

سیاستگذاری پژوهش و توسعه در سازمان‌های فرهنگی مردم‌شناسانه: مطالعه موردی صنایع فرهنگی

داود غرایاق زندی*

استادیار علوم سیاسی پژوهشکده مطالعات راهبردی

سویل ماکویی

کارشناسی ارشد سیاستگذاری عمومی دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت: ۹۳/۱۱/۱۱ تاریخ پذیرش: ۹۴/۳/۱)

چکیده

پژوهش و توسعه (R&D) اشاره به اثر خلاقانه و کارآفرینانه با روال قاعده‌مند برای افزایش دانش درباره انسان، فرهنگ و جامعه و استفاده آن دانش برای کارکردهای جدید است. پژوهش و توسعه معمولاً در حوزه‌های صنعتی، فناوری و دارویی به کار می‌رود. اما از آنجا که حوزه فرهنگی نیز نیاز به تداوم و گسترش دارد، انجام پژوهش توسعه‌ای امری ضروری در سازمان‌های فرهنگی مردم‌شناسانه محسوب می‌گردد. بر این اساس پرسش محوری مقاله این است که سازمان‌های فرهنگی برای استفاده از پژوهش و توسعه رایج در سازمان‌های صنعتی چه الزاماتی را باید رعایت کنند. تأکید این مقاله بر سازمان‌های فرهنگی مردم‌شناسانه است و پنج الزام مهم بازنگریستن به محیط پیرامونی، نگاه مبادله‌ای داشتن، استفاده از امکانات رسانه‌ای، بهره‌گیری از ویژگی‌های هنری و در نهایت توجه به الزامات فناورانه ضروری می‌باشند.

واژگان کلیدی: پژوهش و توسعه، سازمان فرهنگی، سازمان مردم‌شناختی، صنایع فرهنگی

* Email: gh_zandi@hotmail.com

۱- مقدمه

پژوهش و توسعه^۱ تلاش کشورهای صنعتی برای نزدیک کردن دانشگاه به ساختار تصمیم‌گیری سازمانی یا ملی است. این کار، پژوهش را در راستای نیاز جامعه مورد استفاده قرار می‌دهد. موضوعاتی که در این زمینه مورد استفاده قرار گرفته در مورد مسایل صنعتی، دستیابی به فناوری مورد نیاز و در نهایت مسایل دارویی می‌باشند. در این حوزه‌ها پژوهش عمدتاً کمی است و امکان استفاده از پژوهش به واسطه نزدیکی پژوهش به علوم دقیقه امکان کاربردی کردن آن را راحت‌تر فراهم می‌سازد. در این نوع مطالعات مهم‌ترین موضوع این است که چگونه می‌توان دو نهاد بسیار مهم دانشگاه را که کار پژوهشی انجام می‌دهد و نهاد سازمانی یا ملی را که نیاز به تصمیم درست‌تر و اندیشیده‌تر دارد، را با هم نزدیک کرد، به گونه‌ای که ضمن درک یکدیگر علی‌رغم تمام تفاوت‌های آن‌ها، راه و مسیر مشترکی برای ایجاد توسعه و پیشرفت طی کنند.

اما زمانی که قرار است پژوهش در خدمت مسایل فرهنگی قرار گیرد، مشکل دوچندان می‌شود؛ زیرا از یک سو، نه تنها پژوهش در مسایل فرهنگی عمدتاً باید پوزیتیویستی^۲ باشد تا امکان کاربردی کردن آن فراهم آید، بلکه از سوی دیگر ملزومات و سازمان‌های فرهنگی نیز با مسایل پیچیده‌تری مواجه هستند. برای نمونه پیشرفت و توسعه در صنایع و فناوری و مسایل دارویی تا حد زیادی مشخص است. در صنعت امکان بالا رفتن بهره‌وری اهمیت دارد. در فناوری این امکان راحت‌تر، سریع‌تر و مناسب‌تر مورد توجه می‌باشد و یا در مسایل دارویی مقابله، ریشه‌کنی و نابودی بیماری مدنظر است. هر پژوهشی که به این اهداف کمک کنند، گامی در توسعه و پیشرفت یک سازمان و یا یک کشور برداشته‌اند. اما زمانی که قرار است وارد مفهوم پیشرفت و توسعه در حوزه فرهنگی شویم، با دو مشکل جدی تعریف توسعه و در مرحله بعد توسعه در یک زمینه و بستر فرهنگی مواجه می‌شویم. برای نمونه حفظ آثار فرهنگی یک کشور چه نوع پیشرفتی محسوب می‌گردد و فرسایش و تخریب آن چگونه باعث عقب‌ماندگی می‌شود. آیا توسعه و پیشرفت در مسایل فرهنگی به این معنی است که ما از نفوذ فرهنگ دیگران مصون بمانیم یا این مرحله تنها مرحله‌ای تدافعی است و باید امکان نفوذ و تأثیرگذاری بر دیگران را داشته باشیم. بدیهی است پرداختن به مفهوم مشترک توسعه در این نوع پژوهش‌ها کار مشکلی است و همین امر نوع پژوهش را ممکن است از روش پوزیتیویستی به روش‌های دیگر نظری و تفهیمی و مشارکتی منتقل سازد که به مراتب امکان کاربردی کردن آن مشکل خواهد بود.

1 - Research and Development (R&D)

2 - positivistic

هدف از طرح این موضوع این نیست که امکان عملیاتی کردن مسایل فرهنگی و کاربردی کردن آن برای توسعه مقدور نیست، بلکه هدف این است که از پژوهش و توسعه در سازمان‌های فرهنگی استفاده کرد و این استفاده به مراتب از کاربردهای صنعتی، فناورانه و دارویی مشکل‌تر است، اما این امر شدنی است و یا لاقلاً روش‌های پژوهش قابل قبولی برای عملیاتی کردن حتی پژوهش‌های فرابزیتویستی به خوراک تصمیم‌گیری سازمانی و ملی وجود دارد که در این جا ضمن پرداختن به آن، یک مورد مطالعاتی بسیار مهم آن به عنوان نمونه طرح می‌شود.

برای بررسی پژوهش و توسعه در سازمان‌های فرهنگی ابتدا نیاز است تا مفهوم پژوهش و توسعه طرح گردد، سپس الزامات سیاستگذاری پژوهش و توسعه در سازمان‌های فرهنگی مردم‌شناسانه مورد تأکید قرار گیرد. علت عمده انتخاب سازمان فرهنگی مردم‌شناسانه به این دلیل است که این نوع مباحث فرهنگی به واسطه داشتن مخاطبان وسیع‌تر و امکان گرایش به سوی محصولات فرهنگی دیگر کشورها بیشتر باید مدنظر قرار گیرند. در نهایت امکان این امر را با مطالعه موردی صنعت فرهنگی مورد بررسی بیشتر قرار می‌دهیم.

۲- مباحث نظری

در این جا با توجه به بحث، دو مسئله نظری از اهمیت بیشتری برخوردار است: نخست بحث سیاستگذاری فرهنگی و دیگری بحث پژوهش و توسعه.

سیاستگذاری فرهنگی: در بحث سیاستگذاری در شکل عام مهم‌ترین موضوع، فرآیند سیاستگذاری است که فرایندی عقلانی و معقول است و به شکل یک چرخه یا لوپ به نمایش گذارده می‌شود. در این چرخه از نقطه‌ای ابتدایی شروع و به مرحله نهایی نزدیک می‌شود. هدف در این چرخه این است که هر فردی به عنوان گزینش‌گر عاقل وارد این چرخه شود، به همین شکل عمل خواهد کرد.

در عین حال محور و مدار در این چرخه فرآیند رسیدن به «گره‌گشایی»^۱ است. منظور از گره‌گشایی این است که هر مجموعه‌ای که باید وارد نظام سیاستگذاری گردد، باید به دنبال حل مسئله و مشکلی باشد. اگر به مشکل و مسئله عنایت مناسب صورت نگیرد، باعث سردرگمی در یافتن شیوه و راه‌کار هدایت یک مجموعه و یا سازمان خواهد شد. در جوامع و اجتماعاتی که مسئله‌محور وارد جریان سیاستگذاری نمی‌شوند، معمولاً در یافتن مسئله اصلی دچار مشکل می‌گردند و همین امر منجر به این می‌گردد که موضوعی که مسئله اصلی نبوده، مورد توجه قرار گیرد و مسئله اصلی چندان تلاشی برای رفع آن صورت نگرفته است. لذا

1- Problem-Solving

فرآیند سیاستگذاری جریان داشته است، اما در عمل مشکلی حل نشده است. لذا تلاش برای گره‌گشایی نه تنها به اصل مسئله موجود توجه دارد، بلکه نظام سیاستگذاری را در کشور مؤثر و کارآمد می‌سازد و آن را از نظام صوری به نظام واقعی و عملی بدل می‌سازد.

چرخه سیاستگذاری در متون این حوزه عبارتند از: تشخیص و صورت‌بندی مسأله، مبانی نظری و شناسایی راه‌حل‌ها، تصمیم‌گیری، اجرا و نظارت و انتخاب ابزار سیاستگذاری و در نهایت ارزیابی سیاست اجرا شده (اشتریان، ۱۳۹۱: ۸-۱۷). بر اساس این چرخه یک روش کار باید در دستور کار قرار گیرد که در این جا با توجه به سیاستگذاری فرهنگی در زیر می‌توان نشان داد:

جدول ۱- دستورکار سیاستگذاری فرهنگی منبع: اشتریان، ۱۳۹۱: ۲۱.

مرحله	نظریه	اعمال در حوزه فرهنگ
مسئله‌شناسی فرهنگی	فنون و مباحث نظری مربوط به مسئله‌شناسی	فنون و مباحث نظری مربوط به مسأله‌شناسی در حوزه فرهنگ
راه‌حل	فنون و مباحث نظری مربوط به راه‌حل	مباحث نظری مربوط به راه‌حل‌ها در حوزه فرهنگ
تصمیم	نظریه‌های تصمیم‌گیری	مباحث نظری مربوط به تصمیم‌گیری در حوزه فرهنگ
اجرا و بازخورد	نظریه‌های مربوط به اجرا و بازخورد	مباحث نظری مربوط به اجرا در حوزه فرهنگ
ارزیابی	نظریه‌های ارزیابی	مباحث نظری مربوط به ارزیابی در حوزه سیاستگذاری فرهنگی

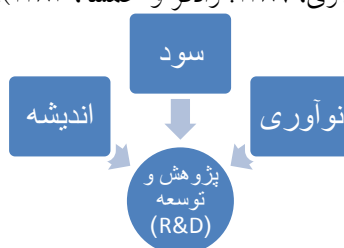
پژوهش و توسعه: کنار هم قرار گرفتن دو واژه پژوهش و توسعه اشاره به این دارد که پژوهش باید در راستای توسعه و پیشرفت در جامعه و یا یک سازمان باشد. بر این اساس، یک سازمان باید ملزومات مورد نیاز یک پژوهش را برآورده سازد و پژوهش نیز باید مسئله‌محور باشد و برای رفع و حل نیاز یک سازمان مورد استفاده قرار گیرد.

برنامه‌ریزی برای انجام فعالیت پژوهشی نیاز به توجه به سه محور انسان، فرهنگ و جامعه دارد. این موضوعی است که از گذشته در مورد پژوهش مطرح بوده است؛ اما آنچه پژوهش به این معنی جدید را مورد تأکید قرار می‌دهد، کاربردهای جدید پژوهش با توجه به نیازهای جامعه است. هدف در این جا این است که پژوهش‌ها هدف‌محور باشند. به عبارت دیگر، هدف در این جا تبدیل اندیشه به تولید جدید و با کیفیت‌تر است.

تبدیل اندیشه به تولید فرآیند خاصی را به ذهن متبادر می‌سازد؛ زیرا اندیشه که موضوعی مفهومی است، به شکل مادی و تولید قابل عرضه، متحول می‌شود. بر این اساس منطق پایه در پژوهش و توسعه مبتنی بر یک «پرسش» نیست بلکه بر مبنای «مسئله» استوار است. تفاوت پرسش و مسئله در این است که پرسش علمی ممکن است مطرح باشد اما کاربرد مشخصی برای آن در حال حاضر وجود نداشته باشد و یا هدف در مطالعه علمی اساساً از ابتدا حل مسئله علمی نباشد، بلکه پس از رسیدن به کشفیات جدید، کار تازه‌ای باید صورت گیرد که چگونگی کاربرد آن را بررسی کند. هرچند این نوع پژوهش امری ضروری است ولی عمدتاً در حوزه‌های آکادمیک و دانشگاهی صورت می‌گیرد. اما پژوهش‌های مسئله‌محور به دنبال «حل یک مسئله» یا تغییر جهت یک برنامه هستند. بر همین اساس است که هر شرکت و یا سازمان بزرگی برای خود مرکز پژوهشی دارد تا نه تنها از پژوهش‌های دانشگاهی برای کار خود استفاده کند، بلکه از ابتدا برای حل مسایل خود و یا تغییر و تحول جدی در راه رسیدن به پیشرفت و توسعه سرمایه‌گذاری شود و اندیشه معطوف به تولید خاص گردد (*Laws and Caroline, 2003: 16-18*).

سرمایه‌گذاری هر شرکت یا سازمانی در امر پژوهش مورد نیاز اشاره به این نکته دارد که پژوهش و توسعه در راستای رشد اقتصادی است. مهم‌ترین موضوع در رشد اقتصادی «سودآوری یا بهره‌وری» است. سود در یک تعریف ساده تفاوت درآمد کل با هزینه‌های ضمنی و صریح است. بر این اساس پژوهش‌ها نه تنها به واسطه سودآوری هزینه خود و یک سازمان را تأمین می‌کنند، بلکه کلیه بخش‌های سازمان را توسعه می‌بخشند. به هر میزان که سازمانی در این زمینه سودآوری بیشتری داشته باشد، میزان خطرپذیری آن سازمان افزایش می‌یابد و خطر سرمایه‌گذاری کمتر و کمتر می‌شود. این موضوع در مورد شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ بیشتر صادق است و با خیال راحت‌تر بودجه خود را در زمینه پژوهش و توسعه اختصاص می‌دهند. این موضوع به ویژه در شرایط رکود و بحران بیشتر خود را نشان می‌دهد که کشورها و یا سازمان‌های کوچک و با امکان خطرپذیری کمتر معمولاً اولین جایی را که در سبد بودجه خود کاهش و یا حذف می‌کنند، بودجه پژوهش است. در حالی که در شرکت‌ها و سازمان‌های

بزرگ اتفاقاً بودجه پژوهشی کسر نمی‌گردد، زیرا آنچه ویژگی مهم دیگر پژوهش و توسعه را شکل می‌دهد، «نوآوری» و ابداع و اکتشاف است. نوآوری باعث می‌شود تا سازمان و شرکت خاص در شرایط بحرانی نیز راهی برای بهبود وضعیت خود بیابد و زمینه را برای حل مشکل آن سازمان فراهم سازد، چون پژوهش زمینه مناسبی برای تولید کل، اشتغال، سرمایه فیزیکی و سود نهایی یک شرکت فراهم می‌سازد. پژوهش با نظارت بر برنامه، بررسی تحول آن و در نهایت مرور کلی سعی می‌کند مشکل را به نوعی حل کند (نگاه کنید به: واعظی و مشبکی، ۱۳۸۱؛ شاکری و ابراهیمی سالاری، ۱۳۸۹؛ رادفر و خمسه، ۱۳۸۷).



شکل ۱- مؤلفه‌های کلیدی پژوهش و توسعه

این‌ها ویژگی‌های مهمی هستند که سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ به آن رسیده‌اند و به واقع درک درستی از جایگاه پژوهش دارند و بر همین اساس بین پژوهشگران و بودجه پژوهشی نسبت خاصی برقرار است و در عین حال جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که کشورهای برتر از نظر اقتصادی کشورهایی هستند که هزینه بیشتری نیز برای پژوهش و توسعه اختصاص می‌دهند. برخی از کشورها حتی بیش از ۳/۵ درصد سرانه تولید ناخالص ملی اختصاص داده‌اند (به جداول زیر توجه کنید).

جدول ۲- ارتباط میان نسبت پژوهش‌گران و میزان بودجه R&D (Stevens and Swogger, 2009: 23.)

کشور	نسبت پژوهشگر به ازای هر یک میلیون نفر	درصد سهم بودجه‌ای R&D از تولید ناخالص ملی
ژاپن	۷۵۶۰	۳/۱
آلمان	۶۰۰۰	۲/۸
آمریکا	۷۵۶۰	۲/۶
فرانسه	۵۰۰۰	۲/۴
انگلیس	۳۶۵۰	۲/۳
ایتالیا	۳۲۰۰	۱/۳

سیاستگذاری پژوهش و توسعه در سازمان‌های فرهنگی مردم‌شناسانه: مطالعه موردی صنایع فرهنگی ۴۹

جدول ۳- رتبه‌بندی کشورها براساس پژوهش و توسعه در سال ۲۰۱۱ (Wikipedia, 2014)

رتبه	کشور	هزینه پژوهش و توسعه (میلیارد دلار درآمد سرانه)	درصد سرانه تولید ناخالص داخلی	سال
۱	ایالات متحده آمریکا	۴۰۵/۳	٪۲/۷	۲۰۱۱
۲	چین	۲۹۶/۸	٪۱/۹۷	۲۰۱۲
۳	ژاپن	۱۶۰/۳	٪۳/۶۷	۲۰۱۱
۴	آلمانی	۶۹/۵	٪۲/۳	۲۰۱۱
۵	کره جنوبی	۵۵/۸	٪۳/۷۴	۲۰۱۱
۶	فرانسه	۴۲/۲	٪۱/۹	۲۰۱۱
۷	بریتانیا	۳۸/۴	٪۱/۷	۲۰۱۱
۸	هند	۳۶/۱	٪۰/۹	۲۰۱۱
۹	کانادا	۲۴/۳	٪۱/۸	۲۰۱۱
۱۰	روسیه	۲۳/۸	٪۱/۰	۲۰۱۱
۱۱	برزیل	۱۹/۴	٪۰/۹	۲۰۱۱
۱۲	ایتالیا	۱۹/۰	٪۱/۱	۲۰۱۱
۱۳	تایوان	۱۹/۰	٪۲/۳	۲۰۱۱
۱۴	اسپانیا	۱۷/۲	٪۱/۳	۲۰۱۱
۱۵	استرالیا	۱۵/۹	٪۱/۷	۲۰۱۱
۱۶	سوئد	۱۱/۹	٪۳/۳	۲۰۱۱
۱۷	هلند	۱۰/۸	٪۱/۶	۲۰۱۱
۱۸	اسرائیل	۹/۴	٪۴/۲	۲۰۱۱
۱۹	اتریش	۸/۳	٪۲/۵	۲۰۱۱
۲۰	سوئیس	۷/۵	٪۲/۳	۲۰۱۱
۲۱	بلژیک	۶/۹	٪۱/۷	۲۰۱۱
۲۲	ترکیه	۷/۲۴۹	٪۰/۹۲	۲۰۱۲
۲۳	لهستان	۶/۹	٪۰/۹	۲۰۱۱
۲۴	مکزیک	۶/۴	٪۰/۴	۲۰۱۱
۲۵	فنلاند	۶/۳	٪۳/۱	۲۰۱۱

۲۰۱۱	٪۲/۲	۶/۳	سنگاپور	۲۶
۲۰۱۱	٪۲/۴	۵/۱	دانمارک	۲۷
۲۰۱۱	٪۱/۶	۴/۲	نروژ	۲۸
۲۰۱۱	٪۱/۴	۳/۸	جمهوری چک	۲۹
۲۰۱۱	٪۰/۷	۳/۷	آفریقای جنوبی	۳۰
۲۰۱۱	٪۰/۴۲	۳/۵	ایران	۳۱

از مجموع مطالب فوق می‌توان گفت پژوهش و توسعه در سه سطح شناخت موضوع مورد پژوهش برای طراحی یک برنامه، نیازسنجی بر اساس روش‌های رایج و در نهایت جمع‌آوری اطلاعات کلیدی برای توسعه و پیشرفت یک مجموعه مورد توجه می‌باشد.

۳- الزامات پژوهش و توسعه در سازمان‌های فرهنگی مردم‌شناسانه

برای بررسی الزامات پژوهش و توسعه در سازمان‌های فرهنگی نیاز است تا نخست تعریفی از سازمان داده شود و سپس در تعریف سازمان فرهنگی مردم‌شناسانه انواع تعریف فرهنگ آورده شود و در نهایت الزامات سیاستگذاری سازمان‌های فرهنگی در کاربرد پژوهش و توسعه مطرح گردد.

در بررسی هر سازمانی باید این پرسش مدنظر قرار گیرد که این سازمان قرار است چه نیازی از جامعه را برطرف نماید. برای رفع این نیاز چه هزینه‌هایی باید اختصاص یابد و شرایط اقتصادی برای تخصیص آن چگونه است، منابع انسانی این سازمان چگونه باید تأمین گردد و کمیت و کیفیت آن در چه سطحی باید باشد. فرهنگ جامعه مبداء، چگونه بر رفتار سازمانی تأثیر مثبت و منفی دارد. از چه فناوری‌هایی برای رسیدن به هدف و نظارت بر حسن انجام آن هدف باید استفاده نماید. جایگاه قانونی سازمان در قوانین جامعه چگونه است و نسبت بین این سازمان با دولت از نظر قانونی، مالی و ساختاری بر چه اساسی است. در این شرایط معمولاً سازمان‌ها را با دو معیار بسته/باز بودن و رفتار منطقی/رفتار انسانی مورد ارزیابی قرار می‌دهند و چهار نوع سازمان مورد شناسایی قرار می‌گیرد. ابتدا سازمان به صورت سیستمی بسته در نظر گرفته شده است و رفتار انسانی منطقی قلمداد می‌شود. در این دیدگاه سازمان ابزاری برای نیل به اهداف از قبل تعیین شده است و رابطه سازمان با محیط بیرونی مدنظر نیست. اهداف روشن، سلسله‌مراتب دقیق سازمانی، قانون‌مندی و سایر اصول مدیریت ارکان اصلی تفکر است. دوم، سازمان سیستمی بسته مبتنی بر رفتار انسانی و اجتماعی است. اگر در گونه قبل، ارضای نیازهای مادی و جسمانی برای نیل به کارایی مورد تأکید بود، در

این‌گونه ارضای نیازهای اجتماعی و روانی اساسی برای عملکرد بالای اعضای سازمان است. سوم، در سیستم باز مبتنی بر رفتار منطقی، تأکید و تمرکز بر منطقی بودن رفتارها در سازمان با توجه به محیط خارجی سازمان است. در این گونه، ساختار سازمانی در راستای رفع نیازهای محیط شکل می‌گیرد و در نهایت چهارم، سیستم باز و قائل شدن به سرشت اجتماعی برای رفتارهای سازمانی است. محیط سازمان‌ها پر از ابهام و پیچیدگی است و فضای تصمیم‌گیری عقلانی کار ساده‌ای نیست (عباس‌زادگان، ۱۳۸۳: ۲۱).

سازمان‌های فرهنگی عمدتاً به دو نوع دو و چهار ذکر شده در بالا بیشتر مرتبط می‌باشند. در نوع دوم هدف رسیدن به اهداف خاص و مشخص و از قبل موجود است. همه چیز به نوعی داده شده^۱ است. نوع چهارم سازمانی است که در فضای بسیار پیچیده و مهم سیر می‌کند و باید نه تنها محیط پیرامون را مورد توجه قرار دهد، بلکه تصمیم‌گیری مبتنی بر رفتار افراد است. نوع اول و نوع سوم بیشتر با سازمان‌های صنعتی و تجاری هم‌خوانی دارند. پژوهش و توسعه در سازمان‌های فرهنگی عمدتاً با نوع چهارم سازمان‌ها تطابق بیشتری دارد. این اولین الزام مطالعه پژوهش و توسعه در سازمان‌های فرهنگی است.

اما برای توضیح این الزام نیاز است دسته‌بندی مناسبی از فرهنگ پدید آید. فرهنگ در معنای عمومی به عنوان «مجموعه سازمان‌یافته از هنجارها، ارزش‌ها و قواعد است که مردم کم و بیش آگاهانه و یا ناآگاهانه بر اساس چنین مجموعه‌ای زندگی می‌کنند (بشیریه، ۱۳۷۹: ۸). اما اگر بخواهیم آنچه در این تعریف آمده را دسته‌بندی کنیم، چهار مفهوم اساسی از فرهنگ قابل طرح است: فرهنگ به مثابه فرآورده‌ها و تولیدات انسانی، فرهنگ به مثابه دانش، اعتقادات و اخلاقیات، فرهنگ به مثابه هنر و زیبایی‌شناسی و فرهنگ به مثابه قوانین، رسوم و شیوه زندگی. سازمان‌های فرهنگی باید کدام تعریف از فرهنگ را انتخاب کنند و برای آن برنامه‌ریزی کنند؟ از منظر پژوهش و توسعه تعریف دوم فرهنگ به مثابه دانش یکی از اضلاع بحث این نوع سازمان‌های فرهنگی محسوب می‌گردد. از سوی دیگر توسعه اقتصادی یکی از ویژگی‌های مهم پژوهش و توسعه است؛ پس باید فرهنگ نوع اول به عنوان تولید و فرآورده انسانی مورد توجه قرار گیرد که این تعریف موضوع را بسیار وسیع و گسترده می‌سازد. لذا برای پرداختن بهتر به مقوله فرهنگ نیاز است که مفهوم فرهنگ در عصر گسترش صنعت، شهرنشینی، تجارت و فراگیر شدن رسانه‌های جمعی مورد توجه قرار گیرد. در این مفهوم فرهنگ عمدتاً اشاره به فرهنگ توده‌ای و عامه و مردم‌شناسانه دارد. در این معنی فرهنگی مدنظر است که برای مردم عادی تولید می‌گردد و در مرحله دوم فرهنگی است که از آن مردم عادی است. به این معنی تعریف چهارم فرهنگ نزدیکی بیشتری با موضوع پژوهش و توسعه

دارد. در این جا ممکن است منظور از فرهنگ عمومی اشاره به میزان و شمار کثیر استفاده‌کنندگان محصولات فرهنگی باشد، ممکن است ماهیت اجتماعی و قشرینی افرادی که عمدتاً از طبقات متوسط به پایین هستند، مدنظر قرار گیرد و ممکن است بر اساس فرآیند تولید، توزیع و مصرف مورد نظر قرار گیرد. آنچه در این جا معیارهای اصلی هستند، به دنبال نیل به رفاه، فراغت، سرگرمی و لذت‌جویی می‌باشند (نگاه کنید به: غفاری و امیدی، ۱۳۸۷). لذا سازمان‌هایی لازم است تا به این نیازهای مهم «پاسخگو» باشند.

بر این اساس این نوع فرهنگ با مقوله فرهنگ والا یا فاخر در پیچیدگی درونی، خصلت نقادانه، سودآوری، خصلت زیبایی‌شناسانه و قدرت جلب توده‌ها متفاوت است. لذا کشورهایی که فرهنگ را به معیارهای «درستی» و آرمانی می‌بینند و نگاه اخلاقی به فرهنگ دارند، در مقابل این نوع فرهنگ رایج که عمدتاً در نیویورک به شکل کوکاکولا، زاسیون و یا فرهنگ مک‌دونالد در جهان در حال اشاعه است، تنها رویکرد مقاومت دارند. پس سازمان‌های فرهنگی‌ای که درصدد کاربرد پژوهش و توسعه در راستای مباحث فرهنگی هستند باید نگاه خود را معطوف به عامه مردم نمایند که هم از نظر میزان نفوذ قابل توجه است و هم در این مورد امکان اقتصادی‌سازی مهیاتر می‌باشد.

در مجموع به همین دلیل سازمان‌های فرهنگی باید ضمن نگاه باز داشتن در قبال محیط پیرامون و نه نگاه بسته، پذیرش و مبادله‌ای نگرستن به فضای فرهنگی منطقه‌ای و جهانی، توجه به الزامات فناورانه، تأکید بر جنبه‌های هنری جذاب و ورود به عرصه رسانه‌ای داشته باشند این پنج مورد مسائل کلیدی الزامی برای کاربرد پژوهش و توسعه در سازمان‌های فرهنگی می‌باشند (نگاه کنید به شکل ۲). این کار نه تنها در گذار از مقاومت و دفاع، قابلیت تأثیرگذاری را نیز دارد و تنها به جای واکسینه کردن یا پارازیت ارسال کردن که عمدتاً هم بی‌نتیجه است، امکان بازیگری و فعالیت را فراهم می‌کند. در کنار این موضوع زمینه مالی برای حمایت از فرهنگ والا و فاخر نیز که عمدتاً هزینه‌بر هستند، فراهم می‌سازد.



شکل ۲- پنج الزام کلیدی پژوهش و توسعه در سازمان‌های فرهنگی

۴- صنایع فرهنگی: مدلی مطلوب در پژوهش و توسعه

صنعت فرهنگ در معنای کلی «بهره‌گیری از فناوری به منظور ایجاد حس نیاز و مطلوبیت برای مصرف‌کنندگان و دسترسی عمومی و همگانی به کالاهای فرهنگی است» (ایمانی خوشخو، ۱۳۸۳: ۸). صنعت فرهنگی به دنبال استفاده از فناوری‌های جدید برای معرفی کالاهای فرهنگی به اقشار مختلف جامعه و حتی در سطح فراملی دارد. در عین حال انجام این فعالیت‌ها نیاز به سرمایه‌گذاری مالی و اقتصادی نیز دارد که حوزه فرهنگی با تبدیل شدن به یک صنعت از وابستگی طفیلی به سرمایه‌های مالی از حوزه‌های دیگر بی‌نیاز خواهد شد.

صنعتی کردن فرهنگ از چند جهت اهمیت بسیاری دارد: نخست این‌که با روزآمد کردن مباحث فرهنگی انتقال فرهنگ بومی و مورد نظر به نسل‌های بعدی جامعه و به دنیای فراملی راحت‌تر و مطلوب‌تر انجام می‌پذیرد. این کار نه تنها باعث حفظ و ضبط فرهنگ بومی می‌گردد، بلکه از نفوذ فرهنگ‌های غیربومی و وارداتی در قالب‌های جذاب جلوگیری می‌کند. دوم، صنعت فرهنگ باعث پر کردن اوقات فراغت جامعه و تداوم سبک زندگی گذشته در ساحت زیست جدید می‌شود. صنعت فرهنگ پیوند هنر و تفریح است. سوم، صنعت فرهنگ به دلایل اقتصادی نیز به صرفه است؛ زیرا انعطاف‌پذیری بالایی دارد، سرمایه‌گذاری کم‌هزینه‌بر

است، از مدیریت پویا برخوردار است، جهت‌گیری مناسب برای گروه‌های هدف قابل برنامه‌ریزی است، باعث رونق صنایع کوچک در کشور می‌شود، تکنولوژی کاربر استفاده می‌گردد و رابطه منطقی بین بخش‌های سنتی و مدرن پدید می‌آید. چهارم، صنعت فرهنگ با درآمدزایی مناسب سعی دارد تا ضمن تأمین هزینه‌های خود و کسب سود مناسب، امکان سرمایه‌گذاری در حوزه فرهنگ فاخر و والا را نیز فراهم سازد تا پشتوانه دایمی برای تبدیل و نوآوری در حوزه فرهنگ توده‌ای باشد. پنجم، صنعت فرهنگی نوعی پیوستاری تاریخی را ایجاد می‌کند که گذشته را به آینده متصل می‌سازد. این کار مهم‌ترین اتفاق اجتماعی در راستای هویت‌بخشی جامعه است. این موضوع برای کشورهایی که دارای پیشینه فرهنگی بلندی هستند از اهمیت بیشتری برخوردار است. حتی کشورهایی که دارای این پیشینه نیستند، سعی دارند مباحثی برای خود خلق کنند و بر اساس آن دست به هویت‌سازی به تعبیر بندیکت اندرسون «جامعه‌تصوری» (اوزکریمی، ۱۳۸۳: ۲۸۸) بزنند تا ساخت ملی منسجم داشته باشند (گل‌محمدی، ۱۳۸۹؛ دهقانی، خردمند و عبدی، ۱۳۸۶؛ مبارک، ۱۳۸۹).

صنعت فرهنگی نوعی پیشه‌وری به سبک امروزی است که این شیوه در گذشته آسیایی و کشور ما رواج داشته (توسعه فرهنگی در آسیا و کشورهای عربی، ۱۳۸۰: ۵۳) و امروزه منسوخ گردیده است که باید دوباره رونق گیرد و به طیفی از انسان‌های هنرمند امکان زندگی هنرمندانه همراه با استقلال مالی ببخشد. اما این مشکل در کشور ما به واسطه فقدان نگاه پژوهش و توسعه به حوزه فرهنگ به واسطه رانته بودن اقتصاد کشور و عدم اتکا به درآمدهای عمومی، انحصار دولت در حوزه‌های مختلف اقتصادی، عدم وجود سیاست تجاری مناسب به واسطه ورود بی‌رویه کالاهای چینی به بازار ایران و در نهایت ارتباط ضعیف ایران با جهان خارج مهم‌ترین مشکلات صنعت فرهنگ در کشور ماست (شاه‌آبادی، ۱۳۸۶؛ قومی و آذری، ۱۳۸۹؛ کوثری، ۱۳۸۹).

نتیجه‌گیری

هدف این مقاله این بود تا نشان داده شود که پژوهش و توسعه را که عمدتاً در زمینه‌های تجاری و اقتصادی مورد استفاده قرار می‌گیرند، چگونه می‌توان در حوزه‌های فرهنگی به کار برد. پژوهش و توسعه در حوزه فرهنگی باید سه ویژگی مهم توجه به اندیشه، سودگرایی و نوآوری داشته باشد.

در عین حال کاربرد مناسب پژوهش و توسعه در سازمان‌های فرهنگی الزاماتی دارد که مهم‌ترین آن‌ها با توجه به تعاریف رایج از فرهنگ به معنای محصولات فرهنگی مورد استفاده قاطبه مردم عبارتند از: نگاه مبادله‌ای داشتن با دیگران، بازنگریستن به محیط پیرامون، استفاده از امکانات رسانه‌ای، توجه به ویژگی‌های هنری و در نهایت توجه به الزام فناورانه می‌باشند. بدون این الزامات امکان کاربرد پژوهش و توسعه در سازمان‌های فرهنگی بسیار مشکل خواهد بود. این موضوع به‌ویژه برای کشورهایایی که فرهنگ را نوعی حوزه آرمانی و اخلاقی می‌بینند و برای آن جایگاه والایی قایل هستند، نه تنها در امکان به روز کردن آن‌ها مشکل دارند، بلکه اساساً این کار را قبول ندارند.

برای درک مناسب کاربرد پژوهش و توسعه در سازمان‌های فرهنگی، روالی وجود دارد که امروزه به صنعت فرهنگی موسوم است که علی‌رغم انتقاداتی که مکتب فرانکفورت و به ویژه آدورنو به آن دارند، یکی از روش‌های بسیار کاربردی در این زمینه است.

اما برای کاربرد پژوهش و توسعه در کشورمان جدا از لزوم توجه به الزامات پنج‌گانه، موارد زیر نیز باید مورد توجه قرار گیرد که به برخی از مهم‌ترین آن‌ها به عنوان راه‌کار طرح می‌شوند:

- پرداخت یارانه‌ها به بخش‌های خصوصی تا دولتی،
- درک بلندمدت از موضوع،
- آموزش بلندمدت از موضوع،
- ایجاد شبکه‌های اطلاعاتی،
- حذف مقررات زاید،
- تغییر در نظام مالیاتی،
- افزایش صادرات فرهنگی،
- جلوگیری از کالاهای فرهنگی کشورهای دیگر به‌ویژه کالاهای فرهنگی نامرغوب چینی،
- برپایی نمایشگاه‌های هنری،
- افزایش اکران فیلم سینمایی،
- وجود رایزنی‌های فرهنگی و کرسی‌های زبان‌شناسی،
- برگزاری هفته‌های فرهنگی در خارج از کشور،
- ساخت بازی‌های رایانه‌ای،
- گسترش جهان‌گردی و ایران‌گردی،
- توجه به کارآفرینی.

منابع

- ۱- احمدی، بابک (۱۳۷۹) خاطرات ظلمت درباره سه اندیشمند مکتب فرانکفورت، تهران.
 - ۲- اشتریان، کیومرث (۱۳۹۱) مقدمه‌ای بر روش سیاستگذاری فرهنگی، تهران: جامعه‌شناسان.
 - ۳- اوزکریملی، اوموت (۱۳۸۳) نظریه‌های ناسیونالیسم، محمدعلی قاسمی، تهران: تمدن ایرانی.
 - ۴- ایمانی خوشنخو، محمدحسین (اسفند ۱۳۸۸) «اقتصاد هنر و فعالیت‌های هنری و نقش آن‌ها در توسعه فرهنگی»، کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۲۴.
 - ۵- آدورنو، تئودور، هورکهایمر، ماکس (پاییز ۱۳۸۰) «صنعت فرهنگ‌سازی: به مثابه فریب توده‌ها»، ترجمه مراد فرهادپور، ارغنون، شماره ۱۸.
 - ۶- آزاد، رضا (۱۳۷۹) مبانی نظری و کاربردی مدیریت نظام‌مند، تهران: خجسته.
 - ۷- آمیش، پل دلیوی، کیلینگ، ج. پیتر (۱۳۷۶) مدیریت بین‌المللی، احمد آرام، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
 - ۸- برخوردار، سجاده، عظیمی، ناصرعلی (پاییز ۱۳۸۷) «اثر کوتاه‌مدت و بلندمدت یارانه‌های تحقیق و توسعه بر رشد اقتصادی ایران»، فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، شماره ۱۴.
 - ۹- بشیریه، حسین (۱۳۷۹) نظریه‌های فرهنگ در قرن بیستم، تهران: مؤسسه آینده پویان.
 - ۱۰- ذاکر، پیتر ف. (۱۳۷۸) چالش‌های مدیریت در سده بیست و یکم، محمود طلوعی، تهران: خدمات فرهنگی رسا.
 - ۱۱- دهقانی، علی و کامران خردمند و محمد عبدی (۱۳۸۶) اثربخشی هزینه‌های تحقیق و توسعه: بررسی موردی تعاونی‌های تولیدی استان خراسان رضوی و صنایع ایران، فصلنامه بررسی‌های اقتصادی، دوره ۴، شماره ۲.
 - ۱۲- رادفر، رضا و عباس خمسه (۱۳۸۷)، بررسی تأثیرات جهانی شدن R&D بر توسعه فناوری و نوآوری، فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد، شماره ۱۶.
 - ۱۳- رضوانی، اصغر، توسعه فرهنگی در آسیا و کشورهای عربی، نظارت محسن فردرو، تهران: شعاع.
 - ۱۴- شاکری، عباس، ابراهیمی سالاری، تقی (۱۳۸۹) «اثر مخارج تحقیق و توسعه بر اختراعات و رشد اقتصادی: تحلیل مقایسه‌ای بین کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته»، مجله دانش و توسعه، سال ۱۷، شماره ۲۹.
 - ۱۵- شاه‌آبادی، ابوالفضل (۱۳۸۶) «اثر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، تجارت بین‌المللی و سرمایه انسانی بر بهره‌وری کل عوامل اقتصاد ایران»، دو فصلنامه علمی و پژوهشی جستارهای اقتصادی، سال ۴، شماره ۷.
 - ۱۶- عباس‌زادگان، سیدمحمد (۱۳۸۳) مدیریت بر سازمان‌های ناآرام، تهران: کویر.
 - ۱۷- غفاری، غلامرضا، امیدی، رضا (۱۳۸۷) کیفیت زندگی: شاخص توسعه اجتماعی، تهران: شیرازه.
 - ۱۸- قومی، محسن، یزدی، آفتاب (۱۳۸۹) «ارائه الگوی مدیریت فرهنگی در راستای چشم‌انداز ۱۴۰۴»، مدیریت فرهنگی، سال ۴، شماره ۷.
 - ۱۹- کوثری، مسعود (۱۳۸۹) عصر بازی: بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای در جامعه معاصر، تهران: دریاچه نو.
 - ۲۰- گل‌محمدی، فرهود (۱۳۸۹) «توسعه صنایع دستی و فناوری متوسط با هدف گسترش توریسم و اشتغال پایدار روستایی»، مسکن و محیط روستا، شماره ۱۳۱.
 - ۲۱- مبارک، اصغر (۱۳۸۹) «اثر سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه بر صادرات ایران»، فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد، سال ۷، شماره ۲۵.
 - ۲۲- میرسپاسی، ناصر، احمدپور، محمود، علایی، سوسن (۱۳۸۹) «طراحی مدل توسعه کارآفرینی در صنایع فرهنگی: با تأکید بر صنعت بازی‌های رایانه‌ای»، فصلنامه بصیرت، سال ۱۵، شماره ۴۰.
 - ۲۳- نوذری، حسینعلی (۱۳۸۴) نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت در علوم اجتماعی و انسانی، نشر آگه.
 - ۲۴- واعظی، سید کمال، مشبکی، اصغر (۱۳۸۱) مدیریت فرهنگی در سازمان‌های توسعه‌یافته، مدرس، دوره ۶، شماره ۱.
- 38- Laws, Sophie, Caroline Harper and Rachel Marcus (2003) *Research for Development: A Practical Guide*, Sage Publication.
- 39- Wikipedia, *List of Countries by Research and Development Spending*, Accessed at 2014.
- 40- Stevens, Greg A. and Kurt Swogger (2009) *Creative A Winning R&D Culture*, Research Technology Management, Industrial Research Institute Inc.