مجله مدیریت فرهنگی سال پنجم/ شماره یازدهم/ بهار 1390 تاریخ دریافت: 1389/4/13 تاریخ پذیرش:1390/9/15

# طراحي مدلي جهت سنجش تأثير فناوري اطلاعات و ارتباطات در توسعه اقتصاد فرهنگي ايران

**فرزانه چاوش باشي** دانشجوي دکتري مديريت و برنامه ريزي فرهنگي دانشگاه آزاد اسلامي، واحد علوم وتحقيقات 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 تاثیر 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 یك از ابعاد ICT به كمك دو نوع پرسشنامه (مقایسه زوجی ومقایسه نیمه متریك تكی) كه در اختیار هفت تن از متخصصین رشته های اقتصاد ومدیریت فناوری اطلاعات قرار گرفت، محاسبه گردیده وبرای محاسبه میانگین و ضرایب فنی مدل و مقایسه زوجی از نرم افزار ریاضی MATLAB استفاده شده است.

يافته ها: 1) از بعد جاذبه هاي فرهنگي، توريسم فرهنگي 21 درصد و به درصد، جاذبه هاي تجاري 29 درصد، منابع فرهنگي 21 درصد و به برند فرهنگي 24 درصد را به خود اختصاص داده اند؛ 2) از بعد سرمایه انساني، فرصتهاي آموزشي 47 درصد، مشاوره با هنرمندان 30 درصد، و صنعت گران و مدارس و دانشگاهها 20 درصد را به خود اختصاص داده اند؛ 30 از بعد مشارکت فرهنگي، طرحهاي ابتکاري 40 درصد و کمك ومشاوره کارآفرینان 30 درصد را به خود اختصاص داده اند؛ 40 از بعد کارآفرینان 40 درصد و حمایت از مؤسسات خلاق مراکز تجاري فرهنگي آنلاین 40 درصد و حمایت از مؤسسات خلاق منعت رسانه اي 40 درصد، ميراث تاريخي 40 درصد، آمادگي فرهنگي منعت رسانه اي 40 درصد و کمك و برنامه ريزي فني 40 درصد را به خود اختصاص داده اند؛ 40 درصد، آمادگي فرهنگي به خود اختصاص داده اند.

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 حوزه های اقتصادی و فرهنگی و در ارگانها، سازمانها و نهادهای فرهنگی و قرار گیرد.

واژگان كليدي: فناوري اطلاعات و ارتباطات، توسعه اقتصاد فرهنگي، مدل كمي و رياضي

#### مقدمه

اقتصاد نوین در ادبیات اقتصادی در دهه 1990 مطرح شد. تعاریف زیادی در مورد اقتصاد نوین وجود دارد. وجه مشترك این تعریفها، تأکید بر فناوري ا اطلاعات و ارتباطات  $^{1}$  و اثرات گسترده آن است. بدون شك اقتصاد نوین نیاز به بسترها و ییش نیازها دارد. با توجه به ضرورت «اقتصاد نوین» که بر دانش، خلاقیت و نوآوری به عنوان عامل اصلي رقابت لذيري در اقتصاد جهاني تأكيد میورزد، فرهنگ بعد کلیدي آن است. پیش از این فرهنگ کمك چشمگیري به اقتصاد کشورها پ ۔۔۔۔ مینمود اما زمانی که فرهنگ در روند ابتكار عمل توسعه اقتصادي كشورها، محلها، نواحي، قسمتهاي شهري و روستایي گنجانده شود نقشي به مراتب قويتر را ايفاء خواهد کرد.

با تاکید بر فرهنگ و نقش پر اهمیت آن در اقتصاد كشورها، سرمايه گذاري منابع مالي عمومي و خصوصي در بخش در حال رشد و نوپاي فرهنگ در كشور، ميتواند به يك بخش اشتغالزايي تبديل گرديده، بازده چشمگیر و قابل ملاحظه ي در رشد درآمدها و دیگر شاخصهای اقتصادی به جای عد . گذارد. از طرفي براي تسهيل 2 در امر توسعه اقتصاد فرهنگي $^{\perp}$ باید زیرساخت فاوا نیز فراهم شودتا جريان استفاده ازفناوري اطلاعات و ارتباطات (فاوا) در فعالیتهای روزمره فرهنگی بوجود آید. در این شرایط، میتوان شاهد آشکار شدن پیامدهایفاوادر اقتصادکشور و نقش آن در توسعه اقتصاد فرهنگی شد. در این مقاله مدل

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

## توسعة اقتصاد فرهنگي

توسعه اقتصاد فرهنگي به این معنی است که استعداد خلاق، میراث و داشتههای فرهنگي خود را به کار گيريم 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 طرح ريزي اجتماعي بروز نمايد. و يا به شكل تصادفي رخ دهد. توسعه اقتصاد فرهنگي در راهبردهاي پيچيده، ساختار و پروتکلها با توسعه اقتصادی همسان است و از منابع حاصل از بخشهاي انتفاعي و غير انتفاعي بخش فرهنگي به شكل توامان بهره ميجويد و به واسطة كلية وجوه فرهنگ شامل میراث، هنرها، و محیط به حركت در ميآيد. . ( ANDERSON 2005,

## اهميت توسعه اقتصاد فرهنگي

همان طور که کشورها، بویژه كشورهاي در حال توسعه با چالشهاي اقتصادي مهم روبرو میگردند، رشد به سمت رفاه و ثبات و تداوم، مستلزم بهرهگيري راهبردي و استفاده اهرمي از منابع موجود، خلاقیت، نوآوري و سرمایهگذاري سنجیده در فرصتهای اقتصادی نویدبخش موجود در همة بخشهاي عمومي و خصوصي، در جهت خلق جو تجاري رقابتيتر و كيفيت زندگي مطلوبتر ميباشد. موفقیت در این راه منوط به دست یازیدن به توسعه اقتصادي با خلاقیت بدیع و اصرار بر

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 شركتهايي را كه با توفيق در بازارهاي جهاني رقابت ايجاد خواهند كرد.

## فناوري اطلاعات و ارتباطات (فاوا)

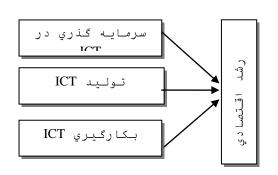
فناوري اطلاعات<sup>3</sup> همچنانکه به وسيله انجمن فناوري اطلاعات آمریکا (ITAA) تعریف شده است، «به مطالعه، طراحي، توسعه، پیادهسازی، پشتیبانی یا مديريت سيستمهاي اطلاعاتي مبتني بر رايانه، خصوصاً برنامه هاي نرم افزاري و سخت افزار رایانه میپردازد». به طور كوتاه، فناوري اطلاعات با مسایلی مانند استفاده از رايانه هاي الكترونيكي و نرم افزار سرو کار دارد تا ذخیره، حفاظت، تبدیل، پردازش، انتقال و بازیابي اطلاعات به شكلي مطمئن و امن انجام پذیرد. اخیرا تغییر اندکی در این عبارت داده می شود تا این اصطلاح به طور روشن دایره ارتباطات الكترونيك را نيز شامل گردد. بنابراین عده ای بیشتر مایلند تا فناوري اطلاعات و ارتباطات بکار گیرند. (ویکی پدیا) در مفهوم كلاسيك، فناوري مجموع دانش تبلور یافته در ابزار و روشهاي توليد است. تأُثير فناوري بررشد ازقديم مورد بحث بوده است که به سه دسته قابل تقسیم است: از نگاهي، تاثیرفناوري در قالب کالاهاي سرمایه های تجسم یافته، تحلیل شده که نتیجه آن افزایش بهره وري سرمایه بوده است؛ در حالت دوم، فناوري بهرهوري نيروي كار را

افزایش میدهد؛ در حالت سوم، www.SID.ir

Archive of SID فناوري بهرهوري كل بهرهوري کار یا سرمایه را افزایش میدهد. فناوری به عنوان یك عامل در الگوهاي رشد بحث میشود. سولو از پیشگامان در این زمینه است. از آنجا که فاوادر صنایع تولیدکننده، نقش ستانده و در صنایع مصرف کننده، نقش نهاده را دارد، بنابراین با دو اثر مواجه هستیم. بهبود کیفیت فاوا منجر به تسریع رشد بهره وري در صنايع توليدكنندة فاوا و انباشت سریعترنهاده در صنایع مصرف کننده فاوا می شود. بدین ترتیب مدل نئوکلاسیکی پیش بینی میکند که رشد اقتصادی در نتیجه این تعمیق سریع و رشد بهره وري نيروي کارد رصنايع مصرف کننده فاوا و پیشرفت فن و رشد بهره وري کل د رصنايع توليد کننده فاوا اتفاق مى افتد. (كميجاني (83 .1388

## رشد اقتصادي وICT

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



شكل 1: اثرات سرمايه گذاري در فناوري اطلاعات و ارتباطات بررشد

در حالي كه به كارگيري گسترده ICT وجود دارد و احتمال اينكه تكنولوژيها منافع بهره وري مشخصي را فراهم آورند، هنوز بحثهاي زيادي ميان اقتصادد انان وجود داشته و دارد و از جمله اينكه ICT واقعا تا چه ميزان براي رشد اقتصادي و انتقال مهم ميباشد.

در سال 1987 برنده جایزه نوبل اقتصاد، رابرت سولو به تاثیر ICTدراقتصاد پرداخته است. از آن زمان تا به حال بحثهایی در زمینه همکاری ICT با بهرهوري و رشد اقتصادي وجود دارد.در حالي که در ط*ي* آن مدتICT به شکل رو به افزایشی با اقتصادهای توسعه یافته در سراسر جهان پذیرفته شده است.با استفاده از تخمینهای حساب شده، پژوهشهای OECD، نشان داده است که 0/5 دلیل، ICT، دلیل اسرمایه گذری تا 1/3 درصد رشد سالیانه در چندین طرح اقتصادي در دوره ICD, ) است. ( 1995-2000 (BPEF,OECD 2002, 22

در حالیکه بکارگیری ICT، براي بهرهوري و رشد اقتصادي به شکل رو به افزایشی تایید شده است، مباحثي نيز در رابطه با همكاري نسبي تولیدICT، و استفاده از ICT وجود دارد. پژوهشهاي اوليه ایالات متحده روي رشد بهرهوري در ایالات متحده ریشه و عامل را در تولید ICT یافت. در سال OECD ،2001 يافته هاي يژوهش طولاني مدت دو ساله خود را در رابطه با رشد اقتصادي و اقتصاد جدید منتشر کرد.در بحث تاثیر گذاری ICT در رشد اقتصادي نمونه كاربردي در کشور استرالیا مورد بررسی قرار گرفته که به رویکردهای

## • رويکردي داخلي

- ✓ استرالیا به میزان بالایی روی ICT سرمایهگذاری کرده و هزینه روی ICT اکنون بیش از S درصد از تولید ناخالص داخلی بیش از بیشان میدهد. و اخلی که به میزان زیادی بخشهایی که به میزان زیادی روی ICT سرمایهگذاری کرده اند شامل بخش مالی، کرده اند شامل بخش مالی، ارتباطات و تسهیلات (برق، آب و گاز) میباشند. در حالیکه سرمایهگذاری کمترین میزان را دارد.
- ◄ در استرالیا یك توافق رو به رشد وجود دارد كه ICT باعث افزایش بهره وري در بخشهاي اقتصادي كلي یا بخشي ميشود. TOTبه میزان بخشي ميشود. TOTبه میزان در افزایش در بهره وري نیروي كار ميشود. بهره وري نیروي كار ميشود. كه این صنعت باعث رشد 1/66 سترالیا شده در GDP استرالیا شده است.
- ✔ مدارك زيادي وجود دارد كه این فرضیه را تایید میکند که سرمایهگذاری ICT محض به تنهایی لزوما منجر به منافع بهرهوري ICT نمي شود و اینکه محیطی که در آن سرمایهگذاری صورت گرفته در بسياري مواقع به اندازه ماهیت خود تکنولوژی مهم میباشد. مدارك بدست آمده از بررسي موضوعي نشان از این دارد که در برخي موقعيتها منافع بهرهوري حاصله از یك سرمايـهگـذاريـهاي ICT ميتوانند به طور ساليانه از مرز پنج درصد فراتر رود.
- ✓ افزایش 25 درصد در بهرهوري
   ICT در کنار همه بخشها یك
   IOP درصد را در GDP افزایش

ملي در سال 2003 يا به عبارتي 2/68 بيليون دلار بازدهي دارد. از اين نتايج اینگونه تصور میشود که بقيه بخشهاي جهان نيز همين افزایش را خواهند داشت. یکسان نشان از افـزايـش تعدادي از شاخصهاي اقتصاد كلان از جمله كارمزدهاي مصارف واقعی، و اقعي، سرمايـهگـذاري و مقادير واردات و صادرات هستند. (NOIE 2002, 10)

## • رویکردهاي خارجي

✓ از لحاظ منافع بهرهوري حاصل از كاربرد ICT اسناد و مدارك نشان از اين دارد كه استراليا در كنار ايالات متحده به عنوان پيشرو جهان محسوب ميشود. ويژگي منحصر بغرد عملكرد بهرهوري ICT در حال دست استراليا مربوط به اين است كه استراليا در حال دست يابي به اين قبيل منافع بهرهوري حاصل از ICT و در يابي به اين قبيل منافع عين حال بدون داشتن بخش عين حال بدون داشتن بخش عين حال بدون داشتن بخش مياشد. (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 و اقعی برسند. فناوری اطلاعات و ارتباطات در اقتصاد جهان همانطور که در عصر حاضر در کشورهای پیشرفته مشاهده میشود نقش حمایت کننده بازی

Archive of SID به عنوان نمونه انجام شده توسط سازمان ملل متحد $^{5}$  در سال 2000 نشان مي $^{5}$ ICT منجر به: الف) دسترسی بهتر به خدمات دولتي؛ ب) فرونشست از تقلب در انتخابات و بدبینی؛ ج) افزایش کمیت و كيفيت فرصتهاي آموزش؛ د) ایجاد توازن میان نابرابری در دسترسي به فرصتها و هـ) ارائه خدمات بهبود مراقبتهاي بهداشتی میگردد. در نتیجه ارتباط بین ICT و توسعه اقتصادي به نتایج فراتر از اقداماتي نظير توليد ناخالص د اخلي، اشتغال و ايجاد سرمایه گذاری منجر میگردد. اهرم ICT به منظور تسهیل گستردهتر كالاهاي عمومي از جمله بهبود مراقبتهاي بهداشتی، سواد، مسئولیتپذیری و پاسخگویی مدنی و دسترسی عادلانه به فرصتهاي اقتصادي، سرمایههای اجتماعی را ایجاد ميكند و توسعه اقتصادى بالقوه ميتواند از طريق استفاده از ابزار دیجیتال و ارتباطات راه دور حاصل شود. دیدگاه مهم، نقشهای پویای شكلگيري سرمايههاي اجتماعي به طور قابل ملاحظهاي پيش بيني ميكند توسعه بالقوه اقتصادي ناشي از مزاياي ICT. تا حدي به دليل پيچيدگي آن، از لحاظ تجربي شناسايي رابطه بين ICT وتوسعه اقتصادي به

## مدل تعدیل شکاف دیجیتالی(تاثیر ICT بر توسعه اقتصادی)

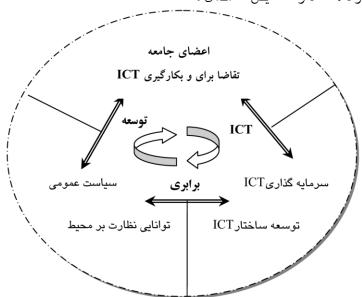
طور قابل توجهی دشوار است.

(Mitchell and Gillis 2003, 2)

مركز WSU مدلي را براي تعديل شكاف ديجيتال ايجاد كرده است. اين مدل براي كمك به برنامههاي توسعه اي است كه هدف آن تاثيراتICT بر توسعه اقتصادي است. (3) (2003, 3) به طور مشخص، این مدل دایره ای به سه بخش طبقه بندی شده است. هر یک به نمایندگی یکی از سه ذینفعان دررابطه بین ICT و توسعه اقتصادی<sup>8</sup> میباشد.

در این مدل ذینفع اول اعضای جامعه تعریف شده است. برای همین دلیل، بالاترین گروه ذینفعان در این مدل «اعضای جامعه» است. اگر ICT نتواند ارزش اجتماعی مطلوب را بواسطه اعضای جامعه اشاعه دهد یك ارزش اجتماعی مولد نیست. واژه «جامعه» ومعانی بسیاری دارد. در این مدل،

Archive of SID گسترده ای از افرادی است که داراي منافع مشترك ايجاد و حفظ کیفیت زندگیاند که از طريق آن نسلهاي فعلي و آينده سلامت، با نشاط و ا يـمن ، کامیاب خواهند شد. اگر چه ذينفعان ممكن است منافع قابل توجهي در رشد اقتصادی که مىتواند ازطريق اهرم ICT باشد بوجود آورند، منافع مشترک گسترده تري که اعضاي جامعه با هم میتوانند بوجود آورند گستردهای از خدمات در دسترس و مقرون به صرفه، توانایی استفاده از فناوري را براي گسترش آموزش و پرورش محلي، مراقبتهاي بهداشتي، بهبود بهبود تعامل مدني و توسعه براي پشتيباني از مكانيسم هاي جامعه هستند. این طیف از بكارگيري ICT در جامعه  $^{10}$  براي سرمايهگذاري در ICT در سطح محلي تعریف مـىشود.



شكل 2: رابطه توسعه اقتصادي وفناوري اطلاعات و ارتباطات منبع: Matthew Mitchell and Bill Gillis

با توجه به گسترده طیف وسيعي از مزاياي بالقوه، ІСТ ميتواند شرايط توسعه را در جوامع ارائه نماید، دو عنصر ضروري براي تهيه زيرساختهاي جهت پاسخگویي نیازهاي جامعه وجود دارد : 1) تدارك منابع سرمایهگذاری؛ 2) نظارت و مقرراتي كه يك محيط حمايتي و پايدار براي سرمایهگذاری را فراهم نماید. در این مدل، دو گروه ازذینفعان به عنوان مسئول براي سرمايهگذاري و تنظيم زیرساختهای ICT شرح داده شده است. اولین گروه ذینفع «سرمایهگذاری ICT» نامیده ميشود، به دليل اينكه مجموعه سازمانهاي خصوصي و كسب و کارها در درجه اول برای زيرساختهاي ICT ایـجا د مسئول اند.

 $^{2}$ گروه دوم، برچسب «سیاست عمومی»  $^{12}$  متشکل از تصمیم گیران سیاستهای عمومی هستند که سازندگان و تامین کنندگان اولیه زیرساختهای  $^{12}$  در اتسهیل، 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 رادر ساخت روابط تولیدی معنی دار و پاسخگو برای نیازهای جامعه را برجسته مینماید. (Mitchell and Gillis)

#### استقرارICT

تجربه جهاني نشان داده است که محیطهاي نظارتي انحصاري و بسته، براي جذب سرمایه گذاريهاي خصوصي، احتمال کمتري دارند.

زیرساختهای ICT نیرساختهای زیرساختهای 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 بیش آن را روشن میسازد که آنها قادر و یا مایل به سرمایهگذاری و احداث نیر ساختهای ICT نیستند، سرمایهگذاری و احداث طور فزاینده ای نقشی حیاتی طور فزاینده ای نقشی حیاتی در تعدیل شکاف دیجیتال

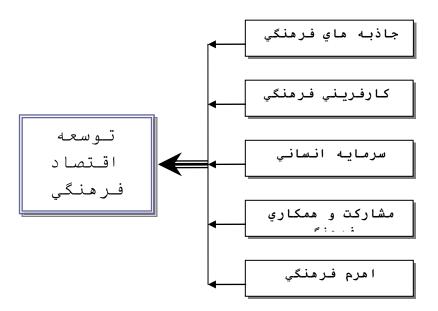
براي نيل به هدف استقرار مناسب و عادلانه زيرساختهاي ICT، شناسایی سه رویکرد ضروري خواهد بود: اول، باید تقاضاي بازار براي ICT، دوم، كاربران نهايي زيرساختهاي ICT، يعني اعضاي يک جامعه که بهترین موقعیت برای نشان دادن تقاضا براي سرمايهگذاري در بازار ICT هستند و سوم، بعد مقرراتي و نظارتي محيط . ميباشد. تصميم سازان و سياستگزاران خط مشي عمومي مسئولیت توسعه دادن و حفظ نظارت و مقررات محیط را دارند که سرمایهگذاری توسط سازمانهاي خصوصي و كسب و كار در زیرساخت ICT را ترغیب مينمايد. در نهايت، بايد تمایل برای سرمایه گذاران در ICT با پذیرش ریسك وجود داشته باشد. بدون سرمایهگذاری سرمایه خصوصي، هدف استقرار مناسب ICT ممكن است هرگز محقق نشود. بنابراین، این سه ذینفع (اعضاي جامعه، سیاستگذاران و سرمایه گذاران ICT) در تعاملي با يكديگر (Mitchell and Gillis ,2003:3-4) درراستاي تلاش براي تعديل شكاف ديجيتالى، ICT براي تحریک و یا توسعه اقتصادی و انسانی که نشان دهنده نوید بزرگي براي رفاه عمومي جهاني است، متمرکز میگردد. مدل

ابزار ممکن را براي درک، توصیف و تأثیر مفید ارتباط بین ICT و توسعه اقتصادي را نشان داد.

#### اقتصاد استراتژی توسعه فرهنگي

این استراتژي برِاي اولین بار توسط آندرسون<sup>13</sup> در سال 2006 براي ايالت ميشيگان مطرح شد که برآن دسته از فعالیتهایی که در حوزة مستقیّم دیارتمانهای تاریخ، هنر و کتابخانهها <sup>14</sup>و بخشهای مشابه آن در دولت و بخش میشیگان قرار فرهنگي

ارائه شده در بحث قبلي يک ميگيرند، متمرکز ميباشد نهایی آنها دستیابی به پتانسیل اقتصادی بخش فرهنگی میشیگان بود. آندرسون $^{15}$  معتقد  $^{1}$ بود به تنهایی قادر به انجام این امر نمیباشد. به هر حال، او مشتاق پذیرفتن چالش رهبري، کارکردن با دیارتمانهای دیگر ایا لات، طراحان اقتصادي، حوزهها، اجتماعات و سازمانها و افراد خلاق و کارآفرین میباشد .استراتژي تدوین شده در دپارتمان HAL شامل پنج بعد بر اساس شكل زير طبقه بندي شده است:



# 1) جاذبههاي فرهنگي<sup>16</sup>

منظور از جاذبههاي فرهنگي، نهادها و مکانهای فرهنگی میباشند که هنرمندان و افراد خلاق در آنها گرد هم میآیند و آثار و ایده هایشان را به اشتراك مىگذارند، افراد و تجارتهاي مختلف را به خود جلب کرده و به تسلط خود در مى آورند. لذا تقویت مكانها و مؤسسات با توانایی جذب و نگه داشتن اشخاص و کسب و کارها تعیین میراث فرهنگی محلی یا منطقهاي، جملب توريستها، را هر چه بيشتر تسهيل

داراییهای فرهنگی (بزرگ و كوچك)، رشد اقتصادي بيشتر را مىنمايد. تـسريـع كشور/منطقه/محله بايد تضمين كند كه اين مكانها و مؤسسات و افرادي که خلاقیتشان حمایتشان میکند، منابع مورد نیاز جهت قوي، پرشور و جذاب ماندن را داشته باشند. این قبیل داراییهای فرهنگی به منطقه هویت بخشیده و گردشگران را به سمت خود ميكشاند و روند رشد اقتصادي

مينمايند. (ANDERSON 2005, 6&20)

این بخش مشتمل است بر:
- توریسم فرهنگی<sup>17</sup>: صنعت جهانگردی فرهنگی و تأثیرات اقتصادی آن از طریق گسترش تورها، بهبود خدمات ارائه شده به بازدید کننده گان، و بازاریابی قویتر توسعه خواهد (ANDERSON 2005, 6&20)

ُ جاذبه تجاري<sup>18</sup>: به مفهوم استفاده آگاهانه از منابع فرهنگی جهت ایجاد محیطی با هدف جذب تجارتهاي جديد وحفظ تجارت و كسب و كارهاي موجودمي باشد.داراييهاي فرهنگی به طورفعال برای کمك به جذب، توسعه و حفاظت از . تجارت و بازرگانی به کار گرفته میشوند. رهبران فرهنگی جاذبه هاي فرهنگي را بدين منظوربا اهميت تلقى مىنمايند که ایجاد رابطه بین بخشهای فرهنگی و تجاري (غیر فرهنگی) را تضمین نموده و اینکه جاذبه هاي تجارت و بازرگاني مزایایی را در ارتباط بین بخش فرهنگي و غير فرهنگي وتلاش براي ايجاد همكاريهايي بین دو بخش مذکوردر راستاي جذب كردن، حمايت از نيروي کار و سرمایه گذاران و ایجاد انگیزه در مردم برای استفاده از فرصتهاي تجاري را بوجود آورد. (ANDERSON 2005, 6&20) - برند فرهنگی<sup>19</sup>: 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 فرهنگی تاریخی، فرهنگی، ساختمانهای تاریخی، ساختارهای و مکانهای باستانی را در بر میگیرد.

(Richard 2004, 5)

2) اهرم فرهنگي <sup>21</sup>
 منظور ابنيه تاريخي،
 جاذبههاي فرهنگي و كاركنان

www.SID.ir

Archive of SID و سرمایا گاک خلاق و مشاغل و فرهنگي هستند که جوامع و دستاندركاران توسعه اقتصادي كشور/ منطقه/ محله ميبايد بتوانند اهرمهاي فرهنگي را گسترش داده و براي این موارد، تشویقها و تمهیداتی را در نظر بگیرند. به عبارتی نقش فرهنگ میتواند برای ایجاد رشد تجاري منطقهاي و محلى، تقويت انگيزه هاي توسعة اقتصادي فرهنگي منطقه و ارتقاي و عرضة صنايع فرهنگی كليدي به مثابة اهرمي عمل نماید. رهبران فرهنگی و طراحان اقتصادي جامعه فعالانه جهت افزایش آگاهی اینکه چگونه فرهنگ ميتواند براي اعمال نفوذ بر رشد تجاري محلي و منطقهاي مورد استفاده قرار گیرد و تقویت انگیزهها براي انجام چنين كاري از طریق موارد ذیل دست به کار ANDERSON خواهند شد. (,2005,P6&20)

- آمادگی فرمنگی<sup>22</sup>: آماده شدن برای توسعة اقتصاد ابتکار فرمنگی 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 جوامعی که به طور کامل در دسترسی بیشتری به منابع و این فرآیند شرکت دارند داد و ستانده ها خواهند داشت. فرهنگی به آمادگی توسعة فرهنگی به آمادگی توسعة اقتصادی فرهنگی کمك میکنند.

ـ برنامه ریزی و پشتیبانی فنی ده می این این این این این این این این این کشور می اید 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 سرمایة

Archive of  $S_{26}^{\text{Lo}}$  کار آفرینی فرهنگی (3

بخش فرهنگي يكي از بخشهايي است که میتواند از سریعترین رشد در کشور برخوردار باشد به نحوی که آفرینشگر، خلاق، فراگیر و سازش پذیر با انواع محيطهاي اقتصادي و فرهنگي است. طراحهاي كوچك، صنايع، كارهاي مربوط به رسانة ديجيتالي و موسيقي براي ت... و ترقي مناسب هستند. به طور كلي، اين بخش فرصتهاي نامحدودي براي كارآفريني و ایجاد اشتغال در جوامع شهري، روستایي و حومة شهر در سرتاسر كشور فراهم مى آورد. آنها به شکل مستقیم و غیر مستقیم به اقتصاد یاری مىرسانند. مؤسسات خلاق، فرهنگ محور شامل هنرمندان نوظهور و به تبع آن طرحهاي كوچك و تجارتهاي رسانهاي وساير فعاليتهاي كارآفريني انتفاعي و غيرانتفاعي ميباشند. (ANDERSON 2005, 21) این قسمت از

راهبردها عبارتست از: \_ *صنایع دستی*<sup>27</sup>: رشد مؤسسات خلاق و توسعة ماندگار اقتصاد فرهنگي در کشور/منطقه/محله به واسطة همكاري، هماهنگي و ارتقاي صنايع دستي رونق مييابد. اين صنايع همچنين به خوبي براي همكاري با ميراث فرهنگي و نوآوريهاي توريسم فرهنگي و فراهم آوردن جديـد فرصتهايي جهت سرمایهگذاری خصوصی، ایجاد اشتغال و كَارآموزي مناسب و سازگار ميباشند. ( ANDERSON (2005, 21)

\_ مراكز تجاري فرهنگي آن لاين 28: طراحي وب سايتي جهت ارتقاي محصولات كارآفرينان خلاق فرهنگي به بازار جهاني، لينكهاي اينترنتي درونبخشي دولت جهت آگاهي و استفادة مشتريان وحمايتهاي مالي خصوصي جهت تضمين تداوم پذيري

عمومي، افزايش مجازاتهاي تخريب بناهاي تاريخي، ارائه جايگاه قانوني مشخص به سازمانهاي حفاظت در هيئتهاي قضايي و تضمين اينكه بخشي از بودجة كشور براي ترميم و بازسازي ساختمانهاي تاريخي مصرف خواهد شد.

- بستة تشویقی <sup>24</sup>: ایجاد بستة تشویقی توسعة اقتصادی فرهنگی (مانند انگیزهها، سرمایهها، کمكهای مالی، و وامها) برای سرمایه گذاری راهبردی فرهنگی به منظور:

\_ برانگیختن توسعة مؤسسه فرهسه فرهنگی خلاق، ایجاد اشتغال، توسعة استفادة چند منظوره، و اصلاح تأسیسات زیربنایی؛ \_ ارتفاء حفظ آثار تاریخی؛ \_ حفوصی حذب سرمایهگذاری خصوصی

جدید.

این بسته بر منابع موجود، شامل تعدادي از شوراهاي فعاليتهاي فرهنگي و هنري، كمك هزينه هاي فرهنگي و هنري، حفظ آثار تاریخی سیاحتی، دفتر اعتبارات مالياتي و حفظ آثار تاریخی، سازمان تاریخی و كمكهاي مجاز فرمانداري محلی، و بودجة برخی كتابخانه ها متمركز خواهد شد. این بسته الگوی جدیدی را ایجاد میکند که به تغییر مفًا هيم از هزينه هاي فرهنگي به عنوان داشتههاي بيارزش به سرمایهگذاریهای راهبردی حیاتی در رونقبخشی جامعه از طريق اشتغال مداوم منابع فرهنگي (سازمان و افراد) و بازگشت به سرمایهگذاری درونی و مؤثر كمك ميكند. ANDERSON (2005, 22-23)

طولاني مدت مورد تاكيد مياشد. (ANDERSON, 2005, 21)

ـ حمايت از مؤسسات خلاق<sup>29</sup>:
امكان خريد يكجا و در دسترس،
كمك به توسعة مشاغل كوچك، كه
براي مؤسسات خلاق و
كارآفرينان فرهنگي طراحي

# 4) سرمایه انساني<sup>30</sup>

(ANDERSON, 2005, 21)

فرهنگي توسعة اقتصاد یایدار مستلزم این است که مدیران فرهنگی از منابع يادگيري، مشاوره و فرصتهاي آموزشي که به آنها اجازه ميدهد هر چه بيشتر در استفاده از ابزارهاي مديريتي، طرحريزي، تأمين منابع مالي، روابط اجتماعي، بازاریابی و ارزیابی خبره گردند، برخودار باشند. لزوم وجود این منابع به واسطة عواملي چون جامعه، رهبران دولتي و سازماني كاركنان بخش فرهنگي/ خلاق و هنرمندان، صنعت گران و مشاغل غیر انتفاعي ايجاد ميگردد. مدارس و دانشگاهها در مسیر این تلاش عظیم مشارکت پراهمیتی خواهندداشت.فراهم کردن فرصتهاي توسعة آموزشي و رهبري كه خلاقيت و ابتكار فردي را بر ميانگيزد و به رهبران اکنون و آینده، منابع مورد نیاز براي هدایت رشد اقتصادي فرهنگي طولاني مدت و توسعة خلاقيت جامعه را ارائه ميدهد. جهت تضمين كارآيي طولاني مدت استراتژي توسعة اقّتصاّد فرهنگي و طوّلاني مدت بخش فرهنگي كشور بايد سرماية انساني کشور را پروراند و تحت كُنترل داشت. ايني شامل فراهم كردن منابع آموزشي، برنامه ها، مؤسسات، مشاوران و برنامههاي ارزشيابي براي موارد ذيل خواهد بود: (ANDERSON 2005, 23)

- رهبري جامعه، *Archive of SID* سازمان (رهبران)؛
  - تـوسعة نيروي كار بخش مبتكر (كاركنان) ؛
  - توسعة موسسات خلاق (تجارت سود آور) ؛
  - توسعة سازمانهاي فرهنگي و خلاقان فرهنگي (هنرمندان، صنعت کاران و کارهاي غير انتفاعي).

# 5) مشاركتها و همكاريها<sup>31</sup>

حرکت رو به جلوي استراتژي توسعة اقتصاد فرهنگي در زمان منابع محدود، نيازمند تلاش دسته جمعي کشور شامل بسياري از بخشها خواهد بود:

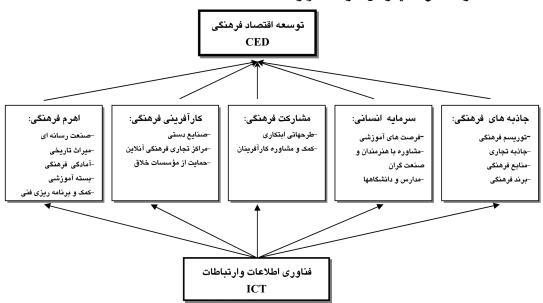
- جستجوي فرصتها جهت اعمال نفوذ و به اشتراك گذاشتن منابع به سوي اجراي موفق اهداف و آرمانهاي مشترك توسعة اقتصاد فرهنگي گرد هم خواهند آمد.
- گسترش ابتکارات، برنامه ها و سرویسهای مشترك جدید. (ANDERSON, 2005, 24)

# طراحي مدل توسعه اقتصاد فرهنگي و تاثير ICT

در این مقاله از ابعاد استراتژی توسعه اقتصاد فرهنگی معرفی شده در ایالت میشیگان، جهت طراحی مدل توسعه اقتصاد فرهنگی کشور ایران استفاده شده است و نقش ارکنار بر میل از ابعاد اقتصاد فرهنگی به مدل اضافه گردیده است، در

این مدل توسعه اقتصاد فرهنگی به عنوان متغیر وابسته و ICT به عنوان متغیر مستقل تلقی گردیده و هریك از ابعاد که شامل مؤلفههایی میاند، به عنوان متغیرهای میانجی نقش بازی میکنند و با استفاده از نرم افزار MATLAB

مدل تاثیر ICT بر توسعه سنجش قرار گرفته است. اقتصاد فرهنگی ایران را مورد



شكل شماره 4: مؤلفه هاى توسعه اقتصاد فرهنگى و نقش IT

## \_ مدل كمي ICT و CED

مدل را میتوان نمایش ترسیمی و محاسباتی از واقعیت دانست که تحت شرایطی میتوان جایگزین آن شود.مدلها به این دلیل طراحي ميشوند که ما نتایج تصمیمات مان را قبل از پیاده سازي در محیط واقعي که یقینا با هزینه و ریسك بالا انجام خواهد پذیرفت، در یك محيط مجازي و شبيه سازي شده اجرا نماییم و نتایج آن را تحلیل کنیم. آنچه در این یـژوهش بـه عنوان مـدل ریـاضی بـه لحاظ نتيجه از ساير مدلها كاربرديتر بوده، اما به دليل اینکه مدل سازی مسایل در این قالب بسیار پیچیده و دشوار ميباشد، در بسياري از موارد

كاري دشوار و حتي ناممكن است. امروزه تلاش بیشتر دانشمندان حوزه علوم مديريت در بهرهگیری از این گونه مدلها براي بهينه سازي تصميمات و افزايش اثربخشي و کارایی تصمیم گیری است، زیرا اگر مدل سازي مسايل در اين چارچوب صورت گیرد، خروجیهای تصمیم به سادگی میتواند با تغییر متغیرها با اجرای مدل در فضاي مجازي پيدا شود.

براي اين منظور وزن هر يك از ابعاد ICT به کمك دونوع كار رفته است از نوع مدلهاي پرسشنامه (مقايسه زوجي سمبولیك است، این نوع مدل به ومقایسه نیمه متریكتكی) كه در اختیار هفت تن از متخصصین رشته هاي اقتصاد ومديريت فناوري اطلاعات قرار گرفت، محاسبة شده است.

جدول1: اندازه گیری بعد جاذبه های فرهنگی

وزن نهایي	وزن کل	زوجي	نیمه متریک تکي	بعدجاذبههاي فرهنگي
0.36	0.724	0.448	0.275	توريسم فرهنگي
0.29	0.586	0.330	0.257	جاذبه تجاري
0.21	0.41	0.179	0.231	منابع فرهنگي

 Archive of SID
 0.14
 0.28
 0.043
 0.237
 برند فرهنگی

 1
 2
 1
 1
 1

جدول2: اندازه گیري بعد سرمایه انساني

	<u> </u>			<b>.</b>
وزن نهایي	وزن کل	زوجي	نیمه متریک تکي	بعد سرمایه انساني
0.47	0.931	0.583	0.348	فرصتهاي آموزشي
				مشاوره با هنرمندان و
0.3	0.608	0.343	0.265	صنعت گران
0.23	0.462	0.074	0.388	مدارس و دانشگاهها
1	2	1	1	جمع

# الساني 0/25 سرمايه انساني 0/25 مدارس و دانشكاهها 0/23 و 0/3 منعت گران0/3 منعت گران0/47

نمودار2: اندازه گیري بعد سرمایه انساني

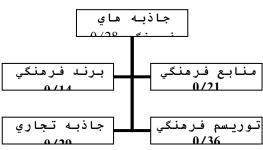
## 3) بعد مشاركت فرهنگي

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



## 1) بعدجاذبه هاي فرهنگي

همانگونه که ملاحظه می شود می ماحب 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 نمره 21 منظور نمودند. (41)



نمودار1: اندازه گیری بعد جاذبه های فرهنگی

## 2) بعد سرمایه انسانی

همانگونه که ملاحظه میشود ماحب نظران در مجموع از 100 ماحب نظران در مجموع از 47 مادی انسانی 47 نمره را به فرصتهای آموزشی، 30 نمره را به مشاوره با هنرمندان و صنعت گرن و به مدارس و دانشگاهها نمره 23 منظور نمودند.

جدول3: اندازه گیری بعد مشارکت فرهنگی

وزن نهایي	وزن کل	زوجي	نیمه متریک تک <i>ي</i>	بعد مشاركت فرهنگي
0.68	1.353	0.861	0.492	طرحهاي ابتكاري
0.32	0.647	0.139	0.508	کمك ومشاوره گارآفرينان

فر هنگی	کار آفرینی	گىرى بعد	انـدازه	جدول4:
ر ي	ر ر. پ			

4-بعد كارآفريني فرهنگيوزن نهايي	وزن کل	زوجي	نیمه متریک تکي	بعد كارآفريني فرهنگي
0.43	0.866	0.551	0.315	صنایع دستي
0.37	0.73	0.374	0.356	مراکز تجاري فرهنگي آنلاين
0.2	0.403	0.075	0.328	حمایت از مؤسسات خلاق
1	2	1	1	جمع

## 4) بعد كارآفريني فرهنگي

همانگونه که ملاحظه میشود ماحب 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 28نمره را به صنعت رسانه ای، 23 نمره را به میراث تاریخی، 21 نمره را به آمادگی فرهنگی، 17 نمره به بسته آموزشی و به کمك و برنامه ریزی فنی نمره 11 منظور نمودند. (جدول 5)





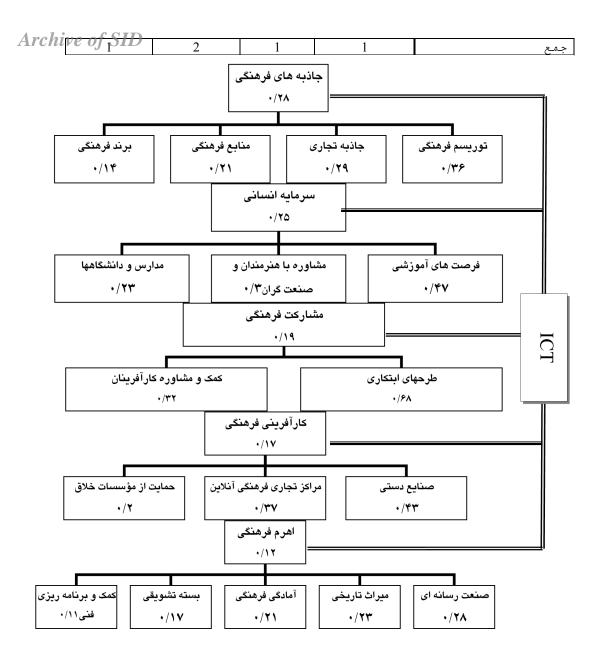
نمودار4: اندازه گیري بعد کارآفریني فرهنگي

# 5) بعد اهرم فرهنگي

همانگونه که ملاحظه میشود صاحب نظران در مجموع از 100

جدول5: اندازه گیري بعد اهرم

وزن نهایي	وزن کل	زوجي	نیمه متریک تکي	بعداهرم فرهنگي
0.28	0.569	0.349	0.220	صنعت رسانـه اي
0.23	0.452	0.266	0.186	میراث تاریخی
0.21	0.418	0.227	0.191	آمادگي فرهنگي
0.17	0.34	0.132	0.208	بسته تشويقي
				كمك و برنامه ريزي
0.11	0.221	0.026	0.195	فني



نمودار6: مدل كمي

## نتيجه گيرى

اقتصاد بخش فرهنگی، نقش آن به عنوان «اقتصاد شبانه» است تنها به طراحی مدل سنجش به عبارتی یك «اقتصاد تاثیر فناوری اطلاعات و مصرفگرای» متمرکز بر فرهنگ مصرف گرای متمرکز بر فرهنگ سرگرمی و اوقات فراغت بوده فرهنگی ایران پرداخته شد، که دراین اقتصاد شبها نباید نگران از دست رفتن منافع اقتصادي همچون روزها شد به عبا رتي اعظم مصرف بـخش فرهنگی، عصرها و شبها رخ میدهد. لذا با تاکید بر نقش کلیدی حوزه فرهنگ در اقتصاد، گیرد. مشخصة منحصر به فرد توسعه اقتصاد فرهنگی موفق

از آنجاییکه در این مقاله ارتباطات در توسعه اقتصاد پیشنهاد میگردد که مدل کمی بدست آمده در سطوح تقسیمات كشوري، در حوزههاي اقتصادي و ارگانها، فرهنگي و در سازمانها و نهادهاي فرهنگي و اقتصادي مورد سنجش قرار www.SID.ir

- Archiv(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.
  - 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.

## بادد اشتها

مستلزم داشتن چشمانداز، طرح ریزی یکپارچه، کار و تشریك مساعی همه جانبه و جامعهای خلاق، پرشور و پایدار بیا محوریت فناوری اطلاعات مدل کمی، راهکارهای عملی مدل کمی، راهکارهای عملی پیشنهادی در جهت توسعه اقتصاد فرهنگی که از طریق سرمایهگذاری و بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در بخشهای زیر حاصل میشوند عیارتند از:

✓ حمایت از جاذبههای فرهنگی؛✓ رشد مهارتها، استعداد و

خلاقیت فردی در راستای توسعه سرمایه انسانی؛

✔ سرمایهگذاری در جذب توریسم فرهنگی شهری و روستایی از طریق ایجاد کانونهای صنعت

√ توسعه ً منابع فرهنگي و صنايع خلاق فرهنگی؛

✔ توسعه مشاغل كارآفرين؛

✓ آموزش اقتصاد جدید مبتنی بر فرهنگ؛

√ ارتقاء دانش فرهنگي در حامعه؛

 ارائه پژوهشهاي علمي مستمر
 در مورد معيارهاي تجاري و غير تجاري فرهنگي؛

✔ شبكُه هاي حفظ آثار تاريخي و ميراث فرهنگي.

# منابع و ماخذ

1) كميجاني، اكبر، محمود زاده، محمود.(1388). <u>نقش</u> <u>فناوري اطلاعات و ارتباطات</u> <u>در رشد اقتصادي ايران</u>، یژوهشنامه 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 him Information Economy (NOIE). (2002). Contribution of ICT to economic growth.
- ICT and Business Performance-Empirical Findings and Policy Implication, OECD.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Ict(Information And Communication Technology)

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Ced(Cultural Economic Development)

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup>.Information Technology

<sup>4</sup> Gdp

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> United Nations Economic And Social Counci

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Washington State University

Washington State University

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> Economic Development

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> Community

<sup>10</sup> Demand

<sup>11</sup> Ict Investment

<sup>12</sup> Public Policy

<sup>13</sup> رئیس دپارتمان Hal در دانشگاه میشیگان

<sup>&</sup>lt;sup>14</sup> Department Of History, Arts And Libraries(Hal)

<sup>15</sup> Anderson

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> Cultural Magnets

<sup>&</sup>lt;sup>17</sup> Cultural Tourism

<sup>18</sup> Business Attraction

<sup>19</sup> Brand

<sup>&</sup>lt;sup>20</sup> Cultural Resources.

 $<sup>^{21}</sup> Cultural \ \ Leverage$ 

<sup>&</sup>lt;sup>22</sup> Cultural Readiness.

<sup>&</sup>lt;sup>23</sup> Technical Assistance And Planning.

<sup>&</sup>lt;sup>24</sup> Stimulus Package.

<sup>&</sup>lt;sup>25</sup> Media Industry Promotion.

<sup>&</sup>lt;sup>26</sup> Cultural Entrepreneurship

<sup>&</sup>lt;sup>27</sup> Craftworks

<sup>&</sup>lt;sup>28</sup> Online Cultural Marketplace.

<sup>&</sup>lt;sup>29</sup> Creative Enterprise Support.

<sup>30</sup> Human Capital

<sup>&</sup>lt;sup>31</sup> Grow Partnerships And Collaborations.