

### ارائه الگوی مدیریت توسعه فرهنگی کلانشهر تهران

مهدی یسری<sup>۱</sup>، ناصر فکوهی<sup>۲</sup>، سید رضا صالحی امیری<sup>۳</sup>

#### چکیده

مفهوم توسعه فرهنگی عبارتست از نوعی دگرگونی که از طریق تراکم برگشت ناپذیر عناصر فرهنگی در جامعه ای معین صورت می گیرد و جامعه بر اثر آن بطور مؤثرتری از محیط طبیعی و اجتماعی مراقبت می کند. فرآیند توسعه فرهنگی محصول ساز و کارهای تاریخی، سیاسی، اجتماعی و خانوادگی است که به تدریج شکل می گیرد و به تدریج هم تغییر می یابد و یا از بین می رود. این پژوهش توصیفی است، از نظر هدف کاربردی و از نظر عمق در زمره پژوهش های ژرفانگر قرار می گیرد. روش پژوهش از نوع "روش کیفی" است و با "تکنیک دلفی" اجرا شده است. جمعیت آماری این پژوهش متخصصان و خبرگان مدیریت فرهنگی و علوم اجتماعی هستند. ابزار پژوهش پرسشنامه بوده و داده ها با SPSS تجزیه و تحلیل گردیده است. شاخص های سنجش مدیریت توسعه فرهنگی در کلانشهر تهران در قالب هشت بعد اصلی، ۱۸ مولفه و ۶۰ گویه طبقه بندی شده اند. یافته های حاصل از این پژوهش بطور خلاصه نشان داد مدیریت توسعه فرهنگی کلانشهر تهران بر عواملی مانند مبادلات فرهنگی، توسعه گردشگری، همسو سازی فعالیت های سازمان ها و نهاد های فرهنگی، آموزش های فرهنگی و انجام پژوهش های کاربردی تاکید دارد.

**واژگان کلیدی:** مدیریت، توسعه، فرهنگ، توسعه فرهنگی، ارائه الگو، کلانشهر تهران.

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۰۶/۲۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۲/۱۳

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (Email: mehdi.yosri@gmail.com)

<sup>۲</sup> عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، ایران (نویسنده مسئول)

<sup>۳</sup> عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

## مقدمه

توسعه فرهنگی فرایندی است که طی آن به ایجاد تغییراتی در حوزه‌های ادراکی، شناختی، ارزشی و گرایش انسانها، قابلیت‌ها و باورها و شخصیت ویژه‌ای را در آنها بوجود می‌آورد که حاصل باورها و قابلیت‌ها، رفتارها و کنش‌های خاصی است که مناسب توسعه است (یونسکو، ۱۳۷۹). پس از پایان جنگ جهانی دوم توسعه به عنوان یکی از مهمترین مسائل در محافل دانشگاهی و برنامه‌ریزی کشوری مطرح بوده به نحوی که در دههٔ پایان قرن بیستم، اغلب کشورها به بازنگری وضعیت خود در این باره پرداخته اند (زیاری، ۱۳۷۹). همچنین در طول سه دهه اخیر، مفهوم فرهنگ به عنوان یکی از ابعاد توسعه به رسمیت شناخته شده است؛ از زمانی که صاحب‌نظران توسعه در پی یافتن چرایی به نتیجه رسیدن برنامه‌های توسعه بودند و زمانی که بسیاری از جواب‌ها به فرهنگ و ارزش‌ها و باورها ختم می‌شد بعد فرهنگ به عنوان یک بعد مستقل و جدید در برنامه‌ها و الگوهای توسعه ظهور کرد. در سال‌های آخر قرن بیستم، بسیاری از صاحب‌نظران توسعه دیگر با رویکرد مارکسیستی، اقتصاد را زیربنا و نهادهای فرهنگی و اجتماعی را روبنا فرض نمی‌کردند و مفاهیم جدیدی به حوزه ادبیات توسعه نفوذ کرده بود که حیات آن را تضمین می‌نمودند. آنها به این نتیجه رسیده بودند که برای رسیدن به توسعه در یک جامعه باید بین نظام‌های چندگانه در آن همکاری و تبادل انرژی صورت پذیرد چرا که هر جامعه‌ای از چند نظام اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی تشکیل شده است که مدام بین آنها تبادل اطلاعات و انرژی صورت می‌گیرد. از سویی دیگر برنامه‌های توسعه باید به نحوی طرح‌ریزی شوند که بتوانند از منابع اطلاعاتی و انرژی همه نظام‌ها به طور همزمان بهره‌مند شوند. اهمیت دادن بیشتر به یکی از نظام‌ها و غفلت از دیگر نظام‌ها بطور حتم برنامه توسعه را با شکست مواجه می‌سازد (عبدی، کاووسی، اعتباریان، ۱۳۹۳). توسعه لاجرم شامل تغییرات فرهنگی خواهد شد چرا که فرهنگ، پایه رفتارهای انسانی به شمار می‌رود و بخش قابل توجهی از رفتارهای اقتصادی نیز بر این بنیان استوار است. توسعه اقتصادی که مستلزم انجام رفتارهای خاص و ویژه در زمینه‌های مختلف زندگی انسانی است، به فرهنگ و باورهای فرهنگی وابستگی بسیار زیادی دارد. از اینجاست که در تمثیل درخت توسعه اقتصادی، ریشه‌ی این درخت همان باورهای فرهنگی است (عظیمی، ۱۳۸۳).

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 بخش‌های توسعه چون توسعه اقتصادی، توسعه اجتماعی، و توسعه سیاسی از ابعاد و بار ارزشی بیشتری برخوردار است و تأکید بیشتری بر نیازهای غیرمادی افراد جامعه دارد. بنابراین توسعه فرهنگی فرایندی است که در طی آن با ایجاد تغییراتی در حوزه‌های ادراکی، شناختی، ارزشی و گرایش انسانها، قابلیت‌ها و رفتارها و کنش‌های خاصی است که مناسب توسعه می‌باشد. به عبارتی حاصل فرآیند توسعه فرهنگی کنار گذاشتن خرده‌فرهنگ‌های نامناسب توسعه‌ای است (ازکیا، ۱۳۷۹). 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 همزمان این ابعاد در یک جامعه می‌تواند توسعه را امکانپذیر نماید. اما در این میان نقش فرهنگ شاید برجسته‌تر از سایر حوزه‌ها باشد به گونه‌ای که می‌توان گفت توسعه فرهنگی یک جامعه می‌تواند توسعه سیاسی، اقتصادی و اجتماعی آن را تضمین نماید. این ارزش‌ها، باورها و اعتقادات فرهنگی یک جامعه است که جهت‌ها و اولویت‌ها را در تمامی برنامه‌های سیاسی و اقتصادی و اجتماعی تعیین می‌کند و بسیاری از تصمیمات کلان در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بر مبنای ارزش‌ها و اعتقادات فرهنگی جامعه اتخاذ می‌شوند (عطافر و آقاسی، ۱۳۹۱). مفهوم توسعه فرهنگی که عبارتست از نوعی دگرگونی که از طریق تراکم برگشت‌ناپذیر عناصر فرهنگی در جامعه‌ای معین صورت می‌گیرد و جامعه بر اثر آن بطور مؤثرتری از محیط طبیعی و اجتماعی مراقبت می‌کند (توسلی، ۱۳۷۱)، بعد از جنگ جهانی دوم که تغییرات و تحولات وسیع و گسترده‌ای به ویژه در روابط میان کشورهای استعمارگر و استعمار شده به وجود آمد و بعد از آن متفکران و روشنفکران کشورهای در حال توسعه و جهان سوم در یک فرایند طولانی سعی و خطا، متوجه شدند که الگوی توسعه غربی، نمی‌تواند پاسخگوی دردها و نیازهای آنها باشد و نمی‌تواند به توسعه یافتگی بینجامد، به سوی سیاست "توسعه‌ی درون‌زا" روی آوردند. در این خط مشی، به جای الگو گرفتن از فرهنگ مغرب زمین،

بر فرهنگ و ارزش های خودی، بومی و ملی به عنوان نقطه آغازین هرگونه حرکت روبه جلو تاکید شده و الگویی توسعه غربی، یک الگویی وارداتی شمرده شد. از آن زمان به بعد، فرهنگ آهسته آهسته در کانون توجه قرار متفکران و برنامه ریزان جهان به ویژه در کشورهای در حال خیز قرار گرفت. در ادامه ی این فرایند، "یونسکو" سازمان تربیتی، علمی و فرهنگی سازمان ملل متحد به صورت جدی تر وارد میدان شد و به عنوان مرکز اصلی طراحی و کارشناسی فرهنگ اقدامات خود را آغاز کرد. در اثر همین تلاش ها و کوشش ها و اقداماتی که یونسکو در دهه ی هفتاد قرن بیستم انجام داد برای اولین بار مفهوم "توسعه فرهنگی" پدید آمد و از اوایل دهه ی ۱۹۸۰ به بعد به صورت رسمی وارد ادبیات توسعه شد (چنگیز، ۱۳۸۷). توسعه ی فرهنگی فرآیندی است که نمی تواند از خارج کسب شود یا همچون هدیه ای توسط دیگران کریمانه اهدا شود، بلکه باید از درون هر جامعه تولید شود. البته استقلال فرهنگی همانطور که گاندی رهبر فقید هند می گوید لزوماً به معنی بستن پنجره ها و مرزهای فرهنگی نیست.

فرآیند توسعه ی فرهنگی محصول ساز و کارهای تاریخی، سیاسی، اجتماعی، خانوادگی و غیره است که به تدریج شکل می گیرد و به تدریج هم تغییر می یابد و یا از بین می رود. شاید پدیده هایی که مفهوم دگرگونی یک باره و یک دفعه (انقلابی) درباره آن صادق نباشد، فرهنگ و توسعه فرهنگی است. به عبارت دیگر پدیده فرهنگ و هویت فرهنگی در طول زمان در جوامع تثبیت می شود و در کوتاه مدت نمی توان آن را تغییر داد و به قول معروف یک شبه ره صد ساله رفت. دولت ها همواره از کار زود بازده سخن می گویند.

اما در فرهنگ چنین نیست. در فرهنگ کار زود بازده بی معنی است و باید کار پایه ای و بلند مدت انجام دهیم (افروغ، ۱۳۸۵).

توسعه شهرنشینی بخصوص در کلانشهرها از یک طرف، امکان تجمع افراد، کالاها، خدمات و فرصتها را فراهم می سازد و در عین حال موجب گسستگی و تضعیف مکانها، سنتها و شبکه های موجود شده و تأثیر شایانی بر عادات، شیوه های رفتاری، الگوهای اندیشه و احساس بر جای گذاشته است (گیدز، ۱۳۸۶). در حقیقت، هرچند شهرنشینی در ایران در طول دهه های گذشته با رشد قابل توجهی همراه بوده اما از مشکلات و پیامدهای منفی نیز به دور نبوده است. بخشی از این مشکلات حاصل عدم توجه کافی به بعد فرهنگی زندگی شهری است. همراه نمودن توسعه، فرهنگ و شهر از موضوعات پیچیده و در عین حال قابل تأمل است (راد، ۱۳۹۰)، بنابراین رشد کلان شهر تهران دارای مسائل و مشکلاتی می باشد که تا حدودی ریشه مسائل و مشکلات موجود در آن را باید عمدتاً در ضعف فرهنگ شهری جستجو نمود و آن را تنها به عوامل ساختاری کلان نسبت نداد (صالحی امیری، ۱۳۸۹). لذا در پژوهش حاضر درصدد برآمدیم تا به ارائه الگوی مناسب جهت مدیریت توسعه فرهنگی در کلانشهر تهران پردازیم.

توسعه و توسعه فرهنگی مفاهیم بسیار مهمی هستند، که در دوره های اخیر از جایگاه ویژه ای در برنامه ریزی ملی برخوردار بوده اند. بطوریکه هیچ تحولی بدون توسعه و تکامل فرهنگی مطلوب و مقدر نیست. مفهوم فرهنگ توسعه ناظر بر شکل اقتصادی - اجتماعی توسعه جوامع است. توسعه یافتگی یعنی فراهم آوردن شرایط و امکاناتی برای آحاد جامعه تا بتوانند به شاخص های رشد و توسعه، جامعه عمل ببوشانند. ارکان این تعاریف مشخص می سازد که در تغییرات اجتماعی، فرهنگ به عنوان کلیدی ترین عنصر، قابل توجه و حایز اهمیت است. در این خصوص توسعه ی فرهنگی یکی از مباحث بحث انگیز است، که بسیاری از نظریه های تغییرات اجتماعی از آن به عنوان نقطه ی شروع توسعه و دگرگونی اجتماعی یاد می کنند. با توجه به مفهوم توسعه در نظریه های تغییرات اجتماعی، اهمیت طرح بحث توسعه ی فرهنگی بیشتر نمایان می گردد؛ چرا که توسعه به معنی رشد و ترقی و تکامل انسان ها در همه ی ابعاد وجودی بشر است و تنها شاخصه های مادی در آن ملاک و معیار نمی باشد؛ بلکه شاخص های غیر مادی حیات انسانی نیز در این موضوع، از اولویت بالایی برخوردار است. بنابراین، اگر بپذیریم فرهنگ عبارت است از مجموعه ارزش ها و عوامل مشترک که به عنوان میراثی، از یک نسل به نسل دیگر می رسد و کلیت پیچیده ای که اجزای آن علم، ایمان، اعتقادات، باورها و آداب و رسوم می باشد، و نیز توسعه را تغییر جامعه در راستای یک تصویر آرمانی با تاکید بر مسائل انسانی و اقتصادی بدانیم، ابعاد توسعه ی فرهنگی عبارت خواهد بود از: الف) باورهای مذهبی - دینی؛ ب) آموزش و برنامه ریزی؛ ج) تکنولوژی و فناوری صنعتی؛ د) وسایل ارتباط جمعی (قدمی و آفتاب آذری، ۱۳۸۹).

شهرهای امروزی به دلیل افزایش سریع جمعیت، توان و ظرفیت لازم برای تامین اشتغال و مسکن، تامین زیرساخت ها و ارائه خدمات را ندارند. از این رو ظهور و گسترش بخش غیر رسمی، شکل گیری سکونت گاه غیر رسمی و شهرک های حاشیه ای، کمبود خدمات و کیفیت پایین سطح بهداشت از مهمترین پیامدهای منفی و زیانبار گسترش بخش غیر رسمی همراه با نابرابری های اجتماعی و اقتصادی در شهرها محسوب می شوند.

در کنار تمامی این ویژگی ها که اغلب بر نقاط ضعف و کاستی ها تکیه دارد، تفکر دیگری نیز وجود دارد که تحولات موجود در کلان شهرها و از جمله کلان شهر تهران را امری طبیعی و الزامی فرض می نماید. از این رو، رشد کلان شهر تهران در مقایسه با دیگر کشورهای در حال توسعه رشد متعادل و منطقی نشان داده می شود، که ریشه مسائل و مشکلات موجود در آن را باید عمدتاً

در «ضعف فرهنگ شهری» جستجو نمود، و آن را تنها به عوامل ساختاری کلان نسبت نداد (صالحی امیری، ۱۳۸۹: ۹۶).

تاثیر پذیری و تاثیر دهی تهران به عنوان پایتخت کشور در محدوده کل مملکت و به عنوان پایتخت ایران فرامنطقه ای نیز عمل می کند. به طور کلی تاثیر پذیری تهران از طریق مهاجرت های عمدتاً داخلی ایران از طرفی و از طرف دیگر نشات گرفته از ارتباطات گسترده جهانی تعریف می شود. مهاجرت های داخلی، تهران را به مامن تنوع فرهنگی کشورمان تبدیل کرده است.

کلان شهر تهران، پایتخت ایران و بزرگترین و پرجمعیت ترین شهر آن به شمار می رود. تهران در چند دهه ی اخیر از لحاظ جمعیت و مساحت رشد چشمگیری داشته است، اما زیر ساخت های آن متناسب با رشد جمعیت رشد نکرده اند. تهران همانند اغلب کلان شهرها در کشورهای در حال توسعه از معضلات زیست محیطی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی فراوانی رنج می برد، که نشان دهنده ی توسعه ناپایدار در این شهر است. علاوه بر آن تهران از مشکل نبود مدیریت واحد شهری نیز رنج می برد. به غیر از شهرداری تهران، بیش از ۲۸ نهاد و سازمان مختلف متولی امور فرهنگی در شهر تهران هستند (برنامه راهبردی فرهنگی شهر تهران، ۱۳۸۷). ارتباط فرهنگ و توسعه در هیچ یک از این سازمان ها یا نهادها به خوبی تعریف نشده است و این نهادها و سازمان ها اغلب اهداف متفاوت و متنوعی را تعقیب می کنند، که ممکن است لزوماً در راستای اهداف توسعه پایدار نباشد. از این رو، اولین قدم در مدیریت توسعه پایدار با محور فرهنگ در شهر تهران، تعریف عناصر و شاخص های توسعه پایدار جهت بررسی وضعیت عوامل موثر فرهنگی در توسعه شهر تهران و شناخت اهمیت و اولویت هر یک از این عناصر و شاخص ها و رابطه آن ها با یکدیگر است.

با توجه به مطالب بیان شده، این اثر با تدوین الگوی مدیریت توسعه فرهنگی در شهر تهران با یک دید جدید و کاربردی و استفاده از رویکرد توسعه پایدار مبتنی بر نظریه سرمایه اجتماعی سعی در طراحی الگوی مناسب برای دستیابی به توسعه پایدار شهری دارد. بنابراین الگوی مورد نظر تمامی معرف های مورد نیاز را برای مدیریت مناسب توسعه فرهنگی شهر تهران، در نظر خواهد گرفت.

با این توصیف، این الگو بر اساس رویکرد توسعه پایدار مبتنی بر نظریه سرمایه اجتماعی طراحی خواهد شد. سرمایه ی اجتماعی، یکی از مفاهیمی است که امروزه نه تنها در سطوح دانشگاهی، بلکه در زندگی روزمره و سیاست گذاری ها گسترش چشمگیری داشته است. مفهوم سرمایه اجتماعی، اشاره به شبکه های روابط اجتماعی دارد، که باعث تسهیل کنش جمعی و کسب منفعت متقابل می شود (پاتنام، ۲۰۰۰: ۱۲۳). به عبارتی سرمایه اجتماعی شامل هنجارها، شبکه ها و انواع ارتباطات اجتماعی می باشد و بهترین منبع افزایش رفاه و بهبود اقتصادی در یک اجتماع، استفاده از منابع اجتماعی که شامل هنجارها و شبکه ها می گردد، می باشند (Glaser, 2001).

بنابراین شاخص های مورد نیاز الگوی مدیریت توسعه فرهنگی بر اساس رویکرد توسعه پایدار مبتنی بر نظریه سرمایه اجتماعی خواهد بود. از آنجایی که در کلانشهر تهران نهادهای متفاوتی (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی، معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران، سازمان فرهنگی و هنری شهر تهران و ...) در مدیریت فرهنگی (بطور مستقیم) و در توسعه فرهنگی (بطور غیرمستقیم) دخیل هستند لذا ارائه مدل مدیریت توسعه فرهنگی ضروری می نماید.

## اهمیت و ضرورت پژوهش

برای بیان ضرورت انجام این پژوهش، دو موضوع قابل اشاره است؛ اول ضرورت علمی و دوم نیاز اجرایی. ضرورت این مطالعه هم به لحاظ علمی و هم اجرایی وجود دارد. توسعه فرهنگی به عنوان یک عامل مهم تامین درآمد پایدار و فزاینده سرمایه فرهنگی، ضرورت این مطالعه را در بعد علمی اثبات می‌کند.

به طور کلی توسعه فرآیندی است پیچیده که در آن جامعه از یک دوره تاریخی به دوره جدیدی منتقل می‌شود. این فرآیند در هر مرحله از رشد خویش ابعاد مختلف زندگی را متحول می‌سازد. به این ترتیب توسعه مفهومی است ارزشی که همراه با فرض‌هایی هنجاری از الگوی انتزاعی از جامعه دلالت دارد، تا مدت‌ها توسعه مقوله‌ای صرفاً اقتصادی تلقی می‌شد و کشورهای مختلف تنها از این جنبه به آن توجه می‌کردند. به عبارتی، پیشرفت اقتصادی یگانه ملاک توسعه هر جامعه قلمداد می‌شد و تصور غالب این بود که می‌توان به مدد الگوهای مختلف توسعه اقتصادی، رشد تکنولوژی، انباشت ثروت و مواردی از این قبیل به اهداف یک جامعه توسعه یافته نائل آمد. اما به تدریج با گذشت زمان و گسترش اجتماعات توسعه یافته، مشکلات و ابعاد مخرب توسعه یافته هم در کشورهای توسعه یافته و هم در کشورهای در حال توسعه و جهان سوم آشکارتر شد. ویرانی طبیعت، افزایش آلودگی‌های زیست محیطی، تداوم فقر و نابرابری‌های اجتماعی، شیوع فساد و... از کارکردهای پنهان توسعه در کشورهای توسعه یافته به شمار آمده است. اما در کشورهای در حال توسعه، بعد از تلاش‌ها و صرف میلیاردها واحد پول ملی، گذشت زمان نشان داد که بسیاری از این کشورها نه تنها به توسعه دست نیافتند بلکه در وضعیت نابسامانی و پریشانی فرهنگی و سردرگمی سیاسی قرار گرفتند. البته فرایند شکست توسعه در کشورهای مختلف می‌تواند متفاوت باشد، مانند فقدان دولت کارآمد، عدم انباشت سرمایه، عدم وجود نیروی انسانی و... اما آنچه به عنوان وجه مشترک در اکثر قریب به اتفاق این کشورها به عنوان عامل و دلیل اساسی می‌تواند مطرح باشد، این است که این کشورها به جای توسعه درون‌زا، به توسعه بیرون‌زا روی آورند. به عبارت دیگر توسعه را مطابق فرهنگ، تاریخ و سنت‌های خود آغاز نکرده بلکه هر آنچه را که در غرب اتفاق افتاده بود، کاملاً الگو قرار دادند. تقلید و پیروی از الگو و شاخص‌های توسعه‌ای که در غرب اتفاق افتاده به دلیل خاستگاه بیرونی و ماهیت طبقاتی نظام سرمایه‌داری و ناهماهنگی با ارزش‌های فرهنگ خودی، در کشورهای توسعه نیافته موجب بروز تعارض روانی و بحران هویت فرهنگی شد. لذا توجه به اینکه توسعه فرهنگی در دوره‌های اخیر از جایگاه ویژه‌ای در برنامه‌ریزی ملی برخوردار بوده و هیچ تحولی بدون توسعه و تکامل فرهنگی مطلوب و مقدر نمی‌باشد؛ این ضرورت احساس می‌شود که پژوهشی با عنوان "ارائه الگوی مدیریت توسعه فرهنگی در کلانشهر تهران" انجام گیرد.

## اهداف پژوهش

### هدف کلی تحقیق

ارائه الگویی برای مدیریت توسعه فرهنگی کلانشهر تهران.

### اهداف ویژه:

- بررسی و شناسایی وضعیت موجود مدیریت توسعه فرهنگی کلانشهر تهران.
- شناسایی موانع و چالش‌های و تأثیر آن در اجرای موفق توسعه فرهنگی در کلانشهر تهران.
- شناسایی ابعاد مؤثر در توسعه فرهنگی در کلانشهر تهران و میزان تأثیر این مؤلفه‌ها.
- طراحی مدل مناسب مدیریت توسعه فرهنگی بر اساس ابعاد و مؤلفه‌های ذکر شده.

کاربران اصلی این پژوهش عبارتند از:

- حوزه اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران؛ سازمان‌ها و نهادهای متولی امر فرهنگ؛ سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه فرهنگ عمومی

## پرسش‌های پژوهش

### سؤال اصلی تحقیق

چگونه می‌توان به مدل مناسب مدیریت توسعه فرهنگی در کلانشهر تهران رسید؟

### سؤالات فرعی تحقیق

- شاخص‌های مدیریت توسعه فرهنگی در کلانشهر تهران چیست؟
- ابعاد مؤثر در توسعه فرهنگی در کلانشهر تهران کدامند؟
- میزان تأثیر مؤلفه‌های مؤثر در توسعه فرهنگی کلانشهر تهران به چه میزانی است؟
- راهکارهای مدیریت توسعه فرهنگی کلانشهر تهران در چه بازه زمانی امکان عملیاتی شدن دارند؟

### روش پژوهش

در این پژوهش به اقتضای موضوع و با توجه به امکانات پژوهش، از فن (تکنیک) دلفی برای گردآوری داده‌ها استفاده خواهد شد. روش پژوهش از نوع "روش کیفی" است. این پژوهش توصیفی، از نظر هدف کاربردی است و از نظر عمق در زمره پژوهش‌های ژرفانگر قرار می‌گیرد. دلفی یکسری از راندهای پیمایشی یا پرسشنامه‌ای بوده که پرسشنامه اولیه، پرسشنامه راندهای بعدی را نیز شکل می‌دهد و باید در مرحله طراحی پژوهش در مورد آن تصمیم گرفته شود. طبق روال علمی انجام روش دلفی در این پژوهش، تکمیل پرسشنامه دور اول، تجزیه و تحلیل پاسخ‌ها و ارایه بازخورد و ارسال نتایج و پرسشنامه جدید و دریافت مجدد از داوران تا سه مرحله - که از اشباع آراء و اجماع نظرات داوران اطمینان حاصل شد - ادامه پیدا کرده است. جمعیت آماری این پژوهش متخصصان مدیریت فرهنگی، علوم اجتماعی و انسان‌شناسی شامل استادان دانشگاه، پژوهشگران، مدیران شهری، دست‌اندرکاران حوزه مدیریت فرهنگی و دانش‌آموختگان کارشناسی‌ارشد و دکتری که پایان‌نامه‌های تحصیلی خود را در مورد توسعه فرهنگی و مدیریت فرهنگی انجام داده‌اند، هستند. از آنجایی که نتایج دلفی به دانش و معلومات اعضای گروه وابسته است حضور اشخاصی که احتمال می‌رود دارای نظرات گرانمایی باشند، ضروری است. در دلفی، نمونه‌گیری مبتنی بر هدف است. در این پژوهش ۳۲ نفر مدیر فرهنگی و جامعه‌شناس، متخصص دانشگاهی، پژوهشگر حوزه فرهنگی به عنوان داور برگزیده شده‌اند. ابزار پژوهش پرسشنامه پژوهشگر ساخته است. در پرسشنامه اولیه (دور اول) مربوط به اخذ نظرات متخصصان و داوران پنل، پرسش‌هایی شامل مشخصات زمینه‌ای (جنس، سن، تحصیلات، رتبه علمی و رشته تخصصی) و ۶۰ گویه در خصوص ویژگی‌های مدیریت توسعه فرهنگی کلانشهر تهران مطرح شده است. برای هر گویه سه پاسخ خواسته شده که عبارتند از میزان موافقت با گویه با طیف لیکرت پنج تایی، میزان وجود ویژگی در تهران و راه کار پیشنهادی برای گویه (کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت). در ضمن در انتهای هر ردیف جایی برای ثبت نظرات و دلایل موافقت و مخالفت با هر گویه اختصاص یافته است. پرسشنامه راند دوم و سوم پس از تلخیص و دریافت بازخورد داوران به ۲۶ پرسش رسیده است.

اعتبار ابزار اولیه این پژوهش (پرسش‌نامه راند اول) با استفاده از اعتبار صوری مورد بررسی قرار گرفته است. برای اعتبار محتوا نیز از آزمون C.V.R استفاده شده است. در این پژوهش با استفاده از نرم‌افزار SPSS، داده‌ها تجزیه و تحلیل گردیده‌اند. در بخش توصیفی داده‌های موجود در قالب جداول توصیفی مورد بررسی قرار گرفته است. هم‌چنین از میانه، مد، میانگین، شاخص پراکندگی (انحراف استاندارد)، درصد، درصدتجمعی و فراوانی و نمودارهای متناسب جهت نمایش، توصیف و تحلیل یافته‌ها استفاده شده است.

### تعریف مفاهیم

**فرهنگ:** تعریف مردم‌شناسان از فرهنگ به عنوان مجموعه پیچیده‌ای شامل شناخت، باورها، هنرها، اخلاق، حقوق، آداب و رسوم و دیگر قابلیت‌ها یا عاداتی که انسان به عنوان عضو جامعه کسب می‌کند (پهلوان، ۱۳۷۸).

در تعریفی دیگر؛ نظامی نسبتاً منسجم متشکل از اجزایی غیرمادی شامل ارزشها، هنجارها، نمادها، باورها و اعتقادات، آداب و رسوم، دانش و اطلاعات رایج و هنرها، و اجزایی مادی شامل کالاهای مصرفی، ابزارها و میراثهای فرهنگی مشترک بین اعضای یک گروه، اجتماع یا جامعه که از طریق یادگیری از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود" (پناهی، ۱۳۷۵).

**توسعه:** توسعه، فرایند ارتقا و اعتلای مادی و معنوی جامعه در راستای اهداف و مقاصد مطلوب است که زمینه‌های مناسب را برای تعالی همه‌جانبه انسانها فراهم می‌سازد (راد، ۱۳۸۹).

**توسعه فرهنگی:** توسعه فرهنگی فرایندی است که طی آن به ایجاد تغییراتی در حوزه‌های ادراکی، شناختی، ارزشی و گرایش انسانها، قابلیت‌ها و باورها و شخصیت ویژه‌ای را در آنها بوجود می‌آورد که حاصل باورها و قابلیت‌ها، رفتارها و کنش‌های خاصی است که مناسب توسعه است (یونسکو، ۱۳۷۹).

**مدیریت:** مدیریت فرایند به کارگیری مؤثر و کارآمد منابع مادی و انسانی در برنامه‌ریزی، سازماندهی، بسیج منابع و امکانات، هدایت و کنترل است که برای دستیابی به اهداف سازمانی و بر اساس نظام ارزشی مورد قبول صورت می‌گیرد (کونتز، ۱۳۸۰).

### ویژگی های توسعه فرهنگی

۱. توسعه فرهنگی، خاصیت ملی دارد و در درون هر کشور و جامعه‌ی خاص انجام می‌شود. به عبارت دیگر توسعه فرهنگی در هر کشور با کشورهای دیگر متفاوت است و کشور و جامعه می‌تواند مبتنی بر سنت‌های تاریخی خود، توسعه فرهنگی خاص خود را داشته باشد. بنابراین توسعه فرهنگی با "جهانی شدن فرهنگ" متفاوت است.
۲. توسعه فرهنگی نیازمند برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری فرهنگی، پژوهش‌های ژرف و تطبیقی است بدون این پژوهش‌ها اقدام فرهنگی، فاقد درونگری و بی‌بهره از غنای لازم خواهد بود.
۳. توسعه فرهنگی مبتنی بر ارزش‌ها و اخلاق خاصی است. به عبارت دیگر در توسعه فرهنگی ارزش‌های داورای فرهنگی وجود دارد زیرا بر اساس تعاریف مورد توافق، جدا سازی فرهنگ از ارزش‌ها قابل تصور نخواهد بود. بنابراین در مفهوم توسعه پایدار (که فرهنگ رکن اساسی آن است) در واقع نوعی داورای ارزشی مبتنی بر فرهنگ، به رسمیت شناخته شد و توسعه در قالب آن مطرح شد.

شاخص‌های توسعه فرهنگی؛ از مجموع تعاریف و نظریه‌های که درباره‌ی توسعه فرهنگی بیان شد، می‌توان مهم‌ترین شاخص‌های توسعه فرهنگی را به قرار زیر برشمرد: ۱. کتاب و کتابخانه ۲. رادیو و تلویزیون ۳. فیلم و سریال ۴. زبان و گویش ۵. مذهب ۶. میراث فرهنگی و گردشگری ۷. ورزش ۸. اینترنت و شبکه‌های مجازی ۹. روزنامه و مجلات ۱۰. خانواده ۱۱. مبادلات فرهنگی ۱۲. بازی محلی ۱۳. اقتصاد فرهنگ ۱۴. سرمایه فرهنگی ۱۵. سازمان‌های رسمی و مردم نهاد ۱۶. محیط زیست ۱۷. آموزش ۱۸. پژوهش

### چارچوب نظری پژوهش

در کل می‌توان دو دوره و رویکرد نسبت به موضوعات و مسائل شهری را از هم بازشناخت، دوره نخست که دوره رویکرد سخت‌افزاری به توسعه بوده که بیشتر رویکرد کنترل از بالا و مسیر توسعه اقتصادی بوسیله سرمایه‌های اقتصادی بوده و به توسعه و تجهیز زیرساخت‌های اجتماعی-شهری شهر توجه می‌کنند و دوره معاصر که با رویکرد نرم‌افزاری به توسعه مطرح است که اهم توجه‌اش به روابط و کنش متقابل انسانی و رویکردی مشارکتی بوده و به بسط و تقویت سرمایه اجتماعی بعنوان اصلی‌ترین راه در مدیریت شهری و توسعه درون‌زا و توسعه پایدار نظر دارد. از این رو تلفیق دو رویکرد بالا می‌تواند راهگشای مسائل و مشکلات شهری و مدیریت بهینه شهری باشد؛ یعنی از سمتی به توسعه زیرساخت‌های اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی شهر و مدیریت از بالا، اشاره نموده و از سمتی دیگر به توسعه سرمایه فرهنگی شهری (اعتمادسازی، ترویج حس تعلق محلی، مشارکت مردمی و...) پرداخت.

در این پژوهش از رویکرد توسعه فرهنگی شهر به عنوان چارچوب نظری پژوهش استفاده شده است. این رویکرد تأکید خاصی بر رشد و توسعه موزون کیفی عناصر شهری، اجتماعی و فرهنگی و بکارگیری این نیروها در جهت رفع نیازهای نسل امروز و آینده دارد و در کنار توجه به توسعه اقتصادی و شهری جوامع، توجه خاصی به توسعه قابلیت‌های فرهنگی و استفاده از این قابلیت‌ها در افزایش درآمد، اوقات فراغت، فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی دارد. دیدگاه ساختی- کارکردی، به بررسی کارکردها و پیامدهای آشکار و پنهان و منفی و مثبت پدیده‌ها و ساختاری که در آن پدیده بوجود می‌آید و تأثیراتی که ساخت بر پدیده و بالعکس می‌گذارد، می‌پردازد. کارکردگرایی به فرایند توسعه فرهنگی در شهر و اجتماع به عنوان پدیده‌ای اجتماعی می‌نگرد که در ساخت شهری کارکردی انسجامی، آموزشی و تربیتی، وحدت بخش، حمایتی، نظارتی و انتقال فرهنگی و... دارد و می‌تواند جامعه را به سمت توسعه فرهنگی سوق دهد. وقتی به ساخت شهری کلانشهر تهران که دچار مسائل و مشکلات فراوانی به خاطر رشد نامتوازن و بی‌الگوی جمعیتی که حاصل مهاجرت‌های بی‌رویه به شهر تهران است، نگاه می‌کنیم متوجه خواهیم بود که این شهر احتیاج به مدیریت توسعه از جوانب گوناگون علی‌الخصوص در حوزه فرهنگی دارد. مدل نظری زیر براساس نظریات مطالعه شده تدوین گردیده است.

### مدل نظری پژوهش





ابعاد، مولفه ها و گویه های مدیریت توسعه فرهنگی کلانشهر تهران

| نمره | گویه   | مولفه               | بعد         |                        |
|------|--|---------------------|-------------|------------------------|
| ۶۸   | ۱. برنامه ریزی جهت افزایش تعداد مراجعین کتابخانه های عمومی                             | کتاب و کتابخانه     | رسانه و نشر |                        |
| ۵۰   | ۲. برنامه ریزی جهت افزایش تیراژ کتاب ها  |                     |             |                        |
| ۶۵   | ۳. برنامه ریزی جهت افزایش تعداد عناوین کتاب  |                     |             |                        |
| ۶۲   | ۴. برنامه ریزی جهت افزایش ترجمه آثار علمی و فرهنگی جهت استفاده بومی                    |                     |             |                        |
| ۶۸   | ۵. برنامه ریزی جهت افزایش میزان برنامه های فرهنگی رادیو                                | رادیو و تلویزیون    |             |                        |
| ۶۵   | ۶. برنامه ریزی جهت افزایش میزان برنامه های فرهنگی تلویزیون                             |                     |             |                        |
| ۷۰   | ۷. برنامه ریزی جهت افزایش تعداد فیلم های سینمایی بلند تولید شده در سال                 | فیلم و سریال        |             |                        |
| ۵۵   | ۸. برنامه ریزی جهت افزایش تعداد سریال های توزیع شبکه خانگی تولید شده در سال            |                     |             |                        |
| ۶۶   | ۹. کنترل و کاهش فروش و توزیع فیلم و سریال های غیر مجاز توسط دستفروشان                  |                     |             |                        |
| ۵۱   | ۱۰. نظارت هدفمند بر فرآیند دانلود فیلم و سریال از طریق اینترنت (خریداری شده یا رایگان) |                     |             |                        |
| ۶۶   | ۱۱. برنامه ریزی جهت افزایش تعداد افراد بهره مند از اینترنت                             | اینترنت و فضای مجاز |             |                        |
| ۶۶   | ۱۲. برنامه ریزی و ورود هدفمند به شبکه های مجازی (تلگرام، اینستاگرام،...) می تواند      |                     |             |                        |
| ۵۶   | ۱۳. برنامه ریزی جهت افزایش تیراژ روزنامه ها و مجلات                                    | روزنامه و مجلات     |             |                        |
| ۶۹   | ۱۴. نظارت هدفمند بر فرآیند تولید موسیقی فاخر   | هنر                 | فرهنگ و هنر |                        |
| ۶۸   | ۱۵. حمایت از هنرمندان حوزه موسیقی (کلاسیک، سنتی و محلی، پاپ)                           |                     |             |                        |
| ۶۶   | ۱۶. آموزش سواد شنیداری موسیقی از طریق رسانه های رسمی (نمایش ساز در تلویزیون)           |                     |             |                        |
| ۶۷   | ۱۷. کنترل تکثیر غیر قانونی موسیقی  |                     |             |                        |
| ۶۵   | ۱۸. استفاده از ظرفیت و مشارکت هنرمندان برجسته در اجرای فعالیت های هنری                 |                     |             |                        |
| ۶۶   | ۱۹. برنامه ریزی جهت افزایش تعداد مخاطبان هنرهای نمایشی                                 |                     |             |                        |
| ۶۵   | ۲۰. حمایت از فعالان و آثار تولید شده در زمینه هنرهای تجسمی و عکاسی                     |                     |             |                        |
| ۶۷   | ۲۱. برنامه ریزی جهت بهره گیری از ظرفیت زبان ها و گویش های مختلف قومی                   |                     |             | زبان و گویش            |
| ۵۸   | ۲۲. معرفی ظرفیت های فرهنگی و هنری مذاهب رسمی   |                     |             | مذهب                   |
| ۶۱   | ۲۳. برنامه ریزی جهت افزایش تعداد بازدید کنندگان از موزه ها                             |                     |             | میراث فرهنگی و گردشگری |
| ۶۸   | ۲۴. برنامه ریزی هدفمند جهت برگزاری جشنواره های ملی و مذهبی                             |                     |             |                        |
| ۶۲   | ۲۵. رسیدگی به اماکن و محوطه های ثبت شده در فهرست میراث جهانی در زمینه فرهنگی           |                     |             |                        |
| ۶۹   | ۲۶. مدیریت تجارت کالاهای فرهنگی (نظیر صنایع دستی)                                      |                     |             |                        |
| ۶۶   | ۲۷. برنامه ریزی جهت جذب جهانگردان خارجی  |                     |             |                        |
| ۷۰   | ۲۸. برنامه ریزی در زمینه توسعه صنعت گردشگری  |                     |             |                        |
| ۶۱   | ۲۹. برنامه ریزی جهت صادرات و واردات فیلم و سریال با سایر کشورها                        | مبادلات فرهنگی      |             |                        |
| ۶۵   | ۳۰. برنامه ریزی جهت افزایش میزان مبادلات فرهنگی به نسبت تولید ناخالص ملی               |                     |             |                        |
| ۶۵   | ۳۱. برنامه ریزی جهت افزایش میزان مبادلات فرهنگی به نسبت تولید فرهنگی ملی               |                     |             |                        |
| ۶۰   | ۳۲. برنامه ریزی فرهنگی جهت ایام تعطیل و اوقات فراغت                                    | ورزش                | اوقات فراغت |                        |
| ۵۲   | ۳۳. برنامه ریزی ورزشی و حمایت از ورزشکاران   |                     |             |                        |
| ۶۵   | ۳۴. برنامه ریزی جهت افزایش گرایش شهروندان به ورزش همگانی                               |                     |             |                        |
| ۶۰   | ۳۵. برنامه ریزی حمایتی از بازی های محلی  |                     |             | بازی                   |
| ۶۵   | ۳۶. برنامه ریزی جهت نظارت کنترل بر بازی های رایانه ای                                  |                     |             |                        |

| نمره | گویه  | مؤلفه             | بعد           |
|------|---|-------------------|---------------|
| ۶۳   | ۳۷. برنامه ریزی جهت تخصیص مناسب بودجه فرهنگی به نهادهای فعال در حوزه فرهنگ؛                   | سازمان های فرهنگی | اقتصاد فرهنگ  |
| ۶۰   | ۳۸. مداخله فعال شهرداری ها در سیاستگذاری و اجرای برنامه های فرهنگی                            |                   |               |
| ۶۳   | ۳۹. برنامه ریزی در زمینه اقتصاد فرهنگ تامین بودجه فرهنگی                                      |                   |               |
| ۷۲   | ۴۰. برنامه ریزی جهت همسو کردن فعالیت های فرهنگی سازمان های متولی فرهنگ                        |                   |               |
| ۶۹   | ۴۱. برنامه ریزی جهت سازماندهی فعالیت های کارگزاران فرهنگی                                     |                   |               |
| ۶۳   | ۴۲. برنامه ریزی جهت حمایت از سازمان های مردم نهاد فعال در زمینه طبیعت و حقوق حیوانات          |                   |               |
| ۷۱   | ۴۳. برنامه ریزی جهت هدایت تحولات خانواده  | خانواده           | سرمايه فرهنگي |
| ۶۹   | ۴۴. برنامه ریزی آموزشی فرهنگی در رسانه ملی جهت کاهش گرایش خانواده ها به برنامه های ماهواره ای |                   |               |
| ۶۶   | ۴۵. برنامه ریزی جهت حمایت از سازمان های مردم نهاد فعال در زمینه طبیعت و حقوق حیوانات          | سرمايه فرهنگي     | سرمايه فرهنگي |
| ۷۱   | ۴۶. برنامه ریزی جهت افزایش اعتماد اجتماعی شهروندان به عملکرد مدیریت شهری در حوزه فرهنگ        |                   |               |
| ۶۹   | ۴۷. برنامه ریزی جهت رعایت حقوق فرهنگی در راستای تثبیت اوضاع فرهنگی                            |                   |               |
| ۶۳   | ۴۸. برنامه ریزی جهت افزایش احساس امنیت فرهنگی   |                   |               |
| ۶۵   | ۴۹. برنامه ریزی جهت محافظت از مناطق ملی حفاظت شده (زیست محیطی)                                | طبیعت             | محيط زيست     |
| ۶۹   | ۵۰. برنامه ریزی جهت ارتقاء فرهنگ زیست محیطی   |                   |               |
| ۶۸   | ۵۱. برنامه ریزی و حمایت از آموزش های فرهنگی - هنری خارج از مدرسه ؛                            | آموزش             | آموزش و پژوهش |
| ۷۰   | ۵۲. برنامه ریزی جهت آموزش های فرهنگی زنان   |                   |               |
| ۶۸   | ۵۳. برنامه ریزی جهت آموزش های فرهنگی بزرگسالان  |                   |               |
| ۷۳   | ۵۴. برنامه ریزی جهت افزایش میزان مشارکت اجتماعی و فرهنگی شهروندان                             |                   |               |
| ۵۸   | ۵۵. اطلاع رسانی فرهنگی به شهروندان  |                   |               |
| ۷۱   | ۵۶. آموزش مهارت های فرهنگی (رفتار شهروندی، دانش هنری،...) به شهروندان                         |                   |               |
| ۶۸   | ۵۷. آموزش قواعد و قوانین فرهنگی به مدیران   |                   |               |
| ۶۷   | ۵۸. برنامه ریزی جهت بهره گیری از ظرفیت های فرهنگی دانشجویان شاغل به تحصیل در کشورهای دیگر،    | پژوهش             | پژوهش         |
| ۷۱   | ۵۹. حمایت از پژوهش های تخصصی در حوزه فرهنگ (انسان شناختی، روانشناختی و...)                    |                   |               |
| ۷۴   | ۶۰. تهیه کاربست های اجرایی از پژوهش های تخصصی در حوزه فرهنگ،                                  |                   |               |

به طور اجمالی می توان گفت کمترین انحراف استاندارد مربوط به گویه های ردیف ۵، ۲۳ و ۴۲ با رقم ۰/۱۱ است. سایر گویه ها حداقل انحراف استاندارد نیم نمره از پنج نمره را داشته اند. بالاترین انحراف استاندارد مربوط به گویه ردیف های ۲ با رقم ۱/۷۹، ۳۳ با رقم ۱/۶۷ و ۱۰ با رقم ۱/۶۴ است. به عبارتی بیشترین اختلاف نظر داوران در مورد این سه گویه بوده است که عبارتند از: برنامه ریزی جهت افزایش تیراژ کتاب ها ؛ برنامه ریزی ورزشی و حمایت از ورزشکاران ؛ نظارت هدفمند بر فرآیند دانلود فیلم و سریال از طریق اینترنت (خریداری شده یا رایگان). حال میانگین ها را که از ۵ نمره بوده است از نظر می گذرانیم تا ببینیم بیشترین موافقت (میانگین های نزدیک به پنج) مربوط به کدام گویه ها است؟ بالاترین میانگین نمره ۴/۶۴ از ۵ مربوط به گویه ۶۰ است که بیان می کند تهیه کاربست های اجرایی از پژوهش های تخصصی در حوزه فرهنگ، می توان گفت این حداقل توقعی که از فرآیند مدیریت توسعه فرهنگی می توان داشت. گویه های ردیف ۵۴، ۴۰، ۵۹، ۴۶ و ۴۳ با میانگین ۴/۳۹ رتبه بعدی را دارند. باز هم می توان گفت

هر یک از گویه ها به نحوی نیازهای برنامه ریزی جهت افزایش میزان مشارکت اجتماعی و فرهنگی شهروندان، برنامه ریزی جهت همسو کردن فعالیت های فرهنگی سازمان های متولی فرهنگ، حمایت از پژوهش های تخصصی در حوزه فرهنگ (انسان شناختی، روانشناختی و ...)، برنامه ریزی جهت افزایش اعتماد اجتماعی شهروندان به عملکرد مدیریت شهری در حوزه فرهنگ و برنامه ریزی جهت هدایت تحولات خانواده را می پوشانند. گویه های ۵۲، ۵۶ و ۳۷ با میانگین ۴/۶۹ نیز در رتبه سوم عواملی نظیر برنامه ریزی جهت آموزش های فرهنگی زنان، آموزش مهارت های فرهنگی (رفتار شهروندی، دانش هنری، ...) به شهروندان، برنامه ریزی جهت تخصیص مناسب بودجه فرهنگی به نهادهای فعال در حوزه فرهنگ؛ بوده است.

### نتیجه گیری

در این پژوهش ضرورت توسعه فرهنگی تحقیق و بررسی شده، نقاط قوت و ضعف و بطور کلی موانع و چالش های موردنظر در حرکت به سوی توسعه فرهنگی در کلانشهر تهران مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته و با توجه به اولویت بندی عوامل مؤثر، الگوی نهایی پیشنهاد گردیده است. بر اساس این الگو موارد ذیل بعنوان نتیجه حاصل گردید؛ همسو کردن فعالیت های فرهنگی سازمان های متولی امر فرهنگ تاثیر بسزایی در توسعه فرهنگی دارد. چرا که نهاد های زیادی در این زمینه مشغول به فعالیت و ارائه خدمت بوده و مسائلی نظیر موازی کاری و انجام امور مشابه موجب هدر رفت هزینه و کاهش اثربخشی می گردد. جلب مشارکت مردم در امور فرهنگی از عوامل اصلی در توسعه فرهنگی می باشد. بر این مبنا بسیاری از هزینه هایی که توسط دستگاه های متولی فرهنگ و حتی سایر نهادهای مدیریت شهری، صرفه جویی شده و این امر خود مولد نوعی توسعه پایدار می باشد. لذا مقوله میزان مشارکت مردم در امور فرهنگی به عنوان یکی از عوامل اصلی در الگوی سنجش توسعه فرهنگی می باشد. مقوله میزان بهره مندی از حقوق فرهنگی در کنار مقوله هویت فرهنگی به عنوان شرایط موثر بر میزان تامین نیازها و مطالبات فرهنگی افراد می باشد. همچنین میزان مشارکت فرهنگی در کنار مقوله اقتصاد فرهنگی به عنوان شرایط زمینه ای بر راهبرد اصلی یعنی ارائه الگوی مدیریت توسعه فرهنگی در کلانشهر تهران اثرگذار است. مزیت اصلی این پژوهش کیفی بودن آن و ارائه مدل جامع و کاربردی است که همزمان تلاش شده است تا به اکثر مولفه ها و شاخص های موثر بر مدیریت توسعه فرهنگی توجه نماید. محدودیت اصلی این پژوهش هماهنگی با داوران و مصاحبه شوندگان بود، چرا که اکثر ایشان از نخبگان فرهنگی و سیاست گذاران فرهنگی بوده و هماهنگی با آن ها مستلزم صرف زمان و تلاش مستمر بود.

استفاده همزمان از شاخص های کیفی و کمی برای سنجش میزان مشارکت فرهنگی شهروندان بعنوان یکی از پیشنهادات این پژوهش می باشد. همچنین حمایت از پژوهش های کاربردی در زمینه توسعه فرهنگی و بهره گیری از نتایج حاصل شده از تحقیقات در امور اجرایی مدیریت فرهنگی به عنوان یکی از عوامل موثر در تحقق توسعه فرهنگی؛ از دیگر پیشنهادات این پژوهش می باشد. به سبب ماهیت گسترده، پیچیده و جامع مسائل فرهنگی، وجود شاخص ها و عوامل بسیار گسترده از یک سو و کشف روابط پیچیده بین آن ها از سوی دیگر فرایند شاخص سازی و سنجش توسعه فرهنگی را با مشکلات اساسی مواجه ساخته است. پژوهش حاضر با در نظر گرفتن شاخص های اصلی توسعه فرهنگی در صدد برداشت گامی هر چند کوچک در این حوزه برای مدیریت توسعه فرهنگی کلانشهر تهران می باشد.

۱. افروغ، عماد. (۱۳۸۵)، چالش‌های فرهنگی ایران، روزنامه اطلاعات. شماره ۲۳۷۳۲
۲. بابایی فرد، اسد ا. (۱۳۸۹)، توسعه فرهنگی و توسعه اجتماعی در ایران، تهران، رفاه اجتماعی. سال دهم. شماره ۳۷.
۳. بیرو، آلن (۱۳۷۰). فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، تهران، نشر کیهان.
۴. پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۴). راهنمایی طراحی فضاهای شهری در ایران. ناشر شرکت طرح و نشر پیام سیما.
۵. دفتر برنامه ریزی عمرانی وزارت کشور - مرکز مطالعات برنامه ریزی شهری (۱۳۸۱)، برنامه ریزی و مدیریت شهری، مسائل نظری و چالش‌های تجربی، تهران: انتشارات سازمان شهرداریهای کشور.
۶. سرایی، حسن (۱۳۸۲). مقدمه‌ای بر نمونه‌گیری در پژوهش، تهران، انتشارات سمت.
۷. شایبر چیما، جی (۱۳۷۹). مدیریت شهری، خط مشی‌ها و نوآوری‌ها در کشورهای در حال توسعه، ترجمه پرویز زاهدی، شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
۸. عبدی، مصطفی، اسماعیل کاوسی، اکبر اعتباریان (۱۳۹۳)، طراحی و ارائه الگوی سنجش توسعه فرهنگی در کشور ایران با استفاده از نظریه داده بنیاد، تهران، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال هفتم، شماره اول
۹. عظیمی، حسین (۱۳۸۳)، مدارهای توسعه نیافتگی در اقتصاد ایران، تهران: نشر نی.
۱۰. فکوهی، ناصر (۱۳۸۶)، انسان شناسی شهری، تهران، نشر نی
۱۱. فکوهی، ناصر (۱۳۹۲)، از فرهنگ تا توسعه، تهران، انتشارات فردوس
۱۲. صالحی امیری، سید رضا (۱۳۸۹)، مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی، تهران، انتشارات ققنوس
۱۳. صالحی امیری، سید رضا (۱۳۹۵)، مبانی سیاست‌گذاری و برنامه ریزی فرهنگی، تهران، انتشارات ققنوس
۱۴. کلانتری، خلیل (۱۳۸۹). پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی - اقتصادی. تهران، چاپ چهارم. فرهنگ صبا.
۱۵. مدنی پور، علی (۱۳۸۴). طراحی فضای شهری (نگرشی بر فرایند اجتماعی - مکانی). ترجمه‌ی فرهاد مرتضایی. تهران: شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری. چاپ دوم
۱۶. میرزایی، خلیل (۱۳۸۸). پژوهش، پژوهش‌گری و پژوهش‌نامه‌نویسی. جلد اول. انتشارات جامعه‌شناسان
۱۷. نعمتی، داریوش، حبیب آقا بخشی (۱۳۹۲)، تهران شهر دوستدار سالمند، گام‌های آغازین تحقق نخستین پایتخت سالمندی جهان، تهران، مجله پژوهش‌های اجتماعی، شماره ۱۸
۱۸. نوابخش، مهرداد، مریم ثابتی (۱۳۹۴)، طراحی و ارائه الگو جهت سنجش تاثیر سرمایه فرهنگی بر ابعاد توسعه پایدار شهری، تهران، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال هشتم، شماره اول
۱۹. نوابخش، مهرداد (۱۳۹۲)، ضرورت احیاء سرمایه اجتماعی در توسعه فضاهای شهری، تهران، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال پنجم، شماره چهار

20. Akbulut, g (2011). Cultural tourism, Procedia Social and Behavioral Sinces.
21. Arnestein, sherry.A, (1995), lader of citizen of participation, classic Reading in urban planning an Introduction, Graw Hill.
22. Beil, Anders (2000). "Factors Promoting cooperation in the laboratory in -common pool resurce dilemmas...", P36.
23. Bulding, britain's (2009). future Building a society for all ages, government HM
24. Garner, Ben (2016). The Politics of Cultural Development, Graw Hill.
25. Global age-friendly cities : a guide(2007). World Health Organization, ISBN 978 92 4 154730 7
26. <http://www.sedaghatnews.ir/Pages/News-5397.html>