

طراحی و ارائه الگوی سنجش توسعه فرهنگی در کشور ایران با استفاده از نظریه داده بنیاد

مصطفی عبدی^۱، اسماعیل کاوسی^۲

چکیده

طراحی مدل های سنجش توسعه فرهنگی و به طبع آن شاخص های فرهنگی از جمله ابزار های مهم برای شناخت وضعیت فرهنگی کنونی جامعه، ارزیابی عملکرد و نتایج اجرای برنامه ها و فعالیت های فرهنگی گذشته و نیز تعیین و ترسیم وضعیت فرهنگی مطلوب جامعه در آینده می باشد. این پژوهش کیفی با هدف طراحی و ارائه الگوی سنجش توسعه فرهنگی در کشور با استفاده از طرح نظام مند نظریه داده بنیاد انجام شده است. داده های این پژوهش با استفاده از روش مشاهده مشارکتی، تکنیک مصاحبه باز و عمیق و نیز مطالعه اسناد و منابع مرتبط جمع آوری شده و با استفاده از تکنیک مثلث سازی ترکیب شده اند. روش نمونه گیری مورد استفاده از نوع نمونه گیری نظری و هدفمند بوده و طی سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی و استفاده از نرم افزار atlas.ti داده ها مورد تحلیل قرار گرفته اند و در نهایت شاخص های سنجش توسعه فرهنگی در کشور در قالب ۶ بعد اصلی، ۲۲ مولفه و ۸۴ شاخص عملیاتی طبقه بندی شده اند.

واژگان کلیدی: توسعه، توسعه فرهنگی، حقوق فرهنگی، مشارکت فرهنگی، اقتصاد فرهنگی، امکانات فرهنگی و خلاقیت فرهنگی.

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۱۱/۲۹

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۱۰/۰۳

^۱دانشجوی دکتری مدیریت فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان) mabdi29@gmail.com

^۲دانشیار مدیریت فرهنگی و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی تهران شمال (نویسنده مسئول) ekavousy@yahoo.com

مقدمه

تنها در طول سه دهه اخیر است که مفهوم فرهنگ به عنوان یکی از ابعاد توسعه به رسمیت شناخته شده است در دو دهه آخر قرن بیستم، زمانی که صاحب نظران توسعه در پی یافتن چرایی به نتیجه نرسیدن برنامه های توسعه بودند و زمانی که بسیاری از جواب ها به فرهنگ و ارزش ها و باورها ختم می شد بعد فرهنگ به عنوان یک بعد مستقل و جدید در برنامه ها و الگوهای توسعه ظهور کرد. در دهه های آخر قرن بیستم، بسیاری از صاحب نظران توسعه همانند افرادی مثل مارکس اقتصاد را زیر بنا و نهادهای فرهنگی و اجتماعی را رو بنا فرض نمی کردند. مفاهیم جدیدی به حوزه ادبیات توسعه نفوذ کرده بود که حیات آن را تضمین می نمودند. آنها به این نتیجه رسیده بودند که برای رسیدن به توسعه در یک جامعه باید بین نظام های چندگانه در آن همکاری و تبادل انرژی صورت پذیرد چرا که هر جامعه ای از چند نظام اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی تشکیل شده است که مدام بین آنها تبادل اطلاعات و انرژی صورت می گیرد.

برنامه های توسعه باید به نحوی طرح ریزی شوند که بتوانند از منابع اطلاعاتی و انرژی همه نظام ها به طور همزمان بهره مند شوند. اهمیت دادن بیشتر به یکی از نظام ها و غفلت از دیگر نظام ها به طور حتم برنامه توسعه را با شکست مواجه می سازد. همانطور که برنامه های توسعه ای که بعد از جنگ جهانی دوم در گوشه و کنار دنیا بصورت شتابزده به اجرا در آمدند به علت تمرکز بیشتر بر اقتصاد و تولید هر چه بیشتر در عمل نتایجی به جر تخریب محیط زیست، افزایش بیکاری و افزایش فاصله طبقاتی در این جوامع نداشتند.

مفهوم توسعه فرهنگی از اوایل دهه ۱۹۸۰ به بعد از طرف یونسکو بعنوان یک سازمان فرهنگی، در مباحث توسعه مطرح شده و از مفاهیمی است که نسبت به سایر بخش های توسعه چون توسعه اقتصادی، توسعه اجتماعی، و توسعه سیاسی از ابعاد و بار ارزشی بیشتری برخوردار است و تاکید بیشتری بر نیازهای غیر مادی افراد جامعه دارد. بنابراین فرایندی است که در طی آن با ایجاد تغییراتی در حوزه های ادراکی، شناختی، ارزشی و گرایش انسانها، قابلیت ها رفتارها و کنش های خاصی است که مناسب توسعه می باشد. به عبارتی حاصل فرآیند توسعه فرهنگی کنار گذاشتن خرده فرهنگ های نامناسب توسعه ای است. (از کیا، ۱۳۷۹: ۲۰)

در باب "توسعه فرهنگی" تعریف واحد و مورد اجماع را نمی توان یافت. برخی تعریف به مفهوم کرده اند؛ بر این عقیده اند که مفهوم توسعه فرهنگی، عبارت از نوعی دگرگونی است که از طریق تراکم برگشت نا پذیر عناصر فرهنگی در جامعه ای معین صورت می گیرد و جامعه بر اثر آن به طور موثر تری از محیط طبیعی و اجتماعی مراقبت می کند. در این تراکم برگشت نا پذیر؛ معارف و فنون و دانش به عناصری که از پیش وجود داشته و از آن مشتق شده اند، افزوده می شود. (توسلی، ۱۳۷۱: ۳۲)

در این تحقیق، محقق در نظر دارد در راستای ارائه الگوی سنجش توسعه فرهنگی در کشور ایران با استفاده از نظریه داده بنیاد، شاخص های سنجش توسعه فرهنگی در کشور را طراحی و تدوین نماید.

این تحقیق با هدف طراحی و ارائه الگوی سنجش توسعه فرهنگی در کشور ایران و با تبیین چگونگی الگوی تبیین کننده فرایند سنجش توسعه فرهنگی در کشور ایران پرداخته است

بررسی مفاهیم بنیادین

توسعه فرهنگی: رابطه بین فرهنگ و توسعه از سال های قبل مطرح شده بود. به طور مثال صاحب نظرانی چون وبر، مک کلینند و پارسونز (روشه ۱۳۷۶: ۲۴) بر نقش بی دلیل ارزش ها و نگرش ها و به طور کلی فرهنگ در تحقیق توسعه تاکید کرده بودند. توسعه فرهنگی فرایندی است که طی آن به ایجاد تغییراتی در حوزه های ادراکی، شناختی، ارزشی و گرایش انسانها، قابلیت ها و باورها و شخصیت ویژه ای را در آنها بوجود می آورد که حاصل این باورها و قابلیت ها، رفتارها و کنش های خاصی است که مناسب توسعه است (یونسکو ۱۳۷۹: ۱۷)

یونسکو جایگاه فرهنگ را در فرایند توسعه از سه رویکرد تراوشگری، رویکرد توسعه خود محور و رویکرد توسعه درون زا مورد بررسی قرار می دهد (یونسکو ۱۹۹۴: ۲۵).

در رویکرد تراوشگری، توسعه را حاصل تراوش و فراگرد فرهنگ پذیری می دانند. بنابراین توسعه کشورهای عقب مانده از طریق تراوش عناصر و خصوصیات توسعه از کشورهای توسعه یافته امکان پذیر می شود به شرطی که کشورهای عقب مانده بخواهند و بتوانند عناصر فرهنگی موافق توسعه را جزئی از فرهنگ خویش ساخته و نهادینه نمایند (نراقی، ۱۳۸۸: ۱۵۵).

چنین رویکردی می تواند چند مشکل عمده را در پی داشته باشد:

نخست، عناصر فرهنگ بومی مورد غفلت و کم توجهی قرار گیرند که نتیجه آن بی هویتی فرهنگی جامعه می باشد. دوم، مقاومت ها و واکنش های سرسختانه نیروهای سنت گرا، یعنی گروه هایی که خواهان حفظ وضع موجودند، تغییر و تحول را ناپسند می دانند، را به دنبال دارد.

سوم، عدم آمادگی و نبودن بستر لازم در جامعه برای جا انداختن ارزش ها و شیوه های زندگی جدید می تواند بین سنت و تجدد ایجاد فاصله نماید و بحران «آنومی فرهنگی» را بوجود آورد.

هر رویکرد توسعه فرهنگی پویا و سالمی باید شرایط متغیر را بپذیرد و بر آن تاکید گذارد نکوهش عنصر غیر خودی و ابراز انزجار نسبت به آن به جایی نمی انجامد. فرهنگ خودی را نباید به معنای تغییر ناپذیری شرایط بومی در نظر گرفت. هنر سنتی باید توان آن را داشته باشد که خود را آزادانه و به گونه ای طبیعی تحول بدهد و هر جا که لازم باشد فراسوی خود برود و به تفسیر تازه ای از خود دست یابد. هر فرهنگ پویا و با تحرکی از تغییر و دگرگونی نمی هراسد و از فرایند سازی برای خود نمی گریزد (پهلوان، ۱۳۷۸: ۲۶۴).

توسعه به عنوان فرایند بهبود شرایط زندگی و کیفیت زندگی برای مردم جامعه، دارای ابعاد اجتماعی، اقتصادی سیاسی و فرهنگی است. رشد متوازن، متعادل، هماهنگی و هم زمان این ابعاد در یک جامعه می تواند توسعه را امکان پذیر نماید. اما در این میان نقش فرهنگ شاید برجسته تر از سایر حوزه ها باشد به گونه ای که می توان گفت توسعه فرهنگی یک جامعه می تواند توسعه سیاسی، اقتصادی و اجتماعی آن را تضمین نماید.

این ارزش ها، باورها و اعتقادات فرهنگی یک جامعه است که جهت ها و اولویت ها را در تمامی برنامه های سیاسی و اقتصادی و اجتماعی تعیین می کند. بسیاری از تصمیمات کلان در حوزه های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بر مبنای ارزش ها و اعتقادات فرهنگی جامعه اتخاذ می شوند.

در رویکرد توسعه خود محور، توسعه زمانی صورت می گیرد که همه چیز از نو آغاز شود. یعنی باید بر اساس اصل «بازگشت به خویشتن» و با حفظ هویت فرهنگی و طرد تجارب جوامع پیشرفته برای توسعه فرهنگی حرکت کرد (عطا فر و آقاسی ۱۳۹۱).

پایبندی مطلق به فرهنگ سنتی خود و تاکید صرف بر حفظ تمامی سنت ها و آئین ها کهن خود می تواند به واپس ماندگی فرهنگی بیانجامد. هیچ جامعه ای نمی تواند با چنین رویکردی ادامه حیات خود را در بلند مدت تضمین نماید، و دیری نمی کشد که حفظ همین سنت ها به بهای نابودی جامعه و فرهنگ آن تمام می شود. در این رویکرد به دلیل توجه نکردن به تجارب سایر فرهنگ و کشورها و غفلت از ماهیت پویایی و سیان بودن فرهنگ و اینکه غنای یک فرهنگ تنها در ارتباط با سایر فرهنگ ها حاصل می شود توسعه فرهنگی نمی تواند اتفاق بیافتد و در نتیجه در سایر حوزه های اقتصادی و سیاسی و اجتماعی نیز برنامه های توسعه با شکست مواجه می گردند.

اما در رویکرد سوم، یعنی رویکرد توسعه درون زا که مورد تاکید یونسکو نیز است، جایگاه فرهنگ در توسعه از اهمیت ویژه ای برخوردار می باشد. در این رویکرد، جوامع، با تحلیل مداوم نقاط ضعف و قوت عناصر فرهنگی خود، ضمن حفظ اصالت فرهنگی

خود، برای تقویت آنها و به عبارتی توسعه فرهنگی اقدام به دست چین عناصر فرهنگی مناسب از دیگر فرهنگ می نمایند. رویکرد توسعه درون زا دارای سه رکن اساسی میباشد:

۱- خود باوری فرهنگی بر مبنای حفظ هویت فرهنگی.

۲- پالایش فرهنگی بر مبنای شناخت نقاط ضعف و قوت و فرصت ها و تهدیدات فرهنگی

۳- ارتباط آگاهانه با دیگر فرهنگ ها.

خود باوری فرهنگی: خود باوری فرهنگی مهم ترین اصل در رسیدن به توسعه فرهنگ به شمار می آید. یک جامعه اگر در مقابل فرهنگ غرب و کشورهای پیشرفته خود را بیازد و در مقابل آنها احساس حقارت کند هرگز نمی تواند در مسیر توسعه و پیشرفت حرکت کند. خود باوری فرهنگی یعنی ایمان به ظرفیت ها و توانایی های فرهنگ خودی و حفظ هویت فرهنگی در پیمودن مسیر توسعه البته این به معنای غفلت از تجارب کشورهای پیشرفته و طرد آنها نیست.

نباید به معنی کنار گذاشتن عناصر فرهنگ خودی و تغییر بنیادی در ساختار پایه ای فرهنگ خودی و تقلید صرف از فرهنگ کشورهای توسعه یافته باشد. در جریان توسعه فرهنگ بسیاری از عوامل و عناصری را که فرایند توسعه را تسریع می نماید را می توان از دیگر فرهنگ ها به صورت منفصل به سیستم وار دست چین کرده و وارد فرهنگ خودی نمود و با حفظ ساختار و مفروضات اساسی فرهنگ خودی (اعتقادی، ارزش ها، هنجارها) از آنها به نحو مطلوب استفاده نمود

پالایش فرهنگی: پالایش فرهنگی یعنی شناخت دقیق فرهنگ خویش، نقد و ارزیابی آن، مشخص کردن ویژگی های مثبت و تقویت آنها و تشخیص ویژگی های منفی و زدودن تدریجی آنها از چهره فرهنگ است (صباغ پور، ۱۳۸۵: ۵) چندین نکته مهم را می توان از تعریف فوق استناد کرد:

۱- پالایش فرهنگی یک فرایند بوده و همیشگی یعنی پایانی بر آن نیست.

۲- شناخت دقیق تک تک عناصر فرهنگی ضروری است.

۳- استفاده از تقویت نقاط قوت (به طور مثال یک جاذبه طبیعی یا مراسم خاص سنتی در منطقه خاص می توانند با سرمایه گذاری و توجه و برنامه ریزی به مناطق مهم جذب گردشگر تبدیل شوند.

۴- نباید از نقاط ضعف و یا ویژگی های منفی فرهنگ خود غافل شد، چرا که ویژگی های منفی همیشه مانند سنگ های درشت مقابل حرکت چرخ های توسعه ایجاد اصطکاک و مقاومت می نمایند. به طور مثال با ارزش ها و باورهای چون تقدیر گرایی، اعتقاد صرف به قضا و قدر؛ موعود گرایی، دنیا گریزی، هم رنگ جماعت شدن، مصرف گرایی، گذشته پرستی، مرده پرستی و بسیاری موارد دیگر نمی توان در مسیر توسعه حرکت نمود.

۵- اصلاح و تغییر ارزش ها و باورهای نادرست جامعه باید به تدریج و با گذر زمان انجام می گیرد. اگر این فرایند به صورت برنامه ریزی شده هماهنگ اتفاق نیفتد چه بسا با مقاومت و تهیج نیروهای سنتی جامعه نتایج بدتری را بدنبال داشته باشد. بالا بردن آگاهی عمومی مردم با استفاده از رسانه ها و آموزش و پرورش می تواند از موثرترین راه حل ها باشد.

طی فرایند پالایش فرهنگی، ارزش ها، اعتقادات، هنجارها و سلاقی عمومی جامعه همراه با سایر ویژگی های مادی فرهنگی دچار تحول و بهبود شده و از سطحی به سطحی بالاتر ارتقا می یابند.

ارتباط آگاهانه با سایر فرهنگ ها: هیچ فرهنگی در داخل مرزهای بسته خود نمی تواند ادامه حیات دهد و همانند آب راکد در داخل ظرفی پس از مدتی گندیده و از بین می رود. غنای فرهنگی تنها در ارتباط با سایر فرهنگها و معاشرت با آنها و بهره گیری از تجارب سایر ملل امکان پذیر است همانطور که ورجاوند (۱۳۷۸: ۶۵) از ویژگی های فرهنگ بارور و زاینده، قدرت آن در

برقراری ارتباط و فرهنگ های دیگر و داد و ستد آگاهانه با آنها می‌داند. داد و ستد آگاهانه به معنی شناخت دقیق عناصر و ویژگی های فرهنگ های دیگر و انتخاب آگاهانه عناصر مثبت آنها که قابلیت همخوانی با فرهنگ خودی را داشته باشند.

شاخص های فرهنگی:

شاخص ها به عنوان معیار هایی برای اندازه گیری کمیت و کیفیت موضوعات، اطلاعات مفیدی را در مورد پدیده ها در اختیار افراد قرار می‌دهند. شاخص های فرهنگی به منظور شناخت موقعیت کنونی وضعیت فرهنگی کشور، ارزیابی عملکرد دستگاه های مختلف فرهنگی، میزان مشارکت مردم در فرهنگ، ارزیابی میزان موفقیت یا ناکامی برنامه ها و الگوهای فرهنگی اجرا شده و یا در حال اجرا و نیز طراحی و تدوین چشم انداز مطلوب در آینده طراحی و به کار برده می‌شوند.

به رغم بسیاری از تلاش های انجام شده از دهه ۱۹۷۰ از سوی دولت ها و سازمان های بین المللی مختلف برای طراحی و تدوین شاخص های فرهنگی، نخستین شاخص های رسمی توسعه فرهنگی از سوی متخصصان و کارشناسان یونسکو در سال ۱۹۹۸ ارائه گردید. یونسکو ۱۲۹ شاخص فرهنگی را در قالب ۷ بعد اصلی و ۲۸ مولفه دسته بندی کرد که دو سال بعد به دلیل پاره ای از انتقادات اصلاح کرده و در قالب ۱۵۵ شاخص به شرح زیر ارائه کرد:

- فعالیت های فرهنگی با پنج مولفه روزنامه و کتاب و کتابخانه، رادیو و تلویزیون و سینما، موسیقی، هنر های نمایشی و بایگانی و موزه ها (با ۲۹ شاخص)؛
- میراث و رسوم فرهنگی با پنج مولفه جشنواره های ملی و مذهبی، زبان های چیره، مذاهب چیره، تعطیلات عمومی و محوطه های میراث جهانی (با ۸ شاخص)؛
- ارتباطات و مراودات فرهنگی با سه مولفه تجارت کالاها، فرهنگی، جهانگردی بین المللی و ارتباطات و فناوری های اطلاعات (با ۲۴ شاخص)؛
- گرایش های فرهنگی با ۶ مولفه کتاب، روزنامه و نشریات، رادیو و تلویزیون، سینما، ارتباطات و سفر ها و مبادلات فرهنگی (با ۳۰ شاخص)؛
- پذیرش کنوانسیون ها با دو مولفه پذیرش کنوانسیون های بین المللی فرهنگی و کنوانسیون های حقوق بشر (با ۱۴ شاخص)؛
- ترجمه ها با سه مولفه ترجمه و انتشار کتاب به زبان خارجی، ترجمه از زبان اصلی و نویسندگان مطرح (با ۱۲ شاخص)؛
- وضعیت فرهنگی با ۷ مولفه آموزش، آموزش عالی، سرمایه انسانی، جمعیت و بهداشت، مهاجرت و پناهندگی، شاخص های اقتصادی و محیط زیست (با ۳۶ شاخص).

داکسبوری^۳ (۷:۲۰۰۳) معتقد است که فشار ها برای تدوین شاخص های فرهنگی، معمولاً از دو جهت قابل بررسی است. اول، مقیاس هایی برای بازمیابی، ارزیابی و اثر بخشی برنامه های فرهنگی بدست آید. دوم، بخشی از پروژه های تدوین شاخص های کیفیت زندگی و حیات اجتماعی است که امروزه بسیار فراگیر شده اند. به باور وی وجود دیدگاه ها و رویکردهای مختلف در مورد چگونگی و میزان تاثیر فعالیت های فرهنگی بر توسعه اقتصادی و اجتماعی در جوامع دقت زیادی را می‌طلبد.

جکسون^۴ و هرنانز^۵ به دشواری و پیچیده بودن فرایند تدوین شاخص های فرهنگی اذعان می‌کنند و معتقدند که برای سنجش هنر، فرهنگ و خلاقیت در یک جامعه دو مشکل عمده نظری و روش شناسی وجود دارد:

3 . Duxbury

4 . Jackson

5 . Herranz

"مشکل نخست نظری اینکه وجود تعاریف مختلف و مختصری است که نمی‌توانند تمامی جنبه‌ها و ویژگی‌های پدیده‌های فرهنگی را در بر گیرند، و مشکل دوم برقراری روابط علت و معلولی بین عوامل دخیل در پدیده‌های فرهنگی امری بسیار مشکل و پیچیده است." (۳۴:۲۰۰۲).

مدلی که آنها (۳۵:۲۰۰۲) برای سنجش فرهنگی ارائه می‌دهند از سه طبقه اصلی تشکیل شده است که شامل فعالیت‌های فرهنگی و هنری، میزان حضور و مشارکت مردم در فعالیت‌های فرهنگی و میزان حمایت و پشتیبانی از فعالیت‌های فرهنگی است. از جمله افرادی که در زمینه طراحی مدل سنجش توسعه فرهنگی تلاش‌های قابل توجهی انجام داده‌اند می‌توان از هاوکز^۶ استرالیایی نام برد. مقاله مشهور وی در سال ۲۰۰۱ با عنوان توسعه فرهنگی به عنوان بعد چهارم توسعه پایدار توجهات بسیاری را به خود جلب کرد.

"در طراحی شاخص‌های فرهنگی باید به این نکته توجه کرد که چون توسعه فرهنگی در کنار سایر ابعاد توسعه پایدار، برابری اجتماعی، پایداری زیست محیطی و توسعه اقتصادی قرار می‌گیرد در واقع تمامی تلاش‌های بشری را در بر می‌گیرد، پس باید از روشی استفاده کرد که تمام فعالیت‌های عمومی از دیدگاه فرهنگی مورد بررسی و سنجش قرار گیرند. (هاوکز، ۲۰۰۱). الگوی پیشنهادی هاوکز از سه قسمت ارزش‌ها (محتوا)، فرایند‌ها و ابزار (برنامه‌ها) و تحولات (نتایج) تشکیل شده است: محتوا:

- ارتباط هویت، آرمان‌ها و تاریخ جامعه
- تحریک گفتمان‌های اجتماعی در مورد کیفیت زندگی، پایداری زیست محیطی و احترام به تنوع فرهنگی
- تلاش برای تحقق و ارتقای حقوق بشر

برنامه‌ها:

- میزان تسلط جوامع بر فرایند‌ها و رسانه‌های فرهنگی
- سطح دسترسی به فرایند‌ها و رسانه‌های فرهنگی
- سطح و نوع برنامه‌های جامعه در فرایند‌های فرهنگی

نتایج:

- تحولات فعالیت‌های فرهنگی و هنری
 - دسترسی به فعالیت‌های فرهنگی
 - نمایه فعالیت‌های فرهنگی
 - محدوده و نوع امکانات عمومی در دسترس برای پرداختن به فعالیت‌های فرهنگی
 - سطح و محدوده استفاده از امکانات عمومی برای فعالیت‌های فرهنگی.
- یونسکو در تازه‌ترین گزارش خود در سال ۲۰۱۱، شاخص‌های فرهنگی را بر اساس گزارش تنوع خلاق ما^۷، چارچوب خط‌مشی فرهنگ و توسعه کشور‌های اسپانیایی زبان^۸ و اهداف توسعه هزاره^۹ در قالب ۲۰ شاخص در ۷ بعد اصلی به شرح زیر دسته‌بندی کرده است:

^۶ . Hawkes

7. Our Creative Diversity

8. Spanish Development Agency

9. Millennium Development Goals 2015

جدول ۱: ابعاد و مولفه های شاخص های فرهنگی از دیدگاه یونسکو

ابعاد	مولفه ها
اقتصادی	ارزش افزوده فعالیت های اقتصادی در GDP اشتغال بخش فرهنگی بودجه و هزینه های انجام شده فرهنگی
آموزش	آموزش فراگیر برای همگان تنوع و خلاقیت فرهنگی در دو سال اول دبیرستان تعلیم افراد متخصص در حوزه فرهنگ
میراث فرهنگی	حفظ و نگهداری از میراث فرهنگی ارزش میراث فرهنگی
ارتباطات	آزادی بیان دسترسی و استفاده از اینترنت تنوع رسانه ها
حاکمیت و نهادها	چارچوب های استاندارد شده برای فرهنگ چارچوب های نهادی و سیاسی برای فرهنگ توزیع فراساختار های فرهنگی مشارکت اجتماعی مدنی در حاکمیت فرهنگی
مشارکت اجتماعی	مشارکت در فعالیت های فرهنگی اعتماد آزادی تعیین سرنوشت
برابری جنسیتی	سطوح برابری جنسیتی درک از برابری جنسیتی

شاخص های توسعه فرهنگی در ایران: با پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی، نقش فرهنگ و تحولات فرهنگی در توسعه اهمیت فراوانی یافته است. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در طول سالیان گذشته با استناد به برخی شاخص های کمی همچون کتاب، رادیو و تلویزیون، سینما و ویدئو، نمایش، موسیقی، ادبیات، معارف، میراث فرهنگی، ورزش، گردشگری، هنرهای تجسمی، محیط زیست، فعالیت های فرهنگی خارج از کشور و بودجه فرهنگی اقدام به ارزیابی وضعیت فرهنگی کشور نموده است.

روش شناسی

در این پژوهش از روش نظریه داده بنیاد استفاده شده است. این راهبرد، روش نظام مند و کیفی برای خلق نظریه ای است که در سطح گسترده به تبیین فرایند، کنش یا کنش متقابل موضوعی با هویت مشخص می پردازد (کرسول^{۱۰}؛ ۲۰۰۲). اگر چه هر یک از رویکردهای مختلف پژوهشی برای تفسیر داده ها اهمیت متفاوتی قایل اند، با این حال تفسیر داده ها در قلب پژوهش های کیفی جای دارد. در روش نظریه داده بنیاد نیز تفسیر داده ها، نقش اصلی و محوری را در فرایند تحقیق ایفا می کند می توان نظریه داده بنیاد را « یک روش تحقیق کیفی مجموعه منطقی از رویه ها را برای توسعه یک نظریه بنیادین برخاسته از استقرا در مورد یک پدیده به کار می گیرد» تعریف نمود.

¹⁰ . Creswell

در روش نظریه داده بنیاد از نمونه گیری نظری استفاده می شود. در این روش نمونه گیری به روشی که در پژوهش های کمی مرسوم است از پیش تعیین شده و مشخص نیست. از طرف دیگر، تعیین نقطه شروع در نظریه داده بنیاد کار چندان آسانی نیست و از اهمیت خاصی برخوردار می باشد، چرا که گام های اولیه محقق را در رسیدن به نتیجه و تدوین نظریه را پی ریزی می کند. از جمله مفروضات اساسی نظریه داده بنیاد این است که داده های حاصل از نظریه های گذشته نباید جریان تحقیق فعلی و جمع آوری داده ها را تحت تاثیر قرار داده و جهت دهی نماید. لذا مرحله اولیه تحقیق داده بنیاد ماهیتی اکتشافی دارد (گلنیزر^{۱۱}، ۲۰۰۲).

داده های اولیه این تحقیق از ۳ منبع اصلی جمع آوری شده اند که شامل:

- مصاحبه با ۱۷ نفر از متخصصان؛

- الگو های سنجش توسعه فرهنگی و

- کتاب ها و مقالات معتبر با موضوع توسعه فرهنگی

مصاحبه با صاحب نظران و خبرگان به عنوان نقطه شروع فرایند جمع آوری داده های این پژوهش در نظر گرفته شد. افراد مصاحبه شونده شامل ۱۷ نفر بودند که به شکل نظری هدفمند انتخاب شدند. نمونه گیری نظری، نوعی نمونه گیری هدف مند است که پژوهشگر را در خلق یا کشف نظریه یا مفاهیمی که ارتباط نظری آنها با نظریه در حال تکوین به اثبات رسیده است، یاری می کند. راهنمای نمونه گیری نظری، پرسش ها و مقایسه هایی هستند که در خلال تجزیه و تحلیل مفاد مصاحبه ها با افراد بروز می یابند و موجب کشف مقوله های مناسب، خصوصیات و ابعاد آنها می شوند (استراوس^{۱۲} و همکاران ۱۹۹۸).

افراد مورد مصاحبه همگی از اساتید دانشگاه ها بوده که تالیفاتی در حوزه فرهنگ و توسعه داشتند با توجه به ماهیت بین رشته ای بودن «توسعه فرهنگی» سعی شد از متخصصان در حوزه های مطالعات فرهنگی، جامعه شناسی، علوم اجتماعی، ارتباطات و توسعه استفاده گردد.

مصاحبه ها بصورت رو در رو، عمیق و با طرح پرسش های باز در ۳۰-۴۵ دقیقه انجام گرفت. سئوالات مصاحبه از نوع باز بوده و در خلال جریان مصاحبه طرح می گردید و پاسخ به یک سؤال ممکن بود سؤال دیگری را به دنبال داشته باشد، ولی با این حال برای اینکه جریان مصاحبه از کنترل مصاحبه کننده خارج نشود در طول هر مصاحبه ۵ سوال کلیدی در کنار سایر سئوالات پرسیده شد:

۱- تعریف شما از توسعه فرهنگی چیست؟

۲- مولفه ها و ابعاد توسعه فرهنگی را در چه می دانید؟

۳- چه ارتباطی بین این مولفه ها و ابعاد وجود دارد؟

۴- به چه طریقی می توان توسعه فرهنگی را مورد سنجش قرار داد؟

۵- برای سنجش توسعه فرهنگی چه مواردی را باید در نظر گرفت؟

پرسش های تکمیلی فوق در خلال سایر پرسش ها به منظور جهت دادن به مباحث و نیل به مقوله های مرتبط با توسعه فرهنگی طرح می گردید. مصاحبه ها ضبط می شد، زیرا تحلیل و بررسی دقیق تر دیدگاه های مصاحبه شوندگان نیازمند مرور چند باره گفتگو بود.

نمونه گیری نظری تا رسیدن مقوله ها به اشباع نظری^{۱۳} ادامه پیدا کرد. اشباع نظری مرحله ای است که در آن داده های جدیدی در ارتباط با مقوله پدید نمی آیند، مقوله گستره مناسبی می یابد و روابط بین مقوله ها برقرار و تایید می شوند (استراوس و همکاران، ۱۹۶۷: ۶۱)

رسیدن به اشباع نظری یعنی گردآوری داده ها زمانی متوقف می شود که:

الف) هیچ داده جدیدی یا مرتبط به یک مقوله به دست نیاید؛

ب) مقوله از لحاظ ویژگی ها و ابعاد به خوبی پرورش یافته باشد و گوناگونی های آن را به نمایش بگذارد.

ج) مناسبات میان مقوله ها به خوبی و مشخص و اعتبارشان ثابت شده باشد (استراوس و کرین^{۱۴}، ۱۳۸۹؛ ۲۳۰)

در روش داده بنیاد، برای رسیدن سریعتر به نظریه می توان از منابع مختلف در فرایند نمونه گیری نظری استفاده کرد. این تنوع می تواند بسیار سودمند باشد. برای این منظور در مرحله دوم جمع آوری داده ها، مطالعه کتاب ها و مقالات معتبر علمی و پایان نامه های کارشناسی ارشد و دکتری انجام شده در زمینه توسعه فرهنگی در دستور کار قرار گرفت.

روش تجزیه و تحلیل داده ها

برای تجزیه و تحلیل داده در روش نظریه داده بنیاد، سه رویکرد عمده شامل رویکرد سیستماتیک^{۱۵} (استراوس و کرین)، رویکرد نوخاسته^{۱۶} (گلنزر) و رویکرد سازنده گرا^{۱۷} (چارماز) وجود دارد. در این پژوهش از رویکرد سیستماتیک استراوس و کرین استفاده شده است.

در نظریه داده بنیاد، محقق از یک فرایند ثابت و از پیش تعیین شده برای جمع آوری داده ها و تجزیه و تحلیل آنها استفاده نمی کند در این روش چون محقق در پی آزمودن نظریه یا فرضیه از پیش تعیین شده ای نیست و بدون هیچ نظریه اولیه ای اقدام به جمع آوری داده می کند، فرایند جمع آوری داده و تحلیل آنها با هم همپوشانی داشتند و هم زمان با هم انجام می گیرد. یعنی، همزمان با کار جمع آوری داده ها، تجزیه و تحلیل آنها نیز انجام می گیرد و سعی می شود تا رابطه بین داده ها کشف شود، تا در مراحل بعدی جمع آوری داده و تحلیل بکار گرفته شود این فرایند بصورت چرخشی مدام تکرار می شود و تا رسیدن به نقطه اشباع نظری ادامه می یابد. که در نهایت به ارائه نظریه منتهی می گردد.

بر اساس رویکرد سیستماتیک نظریه داده بنیاد، برای تحلیل داده های کیفی گردآوری شده باید سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی طی شود تا در نهایت پارادایمی منطقی با تصویر عینی از نظریه خلق شده ارائه گردد. کدگذاری باز^{۱۸}

پایه های اصلی ساختن نظریه مفاهیم هستند، باید ساز و کاری به کار گرفته شود تا مفاهیم شناسایی شده و بر اساس خصوصیات و ابعادشان بسط داده شوند. این ساز و کار در نظریه داده بنیاد در مرحله کدگذاری باز انجام می گیرد، چنانچه با بررسی داده های خام اولیه، مقوله های مقدماتی و ارتباط با پدیده مورد مطالعه از طریق سؤال کردن در مورد داده ها، مقایسه موارد، رویدادها و حالت های دیگر پدیده ها، برای فهم شباهت ها و تفاوت ها - استخراج می شوند (استراوس و کرین، ۱۹۹۰: ۷۴)

در مرحله اول کدگذاری باز با مرور و تحلیل چند باره داده های گردآوری شده، با استفاده از نرم افزار Atlas-ti، تکنیک تحلیل سطر به سطر، مقایسه شباهت و تفاوت های یک مدرک با مدرک دیگر، و نوشتن کد یا یادداشت تحلیلی اقدام به کدگذاری داده

13. Theoretical Saturation

14. Corbin

15. Systematic Approach

16. Emerging Approach

17. Constructive Approach

18. Open coding

های اولیه اقدام شد که در نتیجه آن ۲۱۰ کد باز / مفهوم استخراج گردید. نمونه هایی از مصاحبه ها و مفاهیم استخراج شده، در زیر آورده شده است.

جدول ۲: ابعاد و مولفه ها و شاخص های مورد مطالعه تحقیق

مولفه ها	شاخص های عملیاتی
حقوق فرهنگی	آزادی انتخاب مذهب
	آزادی در بیان اندیشه
	آزادی در انجام مناسک دینی
	آزادی در آموزش و تحصیل به زبان مادری
	دسترسی به امکانات آموزشی
	دسترسی به امکانات فرهنگی
	دسترسی به کالاها و خدمات فرهنگی
	دسترسی به اطلاعات و ارتباطات
	حقوق برابر برای همگان
	حقوق برابر برای اقلیت های مذهبی
	حقوق برابر برای زنان
	حقوق برابر برای اقوام
	حسن تعلق به ایران (تاریخ، سرزمین، پرچم و ..)
	حسن تعلق به اسلام (قرآن کریم، پیامبر اکرم، ارزش ها و اصول و ..)
	حسن تعلق قومی (زبان مادری، سرزمین مادری، تاریخ قومی و پوشش و سنت)
امکانات فرهنگی	مراکز و کارگاه های هنری (نمایشگاه ها، استودیو های فیلم و موسیقی، هنرکده ها، چاپخانه ها، کارگاه های صنایع دستی و ..)
	مراکز مذهبی (مساجد، کلیسا ها، اماکن زیارتی و ..)
	مراکز آموزشی (مدارس، آموزشگاه ها، دانشگاه ها و ..)
	مراکز فرهنگی، تفریحی، سرگرمی و ورزشی
	جمعیت با سواد
آموزش و نیروی انسانی	تعداد دانش آموزان و دانشجویان در حال تحصیل
	تعداد افراد دارای مهارت رسمی خلق آثار فرهنگی
امکانات و ظرفیت های فرهنگی	تعداد معلمان و اساتید
	تعداد ورزشکاران
	شبکه های تلویزیونی و رادیویی
	شبکه های ماهواره ای
	خبرگزاری ها و سایت ها اینترنتی
	پوشش پست و مخابرات
	جشن ها و اعیاد (جشن ها و اعیاد ملی، مذهبی و محلی)
	مراسم (مراسم ملی، مذهبی، محلی، ازدواج، عزاداری و ..)
	بازی ها و ورزش های سنتی (بازی های محلی، چوگان، کشتی باستانی و ..)
	حفظ آثار تاریخی و باستانی
کتاب	شمارگان کتاب هاب تالیفی
	تعداد عناوین کتاب های تالیفی
	شمارگان کتاب های ترجمه شده از زبان های دیگر به فارسی
ترجمه	شمارگان کتاب های ترجمه از فارسی به زبان های دیگر
	شمارگان روزنامه های کثیرالانتشار سراسری
روزنامه و نشریات	

		شمارگان روزنامه های کثیرالانتشار بین المللی
		شمارگان روزنامه های کثیرالانتشار محلی
		شمارگان مجلات و گاهنامه ها
	کالاهای فرهنگی	میزان تولید فیلم سینمایی و تلویزیونی، سریال و ..
		میزان تولید آلبوم های موسیقی
		آثار هنری (نقاشی، خطاطی، طراحی، مجسمه سازی، عکاسی و..)

جدول ۳: شاخص ها، مولفه ها و ابعاد سنجش توسعه فرهنگی

مشارکت فرهنگی	خدمات فرهنگی	وسایل سرگرمی، ورزشی و اسباب بازی
		صنایع دستی
		جشنواره های فرهنگی
		فعالیت ها و برنامه های فرهنگی
		نمایشگاه های فرهنگی و هنری
	کالاهای فرهنگی مجازی	روزنامه ها و مجلات اینترنتی
		نرم افزار های سرگرمی
		کتاب های مجازی
		سایت ها و وبلاگ ها و..
		تماشای برنامه های تلویزیونی
مصرف فرهنگی	مصرف فرهنگی	گوش دادن به برنامه های رادیویی
		گوش دادن به موسیقی
		مطالعه و خواندن کتاب (غیر درسی)
		رفتن به سینما و تئاتر
		استفاده از سایر کالا های فرهنگی و هنری
	شرکت در فعالیت های فرهنگی	بازدید از موزه ها و اماکن تاریخی
		شرکت در جشنواره ها و مراسم فرهنگی
		بازدید از نمایشگاه های فرهنگی و هنری
		شرکت در فعالیت های داوطلبانه زیست محیطی
		شرکت در نظر سنجی ها
مشارکت در تصمیم گیری ها	حضور و مشارکت در تشکیل سازمان های مردم نهاد فرهنگی و زیست محیطی	
	مشارکت در تصمیم گیری ها و ارائه راهکار	
	خواندن آنلاین روزنامه	
	گوش دادن به رادیو و موسیقی	
	دانلود و خرید اینترنتی موسیقی و فیلم	
مصرف فرهنگی مجازی	دانلود و خرید اینترنتی کتاب	
	تماشای آنلاین برنامه های تلویزیونی	
	استفاده از کتابخانه های مجازی، موزه ها و...	
	اشتغال فرهنگی	میزان اشتغال صنایع فرهنگی
		میزان اشتغال زنان در صنایع فرهنگی
سهم اشتغال صنایع فرهنگی از کل اشتغال کشور (%)		
کسب و کار های فرهنگی	تعداد کل کسب و کار های فرهنگی در کشور	
	نسبت کسب و کار های فرهنگی از کل کسب و کار های کشور (%)	
	تعداد کسب و کار های نو ظهور فرهنگی	
	تعداد کسب و کار های ور شکسته فرهنگی در کشور	

مقوله اصلی: با بررسی و مطالعه دقیق این ابعاد و نظر خواهی و مشورت مشارکت کنندگان، "میزان پاسخگویی به نیازها و خواسته های فرهنگی" به عنوان مقوله مرکزی انتخاب شد و سایر ابعاد در قالب ۴ گروه شرایط علی، عوامل زمینه ساز عام، عوامل مداخله گر و پیامد ها دسته بندی گردیدند.

شرایط علی: براساس دیدگاه مصاحبه شوندگان و تحلیل داده های جمع آوری شده دو مقوله «میزان بهره مندی از حقوق فرهنگی» و «هویت فرهنگی» به عنوان شرایط علی^{۲۰} در چگونگی و میزان پاسخگویی به نیازها و خواسته های فرهنگی افراد موثر است.

راهبرد اصلی: راهبرد اصلی^{۲۱} در تعیین میزان پاسخگویی به نیازها و خواسته های فرهنگی، استفاده از مدل جامع سنجش توسعه فرهنگی کشور است.

زمینه: از جمله عواملی که در کاربرد راهبرد سنجش توسعه فرهنگی کشور موثر است عوامل زمینه^{۲۲} است که شامل اقتصاد فرهنگی و مشارکت فرهنگی می باشد.

شرایط مداخله گر: علاوه بر عوامل زمینه استفاده از راهبرد سنجش توسعه فرهنگی شرایط مداخله گر^{۲۳} که شامل امکانات و ظرفیت های فرهنگی و خلاقیت و تولید فرهنگی می باشند زمینه ای عام را برای تحقق راهبرد سنجش توسعه فرهنگی فراهم می سازند.

پیامد ها: استفاده از راهبرد سنجش توسعه فرهنگی و تعیین عوامل بستر محیط کلان و شرایط مداخله گر در آن، مهمترین پیامد^{۲۴} که دارد ارائه ابزاری برای ارزیابی وضعیت فرهنگی کشور و در نتیجه آن کمک به اجرای هر چه بهتر برنامه های توسعه است.

مدل نظری



20. causal conditions
21. main strategy
22. context
23. intervening conditions
24. consequences

حقوق فرهنگی: توسعه فرهنگی، فرایندی پیچیده، جامع و چند بعدی است که تمامی توانایی های بالقوه یک جامعه را در بر می گیرد. حقوق فرهنگی در فرایند توسعه و بهره مندی از مزایای آن از جمله موارد مهم در توسعه فرهنگی به شمار می آید. هر شهروندی در یک جامعه از یک سری حقوقی برخوردار است که انتظار دارد این حقوق از جانب دیگر شهروندان، دولتمردان و سازمان ها رعایت شود و در قبال آن وی نیز به حقوق آنها احترام گذاشته و رعایت نماید.

ماده ۲۷ اعلامیه حقوق بشر سازمان ملل متحد (۱۹۴۸) در مورد حقوق فرهنگی به حق مشارکت مردم و بهره مندی از فرهنگ تاکید می کند:

" هر کسی حق دارد تا بصورت آزادانه در زندگی فرهنگی خود مشارکت داشته و از انواع هنرها و کالاهای فرهنگی بهره برده و در پیشرفت جامعه سهیم باشد."

در اعلامیه حقوق فرهنگی فرایبورگ (۲۰۰۷)، بر پنج حق اساسی فرهنگی شامل حق انتخاب و داشتن هویت، حق دسترسی به زندگی فرهنگی و مشارکت در آن، آموزش و تعلیم، بهره مندی از اطلاعات و ارتباطات و حق همکاری فرهنگی اشاره شده است که دولت ها، نهادها و سازمان ها باید برای مردم به عنوان حقوق اساسی بر آورده سازند.

هویت فرهنگی: هویت از منابع مهم شناخت رفتار های اجتماعی و فردی است. هویت فرهنگی در قالب مجموعه تمام منابع فرهنگی در نظر گرفته می شود که از طریق آنها یک فرد به تنهایی و یا در اجتماع و همراه دیگران خود را تعریف می کند. منظور از هویت فرهنگی، مجموعه ای از مولفه های فرهنگی هستند که به یک فرد یا به یک گروه، «شخصیت» می دهند و به عبارت دیگر او را از سایر افراد یا گروه ها «تمایز» می کنند تا از این راه وی بتواند وارد روابط میان کنشی با خود و دیگران شود و به عبارتی بتواند مسوولیت و توانایی «موجودیت» فیزیکی و ذهنی خود در نظامی که در آن حضور دارد را بر عهده بگیرد (فکوهی، ۱۳۹۰).

در این پژوهش، مقوله هویت فرهنگی به عنوان یکی از عوامل علی در قالب ۳ مولفه هویت ملی (میزان حس تعلق به ایران، سرزمین، پرچم و تاریخ ایران)، هویت دینی (حس تعلق به اسلام، قرآن کریم، پیامبر اکرم، اصول و ارزش های اسلامی) و هویت قومی (تعلق به سرزمین مادری، زبان مادری، آداب و سنن قومی) قرار گرفت.

امکانات و ظرفیت های فرهنگی: اهمیت وجود مراکز فرهنگی و هنری از قبیل فرهنگسراها، پارک ها، کتابخانه ها، مساجد، مراکز تفریحی و سرگرمی، سینما، تئاتر، نمایشگاه ها، مدارس و دانشگاه ها و .. در توسعه فرهنگی افراد و جامعه بر کسی پوشیده نیست. افراد با حضور در این مکان های عمومی چه به صورت فردی و چه به صورت جمعی می توانند هویت فرهنگی خود را بیابند و نیازها و خواسته های فرهنگی خود را تامین نمایند.

از جمله وظایفی که دولت ها بویژه در کشورهای در حال توسعه بر عهده می گیرند، مهیا ساختن امکانات فرهنگی برای شهروندان و توزیع عادلانه آنها در مناطق مختلف و فراهم ساختن امکان دسترسی همگان به این امکانات است.

با انجام تحلیل ها و بررسی داده ها، مقوله امکانات و ظرفیت های فرهنگی در قالب ۴ مولفه امکانات فرهنگی (شامل مراکز فرهنگی و هنری، مراکز آموزشی، مراکز تفریحی و سرگرمی و ورزشی)، آموزش و نیروی انسانی (تعداد افراد باسواد، دانشجویان و دانش آموزان، معلمان و اساتید، تعداد افراد دارای مهارت رسمی خلق آثار هنری و ..)، ارتباطات (تعداد شبکه های رادیو و تلویزیونی، تعداد شبکه های ماهواره ای، پوشش پست و مخابرات، خبرگزاری ها و سایتها و ..) و میراث فرهنگی (جشن ها و اعیاد، مراسم، ورزش ها و بازی های سنتی، آثار تاریخی و ..) طبقه بندی شد.

خلاقیت و تولید فرهنگی: خلاقیت فرهنگی به عنوان یکی از عوامل موثر در توسعه فرهنگی، فرایندی است که به ما کمک می کند تا رویا های فرهنگی مان را به حقیقت تبدیل کنیم. آرزو ها، هویت، افکار، باور ها و ارزش های یک فرد یا یک گروه در قالب کالاهای فرهنگی که خلق می کند و خدمات فرهنگی که ارائه می دهد به بهترین نحو ممکن بیان می شود. در واقع، همه

کالاها و خدمات فرهنگی علاوه بر داشتن ارزش مادی مانند دیگر کالاها و خدمات از ارزش معنوی منحصر به فردی نیز برخوردارند.

کالاها و خدمات فرهنگی شامل مجموعه کالاها و خدمات مصرفی حامل اندیشه ها، نمادها و روش های زیست است که در خلق و معرفی هویت جمعی و تعیین رویه های فرهنگی نقش دارند. این کالاها برابند خلاقیت جمعی یا فردی مشمول حق مولف بوده و با استفاده از صنعتی در سطح انبوه تکثیر و در جهان توزیع می شوند (سعید آبادی، ۱۳۸۸: ۵۳).

طبق آمار یونسکو در سال ۲۰۰۵، ارزش جهانی مبادلات صنایع فرهنگی در حدود ۱/۳ تریلیون دلار بوده است که تا سال ۲۰۰۸ با رشد سالانه بیش از ۱۵٪ از ۱/۷ تریلیون دلار فراتر می رود. همچنین سهم این کالاها و خدمات در تولید ناخالص جهانی طبق گزارش سال ۲۰۰۳ بانک جهانی از ۷٪ نیز بیشتر بوده و با توجه به استقبال روز افزون و شکوفایی این صنایع در مقابل دیگر صنایع انتظار می رود که این سهم دچار افزایش نیز گردد.

مقوله خلاقیت و تولید فرهنگی، به عنوان یکی از عوامل اصلی مداخله گر در قالب ۶ مولفه اصلی شامل کتاب، ترجمه، روزنامه و نشریات، کالاها و خدمات فرهنگی و هنری، خدمات فرهنگی و کالاها و خدمات فرهنگی مجازی قرار گرفت.

اقتصاد فرهنگ: امروزه با گذشت زمان بر اهمیت صنایع فرهنگی (تمامی کالاها و خدمات فرهنگی و فعالیت های فرهنگی) به عنوان عنصر حیاتی در اقتصاد مدرن و جوامع دانش محور افزوده می شود. صنایع فرهنگی روند توسعه را شتاب بخشیده و در غنی ساختن سایر ابعاد توسعه نقش به سزایی ایفا می کنند. طی دو دهه اخیر صاحب نظران بسیاری تاثیرات اقتصادی و غیر اقتصادی فرهنگ و صنایع فرهنگی را در جوامع مختلف مورد مطالعه قرار داده اند.

ماتاراسو (۱۹۹۷: ۴۹) بر نقش صنایع فرهنگی در ایجاد انسجام و وحدت در جامعه بین گروه ها و خرده فرهنگ های مختلف اشاره می کند، اینگلهارت (۲۰۰۰) به نقش صنایع فرهنگی در تغییر ارزش های جامعه می پردازد، تراسبی (۲۰۰۱) از صنایع فرهنگی به عنوان عامل اثبات خلاقیت و شکوفایی نبوغ و استعداد افراد جامعه یاد می کند، برخی نیز (حریرا ۲۰۰۲، تراسبی ۲۰۰۱، و یونسکو ۲۰۰۵) معتقدند که صنایع فرهنگی می تواند در توسعه تنوع فرهنگی، هویت ملی، و هویت گروه های فرهنگی مختلف در جامعه موثر باشد (یونسکو ۲۰۱۲: ۷).

با تحلیل داده های بدست آمده، مقوله اقتصاد فرهنگی به عنوان یکی از عوامل بستر در قالب ۴ مولفه اصلی اشتغال فرهنگی، واردات و صادرات فرهنگی، کسب و کارهای فرهنگی و GDP (تولید ناخالص داخلی) فرهنگی طبقه بندی گردید.

مشارکت فرهنگی: اگر در جامعه شرایط برای مشارکت مناسب شهر وندان در زندگی فرهنگی مهیا نباشد باعث می شود که آنها نتوانند شرایط فرهنگی و اجتماعی زندگی خود را مطابق با خواسته های خود بهبود دهند و این امر در افزایش نارضایتی آنها و در نهایت توسعه نیافتگی آن جامعه می تواند بسیار تاثیر گذار باشد.

مشارکت فرهنگی شامل مصرف کالاها و خدمات فرهنگی و شرکت در فعالیت های فرهنگی است که در جامعه به منظور بازتاب آداب و سنن و عقاید و نمودی از کیفیت زندگی انجام می گیرد (یونسکو ۲۰۰۶).

مشارکت فرهنگی شامل فعالیت های فرهنگی روزمره مانند خواندن کتاب، تماشای برنامه های تلویزیونی و رادیویی، گوش دادن به موسیقی، استفاده از اینترنت، فعالیت های رسمی چون رفتن به سینما، تئاتر، بازدید از موزه ها و نمایشگاه ها و فعالیت های غیر رسمی چون شرکت در مراسم سنتی و نیز خلق محصولات فرهنگی و هنری می باشد.

در این پژوهش مقوله مشارکت فرهنگی به عنوان یکی از عوامل بستر در قالب ۵ مولفه مصرف فرهنگی، شرکت در فعالیت های فرهنگی، مشارکت در خلق کالاها و خدمات فرهنگی، مصرف فرهنگی مجازی و مشارکت در تصمیم گیری ها قرار گرفته است.

روایی و پایایی:

به دلیل بهره مندی مستمر از نظر خبرگان و مدیران فرهنگی در کلیه مراحل و فرایندهای این تحقیق پایایی مورد انتظار یک پژوهش به خوبی تضمین و برآورد شده است. روایی این تحقیق نیز، از سه طریق بدست آمده است:

الف) تطبیق توسط مشارکت کنندگان: مشارکت کنندگان، مرحله کدگذاری محوری را بازبینی و نظرشان را در خصوص آن عنوان کرده و دیدگاه های شان در مرحله کدگذاری محوری اعمال گردید.

ب) بررسی همکار: ۳ نفر از اساتید مدیریت فرهنگی یافته های پژوهش را بررسی و در موردشان اظهار نظر کردند.

ج) در این پژوهش به طور هم زمان از مشارکت کنندگان در تفسیر و تحلیل داده ها کمک گرفته شد.

بحث و نتیجه گیری

بر اساس الگوی نهایی سنجش توسعه فرهنگی در کشور، یافته های پژوهشی حاضر بصورت زیر ارائه می شود:

برخورداری شهروندان از حقوق فرهنگی جزء پیش نیازهای اصلی توسعه فرهنگی در کشور است. بدیهی است که هرچقدر میزان برخورداری شهروندان از حقوق فرهنگی بیشتر باشد روند توسعه فرهنگی کشور شتاب بیشتری به خود می گیرد. در این راستا اولین عامل که باید مورد ارزیابی قرار گیرد مقوله میزان برخورداری شهروندان از حقوق فرهنگی است. برای ارزیابی و سنجش این مقوله می توان از شاخص های کیفی و کمی در کنار هم استفاده نمود.

- وجود امکانات و ظرفیت های فرهنگی مناسب در جامعه نقش اساسی در شکوفایی استعدادها و توانایی های شهروندان و در نتیجه ان توسعه فرهنگی کشور دارد. فراوانی و پراکندگی مناسب امکانات و ظرفیت های در مناطق مختلف کشور، می تواند زیرساخت های لازم را برای توسعه فرهنگی فراهم سازد. لذا برای سنجش توسعه فرهنگی کشور، سنجش مقوله امکانات و ظرفیت های از اهمیت خاصی برخوردار است. در این راستا می توان با بهره گیری از شاخص های کمی نسبت به این مهم اقدام نمود.

- خلاقیت و تولید فرهنگی که در بر گیرنده کالاها و خدمات فرهنگی می باشد از عوامل مهم نشان دهنده پویایی و نشاط فرهنگی و در نتیجه آن توسعه فرهنگی جامعه به حساب می آید، لذا سنجش میزان خلاقیت و تولید فرهنگی در الگوی جامع سنجش توسعه فرهنگی کشور از اهمیت بارزی برخوردار است. مدیران و برنامه ریزان فرهنگی می توانند با استفاده از شاخص های کمی و در بازه های کوتاه مدت نسبت به این مهم اقدام نمایند.

- توسعه فرهنگی در هیچ جامعه ای بدون جلب مشارکت مردم در امور فرهنگی اتفاق نمی افتد، لذا مقوله میزان مشارکت فرهنگی مردم در امور فرهنگی به عنوان یکی از پنج عامل اصلی در الگوی سنجش توسعه فرهنگی کشور ارائه شده است. استفاده هم زمان از شاخص های کیفی و کمی برای سنجش میزان مشارکت فرهنگی شهروندان پیشنهاد می گردد.

- سهم رو به افزایش و مهمی که صنایع فرهنگی در اقتصاد کشور بر عهده دارند، گنجاندن مقوله اقتصاد فرهنگی را در الگوی جامع سنجش توسعه فرهنگی کشور امری ضروری و لازم جلوه می دهند. مدیران و برنامه ریزان فرهنگی کشور می توانند با استفاده از شاخص های کمی و تشکیل پایگاه آماری، در کوتاه ترین زمان و با صرف کمترین هزینه نسبت به سنجش سهم صنایع فرهنگی در اقتصاد و توسعه کشور اقدام نمایند.

به سبب ماهیت گسترده، پیچیده و جامع فرهنگ، وجود شاخص ها و عوامل بسیار گسترده از یک سو و کشف روابط پیچیده بین آنها از سوی دیگر فرایند شاخص سازی و سنجش توسعه فرهنگی را با مشکلات اساسی مواجه می سازد. آنچه در این میان مهم است استفاده از رویکرد درونزا به فرهنگ و تعریف این شاخص ها بر اساس ارزش ها، عقاید و هویت فرهنگی جامعه ایران از یک سو و نیز استفاده از شاخص های عملیاتی و واقعی و پرهیز از آرمان گرایی از سوی دیگر و نیز استفاده از تجربیات کشورهای دیگر و سازمان های بین المللی در این حوزه است. پژوهش حاضر، با مد نظر قرار دادن این نکات به انجام رسیده تا بلکه بتواند کمکی هر چند کوچک در این حوره برای مدیران فرهنگی و پژوهشگران باشد.

در پژوهش های کیفی که با استفاده از نظریه داده بنیاد انجام می شود بعد از استخراج مقوله های اصلی و تعیین مقوله هسته ای، در مرحله کد گذاری گزینشی نظریه زمینه ای با استفاده از مقولات عمده ارائه می گردد. در این پژوهش و در جهت تحقق هدف غایی و پاسخ به سوالات پژوهش، در چارچوب مدل نظامند استراوس و کربین نسبت به ارائه نظریه اقدام شد. بر این اساس، مقوله میزان بهره مندی از حقوق فرهنگی در کنار مقوله هویت فرهنگی به عنوان شرایط علی بر مقوله محوری "میزان تامین نیازها و خواسته های فرهنگی" افراد در جامعه تاثیر می گذارد. میزان مشارکت فرهنگی در کنار مقوله اقتصاد فرهنگی به عنوان شرایط زمینه ای بر راهبرد اصلی یعنی طراحی و ارائه الگوی سنجش توسعه فرهنگی اثر گذار است. در این میان، دو مقوله ظرفیت ها و امکانات فرهنگی و نیز خلاقیت و تولید فرهنگی به عنوان شرایط مداخله گر محیط خاص در راهبرد اصلی اثر گذار بوده که پیامد اصلی آن آگاهی و شناخت وضعیت فرهنگی کشور می باشد.

مزیت اصلی که این پژوهش را از دیگر پژوهش های انجام شده در این حوزه متمایز می کند کیفی بودن آن از یک طرف و ارائه مدل جامع و مبتنی بر عمل است که هم زمان تلاش کرده تا به اکثر مولفه های موثر بر سنجش توسعه فرهنگی در کشور توجه نماید. محدودیت اصلی این پژوهش هماهنگی با مشارکت کنندگان بوده، چرا که اکثر مصاحبه شوندگان از نخبگان فرهنگی و سیاست گذاران فرهنگی کشور بودند و هماهنگی با ایشان به زمان و تلاش مستمر نیاز داشت.

منابع

۱. از کیا، محمد، (۱۳۷۹) شاحصهای توسعه فرهنگی، فرهنگ نامه
۲. پهلوان، چنگیز. (۱۳۸۷). فرهنگ و تمدن، تهران: نشر نی.
- ۱- پور افکاری نصر الله؛ سجاد محمدیار زاده (۱۳۹۲) نقش فرهنگ سازی احترام به افکار عمومی در توسعه اجتماعی، **مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران**، سال پنجم شماره چهارم
۳. توسلی غلام عباس، (۱۳۷۱) جامعیت مفهوم توسعه و روابط آن با فرهنگ، فرهنگ توسعه، شماره ۵،
۴. راد، فیروز. (۱۳۹۰). جامعه شناسی توسعه فرهنگی، تهران: چاپخش.
۵. روشه، گی. (۱۳۷۶). جامعه شناسی تالکوت پارسونز. ترجمه عبدالحسین نیک مهر، تهران: موسسه فرهنگی تبیان.
۶. شیری طهمورث؛ زهرا حسن استادعلی (۱۳۹۲) عوامل موثر بر عملکرد و سیاستگذاری فرهنگی دولت نهم و دهم، **مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران**، سال ششم، شماره یکم
۷. شورای عالی انقلاب فرهنگی. (۱۳۸۶). ارزیابی تحلیلی وضعیت فرهنگی کشور، چکیده، نتایج و پیشنهاد ها، تهران: هیئت نظارت و ارزیابی فرهنگی و علمی.
۸. شورای عالی انقلاب فرهنگی. (۱۳۸۹). شاخص های راهبردی، ابعاد و مولفه های فرهنگی، تهران: کارگروه تدوین شاخص های فرهنگی.
۹. صباغ پور، علی اصغر. (۱۳۸۵). توسعه فرهنگی و ساختار فرهنگی ایران. فصلنامه راهبرد. شماره ۴۲. ۴۱-۶۵.
۱۰. عطا فر، علی و آقاسی، سعید (۱۳۹۱). طراحی و ارائه مدل سنجش توسعه فرهنگی شهری بر اساس رویکردهای تفکر هوشمند و ظرفیت سازی فرهنگی، فصلنامه مطالعات شهری، ۴/۲، صص ۱۴۲-۱۱۱.
۱۱. فکوهی، ناصر. (۱۳۹۰). توسعه فرهنگی و هویت فرهنگی. روزنامه شرق. شماره ۱۳۰۹. ۲۰.
۱۲. نراقی، یوسف. (۱۳۷۰). توسعه و کشور های توسعه نیافته، تهران: شرکت سهامی انتشار. چاپ اول.
۱۳. وثوقی منصور؛ هاشم آرام؛ گودرز سلمانی (۱۳۹۱) بررسی موانع ساختاری در جهت شکل گیری و ارتقاء توسعه فرهنگی در ایران؛ چالشها و راهکارها، **مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران**، سال چهارم، شماره سوم
۱۴. ورجاوند، پرویز. (۱۳۷۸). پیشرفت و توسعه بر بنیاد هویت فرهنگی، تهران: شرکت سهامی انتشار. چاپ دوم.
۱۵. یونسکو. (۱۳۷۶). بعد فرهنگی توسعه: به سوی یک رهیافت علمی. ترجمه تیمور محمدی، تهران: سازمان برنامه و بودجه.

16. Creswell, JW.(2002). Educational research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative research, Upper Saddle River.
17. Cultural access and participation.(2013). European Commission. <http://ec.europa.eu/public-opinion/index-en.htm>.
18. Duxbury, N.(2003). Cultural indicators and Benchmarks in Community, Quebec, Canada, Strategic Policy and Research Department of Canadian Heritage.
19. Glaser, B. (2002). Conceptualization: On Theory and Theorizing Using Grounded Theory. International Journal of Qualitative Methods.1(2). 1-31.
20. Hawkes, J.(2001). The Fourth Pillar of Sustainability: Culture's Essential Role in Public Planning. Melbourn Common Ground Publishing Pty Ltd in association with the Cultural Development Network.
21. Jackson, M. and J. Herranz.(2002). Culture Counts in Communities: a framework for measurement, The Urban Institute: Art and Cultural Indicators in Community Building Project.
22. Matarasso, F.(1997). Use or Ornament: The social Impact of Participation in the Art. London: Comedia.
23. Strauss. A and Corbin J. (1990). Basic Qualitative Research. London: Sage.
24. Strauss. A and Corbin J. (1998). Basic Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques, 2nded, Thousand Oaks, CA: Sage.
25. Trosby, D.(2001). Economics and Culture.Cambridge University Press.
26. Unesco. (2012). Measuring the Economic Contribution of Cultural Industries. Unesco Institute for Statistics, Monreal.
27. Unesco. (2015). Development Indicators: Seven Connected Dimensions, Access in: <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes>.
28. Unesco.(2006). Understanding Creative Industries, Cultural Statistics for Public Policy Making. [http:// Portal. Unesco. Org/ Culture](http://Portal.Unesco.Org/Culture).

Archive of SID