

طراحی مدلی جهت سنجش تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه اقتصاد فرهنگی ایران

فرزانه چاوش باشی
دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی،
واحد علوم و تحقیقات Chavosh_f@yahoo.com

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: ارزیابی اثرات فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) بر عملکرد اقتصادی کشورها از دهه 1990 مورد توجه قرار گرفته است. تحقیقات تجربی، نتایج متفاوتی در کشورهای مختلف به دنبال داشته است. در این مقاله مدل سنجش تأثیر فاوا بر توسعه اقتصاد فرهنگی ایران مورد بررسی قرار می‌گیرد.

روش پژوهش: روش پژوهش در این مقاله مدل سازی است برای این منظور در این مقاله وزن هر یک از ابعاد ICT به کمک دو نوع پرسشنامه (مقایسه زوجی و مقایسه نیمه متریک تکی) که در اختیار هفت تن از متخصصین رشته‌های اقتصاد و مدیریت فناوری اطلاعات قرار گرفت، محاسبه گردیده و برای محاسبه میانگین و ضرایب فنی مدل و مقایسه زوجی از نرم افزار ریاضی MATLAB استفاده شده است.

یافته‌ها: (1) از بعد جاذبه‌های فرهنگی، توريسم فرهنگی 36 درصد، جاذبه‌های تجاری 29 درصد، منابع فرهنگی 21 درصد و به برند فرهنگی 14 درصد را به خود اختصاص داده‌اند؛ (2) از بعد سرمایه انسانی، فرصت‌های آموزشی 47 درصد، مشاوره با هنرمندان 30 درصد، و صنعت گران و مدارس و دانشگاهها 23 درصد را به خود اختصاص داده‌اند؛ (3) از بعد مشارکت فرهنگی، طرحهای ابتکاری 68 درصد و کمک و مشاوره کارآفرینان 32 درصد را به خود اختصاص داده‌اند؛ (4) از بعد کارآفرینی فرهنگی، صنایع دستی 43 درصد، مراکز تجاری فرهنگی آنلاین 37 درصد و حمایت از مؤسسات خلاق 20 درصد را به خود اختصاص داده‌اند؛ (5) از بعد اهرم فرهنگی، صنعت رسانه ای 28 درصد، میراث تاریخی 23 درصد، آمادگی فرهنگی 21، بسته آموزشی 17 درصد و کمک و برنامه ریزی فنی 11 درصد را به خود اختصاص داده‌اند.

نتیجه گیری: از آنجاییکه در این مقاله تنها به طراحی مدل سنجش تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه اقتصاد فرهنگی ایران پرداخته شد، پیشنهاد می‌گردد که مدل کمی بدست آمده در سطوح تقسیمات کشوری، در حوزه‌های اقتصادی و فرهنگی و در ارگانها، سازمانها و نهادهای فرهنگی و اقتصادی مورد سنجش قرار گیرد.

مقدمه

اقتصاد نوین در ادبیات اقتصادی در دهه 1990 مطرح شد. تعاریف زیادی در مورد اقتصاد نوین وجود دارد. وجه مشترک این تعاریفها، تأکید بر فناوری اطلاعات و ارتباطات¹ و اثرات گسترده آن است. بدون شك اقتصاد نوین نیاز به بسترها و پیش نیازها دارد. با توجه به ضرورت «اقتصاد نوین» که بر دانش، خلاقیت و نوآوری به عنوان عامل اصلی رقابت پذیری در اقتصاد جهانی تأکید می‌ورزد، فرهنگ بعد کلیدی آن است. پیش از این فرهنگ کمک چشمگیری به اقتصاد کشورها می‌نمود اما زمانی که فرهنگ در روند ابتکار عمل توسعه اقتصادی کشورها، محلها، نواحی، قسمتهای شهری و روستایی گنجانده شود نقشی به مراتب قوی‌تر را ایفاء خواهد کرد.

با تأکید بر فرهنگ و نقش پر اهمیت آن در اقتصاد کشورها، سرمایه‌گذاری منابع مالی عمومی و خصوصی در بخش در حال رشد و نوپای فرهنگ در کشور، می‌تواند به یک بخش اشتغال‌زایی تبدیل گردیده، بازده چشمگیر و قابل ملاحظه‌ای در رشد درآمدها و دیگر شاخصهای اقتصادی به جای گذارد. از طرفی برای تسهیل در امر توسعه اقتصاد فرهنگی² باید زیرساخت فاوا نیز فراهم شود تا جریان استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) در فعالیتهای روزمره فرهنگی بوجود آید. در این شرایط، می‌توان شاهد آشکار شدن پیامدهای فاوا در اقتصاد کشور و نقش آن در توسعه اقتصاد فرهنگی شد. در این مقاله مدل

سنجش تاثیر فاوا بر توسعه اقتصاد فرهنگی ایران مورد بررسی قرار می‌گیرد.

توسعه اقتصاد فرهنگی

توسعه اقتصاد فرهنگی به این معنی است که استعداد خلاق، میراث و داشته‌های فرهنگی خود را به کار گیریم تا از این طریق رشد اقتصادی را برانگیخته، پشتیبانی و تقویت نماییم و در نهایت سبب رفاه و سعادت جامعه گردیم. این امر می‌تواند در نتیجه طرح‌ریزی اجتماعی بروز نماید. و یا به شکل تصادفی رخ دهد. توسعه اقتصاد فرهنگی در راهبردهای پیچیده، ساختار و پروتکلها با توسعه اقتصادی همسان است و از منابع حاصل از بخشهای انتفاعی و غیر انتفاعی بخش فرهنگی به شکل توأمان بهره می‌جوید و به واسطه کلیه وجوه فرهنگ شامل میراث، هنرها، و محیط به حرکت در می‌آید. (ANDERSON 2005, 8)

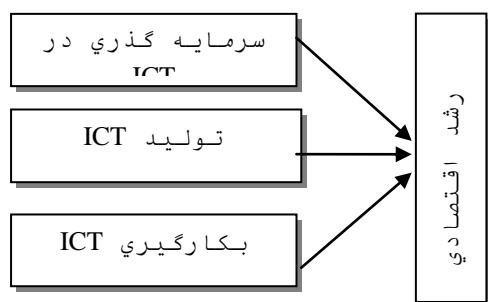
اهمیت توسعه اقتصاد فرهنگی

همان طور که کشورها، بویژه کشورهای در حال توسعه با چالشهای اقتصادی مهم روبرو می‌گردند، رشد به سمت رفاه و ثبات و تداوم، مستلزم بهره‌گیری راهبردی و استفاده اهرمی از منابع موجود، خلاقیت، نوآوری و سرمایه‌گذاری سنجیده در فرصتهای اقتصادی نویدبخش موجود در همه بخشهای عمومی و خصوصی، در جهت خلق جو تجاری رقابتی‌تر و کیفیت زندگی مطلوبتر می‌باشد. موفقیت در این راه منوط به دست یازیدن به توسعه اقتصادی با خلاقیت بدیع و اصرار بر

فناوري بهره‌وري كل نه لزوما بهره‌وري كار يا سرمايه را افزايش مي‌دهد. فناوري به عنوان يك عامل در الگوهاي رشد بحث مي‌شود. سولو از پيشگامان در اين زمينه است. از آنجا كه فاوا در صنايع توليدكننده، نقش ستانده و در صنايع مصرف كننده، نقش نهاده را دارد، بنابراین با دو اثر مواجه هستيم. بهبود كيفيت فاوا منجر به تسريع رشد بهره‌وري در صنايع توليدكننده فاوا و انباشت سريعتر نهاده در صنايع مصرف كننده فاوا مي‌شود. بدین ترتیب مدل نئوكلاسيكي پيش بيني مي‌كند كه رشد اقتصادي در نتيجه اين تعميق سريع و رشد بهره‌وري نيروي كار در صنايع مصرف كننده فاوا و پيشرفت فن و رشد بهره‌وري كل در صنايع توليدكننده فاوا اتفاق مي‌افتد. (كميجاني 1388، 83)

رشد اقتصادي و ICT

مطالعات تجربي و تئوري رابطه بين فناوري اطلاعات و ارتباطات بر رشد اقتصادي حداقل از طريق سه شيوه قابل بررسي است: سرمايه‌گذاري در ICT، توليد ICT و بكارگيري ICT. سرمايه‌گذاري در ICT، ميزان موجودي سرمايه براي نيروي انساني را افزايش مي‌دهد و در نتيجه موجب ارتقاي بهره‌وري نيروي كاري و در نتيجه موجب افزايش رشد اقتصادي مي‌شود و از طرفي موجب بكارگيري تكنولوژيهاي جديد در فرايند توليد مي‌گردد.



تداوم و ماندگاري مي‌باشد. بخش فرهنگي فرصتهاي اقتصادي نامحدودي پيش‌رو قرار مي‌دهد. تقويت و به كارگيري اين مهارتها و تواناييها در نهايت به اقتصاد كشورها جان تازه‌اي خواهد بخشيد و محصولات جديد قالب توجه و مؤسسه و شرکتهاي را كه با توفيق در بازارهاي جهاني رقابت ايجاد خواهند كرد.

فناوري اطلاعات و ارتباطات (فاوا)

فناوري اطلاعات³ همچنانكه به وسيله انجمن فناوري اطلاعات آمريكا (ITAA) تعريف شده است، «به مطالعه، طراحي، توسعه، پياده‌سازي، پشتيباني يا مديريت سيستم‌هاي اطلاعاتي مبتني بر رایانه، خصوصاً برنامه‌هاي نرم‌افزاري و سخت‌افزار رایانه مي‌پردازد». به طور کوتاه، فناوري اطلاعات با مسائلي مانند استفاده از رایانه‌هاي الكترونيكي و نرم‌افزار سرو كار دارد تا تبديل، ذخيره، حفاظت، پردازش، انتقال و بازيابي اطلاعات به شكلي مطمئن و امن انجام پذيرد. اخيرا تغيير اندكي در اين عبارت داده مي‌شود تا اين اصطلاح به طور روشن دايره ارتباطات الكترونيك را نيز شامل گردد. بنابراین عده‌اي بيشتري مايلند تا فناوري اطلاعات و ارتباطات بكار گيرند. (ويكي پديا) در مفهوم كلاسيك، فناوري مجموع دانش تبلور يافته در ابزار و روشهاي توليد است. تأثير فناوري بر رشد از قدیم مورد بحث بوده است كه به سه دسته قابل تقسيم است: از نگاهي، تأثير فناوري در قالب كالاهاي سرمايه‌هاي تجسم يافته، تحليل شده كه نتيجه آن افزايش بهره‌وري سرمايه بوده است؛ در حالت دوم، فناوري بهره‌وري نيروي كار را افزايش مي‌دهد؛ در حالت سوم،

- **رویکردی داخلی**
 - ✓ استرالیا به میزان بالایی روی ICT سرمایه گذاری کرده و هزینه روی ICT اکنون بیش از 8 درصد از تولید ناخالص داخلی⁴ را نشان می دهد. بخشهایی که به میزان زیادی روی ICT سرمایه گذاری کرده اند شامل بخش مالی، ارتباطات و تسهیلات (برق، آب و گاز) می باشند. در حالیکه سرمایه گذاری ICT در معدن و کشاورزی کمترین میزان را دارد.
 - ✓ در استرالیا یک توافق رو به رشد وجود دارد که ICT باعث افزایش بهره وری در بخش های اقتصادی کلی یا بخشی می شود. ICT به میزان 1/26 درصد افزایش در بهره وری نیروی کار می شود. نتایج مدل سازی نشان می دهد که این صنعت باعث رشد 1/66 درصد در GDP استرالیا شده است.
 - ✓ مدارک زیادی وجود دارد که این فرضیه را تایید می کند که سرمایه گذاری ICT محض به تنهایی لزوماً منجر به منافع بهره وری ICT نمی شود و اینکه محیطی که در آن سرمایه گذاری صورت گرفته در بسیاری مواقع به اندازه ماهیت خود تکنولوژی مهم می باشد. مدارک بدست آمده از بررسی موضوعی نشان از این دارد که در برخی موقعیتها منافع بهره وری حاصله از یک سری سرمایه گذاریهای ICT می توانند به طور سالیانه از مرز پنج درصد فراتر رود.
 - ✓ افزایش 25 درصد در بهره وری ICT در کنار همه بخشها یک افزایش 0/41 درصد را در GDP

در حالی که به کارگیری گسترده ICT وجود دارد و احتمال اینکه تکنولوژیها منافع بهره وری مشخصی را فراهم آورند، هنوز بحثهای زیادی میان اقتصاددانان وجود داشته و دارد و از جمله اینکه ICT واقعا تا چه میزان برای رشد اقتصادی و انتقال مهم می باشد.

در سال 1987 برنده جایزه نوبل اقتصاد، رابرت سولو به تاثیر ICT در اقتصاد پرداخته است. از آن زمان تا به حال بحثهایی در زمینه همکاری ICT با بهره وری و رشد اقتصادی وجود دارد. در حالی که در طی آن مدت ICT به شکل رو به افزایشی با اقتصادهای توسعه یافته در سراسر جهان پذیرفته شده است. با استفاده از تخمین های حساب شده، پژوهشهای OECD، نشان داده است که سرمایه گذاری در ICT، دلیل 0/5 تا 1/3 درصد رشد سالیانه در چندین طرح اقتصادی در دوره 1995-2000 بوده است. (ICD, BPEF, OECD 2002, 22)

در حالیکه بکارگیری ICT، برای بهره وری و رشد اقتصادی به شکل رو به افزایشی تایید شده است، مباحثی نیز در رابطه با همکاری نسبی تولید ICT، و استفاده از ICT وجود دارد. پژوهشهای اولیه ایالات متحده روی رشد بهره وری در ایالات متحده ریشه و عامل را در تولید ICT یافت. در سال 2001، OECD یافته های پژوهش طولانی مدت دو ساله خود را در رابطه با رشد اقتصادی و اقتصاد جدید منتشر کرد. در بحث تاثیر گذاری ICT در رشد اقتصادی نمونه کاربردی در کشور استرالیا مورد بررسی قرار گرفته که به رویکردهای

به عنوان نمونه پژوهش‌های انجام شده توسط سازمان ملل متحد⁵ در سال 2000 نشان می‌دهد ICT منجر به: الف) دسترسی بهتر به خدمات دولتی؛ ب) فرونشست از ثقل در انتخابات و بدبینی؛ ج) افزایش کمیت و کیفیت فرصت‌های آموزش؛ د) ایجاد توازن میان نابرابری در دسترسی به فرصت‌ها و ه) ارائه خدمات بهبود مراقبت‌های بهداشتی می‌گردد. در نتیجه ارتباط بین ICT و توسعه اقتصادی به نتایج فراتر از اقداماتی نظیر تولید ناخالص داخلی، اشتغال و ایجاد سرمایه‌گذاری منجر می‌گردد. اهرم ICT به منظور تسهیل گسترده‌تر کالاهای عمومی از جمله بهبود مراقبت‌های بهداشتی، سواد، مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی مدنی و دسترسی عادلانه به فرصت‌های اقتصادی، سرمایه‌های اجتماعی را ایجاد می‌کند و توسعه اقتصادی بالقوه می‌تواند از طریق استفاده از ابزار دیجیتال و ارتباطات راه دور حاصل شود. دیدگاه مهم، نقش‌های پویای شکل‌گیری سرمایه‌های اجتماعی به طور قابل ملاحظه‌ای پیش بینی می‌کند توسعه بالقوه اقتصادی ناشی از مزایای ICT. تا حدی به دلیل پیچیدگی آن، از لحاظ تجربی شناسایی رابطه بین ICT و توسعه اقتصادی به طور قابل توجهی دشوار است. (Mitchell and Gillis 2003, 2)

مدل تعدیل شکاف دیجیتالی (تأثیر ICT بر توسعه اقتصادی)

مرکز WSU⁷ مدلی را برای تعدیل شکاف دیجیتال ایجاد کرده است. این مدل برای کمک به برنامه‌های توسعه‌ای است که هدف آن تأثیرات ICT بر توسعه اقتصادی است. (3, 2003) (Mitchell and Gillis)

ملی در سال 2003 یا به عبارتی 2/68 بلیون دلار بازدهی دارد. از این نتایج اینگونه تصور می‌شود که بقیه بخش‌های جهان نیز همین افزایش را خواهند داشت. افزایش یکسان نشان از تعدادی از شاخص‌های اقتصاد کلان از جمله کارمزدهای واقعی، مصارف واقعی، مقادیر سرمایه‌گذاری و واردات و صادرات هستند. (NOIE 2002, 10)

• رویکردهای خارجی

✓ استرالیا بر خلاف دارابودن یک بخش کوچک در تولید ICT در مقایسه با دیگر کشورهای توسعه یافته در سراسر جهان یک مصرف کننده مفرط ICT با سطوح سرمایه‌گذاری در ICT در بین بیشترین سرمایه‌گذاران سراسر جهان می‌باشد. ✓ از لحاظ منافع بهره‌وری حاصل از کاربرد ICT اسناد و مدارک نشان از این دارد که استرالیا در کنار ایالات متحده به عنوان پیشرو جهان محسوب می‌شود. ویژگی منحصر بفرد عملکرد بهره‌وری ICT در استرالیا مربوط به این است که استرالیا در حال دست یابی به این قبیل منافع بهره‌وری حاصل از ICT و در عین حال بدون داشتن بخش عظیمی در بهره‌وری ICT می‌باشد. (NOIE 2002, 11)

توسعه اقتصادی و ICT

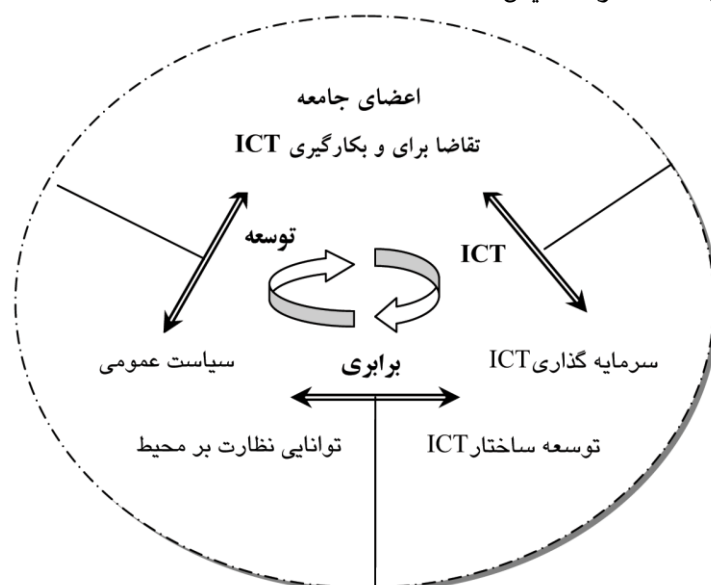
افزایش فعالیت‌های اقتصادی پیش شرطی برای کشورهای در حال توسعه است تا از مردم خود حمایت کنند و به استقلال واقعی برسند. فناوری اطلاعات و ارتباطات در اقتصاد جهان همانطور که در عصر حاضر در کشورهای پیشرفته مشاهده می‌شود نقش حمایت کننده بازی می‌کند.

جامعه اشاره به گروه بندي گسترده اي از افرادي است که داراي منافع مشترك ايجاد و حفظ کيفيت زندگي اند که از طريق آن نسلهاي فعلي و آينده ايمن، سلامت، با نشاط و کامياب خواهند شد. اگر چه ذينفعان ممکن است منافع قابل توجهي در رشد اقتصادي که مي تواند از طريق اهرم ICT باشد بوجود آورند، منافع مشترك گسترده تري که اعضاي جامعه با هم مي توانند بوجود آورند گسترده اي از خدمات در دسترس و مقرون به صرفه، توانايي استفاده از فناوري را براي گسترش آموزش و پرورش محلي، بهبود مراقبت هاي بهداشتي، بهبود تعامل مدني و توسعه براي پشتيباني از مکانيسم هاي جامعه هستند. اين طيف از بکارگيري ICT در جامعه «تقاضا»¹⁰ براي سرمايه گذاري در ICT در سطح محلي تعريف مي شود.

به طور مشخص، اين مدل ديره اي به سه بخش طبقه بندي شده است. هر يك به نمايندگي يکي از سه ذينفعان در رابطه بين ICT و توسعه اقتصادي⁸ مي باشد.

يکي ديگر از جنبه هاي اين مدل با اتصال مثلث جا سازي شده، هر يك از گروه ها را مرتبط مي نمايد. فعل و انفعال داخل مثلث بين سه اهداف کلي است: (1) توسعه و گسترش ICT، (2) توسعه پايدار اقتصاد و (3) دسترس عادلانه گسترده تر به منافع اقتصادي و سرمايه هاي اجتماعي گسترده بالقوه که از طريق ICT قابل دسترسي است. (3, 2003, Mitchell and Gillis)

در اين مدل ذينفع اول اعضاي جامعه تعريف شده است. براي همين دليل، بالاترين گروه ذينفعان در اين مدل «اعضاي جامعه» است. اگر ICT نتواند ارزش اجتماعي مطلوب را بواسطه اعضاي جامعه اشاعه دهد يك ارزش اجتماعي مولد نيست. واژه «جامعه»⁹ معاني بسياري دارد. در اين مدل،



شکل 2: رابطه توسعه اقتصادي و فناوري اطلاعات و ارتباطات

منبع: Matthew Mitchell and Bill Gillis: 2003

زیرساخت‌های ICT نیاز به یک سرمایه‌گذاری قابل توجه دارد و دولت‌های قدرتمند، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، قادر به مقابله با چالش‌ها به تنهایی خواهد بود. با چند استثناء، سیاست‌های دولتها بیش از پیش آن را روشن می‌سازد که آنها قادر و یا مایل به سرمایه‌گذاری و احداث زیرساخت‌های ICT نیستند، سرمایه‌گذاری‌های غیر دولتی به طور فزاینده ای نقشی حیاتی در تعدیل شکاف دیجیتال دارند.

برای نیل به هدف استقرار مناسب و عادلانه زیرساخت‌های ICT، شناسایی سه رویکرد ضروری خواهد بود: اول، باید تقاضای بازار برای ICT، دوم، کاربران نهایی زیرساخت‌های ICT، یعنی اعضای یک جامعه که بهترین موقعیت برای نشان دادن تقاضا برای سرمایه‌گذاری در بازار ICT هستند و سوم، بعد مقرراتی و نظارتی محیط می‌باشد. تصمیم سازان و سیاست‌گذاران خط مشی عمومی مسئولیت توسعه دادن و حفظ نظارت و مقررات محیط را دارند که سرمایه‌گذاری توسط سازمان‌های خصوصی و کسب و کار در زیرساخت ICT را ترغیب می‌نماید. در نهایت، باید تمایل برای سرمایه‌گذاران در ICT با پذیرش ریسک وجود داشته باشد. بدون سرمایه‌گذاری سرمایه خصوصی، هدف استقرار مناسب ICT ممکن است هرگز محقق نشود. بنابراین، این سه ذینفع (اعضای جامعه، سیاست‌گذاران و سرمایه‌گذاران ICT) در تعاملی با یکدیگر هستند. (Mitchell and Gillis, 2003:3-4)

در راستای تلاش برای تعدیل شکاف دیجیتالی، ICT برای تحریک و یا توسعه اقتصادی و انسانی که نشان‌دهنده نوید بزرگی برای رفاه عمومی جهانی است، متمرکز می‌گردد. مدل

با توجه به گسترده طیف وسیعی از مزایای بالقوه، ICT می‌تواند شرایط توسعه را در جوامع ارائه نماید، دو عنصر ضروری برای تهیه زیرساخت‌های ICT جهت پاسخگویی نیازهای جامعه وجود دارد: (1) تدارک منابع سرمایه‌گذاری؛ (2) نظارت و مقرراتی که یک محیط حمایتی و پایدار برای سرمایه‌گذاری را فراهم نماید. در این مدل، دو گروه از ذینفعان به عنوان مسئول برای سرمایه‌گذاری و تنظیم زیرساخت‌های ICT شرح داده شده است. اولین گروه ذینفع «سرمایه‌گذاری ICT»¹¹ نامیده می‌شود، به دلیل اینکه مجموعه سازمان‌های خصوصی و کسب و کارها در درجه اول برای ایجاد زیرساخت‌های ICT مسئول‌اند.

گروه دوم، برجسب «سیاست عمومی»¹² متشکل از تصمیم‌گیران سیاست‌های عمومی هستند که سازندگان و تامین کنندگان اولیه زیرساخت‌های ICT را تسهیل، تنظیم و فراهم می‌سازند.

همانطور که در مدل، به تصویر کشیده شده است ارتباط بین ICT و توسعه در سه گروه از ذینفعان مطرح گردیده است. برای موفقیت و پایداری، این روابط باید منافع همه ذینفعان را تسهیل نماید. بنابراین، این مدل سه هدف و نقش هر یک از ذینفعان را در ساخت روابط تولیدی معنی دار و پاسخگو برای نیازهای جامعه را برجسته می‌نماید. (3, 2003, Mitchell and Gillis)

استقرار ICT

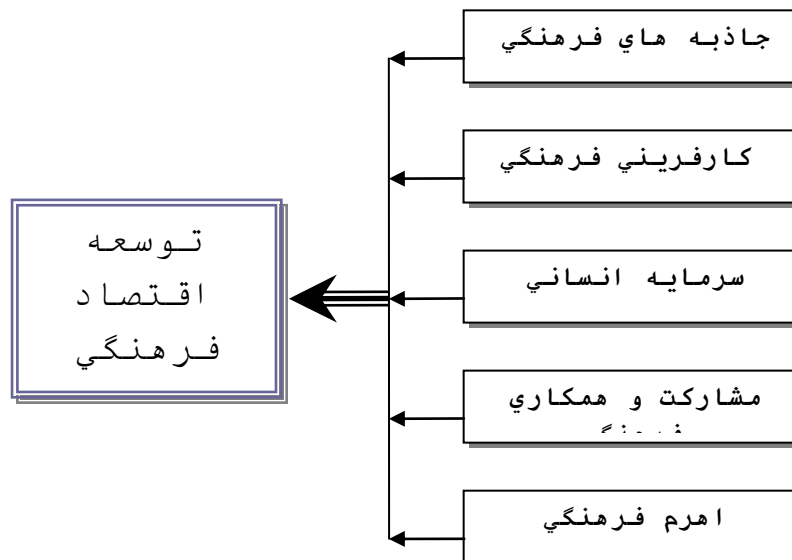
تجربه جهانی نشان داده است که محیط‌های نظارتی انحصاری و بسته، برای سرمایه‌گذاری‌های خصوصی، احتمال کمتری دارند.

می‌گیرند، متمرکز می‌باشد. هدف نهایی آنها دستیابی به پتانسیل اقتصادی بخش فرهنگی می‌شیرگان بود. آندرسون¹⁵ معتقد بود به تنهایی قادر به انجام این امر نمی‌باشد. به هر حال، او مشتاق پذیرفتن چالش رهبری، کارکردن با دپارتمانهای دیگر ایالات، طراحان اقتصادی، حوزه‌ها، اجتماعات و سازمانها و افراد خلاق و کارآفرین می‌باشد. استراتژی تدوین شده در دپارتمان HAL شامل پنج بعد بر اساس شکل زیر طبقه بندی شده است:

ارائه شده در بحث قبلی یک ابزار ممکن را برای درک، توصیف و تأثیر مفید ارتباط بین ICT و توسعه اقتصادی را نشان داد.

استراتژی توسعه اقتصاد فرهنگی

این استراتژی برای اولین بار توسط آندرسون¹³ در سال 2006 برای ایالت می‌شیرگان مطرح شد که برآن دسته از فعالیت‌هایی که در حوزه مستقیم دپارتمانهای تاریخ، هنر و کتابخانه‌ها¹⁴ و بخشهای مشابه آن در دولت و بخش فرهنگی می‌شیرگان قرار



دارایی‌های فرهنگی (بزرگ و کوچک)، رشد اقتصادی بیشتر را تسریع می‌نماید. کشور/منطقه/محلله باید تضمین کند که این مکانها و مؤسسات و افرادی که خلاقیتشان حمایتشان می‌کند، منابع مورد نیاز جهت قوی، پرشور و جذاب ماندن را داشته باشند. این قبیل داراییهای فرهنگی به منطقه هویت بخشیده و گردشگران را به سمت خود می‌کشاند و روند رشد اقتصادی را هر چه بیشتر تسهیل

1) جاذبه‌های فرهنگی¹⁶
 منظور از جاذبه‌های فرهنگی، نهادها و مکان‌های فرهنگی می‌باشند که هنرمندان و افراد خلاق در آنها گرد هم می‌آیند و آثار و ایده‌هایشان را به اشتراک می‌گذارند، افراد و تجارت‌های مختلف را به خود جلب کرده و به تسلط خود در می‌آورند. لذا تقویت مکانها و مؤسسات با توانایی جذب و نگه داشتن اشخاص و کسب و کارها تعیین میراث فرهنگی محلی یا منطقه‌ای، جلب توریست‌ها،

خلاق و مشاغل و سرمایه‌گذاری فرهنگی هستند که جوامع و دست‌اندرکاران توسعه اقتصادی کشور/ منطقه/ محله می‌باید بتوانند اهرم‌های فرهنگی را گسترش داده و برای این موارد، تشویق‌ها و تمهیداتی را در نظر بگیرند. به عبارتی نقش فرهنگ می‌تواند برای ایجاد رشد تجاری منطقه‌ای و محلی، تقویت انگیزه‌های توسعه اقتصادی فرهنگی منطقه و ارتقای و عرضه صنایع فرهنگی کلیدی به مثابه اهرمی عمل نماید. رهبران فرهنگی و طراحان اقتصادی جامعه فعالانه جهت افزایش آگاهی اینکه چگونه فرهنگ می‌تواند برای اعمال نفوذ بر رشد تجاری محلی و منطقه‌ای مورد استفاده قرار گیرد و تقویت انگیزه‌ها برای انجام چنین کاری از طریق موارد ذیل دست به کار خواهند شد. (ANDERSON 2005, P6&20)

– آمادگی فرهنگی²² : آماده شدن برای توسعه اقتصاد فرهنگی و ایجاد ابتکار عمل‌هایی که به فرهنگ و پتانسیل‌های اقتصادی بخش فرهنگ ارزش داده و آن را حمایت می‌کند قلمداد می‌گردد. جوامعی که به طور کامل در این فرآیند شرکت دارند دسترسی بیشتری به منابع و داد و ستانده‌ها خواهند داشت. تشکیل شورای هنرها و مسایل فرهنگی به آمادگی توسعه اقتصادی فرهنگی کمک می‌کنند. (ANDERSON 2005, 22)

– برنامه‌ریزی و پشتیبانی فنی²³ جهت حفظ آثار تاریخی: کشور می‌باید به طور قانونی ابزارهای موجود را برای برخورداری از حفظ آثار تاریخی جهت حفظ ویژگی منحصر بفرد تقویت کند. این امر باید شامل شناختن حفظ آثار تاریخی به عنوان سرمایه

می‌نمایند. (ANDERSON 2005, 6&20)

این بخش مشتمل است بر:
- توریسم فرهنگی¹⁷: صنعت جهانگردی فرهنگی و تأثیرات اقتصادی آن از طریق گسترش تورها، بهبود خدمات ارائه شده به بازدیدکننده گان، و بازاریابی قوی‌تر توسعه خواهد یافت. (ANDERSON 2005, 6&20)

- جاذبه تجاری¹⁸: به مفهوم استفاده آگاهانه از منابع فرهنگی جهت ایجاد محیطی با هدف جذب تجارت‌های جدید و حفظ تجارت و کسب و کارهای موجود می‌باشد. دارایی‌های فرهنگی به طور فعال برای کمک به جذب، توسعه و حفاظت از تجارت و بازرگانی به کار گرفته می‌شوند. رهبران فرهنگی جاذبه‌های فرهنگی را بدین منظور با اهمیت تلقی می‌نمایند که ایجاد رابطه بین بخش‌های فرهنگی و تجاری (غیر فرهنگی) را تضمین نموده و اینکه جاذبه‌های تجارت و بازرگانی مزایایی را در ارتباط بین بخش فرهنگی و غیر فرهنگی و تلاش برای ایجاد همکاری‌هایی بین دو بخش مذکور در راستای جذب کردن، حمایت از نیروی کار و سرمایه گذاران و ایجاد انگیزه در مردم برای استفاده از فرصت‌های تجاری را بوجود آورد. (ANDERSON 2005, 6&20)

- برند فرهنگی¹⁹: ارائه تصویر جدیدی از کشور/ منطقه/ محله که میراث فرهنگی و طبیعی را در برگرفته و به عنوان عامل برتر جامعه-محور تلقی می‌گردد. (ANDERSON 2005, 6&20)

- منابع فرهنگی²⁰: منابع فرهنگی، ساختمان‌های تاریخی، ساختارهای قدیمی و مکان‌های باستانی را در بر می‌گیرد. (Richard 2004, 5)

(2) اهرم فرهنگی²¹

منظور ابنیه تاریخی، جاذبه‌های فرهنگی و کارکنان

بخش فرهنگی یکی از بخشهایی است که می‌تواند از سریعترین رشد در کشور برخوردار باشد به نحوی که آفرینشگر، خلاق، فراگیر و سازش‌پذیر با انواع محیط‌های اقتصادی و فرهنگی است. طراحی‌های کوچک، صنایع، کارهای مربوط به رسانه دیجیتال و موسیقی برای توسعه و ترقی مناسب هستند. به طور کلی، این بخش فرصتهای نامحدودی برای کارآفرینی و ایجاد اشتغال در جوامع شهری، روستایی و حومه شهر در سرتاسر کشور فراهم می‌آورد. آنها به شکل مستقیم و غیر مستقیم به اقتصاد یاری می‌رسانند. مؤسسات خلاق، فرهنگ محور شامل هنرمندان نوظهور و به تبع آن طرحهای کوچک و تجارت‌های رسانه‌ای و سایر فعالیت‌های کارآفرینی انتفاعی و غیرانتفاعی می‌باشند. (ANDERSON 2005, 21) این قسمت از

راهبردها عبارتست از:

– صنایع دستی²⁷: رشد مؤسسات خلاق و توسعه ماندگار اقتصاد فرهنگی در کشور/منطقه/محل به واسطه همکاری، هماهنگی و ارتقای صنایع دستی رونق می‌یابد. این صنایع همچنین به خوبی برای همکاری با میراث فرهنگی و نوآوری‌های توریسم فرهنگی و فراهم آوردن فرصتهایی جدید جهت سرمایه‌گذاری خصوصی، ایجاد اشتغال و کارآموزی مناسب و سازگار می‌باشند. (ANDERSON 2005, 21)

– مراکز تجاری فرهنگی آن لاین²⁸: طراحی وب سایتی جهت ارتقای محصولات کارآفرینان خلاق فرهنگی به بازار جهانی، لینک‌های اینترنتی درون‌بخشی دولت جهت آگاهی و استفاده مشتریان و حمایت‌های مالی خصوصی جهت تضمین تداوم‌پذیری

عمومی، افزایش مجازات‌های تخریب بناهای تاریخی، ارائه جایگاه قانونی مشخص به سازمان‌های حفاظت در هیئت‌های قضایی و تضمین اینکه بخشی از بودجه کشور برای ترمیم و بازسازی ساختمان‌های تاریخی مصرف خواهد شد.

– بسته تشویقی²⁴: ایجاد بسته تشویقی توسعه اقتصادی فرهنگی (مانند انگیزه‌ها، سرمایه‌ها، کمک‌های مالی، وام‌ها) برای سرمایه‌گذاری راهبردی فرهنگی به منظور:

– برانگیختن توسعه مؤسسه فرهنگی خلاق، ایجاد اشتغال، توسعه استفاده چند منظوره، و اصلاح تأسیسات زیربنایی؛
– ارتقاء حفظ آثار تاریخی؛
– جذب سرمایه‌گذاری خصوصی جدید.

این بسته بر منابع موجود، شامل تعدادی از شوراهای فعالیت‌های فرهنگی و هنری، کمک هزینه‌های فرهنگی و هنری، حفظ آثار تاریخی سیاحتی، دفتر اعتبارات مالیاتی و حفظ آثار تاریخی، سازمان تاریخی و کمک‌های مجاز فرمانداری محلی، و بودجه برخی کتابخانه‌ها متمرکز خواهد شد. این بسته الگوی جدیدی را ایجاد می‌کند که به تغییر مفاهیم از هزینه‌های فرهنگی به عنوان داشته‌های بی‌ارزش به سرمایه‌گذاری‌های راهبردی حیاتی در رونق‌بخشی جامعه از طریق اشتغال مداوم منابع فرهنگی (سازمان و افراد) و بازگشت به سرمایه‌گذاری درونی و مؤثر کمک می‌کند. (ANDERSON 2005, 22-23)

– ارتقای صنعت رسانه²⁵: تقویت صنایع فیلم/تلویزیون/آگهی بازرگانی باهدف افزایش تأثیر اقتصادی هم در درآمدهای شخصی و هم در درآمدهای مالیاتی و تأثیر اقتصادی آن بر توریسم. (ANDERSON 2005, 23)

- رهبري جامعه، دولت و سازمان (رهبران)؛
- توسعه نيروي كار بخش مبتكر (كاركنان)؛
- توسعه مؤسسات خلاق (تجارت سودآور)؛
- توسعه سازمانهاي فرهنگي و خلاقان فرهنگي (هنرمندان، صنعتگران، صنعت كاران و كارهاي غير انتفاعي).

5) مشاركتها و همكاريها³¹

- حرکت رو به جلوي استراتژي توسعه اقتصاد فرهنگي در زمان منابع محدود، نیازمند تلاش دسته جمعي کشور شامل بسياري از بخشها خواهد بود:
 - جستجوي فرصتها جهت اعمال نفوذ و به اشتراك گذاشتن منابع به سوي اجرائي موفق اهداف و آرمانهاي مشترك توسعه اقتصاد فرهنگي گرد هم خواهند آمد.
 - گسترش ابتكارات، برنامه ها و سرويسهاي مشترك جديد.
- (ANDERSON, 2005, 24)

طراحي مدل توسعه اقتصاد فرهنگي و تاثير ICT

در اين مقاله از ابعاد استراتژي توسعه اقتصاد فرهنگي معرفي شده در ايالت ميشيگان، جهت طراحي مدل توسعه اقتصاد فرهنگي کشور ايران استفاده شده است و نقش ICT به عنوان عامل اثرگذار بر هر يك از ابعاد اقتصاد فرهنگي به مدل اضافه گرديده است، در

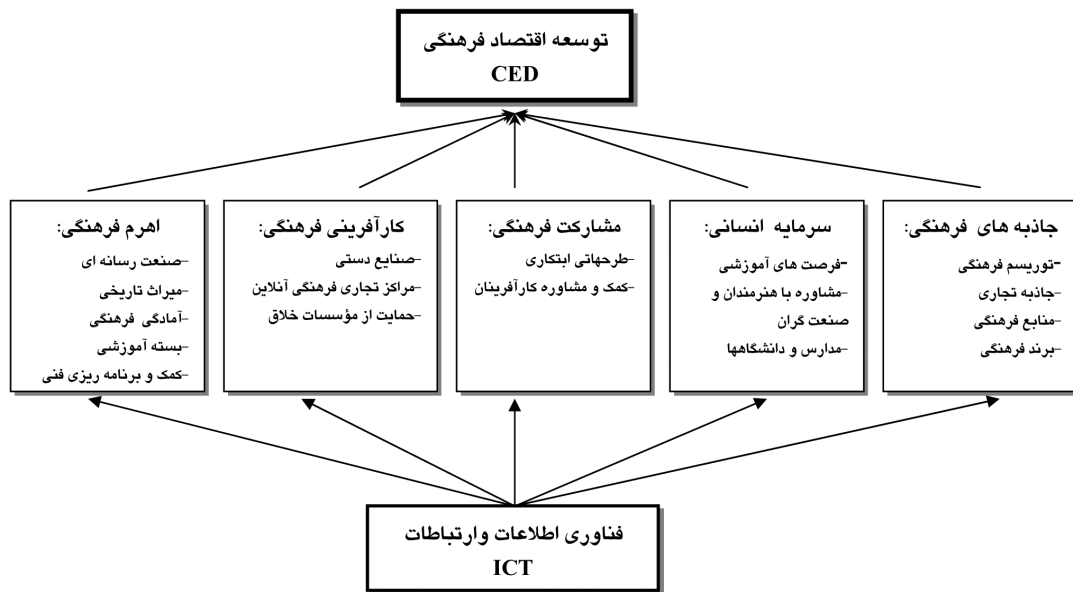
اين مدل توسعه اقتصاد فرهنگي به عنوان متغير وابسته و ICT به عنوان متغير مستقل تلقي گرديده و هريك از ابعاد که شامل مؤلفه هاي مي باشند، به عنوان متغيرهاي ميانجي نقش بازي مي کنند و با استفاده از نرم افزار MATLAB و با استناد به نظر خبرگان

طولاني مدت مورد تاکيد مي باشد. (ANDERSON, 2005, 21)

— حمايت از مؤسسات خلاق²⁹: امکان خريد يکجا و در دسترس، کمک به توسعه مشاغل کوچک، که براي مؤسسات خلاق و کارآفرينان فرهنگي طراحي شده، ايجاد خواهد شد. (ANDERSON, 2005, 21)

4) سرمايه انساني³⁰

توسعه اقتصاد فرهنگي پايدار مستلزم اين است که مديران فرهنگي از منابع يادگيري، مشاوره و فرصتهاي آموزشي که به آنها اجازه مي دهد هر چه بيشتر در استفاده از ابزارهاي مديریتی، طرح ريزي، تأمين منابع مالي، روابط اجتماعي، بازاریابي و ارزيابي خبره گردند، برخوردار باشند. لزوم وجود اين منابع به واسطه عواملی چون جامعه، رهبران دولتي و سازماني کارکنان بخش فرهنگي/ خلاق و هنرمندان، صنعت گران و مشاغل غير انتفاعي ايجاد مي گردد. مدارس و دانشگاهها در مسير اين تلاش عظيم مشارکت پراهميتي خواهند داشت. فراهم کردن فرصتهاي توسعه آموزشي و رهبري که خلاقيت و ابتكار فردي را بر مي انگيزد و به رهبران اكنون و آینده، منابع مورد نیاز براي هدايت رشد اقتصادي فرهنگي طولاني مدت و توسعه خلاقيت جامعه را ارائه مي دهد. جهت تضمين کارآيي طولاني مدت استراتژي توسعه اقتصاد فرهنگي و طولاني مدت بخش فرهنگي کشور بايد سرمايه انساني کشور را پروراند و تحت کنترل داشت. اين شامل فراهم کردن منابع آموزشي، برنامه ها، مؤسسات، مشاوران و برنامه هاي ارزشيابي براي موارد ذيل خواهد بود: (ANDERSON 2005, 23)



شکل شماره 4: مؤلفه های توسعه اقتصاد فرهنگی و نقش IT

کاري دشوار و حتي ناممکن است. امروزه تلاش بیشتر دانشمندان حوزه علوم مدیریت در بهره‌گیری از این گونه مدل‌ها برای بهینه‌سازی تصمیمات و افزایش اثربخشی و کارایی تصمیم‌گیری است، زیرا اگر مدل‌سازی مسایل در این چارچوب صورت گیرد، خروجی‌های تصمیم به سادگی می‌تواند با تغییر متغیرها با اجرای مدل در فضای مجازی پیدا شود. برای این منظور وزن هر یک از ابعاد ICT به کمک دونوع پرسشنامه (مقایسه زوجی و مقایسه نیمه متریک‌تکی) که در اختیار هفت تن از متخصصین رشته‌های اقتصاد و مدیریت فناوری اطلاعات قرار گرفت، محاسبه شده است.

– مدل کمی ICT و CED
مدل را می‌توان نمایش ترسیمی و محاسباتی از واقعیت دانست که تحت شرایطی می‌توان جایگزین آن شود. مدل‌ها به این دلیل طراحی می‌شوند که ما نتایج تصمیمات مان را قبل از پیاده‌سازی در محیط واقعی که یقیناً با هزینه و ریسک بالا انجام خواهد پذیرفت، در یک محیط مجازی و شبیه‌سازی شده اجرا نماییم و نتایج آن را تحلیل کنیم. آنچه در این پژوهش به عنوان مدل ریاضی به کار رفته است از نوع مدل‌های سمبولیک است، این نوع مدل به لحاظ نتیجه از سایر مدل‌ها کاربردی‌تر بوده، اما به دلیل اینکه مدل‌سازی مسایل در این قالب بسیار پیچیده و دشوار می‌باشد، در بسیاری از موارد

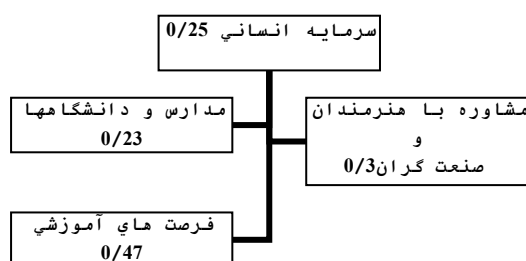
جدول 1: اندازه‌گیری بعد جاذبه‌های فرهنگی

وزن نهایی	وزن کل	زوجی	نیمه متریک تکی	بعد جاذبه‌های فرهنگی
0.36	0.724	0.448	0.275	توریسم فرهنگی
0.29	0.586	0.330	0.257	جاذبه تجاری
0.21	0.41	0.179	0.231	منابع فرهنگی

0.14	0.28	0.043	0.237	برند فرهنگی
1	2	1	1	جمع

جدول 2: اندازه گیری بعد سرمایه انسانی

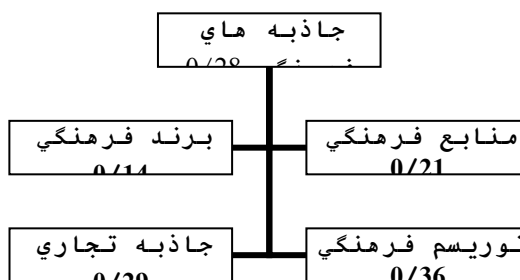
وزن نهایی	وزن کل	زوجی	نیمه متریک تکی	بعد سرمایه انسانی
0.47	0.931	0.583	0.348	فرصت‌های آموزشی
0.3	0.608	0.343	0.265	مشاوره با هنرمندان و صنعت گران
0.23	0.462	0.074	0.388	مدارس و دانشگاهها
1	2	1	1	جمع



نمودار 2: اندازه گیری بعد سرمایه انسانی

1) بعد جاذبه های فرهنگی

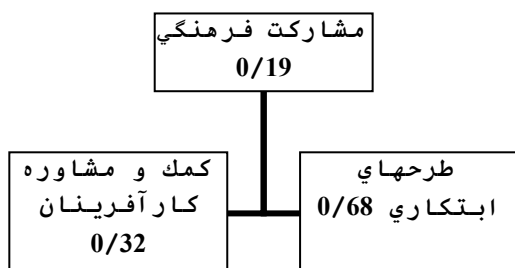
همانگونه که ملاحظه می‌شود صاحب نظران در مجموع از 100 امتیاز بعد جاذبه های فرهنگی 36 نمره را به توریسم فرهنگی، 29 نمره را به جاذبه های تجاری، 21 نمره را به منابع فرهنگی و به برند فرهنگی 14 نمره منظور نمودند. (جدول 1)



نمودار 1: اندازه گیری بعد جاذبه های فرهنگی

3) بعد مشارکت فرهنگی

همانگونه که ملاحظه می‌شود صاحب نظران در مجموع از 100 امتیاز بعد مشارکت فرهنگی 68 نمره را به طرحهای ابتکاری و 32 نمره را به کمک و مشاوره کارآفرینان منظور نمودند. (جدول 3)



نمودار 3: اندازه گیری بعد مشارکت فرهنگی

2) بعد سرمایه انسانی

همانگونه که ملاحظه می‌شود صاحب نظران در مجموع از 100 امتیاز بعد سرمایه انسانی 47 نمره را به فرصت‌های آموزشی، 30 نمره را به مشاوره با هنرمندان و صنعت گران و به مدارس و دانشگاهها 23 نمره منظور نمودند.

جدول 3: اندازه گیری بعد مشارکت فرهنگی

وزن نهایی	وزن کل	زوجی	نیمه متریک تکی	بعد مشارکت فرهنگی
0.68	1.353	0.861	0.492	طرحهای ابتکاری
0.32	0.647	0.139	0.508	کمک و مشاوره کارآفرینان

جمع	1	1	2
-----	---	---	---

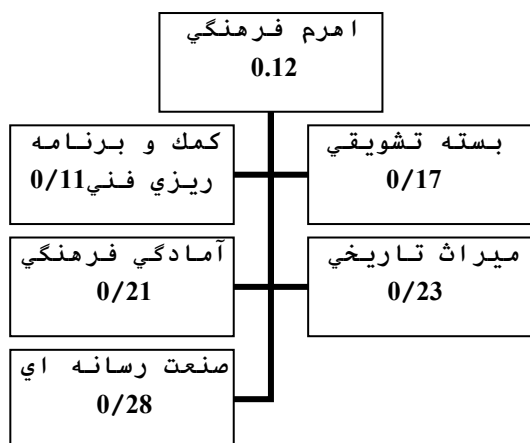
جدول 4: اندازه گیری بعد کارآفرینی فرهنگی

بعد کارآفرینی فرهنگی	نیمه متریک تکی	زوجی	وزن کل	4-بعد کارآفرینی فرهنگیوزن نهایی
صنایع دستی	0.315	0.551	0.866	0.43
مراکز تجاری فرهنگی آنلاین	0.356	0.374	0.73	0.37
حمایت از مؤسسات خلاق	0.328	0.075	0.403	0.2
جمع	1	1	2	1

4) بعد کارآفرینی فرهنگی

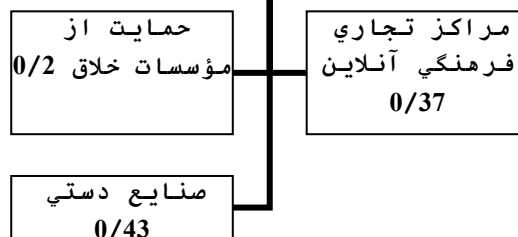
همانگونه که ملاحظه می شود صاحب نظران در مجموع از 100 امتیاز بعد کارآفرینی فرهنگی 43 نمره را به صنایع دستی، 37 نمره را به مراکز تجاری فرهنگی آنلاین و به حمایت از مؤسسات خلاق نمره 20 منظور نمودند. (جدول 4)

امتیاز بعد اهرم فرهنگی 28 نمره را به صنعت رسانه ای، 23 نمره را به میراث تاریخی، 21 نمره را به آمادگی فرهنگی، 17 نمره به بسته آموزشی و به کمک و برنامه ریزی فنی نمره 11 منظور نمودند. (جدول 5)



نمودار 5: اندازه گیری بعد اهرم

کارآفرینی فرهنگی 0.17



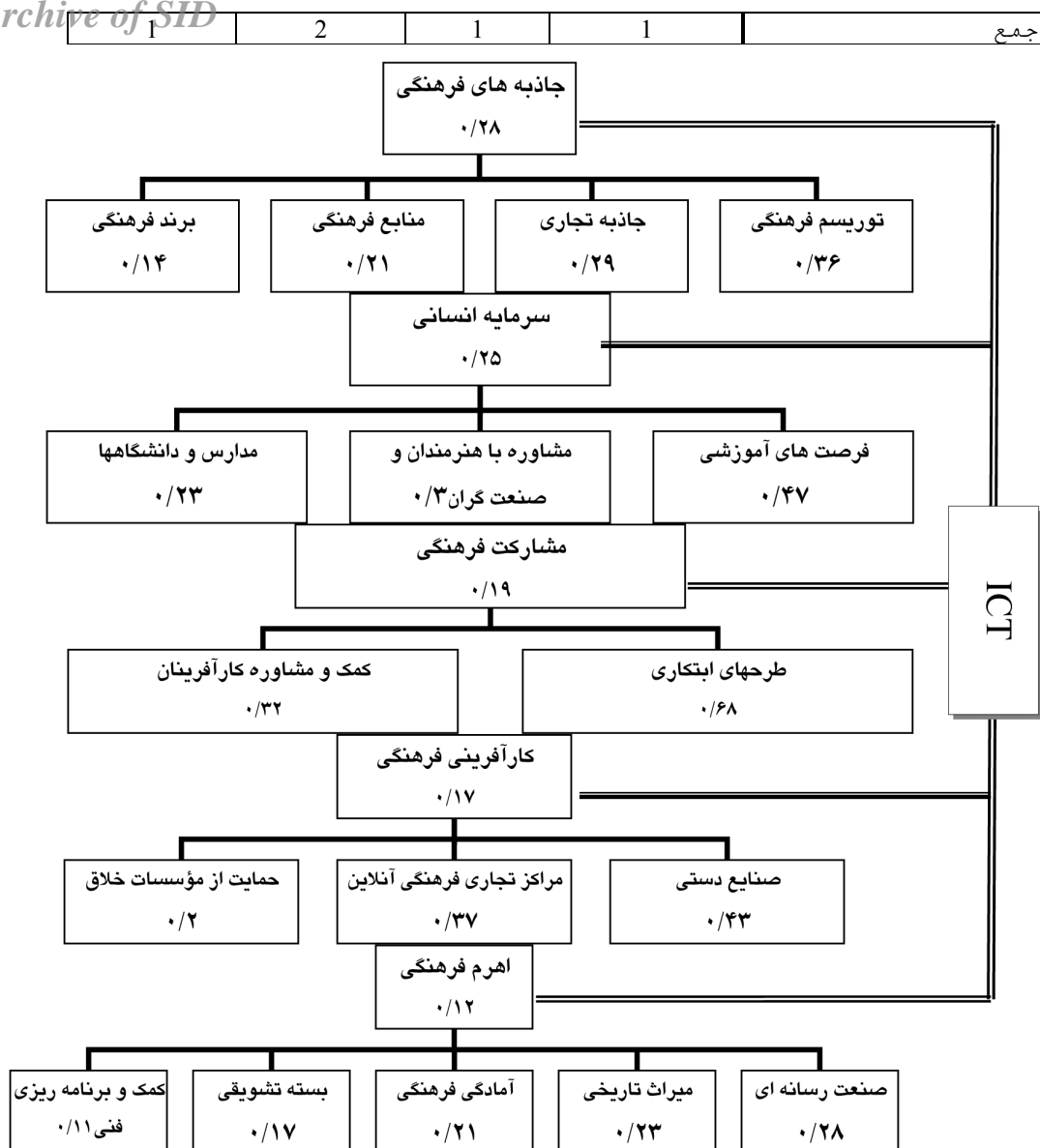
نمودار 4: اندازه گیری بعد کارآفرینی فرهنگی

5) بعد اهرم فرهنگی

همانگونه که ملاحظه می شود صاحب نظران در مجموع از 100

جدول 5: اندازه گیری بعد اهرم

بعد اهرم فرهنگی	نیمه متریک تکی	زوجی	وزن کل	وزن نهایی
صنعت رسانه ای	0.220	0.349	0.569	0.28
میراث تاریخی	0.186	0.266	0.452	0.23
آمادگی فرهنگی	0.191	0.227	0.418	0.21
بسته تشویقی	0.208	0.132	0.34	0.17
کمک و برنامه ریزی فنی	0.195	0.026	0.221	0.11



نمودار 6 : مدل کمی

اقتصاد بخش فرهنگی، نقش آن به عنوان «اقتصاد شبانه» است به عبارتی يك «اقتصاد مصرفگرای» متمرکز بر فرهنگ سرگرمی و اوقات فراغت بوده که در این اقتصاد شبها نباید نگران از دست رفتن منافع اقتصادی همچون روزها شد به عبارتی بخش اعظم مصرف فرهنگی، عصرها و شبها رخ میدهد. لذا با تاکید بر نقش کلیدی حوزه فرهنگ در اقتصاد، توسعه اقتصاد فرهنگی موفق

نتیجه گیری

از آنجاییکه در این مقاله تنها به طراحی مدل سنجش تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه اقتصاد فرهنگی ایران پرداخته شد، پیشنهاد می‌گردد که مدل کمی بدست آمده در سطوح تقسیمات کشوری، در حوزه های اقتصادی و فرهنگی و در ارگانها، سازمانها و نهادهای فرهنگی و اقتصادی مورد سنجش قرار گیرد. مشخصه منحصر به فرد

(2002). intended for discussion at the workshop on ICT and business performance, December.

- 6) Bernestein, Richard, A. (2004). A Guide to Smart and Cultural Resource Planning, Wisconsin Historical Society. www.wisconsinhistory.org.
- 7) Matthew Mitchell and Bill Gillis. (2003). Making Sense of the Relationship between Information Communication Technologies and Economic Development, Washington State University / Center to Bridge the Digital Divide.

یادداشتها

¹ Ict(Information And Communication Technology)

² Ced(Cultural Economic Development)

³ Information Technology

⁴ Gdp

⁵ United Nations Economic And Social Council

⁶ Washington State University

⁷ Washington State University

⁸ Economic Development

⁹ Community

¹⁰ Demand

¹¹ Ict Investment

¹² Public Policy

¹³ رئیس دبیرتومان Hal در دانشگاه میشیگان

¹⁴ Department Of History, Arts And Libraries(Hal)

¹⁵ Anderson

¹⁶ Cultural Magnets

¹⁷ Cultural Tourism

¹⁸ Business Attraction

¹⁹ Brand

²⁰ Cultural Resources.

²¹ Cultural Leverage

²² Cultural Readiness.

²³ Technical Assistance And Planning.

²⁴ Stimulus Package.

²⁵ Media Industry Promotion.

²⁶ Cultural Entrepreneurship

²⁷ Craftworks

²⁸ Online Cultural Marketplace.

²⁹ Creative Enterprise Support.

³⁰ Human Capital

³¹ Grow Partnerships And Collaborations.

مستلزم داشتن چشم انداز، طرح ریزی یکپارچه، کار و تشریک مساعی همه جانبه و جامعه ای خلاق، پرشور و پایدار با محوریت فناوری اطلاعات می باشد. با توجه به ضرایب مدل کمی، راهکارهای عملی پیشنهادی در جهت توسعه اقتصاد فرهنگی که از طریق سرمایه گذاری و بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در بخش های زیر حاصل می شوند عبارتند از:

- ✓ حمایت از جاذبه های فرهنگی؛
- ✓ رشد مهارتها، استعداد و خلاقیت فردی در راستای توسعه سرمایه انسانی؛
- ✓ سرمایه گذاری در جذب توریسم فرهنگی شهری و روستایی از طریق ایجاد کانونهای صنعت گردشگری؛
- ✓ توسعه منابع فرهنگی و صنایع خلاق فرهنگی؛
- ✓ توسعه مشاغل کارآفرین؛
- ✓ آموزش اقتصاد جدید مبتنی بر فرهنگ؛
- ✓ ارتقاء دانش فرهنگی در جامعه؛
- ✓ ارائه پژوهش های علمی مستمر در مورد معیارهای تجاری و غیر تجاری فرهنگی؛
- ✓ شبکه های حفظ آثار تاریخی و میراث فرهنگی.

منابع و ماخذ

1) کمیجانی، اکبر، محمود زاده، محمود. (1388). نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در رشد اقتصادی ایران. پژوهشنامه اقتصادی، www.Sid.ir

2) ویکی پدیا www.fa.wikipedia.org

- 3) ANDERSON, William M. (2005). Cultural Economic Development, Michigan Department of History, Arts and Libraries.
- 4) The National Office for Information Economy (NOIE). (2002). Contribution of ICT to economic growth.
- 5) ICT and Business Performance-Empirical Findings and Policy Implication, OECD.