از نامقدس. سوم، نموداری از الگوهای پیچیده‌ای را ترسیم می‌کند که در آن‌ها عناصر موضوعی هر یک از گونه‌ها در هم بافته شده‌اند. چهارم، جدولی از جابه‌جایی‌های احتمالی میان این عناصر تهیه می‌کند. پنجم، خود این جدول به ساختار تبدیل می‌شود و یک موضوع تحلیلی عامی را به دست می‌دهد که تنها در این سطح می‌توان روابط ضروری عناصر اسطوره را بازساخت و پی برد آن پدیده تجربی که در آغاز مشاهده شد، تنها یکی از ترکیب‌های احتمالی اسطوره را تشکیل می‌دهد.

سرانجام، چنین جدول یا ساختاری به تحلیلگر اجازه می‌دهد نه تنها اسطوره به معنای عام آن را در یابد، بلکه در بازه معنای یک اسطوره خاص در چارچوب یک جامعه معین نیز فرضیه‌پردازی کند [ریترز، ۱۳۷۴: ۵۴۷]. به این ترتیب، اشتراوس معتقد است کشف معنای اسطوره را در عناصر مجزای آن نمی‌توان یافت، بلکه در چگونگی ترکیب روابط عناصر آن می‌توان پیدا کرد؛ همچنان که معنای یک جمله از رابطه میان کلمات جمله به دست می‌آید [برگر، ۱۳۸۵: ۱۳۷].

پی‌نوشت‌ها

1. Anthony Giddens
2. Stephen Isaac
3. Karl Popper
۴. مکتب فرانکفورت در دهه ۱۹۳۰ توسط ماکس هورکهایمر در دانشگاه فرانکفورت آلمان بنیانگذاری شد.
5. Antonio Gramsci
6. Levi Strauss

منابع

۱. ابراهیم‌بای سلامی، غلام‌حیدر (۱۳۸۵). فرهنگ و سیاست‌گذاری در ایران. فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات. ش ۵.
۲. ازغندی، علیرضا (۱۳۸۵). درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران. نشر قومس. تهران.
۳. اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۱). تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی. ترجمه مریم وتر. انتشارات کویر. تهران.
۴. برگر، آرتور آسا (۱۳۸۵). نقد فرهنگی. ترجمه حمیرا مشیرزاده. انتشارات باز (مرکز بازشناسی اسلام و ایران). تهران.
۵. بشیریه، حسین (۱۳۷۹). نظریه‌های فرهنگ در قرن بیستم. نشر آینده پویان. تهران.
۶. پوپر، کارل (۱۳۸۴). جامعه باز و دشمنان آن. ترجمه عزت‌الله فولادوند. انتشارات خوارزمی. تهران.
۷. جمشیدی، غلامرضا؛ فولادیان، مجید (۱۳۹۰). بررسی تحولات فرهنگ عمومی در ایران براساس تحلیل نام‌گذاری. نشریه مطالعات فرهنگی و ارتباطات. سال ۷، ش ۲۴.
۸. دلاور، علی (۱۳۸۴). مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی. نشر رشد. تهران.
۹. دوچ، مورتون؛ کراوس، روبرتم (۱۳۷۴). نظریه‌ها در روان‌شناسی اجتماعی. ترجمه مرتضی کتبی. انتشارات دانشگاه تهران.
۱۰. دوس، دی‌ای (۱۳۷۶). روش پیمایش در تحقیق اجتماعی. ترجمه مریم رفعت‌جاه و رخساره کاظم. مرکز ملی مطالعات و سنجش افکار عمومی. تهران.
۱۱. ذکایی، محمدسعید؛ ولیزاده، وحید (۱۳۸۸). فرهنگ جوانان و تلفن همراه. نشریه تحقیقات فرهنگی ایران. دوره ۲، ش ۳.
۱۲. ریترز، جورج (۱۳۷۴). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه محسن ثلاثی. انتشارات علمی.

