فصلنامه رویکردهای پژوهشی نو در علوم مدیریت

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های ارزیابی سیاست‌گذاری فرهنگی و اقتصاد فرهنگ در ایران

رضا شجاع حیدری[۱]، امیر محسن مدنی[۲]

چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های ارزیابی سیاست‌گذاری فرهنگی و اقتصاد فرهنگ در ایران بود. روش مورداستفاده در این مقاله، توصیفی، به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ داده، آمیخته است. برای شناسایی و تدوین شاخص‌ها از روش اسنادی و نیز نظرخواهی از نخبگان استفاده شد. سپس جدول شاخص‌های سیاست‌گذاری فرهنگی و اقتصاد فرهنگ، در اختیار ۳۰ نفر از نخبگان و صاحب‌نظران حوزه سیاست‌گذاری فرهنگی و اقتصاد فرهنگ شامل اساتید دانشگاه و نیز صاحب‌نظران عرصه فرهنگی و اقتصادی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و حوزه اقتصادی قرار گرفت که با روش گلوله برفی انتخاب شدند. همچنین برای تحلیل شاخص‌ها از تکنیک‌های دلفی فازی و معادلات ساختاری و نرم‌افزارهای Lisrel و MaxQDA استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که شاخص‌های اصلی تأثیرگذار بر سیاست‌گذاری فرهنگی شامل تدوین، اجرا و ارزشیابی می‌باشند. در بین این شاخص‌ها کمترین بار عاملی مربوط به ارزشیابی بود. همچنین در بین مؤلفه‌های سیاست‌گذاری فرهنگی، بیشترین و کمترین بار عاملی به ترتیب مربوط به‌تناسب و دسترسی و عدالت می‌باشد. همچنین نتایج نشان داد که شاخص‌های اصلی تأثیرگذار بر اقتصاد فرهنگ جاذبه‌های فرهنگی، اهرم فرهنگی، کارآفرینی فرهنگی، سرمایه انسانی و مشارکت فرهنگی بودند. در بین این شاخص‌ها کمترین و بیشترین بار عاملی به ترتیب مربوط به کارآفرینی فرهنگی و مشارکت فرهنگی می‌باشد. همچنین در بین مؤلفه‌ها اقتصاد فرهنگ، بیشترین و کمترین بار عاملی به ترتیب مربوط به میراث تاریخی و طرح‌های ابتکاری می‌باشد. همچنین شواهد آماری نشان می‌دهد که ایران در حوزه‌های گوناگون اقتصاد فرهنگ با توجه به پتانسیل بالقوه فراوان، از وضعیت مناسبی برخوردار نیست.

واژگان کلیدی: فرهنگ، اقتصاد، سیاست‌گذاری فرهنگی، اقتصاد فرهنگ

[۱] دانشجوی دکتری، گروه مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، واحد بین المللی کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، کیش، ایران (نویسنده مسئول)
Rezashoja6611@gmail.com
[۲] استادیار گروه طراحی صنعتی دانشگاه آزاداسلامی، واحد یادگار امام خمینی (ره)، تهران، ایران Amir_m_madani@yahoo.com

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

۱- مقدمه

توجه به جایگاه فرهنگ و امور فرهنگی و اهمیت آن در جوامع، از دیرباز ذهن اندیشمندان مختلف را به خود جلب کرده و به نظریه‌پردازی واداشته است (پرات[1]، ۲۰۲۳). با در نظر داشتن اهمیت فرهنگ است که برخی از جامعه‌شناسان در تعریف آن بیان می‌کنند که فرهنگ مجموعه‌ای از ارزش‌ها و اندیشه‌های یک جامعه است. فرهنگ عنصر واضع ساختار اجتماعی و اصل تنظیم‌کننده کنش اجتماعی است که به آن شکل و جهت می‌دهد و همچون روان یک جامعه خود را بر اعضا تحمیل می‌کند (نیاکان[2]، ۲۰۲۰).

فرهنگ همچون حوزه‌های دیگر جامعه، نیازمند مدیریت و برنامه‌ریزی درست می‌باشد تا از این طریق بتوان اهداف تعیین‌شده را اجرایی و عملیاتی نمود (مسعودی نیا و همکاران، ۲۰۲۰). در این زمینه مسئله‌ای که به مدیریت صحیح و مناسب کمک می‌نماید، سیاست‌گذاری و خط مشی‌گذاری صحیح است، چراکه عرصه فرهنگ به لحاظ گستردگی مسائل و موضوعات تحت پوشش خود و نیز نوع نگاه به مسائل و موضوعات صاحب‌نظران و برنامه‌ریزان این عرصه، دارای پیچیدگی‌های خاص خود بوده و تجمیع نظرات و اندیشه‌ها را برای برنامه‌ریزی کلان دشوار می‌نماید (دافی[3]، ۲۰۲۳). ازاین‌رو سیاست‌گذاری با تعیین موضوعات کلی اساسی بر اساس مبانی از پیش تعیین‌شده و نیز تشخیص اولویت‌های برنامه‌ریزی صحیح و تشخیص فرصت‌ها و تهدیدهای هریک از مسائل مرتبط با این عرصه و نیز تعیین راهبردهای کلان برای برنامه‌ریزی صحیح در زمینه اولویت‌های راهبردی و نیز تعیین خط‌مشی‌ها و سیاست‌های اجرایی و وظایف سازمان‌های وظیفه‌مند و ارتباط نظام‌مند آنان با یکدیگر و تقویت ظرفیت‌های عملیاتی هریک از نهادها و استفاده حداکثری و بهینه از امکانات، مسئله‌ای مهم و کاربردی محسوب می‌شود (انتظاری و درخشان، ۱۴۰۰). بنابراین سیاست‌گذاری فرهنگی می‌تواند ارزش‌ها و اصول فرهنگی را هدایت نموده و با ارائه مجموعه‌ای از تدابیر و برنامه‌ها برای نهادها و سازمان‌های مختلف دولتی و غیردولتی، این عرصه را مدیریت نموده و توسعه بخشد (کلارک و بروون[4]، ۲۰۲۲).

سیاست‌گذاری فرهنگی، به معنای مدیریت در حوزه فرهنگ است. درواقع پلی حدفاصل جایی که هستیم و جایی که می‌خواهیم برسیم و شامل مراحل تدوین، اجرا و ارزیابی است (جهان‌بین، ۱۳۹۹). سیاست‌گذاری فرهنگی، تدوین راه‌حل عملی برای دستیابی به اهداف می‌باشد (جاودانی، ۱۳۹۹). علاوه بر این، مجموعه اقدامات هدفمندی است که توسط بازیگر یا مجموعه‌ای از بازیگران در مواجهه با مشکل یا موضوعی خاص دنبال می‌شود (ابیلی و همکاران، ۱۳۹۹). ازآنجاکه فرهنگ به‌عنوان وضعی از اوصاف جامعه به باورها، نگرش‌ها و رفتار انسانی محدود نشده، بلکه تا روابط، ساختارها و مصنوعات مادی امتداد می‌یابد، در شناخت کامل فرهنگ باید علاوه بر امور که قسمت اصلی فرهنگ محسوب می‌شوند، فعالیت‌ها و نیز مقدورات فرهنگی را موردسنجش قرارداد (خاشعی، ۱۳۹۷).

---

[1] Pratt A.C.
[2] Niakan, A.M
[3] Duffy, M
[4] Clarke, V. & Braun, V

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

یکی از حوزه‌های مهمی که در اقتصاد فرهنگ موردبحث واقع‌شده، سیاست‌گذاری دولت در اقتصاد فرهنگ است. دولت‌ها به‌صورت مستقیم و یا غیرمستقیم به نقش‌آفرینی در اقتصاد فرهنگ می‌پردازند (یانگ و همکاران[1]، ۲۰۲۱). نقش دولت در تأمین مالی، تولید و توزیع مستقیم کالاها و خدمات فرهنگی و هنری گرفته تا زمینه‌سازی حضور بخش خصوصی در این عرصه با سیاست‌گذاری‌های تشویقی و اعطای یارانه‌های متنوع و همچنین پیاده‌سازی عدالت در ابعاد مختلف در حوزه‌های اقتصادی و فرهنگی، ازجمله مباحثی هستند که نشان‌دهنده‌ی اهمیت و اولویت موضوع موردمطالعه است (آرزکی و همکاران[2]، ۲۰۲۰). ارزیابی، نقد و بررسی نظریات موجود پیرامون سیاست‌گذاری دولت در اقتصاد فرهنگ می‌تواند در دستیابی به چگونگی سیاست‌گذاری مطلوب دولت اسلامی در اقتصاد فرهنگ راهگشا باشد (کلانتری و هاشمی، ۱۴۰۲). اقتصاد جهانی از سال ۲۰۰۰ میلادی، فرهنگ را رسماً به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های ضروری توسعه اقتصادی پذیرفت و بر نقش آن در سیاست‌گذاری‌های اقتصادی تأکید کرد. در دهه‌های اخیر با رویکرد غالب توسعه، مسیر رشد جوامع، از تولید و تمرکز بر صنایعِ با ارزش‌افزوده بالا در سطح خرد و کلان می‌گذرد (سرنا و میشائل[3]، ۲۰۲۳). عصر اقتصاد خام‌فروشی و تک‌محصولی مدت‌هاست که سپری‌شده و کشورهای دارای اقتصاد دانش‌بنیان، پژوهش‌ها، حمایت‌ها، سرمایه‌ها، و کسب‌وکارهای خود را به سمت صنایعِ باارزش افزوده بالا نظیر صنایع خلاق و فرهنگی سوق می‌دهند. در این میان نقش فرهنگ در پیشرفت جوامع بیشتر و در تولید ثروت اقتصادی و سرمایه فرهنگی و به عبارتی اقتصاد فرهنگ به برنامه‌ای تبدیل‌شده است (فری و همکاران[4]، ۲۰۲۳). منظور از اقتصاد فرهنگ، تجزیه‌وتحلیل بخش فرهنگ در چارچوب تئوری‌ها و مفاهیم دانش اقتصاد است. حیطه موضوعی اقتصاد فرهنگ را می‌توان کاربرد اصول، مفاهیم و نظریه‌های علم اقتصاد در جهت تبیین و تحلیل مسائل اقتصادی بخش فرهنگ و درنهایت ارائه خط‌مشی‌های سیاسی در جهت بهبود مدیریت اقتصادی فعالیت‌های فرهنگی دانست. اقتصاد فرهنگ می‌تواند به بررسی و تحلیل آثار و نقش فعالیت‌های فرهنگی در توسعه اقتصادی نیز بپردازد (گویسو و همکاران[5]، ۲۰۲۰). همچنین اقتصاد فرهنگ به جریانات اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی می‌پردازد که بر روی تحولات ساختاری و نهادی بخش فرهنگ و هنر در جوامع تأثیر می‌گذارد (ابیلی و همکاران، ۱۳۹۹). در تعریف دیگری آمده است: آنچه می‌توان اقتصاد فرهنگ نامید، توصیف و تحلیل ویژگی‌های مشهود عرضه و تقاضا و نیز ویژگی‌های رابطه متقابل عرضه و تقاضا در صنایع گوناگون تشکیل‌دهنده بخش فرهنگ است (ابیلی و همکاران، ۱۴۰۰). این حوزه همچنان در حال تکوین بوده و محققان حوزه مذکور به بررسی تقاضای اجتماعی محصولات فرهنگی، تغییر در بودجه اختصاص‌یافته دولت به بخش فرهنگ در اثر نوسانات اقتصادی، رشد و گسترش صنایع فرهنگی (مانند مطبوعات، کتاب، فیلم، سینما و تلویزیون) و تحولات سریع فناوری در این صنایع، نوع و کارایی یارانه‌های اختصاص‌یافته به بخش‌های مختلف فرهنگ و مسائلی ازاین‌دست نیز پرداخته‌اند. همچنین رویکرد نهادگرایی در اقتصاد که ویژگی قراردادی و تاریخی مقوله‌های اقتصادی را تبیین می‌کند، کمک فراوانی به تحلیل اقتصاد فرهنگ کرده است (نیارزاده و همکاران، ۱۴۰۰).

[1] Yang et al
[2] Arezki et al
[3] Cernea, Michael M
[4] Frey et al
[5] Guiso et al

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

دید توسعه محور دیگر که در مورد اقتصاد فرهنگ وجود دارد، بر تولید و مصرف فرهنگ تمرکز می‌کند. از این دید، فرهنگ عمدتاً مساوی هنر تلقی می‌شود. صنایع فرهنگی با استفاده از ابزار متداول تحلیل اقتصاد فرهنگی تفسیر می‌شوند و اعتقاد بر این است که کار هنرمندان در خلال یک بازار کار انجام می‌شود که با استفاده از مفاهیم اقتصادی عرضه کار و تابع‌های عایدات تحلیل می‌شود. در این رهیافت، شاهد کالایی شدن آثار فرهنگی هستیم و فعالیت‌های مربوط به تولید و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی درون یک نظام اقتصادی جزو معاملات اقتصادی دانسته می‌شود. به‌طورکلی می‌توان گفت؛ اقتصاد فرهنگ به به‌کارگیری نظریه‌های اقتصادی در تولید، توزیع و مصرف کالاهای فرهنگی و تخصیص بهینه منابع اشاره دارد. از سال ۲۰۰۰ میلادی، اقتصاد جهانی به‌طور رسمی فرهنگ را به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های ضروری توسعه اقتصادی پذیرفت و بر نقش مؤثر آن در سیاست‌گذاری‌های اقتصادی تأکید کرد (عرب-بافرانی و همکاران، ۱٤۰۰).

بیش از چهار دهه است که بررسی اقتصادی فرهنگ و هنر در کشورهای توسعه‌یافته موردتوجه جدی قرارگرفته و طی آن ادبیات روزافزونی درباره ابعاد اقتصادی فعالیت‌ها و آثار فرهنگی و هنری در کشورهای توسعه‌یافته شکل‌گرفته و مباحث آن در دانشگاه‌های مختلف تدریس می‌شود. درصورتی‌که سابقه این بحث در ایران به دو دهه نمی‌رسد و تلاش‌ها و مطالعات جدی در این خصوص صورت نگرفته است (رشیدی و دانش‌فرد، ۱۳۹۵). طی دهه‌های گذشته اقتصاد فرهنگ در کشور به لحاظ کمی و کیفی از وضعیت مناسبی برخوردار نبوده و در کنار غفلت و بی‌توجهی نظام کارشناسی به حوزه فرهنگ، نسبت به تخصیص بهینه منابع بخش فرهنگ اهتمامی جدی صورت نگرفته است (خیری دوست لنگرودی و همکاران، ۱۳۹۹). بنابراین ضرورت بنیادی انجام پژوهش حاضر به فقر فوق‌العاده دانش مربوط به تجزیه‌وتحلیل اقتصادی فرهنگ در کشور ما بازمی‌گردد. این پژوهش به‌اندازه خود، گامی مهم در جهت پیشرفت دانش اقتصاد فرهنگ در ایران است. ضرورت کاربردی انجام این پژوهش زمانی روشن می‌شود که به اهمیت و ضرورت محاسبه و ارزیابی کمی وضعیت موجود برای هر تصمیم‌گیری توجه شود. ارزیابی وضعیت موجود بخش فرهنگ با شاخص‌های کمی اقتصادی، مقدمه ضروری بـرای آحاد افراد جامعه و دولت به نمایندگی از جامعه برای تصمیم‌گیری مربوط به سمت‌وسوی کیفی و کمی در حوزه فرهنگ خواهد بود. ارزیابی کمی و اقتصادی، استدلال‌ها و اطلاعات لازم را برای فرد و دولت فراهم می‌سازد تا امکان حسابگری عاقلانه برای تغییر یا اصرار بر تصمیمات و عملکرد گذشته فعالیت‌های فرهنگی با توجه به مبانی و آرمان‌های زندگی و نیز در مقایسه با سایر ملل جهان فراهم می‌شود. این تحقیق مجموعه‌ای منسجم و منظم از استدلالات و اطلاعات را برای تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری فرهنگی در عرصه زندگی فردی و ملی فراهم می‌سازد. با توجه به آنچه بیان شد، هدف اصلی پژوهش حاضر شناسایی و اولویت-بندی شاخص‌های ارزیابی سیاست‌گذاری فرهنگی و اقتصاد فرهنگ در ایران می‌باشد. به عبارتی سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که شاخص‌های ارزیابی سیاست‌گذاری فرهنگی و اقتصاد فرهنگ در ایران کدام‌اند؟

۲- ادبیات و پیشینه پژوهش

۲-۱- اقتصاد فرهنگی

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

تأمین منابع مالی به‌عنوان یکی از دغدغه‌های اصلی تصمیم‌گیریان حوزه فرهنگ مطرح بوده و هست. ترکیب علم اقتصاد و فرهنگ جهت شناخت و بررسی عملکرد بنگاه‌ها و صنایع فرهنگی و هنری در راستای هدایت‌گری سیاست-گذاران و تصمیم‌گیریان عرصه فرهنگ، اقتصاد فرهنگ را تشکیل می‌دهد. اندرسون[1] (۱۹۷٤) و پیکارد[2] (۱۹۹۰) اقتصاد فرهنگ را بررسی چگونگی تأمین خواسته‌ها و نیازهای مصرف‌کنندگان کالاهای فرهنگی، تماشاگران، تبلیغ‌کنندگان و جامعه توسط فعالان فرهنگ با استفاده از منابع موجود می‌داند. تعریف آلباران[3] (۱۹۹٦) از اقتصاد فرهنگ مبتنی بر نحوه استفاده صنایع فرهنگی از منابع کمیاب تولید محتوا جهت تأمین خواسته‌ها و نیازهای متعدد می‌باشد. اقتصاد فرهنگ از نگاه تراسبی و ویکتور[4] (۲۰۰٦) توصیف و تحلیل ویژگی‌های عرضه و تقاضا و نیز ویژگی‌های متقابل آن‌ها در صنایع مختلف بخش فرهنگ است.

تعیین سیاست‌های صحیح در حوزه و بخش‌های اقتصاد فرهنگ؛ یعنی تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی از مهم‌ترین و کلیدی‌ترین عوامل توسعه آن است. رشد و پیشرفت اقتصاد فرهنگ، یکی از عرصه‌هایی است که بالقوه در درون خود می‌تواند به رشد بخش‌های دیگر منجر شود؛ به‌ویژه در دوره‌ای که تأکید بر اقتصاد مقاومتی و حمایت از تولید و کالای داخلی است. پویایی صنایع فرهنگی می‌تواند به رشد درون‌زای اقتصادی کشور کمک کند؛ بنابراین نبود الگوی مناسب در مدیریت اقتصاد فرهنگ، خسارات زیادی به کشور وارد می‌کند که مصادیق آن را می‌توان در وجود معضلات اجتماعی- فرهنگی، اقدامات شدن تأثیر کم سازمان‌های فرهنگی در حل آن‌ها، موازی کاری، ضعف در تولید و مصرف محصولات فرهنگی و ... مشاهده کرد (خیری دوست لنگرودی و همکاران، ۱۳۹۹). وضعیت و جایگاه کنونی کشور و جامعه ما در جهان، حساسیت‌هایی که نسبت به آن وجود دارد و فعالیت‌های فرهنگی فراملی که صورت می‌گیرد، اهمیت نقش دولت و سیاست‌گذاری را در اقتصاد فرهنگ دوچندان می‌کند. در سیاست‌ها و اسناد بالادستی ایران به‌خصوص در سال‌های اخیر مانند برنامه چهارم و ششم توسعه و سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم به موضوع اقتصاد فرهنگ و بخش‌های مختلف آن توجه شده است؛ اما ازآنجاکه سیاست-گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها در قالب سیاست‌ها، قوانین، برنامه‌ها و آیین‌ها در صنایع فرهنگی نقشی مهم در رشد و پیشرفت این بخش‌دارند، لذا این سیاست‌ها نیازمند بررسی است؛ به‌ویژه در جوامعی مانند ایران که اقتصاد فرهنگ ضعیف و توسعه‌نیافته‌ای دارد و با توجه به سیاست‌های مربوط به این بخش که به‌صورت پراکنده و غیرمنسجم تنظیم‌شده، نیازی دوچندان احساس می‌شود (خاشعی، ۱۳۹۷).

۲-۲- سیاست‌گذاری فرهنگی

با توجه به اینکه نمود نقش‌آفرینی دولت در اقتصاد فرهنگ، مربوط به چگونگی سیاست‌گذاری فرهنگی است، لذا حوزه اقتصاد فرهنگ ارتباط عمیقی باسیاست فرهنگی پیدا می‌کند. دخالت دولت در حوزه فرهنگ شامل دامنه وسیعی بوده و با شمار زیادی از افراد، گروه‌ها و بخش عمومی و خصوصی ارتباط می‌یابد (گری و هوگوسن[5]، ۲۰۰٤).

[1] Anderson
[2] Picard
[3] Albarran
[4] Throsby, D, Victor, A. G.
[5] Gray and Hugoson

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

تعاریف متعددی برای سیاست فرهنگی ارائه‌شده است. طبق یک تعریف، به اصول مکتوب و غیر مکتوبی که برنامه-ریزان جهت تغییر وضع موجود و دستیابی به اهداف مطلوب در بخش‌های مختلف فرهنگی تدوین کرده و مدیران آن را به اجرا درمی‌آورند، سیاست فرهنگی اطلاق می‌شود (آشنا و همکاران، ۱۳۹۷). در تعریفی دیگر، فراهم‌سازی تسهیلات لازم در بستری اجتماعی برای آحاد جامعه جهت کشف میراث گذشته و ظرفیت‌های حال را سیاست فرهنگی می‌نامند (ماندی[1]، ۲۰۰۰). همچنین بر اساس تعریفی دیگر، سیاست فرهنگی را اقداماتی عامدانه و از پیش طراحی‌شده که توسط نهادهایی چون دولت، بازار یا جامعه مدنی در جهت تولید، توزیع و اشاعه محصولات فرهنگی انجام می‌پذیرد، معرفی می‌کنند (اینرسون[2]، ۲۰۱۶).

به‌طور خلاصه می‌توان بیان داشت، سیاست فرهنگی، همان اصول و اولویت‌های لازم‌الاجرا، برگرفته از آرمان‌ها و اعتقادات و منطبق بر قانون اساسی کشور است که موردتوافق مسئولین و متصدیان امور فرهنگی بوده و راهنما و روشنگر کارگزاران فرهنگی است. لازم به ذکر است، چنین سیاست‌هایی باید مبتنی بر ظرفیت‌ها و امکانات بوده و ناظر بر تجربیات و واقعیات باشد (باقری فرد و همکاران، ۱۳۹٤).

دولت‌ها دارای رویکردهای متفاوتی در سیاست‌گذاری و دخالت در عرصه فرهنگ هستند که ازجمله آن می‌توان به رویکرد وفادارانه، اقتضایی، حمایتی، نظارتی، خنثی و بازدارنده اشاره کرد. در اینجا به‌طور اختصار به معرفی رویکردهای مذکور پرداخته می‌شود:

در رویکرد وفادارانه، دولت خود را موظف به اجرای کامل اهداف فرهنگی تعیین‌شده می‌داند. در این رویکرد، دولت تأمین مالی و تصدی‌گری در کلیه امور فرهنگی را در حدّ وسع و توان بر عهده می‌گیرد. در رویکرد اقتضایی، میزان دخالت دولت در امور فرهنگی تابع اقتضائات و شرایط می‌باشد و لزوماً دولت در تمامی امور فرهنگی ورود پیدا نکرده، بلکه تنها در اموری دخالت می‌کند که به دلایلی دارای متصدّی مشخصی نباشد (پیغامی، ۱۳۹۳). رویکرد حمایتی، شامل پشتیبانی و حمایت دولت از نهادهای فرهنگی در جهت اعتلای ارزش‌های فرهنگی در جامعه بوده و از طریق اتخاذ خط‌مشی‌های ویژه برای اعمال رفتار حاکمیتی خود می‌باشد (خیری دوست و همکاران، ۱۳۹۹). در رویکرد نظارتی، دولت، وظیفه خود را تا سطح نظارت تقلیل داده و پس از ترسیم چارچوب‌های مطلوب فرهنگی، ناظر حُسن اجرای سیاست‌ها می‌باشد (رشیدی و دانش‌فرد، ۱۳۹۵). تضمین آزادی‌های فردی و حقوق معنوی آفرینندگان آثار هنری از طریق قانون‌گذاری، معرف رویکرد ضمانتی می‌باشد (غرب بافرانی و همکاران، ۱۳۹۸). در رویکرد خنثی که دخالت حداقلی در امور فرهنگی نیز نامیده می‌شود، نهادهای فرهنگی مستقل مردمی، ایفاگر نقش اصلی در توسعه فرهنگی هستند. همچنین می‌توان وضعیتی را متصور شد که عملکرد دولت به جهت تصدی‌گری و سیاست‌گذاری، موجب تضعیف نهادهای فرهنگی و خصوصاً مجموعه‌های خودجوش گردد، که از تحت عنوان رویکرد بازدارنده یاد می‌شود (قانع و همکاران، ۱۳۹۸).

۲-۳- پیشینه پژوهش

کلانتری و هاشمی (۱٤۰۲)، در پژوهشی به بررسی اقتصاد فرهنگ در استان ایلام و راهکارهای تقویت آن با تأکید بر شناسایی ظرفیت‌های محلی پرداختند. نتایج نشان داد که مهم‌ترین حوزه‌های دارای ظرفیت سرمایه‌گذاری بر اساس

[1] Mundy
[2] Einarsson

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

الگوی اقتصاد فرهنگ در استان ایلام عبارت‌اند از: حوزه ادبیات، حوزه صنایع دست، حوزه هنرهای تجسمی، حوزه آداب‌ورسوم، حوزه نمایش و حوزه موسیقی. موانع و محدودیت‌هایی ازجمله موانع اقتصادی، سازمانی و مدیریتی، ساختاری اجتماعی، ساختاری فرهنگی، بازاریابی و تبلیغات، ضعف‌های قابل‌مشاهده در هنرمندان و ... مهم‌ترین موانع در راه بهبود وضعیت بوده‌اند. ابیلی و همکاران (۱٤۰۰)، در پژوهشی به شناسایی و اعتبارسنجی شاخص‌های ارزیابی سیاست‌گذاری فرهنگی نظام آموزش عالی پرداختند. روش این پژوهش، کیفی و از نوع فراترکیب بود. جامعه پژوهش، کلیه منابع مرتبط با شاخص‌های ارزیابی سیاست‌گذاری فرهنگی نظام آموزش عالی طی سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۲۰ بود که درنهایت ۷۵ منبع به‌عنوان منابع مرتبط، به روش تحلیلتم موردبررسی قرار گرفتند. یافته‌ها پیشنهاد می‌کند که شاخص‌های ارزیابی سیاست‌گذاری فرهنگی بایستی از طریق ساختاری ارائه شود که شامل یازده معیار تناسب، کارایی، صلاحیت فرهنگی، همکاری بین‌المللی، فضای کالبدی، اخلاقیات و زیبایی‌شناسی، تولید و مصرف فرهنگی، فرهنگ نوآوری، توسعه انسانی، دسترسی و عدالت و اثربخشی است. مسعودی نیا و همکاران (۱٤۰۰)، در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر رونق اقتصاد فرهنگ در ایران پرداختند. یافته‌های استخراج‌شده از اظهارات و مفاهیم در پاسخ به سؤال اصلی این پژوهش در پنج مقوله شرایط علی، راهبردها، عوامل مداخله‌گر، عوامل زمینه‌ای و پیامدها دسته‌بندی شد. انتظاری و درخشان (۱٤۰۰)، در پژوهشی به بررسی جایگاه و مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ در سیاست‌گذاری‌ها و خلأهای آن با توجه به الگوهای نظری پرداختند. بدین منظور اسناد بالادستی مرتبط، با روش تحلیل محتوای کیفی بررسی و ٤٥٥ کد اولیه و ۳۳ مقوله استخراج شد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که به‌طورکلی در اسناد بالادستی به مؤلفه‌های توسعه اقتصاد فرهنگ در قالب مضامین اصلی تولید، توزیع، مصرف، زیرساخت، سطح، نوع و واکنش به جهانی‌شدن توجه شده است؛ اما کمیت و چگونگی آن‌ها متفاوت و در برخی موارد کاستی‌هایی دارد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که از میان مؤلفه‌های سیاست‌گذاری در اقتصاد فرهنگ، به بخش تولید بیش از توزیع و مصرف در سیاست‌های کلان کشور توجه شده است؛ همچنین به تولید محصولات فرهنگی، متناسب با بازارهای جهانی و منطقه‌ای و ارائه آن در این بازارها توجهی کمتر و اکثر سیاست‌ها در سطح ملی تنظیم‌شده است. عرب‌بافرانی و همکاران (۱٤۰۰)، در پژوهشی به‌نقد و بررسی سیاست‌گذاری دولت در اقتصاد فرهنگ متعارف بر اساس رویکرد اسلامی با روش تحلیل محتوای کیفی و استفاده از داده‌های تحلیل‌شده از گزینش متون و ادبیات تولیدشده اعم از طرح‌ها، پایان‌نامه‌ها، رساله‌ها و اسناد تولیدشده توسط یونسکو، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی و کتب دانشگاهی در چهار دهه اخیر در ایران پرداختند. به‌طور خلاصه ارتقای سطح مصرف کالاها و خدمات فرهنگی ارزشمند در حوزه مصرف، حمایت از نیروی کار ارزشی و همچنین تولیدات کالاها و خدمات فرهنگی ارزشمند در حوزه تولید و نهایتاً توجه ویژه به مقوله عدالت (اعم از عدالت پیش از رقابت و عدالت توزیعی) از ویژگی‌های اساسی سیاست‌گذاری دولت در رویکرد اسلامی می‌باشد. نیارزاده و همکاران (۱٤۰۰)، در پژوهشی به رتبه‌بندی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر سیاست‌گذاری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با زبان‌های خارجی پرداختند. روش این پژوهش از نوع توصیفی - پیمایشی و ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته، شامل ۲۵ سؤال بود. جامعه آماری این پژوهش، شامل نخبگان فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و زبانی کشور می‌باشند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که به ترتیب مؤلفه‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی مهم‌ترین مؤلفه‌ها در سیاست‌گذاری فرهنگی ملی و بین‌المللی در مواجهه با زبان‌های خارجی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد. اردکانی و صیادی (۱۳۹۵)، در پژوهشی به بررسی وضعیت مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

در ایران و مقایسه تطبیقی با کشورهای منتخب دنیا پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد کشور ایران به لحاظ وضعیت مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ، نه‌تنها در مقایسه با استانداردهای جهانی، بلکه در مقایسه با کشورهای سند چشم-انداز نیز از موقعیت مناسبی برخوردار نیست.

پلاناز و سولر[1] (۲۰۲۳)، در پژوهشی به طراحی و به‌کارگیری نظام شاخص‌های ارزیابی سیاست‌های فرهنگی شهرداری پرداختند. با توجه به چالش‌های زیادی در راه تثبیت سیاست‌های فرهنگی شهرداری، ایشان سیستمی از شاخص‌های ارزیابی را باهدف مدیران و سیاست‌گذاران علاقه‌مند به ارزیابی سیاست‌های فرهنگی محلی در چارچوب پارادایم توانمندسازی ارائه کردند. این پژوهش مروری بر توسعه چنین سیستمی از شاخص‌های ارزیابی ارائه داد. دوناتلا و برتاچینی[2] (۲۰۲۲)، در پژوهشی به بررسی رابطه فرهنگ، میراث و توسعه اقتصادی جهت توانمندسازی کشورهای در حال توسعه پرداختند. نتایج داده‌های تابلویی با توجه به تمرکز بر میراث جهانی نشان داد که کشورهای فقیر می‌توانند تحت تأثیر یک دور باطل قرار گیرند، که در آن سطح پایین توسعه مانع ارتقای فرهنگ می شود، در حالی که بهره برداری ناموفق از میراث ملی به نوبه خود امکان توسعه مبتنی بر فرهنگ را مختل می کند. کازاکوا[3] (۲۰۲۱)، در پژوهشی به بررسی سیاست‌گذاری فرهنگی منطقه‌ای فدرال اورال روسیه و برنامه‌های دولیت طی سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۸ پرداخت. ایشان با در نظر گرفتن پتانسیل فرهنگی هر منطقخ و شناسایی معیارهای تأثیرگذار بر سیاست‌گذاری در حوزه صنایع فرهنگی، به این نتیجه رسیدند که می‌توان روند توسعه را تسهیل و امکان حل مشکلات را فراهم کرد. بنابراین با شناسایی و استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی منطقه می‌توان به توسعه صنایع فرهنگی کمک کرد. هالت[4] (۲۰۲۰)، در پژوهشی تحت عنوان چشم‌انداز سیاست‌گذاری آموزش زبان می‌نویسد: با ذکر این نکته که امروزه مبحث سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در حوزه زبان ه یکی از محوری‌ترین موضوعات موردبحث تبدیل شده است، این پژوهش درصدد مطالعه و جستجوی سیاست‌های آموزش زبان در بانک‌های اطلاعاتی درباره موانع و مشکلات آموزش زبان، طراحی‌های نوین آموزشی، سیاست‌های آموزشی و ارائه راهکار توسط مدل سیاست‌گذاری سه جزئی شیوه‌ها، باورها و مدیریت است. ویتکاسکایتی[5] (۲۰۲۰)، در پژوهشی به بررسی صنایع فرهنگی در سیاست‌گذاری عمومی پرداخت. ایشان در این پژوهش اهمیت روزافزون نقش صنایع فرهنگی را در رشد و پیشرفت اقتصادی و فرهنگی در لیتوانی بررسی کرد. نتایج نشان داد توسعه این صنایع نیازمند سیاست‌گذاری هدفمند دولتی است که اخیرا در سیاست-گذاری فرهنگی گنجانده شده است. وی با بررسی سیاست‌گذاری‌های حوزه صنایع فرهنگی سه نوع سیاست را تشخیص می‌دهد: پدرانه، حمایتی و لیبرال که میزان کنترل بر صنایع فرهنگی در هر یک از آن‌ها متفاوت است.

۳- روش‌شناسی پژوهش

روش مورد استفاده در این مقاله، توصیفی، به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ داده، آمیخته است. برای تحلیل از روش تحلیل داده‌های ثانویه بهره گرفته شده است. برای شناسایی و تدوین شاخص‌ها از روش اسنادی و نیز نظرخواهی از نخبگان و برای تحلیل شاخص‌ها از تکنیک دلفی‌فازی (جهت استخراج شاخص‌ها) و تکنیک معادلات ساختاری

[1] Planas, A. Soler, P
[2] Donatella, S. Bertacchini, E
[3] Kazakova
[4] Haltt, D
[5] Vitkauskaitė

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

(جهت اولویت‌بندی شاخص‌ها) استفاده شده است. روش اسنادی به معنای تحلیل آن دسته از اسنادی است که شامل اطلاعاتی درباره پدیده‌هایی است که قصد مطالعه آن‌ها را داریم. روش اسنادی، نوعی روش کیفی محسوب می‌شود (بوون[1]، ۲۰۰۹). که پژوهشگر تلاش می‌کند با استفاده نظام‌مند و منظم از داده‌های اسنادی به کشف، استخراج، طبقه‌بندی و ارزیابی مطالب مرتبط با موضوع پژوهش خود اقدام نماید (صادقی‌فسایی و عرفان‌منش، ۱۳۹٤). بررسی منابع با استفاده از روش‌های جستجوی کلمات کلیدی، فیش‌برداری و طبقه‌بندی جدول‌های مفهومی انجام شده است. در مرحله آخر نیز پردازش و نگارش پژوهش با پالایش منابع موجود و تحلیل آن‌ها صورت گرفته است. سپس جدول شاخص‌های سیاست‌گذاری فرهنگی و اقتصاد فرهنگ، در اختیار ۳۰ نفر از نخبگان و صاحب‌نظران حوزه سیاست-گذاری فرهنگی و اقتصاد فرهنگ شامل اساتید دانشگاه و نیز صاحب نظران عرصه فرهنگی و اقتصادی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و حوزه اقتصادی قرار گرفت که با روش گلوله برفی انتخاب شدند. پس از اعمال نظر صاحب نظران شاخص‌های سیاست‌گذاری فرهنگی و اقتصاد فرهنگ تدوین شد که در جدول (۱) به آن اشاره می‌شود. نرم افزارهای مورد استفاده در این بخش Lisrel و MaxQDA می‌باشند.

جدول (۱)، شاخصه های اولیه سیاست‌گذاری فرهنگی و اقتصاد فرهنگ ایران

سازه	شاخص	مولفه
سیاست‌گذاری فرهنگی	تدوین	تناسب
	اجرا	کارایی
		صلاحیت فرهنگی
		همکاری‌های بین المللی
		زیبایی‌شناسی و اخلاقیات
		تولید و مصرف فرهنگی
		فرهنگ نوآوری
		فضای کالبدی
	ارزشیابی	اثربخشی
		دسترسی و عدالت
		توسعه انسانی
	جاذبه‌های فرهنگی	گردشگری فرهنگی
		جاذبه تجاری
		منابع فرهنگی
		برند فرهنگی
		آمادگی فرهنگی
		صنعت رسانه‌ای

[1] Bowen

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

اقتصاد فرهنگ	اهرم فرهنگی	میراث تاریخی
		آمادگی فرهنگی
		کمک و برنامه‌ریزی فنی
	کارآفرینی فرهنگی	صنایع دستی
		مراکز تجاری فرهنگی آنلاین
		حمایت از مؤسسات نوآور و خلاق
	سرمایه انسانی	فرصتهای آموزشی
		مشاوره با هنرمندان و صنعت‌گران
		مدارس و دانشگاه‌ها
	مشارکت فرهنگی	طرح‌های ابتکاری
		کمک و مشاوره کارآفرینان

٤- یافته‌های پژوهش

جدول زیر نتایج شمارش نظرات خبرگان در مورد هر یک از شاخصه‌های اولیه سیاست‌گذاری فرهنگی و اقتصاد فرهنگ ایران را در مرحله اول فرآیند دلفی فازی نشان می‌دهد:

جدول (۲)، نتایج شمارش آراء خبرگان در مرحله اول

سازه	شاخص	مولفه	نظر خبرگان
سیاست‌گذاری فرهنگی	تدوین	تناسب	۲-۷-۲۰
	اجرا	کارایی	٤-۸-۱۵
		صلاحیت فرهنگی	۱-٦-۲۲
		همکاری‌های بین المللی	۱-۱-۲۲
		زیبایی‌شناسی و اخلاقیات	۱۱-۵-۱٤
		تولید و مصرف فرهنگی	۲-۷-۱۰
		فرهنگ نوآوری	۱-۱-۲۷
		فضای کالبدی	۱-۱-۲۸
	ارزشیابی	اثربخشی	۳-۹-۱۳
		دسترسی و عدالت	٤-۲-۲۰
		توسعه انسانی	۳-۸-۱۲
	جاذبه‌های فرهنگی	گردشگری فرهنگی	۱-۵-۲۳
		جاذبه تجاری	۷-۲-۱۵
		منابع فرهنگی	۱-٤-۲٤
		برند فرهنگی	۱-۲-۲۱

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

		آمادگی فرهنگی	۱۰-۵-۱۵
		صنعت رسانه‌ای	۲-۶-۱۱
	اهرم فرهنگی	میراث تاریخی	۱-۱-۲۷
		آمادگی فرهنگی	۱-۲-۲۷
		کمک و برنامه‌ریزی فنی	۲-۸-۱۵
اقتصاد فرهنگ		صنایع دستی	۳-۲-۲۱
	کارآفرینی فرهنگی	مراکز تجاری فرهنگی آنلاین	۳-۵-۱۵
		حمایت از مؤسسات نوآور و خلاق	۱-٤-٢٤
		فرصتهای آموزشی	٦-٢-١٦
	سرمایه انسانی	مشاوره با هنرمندان و صنعت-گران	۱-٤-٢٤
		مدارس و دانشگاه‌ها	۲-۲-۲۵
		طرح‌های ابتکاری	۲-۳-۲۵
	مشارکت فرهنگی	کمک و مشاوره کارآفرینان	۳-۱۰-۱۲

بر اساس نتایجی که از پرسشنامه‌های جمع‌آوری‌شده از ۳۰ خبره که در اجرای تحقیق همکاری داشته‌اند، به دست آمد، میانگین هریک از شاخص‌ها با توجه به رابطه‌ی زیر محاسبه می‌گردد:

$$A^i = (a_1^i, a_2^i, a_3^i, a_4^i, a_5^i) \qquad i = 1,2,\dots,n$$

$$A_m = (a_{m1}, a_{m2}, a_{m3}, a_{m4}, a_{m5}) = (\frac{1}{n}\sum a_1^i, \frac{1}{n}\sum a_2^i, \frac{1}{n}\sum a_3^i, \frac{1}{n}\sum a_4^i, \frac{1}{n}\sum a_5^i)$$

در رابطه‌ی بالا، A^i بیانگر دیدگاه خبره‌ی i ام و A_m بیانگر میانگین دیدگاه‌های خبرگان است. میانگین هریک از شاخص‌ها در جدول زیر آمده است.

جدول (۳)، میانگین آراء خبرگان در مرحله اول

سازه	شاخص	مولفه	میانگین آراء
	تدوین	تناسب	[٦,١،٧,٤،٨,٧،٩,٦]
		کارایی	[٤,٣،٥,٧،٦,٤،٧,٧]
		صلاحیت فرهنگی	[٥,٨،٧,٢،٨,١،٩,٣]
		همکاری‌های بین المللی	[٩,٦و ٩,١و ٨,٧و ٥,٩]
سیاست‌گذاری فرهنگی	اجرا	زیبایی‌شناسی و اخلاقیات	[٤,٨،٥,٦،٧,٢،٨,٩]
		تولید و مصرف فرهنگی	[٥,٣،٦,٤،٧,٢،٨,٧]
		فرهنگ نوآوری	[٥,٩،٧,١،٨,٤،٩,٣]

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

		فضای کالبدی	[۳,۷،٤,۷،٥,٤،٦,۳]
	ارزشیابی	اثربخشی	[۰,۸،۱,٤،۲,۷،٤,٦]
		دسترسی و عدالت	[٦,۱،۷,٤،۸,۷،۹,۷]
		توسعه انسانی	[٤,۳،٥,۷،٦,٤،۷,۹]
	جاذبه‌های فرهنگی	گردشگری فرهنگی	[٥,۸،۷,۲،۸,۱،۹,۷]
		جاذبه تجاری	[٥,۱،٦,۳،۷,۷،۹,۳]
		منابع فرهنگی	[٥,۲،٦,٤،۷,۸،۹,٤]
		برند فرهنگی	[٥,۹و۸,۱و۹,۲و۹,٦]
		آمادگی فرهنگی	[٤,۸،٥,٦،۷,۲،۸,۹]
اقتصاد فرهنگ	اهرم فرهنگی	صنعت رسانه‌ای	[٥,۳،٦,٤،۷,۲،۸,۷]
		میراث تاریخی	[٥,۹،۷,۱،۸,٤،۹,۳]
		آمادگی فرهنگی	[۳,۷،٤,۷،٥,٤،٦,۳]
		کمک و برنامه‌ریزی فنی	[۰,۸،۱,٤،۲,۷،٤,٦]
	کارآفرینی فرهنگی	صنایع دستی	[٦,۱،۷,٤،۸,۷،۹,۷]
		مراکز تجاری فرهنگی آنلاین	[٤,۳،٥,۷،٦,٤،۷,۹]
		حمایت از مؤسسات نوآور و خلاق	[٥,۸،۷,۲،۸,۱،۹,۷]
	سرمایه انسانی	فرصتهای آموزشی	[٥,۱،٦,۳،۷,۷،۹,۳]
		مشاوره با هنرمندان و صنعت-گران	[٥,۲،٦,٤،۷,۸،۹,٤]
		مدارس و دانشگاه‌ها	[٥,۹،۷,۱،۸,٤،۹,۳]
	مشارکت فرهنگی	طرح‌های ابتکاری	[۳,۷،٤,۷،٥,٤،٦,۳]
		کمک و مشاوره کارآفرینان	[۰,۸،۱,٤،۲,۷،٤,٦]

میانگین نظرات خبرگان برای شاخص تدوین این‌گونه می‌باشد که بیشترین تأثیرگذاری از نظر خبرگان برابر با ۹,٦ و کمترین برابر است با ٦,۱ درصورتی‌که اکثر نظرات در بازه‌ی ۷,٤ تا ۸,۷ می‌باشند. با توجه به نظرات می‌توان بیان نمود که نظرات در قسمت تأثیرگذاری زیاد قرار می‌گیرند. تفسیر اعداد برای سایر شاخص‌ها نیز به همین صورت می‌باشد.

تا این مرحله از پژوهش، پرسشنامه‌ی اولیه توزیع شد و نظرات خبرگان اندازه‌گیری شد و میانگین کل نظرات نیز محاسبه گردید. در قدم بعدی از فرآیند دلفی، بایستی بازخورد نظرات را برای خبرگان ارسال نماییم، به این صورت که تفاوت نظرات هریک از خبرگان را نسبت به میانگین نظرات برای هر فرد ارسال نماییم. با توجه به فازی بودن اعداد بایستی طبق رابطه‌ی زیر تفاوت از میانگین را برای هریک از نخبگان محاسبه نماییم:

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

$(a_{m1}-a_1^{(i)}, a_{m2}-a_2^{(i)}, a_{m3}-a_3^{(i)}, a_{m4}-a_4^{(i)}, a_{m5}-a_5^{(i)})$

اینک می‌توان بر اساس نتایج حاصل از رابطه‌ی بالا، پرسشنامه‌ی دیگری تنظیم کرد که در آن اختلاف محاسبه‌شده مربوط به هر فرد خبره ثبت شده است. در این صورت بر اساس ارزیابی مجدد هر خبره از نظر قبلی خود، می‌توان نتایج جدیدی را به دست آورد. نتایج حاصل از این پرسشنامه جدید در جدول زیر ارائه‌شده است.

جدول (٤)، نتایج شمارش آراء مرحله‌ی دوم

سازه	شاخص	مولفه	نظر خبرگان
سیاست‌گذاری فرهنگی	تدوین	تناسب	۲۸-۰-۰
	اجرا	کارایی	۲۷-۰-۱
		صلاحیت فرهنگی	۲۷-۰-۰
		همکاری‌های بین المللی	۲۸-۰-۰
		زیبایی‌شناسی و اخلاقیات	۲۵-۲-۱
		تولید و مصرف فرهنگی	۲۸-۰-۰
		فرهنگ نوآوری	۲٤-۳-۰
		فضای کالبدی	۲۹-۰-۰
	ارزشیابی	اثربخشی	۲٦-۰-۰
		دسترسی و عدالت	۰-۲٤-۱
		توسعه انسانی	۲٦-۲-۰
اقتصاد فرهنگ	جاذبه‌های فرهنگی	گردشگری فرهنگی	٦-۲۱-۰
		جاذبه تجاری	۲۸-۱-۰
		منابع فرهنگی	۲۸-۰-۰
		برند فرهنگی	۲٦-۳-۰
		آمادگی فرهنگی	۲۹-۱-۰
	اهرم فرهنگی	صنعت رسانه‌ای	۲۸-۰-۰
		میراث تاریخی	۲٤-۳-۰
		آمادگی فرهنگی	۲۹-۰-۰
		کمک و برنامه‌ریزی فنی	۲٦-۰-۰
	کارآفرینی فرهنگی	صنایع دستی	۲٦-۰-۱
		مراکز تجاری فرهنگی آنلاین	۲٦-۲-۰
		حمایت از مؤسسات نوآور و خلاق	٦-۲۱-۰
		فرصتهای آموزشی	۲۸-۱-۰

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

سرمایه انسانی	مشاوره با هنرمندان و صنعت-گران	۰-۰-۲۸
	مدارس و دانشگاه‌ها	۰-۳-۲۶
مشارکت فرهنگی	طرح‌های ابتکاری	۰-۱-۲۹
	کمک و مشاوره کارآفرینان	۰-۰-۲۷

سازه	مولفه	نظر خبرگان
آسیب‌های اجتماعی	عوامل فردی	۰-۲-۲۵
	عوامل خانوادگی	۰-۵-۲۳
	عوامل اجتماعی و فرهنگی	۱-۲-۲۵
	عوامل قانونی، نهادی و حاکمیتی	۰-۸-۲۰
ساختارهای اجتماعی	شبکه‌های اجتماعی	۲-۱۹-۵
	نهادهای فرهنگی و اجتماعی	۲-۷-۲۰
	بهزیستی و نهادهای حمایتی	٤-۸-۱۵
	نیروی انتظامی	۱-٦-۲۲

نتایج میانگین نظرات خبرگان در جدول زیر ارائه‌شده است:

جدول (۵)، میانگین آراء خبرگان در مرحله‌ی دوم

سازه	شاخص	مولفه	میانگین آراء
سیاست‌گذاری فرهنگی	تدوین	تناسب	[۵,۷،۷,۹،۹,۱،۹,۷]
	اجرا	کارایی	[۵,٤،٦,٦،۷,۸،۹,٤]
		صلاحیت فرهنگی	[٦,۵،۷,۵،۸,۷،۹,٤]
		همکاری‌های بین المللی	[٦,۳،۷,۲،۸,۵،۹,۳]
		زیبایی‌شناسی و اخلاقیات	[٤,٤،۵,۲،٦,۷،۷]
		تولید و مصرف فرهنگی	[٦,۵،۷,۸،۸,٤،۹,۷]
		فرهنگ نوآوری	[٤,۵،۵,۳،٦,٦،۷,٦]
		فضای کالبدی	[٦,۸،۷,۸،۸,۷،۹,٦]

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

	ارزشیابی	اثربخشی	[٦,٢,٧,٥,٨,٦,٩,٧]
		دسترسی و عدالت	[٥,٩,٦,٨,٧,٩,٩,٣]
		توسعه انسانی	[٦,٧,٧,٨,٨,٤,٩,٥]
	جاذبه‌های فرهنگی	گردشگری فرهنگی	[٥,٧,٧,٩,٩,١,٩,٧]
		جاذبه تجاری	[٥,٤,٦,٦,٧,٨,٩,٤]
		منابع فرهنگی	[٦,٥,٧,٥,٨,٧,٩,٤]
		برند فرهنگی	[٦,٣,٧,٢,٨,٥,٩,٣]
		آمادگی فرهنگی	[٤,٤,٥,٢,٦,٧,٧]
	اهرم فرهنگی	صنعت رسانه‌ای	[٦,٥,٧,٨,٨,٤,٩,٧]
		میراث تاریخی	[٤,٥,٥,٣,٦,٦,٧,٦]
		آمادگی فرهنگی	[٦,٨,٧,٨,٨,٧,٩,٦]
		کمک و برنامه‌ریزی فنی	[٥,٨,٦,٥,٨,١,٩,٥]
اقتصاد فرهنگ	کارآفرینی فرهنگی	صنایع دستی	[٤,٣,٥,٥,٨,٤,٩,١]
		مراکز تجاری فرهنگی آنلاین	[٦,٤,٧,٥,٨,٧,٩,٧]
		حمایت از مؤسسات نوآور و خلاق	[٦,٢,٧,٥,٨,٦,٩,٧]
	سرمایه انسانی	فرصتهای آموزشی	[٥,٩,٦,٨,٧,٩,٩,٣]
		مشاوره با هنرمندان و صنعت-گران	[٦,٧,٧,٨,٨,٤,٩,٥]
		مدارس و دانشگاه‌ها	[٥,٧,٧,٩,٩,١,٩,٧]
	مشارکت فرهنگی	طرح‌های ابتکاری	[٥,٤,٦,٦,٧,٨,٩,٤]
		کمک و مشاوره کارآفرینان	[٦,٥,٧,٥,٨,٧,٩,٤]

تا این مرحله از تحقیق دو مرتبه پرسشنامه‌ها بین خبرگان توزیع شد و نظرات آن‌ها جمع‌آوری شد و در این بین خبرگان پرسشنامه‌ی دوم را با علم به نظرات اکثریت پر نمودند. حال جهت بررسی اینکه آیا نظرات به اجماع رسیده است یا خیر؟ یا به‌عبارت‌دیگر به‌منظور ارزیابی نظرات به این صورت که نظرات در تعیین شاخص‌های شناسایی‌شده به اجماع رسیده‌اند یا خیر؛ از طریق رابطه‌ی زیر تفاوت میانگین‌ها را محاسبه می‌نماییم:

$$S(A_{m2},A_{m1})=\frac{1}{4}\left[a_{m21}+a_{m22}+a_{m23}+a_{m24}\right]-\left[a_{m11}+a_{m12}+a_{m13}+a_{m14}\right]$$

حال چنانچه این اختلاف میانگین از حد آستانه‌ی ۰/۲ کمتر شود، فرآیند متوقف می‌شود و در نتیجه خبرگان به اجماع رسیده‌اند. نتایج تفاوت میانگین‌ها در جدول زیر ارائه‌شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود اختلاف میانگین‌ها بیشتر از ۰/۲ می‌باشد لذا می‌توان گفت تا این مرحله از فرآیند دلفی فازی، توافق آراء حاصل نشده است.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

جدول (٦)، تفاوت میانگین آراء مرحله‌ی اول دوم

سازه	شاخص	مولفه	تفاوت میانگین
سیاست‌گذاری فرهنگی	تدوین	تناسب	۰,۰۳
	اجرا	کارایی	۰,۰٤
		صلاحیت فرهنگی	۰,۰۷
		همکاری‌های بین المللی	۰,۰۸
		زیبایی‌شناسی و اخلاقیات	۰,۰۹
		تولید و مصرف فرهنگی	۰,۱۷
		فرهنگ نوآوری	۰,۰۷
		فضای کالبدی	۰,۰۳
	ارزشیابی	اثربخشی	۰,۰۲
		دسترسی و عدالت	۰,۱۹
		توسعه انسانی	۰,۰۷
اقتصاد فرهنگ	جاذبه‌های فرهنگی	گردشگری فرهنگی	۰,۰۸
		جاذبه تجاری	۰,۰۲
		منابع فرهنگی	۰,۱۷
		برند فرهنگی	۰,۱۷
		آمادگی فرهنگی	۰,۰۲
	اهرم فرهنگی	صنعت رسانه‌ای	۰,۰۷
		میراث تاریخی	۰,۰۷
		آمادگی فرهنگی	۰,۱
		کمک و برنامه‌ریزی فنی	۰,۱۵
	کارآفرینی فرهنگی	صنایع دستی	۰,۰۲
		مراکز تجاری فرهنگی آنلاین	۰,۰۲
		حمایت از مؤسسات نوآور و خلاق	۰,۰٤
	سرمایه انسانی	فرصتهای آموزشی	۰,۰۷
		مشاوره با هنرمندان و صنعت-گران	۰,۱۸
		مدارس و دانشگاه‌ها	۰,۰۳
		طرح‌های ابتکاری	۰,۰٦

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

	مشارکت فرهنگی	کمک و مشاوره کارآفرینان	۰,۰۷

همان‌طور که ملاحظه می‌شود اختلاف میانگین‌ها در جدول کمتر از ۰/۲ می‌باشد. لذا فرآیند دلفی متوقف می‌شود و می‌توان گفت که در پایان این مرحله توافق آراء حاصل شده است. لذا میزان موافقت خبرگان با شاخص‌های شناسایی‌شده در جدول زیر ارائه‌شده است.

جدول (۷)، اهمیت هریک از مؤلفه‌های پژوهش

سازه	شاخص	مولفه	نظر خبرگان
سیاست‌گذاری فرهنگی	تدوین	تناسب	زیاد
	اجرا	کارایی	زیاد
		صلاحیت فرهنگی	زیاد
		همکاری‌های بین المللی	زیاد
		زیبایی‌شناسی و اخلاقیات	زیاد
		تولید و مصرف فرهنگی	زیاد
		فرهنگ نوآوری	زیاد
		فضای کالبدی	زیاد
	ارزشیابی	اثربخشی	زیاد
		دسترسی و عدالت	زیاد
		توسعه انسانی	زیاد
اقتصاد فرهنگ	جاذبه‌های فرهنگی	گردشگری فرهنگی	زیاد
		جاذبه تجاری	زیاد
		منابع فرهنگی	زیاد
		برند فرهنگی	زیاد
		آمادگی فرهنگی	زیاد
	اهرم فرهنگی	صنعت رسانه‌ای	زیاد
		میراث تاریخی	زیاد
		آمادگی فرهنگی	زیاد
		کمک و برنامه‌ریزی فنی	زیاد
	کارآفرینی فرهنگی	صنایع دستی	زیاد
		مراکز تجاری فرهنگی آنلاین	زیاد
		حمایت از مؤسسات نوآور و خلاق	زیاد
		فرصتهای آموزشی	زیاد

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

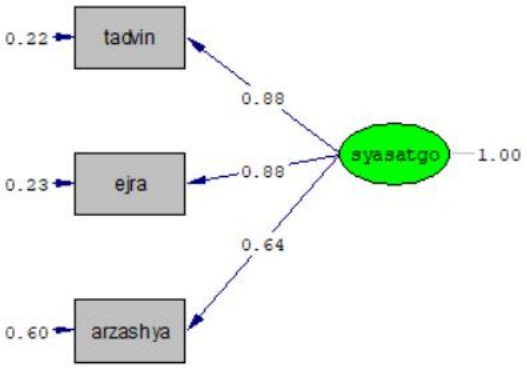
شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

سرمایه انسانی	مشاوره با هنرمندان و صنعت-گران	زیاد	
	مدارس و دانشگاه‌ها	کم	
	طرح‌های ابتکاری	کم	
مشارکت فرهنگی	کمک و مشاوره کارآفرینان	زیاد	

جدول (۸) و نمودارهای (۱) و (۲)، نتایج بارهای عاملی و آماره t شاخص‌های سیاست‌گذاری فرهنگی را نشان می‌دهد. با توجه به نتایج، تمامی شاخصه‌ها دارای بار عاملی بیشتر از ۰/٤ و آماره t بیشتر از ۱/۹٦ می‌باشند. در بین این شاخص‌ها کمترین بار عاملی مربوط به ارزشیابی می‌باشد.

جدول (۸)، نتایج بارهای عاملی و آماره t شاخصه‌های سیاست‌گذاری فرهنگی

سازه	شاخص	بار عاملی	آماره تی	اعتبار
سیاست‌گذاری فرهنگی	تدوین	۰/۸۸	۱٦/۲۹	تاییدشده
	اجرا	۰/۸۸	۱٦/۱۱	تاییدشده
	ارزشیابی	۰/٦٤	۱۱/۰٦	تاییدشده

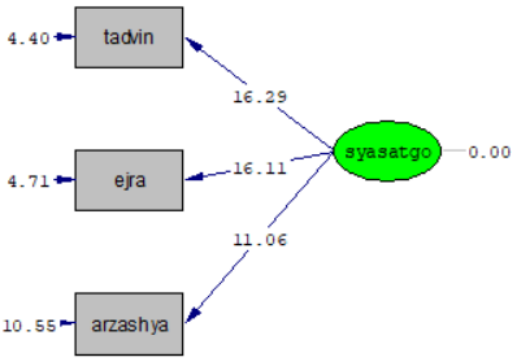


Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

نمودار (۱)، بارهای عاملی شاخصه‌های سیاست‌گذاری فرهنگی در حالت استاندارد

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

نمودار (۲)، آماره t شاخصه‌های سیاست‌گذاری فرهنگی در حالت استاندارد

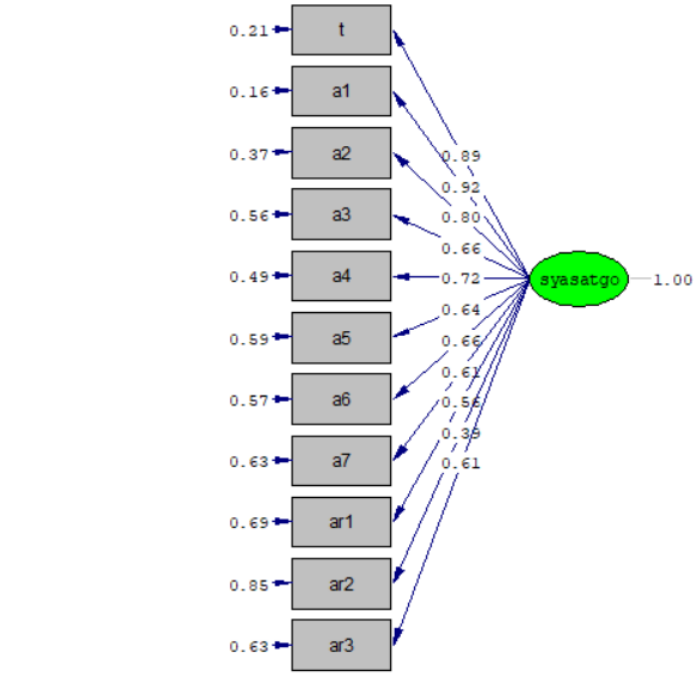
جدول (۹) و نمودارهای (۳) و (٤)، نتایج بارهای عاملی و آماره t مؤلفه‌های سیاست‌گذاری فرهنگی را نشان می‌دهد. با توجه به نتایج، تمامی مؤلفه‌ها دارای بار عاملی بیشتر از ۰/٤ و آماره t بیشتر از ۱/۹٦ می‌باشند. در بین این مؤلفه‌ها بیشترین و کمترین بار عاملی به ترتیب مربوط به تناسب و دسترسی و عدالت می‌باشد.

جدول (۹)، نتایج بارهای عاملی و آماره t مؤلفه‌های سیاست‌گذاری فرهنگی

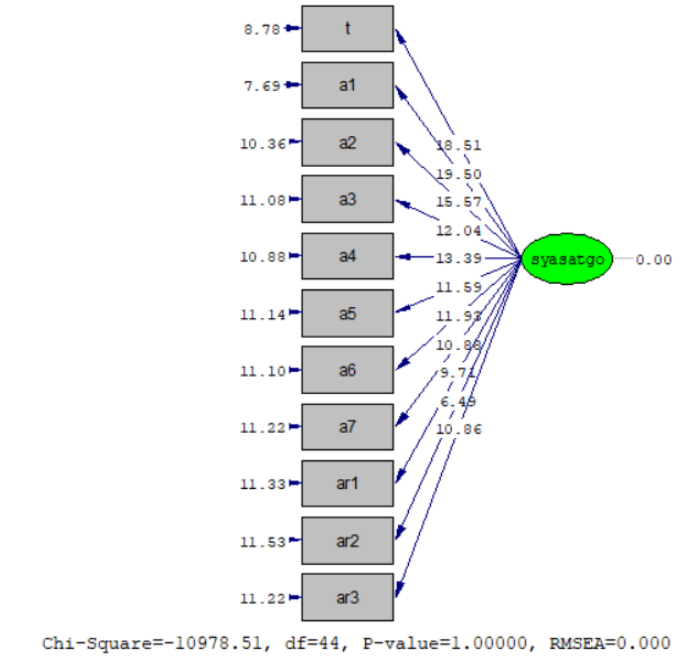
سازه	شاخص	مولفه	بار عاملی	آماره تی	اعتبار
سیاست‌گذاری فرهنگی	تدوین	تناسب	۰/۸۹	۱۸/۵۱	تاییدشده
	اجرا	کارایی	۰/۹۲	۱۹/۵۰	تاییدشده
		صلاحیت فرهنگی	۰/۸۰	۱۵/۵۷	تاییدشده
		همکاری‌های بین المللی	۰/٦٦	۱۲/۰٤	تاییدشده
		زیبایی‌شناسی و اخلاقیات	۰/۷۲	۱۳/۳۹	تاییدشده
		تولید و مصرف فرهنگی	۰/٦٤	۱۱/۵۹	تاییدشده
		فرهنگ نوآوری	۰/٦٦	۱۱/۹۳	تاییدشده
		فضای کالبدی	/٦۱	۱۰/۸۸	تاییدشده
	ارزشیابی	اثربخشی	۰/۵٦	۹/۷۱	تاییدشده
		دسترسی و عدالت	۰/۳۹	٦/٤۹	تاییدشده
		توسعه انسانی	۰/٦۱	۱۰/۸٦	تاییدشده

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸



نمودار (۳)، بارهای عاملی مؤلفه‌های سیاست‌گذاری فرهنگی در حالت استاندارد



نمودار (٤)، آماره t مؤلفه‌های سیاست‌گذاری فرهنگی در حالت استاندارد

جدول (۱۰) و نمودارهای (۵) و (٦)، نتایج بارهای عاملی و آماره t شاخص‌های اقتصاد فرهنگی را نشان می‌دهد. با توجه به نتایج، تمامی شاخص‌ها دارای بار عاملی بیشتر از ۰/٤ و آماره t بیشتر از ۱/۹٦ می‌باشند. در بین این شاخص‌ها کمترین و بیشترین بار عاملی به ترتیب مربوط به کارآفرینی فرهنگی و مشارکت فرهنگی می‌باشد.

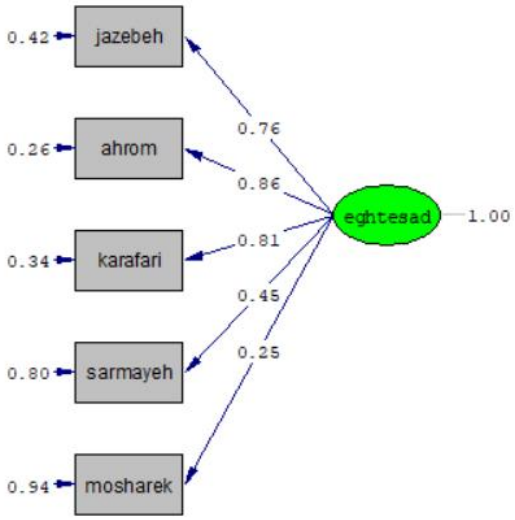
جدول (۱۰)، نتایج بارهای عاملی و آماره t شاخصه‌های اقتصاد فرهنگی

سازه	شاخص	بار	آماره	اعتبار

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

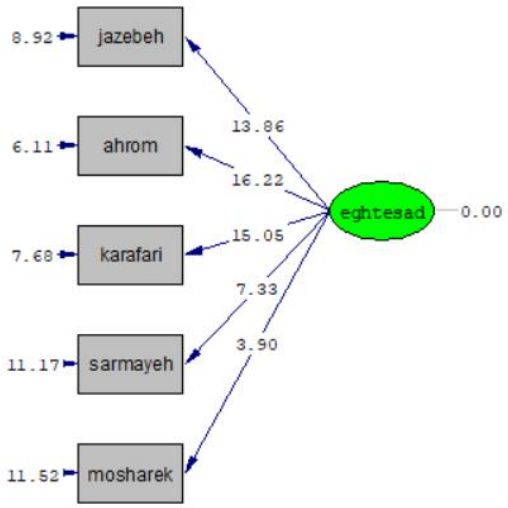
شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

		عاملی	تی	
اقتصاد فرهنگ	جاذبه فرهنگی	۰/۷۶	۱۳/۸۹	تاییدشده
	اهرم فرهنگی	۰/۶۸	۱۶/۲۲	تاییدشده
	کارآفرینی فرهنگی	۰/۸۱	۱۵/۰۵	تاییدشده
	سرمایه انسانی	۰/۴۵	۷/۳۳	تاییدشده
	مشارکت فرهنگی	۰/۲۵	۳/۹۰	تاییدشده



Chi-Square=45.64, df=5, P-value=0.00000, RMSEA=0.173

نمودار (۵)، بارهای عاملی شاخصه‌های اقتصاد فرهنگی در حالت استاندارد



Chi-Square=45.64, df=5, P-value=0.00000, RMSEA=0.173

نمودار (٦)، آماره t شاخصه‌های اقتصاد فرهنگی در حالت استاندارد

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

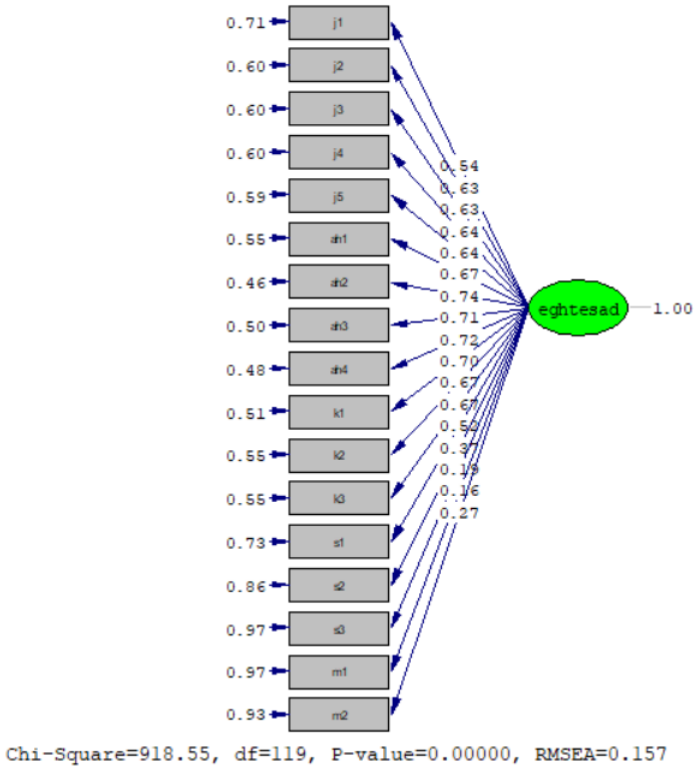
جدول (۱۱) و نمودارهای (۷) و (۸)، نتایج بارهای عاملی و آماره t مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ را نشان می‌دهد. با توجه به نتایج، تمامی مؤلفه‌ها دارای بار عاملی بیشتر از ۰/٤ و آماره t بیشتر از ۱/۹٦ می‌باشند. در بین این مؤلفه‌ها بیشترین و کمترین بار عاملی به ترتیب مربوط به میراث تاریخی و طرح‌های ابتکاری می‌باشد.

جدول (۱۱)، نتایج بارهای عاملی و آماره t مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ

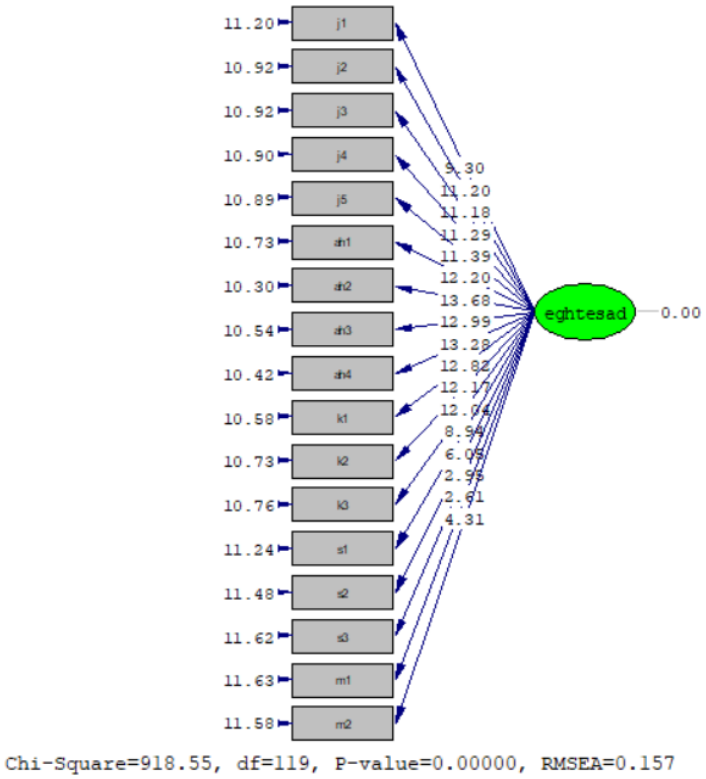
سازه	شاخص	مولفه	بار عاملی	آماره تی	اعتبار
اقتصاد فرهنگ	جاذبه‌های فرهنگی	گردشگری فرهنگی	۰/٥٤	۹/۳۰	تاییدشده
		جاذبه تجاری	۰/٦۳	۱۱/۲۰	تاییدشده
		منابع فرهنگی	۰/٦۳	۱۱/۱۸	تاییدشده
		برند فرهنگی	۰/٤٦	۱۱/۲۹	تاییدشده
		آمادگی فرهنگی	۰/٦٤	۱۱/۳۹	تاییدشده
	اهرم فرهنگی	صنعت رسانه‌ای	۰/٦۷	۱۲/۲۰	تاییدشده
		میراث تاریخی	۰/۷٤	۱۳/٦۸	تاییدشده
		آمادگی فرهنگی	۰/۷۱	۱۲/۹۹	تاییدشده
		کمک و برنامه‌ریزی فنی	۰/۷۲	۱۳/۲۸	تاییدشده
	کارآفرینی فرهنگی	صنایع دستی	۰/۷۰	۱۲/۸۲	تاییدشده
		مراکز تجاری فرهنگی آنلاین	۰/٦۷	۱۲/۱۷	تاییدشده
		حمایت از مؤسسات نوآور و خلاق	۰/٦۷	۱۲/۰٤	تاییدشده
	سرمایه انسانی	فرصتهای آموزشی	۰/٥۰	۸/۹٤	تاییدشده
		مشاوره با هنرمندان و صنعت‌گران	۰/۳۷	٦/۰٥	تاییدشده
		مدارس و دانشگاه‌ها	۰/۱۹	۲/۹۳	تاییدشده
	مشارکت فرهنگی	طرح‌های ابتکاری	۰/۱٦	۲/٦۱	تاییدشده
		کمک و مشاوره کارآفرینان	۰/۲۷	٤/۳۱	تاییدشده

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸



نمودار (۷)، بارهای عاملی مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگی در حالت استاندارد



نمودار (۸)، آماره t مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگی در حالت استاندارد

۵- نتایج پژوهش

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

همانطور که بیان شد، هدف اصلی پژوهش حاضر شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های ارزیابی سیاست‌گذاری فرهنگی و اقتصاد فرهنگ در ایران بود. نتایج پژوهش نشان داد که شاخص‌های اصلی تأثیرگذار بر سیاست‌گذاری فرهنگی تدوین، اجرا و ارزشیابی بودند. در این شاخص‌ها، مؤلفه‌های تناسب، کارایی، صلاحیت‌های فرهنگی، همکاری‌های بین‌المللی، اخلاقیات و زیبایی شناسی، تولید و مصرف فرهنگی، فرهنگ نوآوری، فضای کالبدی، اثربخشی، دسترسی و عدالت و توسعه انسانی شناسایی شدند. در بین این شاخص‌ها کمترین بار عاملی مربوط به ارزشیابی بود. همچنین در بین مؤلفه‌های سیاست‌گذاری فرهنگی، بیشترین و کمترین بار عاملی به ترتیب مربوط به تناسب و دسترسی و عدالت می‌باشد.

- موارد زیر در جهت ارتقای وضعیت ارزیابی سیاست‌گذاری فرهنگی پیشنهاد می‌شود:
- مطالعه هر یک از معیارهای ارزیابی جهت استخراج شاخص‌های فرهنگی بین‌المللی و جهانی
- ارزیابی وضعیت موجود سیاست‌گذاری فرهنگی در جهت دستیابی به وضع مطلوب
- توجه به شاخص‌های ارزیابی از دیدگاه صاحب‌نظران سازمان‌های دولتی در راستای تعاملات جهانی
- طراحی مطالعاتی در جهت ارزیابی برنامه‌های فرهنگی دانشگاه‌ها با شاخص‌های فوق
- توجه به روش‌شناسی، صورت‌بندی و مدل‌های مسئله‌شناسی و اجرای برنامه‌ها
- در نظر گرفتن اجراپژوهی به‌عنوان یک حوزه مطالعاتی مستقل و مدل سازی آن
- توجه به شکل‌گیری، اجرا و ارزشیابی سیاست‌گذاری فرهنگی در کنار هم نه به‌صورت مستقل

نتایج گویای آن بود که شاخص‌های اصلی تأثیرگذار بر اقتصاد فرهنگ جاذبه‌های فرهنگی، اهرم فرهنگی، کارآفرینی فرهنگی، سرمایه انسانی و مشارکت فرهنگی بودند. در بین این شاخص‌ها کمترین و بیشترین بار عاملی به ترتیب مربوط به کارآفرینی فرهنگی و مشارکت فرهنگی می‌باشد. همچنین در بین مؤلفه‌ها اقتصاد فرهنگ، بیشترین و کمترین بار عاملی به ترتیب مربوط به میراث تاریخی و طرح‌های ابتکاری می‌باشد. همچنین شواهد آماری نشان می‌دهد که ایران در حوزه‌های گوناگون اقتصاد فرهنگ با توجه به پتانسیل بالقوه فراوان، از وضعیت مناسبی برخوردار نیست. به عبارت بهتر، کشورمان ایران نه‌تنها در مقایسه با کشورهای برتر جهان، بلکه در مقایسه با کشورهای سند چشم‌انداز نیز در زمینه بخش‌های مختلف اقتصاد فرهنگ یعنی سرمایه انسانی و مشارکت فرهنگی در وضعیت مناسبی برخوردار نیست. این مهم با توجه به اینکه کشورمان در افق چشم انداز ۱۴۰۴ هجری شمسی درصدد است تا قدرت اول منطقه در همه زمینه‌ها و به‌ویژه اقتصاد باشد، مغایرت دارد. لذا همت بیشتر و برنامه‌ریزی دقیق‌ترمسئولین امر برای هدف-گذاری مناسب‌تر در اقتصاد فرهنگ و هنر را به‌عنوان یکی از بخش‌های کلیدی ودرآمدزای اقتصادی را می‌طلبد.

جاذبه‌های فرهنگی: منظور از جاذبه‌های فرهنگی، نهادها و مکانهای فرهنگی است که هنرمندان و افراد خلاق در آن‌ها گرد هم می‌آیند و آثار و ایده‌های خود را به اشتراک می‌گذارند، افراد و تجارت‌های مختلف را به خود جلب کرده و به تسلط خود در می‌آورند. بنابراین تقویت مکان‌ها و مؤسسات با توانایی جذب و نگه داشتن اشخاص و کسب و کارها، تعیین میراث فرهنگی محلی یا منطقه‌ای، جذب گردشگر، دارایی‌های فرهنگی، رشد اقتصادی بیشتر را تسهیل می‌کند. این قبیل دارایی‌های فرهنگی به منطقه هویت بخشیده و گردشگران را به سمت خود می‌کشاند و روند رشد اقتصادی را هرچه، بیشتر هموارتر می‌کند. این بخش مشتمل است بر گردشگری فرهنگی، جاذبه تجاری، منابع فرهنگی، برند فرهنگی، آمادگی فرهنگی و برنامه‌ریزی و پشتیبانی فنی جهت حفظ آثار تاریخی در کشور.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

اهرم فرهنگی: منظور از اهرم فرهنگی در استراتژی توسعه اقتصاد فرهنگ، ابنیه تاریخی، کارکنان خلاق و مشاغل و سرمایه‌گذاران فرهنگی هستند که دست‌اندرکاران توسعه اقتصادی کشورها باید با گسترش اهرم‌های فرهنگی مذکور و با لحاظ تشویق‌ها و تمهیدات مؤثردر این حوزه، بسترتوسعه اقتصاد فرهنگ را ایجاد کنند.

کارآفرینی فرهنگی: کارآفرینی فرهنگی عبارت است از ارزش آفرینی فرهنگی و کارآفرین فرهنگی کسی است که بتواند ارزشی را در فرهنگ جامعه خلق کند (چه ارزش مادی و چه ارزش معنوی). بنابراین کارآفرینان فرهنگی کسانی هستند که درصدد شناسایی و رفع نیازهای فرهنگی جامعه‌اند، در این راه از اعتبار فرهنگی خود مایه می‌گذارند و برای رسیدن به هدف و مأموریت خود، دست به ایثار واز خودگذشتگی می زنند. چنانکه کارآفرینان سیاسی درصدد شناسایی نیازها و خلأهای سیاسی جامعه و جهان هستند و می‌کوشند تا موانع سیاسی موجود را جهت رشد و توسعه جامعه و استقرار عدالت و دموکراسی شناسایی واز سرراه بردارند. به‌طورکلی، این بخش فرصتهای نامحدودی برای کارآفرینی و ایجاد اشتغال در جوامع شهری، روستایی و حومه شهر در سرتاسر کشور فراهم می‌سازد.

سرمایه انسانی: توسعه اقتصاد فرهنگی پایدار مستلزم آن است مدیران فرهنگی هرچه بیشتر از منابع و امکانات یادگیری، مشاوره و فرصت‌های آموزشی برخوردار باشند. مدارس و دانشگاه‌ها در مسیر این تلاش عظیم مشارکت پراهمیتی خواهند داشت. جهت تضمین کارآیی طولانی‌مدت بخش فرهنگی کشور، باید سرمایه فرهنگی شامل منابع آموزشی، برنامه‌ها، مؤسسات، مشاوران پرورش داده شده و توسعه نیروی کار، مؤسسات خلاق، سازمانهای فرهنگی و خلاقان فرهنگی مورد توجه قرار گیرد.

مشارکت فرهنگی: حرکت رو به جلوی استراتژی توسعه اقتصاد فرهنگی، نیازمند تلاش منسجم و همه‌جانبه کشور ازجمله گسترش ابتکارها، برنامه‌ها و خدمات مشترک جدید است. به‌طورکلی مشارکت فرهنگی، بهره‌مندی و بهره-گیری عموم مردم از منابع فرهنگی تعریف می‌شود. منظور از منابع فرهنگی، در معنای وسیع کلمه، مجموع کالا و اشیای در دسترس است که انجام فعالیت‌های فرهنگی را ممکن یا تسهیل می‌کند. فعالیتهای فرهنگی، فعالیتهایی هستندکه اعضای یک جامعه از طریق آن، استعدادهای خود را توسعه و شخصیت خود را گسترش می‌دهند. تحقیقات علمی حاکی از این است که مشارکت‌های تحمیلی و توام با فشار هرگز ابزار مطلوب ومناسب برای توسعه فرهنگی واجتماعی نبوده‌اند و باید از این قبیل شیوه‌ها پرهیز شود، لذا مشارکت فرهنگی مورد اشاره باید از روی اراده و رضایتمندی باشد.

با توجه به مباحث مطرح شده، پیشنهادات زیر ارائه می‌شوند:

- تقویت مؤسسات فرهنگی با استفاده از افراد خلاق، نخبگان و هنرمندان در عرصه فرهنگی؛
- تسهیل تبادل اطلاعاتی میان متخصصان در سطوح بین‌المللی و حمایت از خلاقیت به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی وفرهنگی کشورها؛
- تقویت بخش اقتصادی محصولات فرهنگی و هنری از طریق بازاریابی منطقه‌ای و جهانی؛
- شناسایی و تقویت نیاز افراد جامعه و استفاده از نقاط قوت موجود در صنایع فرهنگی؛
- تقویت و افزایش نظارت صحیح بر صنایع فرهنگی با در نظر گرفتن ضوابط قانونی؛
- رفع انحصار دولت در گردشگری و حمایت از بخش خصوصی در جهت سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری؛

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

- افزایش شبکه‌های ارتباطی در حوزه فرهنگ و تقویت بخش خصوصی در تولید محصولات فرهنگی و هنری با نظارت بخش دولتی؛

٦- منابع

ابیلی، خدایار؛ پورکریمی، جواد؛ حاج خزیمه، مجتبی؛ و حاتمی، محمدرضا. (۱۳۹۹)، شنا سایی مؤلفه‌های تو سعه حرفه‌ای مدیران گروه‌های آموزشی دانشگاه‌ها و موسسات آموزش‌عالی (یک مطالعه فراترکیب)، فصلنامه علوم دریایی، ۱۸-۱.

ابیلی، خدایار؛ نصیری‌فیروز، علیرضا؛ پورکریمی، جواد؛ کرامتی؛ محمدرضا. (۱٤۰۰)، شناسایی و اعتبارسنجی شاخص-های ارزیابی سیاست‌گذاری فرهنگی نظام آموزش عالی، فصلنامه سیاست‌گذاری عمومی، ۷ (٤)، ۳۱۸-۲۹۹.

اردکانی، مهدی؛ صیادی، محمد. (۱۳۹۵)، بررسی وضعیت مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ در ایران و مقایسه تطبیقی با کشورهای منتخب دنیا، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، ٤ (۱۳)، ۲۲۵-۱۹۳.

انتظاری، علی؛ درخشان، فاطمه؛ (۱٤۰۰)، بررسی جایگاه و مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ در سیاست‌گذاری‌ها و خلأهای آن با توجه به الگوهای نظری، جامعه‌شناسی کاربردی، ۳۳ (۱)، ۳٤-۱.

آشنا، حسام‌الدّین؛ اسماعیلی، هادی؛ اسماعیلی، محمّدصادق؛ پورمحمّدی، مصطفی؛ حسن‌پور، محمّدمحسن و روحانی، محمّدرضا. (۱۳۹۷)، از سیاستگذاری تا سنجش فرهنگی: رویکردها و تجربه‌های جمهوری اسلامی ایران، ج ۱، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

باقری‌فرد، محمّدحسین؛ توکّلی، عبدالله و الوانی، سیّدمهدی. (۱۳۹٤)، سیاستگذاری فرهنگی در دولت دینی. حکومت اسلامی، ۲۰ (۷۵)، ۲۰٦-۱۷۳.

پیغامی، عادل. (۱۳۹۳)، گونه‌شناسی مسائل در اقتصاد فرهنگ، هنر و رسانه. دین و سیاست فرهنگی، ۱ (۱)، ٤۲-۹.

جاودانی، حمید. (۱۳۹۹)، شاخص‌های ارزیابی سیاست‌گذاری فرهنگی. مصاحبه‌صورت گرفته توسط دانشجو.

جهان بین، فرزاد. (۱۳۹۹)، شاخص‌های ارزیابی حوزه فرهنگی و اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی. گزارش ایلنا.

خاشعی، وحید. (۱۳۹۷)، مورد کاوی در سیاستگذاری فرهنگی. نشر فوژان.

خیری دوست لنگرودی، زهرا؛ مومنی، فرشاد و خادم‌علیزاده، امیر. (۱۳۹۹)، تاثیر و اهمیت فرهنگ در مکاتب نئوکلاسیک و نهادگرایی جدید. اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۹ (۳۲)، ۷۷-۵۳.

رشیدی، ذوالفقار و دانش‌فرد، کرم‌الله .(۱۳۹۵)، اعتباریابی الگوی اجرای برنامه‌های فرهنگی در سند چشم‌انداز افق ۱٤۰٤. مطالعات میان فرهنگی، ۱۱ (۲۹)، ٤۰-۹.

صادقی فسایی، سهیلا؛ عرفان‌منش، ایمان. (۱۳۹٤)، مبانی روش‌شناختی پژوهش اسنادی در علوم اجتماعی، مورد مطاله: تأثیرات مدرن شدن بر خانواده ایرانی ، فصلنامه راهبرد فرهنگ، ۲۹، ۹۱-٦۱.

عرب بافرانی، بهنام؛ موسائی، میثم و هادوی‌نیا، علی‌اصغر. (۱۳۹۸)، کارکرد نظام انگیزشی مستخرج از الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در اقتصاد فرهنگ. اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۸ (۲۸)، ۳۱۳-۲۸۷.

عرب‌بافرانی، بهنام؛ موسایی، میثم؛ هادوی‌نیا، علی‌اصغر. (۱٤۰۰)، نقد و بررسی سیاست‌گذاری دولت در اقتصاد فرهنگ متعارف بر اساس رویکرد اسلامی، فصلنامه علمی اقتصادی و بانکداری اسلامی، ٤۵، ۳۲۱-۲۹۹.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

قانع، احمدعلی؛ غیاثی فتح آبادی، هادی و قائمی، عباس. (۱۳۹۸)، حدود مداخله دولت در فرهنگ منابع دینی؛ موردمطالعه: موسوعه امام علی (ع)، دین و ارتباطات، ۲۶ (۵۵)، ۳۰۲-۲۷۵.

کلانتری، عزیز؛ هاشمی، علی. (۱٤۰۲)، بررسی اقتصاد فرهنگ در استان ایلام و راهکارهای تقویت آن با تاکید بر شناسایی ظرفیت‌های محلی، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۱۲ (۲)، ٦۰٤-٥٦٥.

مسعودی نیا، زهرا؛ رشیدی‌پور، علی؛ ابراهیم‌زاده، رضا. (۱٤۰۰)، بررسی عوامل موثر بر رونق اقتصاد فرهنگ در ایران، راهبرد فرهنگ، ۵۳.

نیارزاده، گلایل؛ براتلو، فاطمه؛ صالحی‌امیری، سیدرضا؛ قیومی، عباسعلی؛ رضایی، علی‌اکبر. (۱٤۰۰)، رتبه‌بندی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر سیاست‌گذاری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با زبان‌های خارجی، فصلنامه علمی مطالعات فرهنگی، ۱٦ (٤۷)، ٦٦-٤۱.

Albarran, A. (1996). "Media Economics: Understanding Markets, Industries and Concepts, Ames", IA: Iowa State University Press.

Anderson R.C. (1974). "Paintings as an investment". Economic Inquiry, Western Economic Association International, 12 (1), 13–26.

Arezki, Rabah, Cherif Reda, and Piotrowski John. (2020), Tourism specialization and economic development: Evidence from the UNESCO World Heritage List. IMF working paper, no. 09/176.

Bowen, G.A. (2009), "Document Analysis as a Qualitative Research Method", Qualitative Research Journal, Vol. 9 No. 2, pp. 27- 40. https://doi.org/10.3316/QRJ0902027

Cernea, Michael M. (2023). Cultural Heritage and Development: a framework for action in the Middle East and North Africa. Washington: World Bank Publications.

Clarke, V. & Braun, V. (2022), Teaching thematic analysis: Overcoming challenges and developing strategies for effective learning. The Psychologist, 26(2), 120-123.

Donatella, S. Bertacchini, E. (2022), Culture, Heritage and Economic Development - Empowering Developing Countries, Tourism Management 31(6): 827-837.

Duffy, M. (2023), Sound and Music: Economies of Sound, in International Encyclopedia of Human Geography.

Einarsson, A. (2016). "Cultural Economics": Bifröst University.

Frey, Bruno S., and Pamini Paolo. (2023). World Heritage: Where are We? An Empirical Analysis. IEW Working Paper N. 462.

Guiso, Luigi, Sapienza Paola, and Zingales Luigi. (2020). Does Culture affect Economic Outcomes? The Journal of Economic Perspectives 20(2): 23-48.

Haltt, D. (2020). "The production and consumption of the arts: A view of cultural economics". Journal of Economic Literature, 32 (1), 1–29.

Kazakova, G. M. (2021) Regional Cultural Policy: Ural Scenarios / G. M. Kazakova // International Scientific Conference "Man in the world of culture: problems of science and education" (Ekaterinburg, Russia, 26–27).

Masoudinia, Z.; Rashidpour, A. & Ebrahimzadeh, R. (2020). Factors affecting the prosperity of the culture economy in Iran, Scientific Research Quarterly of Culture Strategy, 14(53) .

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۸

Niakan, A.M. (2020). Descriptive and analytical report on the cultural and artistic situation of Ilam province, Tehran, Culture, Art and Communication Research Institute. First Edition.

Picard, R. (1990). "Media economics". Beverly Hills, CA: Sage

Planas, A. Soler, P. (2023), Design and application of a system of evaluation indicators for municipal cultural policies, Evaluation 17(3):277-291.

Pratt, A.C. (2023), Cultural economy, The International Encyclopedia of Geography: People, the Earth, Environment, and Technology, Publisher: Wiley Editors: D. Richardson.

Throsby, D, Victor, A. G. (2006). "The Handbook of the Economics of Art and Culture". Amsterdam: North Holland.

Vitkauskaitė, I. (2020). Cultural industries in public policy, Journal of International, 8 (1), 208-222.

Yang, Chih-Hai, Lin Hui-Lin, and Han Chia-Chun. (2021), Analysis of international tourist arrivals in China: The role of World Heritage Sites. Tourism Management 31(6): 827-837.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]