



ارائه و ارزیابی مؤلفه‌ها و شاخص‌های رفتاری مؤثر در اعتباربخشی فرهنگی در صنایع فرهنگی

سید علی منیری^۱، محسن عامری شهرابی^{۲*}، مجتبی معظمی^۳

اطلاعات مقاله	چکیده
<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>شاپا الکترونیکی: ۲۷۸۳-۴۵۶۵</p> <p>شاپا چاپی: ۲۰۰۸-۹۷۷۵</p>	<p>در این پژوهش به منظور ارائه و ارزیابی مؤلفه‌ها و شاخص‌های رفتاری مؤثر در اعتباربخشی در صنایع فرهنگی، با استفاده از تحلیل محتوای استقرایی؛ ۱۵ مؤلفه و ۷۴ شاخص، شناسایی و تبیین و در ادامه با استفاده از تکنیک دلفی سه مرحله‌ای در بین ۳۲ نفر از خبرگان علمی و اجرایی، این شاخص‌ها مورد جرح و تعدیل قرار گرفت. نهایتاً ۱۵ مؤلفه اخلاق، عقلانیت، عدالت، هویت ملی، هویت دینی، هویت انقلابی، سرمایه اجتماعی، نظم اجتماعی، وحدت و انسجام، استقلال فکری، تعاملات فرهنگی بین المللی، بهداشت جسمی و روانی، مصرف کالاها و خدمات فرهنگی، خانواده و سرمایه فرهنگی در الگوی مفهومی اعتباربخشی فرهنگی در صنایع فرهنگی ارائه شد.</p> <p>در مرحله دوم تحقیق، حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر برآورد شده و پس از گردآوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل آماری داده‌های پژوهش در دو سطح توصیفی با استفاده از شاخص‌های آماری (نظیر فراوانی، درصد و میانگین) و سطح استنباطی (آزمون لوین، آزمون تی تست)، تحلیل عاملی تأییدی، با استفاده از Spss 22 و Lisrel 8.54 و Excel صورت گرفت. معناداری ضرایب و پارامترهای بدست آمده ابعاد اخلاق، عقلانیت، عدالت، هویت ملی، هویت دینی، هویت انقلابی، سرمایه اجتماعی، نظم اجتماعی، وحدت و انسجام، استقلال فکری، تعاملات فرهنگی بین المللی، بهداشت جسمی و روانی، مصرف کالاها و خدمات فرهنگی، خانواده و سرمایه فرهنگی نشان داد که تمامی ضرایب بدست آمده، معنادار می‌باشند. یافته‌های حاصل از تحلیل ابعاد نشان می‌دهد که در مؤلفه‌های مدل اعتباربخشی فرهنگی در صنایع فرهنگی شهرداری بیشترین توجه به مؤلفه «خانواده» و کمترین توجه به مؤلفه «مصرف کالاها و خدمات فرهنگی» می‌باشد.</p>
<p>واژه‌های کلیدی:</p> <p>فرهنگ، صنایع فرهنگی، اعتباربخشی فرهنگی</p>	

۱- دانشجوی دکتری مدیریت فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران

۲- دکتری مدیریت فرهنگی و استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران. mohsen.amerishah@gmail.com

۳- استادیار گروه مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران. m_moazzamiii@yahoo.com

مقدمه

در سال‌های اخیر جامعه‌ی بین‌المللی به گونه‌ای فزاینده نقش غیر قابل انکار فرهنگ در توسعه پایدار را به رسمیت شناخته است. توسعه پایدار بنا به تعریفی که در گزارش کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه آمده به معنای توسعه‌ای است که نیازهای زمان حال را برآورده می‌کند، بدون آنکه به توان نسل‌های آینده در برآوردن نیازهایشان لطمه‌ای وارد کند. (UNESCO, 2009). تا چند دهه قبل عقیده اکثر صاحب‌نظران بر این بود که توسعه مفهومی اقتصادی دارد. به عبارت دیگر توسعه فقط جنبه اقتصادی داشت و کشورها در جهت دستیابی به توسعه، به تقویت اقتصاد خویش می‌پرداختند. اما این وضعیت با شکست‌های گسترده‌ای تغییر یافت که فقط معیارهای اقتصادی را در برنامه ریزی خود در دستیابی به توسعه گنجانده بودند و موجب از دست رفتن مفهوم یک بعدی توسعه شد (Bourdieu, P. 2011).

امروز محققان، آینده پژوهان و سیاست‌گذاران بر این باورند که بعد از دوران جدال‌های نظامی (در گذشته تا دهه ۱۹۷۰) و رقابت‌های اقتصادی (چند دهه اخیر تاکنون)، آینده، صحنه نبرد و رقابت فرهنگ‌های مختلف است. هر ملتی که فرهنگ برتر داشته باشد پیروز میدان کارزار آینده است (چه در حوزه سیاست و چه اقتصاد) و این شاهد این مدعاست که توسعه فرهنگی، مقدم بر توسعه سیاسی و اقتصادی است.

به این ترتیب در آغاز قرن جدید، توسعه دیگر مفهومی فقط اقتصادی ندارد، بلکه نگاهها بیش از همه به زمینه‌های فرهنگی اجتماعی که توسعه در آن تحقق یافته و نیز شرایطی که به آن فرهنگ خاص مربوط می‌شود معطوف شده است و به طور کلی، فرهنگ و هنر بنیان جامعه را پی ریزی می‌کند و هر جامعه‌ای هر قدر هم که نوپا باشد، دوام و بقای آن مبتنی بر اصول فرهنگی است که هویت جامعه و افراد آن را می‌سازد. بنابراین مهمترین رکن هویت بخش در هر جامعه پیشینه و غنای فرهنگی آن است (Tutar, Hasan, Altinoz, Mehmet, Cakiroglu, Demet, 2014).

کتاب "توسعه یعنی آزادی" مشهورترین نوشته منتشر شده اقتصاددان مشهور هندی آمارتیا سن (برنده جایزه نوبل ۱۹۹۸) که به داشتن نگاهی فرهنگی و انسان محور به علم اقتصاد مشهور است، اینگونه شرح می‌دهد: به طور کلی می‌توان برای توسعه دو دیدگاه قطبی بیان کرد که سایر برداشت‌ها در گستره‌ای وسیع در میان این دو قرار می‌گیرند: یکی دیدگاهی است که توسعه را با مفاهیم و معیارهایی چون رشد تولید ملی، افزایش درآمد، صنعتی شدن، پیشرفت فناوری، مدرنیزه شدن و جزء این‌ها بیان می‌کند و می‌سنجد.

دیدگاه دیگر، توسعه را به صورت فرایند گسترش آزادی‌های واقعی (آزادی‌های سیاسی و حقوق مدنی، آزادی مشارکت در بحث‌ها و تبادل نظرهای اجتماعی ...) بیان می‌کند و معیارش نیز تنها رضایت مردم است.

با انتخاب تعریف نخست، خودمان را از همان آغاز راه در دایره‌ای بسته و دیدگاهی تنگ محدود می‌کنیم که حتی اگر برحسب تصادف و شانسی به هدف هم برسیم با آنچه می‌توانستیم داشته باشیم تفاوتی محسوس خواهد داشت. مفهوم دیگری که تفاوت این دو دیدگاه توسعه را روشن‌تر می‌کند، ارتباط "درآمد" و "دستاوردها" است.

در دیدگاه اول، توسعه به دنبال کسب درآمد است به صورت افزایش درآمد ملی یا درآمد سرانه، ولی در منظر دوم توسعه به دنبال کسب دستاوردها است. درآمد را همه به خوبی می‌شناسیم و شاید بیشتر ایام عمرمان را به دنبال کسب آن صرف کرده‌ایم و خواهیم کرد. درآمد خود نوعی دستاورد است ولی تمامی آن نیست.

دستاورد آن چیزی است که به خودی خود و به دلیل رضایتی که برای ما ایجاد می‌کند ارزشمند است و تقریباً همه ی ما درآمد را به عنوان وسیله‌ای برای کسب دستاورد دوست داریم.

درک و استفاده از این تغییر پارادیم برای کشورهایمانند جمهوری اسلامی ایران که در برخی از صنایع سخت رتبه بالایی در جهان ندارند و برعکس از نظر محتوای فرهنگی، از پیشینه‌ای غنی و افتخارآفرین برخوردارند، فرصتی حیاتی است (گرشاسبی فخر و دیگران، ۱۳۹۴).

آمار و اطلاعاتی که در گزارش سالانه سال ۲۰۱۷ آنکتاد (کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل) (UNCTAD: United Nations Conference on Trade and Development) ارائه شده موید رشد جهش گونه صنایع فرهنگی در سال‌های اخیر است.

این سالها مؤسسات گوناگون سازمان ملل با تمرکز دوباره بر نقش فرهنگ و صنایع فرهنگی به عنوان ابزاری در دستیابی به اهداف توسعه پایدار از پیشگامان این امر به شمار می‌آیند.

یونسکو سال‌هاست که به موضوع صنایع فرهنگی توجه نشان می‌دهد و به دنبال نظام بخشی این مفهوم و ارتباط آن با توسعه است، نخستین بار در سال ۱۹۷۶ در کنفرانس عمومی این سازمان در نایروبی و بعد در سال ۱۹۹۵ با انتشار گزارش کمیسیون جهانی فرهنگ و توسعه و خصوصاً با انتشار گزارش «فرهنگ، آفرینندگی و بازارها» در ۱۹۹۸ در استکهلم سوئد زمینه‌ای فراهم شد که در دهه آموزش توسعه پایدار (۲۰۰۵-۲۰۱۴) یونسکو و در برنامه محوری آموزش ESD (Education for Sustainable Development) یک رکن از چهار محور اصلی آن برنامه کالاها و خدمات مربوط به صنایع فرهنگی را در بر گیرد (ابراهیمی لویه، ۱۳۸۰).

هم کنفرانس یاد شده و هم گزارش پس از آن بر لزوم سیاست‌گذاری‌های فرهنگی نوین برای دربرگیری نقش نوظهور صنایع فرهنگی به عنوان بخشی از راهبردهای توسعه پایدار تأکید کردند.

در گذر زمان با پذیرش کنوانسیون ترویج و حمایت از تفاوت‌های فرهنگی و توافقنامه پاریس از سوی مجمع عمومی سازمان ملل متحد در سال ۲۰۰۵ صنایع فرهنگی و کسب و کارهای خلاقانه‌ی ناشی از آن جایگاهی مناسب در راهبردهای توسعه پایدار به دست آورده‌اند. (میلنر، ۱۳۸۵).

صنایع فرهنگی با ظرفیت بالای اشتغال و درآمدزایی زمینه مناسبی برای رشد اقتصادی فراهم آورده است طبق نتایج به دست آمده از تحقیقات گسترده‌ای که در مورد سهم صنایع فرهنگی در رشد اقتصادی کشورهای عضو اتحادیه اروپا انجام شده است بخش فرهنگ در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصادی با سرعت بیشتری رشد کرده و اشتغال بیشتری را هم ایجاد کرده است. بعلاوه این صنایع موجب حرکت سایر بخش‌های اقتصادی از جمله بخش ابتکار و تکنولوژی ارتباطات نیز شده است (تراسپی، ۱۳۸۵).

طبق گزارشی در حالی که میزان کل اشتغال در سال‌های ۲۰۰۴ - ۲۰۰۲ در کشورهای عضو اتحادیه اروپا کاهش یافته است اشتغال در این بخش به میزان ۱/۸۵ درصد افزایش داشته است. بدین ترتیب فرهنگ فرصت‌های اشتغال متعدد و متنوعی را با مهارت‌های بالا ایجاد می‌کند (وحدتی، ۱۳۸۰).

به مرور زمان سیاست‌گذاران فرهنگی دریافته‌اند که برای تصمیم‌گیری‌های آگاهانه در جهت ترویج و ارتقاء موفقیت‌آمیز صنایع فرهنگی، وجود داده‌های قابل اعتماد و آمارهای معنی‌دار و هدفمند، ضروری است.

یونسکو پیشگام حرکت به سمت تولید داده‌های آماری پیرامون صنایع فرهنگی است. دیگر مجامع بین‌المللی همچون شورای اروپا نیز تلاش‌هایی برای درک و بکار بستن پتانسیل اقتصادی صنایع فرهنگی به انجام رسانده‌اند. بانک جهانی، بانک‌های

منطقه‌ای توسعه و دولت‌های کشورهای صنعتی نیز به شکلی روز افزون به مفهوم صنایع فرهنگی توجه نشان می‌دهند. در منطقه‌ای آسیا-اقیانوسیه، کنفرانس بین مؤسسه‌ای سازمان ملل که با مشارکت یونسکو، بانک جهانی، سازمان توسعه صنعتی ملل متحد، بانک توسعه آسیا و سازمان جهانی مالکیت معنوی در فوریه ۲۰۰۵ در هند برگزار شد، انگیزه‌ای برای همکاری و هماهنگی برنامه‌های کشوری در این منطقه‌ی جهان فراهم نمود. (یونسکو، ۱۳۰۰).

یکی از نتایج حائز اهمیت این کنفرانس دستیابی به چارچوبی مشترک برای گردآوری و تحلیل نظام‌مند آمارها در خصوص صنایع فرهنگی بود که منتج به نتیجه‌ای شد که مبنای این تحقیق می‌باشد این نتیجه در بند ۳ قسمت ۶ از بخش اول سند منتشر شده از پیامدهای مورد انتظار پروژه‌های جمع‌آوری داده‌ها در سطح ملی مطرح شده که به دلیل اهمیت هر سه مورد ذیلاً درج شده:

۱- شکل‌گیری پایگاه اطلاعاتی در خصوص صنایع فرهنگی با داده‌های قابل مقایسه (اطلاعات منسجم، گزارش‌های داده‌ای منظم، تحول سیاستگذاری‌ها، تسهیل سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در این عرصه و هموار شدن مسیر پروژه‌های بعدی)

۲- ظرفیت‌سازی در مورد آمارهای صنایع فرهنگی. در سطح ملی، این امر از طریق پرشدن شکاف میان صنایع فرهنگی، سیاستگذاری‌ها و جمع‌آوری داده‌های آماری، بهبود سیستم‌های اطلاعاتی (نرم‌افزارهای آماری صنعتی برای ذخیره، پردازش، جدول‌بندی و تحلیل داده‌ها) و افزایش ظرفیت نهادی صورت می‌گیرد و در سطح منطقه‌ای (در اینجا آسیا-اقیانوسیه) به واسطه‌ی همکاری آگاهانه‌تر برای تصمیم‌گیری‌های دانش-محور، ارتقاء پیوندهای منطقه‌ای، همکاری در استفاده از منابع سازمان‌های توسعه و بهبود بازاریابی برای فعالان آماری

۳- دستیابی به استانداردهای عملکردی برای اینکه توسعه‌ی صنایع فرهنگی نه تنها از حیث کاهش فقر و احیاء نقش اجتماع محلی، بلکه به مثابه عنصر ضروری توسعه‌ی پایدار

بدیهی است هنگامی که سخن از استانداردسازی به میان می‌آید نظام مندی عملکرد و سنجش فعالیت‌های آتی را در پی دارد آنچه که به نظر نگارنده این تحقیق که پس از بررسی‌های متعدد و مصاحبه‌های مفصل با برخی از نخبگان و صاحب نظران این حوزه آمد، خلاء وجود استانداردهای مشخص برای سنجش اثربخشی و نقش آفرینی فرآورده‌های صنایع فرهنگی در اهداف موردانتظار از آنها (رساندن جامعه بشری به توسعه پایدار) و مهم‌تر از آن سنجش عملکرد فعالیت فعالان بخش فرهنگی و صنایع فرهنگی بر مبنای استانداردهای تدوین شده و مورد اجماع نخبگان بوده است.

دغدغه امروز انسان در دوران جهانی شدن، حفظ، بقا و تداوم فرهنگ ملی و محلی است. اگر ابعاد ثلاثه جامعه یعنی سیاست، فرهنگ و اقتصاد مورد توجه قرار گیرد، مفاهیمی چون صنایع فرهنگی، کالا و بازارهای فرهنگی و خدمات فرهنگی می‌تواند این سه بعد را با هم پیوند داده و با حذف مرزهای اقتصادی، فرهنگی و سیاسی، جایگاه انسان را در جهان دچار تحول کند. کالا و خدمات فرهنگی به دلیل رویکرد دو گانه خود یعنی از یک سو پاسخگوی نیازهای انسان است و از طرفی انتقال مفاهیم پنهان فرهنگی، از اهمیت زیادی برخوردار است.

اقتصاد فرهنگ در جهانی شدن شکل نوینی از اقتصاد را پایه ریزی کرده است به گونه‌ای که نمی‌توان کالا و خدماتی در گستره جهانی توزیع کرد و آن را خالی از اندیشه‌های فرهنگی دانست. ابزارها و کالاهای تولید شده، مفاهیم فرهنگی خود را به همراه دارد، لذا این فرصت می‌تواند اهمیت اقتصاد فرهنگ را در جهان بیش از پیش مشهود سازد.

سوالی که در این مسئله به میان می‌آید این است که آیا هر محصول و فرآورده تولید شده در صنایع فرهنگی می‌تواند موجب اعتلای فرهنگی جامعه شود و توسعه پایدار و افزایش سرمایه اجتماعی را رقم زند؟ آیا به صرف اینکه یک محصول شکل و ظاهری فرهنگی دارد و در قالب یک محصول فرهنگی توزیع شده می‌تواند کارکردهای صحیح و مفید فرهنگی برای همگان داشته باشد؟ یافتن پاسخی برای این دست سؤالات مسئله اصلی و مبنای تحقیق پیش رو می‌باشد. و محقق می‌کوشد تا با ارائه الگویی مفهومی برای اعتبار بخشی فرهنگی که مفهومی بدیع در مورد ارزشیابی فرآورده‌های صنایع فرهنگی خلاق، راهکاری دانش بنیان را برای برون رفت از سردرگمی و برخورد‌های سطحی، احساسی و سلیقه‌ای فراهم آورد. لذا به منظور پاسخ به این سؤال، این پژوهش قصد دارد با روش ترکیبی بصورت مصاحبه‌ای در بخش کیفی و استفاده از پرسشنامه و نرم‌افزار در بخش کمی، مؤلفه‌ها و شاخص‌های رفتاری مؤثر در اعتبار بخشی فرهنگی در صنایع فرهنگی را ارائه و ارزیابی نماید.

پیشینه تحقیق:

از جمله پژوهش‌های انجام شده در این حوزه می‌توان به پژوهشی که دنیز آکگول با عنوان «اندازه‌گیری میزان رضایت شهروندان از خدمات ارائه شده به وسیله شهرداری نمونه موردی: شهرداری کریشایر» انجام گرفت به این نتیجه رسید که میزان رضایت مندی از خدمات شهرداری با توجه به منطقه‌ای که افراد زندگی می‌کنند و گاهی بر حسب جنسیت، تحصیلات، وضعیت تأهل و میزان درآمد، متفاوت است. (دنیز آکگول، ۲۰۱۲). بعلاوه، پژوهشی با عنوان «بهبود عملکرد مدیریت شهری از طریق خدمات دولت الکترونیکی: تجربه‌ی رومانیایی» توسط پلومب و زامفیر انجام گرفت، یافته‌های مطالعه آنان نشان می‌دهد که خدمات دولت الکترونیکی، ابزاری کلیدی برای بهبود خدمات مدیریت شهری است و دستیابی به سطوح بالای خدمات دولت الکترونیکی به منظور تعامل بیشتر بین دولت و شهروندان، امری لازم و ضروریست و همچنین تلاش در جهت توسعه خدمات دولت الکترونیک و سرمایه‌گذاری در این زمینه را توجیه نموده‌اند. (پلومب و زامفیر، ۲۰۰۹). گوتیرز و همکارانش نیز پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه بین کیفیت خدمات، رضایت مردم و اعتبار حکومت محلی بر اساس گزارش رضایت شهروندان از سنجش کیفیت خدمات دولت محلی» انجام داده‌اند. نتایج پژوهش نشان داد ارتباط بین کیفیت خدمات و رضایت ارتباط مستقیم در حالی که ارتباط میان کیفیت و اعتبار غیرمستقیم است. هم‌چنین رضایت و اعتبار ارتباط محکمی با هم دارند. (گوتیرز و همکارانش، ۲۰۰۹) ذکریم محمددوست درگاهی نیز پژوهشی با عنوان «بررسی مؤلفه‌های فرهنگی مؤثر بر مدیریت شهری در شهرداری تهران» انجام داده است. نتایج پژوهش نشان داد که شهروندان ساکن شهر از مدیریت شهری و شهرداری‌ها فقط رسیدگی به وضعیت عمرانی، کالبدی و اقتصادی و خدماتی شهر را انتظار ندارند، بلکه فراهم کردن زمینه حیات اجتماعی، روابط شهروندی، ساماندهی امور اجتماعی، فرهنگی، فراهم کردن امنیت اجتماعی و روانی و نظایر اینها را می‌طلبند. (محمددوست درگاهی، ۱۳۹۹) هم‌چنین ملیحه حاجی شفیعی و رضا اسماعیلی پژوهشی با عنوان «بررسی نقش فعالیت‌های فرهنگی شهرداری بر توسعه پایدار فرهنگی شهر اصفهان مورد مطالعه منطقه ۴ شهر اصفهان» انجام داده‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که فعالیت‌های فرهنگی شهرداری تا چه اندازه بر توسعه پایدار فرهنگی در منطقه ۴ اصفهان تأثیر دارد. (حاجی شفیعی و اسماعیلی، ۱۳۹۸) حسین علی صادقی منش، حسین برنایی، ناصر حسن زاده نیز پژوهشی با عنوان «تعیین میزان اثر بخشی برنامه‌ها و فعالیت‌های انجام شده سازمان فرهنگی و اجتماعی شهرداری شیراز بر ارتقاء و توسعه فرهنگ شهروندی» انجام داده است. نتایج پژوهش نشان داد که متغیر مشارکت شهروندان، بیشترین همبستگی و رابطه را با ارتقاء و توسعه فرهنگ شهروندی دارا می‌باشد. (صادقی منش، برنایی و حسن زاده، ۱۳۹۷)

سؤالات تحقیق

سؤال اصلی:

مؤلفه‌ها و شاخص‌های رفتاری مؤثر در اعتباربخشی فرهنگی در صنایع فرهنگی کدامند؟

سؤالات فرعی دوم:

۱. مؤلفه‌ها و شاخص‌های رفتاری اعتباربخشی فرهنگی در صنایع فرهنگی کدامند؟
۲. اهمیت مؤلفه‌ها و شاخص‌های رفتاری اعتباربخشی فرهنگی در صنایع فرهنگی از دیدگاه خبرگان تا چه میزان می‌باشد؟
۳. مؤلفه‌ها و شاخص‌های رفتاری مؤثر در اعتباربخشی فرهنگی در صنایع فرهنگی کدامند؟

روش تحقیق

پژوهش حاضر دارای دو مرحله است. روش پژوهش در مرحله اول تحقیق کیفی است و از نوع تحلیل محتوا با نظام مقوله‌ای قیاسی است. مای رینگ معتقد است در تحلیل کیفی محتوا به شیوه اعمال قیاسی طبقه بندی، پژوهشگر با ارائه و مفروض گرفتن تعاریف مشخصی قبل از شروع به تحقیق، به مطالعه متون تعیین شده می‌پردازد و با مقایسه تعاریف از پیش تعیین شده و متن‌های مورد تحلیل به داوری درباره عدم وجود یا وجود مصادیق آن تعریف در متن‌های مورد نظر می‌پردازد. در این پژوهش ابتدا متون مرتبط باهدف اصلی پژوهش انتخاب شده‌اند.

در مرحله دوم بعد از تعیین مؤلفه و شاخص‌های اصلی تحقیق خود در بخش اول به روش تحلیل محتوا، پرسشنامه‌ای براساس مقیاس ۵ بخشی لیکرت (۱=خیلی کم، ۲=کم، ۳=متوسط، ۴=زیاد و ۵=خیلی زیاد) طراحی شده و با توزیع آزمایشی پرسشنامه و دریافت نظرات اساتید آگاه در زمینه جامعه شناسی و مدیریت، مؤلفه‌ها مورد جرح و تعدیل قرار گرفت و بعد از اصلاحات مورد نیاز و نهایی شدن، پرسشنامه در میان اعضای نمونه آماری توزیع شده است. در این تحقیق، از روش‌های مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی و ابزارهایی همچون مصاحبه و پرسشنامه برای جمع آوری داده‌ها استفاده شده است. پرسشنامه این تحقیق در مرحله اول در اختیار صاحب نظران و متخصصان مربوط به موضوع مورد ارزیابی قرار گرفته شده است. و نهایتاً با جرح و تعدیل‌های انجام شده و تأیید روایی آن، پرسشنامه تنظیم شده است.

بخش اول: شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های رفتاری اعتباربخشی فرهنگی در صنایع فرهنگی

با بررسی اسناد موجود در حوزه اعتباربخشی فرهنگی در صنایع فرهنگی و مصاحبه با صاحب نظران این حوزه ابعاد این تأثیر گذاری را می‌توان در ابعاد پانزده گانه (اخلاق، عقلانیت، عدالت، هویت ملی، هویت دینی، هویت انقلابی، سرمایه اجتماعی، نظم اجتماعی، وحدت و انسجام، استقلال فکری، تعاملات فرهنگی بین المللی، بهداشت جسمی و روانی، مصرف کالاها و خدمات فرهنگی، خانواده و سرمایه فرهنگی) که جمعاً ۷۴ مؤلفه هستند، معرفی کرد:

مؤلفه‌ها و شاخص‌های اعتباربخشی فرهنگی در صنایع فرهنگی در جدول شماره ۱ نشان داده شده است.

جدول (۱) مؤلفه‌ها و شاخص‌های رفتاری اعتباربخشی فرهنگی در صنایع فرهنگی در دور دوم دلفی

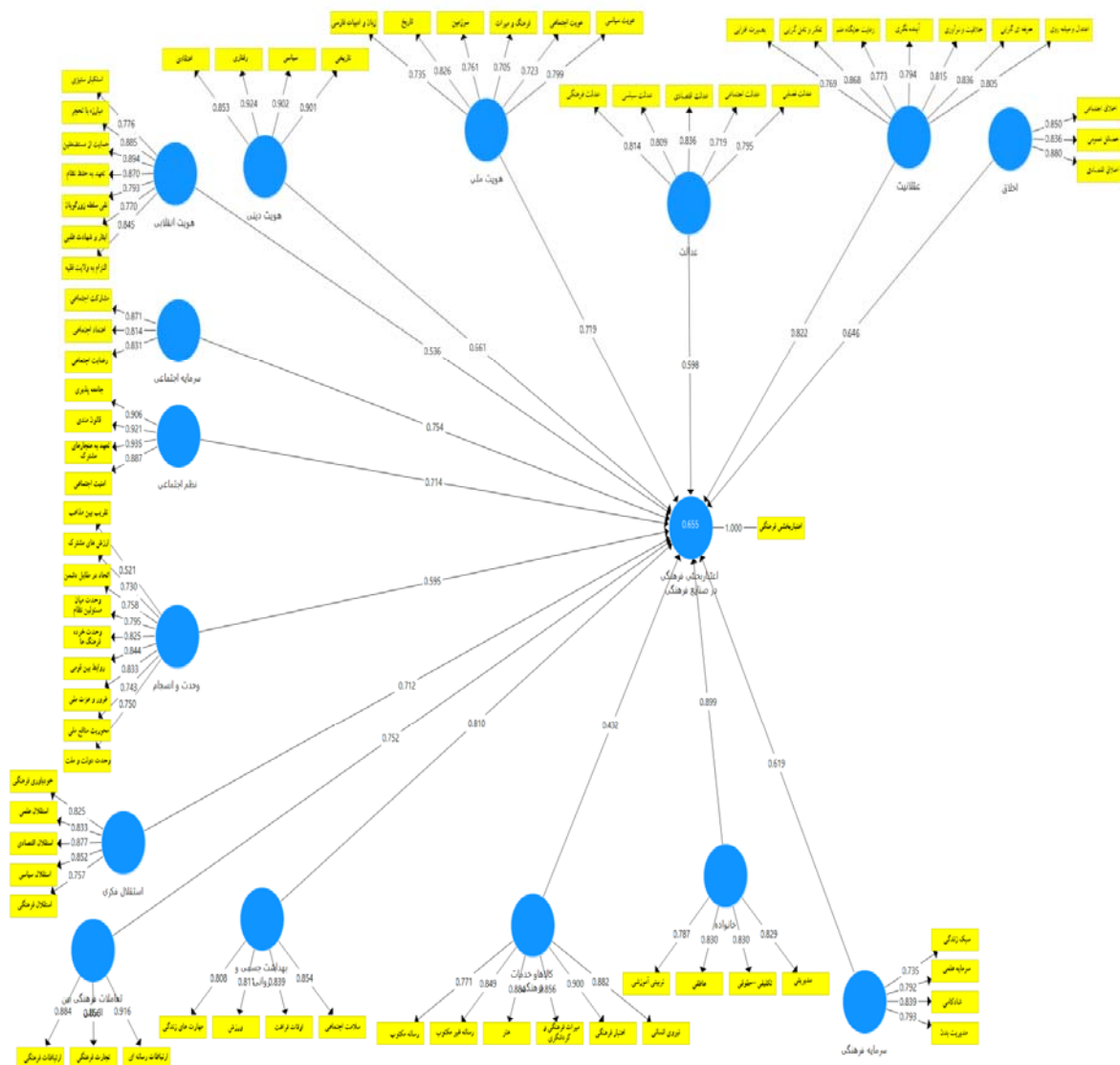
شاخص‌ها	مؤلفه‌ها	ردیف
اخلاق اجتماعی خانوادگی شهر وندی	اخلاق	۱
خصائل عمومی		۲
اخلاق اقتصادی		۳
بصیرت افزایی	عقلانیت	۴
تفکر و تأمل گرایی		۵
رعایت جایگاه علم و دانش		۶
آینده نگری		۷
خلافت و نوآوری		۸
حرفه‌ای گرایی		۹
اعتدال و میانه روی		۱۰
عدالت فرهنگی	عدالت	۱۱
عدالت سیاسی		۱۲
عدالت اقتصادی		۱۳
عدالت اجتماعی		۱۴
عدالت قضایی		۱۵
زبان و ادبیات فارسی	هویت: الف) هویت ملی	۱۶
تاریخ		۱۷
سرزمین		۱۸
فرهنگ و میراث فرهنگی		۱۹
هویت اجتماعی		۲۰
هویت سیاسی		۲۱
اعتقادی	ب) هویت دینی	۲۲
رفتاری		۲۳
سیاسی		۲۴
تاریخی		۲۵
استکبار ستیزی	ج) هویت انقلابی	۲۶
مبارزه با تحجر و التقاط		۲۷
حمایت از مستضعفین		۲۸

تعهد به حفظ نظام ج.ا.ا.		۲۹
نفی سلطه زورگویان		۳۰
ایثار و شهادت طلبی		۳۱
التزام به ولایت فقیه		۳۲
مشارکت اجتماعی	سرمایه اجتماعی	۳۳
اعتماد اجتماعی		۳۴
رضایت اجتماعی		۳۵
جامعه پذیری (آموزش و پرورش)	نظم اجتماعی	۳۶
قانون مندی (قانون گرایی)		۳۷
تعهد به هنجارهای مشترک		۳۸
امنیت اجتماعی		۳۹
تقریب بین مذاهب (همگرایی)	وحدت و انسجام	۴۰
ارزش‌های مشترک (فرهنگی، اجتماعی، سیاسی)		۴۱
اتحاد در مقابل دشمن		۴۲
وحدت میان مسئولین نظام (قوا با یکدیگر)		۴۳
وحدت خرده فرهنگ‌ها		۴۴
روابط بین قومی		۴۵
غرور و عزت ملی		۴۶
محوریت منافع ملی		۴۷
وحدت دولت (قوه مجریه) و ملت	۴۸	
خودباوری فرهنگی	استقلال فکری	۴۹
استقلال علمی		۵۰
استقلال اقتصادی		۵۱
استقلال سیاسی		۵۲
استقلال فرهنگی		۵۳
ارتباطات فرهنگی	تعاملات فرهنگی بین‌المللی	۵۴
تجارت فرهنگی		۵۵
ارتباطات رسانه‌ای		۵۶
مهارت‌های زندگی	بهداشت جسمی و روانی	۵۷
ورزش		۵۸

اوقات فراغت		۵۹
سلامت اجتماعی		۶۰
رسانه مکتوب	مصرف کالاها و خدمات فرهنگی	۶۱
رسانه غیر مکتوب		۶۲
هنر		۶۳
میراث فرهنگی و گردشگری		۶۴
اعتبار فرهنگی		۶۵
نیروی انسانی		۶۶
تربیتی آموزشی		خانواده
عاطفی	۶۸	
حقوقی - تکلیفی	۶۹	
مدیریتی	۷۰	
سبک زندگی	سرمایه فرهنگی	۷۱
سرمایه علمی		۷۲
شادکامی		۷۳
مدیریت بدن		۷۴

بخش دوم: تحلیل عاملی الگوی اعتباربخشی فرهنگی در صنایع فرهنگی

این تحلیل توسط مدل سازی معادلات ساختاری و با استفاده از نرم افزار آماری PLS انجام شده است. نمودار ۱ و نمودار ۲ مدل اندازه گیری متغیرهای تحقیق را در حالت تخمین استاندارد و ضرایب معناداری نشان می دهد.



نمودار (۱) خروجی نرم افزار درباره ضرایب تخمین استاندارد مدل اندازه گیری متغیرها

جدول ۲: بررسی بار عاملی مؤلفه‌های تحقیق

ردیف	مؤلفه	شاخص	بار عاملی	ضریب تعیین	آماره t	اولویت
۱	اخلاق	اخلاق اجتماعی خانوادگی شهر وندی	۰/۸۵	۰/۷۲	۲۲/۲۴۶	دوم
۲		خصائل عمومی	۰/۸۳۶	۰/۷۰	۲۲/۱۸۵	سوم
۳		اخلاق اقتصادی	۰/۸۸	۰/۷۷	۳۷/۶۷۴	اول
۴	عقلانیت	بصیرت افزایی	۰/۷۶۹	۰/۵۹۱	۱۹/۹۷۴	هفتم
۵		تفکر و تأمل گرایی	۰/۸۶۸	۰/۷۵۳	۳۳/۶۴۴	اول
۶		رعایت جایگاه علم و دانش	۰/۷۷۳	۰/۵۹۸	۱۹/۴۸۹	ششم
۷		آینده نگری	۰/۷۹۴	۰/۶۳	۱۷/۱۳۸	پنجم
۸		خلافت و نوآوری	۰/۸۱۵	۰/۶۶۴	۲۰/۱۳۷	سوم
۹		حرفه‌ای گرایی	۰/۸۳۶	۰/۶۹۹	۲۹/۶۸۲	دوم
۱۰		اعتدال و میانه روی	۰/۸۰۵	۰/۶۴۸	۲۶/۳۶	چهارم
۱۱	عدالت	عدالت فرهنگی	۰/۸۱۴	۰/۶۶۳	۲۳/۹۰۴	دوم
۱۲		عدالت سیاسی	۰/۸۰۹	۰/۶۵۴	۲۵/۵۹۱	سوم
۱۳		عدالت اقتصادی	۰/۸۳۶	۰/۶۹۹	۲۳/۷۳۳	اول
۱۴		عدالت اجتماعی	۰/۷۱۹	۰/۵۱۷	۱۰/۱۱۸	پنجم
۱۵		عدالت قضایی	۰/۷۹۵	۰/۶۳۲	۱۵/۲۲۸	چهارم
۱۶	الف) هویت ملی	زبان و ادبیات فارسی	۰/۷۳۵	۰/۵۴	۱۳/۹۶۹	چهارم
۱۷		تاریخ	۰/۸۲۶	۰/۶۸۲	۲۶/۲۶۱	اول
۱۸		سرزمین	۰/۷۶۱	۰/۵۷۹	۱۴/۱۲۶	سوم
۱۹		فرهنگ و میراث فرهنگی	۰/۷۰۵	۰/۴۹۷	۱۲/۴۲	ششم
۲۰		هویت اجتماعی	۰/۷۲۳	۰/۵۲۳	۱۳/۸۹۱	پنجم
۲۱		هویت سیاسی	۰/۷۹۹	۰/۶۳۸	۲۰/۸۸۴	دوم
۲۲	ب) هویت دینی	اعتقادی	۰/۸۵۳	۰/۷۲۸	۳۰/۷۲۵	چهارم
۲۳		رفتاری	۰/۹۲۴	۰/۸۵۴	۵۹/۸۶۹	اول
۲۴		سیاسی	۰/۹۰۲	۰/۸۱۴	۴۱/۲۳۲	دوم
۲۵		تاریخی	۰/۹۰۱	۰/۸۱۲	۶۱/۳۰۶	سوم
۲۶	ج) هویت انقلابی	استکبار ستیزی	۰/۷۷۶	۰/۶۰۲	۱۹/۴۶۹	ششم
۲۷		مبارزه با تحجر و التقاط	۰/۸۸۵	۰/۷۸۳	۴۳/۶۳	دوم

اول	۵۳/۶۶۸	۰/۷۹۹	۰/۸۹۴	حمایت از مستضعفین		۲۸
سوم	۳۳/۲۰۱	۰/۷۵۷	۰/۸۷	تعهد به حفظ نظام ج.ا.ا.		۲۹
پنجم	۱۷/۸۷۹	۰/۶۲۹	۰/۷۹۳	نفی سلطه زورگویان		۳۰
هفتم	۱۸/۱۹۲	۰/۵۹۳	۰/۷۷	ایثار و شهادت طلبی		۳۱
چهارم	۲۹/۳۱۷	۰/۷۱۴	۰/۸۴۵	التزام به ولایت فقیه		۳۲
اول	۳۶/۱۶۴	۰/۷۵۹	۰/۸۷۱	مشارکت اجتماعی	سرمایه اجتماعی	۳۳
سوم	۱۶/۳۶۴	۰/۶۶۳	۰/۸۱۴	اعتماد اجتماعی		۳۴
دوم	۲۳/۵۱	۰/۶۹۱	۰/۸۳۱	رضایت اجتماعی		۳۵
سوم	۵۵/۰۶۵		۰/۹۰۶	جامعه پذیری (آموزش و پرورش)	نظم اجتماعی	۳۶
دوم	۴۸/۲۳۶	۰/۸۴۸	۰/۹۲۱	قانون مندی (قانون گرایی)		۳۷
اول	۹۲/۲۳۸	۰/۸۷۴	۰/۹۳۵	تعهد به هنجارهای مشترک		۳۸
چهارم	۴۴/۱۱۸	۰/۷۸۷	۰/۸۸۷	امنیت اجتماعی		۳۹
نهم	۰/۲۵۸	۰/۲۷۱	۰/۵۲۱	تقریب بین مذاهب (همگرایی)	وحدت و انسجام	۴۰
هشتم	۱۷/۳۲۳	۰/۵۳۳	۰/۷۳	ارزش‌های مشترک		۴۱
پنجم	۱۵/۴۷۴	۰/۵۷۵	۰/۷۵۸	اتحاد در مقابل دشمن		۴۲
چهارم	۲۱/۳۲۳	۰/۶۳۲	۰/۷۹۵	وحدت میان مسئولین نظام		۴۳
سوم	۲۴/۲۸۴	۰/۶۸۱	۰/۸۲۵	وحدت خرده فرهنگ‌ها		۴۴
اول	۴۳/۷۵۹	۰/۷۱۲	۰/۸۴۴	روابط بین قومی		۴۵
دوم	۳۵/۸۹۴	۰/۶۹۴	۰/۸۳۳	غرور و عزت ملی		۴۶
هفتم	۱۴/۵۵۱	۰/۵۵۲	۰/۷۴۳	محوریت منافع ملی		۴۷
ششم	۱۶/۵۷۵	۰/۵۶۳	۰/۷۵	وحدت دولت و ملت		۴۸
چهارم	۲۳/۳۵۴	۰/۶۸۱	۰/۸۲۵	خودباوری فرهنگی	استقلال فکری	۴۹
سوم	۲۸/۷۵۷	۰/۶۸۹	۰/۸۳	استقلال علمی		۵۰
اول	۳۵/۶۴۱	۰/۷۶۹	۰/۸۷۷	استقلال اقتصادی		۵۱
دوم	۳۲/۵۷۶	۰/۷۲۶	۰/۸۵۲	استقلال سیاسی		۵۲
پنجم	۱۸/۰۵۶	۰/۵۷۳	۰/۷۵۷	استقلال فرهنگی		۵۳
دوم	۳۴/۵۱۵	۰/۷۸۱	۰/۸۸۴	ارتباطات فرهنگی	تعاملات فرهنگی بین المللی	۵۴
سوم	۲۲/۷۷۲	۰/۷۳۳	۰/۸۵۶	تجارت فرهنگی		۵۵
اول	۶۹/۵۳۵	۰/۸۳۹	۰/۹۱۶	ارتباطات رسانه‌ای		۵۶

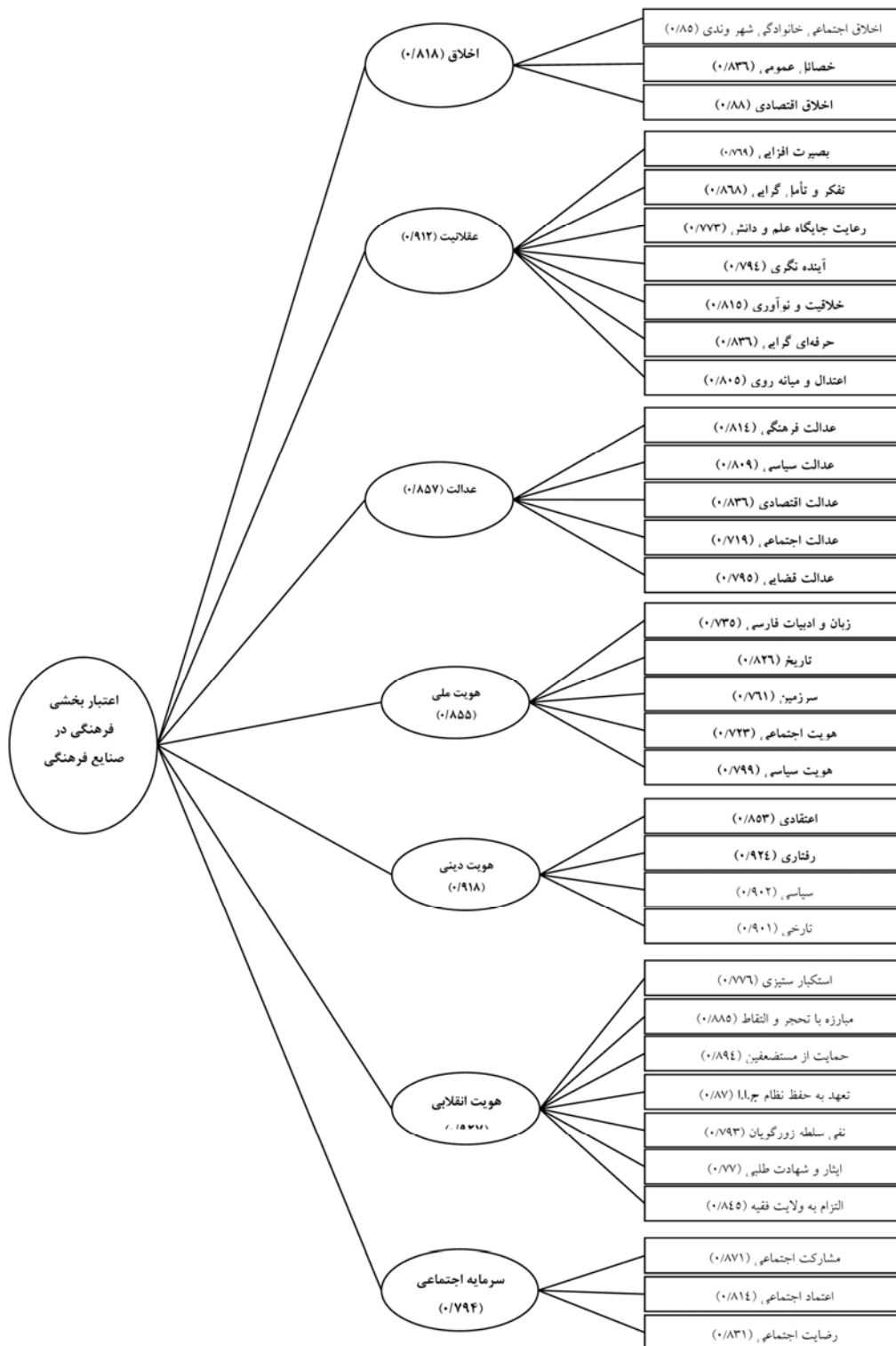
چهارم	۱۹/۶۳	۰/۶۵۳	۰/۸۰۸	مهارت‌های زندگی	بهداشت جسمی و روانی	۵۷
سوم	۲۲/۶۸۸	۰/۶۵۸	۰/۸۱۱	ورزش		۵۸
دوم	۲۹/۲۳۳	۰/۷۰۴	۰/۸۳۹	اوقات فراغت		۵۹
اول	۳۳/۳۷۱	۰/۷۲۹	۰/۸۵۴	سلامت اجتماعی		۶۰
ششم	۱۶/۷۵۱	۰/۵۰۴	۰/۷۱	رسانه مکتوب	مصرف کالاهای خدمات فرهنگی	۶۱
پنجم	۲۰/۳۳۲	۰/۷۲۱	۰/۸۴۹	رسانه غیر مکتوب		۶۲
دوم	۳۸/۹۳۷	۰/۷۸۱	۰/۸۸۴	هنر		۶۳
چهارم	۲۸/۴۱	۰/۷۳۳	۰/۸۵۶	میراث فرهنگی و گردشگری		۶۴
اول	۴۵/۴۱	۰/۸۱	۰/۹	اعتبار فرهنگی	فرهنگی	۶۵
سوم	۳۷/۷۵	۰/۷۷۸	۰/۸۸۲	نیروی انسانی		۶۶
اول	۱۶/۷۰۴	۰/۷۷۱	۰/۸۷۸	تربیتی آموزشی		۶۷
دوم	۱۹/۷۴۹	۰/۶۸۹	۰/۸۳	عاطفی	خانواده	۶۸
دوم	۲۹/۰۶۹	۰/۶۸۹	۰/۸۳	حقوقی - تکلیفی		۶۹
چهارم	۲۴/۴۹	۰/۶۸۷	۰/۸۲۹	مدیریتی		۷۰
چهارم	۱۵/۸۷۳	۰/۵۴	۰/۷۳۵	سبک زندگی		سرمایه فرهنگی
سوم	۱۷/۸۰۶	۰/۶۲۷	۰/۷۹۲	سرمایه علمی	۷۲	
اول	۳۲/۵۴	۰/۷۰۴	۰/۸۳۹	شادکامی	۷۳	
دوم	۱۸/۹۴۴	۰/۶۲۹	۰/۷۹۳	مدیریت بدن	۷۴	

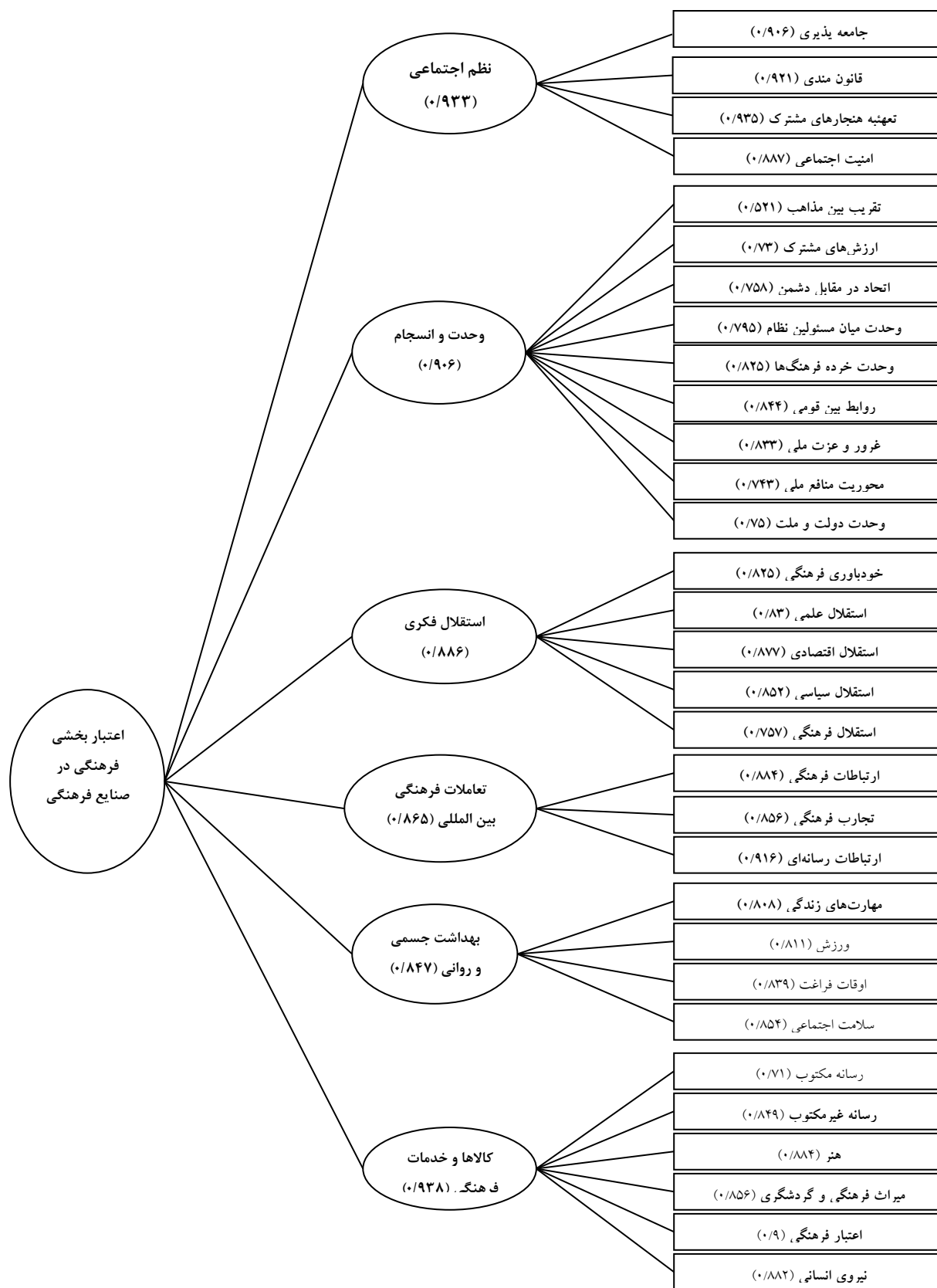
جدول ۳. بار عاملی ابعاد

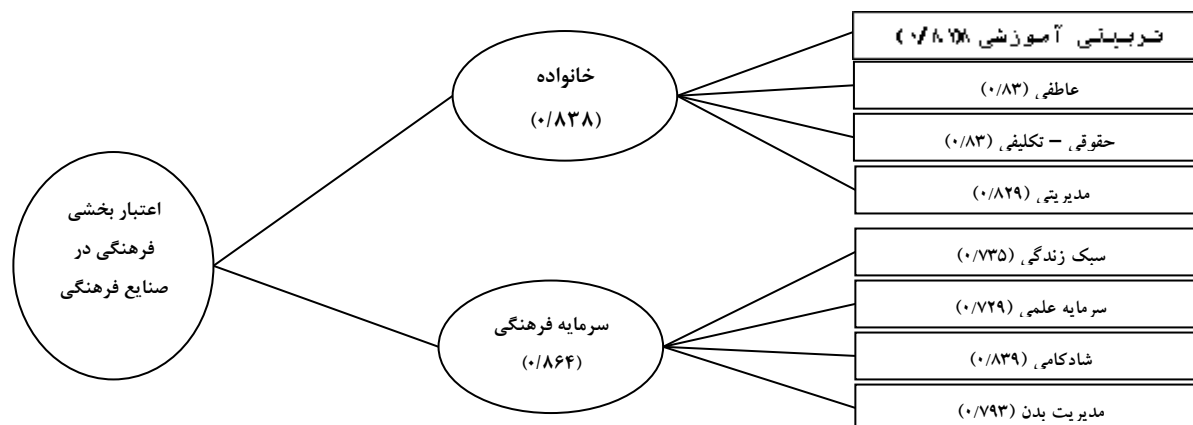
اولویت	آماره t	ضریب تعیین	بار عاملی	مؤلفه	مفهوم
اول	۹/۱۲۹	۰/۸۱	۰/۸۹۹	خانواده	اعتباربخشی فرهنگی در صنایع فرهنگی
دوم	۷/۷۳۵	۰/۶۸	۰/۸۲۲	عقلانیت	
سوم	۸/۱۵۴	۰/۶۶	۰/۸۱	بهداشت جسمی و روانی	
چهارم	۸/۲۸۹	۰/۵۷	۰/۷۵۴	سرمایه اجتماعی	
پنجم	۷/۸۱۳	۰/۵۷	۰/۷۵۲	تعاملات فرهنگی بین المللی	
ششم	۷/۹۵۱	۰/۵۲	۰/۷۱۹	هویت ملی	
هفتم	۸/۴۲۴	۰/۵۱	۰/۷۱۴	نظم اجتماعی	
هشتم	۷/۵۸۵	۰/۵۱	۰/۷۱۲	استقلال فکری	
نهم	۶/۳۷	۰/۴۴	۰/۶۶۱	هویت دینی	
دهم	۷/۲۰۹	۰/۴۲	۰/۶۴۶	اخلاق	
یازدهم	۶/۸۹	۰/۳۸	۰/۶۱۹	سرمایه فرهنگی	
دوازدهم	۵/۹۷۹	۰/۳۶	۰/۵۹۸	عدالت	
سیزدهم	۶/۵۲۱	۰/۳۵	۰/۵۹۵	وحدت و انسجام	
چهاردهم	۵/۰۰۹	۰/۲۹	۰/۵۳۶	هویت انقلابی	
پانزدهم	۴/۴۰۴	۰/۱۹	۰/۴۳۲	مصرف کالاها و خدمات فرهنگی	

نمودار ۱ و نمودار ۲ و جدول ۲ نشان دهنده مدل با ضرایب استاندارد شده است. این ضرایب میزان تأثیر متغیرها و جهت تأثیر را نشان می‌دهد. ضرایب مثبت نشان دهنده اثر مثبت و مستقیم است و ضرایب منفی نشان دهنده اثر معکوس بین متغیرها می‌باشد. همان گونه که در نمودار ۱ و جدول ۲ مشاهده می‌شود، بعد خانواده، عقلانیت، سرمایه اجتماعی به ترتیب بیشترین سهم را در تبیین اعتباربخشی فرهنگی در صنایع فرهنگی و ابعاد وحدت و انسجام، هویت انقلابی و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی کمترین سهم را در تبیین اعتباربخشی فرهنگی در صنایع فرهنگی دارد.

مدل کمی اعتبار بخشی فرهنگی در صنایع فرهنگی







نتیجه گیری

امروزه گسترش جهانی فرهنگ‌ها از طریق بازارهای جهانی و جذب گرایش‌های مختلف به سایر فرهنگ‌ها، کالا و خدمات فرهنگی و سرمایه گذاری در حوزه فرهنگ، اقتصاد فرهنگ را به موضوعی قابل تأمل مبدل ساخته است. ارتباط و تعامل اقتصاد و فرهنگ، سیستم‌های اقتصادی را نیز دستخوش تغییر کرده است. ابزارها و کالاهای فرهنگی جدید چون اینترنت، موبایل، رسانه‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی مجازی، فیلم و انواع نرم افزارهای رایانه‌ای که از ابعاد فرهنگی و هنری برخوردار است، توجه اندیشمندان بزرگ اقتصادی را به شکل گیری بنگاه‌های اقتصادی در حوزه فرهنگ معطوف ساخته است. (Bourdieu, P. 2011).

صنایع فرهنگی نقش عمده‌ای را در قدرت اقتصادی کشورهای مختلف ایفا می‌کند. آنچه در صنایع به‌طور کلی مسئله‌ساز است، در حوزه فرهنگ نیز به دلیل عدم قطعیت تعریف کالاها و خدمات فرهنگی به شدت مسئله‌ساز خواهد بود. اصطلاح صنعت فرهنگی به معنای توانش اقتصادی تولید فرهنگی به منظور تولیدات مانده، اشتغال و برآوردن نیازهای مصرف کننده است. بسیاری از کسانی که در بخش فرهنگ فعالیت دارند این نظریه را پذیرفته‌اند که فعالیت فرهنگی نقش مهمی در اقتصاد هر کشور دارد و استدلال این است که اگر قرار باشد فرهنگ به‌طور اعم و عضو به‌طور اخص را مهم بدانیم، به‌ویژه از نظر سیاست در دنیایی که در سیطره اقتصاددانان است، هر کشور باید شرایط لازم اقتصادی خود را تثبیت کند. (Bourdieu, P. 1986).

"به طور کلی توسعه فرهنگی از جمله بهترین مفاهیم مربوط با فرهنگ است. شکاف ایجاد شده بین کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه و نیز آگاهی روزافزون فعالان سیاسی، اجتماعی و اقتصادی این جوامع از نقش تأثیرگذار توسعه فرهنگی (در ابعاد کمی و کیفی) به عنوان زیربنای توسعه پایدار و همه جانبه ناین امر، ماهیت چشمگیری پیدا کرده است. ژاپن در سال ۱۹۶۸ با تأسیس امور فرهنگی، گام‌های مؤثری را در راه توسعه فرهنگی برداشت. از جمله مأموریت‌های منظور شده در سیاست‌های فرهنگی این کشور عبارتند از: بهبود شرایط جشنواره‌های فرهنگی و هنری، افزایش کمک به فعالیت‌های گروه‌های فرهنگی، فراهم کردن مواد و تجهیزات فعالیت‌های هنری جوانان، کشف و پرورش استعداد‌های هنرمندان جوان و بهبود اطلاع رسانی و تحقیقات فرهنگی است" (محمدی، ۱۳۷۷: ۲۱۹).

مطالعات نشان می‌دهد حوزه فرهنگ عرصه تاخت و تاز مفاهیم گوناگون و غالباً پاردوکسیکال بوده برخی فرهنگ را تا سطح ابزاری در دست حاکمان برای تسلط ملت‌ها و تحمیل اندیشه طبقات بالا بر سایر طبقات اجتماعی (هژمونی) دانسته و برخی فرهنگ

و هنر را با شعارهایی همچون هنر برای هنر به صرف موجودیت برای جامعه مفید دانسته‌اند. موضوع تبادل فرهنگی یا تهاجم فرهنگی سالهاست در مسیر جنبش‌های فرهنگی قرار دارد و هر رویداد فرهنگی را تحت تأثیر خود قرار داده و کنش‌های غالباً متضاد مخاطبان اعم از صاحبان قدرت و صاحبان خرد و اندیشه و مردمان عادی پیرامون این مسئله بوده است.

نگاه به دو متغیر «تهاجم فرهنگی» و «تبادل فرهنگی» و تبیین نسبت‌های منطقی و اصولی بین آن دو همواره مدخل ورود به سؤالات بسیاری بوده است. یکی از سؤالات آن است که با توجه به اینکه در شرایط کنونی تهاجم فرهنگی واقعیت انکارناپذیری در عرصه روابط بین ملتها و دولتهاست چگونه می‌توان به گفتگو و تبادل فرهنگها جامعیت بخشید و بین دو متغیر فوق که نسبت معکوسی دارند، ناهمواری‌های موجود را مرتفع و زمینه‌های رفع بحران تفاهم میان فرهنگها را فراهم کرد؟

یکی از ابعاد بسیار مهم توسعه ملی، توسعه و باروری فرهنگ حاکم بر جامعه است؛ زیرا پیش شرط هر گونه توسعه‌ای، توسعه فرهنگی است. توسعه بدون دستیابی به فرهنگ خاص آن، امکان پذیر نیست. دیدگاه‌ها، نحوه رفتار، شیوه گفتار، جهان بینی و جهان نگر، ارزش‌های دینی، نظم پذیری جمعی، مسئولیت پذیری، منطقی بودن و بسیاری از باورداشت‌های فرهنگی، از عوامل و عناصر تعیین کننده رشد و توسعه علمی و صنعتی جامعه‌اند. از این رو، باید فرهنگ و فعالیت‌های فرهنگی و برنامه ریزی فرهنگی را در بحث فرایند توسعه وارد کرد و به آن اهمیت لازم را داد. بسیاری از رفتارهای فردی و جمعی ما، از فرهنگ نشأت می‌گیرد؛ توسعه در تمامی ابعاد آن به شدت تحت تأثیر باورهای فرهنگی است. بنابراین باید «فرهنگ را محور همه برنامه‌های توسعه قرار داد» (طباطبایی، ۱۳۷۴).

عدم وجود الگوی اعتباربخشی صنایع خلاق فرهنگی (بر اساس آنچه که بررسی‌های تا کنون صورت گرفته از سوی محقق نشان می‌دهد) را می‌توان حلقه مفقوده نظامات فرهنگی و عامل مهمی در تعارضات فعلی دانست.

بنابراین برای کسب مزایای رقابتی بازار مصرف فرهنگی که در کنار ضرورت فراهم سازی محیط برای جوشش اندیشه‌های خلاقانه از سوی هنرمندان و سایر اهالی حوزه فرهنگ به منظور تولید کالای فرهنگی فاخر و والا و همچنین آموزش و حضور متخصصین فعال و خلاق صنایع فرهنگی تا بتوانند با شناسایی عوامل درونی نیازهای اولویت دار مردم جامعه و همچنین پارادایم‌های حاکم بر اندیشه‌های سایر جوامع جهانی زمینه‌های حضور کالاهای فرهنگی را در عرصه‌های ملی و بین‌المللی فراهم سازند، ایجاد یک نظام اعتبار بخشی برای در نظر گرفتن اولویت بندی وزن دهی و رتبه دهی به معادلات و تعاملات چندگانه و چند سویه سبب تحول کیفی و کمی بازار کالاهای فرهنگی در جامعه شده و ارتقای اقتصاد فرهنگ و سیاست‌های فرهنگی را در بر خواهد داشت و با ایجاد هم افزایی، سبب بروز انباشت فرهنگی ملی در جامعه خواهد شد.

منابع

ابراهیمی لویه، ع. (۱۳۸۰). نابرابری اجتماعی و سرمایه فرهنگی (بررسی تأثیر نابرابری اجتماعی بر توزیع سرمایه فرهنگی و نقش سرمایه فرهنگی در بازتولید طبقه اجتماعی). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.

تراسپی، دیوید. (۱۳۸۵) اقتصاد و فرهنگ. ترجمه کاظم

صادقی منش، حسین علی و برنایی، حسین و حسن زاده، ناصر، ۱۳۹۷، تعیین میزان اثر بخشی برنامه‌ها و فعالیت‌های انجام شده سازمان فرهنگی و اجتماعی شهرداری شیراز بر ارتقاء و توسعه فرهنگ شهروندی (مطالعه موردی شهرداری شیراز)، کنفرانس عمران،

معماری و شهرسازی کشورهای جهان اسلام، تبریز،،، <https://civilica.com/doc/775634>

- طباطبایی، جواد، (۱۳۷۴). «ابن خلدون و علوم اجتماعی»، انتشارات طرح نو.
- گرشاسبی فخر، سعید و دیگران (۱۳۹۴) «برآورد روند سرمایه فرهنگی در ایران» فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال چهارم، شماره پانزدهم، تابستان ۹۴
- گزارش راهبردی، نظام تجارت جهانی و نظریه استثنای فرهنگی، مرکز تحقیقات استراتژیک، شماره ۵۴، سال دوم، ۱۳۸۶.
- محمد دوست درگاهی، ذکریا، ۱۳۹۹، بررسی مؤلفه‌های فرهنگی مؤثر بر مدیریت شهری در شهرداری تهران، هفتمین کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در مهندسی عمران، معماری و مدیریت شهری و ششمین نمایشگاه تخصصی انبوه‌سازان مسکن و ساختمان استان تهران، تهران،، <https://civilica.com/doc/1037604>
- محمدی، جمال؛ دادهیر، ابوعلی و محمدی، فردین (۱۳۹۱). "مناسبات سرمایه فرهنگی و سبک زندگی، پیمایشی در میان شهروندان طبقه متوسط شهر سنندج، کردستان". مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ۱۳، شماره ۴، ص ۱-۲۳.
- میلنر آندرو. براویت، جف (۱۳۸۵) درآمدی بر نظریه‌ی فرهنگی معاصر، جمال محمدی، تهران: ققنوس.
- وحدتی، مهرداد، ۱۳۸۰. صنایع فرهنگی، تهران: نشر مؤسسه نگاه معاصر،
- یونسکو، صنایع فرهنگی ۱۳۸۰. (مانعی بر سر راه آینده فرهنگ)، ترجمه مهرداد وحدتی، تهران: نگاه معاصر،
- Akgul, Deniz (2012), Masuring the Satisfacion of citizens for the Scrviccs given by the municipality: the case of kirsehir municipality. Proccdia – Social and Behavioral Scinces, 62: 555.
- Bourdieu, P. (2011), Television and rule of journalism, translated by Fohouhi, N., Tehran: Farhang-e-Javid.
- Bourdieu, P., (1986), The Forms of Capital in Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. (ed.) JG. Richardson, New York: Greenwood Press, (pp. 241-258).
- Gutiérrez Rodriguez, P., Vazquez Burguete, J., Vaughan, R., Edwards, J., (2009), "The Transformation of Municipal Services: towards Quality in the Public Sector", Spain.
- Plumb, I & Zamfir, A, (2009), Improving urban management through E-Government services: the Romanian experience, Theoretical and Empirical Researches in urban Management Number 4(13) / November.
- Tutar, Hasan, Altinoz, Mehmet, Cakiroglu, Demet (2014), A Study on Cultural Difference Management Strategies at Multinational Organizations, 10th International Strategic Management Conference, Procedia - Social and Behavioral Sciences 150, 345 – 353.
- UNESCO (2009). The UNESCO Framework for cultural statistics. General Conference.

Presenting and evaluating the components and behavioral indicators effective in cultural accreditation in cultural industries

Seyedali Moniri¹, Mohsen Ameri sharabi², Mojtaba moazemi³

Article Info	ABSTRACT
<p>Article type: Research Article</p> <p>eISSN: 2008-9775 pISSN: 2783-4565</p> <p>Keywords: culture, cultural industries, cultural accreditation</p>	<p>This study discussed the Designing and presenting an accreditation model for creative cultural industries. This research was an applied study of the purpose and methodologically as qualitative methods. After analyzing the data, 27 components of 621 concept codes were obtained and then classified at six dimensions including, home business, culture making of women job involvement, job culture enhancement, neighborhood identity enhancement, Neighborhood oriented approach in urban Management, empowerment of women. In the second study, the sample size was estimated as 344 people based on Cochran formula and after data collection, the statistical analysis of survey data was performed in two descriptive levels using statistical parameters (such as frequency, percentage, elongation, mean) and inferential statistics (Levin test, t-test), confirmatory factor analysis using Spss 22, Lisrel 8.54 and Excel. Significant coefficients and parameters of factors, home business, culture making of women job involvement, job culture enhancement, neighborhood identity enhancement, Neighborhood oriented approach in urban Management, empowerment of women, showed that all of the coefficients obtained are significant. The results of principal component analysis showed that among the dimensions of the home business development in Tehran, the empowerment of women has the greatest impact (0/89). and the job culture enhancement has the latest impact in the home business development in Tehran (0/67). and the respondents are not satisfied with all other components of questions and they express negative opinions and all components in the Cultural model for home business development in Tehran are enjoyed of high functionality.</p>

1-PhD Student in Cultural Management of Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran.
mohsen.amerishah@gmail.com

2-PhD in of Cultural Management and faculty member of Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran. m_moazzamiii@yahoo.com

3-Assistant Professor of educational management of Azad Islamic University, Tehran North, Tehran, Iran