

جایگاه فرهنگ در برنامه‌ریزی توسعه شهری برای افزایش امنیت اجتماعی

غلامرضا لطیفی*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۱/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۹/۳

چکیده

این مقاله به بررسی نقش فرهنگ و برنامه‌ریزی فرهنگی در توسعه شهری برای افزایش امنیت اجتماعی می‌پردازد. امروزه نقش فرهنگ در برنامه‌ریزی‌ها به‌خصوص برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای پررنگ‌تر شده و برنامه‌ریزان شهری و منطقه‌ای نیز این ضرورت را دریافته‌اند و می‌بایست فرهنگ را در برنامه کار خود قرار دهند، از این رو هر نوع برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای باید بحث فرهنگ و هویت فرهنگی را در برنامه کار خود قرار دهد. فرهنگ به‌عنوان یک عامل اصلی در برنامه‌ریزی، در آینده توسعه نقش و جایگاه مهمی را ایفا می‌کند، که عدم توجه به آن در برنامه‌ریزی؛ تأثیرات منفی زیادی بر جای می‌گذارد. جمع‌آوری اطلاعات بر مبنای مطالعه کتابخانه‌ای و اسنادی بوده و به‌صورت توصیفی-تحلیلی می‌باشد. نتیجه پژوهش نشان می‌دهد که روش برنامه‌ریزی و مدیریت شهری باید تغییراتی را در خود ایجاد کند و به‌جای روش‌های صرفاً کمی و آماری و در نظر گرفتن مؤلفه‌های صرفاً اقتصادی و سیاسی، روش‌های کیفی هم به کار برده شود و در امر برنامه‌ریزی برای شهر و منطقه مؤلفه‌های فرهنگی (نیازها، ارزش‌ها و هنجارهای مردم، صنایع فرهنگی و...) در نظر گرفته شود.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ-توسعه شهری-توسعه فرهنگی-برنامه‌ریزی فرهنگی

مقدمه

تا اوایل دهه ۶۰ توسعه، فرایندی اقتصادی و تکنولوژیک به حساب می‌آمد که در افزایش سرانه محصول ناخالص ملی و به صورت ایجاد فرصت‌های شغلی و سایر امکانات اقتصادی ضروری برای توزیع وسیع‌تر منافع اقتصادی و اجتماعی حاصله تبلور می‌یافت. اما در اواخر دهه به تدریج آشکار شد که هرچند رشد، شرط ضروری توسعه است اما نباید آن را به منزله توسعه تلقی کرد، زیرا به عنوان یک شاخص توسعه، نمی‌تواند تولید برای معاش و جنبه‌های غیراقتصادی شکوفایی فردی و اجتماعی، رفاه و ملاحظات مربوط به توزیع درآمد را در برگیرد (دوپوئی، ۱۳۷۴: ۹). توسعه را در ساده‌ترین تعریف می‌توان تلاشی برای برآورده ساختن نیازهای انسان‌ها و جوامع و افزایش رفاه آن‌ها دانست. اما پرسش مهم این است که با توجه به تنوع و تعدد نیازها کدام دسته از آن‌ها مانند اقتصادی یا فرهنگی باید در اولویت قرار گیرند؟ در تحقیقات و نظریه‌های غالب، بیشتر به عوامل اقتصادی و سیاسی توجه شده و عوامل اجتماعی به ویژه عوامل فرهنگی کمترین توجه را به خود معطوف کرده‌اند (یونسکو، ۱۳۷۶: ۱۳).

توسعه به عنوان فرایندی چندبُعدی تلاشی، برای بهبود زندگی مادی و معنوی انسانی و فرهنگ، به منزله بنیان زندگی فکری و معرفتی محسوب می‌شود. ارتباط متقابل این دو امکان رشد توانایی‌های انسان را فراهم می‌آورد (پورشافعی، ۱۳۸۱: ۷۱). امروزه یکی از دغدغه‌های دولت‌ها، رسیدن به توسعه همه‌جانبه است. از آنجاکه انسان موجودی فرهنگی است، توسعه فرهنگی زیربنای توسعه پایدار شمرده می‌شود. فرهنگ بخش جدایی‌ناپذیر زندگی انسان به شمار می‌رود. تا جایی که برخی از متفکرین آن را وجه ممیزه انسان از سایر حیوانات دانسته‌اند (شارون، ۱۳۷۹: ۸۲).

از دهه ۱۹۸۰ به بعد با ظهور پدیده‌های مختلف از جمله فناوری‌های ارتباطی، ظهور تحولاتی در عرصه علم اقتصاد، تغییر در فرایندهای اقتصادی و ظهور پدیده‌ای به نام جهانی‌شدن، فرهنگ در روند تحولات اجتماعی به صورت عنصری غالب و

جایگاه فرهنگ در برنامه‌ریزی توسعه شهری ... ۳

محوری درآمده و جایگزین عامل اقتصاد نیز شده است. توسعه و تحول اقتصادگرا که چندین دهه عمر کرده است در حال تبدیل شدن به توسعه فرهنگ‌گرا جامعه فرهنگ‌گرا، و به‌طورکلی تحولات اجتماعی فرهنگ‌گرا است. این فرهنگ‌گرایی را "فرهنگی شدن"^۱ نیز می‌نامند. فرایند فرهنگی شدن به معنای ادغام حوزه‌های اجتماعی در یکدیگر یا در فرهنگ است (فاضلی، ۱۳۹۱: ۷۱).

توسعه شهری زمانی پویا خواهد بود که در ارتباط نزدیک با توسعه فرهنگی و در واقع بخش جدایی‌ناپذیر از آن باشد. حیات کالبدی، بی توسعه فرهنگی، نامتعادل خواهد بود. امروزه توسعه فرهنگی رهیافتی تازه است برای سامان دادن نقش دولت، مردم و نهادهای میانجی. از این‌رو توسعه شهری پایدار می‌رود که در بستر توسعه فرهنگی به‌عنوان یک ضرورت مطرح شود، دوام یابد و ماندگاری‌اش را بیش از مضمون در محتوا بیابد. فرهنگ اکنون فرایندی در پیوند با همه جنبه‌های زندگی است، تا جایی که در عرصه‌های گوناگون جای پای فرهنگ را می‌توان دید. زندگی شهری با توسعه شهرنشینی نیاز به یک رهیافت فرهنگی دارد که این رهیافت همان توسعه فرهنگی است (لطیفی، ۱۳۸۲: ۱۴۱).

در شرایط جهانی شدن شاید تعجب‌آور نباشد که نظام سرمایه‌داری جدید کالاهای نمادین و سمبلیک را برای بازارها مناسب می‌داند و هنر و فرهنگ را برای بازارهای محلی، منطقه‌ای دادوستد بین‌المللی و توریسم، تجارتی بزرگ به حساب می‌آورد. برنامه‌ریزی فرهنگی با چنین مفهومی، برنامه‌ریزی و توزیع منابع صنعتی و اقتصادی را دربر می‌گیرد، حال آنکه جنبه‌های فیزیکی فرهنگ عمومی - امکانات، وسایل رفاهی، قلمرو عمومی و تأسیسات زیربنایی فرهنگ - مستقیماً به طراحی شهری و روابط میان کاربری زمین، دسترسی و حمل‌ونقل یا به‌عبارت‌دیگر فرایند برنامه‌ریزی شهری کمک می‌کنند (ایوانز، ۱۳۹۱: ۲۲).

1. Culturalization

بیان مسئله

با رشد شهرنشینی و شهرگرایی و فرایند ساخت‌وسازهای بی‌رویه، بافت‌های باارزش شهری در معرض بیشترین بی‌مهری‌ها و تخریب‌های مختلف قرار می‌گیرند، در حال حاضر بسیاری از خانه‌های تاریخی به دلایل مختلف مورد بی‌توجهی‌اند و بجای آنکه بتوانند ویژگی اثربخشی خود را داشته باشند، به‌صورت عناصری شده‌اند که به‌تدریج به بافت‌های مسئله‌دار شهری تبدیل می‌شوند، فرایند برنامه‌ریزی‌های کالبدی با رویکرد فرهنگ‌گرا می‌تواند که در شهرها در قالب بافت‌های شهری اثرگذار باشد و باید در این خصوص همت گمارند، بنابراین:

- لازمه سیاست فرهنگی آن است که رسانه‌ها از شکاف میان "دارندگان" و "محرومان" بکاهند و بدین ترتیب فرصت‌هایی برای ایجاد ارتباط در اختیار همگان قرار دهند. این سیاست به معنای اتخاذ دیدگاهی است که با در نظر گرفتن مسائل، نیازها و منافع و علایق زنان، قدرت و منابع را یک‌بار دیگر - و این بار به نحوی عادلانه‌تر - میان زنان و مردان تقسیم کنند. این سیاست به معنای آن است که به کودکان و جوانان به‌عنوان حاملان فرهنگ جدید جهانی جایگاه بهتری در سازندگی بدهیم. از این سیاست چنین استنباط می‌شود که باید در روند تحول اجتماعی، میراث فرهنگی را مقوله‌ای کاملاً متنوع بدانیم. در مورد محیط‌زیست طبیعی، سیاست فرهنگی به معنای آن است که ابعادی از مدیریت محیط‌زیست را که عمیقاً در فرهنگ ریشه دارند بهتر بشناسیم و نهادهایی برای اجرای آن ایجاد کنیم و بالاخره این سیاست مستلزم پژوهش‌های جدیدی است که یکپارچگی فرهنگ، توسعه و شیوه‌های گوناگون سازمان‌دهی سیاسی را مدنظر قرار دهد (کمسیون جهانی فرهنگ و توسعه، ۱۳۷۷: ۲۶۲).

مکان‌هایی که فعالیت‌های فرهنگی گروهی و عمومی در آن‌ها اتفاق می‌افتد، آثار مهم و درازمدت هنری، اجتماعی، اقتصادی و نمادین پیرامون شکل و کارکرد شهرها

دارند. هنرهای مختلف در نظام‌یافته‌ترین حالتشان، در دوره‌های مختلف کلاسیک، رنسانس، صنعتی و پسا صنعتی در زندگی جوامع مختلف و در مدل‌های طراحی شهری در سراسر جهان نقش مهمی ایفا کرده‌اند. در مکان‌هایی که این تأثیر هنری با تغییرات مادی، تکنولوژیک و اجتماعی همراه بوده، اقتصاد فرهنگی شهرها هم، از تولید صنایع دستی و هنری، نوآوری و صنعت پررونق فرهنگی حمایت کرده‌اند (ایوانز، ۱۳۹۱: ۲۱).

هدف پژوهش

هدف این مقاله بررسی مناسبات و جایگاه فرهنگ در برنامه‌ریزی شهری است. منظور از فرهنگ در اینجا عبارت است از کلیه وجوه نمادین و معنایی که در شیوه زندگی و نظام اجتماعی یک گروه ساکن در یک شهر وجود دارد. این وجوه معنایی و نمادین شامل زبان، مذهب، هنرها، علوم، فلسفه‌ها، و کلیه آیین‌ها، رسوم و اعتقادات می‌باشد. این وجوه معنایی و نمادین جنبه مادی و معنوی مختلفی دارند. برای مثال در هر شهر همان‌طور که دارای منابع طبیعی مختلفی هستند، منابع فرهنگی متفاوتی نیز دارند. این منابع فرهنگی می‌توانند تبدیل به سرمایه‌های فرهنگی شده و در خدمت هدف‌های توسعه شهری قرار گیرد. نمونه آشکار این نوع منابع فرهنگی را می‌توان قابلیت‌های یک شهر یا منطقه از منظر صنعت گردشگری در نظر گرفت. همچنین می‌توان به منابع فرهنگی معطوف به سرمایه‌های انسانی توجه کرد. سرمایه انسانی را می‌توان شامل کلیه توانایی‌های مهارتی، شناختی و جسمانی یک شهر دانست. از این دیدگاه ویژگی‌های جمعیتی مانند جوانی جمعیت یا میزان سواد و تحصیلات دانشگاهی در شهر برای برنامه‌ریزی شهری اهمیت دارد.

پیشینه پژوهش

بحث فرهنگ و توسعه را اولین بار یونسکو مطرح کرد. با اعلام اندیشه توسعه فرهنگی در سال ۱۹۵۰، دهه ۶۰-۱۹۵۰ به دهه اول توسعه شهرت یافت. در دهه ۷۰-۱۹۶۰ در کشورهای اروپایی مفاهیم و واژه‌های جدید چون توسعه فرهنگی و سیاست فرهنگی در عرصه فرهنگ مصطلح گردید (یونسکو، ۱۹۷۵: ۱۸-۱۰. به نقل از زیاری، ۱۳۷۹: ۹۲). در کنفرانس جهانی ۱۹۸۲ مکزیکوسیتی به بررسی مفاهیم و تعاریف فرهنگ و توسعه و بعد فرهنگی توسعه و توسعه فرهنگی به صورت تشریحی و توصیفی پرداختند و فرهنگ عنصر ضروری توسعه تشخیص داده شد. در این کنفرانس بی‌توجهی به مؤلفه‌های فرهنگی را شکست توسعه و فرآیند توسعه را تحول فرهنگی قلمداد کردند (یونسکو، ۱۹۸۰: ۱۳. به نقل از زیاری، ۱۳۷۹: ۹۳).

واژه فرهنگ در ایران، در قرن‌های گذشته بیشتر به معرفت النفس و بعدها به امور آموزشی اطلاق می‌شد. در برنامه‌های عمرانی اول (۳۴-۱۳۲۷) و دوم (۴۱-۱۳۳۴) فرهنگ به امور آموزشی اطلاق می‌شد و بخش مستقلی به نام فرهنگ در این دو برنامه وجود نداشت. در برنامه سوم (۴۶-۱۳۴۱) فرهنگ فعالیت‌های آموزشی دبستانی، دبیرستانی و عالی را دربر می‌گرفت و فعالیت‌های فرهنگی و هنری را نیز در بطن خود جای داده بود. در جریان برنامه سوم وزارت فرهنگ به دو وزارتخانه آموزش و پرورش و فرهنگ و هنر تقسیم شد. در برنامه‌های اول تا پنجم (۵۶-۱۳۲۷)، اگرچه به برنامه‌ریزی فرهنگی عنایتی داشته‌اند ولی در آن به ابعاد توسعه فرهنگی توجهی نشده است. در برنامه‌های اول (۷۲-۱۳۶۸) و دوم (۷۸-۱۳۷۴) و سوم (۸۳-۱۳۷۸) توسعه اقتصادی-اجتماعی جمهوری اسلامی ایران، مفهوم توسعه فرهنگی، معادل برنامه‌ریزی فرهنگی، به حساب آمده و مفهوم فرهنگ به رشد و تعالی انسان‌ها و بهبود کیفیت زندگی فردی و جمعی اطلاق شده است (سازمان برنامه ۱۳۶۸، ۱۳۷۴، ۱۳۷۸).

چارچوب نظری

توافق اندکی بر سر یک مفهوم واحد از فرهنگ وجود دارد. با نگاهی به پیشینه واژه فرهنگ در زبان فارسی می‌توان کاربرد این واژه را تا زبان پهلوی پیگیری کرد. مصدر واژه فرهنگ (فرهختن) «به معنای ادب و هنر و علم آموختن یا آموزاندن بوده است و فرهنگ در اصل به معنای علم و هر آنچه در رده شایستگی‌های اخلاقی و هنری جای دارد می‌باشد» (آشوری، ۱۳۸۱: ۱۷). تعاریف و مفاهیم متفاوتی از فرهنگ ارائه شده است که به برخی از آن‌ها اشاره می‌کنیم:

- از نظر تیلور^۱ فرهنگ نظامی است از نگرش‌ها، ارزش‌ها و دانشی که به طرز گسترده‌ای در میان مردم مشترک می‌باشد و از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۱۹. به نقل از کروی، ۱۳۸۲: ۲۲).

- کوهن فرهنگ را عبارت از دستاوردها، نهادها، عقاید و مجموعه‌ای از قواعد معاشرت و رفتارهای مرسوم که جامعه آن را برای بهره‌برداری از نیروهای بالقوه موجود در زیستگاه خویش به کار می‌گیرد، می‌داند (کوهن^۲، ۱۹۶۴: ۷۴، به نقل از فاضل نیا و توکلی و تاج‌بخش، ۱۳۸۹: ۱۵۲).

از دید یونسکو، فرهنگ کلیت تامی از ویژگی‌های معنوی، مادی، فکری و احساسی است که یک گروه اجتماعی را مشخص می‌کند. فرهنگ نه تنها هنر و ادبیات را در برمی‌گیرد بلکه شامل آیین‌های زندگی، حقوق اساسی نوع بشر، نظام‌های ارزشی، سنت‌ها و باورها است. حوزه این تعریف است که چارچوبی برای مفهوم بعد فرهنگی توسعه فراهم می‌نماید (یونسکو، ۱۳۷۶: ۱۳).

- ریموند ویلیامز^۳، صاحب‌نظر برجسته مطالعات فرهنگی در کتاب «انقلاب طولانی مدت» (۱۹۸۱) ۳ دسته تعریف گسترده از مفهوم فرهنگ ارائه داده است:

1 F.B.Tylor

2 Kohen

3 R.Williams

۱- برداشت زیبایی‌شناختی از فرهنگ به‌عنوان "هنر": فرهنگ مجموعه‌ای از فعالیت‌های فکری، ذهنی و ذوقی است که ذهن و تجربه انسان به صورت‌های گوناگون تولید می‌کند.

۲- فرهنگ به‌عنوان پرورش روح و ذهن: حالت یا فرایند تکامل انسان در قالب‌های معین ارزش‌های فراشمول یا مطلق است. این تعریف با مفهوم "فراگیری" و "آموزش" پیوند دارد.

۳- برداشت مردم‌شناختی از فرهنگ: فرهنگ شیوه‌ای از زندگی است که بیانگر ارزش‌ها و معانی معین نه‌تنها در هنر و یادگیری بلکه به‌علاوه در نهادها و رفتارهای معمول است.

«بیان چینی» تعریف مردم‌شناختی "فرهنگ" را مفیدترین تعریف برای واریسی انتقادی‌تر برنامه‌ریزی شهری از دیدگاه فرهنگی می‌داند.

"کنفرانس جهانی سیاست‌های فرهنگی در سال ۱۹۸۲ میلادی در مکزیکوسیتی توسط سازمان علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو) برگزار گردید اعلامیه‌ای منتشر کرد که درباره فرهنگ چنین آمده است:

کنفرانس معتقد است که در وسیع‌ترین برداشت می‌توان گفت که فرهنگ کلیتی است ترکیب یافته از خصوصیات متفاوت روحی، مادی، فکری و احساسی که شاخصه یک جامعه یا یک گروه است. فرهنگ نه‌فقط هنرها و نوشتارها بلکه حالات زندگی، حقوق بنیادی انسان، نظام‌های ارزشی، نسبت‌ها و باورها را نیز در برمی‌گیرد. این فرهنگ است که به انسان توان عکس‌العمل نشان دادن در مقابل خود را می‌دهد. این فرهنگ است که ما را به‌طور مشخص انسان می‌کند. حیات عقلایی، قضاوت نقادانه و احساس تعهد اخلاقی به ما می‌بخشد. از طریق فرهنگ است که انسان خود را بیان می‌کند و از خود آگاه می‌شود. ضعف‌های خود را می‌پذیرد، از موفقیت‌های خود می‌پرسد و به ابزارهای جدید دست می‌یابد و کارهای جدیدی خلق می‌کند که از طریق آن‌ها محدودیت‌های خود را مرتفع می‌سازد" (سلیمی، ۱۳۸۳: ۲۹).

می‌توان این نتیجه‌گیری را کرد که عموماً از فرهنگ یک برداشت غیرمادی دارند و به مجموعه معارف، اعتقادات و آداب‌ورسوم، ارزش‌ها و هنجارهایی که به یک ملت هویتی مشخص می‌بخشد و اقوام و ملل را از همدیگر متمایز می‌سازد فرهنگ می‌گویند (دارابی، ۱۳۹۰: ۱۹۳).

پذیرش تعریفی گسترده‌تر از فرهنگ و نقش استراتژیکی آن

از پنجاه سال پیش فرهنگ در اندیشه‌های مربوط به همکاری‌های بین‌المللی فرهنگی، در مفهومی وسیع به کار برده می‌شود. کنفرانس بین‌الدول ونیز در سال ۱۹۷۰ این واقعیت را پذیرفت که فرهنگ از زندگی مردم جدایی‌ناپذیر است. سرمایه‌گذاری‌های فرهنگی بازدهی درازمدت دارند و از جمله عوامل موفقیت توسعه عمومی هر جامعه به شمار می‌روند. قطعنامه شماره یک کنفرانس بین‌الدول در زمینه سیاست‌های فرهنگی کشورهای اروپایی عنوان گویای زیر را دارد:

"فرهنگ تنها به این معنا نیست که آثار و دانش‌هایی را گردآوری کنیم که نخبانان برای استفاده عموم آن را خلق و گردآوری می‌کنند؛ یا ملتی که از گذشته از میراثی غنی برخوردار است آن را به ملت‌های دیگر به‌منزله‌الگویی ارزانی می‌کند؛ علاوه بر این فرهنگ به دسترسی داشتن به آثار هنری و زبان و ادبیات محدود نمی‌شود، بلکه درعین حال اکتساب دانش‌ها و اقتضای شیوه‌ای از زندگی و نیازها را هم در برمی‌گیرد. فرهنگ عرصه‌ای نیست که بتوان آن را به تملک درآورد، بلکه شیوه رفتار کردن با خود، هم‌نوعان و طبیعت است. فرهنگ فقط قلمرویی نیست که درخور دموکراتیزه کردن است، بلکه خود به دموکراسی بدل شده است که باید به حرکت درآورده شود".

بنابراین فرهنگ عنصری است شامل همه کنش‌ها و واکنش‌های فرد و محیط پیرامون او با بعد زیرین زندگی گروه‌های اجتماعی، یعنی مجموعه روش‌ها و شرایط زیست یک جامعه که بر اساس بنیاد مشترکی از سنت‌ها و دانش‌ها و نیز اشکال مختلف بیان و تحقق فرد در درون جامعه به هم پیوند خورده است (دوپوئی، ۱۳۷۴: ۲۲).

توسعه

به‌صورت معمول، توسعه مستلزم تلاش برای بهبود وضعیت زندگی مردم است. توسعه تنها درباره افزایش ثروت نیست، توسعه یعنی تغییر، تغییر در رفتار، آرمان‌ها و روشی است که فرد دنیای اطراف را بازمی‌شناسد و نسبت به آن واکنش نشان می‌دهد. توسعه اقتصادی به‌خودی‌خود تشکیل‌دهنده توسعه نمی‌باشد بلکه علاوه بر آن توسعه شامل تغییر در رفتار انسان‌ها و نهادها نیز می‌باشد و به‌صورت گسترده‌تری کیفیت زندگی را نیز در مواردی از قبیل امید به زندگی، رعایت اصول اخلاقی، اکتساب فرهنگی، دستیابی به آزادی‌های اولیه، غذا، منزلت اجتماعی و رفاه معنوی را نیز در برمی‌گیرد (لطیفی، ۱۳۸۹: ۱۴).

لیمان توسعه را محدود و منحصر در رشد اقتصادی نمی‌داند. به عقیده وی توسعه جریان‌ی است چندبُعدی که در خود تجدید سازمان و سمت‌گیری متفاوت کل نظام اقتصادی-اجتماعی را به همراه دارد. توسعه علاوه بر بهبود در میزان تولید و درآمد، شامل دگرگونی اساسی در ساخت‌های نهادی، اجتماعی، اداری و وجهه نظرهای عمومی مردم است. توسعه در بسیاری موارد حتی عادات، رسوم و عقاید مردم را نیز دربر می‌گیرد (ازکیا، ۱۳۷۰: ۱۸).

توسعه به معنای پیشرفت مستمر کل جامعه و نظام اجتماعی به‌سوی زندگی بهتر یا انسانی‌تر است. برای درک بهتر این معنا، توسعه به فرایندی گفته می‌شود که در آن جامعه از وضعی نامطلوب به وضعی مطلوب تحول می‌یابد. این فراگرد، تمام نهادهای جامعه را در برمی‌گیرد و ماهیت آن اساساً این است که توان و ظرفیت بالقوه جامعه به‌صورت بالفعل درآید (اسدی، ۱۳۶۹: ۳). توسعه این توانایی را به انسان می‌دهد که انتخاب‌های مؤثری را در حوزه زندگی بهتر پیدا کند. هیچ‌کس نمی‌تواند خوشبختی انسان‌ها را تضمین کند؛ فرایند توسعه باید محیط مساعدی برای انسان به وجود آورد، تا قادر باشد به‌صورت فردی و گروهی در جهت توسعه قابلیت‌های خود گام بردارد و فرصت‌های منطقی لازم برای هدایت زندگی مبتنی بر علاقه و نیازهای خود را همراه با بهره‌وری و خلاقیت به وجود آورد (نظری، ۱۳۸۷).

برنامه‌ریزی و توسعه فرهنگی

واژه‌نامه‌ها برنامه‌ریزی شهری را پیوسته یا درمجموع به شکل یک علم و یک هنر، اما ابتدایی برای سیاست‌گذاری تعریف کرده‌اند (دان لوی، ۱۹۹۱). به نقل از ایوانز، ۱۳۹۱: ۲۷). به احتمال قوی دشواری رسیدن به تعریفی دقیق‌تر از این مفهوم به ویژگی چندشکلی آن نسبت داده می‌شود؛ درعین حال همه متفق‌القول‌اند که در تحلیل نهایی، هدف از برنامه‌ریزی شهری سازمان‌دهی شهری است که ساکنانش از شادی بیشتری برخوردار باشند (کوهن و فوریتز، ۱۹۸۸: ۱۲). به نقل از ایوانز، ۱۳۹۱: ۲۷). برنامه‌ریزی، برنامه‌ریزی منابع حال و آینده را در برمی‌گیرد و در نتیجه به برنامه‌ریزی فرهنگی، فعالیت‌ها، تسهیلات و امکانات رفاهی که منابع فرهنگی یک جامعه را تشکیل می‌دهند توجه می‌کند (ایوانز، ۱۳۹۱: ۳۰).

در راهنمای اخیر برای برنامه‌ریزی فرهنگی و توسعه محلی در استرالیا، برنامه‌ریزی فرهنگی به‌سادگی به‌صورت یک رویکرد هدفمند و استراتژیک برای توسعه فرهنگی در نظر گرفته می‌شود (گوپی، ۱۹۸۸: ۸). به نقل از ایوانز، ۱۳۹۱: ۳۰). برنامه‌ریزی فرهنگی به دنبال روشن کردن تاریخ و هویت محلی و طراوت بخشیدن به فضای عمومی جامعه است. فضای عمومی به‌عنوان مکان‌های گردهمایی جوامع محلی و محل مبادلات تجاری، نقش مهمی را در رابطه با تعیین چارچوب و تسهیل امر فرهنگ و سیاست ایفا کرده است (استونسون، ۱۳۸۸: ۱۵۷).

از دهه ۱۹۸۰، توسعه فرهنگی محلی، به مهم‌ترین بخش سیاست دستور کارهای شهرها و مناطق، در کشورهای توسعه‌یافته در سراسر دنیا تبدیل شد. به‌ویژه در بریتانیا، استرالیا، ایالت متحده آمریکا و کانادا برنامه‌ریزی فرهنگی شهرمحور به‌عنوان مهم‌ترین خط‌مشی نوآوری فرهنگی محلی سال‌های اخیر پدیدار شد (همان: ۱۷۱). برنامه‌ریزی فرهنگی به‌عنوان سازوکاری در جهت گنجاندن فعالیت فرهنگی محلی در دستور کار شهری، به‌منظور بهبود زندگی شهری و محیط‌زیست مصنوع ارائه می‌گردد. به‌عنوان

یکی از جنبه‌های این بررسی، فعالیت‌های فرهنگی شهری مثل هنرهای نمایشی، ضمن پیوستگی با جنبه‌های اقتصادی، شهری و سیاست اجتماعی، مجدداً مفهوم‌سازی می‌گردند. بنابراین به لحاظ مفهومی برنامه‌ریزی فرهنگی به‌طور قابل‌توجهی بیشتر از ترسیم یک نقش ساده برای هنرمندان در شهر مورد توجه می‌باشد (همان: ۱۷۳).

برنامه‌ریزی ابزار هرگونه اقدام در زمینه توسعه فرهنگی است. برنامه ریزان توسعه نیازمند آگاهی درونی از اجتماع و کشورشان هستند، نه فقط به این دلیل که آن‌ها را قادر به تطابق سیاست‌های اقتصادی با نیازها و آرزوهای مربوط به جامعه سازد، بلکه به‌منظور کنترل و به‌کارگیری موفقیت‌آمیز نیروهای پویایی که قابل‌تعریف نیستند اما هویت مردمی را می‌سازند و از اجزای راهبردی هر فرهنگی هستند (یونسکو، ۱۳۷۶، به نقل از فاضل نیا و توکلی و تاج‌بخش، ۱۳۸۹: ۱۵۴).

فرهنگ ابزار مؤثر و پویایی انطباق جامعه با محیط‌زیست است. توسعه فرهنگی می‌تواند به تضادی که میان نو [مدرن] و سنت، و میان شهر و روستا وجود دارد، پایان بخشد (اردلان، ۱۳۸۱: ۳۶، به نقل از فاضل نیا و توکلی و تاج‌بخش). توسعه فرهنگی فرایندی است که طی آن با ایجاد تغییراتی در حوزه‌های ادراکی، شناختی و گرایشی انسان‌ها، قابلیت‌ها، باورها و شخصیت ویژه‌ای را در آن‌ها به وجود می‌آورد که حاصل این باورها و قابلیت‌ها، رفتارها و کنش‌هایی است که مناسب توسعه است (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۴: ۴۸، به نقل از فاضل نیا و توکلی و تاج‌بخش، ۱۳۸۹: ۱۵۳). (۱۵۲).

یونسکو مراد از توسعه فرهنگی را "توسعه و پیشرفت زندگی فرهنگی یک جامعه با هدف تحقق ارزش‌های فرهنگی به صورتی که با وضعیت کلی توسعه اقتصادی و اجتماعی هماهنگ شده باشد" می‌داند. اگر بخواهیم خلاصه کنیم باید بگوییم که توسعه فرهنگی به معنای توسعه فعالیت‌های فرهنگی از طریق گسترش دسترسی به ابزارهای فرهنگی می‌باشد. منظور از بُعد فرهنگی، تقویت جنبه انسانی و انگیزه‌های توسعه است.

- اهداف توسعه فرهنگی از نظر یونسکو:

۱. ارج نهادن به بُعد فرهنگی در توسعه
۲. تصریح کردن و ارتقاء دادن هویت‌های فرهنگی
۳. گسترش مشارکت در زندگی فرهنگی
۴. ارتقاء همکاری فرهنگی بین‌المللی

لحاظ کردن فرهنگ به‌عنوان نقطه شروع به معنی پی‌ریزی توسعه بر مبنای هویت و ارزش‌های هر قوم است. فهم رفتار انسانی-وبه تبع آن مسائل توسعه- نیازمند رویکردی میان‌رشته‌ای است که ابعاد فرهنگی و زمینه‌های خاصی که مردم در آن زندگی و عمل می‌کنند را با هم لحاظ کند (یونسکو، ۱۳۷۶: ۱۵-۱۱۳).

رویکردهای فرهنگی به توسعه:

- رویکرد نوسازی و توسعه فرهنگی

نوسازی یکی از رویکردهای پراهمیت در ادبیات توسعه است که تا حدودی بر اساس مکتب تکامل‌گرایی^۱ و مطالعات آن دارای مشخصه‌های کارکردگرایانه است (سو، ۱۳۷۸: ۳۱). همانند اصطلاح توسعه، نوسازی فرایندی گسترده و چندبعدی است و اندیشمندان نوسازی در سطوح و حوزه‌های گوناگون حیات فردی و اجتماعی انسان این اصطلاح را به کار می‌گیرند. دیدگاه نوسازی معتقد به مجموعه‌ای از تغییرات در اقتصاد، نظام آموزشی، شیوه‌های تفکر، کنش و زندگی برای توسعه می‌باشد (Schech & Haggis, 2000: 9). نوسازی شامل نظریه‌های گوناگون در مورد نوسازی اقتصادی، نوسازی اجتماعی، نوسازی سیاسی، و نوسازی روانی می‌شود. توسعه فرهنگی در این رویکرد، در نظریات نوسازی اجتماعی و روانی قابل پیگیری است.

تالکوت پارسونز

پارسونز نظام اجتماعی را مجموعه‌ای از افراد در نظر می‌گیرد که در وضعیتی که حداقل یک جنبه فیزیکی یا محیطی دارد با یکدیگر دارای کنش متقابل هستند و گرایش به حداکثر رساندن بهره‌مندی خود دارند (Parsons, 1951: 5). از نظر پارسونز، این کنش‌های متقابل به شکل نظامی از نمادهای فرهنگی مشترک است. بر این اساس، وی در نظریه کنش خود به دنبال استانداردهای ارزشی ناظر بر کنش است. وی معتقد است که این استانداردها بر اساس روابطشان با شیوه‌های سه‌گانه جهت‌گیری، طبقه‌بندی می‌شوند. این جهت‌گیری‌های شناختی، عاطفی و ارزشیابانه طبقه‌بندی‌هایی را برای تحلیل کنش فراهم می‌آورند (Parsons & Shils, 1962: 72-3).

راجرز^۱

در نزد راجرز فرهنگ‌های متفاوت با توجه به ارزش‌های اجتماعی خود از یکدیگر تمایز می‌یابند و این ارزش‌های اجتماعی چیزی نیستند مگر فرض‌هایی انتزاعی و ناآگاهانه در مورد درستی و نادرستی چیزها (Rogers, 1969: 24-25).

وی بر این باور است که در برخی از فرهنگ‌ها، به‌طور کلی زمینه برای نوآوری نسبت به فرهنگ‌های دیگر فراهم‌تر است. بر این اساس، تغییر در وهله نخست، تغییر در اندیشه است. از این رو تغییر مستلزم اشاعه اندیشه و نظری نو و پذیرش آن از سوی فرد است (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۶: ۲۲۱). وی پذیرش اندیشه نو را به شکل یک فرایند پنج مرحله‌ای مطرح می‌کند، این پنج مرحله عبارت‌اند از: آگاهی، علاقه ارزشیابی، آزمایش، پذیرش اندیشه نو (ازکیا، ۱۳۷۰: ۲۲۱).

راجرز بر این باور است که افراد جوان، ثروتمند و دارای پایگاه اجتماعی بالاتر زودتر پذیرای تغییرات و یا رویه‌های جدید می‌شوند. از آنجایی که بحث اصلی وی بر

1. Rogers

خرده‌فرهنگ جامعه دهقانی متمرکز است وی علل عقب‌ماندگی جامعه دهقانی را عناصر بازدارنده‌ای می‌داند که از عناصر زیر تشکیل شده است: فقدان نوآوری، قدرگرای، پایین بودن سطح آرزوها، توجه به منافع آنی، بی‌توجهی به عنصر زمان، خانواده‌گرایی، وابستگی به قدرت دولت، محلی‌گرایی و فقدان همدلی (Rogers, 1969: 24-25).

مک کلند^۱

پرسش اصلی مک کلند این بود که چرا بعضی از ملت‌ها در طول تاریخ در مسیر رشد و توسعه به یکباره جهش داشتند و در مقایسه برخی از کشورها از رشد عقب افتادند؟ در واقع مک کلند در جستجوی یافتن "علل مفقوده" توسعه‌نیافتگی و رشد نیافتن این‌گونه کشورها برآمد و بعد از انجام پژوهش‌هایی از دیدگاه روانشناسی اجتماعی متوجه شد که در کشورهای توسعه‌نیافته، "فقدان انگیزه" یا "فقدان نیاز به پیشرفت" را باید به‌عنوان ویروس ذهنی و عامل اصلی و کلیدی معرفی کرد که در اذهان افراد این جامعه وجود دارد. در نزد مک کلند حلقه مفقوده توسعه‌نیافتگی برخی کشورها آن چیزی است که وی ویروس ذهنی‌ای به نام میل و نیاز به پیشرفت می‌خواند (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۶: ۲۱۷).

اینکلس و اسمیت^۲

اینکلس و اسمیت هدف توسعه را رسیدن به سطح مطلوب زندگی برای انسان در نظر می‌گیرند و از این‌رو روند تغییر از سنت‌گرایی به نوگرایی را روندی فردی در نظر می‌گیرند. آن‌ها بر این باورند که "انسان نوین" گام نخست برای دستیابی به توسعه است (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۶: ۲۱۲).

1. MacClelland
2. Inkeles&Smith

- رویکرد توسعه فرهنگی یونسکو (فرهنگ به‌مثابه ابزار انسجام)

این رویکرد در قلمروی برنامه‌ریزی فرهنگی شهر، اساساً از اواخر دهه ۱۹۹۰ میلادی به‌عنوان یک رویکرد تازه مطرح شده است که بر دستیابی به یک بیان بسیار منسجم هنر و فرهنگ و نیز منابع فرهنگی برای احیاسازی شهرها تأکید دارد. منابع فرهنگی در این رویکرد تمام جنبه‌هایی که به ساختن یک فضا کمک می‌رسانند را شامل می‌شوند؛ کیفیت‌های محسوس یا نامحسوس مانند: هنرها، میراث فرهنگی، جشنواره‌های محلی، مناسک محلی، تولیدات محلی، فرهنگ جوانان، اقلیت‌ها و اجتماعات قومی، تولیدات محلی، حرفه‌ها و توانایی‌های محلی، فضاهای عمومی، معماری، تصاویر و غیره. شهرهایی که خواهان دنبال کردن این راهکار هستند، باید فرهنگ را برای استفاده از آن به‌مثابه یکی از ابعاد توسعه شهری، در مرکز سیاست‌های توسعه خود قرار دهند. علاوه بر این، در این رویکرد این عقیده وجود دارد که تمام مکان‌های شهری می‌توانند بهتر شوند (Landry, 2006: 272).

- رویکرد الگوی هوشمند

این رویکرد به نظریه "طبقه خلاق" نیز معروف است و توسط فلوریدا^۱ مطرح شده است. بحث اصلی که فلوریدا مطرح می‌کند این است که کارگران ماهر با تحرک مکانی بالا و دارای دانش - اقتصادی به مکان‌هایی جذب می‌شوند که فرصت‌های استخدامی معین و خوشایندی کیفیت زندگی و گزینه‌های سبک زندگی را فراهم آورد. به این ترتیب، یک حوزه اجتماعی مجهز که بر روی تمام اشکال خلاقیت هنری و فرهنگی و نیز تکنولوژیکی و اقتصادی گشوده شده است. این حوزه، فراهم‌کننده بنیان زیست‌بوم یا سکونتگاهی است که در آن اشکال چندبعدی خلاقیت ریشه می‌گیرند و پرورش می‌یابند. به‌عنوان مثال با حمایت کردن از سبک زندگی و نهادهای فرهنگی از

قبیل یک تالار موسیقی یا اجتماع هنری پویا، به جذب. شدن و برانگیخته شدن کسانی کمک می‌شود که در تجارت و فن‌آوری خلاق هستند (Florida, 2002).

- رویکرد شهر خلاق

یکی از بسط‌های نظریه فلوریدا، مفهوم "شهر خلاق"^۱ و توسعه فرهنگی شهر بر اساس رشد خلاقیت‌ها و فرهنگ شهر است. اگر نظریه فلوریدا بر مؤلفه‌های فرهنگی بر توسعه شهر تأکید می‌کند، رویکرد شهر خلاق بر خود فضای شهر به‌مثابه هدف اصلی توسعه فرهنگی تمرکز دارد. این رویکرد بر این امر تأکید می‌کند که هر شهر باید بر اساس بهترین عناصر تاریخی، موقعیت جغرافیایی و منابع انسانی‌اش سیاست‌گذاری‌های خاص خودش را تدوین و اجرا نماید. بر این اساس، مفهوم "شهر خلاق" به‌عنوان مفهومی تازه در بحث‌های توسعه فرهنگی شهر، مفهوم "سرمایه انسانی"^۲ را در کانون نظریه‌پردازی خود قرار می‌دهد. در این راستا، این مفهوم بر "خلاقیت توسعه اجتماع"^۳ تأکید می‌کند و فرهنگ را اصلی‌ترین شاخص برای داشتن شهری پویا، زنده و سازگار^۳ در نظر می‌گیرد که برای نسل‌های آینده نیز پابرجا و بارور است (Varbanova, 2007: 9).

یکی از تعابیر شکل‌گرفته درباره شهر جدید "شهر خلاق" است. امروزه این ایده در مطالعات شهری وجود دارد که شهرها محیط‌هایی برای شکوفایی استعدادها و خلاقیت‌های هنری، ادبی و فرهنگی هستند. شهر خلاق به معنای شهری است که طبقه خلاق یا طبقه فرهنگی در آن از موقعیت و استیلای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی برخوردار هستند. شهر خلاق به معنای محیط فرهنگی و اجتماعی است که در آن امکان تحقق استعداد و خلاقیت‌های افراد یعنی شهروندان فراهم است و در آن بازار هنرها و صنایع فرهنگی نسبت به سایر ابعاد اقتصادی از اهمیت و موقعیت بالاتری برخوردار است. شهر خلاق شهری است که نه‌تنها سرمایه فرهنگی در آن از اهمیت و گستردگی

-
1. Creative City
 2. Human Capital
 3. Act of sharnng

بیشتری برخوردار است، بلکه سرمایه‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی نیز به سهولت می‌توانند به سرمایه فرهنگی تبدیل شوند و بالعکس. خلاق‌تر شدن شهر به معنای زیبایی شناسانه‌تر شدن، آرامش بیشتر، گسترش ارزش‌های متعالی در شهر و به معنای داشتن شهری پاک‌تر و سالم‌تر است که می‌تواند بدون آسیب زدن به زیرساخت‌های زیست‌محیطی خود، جمعیت انبوهی را تغذیه کند و به آن‌ها زندگی همراه با رضایت و کیفیت بهتر اعطا نماید (فاضلی، ۱۳۹۱: ۱۲۶).

- رویکرد مجموعه فرهنگی^۱

در رویکرد مجموعه فرهنگی، بر تأثیرات اقتصادی و فضایی و شرایط محیطی بر سیاست‌گذاری فرهنگی تأکید می‌شود و به دنبال برقراری پیوندی پایدار میان ارزش‌های فرهنگی و زیرساخت‌های پهن دامنه شهری است. همان‌گونه که از نام آن پیداست، در این رویکرد مجموعه‌های فرهنگی به‌مثابه نوع تازه و منبع جایگزینی در توسعه فرهنگی شهری در نظر گرفته می‌شوند. این مجموعه‌های فرهنگی ترکیبی از کارکردها و خلاقیت‌های فرهنگی، تولید و عرضه و مصرف محصولات فرهنگی اعم از تئاتر، موسیقی و رسانه‌های جدید را دربر می‌گیرند که با یکدیگر در یک‌شکل فضایی بسیار متنوع گردآورده شده‌اند (Mommass, 2004: 507).

سیاست‌گذاری فرهنگی شهر در گذشته به یک بخش هنرهای عامه که به‌طور عمودی سازمان‌یافته بود محدود می‌شدند، امروزه سیاست‌گذاری فرهنگی شهر به یک سمت تازه‌ای حرکت می‌کند که باید جامع‌تر و درعین‌حال خاص‌تر شود و معطوف به فرایند، تأثیرات و شرایط اقتصادی و فضایی را لحاظ کند. تأثیرات اقتصادی و فضایی برای سیاست‌گذاری فرهنگی شهری مرسوم، به میزان زیادی به‌مثابه امر بیرونی در نظر گرفته می‌شدند. در مقابل با پروژه‌های چشمگیر فرهنگی و جشنواره‌ها و رویدادهای

برجسته‌ای که ابزارهای اصلی برای ارتقای فرهنگی شهرها در نظر گرفته می‌شدند، راهکارهای مجموعه‌سازی فرهنگی مرحله بعدی را بازنمایی می‌کند که در آن فرهنگ و هنرها را می‌توان به‌مثابه منابعی برای احیای شهری در نظر گرفت تا جایی که راهکارهای مجموعه‌سازی فرهنگی متضمن یک جابجایی از سیاست‌گذاری است که هدف آن سازمان دادن فرصت‌ها برای مصرفی چشمگیر، به یک سیاست‌گذاری محدودتر اما کارآمدتر و نیز ایجاد فضاهایی است که میدان و عرصه‌ای برای تولید و خلاقیت فرهنگی است.

- رویکرد رفاه اجتماعی و کیفیت زندگی

با رواج مفهوم رفاه اجتماعی، این موضوع به یکی از اهداف برنامه‌ریزی توسعه و از جمله برنامه‌ریزی شهری تبدیل شده است. برنامه‌ریزی رفاه اجتماعی، محور تازه‌ای در برنامه‌ریزی شهری است که می‌کوشد برنامه‌ریزی کالبدی را به برنامه‌ریزی اقتصادی و اجتماعی نزدیک کند. یکی از رویکردهای نوین در جهت اصلاح و بهبود برنامه‌ریزی شهری، مطرح‌شدن مفهوم کیفیت زندگی و دخالت دادن شاخص‌های اجتماعی در اهداف توسعه شهری است. اهمیت یافتن شاخص‌های اجتماعی و معیارهای کیفی در برنامه‌ریزی واکنشی است علیه توسعه یک‌بعدی اقتصادی، در سطح ملی و توسعه صرفاً کالبدی و کارکردی در مقیاس شهری. (تدوین سرانه، ۱۳۸۱: ۳۳، به نقل از شفیع‌ی کمال‌آباد، ۱۳۹۱: ۵۵۵).

رهیافت توسعه درون‌زا

رهیافت توسعه درون‌زا مستلزم این است که زمینه فرهنگی-اجتماعی ای که توسعه در آن رخ می‌دهد و نیز شرایطی که به آن فرهنگ خاص مربوط می‌شود، لحاظ شود. مثلاً از دیدگاه مردم‌شناسان، مفاهیم، شیوه‌ها و روش‌های زندگی، نظام‌های ارزشی ملی و نوع

سازمان اجتماعی از جمله این شرایط محسوب می‌شوند. هدف این رهیافت برآوردن نیازهای واقعی مردم است و در اکثر موارد به ظرفیت خلاقه مردم، ارزش‌ها و استعدادهای بالقوه و اشکال مختلف نمایش فرهنگی بستگی دارد که به‌منظور برآورده شدن خواسته‌هایشان به آنها جهت داده می‌شود. رهیافت درون‌زا از یک‌سو باعث می‌شود تا مردم نقش مؤثری در پیشرفت تکنولوژی خود ایفا کنند و از سویی دیگر یکپارچگی توسعه و ساختارهای اجتماعی- فرهنگی را تضمین می‌کند (یونسکو، ۱۳۷۶: ۱۱). هر توسعه‌ای مستلزم تغییر است و توسعه‌ای که به مدرن کردن جامعه می‌اندیشد بدون تغییرات عمیقی که در ساختارهای اجتماعی- فرهنگی آنها به وجود می‌آورد عملی نخواهد شد. برای این که این دگرگونی موفقیت‌آمیز باشد، باید از نیروهای داخلی جامعه نشأت بگیرد (یونسکو، ۱۳۷۶: ۱۲).

ارتباط فرهنگ با برنامه‌ریزی و توسعه

- تمام گروه‌های انسانی دارای فرهنگ هستند. یعنی تمام گروه‌های انسانی شیوه‌هایی را برای زندگی، بقاء نسل، تهیه غذا و پوشاک دارند که خاص آن جوامع است.
- فرهنگ‌ها در طول زمان تغییر می‌یابند. تمام پدیده‌های انسانی و اجتماعی در شرایط زمانی و مکانی دستخوش تغییر و تحول و دگرگونی می‌شوند. از آنجایی که این تغییرات به‌کندی انجام می‌پذیرد کمتر قابل لمس است.
- فرهنگ‌ها هویت‌بخش و متمایزکننده جوامع و ملت‌ها از یکدیگرند. انسان‌ها در فضای خاص یک فرهنگ به دنیا می‌آیند و در آن بستر رشد و نمو می‌کنند و در جریان فرهنگ پذیری و جامعه‌پذیری، فرهنگ آن جامعه را درونی می‌کنند.
- فرهنگ عامل ایجاد نظم و هماهنگی است. انسان‌ها معمولاً مجبور می‌شوند بر اساس آموزه‌های فرهنگی کم‌وبیش رفتار یکسانی نمایند که این امر موجب جلوگیری از هرج‌ومرج در جامعه می‌شود و نظم خاصی در آن جامعه حاکم می‌شود.

- فرهنگ یک امر جمعی است. فرهنگ مجموعه‌ای از مفروضات مشترک است. ویژگی‌های مشترک در آن سبب می‌شود که کنش افراد برای گروه موجه و منطقی باشد. افراد می‌توانند کنش‌های یکدیگر را در شرایط مشخص پیش‌بینی کرده و بازتاب مناسب از خود نشان دهند (فکوهی، ۱۳۸۶: ۱۹۷).

رابطه فرهنگ و توسعه محیط‌زیست:

نهضت محیط‌زیست واکنشی است به‌نوعی از توسعه که مقصودش حداکثر تولید و مصرف کالا است و از امکانات تولیدی متمرکز و گول‌آسا استفاده می‌کند و توجه کمی به تأثیرات آن بر محیط فیزیکی و اجتماعی دارد. این نهضت استقلال افراد و جوامع را مدنظر دارد و روش‌های تولیدی را خوشایند می‌داند که بر حُسن همزیستی مبتنی بوده و برای طبیعت مضر نباشند، همچنین بر گسترش استقلال گروه‌های منطقه‌ای و محلی تأکید دارد (یونسکو، ۱۳۷۶: ۸۹). پیدایش و توسعه نخستین تمدن‌های بزرگ دنیا در آغاز تاریخ بشر، در ساحل رودخانه‌های بزرگی چون ایندوس، فرات، یانگ تسه، دجله، نیل و ... اتفاقی نیست، بلکه وابستگی فرهنگ، محیط و توسعه را نشان می‌دهد (یونسکو، ۱۳۷۶: ۲۰).

رابطه فرهنگ و شهر:

سه عامل فرهنگ، اقتصاد و اقلیم، مشخصه‌های کالبدی، شکل و ساخت و ریخت‌شناسی شهری را به وجود می‌آورند. فرهنگ‌های متفاوت، نظام‌های اقتصادی متفاوتی را خلق می‌کنند و توان تغییر اهداف اقتصادی و سیاسی یک جامعه را دارند. چون درک کامل یک ساخت و یک نظام اقتصادی بدون دانستن پایه و اصول فرهنگی آن نظام میسر نیست، می‌توان گفت که فرهنگ یک جامعه نوع اقتصاد و اقتصاد آن جامعه، نوع تکنیک، و نوع تکنیک ساخت و نظام کالبدی آن جامعه را مشخص می‌سازد (زیاری، ۱۳۸۲: ۹۷).

تولید فرهنگی با توسعه شهر سروکار دارد و شهر خود از یک لحاظ دست‌ساخته هنری است. از این حیث میان معماری، برنامه‌ریزی و طراحی شهری و هنر در یونان و روم باستان و ایتالیای دوران رنسانس پیوند بیشتری وجود داشته است (بیان چینی، ۱۳۸۰: ۵۷).

شهر فرهنگ

تمام رفتارهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی انسان‌ها در زندگی روزمره و در شهرها و مناطق شهری جزء تفکیک‌ناپذیر فرهنگ است، به همین سبب زندگی شهری نوعی از بازتاب فعالیت‌های فرهنگی محسوب می‌شود، شهر نوعی سازمان‌یافتگی اجتماعی در فضا است که باید آن را تولیدکننده دائم فرهنگ به شمار آورد. اگر فرهنگ را مجموعه پدیده‌های رفتاری و ذهنی اکتسابی هر جامعه بدانیم که به آن جامعه شخصیت و هویت بخشیده و به همین دلیل نیز جامعه تلاش می‌کند از طریق سازوکارهایی با انتقال آن از نسلی به نسل دیگر دست به بازتولید خود بزند، در چنین حالتی بی‌شک شهر را باید بهترین بستر برای فرایند فرهنگ‌سازی به حساب آوریم. شتابی که شهر به فرایندهای تقسیم‌کار اجتماعی داده و توزیعی که بدین ترتیب در ارتباط با فضا به وجود می‌آورد، به صورت پیوسته‌ای فرهنگ غالب، یعنی شکل‌های غالب رفتاری و عقیدتی در کل جامعه را به خرده‌فرهنگ‌ها یا اشکال غالب فرهنگی درون گروه‌های خاص تجزیه می‌کند که درعین حال عناصر تقویت‌کننده فرهنگ غالب نیز به حساب می‌آیند زیرا هر یک به گونه‌ای در درون خود فرایند بازتولید را به سرانجام می‌رسانند (فکوهی، ۱۳۸۶: ۲۸۷).

مرسر بیان می‌کند که چارچوب فرهنگی جامع و توانمند می‌تواند هم‌زمان جنبه‌های غیرملموس، هویت، سطح زندگی و برگزاری جشن عدالت اجتماعی و همچنین موارد ملموس، توسعه اقتصادی، قدرت نفوذ، راهبردهای صنعتی، توسعه

خدمات زیربنایی، برنامه‌های آموزشی، درآمد ناشی از فعالیت‌های گردشگری، طراحی شهری، برنامه‌ریزی و حمل‌ونقل شهر را مورد توجه قرار دهد (به نقل از استونسون، ۱۳۸۸: ۱۷۳).

فرهنگی شدن شهر

فرایند فرهنگی شدن در محورهای مختلف دیده می‌شود، اما محور مورد بحث ما فرهنگی شدن شهر می‌باشد. در بحث فرهنگی شدن شهر، فرهنگ برای مطالعات و نظریه جغرافیایی به اندازه جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، و مطالعات فرهنگی مهم می‌شود. اهمیت یافتن فرهنگ در فهم معنای مکان ریشه در این واقعیت داشت که شهرها به‌عنوان مهم‌ترین مکان زیست انسان امروزی شدیداً متأثر از تحولات فرهنگی هر روزه و شتابان بودند (فاضلی، ۱۳۹۱: ۷۵). "گرگ یونگ" به‌تازگی در کتابی با عنوان "شکل‌دهی مجدد امر برنامه‌ریزی به کمک فرهنگ" (۲۰۰۸) استدلال می‌کند که امروزه شهرها، به‌ویژه کلان‌شهرها، بر اثر مهاجرت‌های بین‌المللی، غلبه گفتمان پسا استعماری، خیزش مجدد بومی‌گرایی، مصرفی شدن و افزایش سیطره مصرف‌گرایی، گسترش جنبش‌های اجتماعی، شکل‌گیری شهر فراغتی، گسترش نقش و جایگاه هنر و سرمایه‌های فرهنگی در جامعه شهری، گسترش صنایع فرهنگی، اهمیت یافتن رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی و بسیاری عوامل دیگر نمی‌توانند مانند گذشته مدیریت، برنامه‌ریزی و شناخته شوند. از این‌رو یونگ در صدد ارائه الگوی فرهنگی برنامه‌ریزی شهری برآمده (همان، ۱۳۹۱: ۸۸).

نقش صنایع فرهنگی

هرچند نباید مسئله توسعه فرهنگی را هم‌تراز با توسعه کالاهای فرهنگی دانست، از آنجاکه فرهنگ به‌خودی‌خود دارای مفهومی گسترده است و جوانب و فعالیت‌های

زیادی را در برمی‌گیرد، لزوماً برای انتقال، ترویج و دسترسی به شکل‌های آن باید به استفاده از صنایع فرهنگی متوسل شد. صنایع فرهنگی به معنای واقعی، صنایعی هستند که کالاهای فرهنگی را به صورت محلی و با مواد خام محلی یا وارداتی تولید می‌کنند. توسعه این صنایع برای ترویج و اشاعه فرهنگ بومی کشورها بسیار حیاتی است. این موضوع، پیوند فناوری و فرهنگ را برای پیشرو ساختن فرهنگ در منظومه توسعه نمایان می‌کند (زرشکن عابد، ۱۳۸۳: ۲۱).

در نتیجه گسترش صنایع فرهنگی، اقتصاد شهر از یک اقتصاد مبتنی بر صنایع مکانیکی یا کارخانه‌ای به اقتصاد مبتنی بر صنایع فرهنگی تحول یافت. به تدریج در سال‌های دهه ۷۰ و ۸۰ میلادی، شهرها اقدام به گسترش مراکز و مؤسسات فرهنگی کردند که برای آن‌ها مولد ثروت بود و صنایع مولد اتومبیل، کالاهای صنعتی و اشیای دیگر را از محیط شهرها به شهرک‌های صنعتی و بیرون شهر انتقال دادند. در نتیجه این امر، یعنی خارج کردن کارخانه‌ها، کارگاه‌ها و صنایع، از سویی فضای خالی و تازه‌ای برای شکل‌گیری مؤسسات فرهنگی تازه فراهم شد و از سوی دیگر شدت آلودگی و بحران‌های محیط‌زیست کاهش یافت. مهم‌تر از آن این که مؤسسات جدید به دلیل آنکه ماهیت فرهنگی و هنری داشتند، می‌توانستند از نظر زیبایی‌شناختی و نمادین سیمای شهر را دگرگون کنند. برخی از این صنایع عبارت‌اند از: صنعت گردشگری-گسترش نهادهای آموزش عالی و صنعت علم-صنعت سرگرمی‌سازی و ...

- **صنعت گردشگری:** صنعت گردشگری توانست کارکرد شهرهای بزرگ را از یک کارکرد تجاری و اقتصادی و مادی محض یا از یک کارکرد سیاسی به یک کارکرد زیبایی‌شناختی، هنری و فرهنگی نوین انتقال دهد. صنعت گردشگری مستلزم توسعه مجموعه وسیعی از مراکز هنری و فرهنگی مانند سینماها، تئاترها، گالری‌ها، توجه گسترده به احیا و بازسازی بافت‌های تاریخی شهرها، توجه به وجوه زیبایی‌شناختی محیط‌های شهر، ایجاد محیط‌های امن برای گردشگران، تغییر در روحیات و خلیقات مردم بومی به منظور داشتن تسامح و مدارا با مهاجران و گردشگران، و ایجاد مجموعه‌ای

از خدمات نوین مانند توسعه رستوران‌ها و هتل‌ها و شکل دادن یک فضای چند فرهنگی، زیبایی‌شناختی، صلح جویانه و آرام بود. صنعت گردشگری هم می‌توانست به بازسازی بافت‌های تاریخی و کهنه شهرها کمک کند و هم سیما و کارکرد شهر را متحول سازد و پیوندها و ارتباطات شهر را با جهان بیرون به‌طور گسترده‌ای افزایش دهد. علاوه بر این، حضور گسترده گردشگران در شهرها موجب بسط تجربه‌های میان فرهنگی شهروندان می‌گردد.

- گسترش نهادهای آموزش عالی و صنعت علم: گسترش نهادهای آموزش عالی

فضای شهری را دگرگون کرد، چرا که در سیمای شهر، فضاهای سرسبز و زیبا با انبوهی از دانش‌آموختگان و دانشجویان فرهیخته جایگزین کارخانه‌های آلوده‌کننده محیط‌زیست شدند. امروزه نه تنها در شهرهای بزرگ بلکه در شهرهای کوچک بخش مهمی از فضاهای شهری به دانشگاه‌ها، کالج‌ها و مؤسسات آموزش عالی تعلق دارند. حضور نهادهای دانشگاهی برای آموزش در شهرها نه تنها از لحاظ فضای کالبدی، فضای سبز و زیبایی‌شناختی شهر، بلکه از لحاظ کارکرد و هویت شهر و همچنین از نظر مناسبات اجتماعی در شهر نیز بسیار تأثیرگذار بوده است.

صنعت سرگرمی‌سازی: صنایعی هستند که برای شهروندان، گردشگران و همه

ساکنان شهر، امکانات و خدمات تفریحی، سرگرمی و ورزشی فراهم می‌کنند. شکل‌گیری پارک‌های عمومی، بخشی از سیاست فرهنگ توسعه صنایع سرگرمی‌سازی یا فراغتی شهرهاست. صنایعی از این دست، نه تنها عملکرد تجاری و زیبایی‌شناسانه برای شهرها دارند، بلکه در جلوگیری از فرسودگی و کهنه شدن محیط‌زیست و زیست‌بوم شهری مؤثرند و همواره به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های توسعه پایدار شهری مورد حمایت مدیران شهرها بوده‌اند. صنعت سرگرمی‌سازی و صنایع فراغتی واکنشی به گسترش اهمیت تجاری فرهنگ و هنر در نیمه دوم قرن بیستم و سیاست اجتناب‌ناپذیر شهرها برای ایجاد فرصت‌های زندگی برای شهرنشینان بود (فاضلی، ۱۳۹۱: ۱۲۰-۱۱۶).

نقش فرهنگ در احیای شهری و رشد منطقه‌ای

با نگرانی روزافزونی که در همه بخش‌های جهان به دلیل رشد مداوم شهرها و مشکلات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی وجود دارد، چنین رشدی احساس می‌شود، نقش فرهنگ در بافت شهری با شفافیت بیشتری به رسمیت شناخته می‌شود. نخستین بار چند دهه قبل بود که اهمیت هنرها در حیات اقتصادی شهر و به‌عنوان کاتالیزوری برای احیای شهری به رسمیت شناخته شد. اخیراً این علاقه گسترش یافته تا مسائل گسترده‌تر بافت فرهنگی شهری، ارزش‌های اجتماعی و دورنمای بازاندیشی برنامه‌ریزی شهری در راستای خط‌مشی‌های حساس به زیست محیط و فرهنگ را در برگیرد.

دست کم چهار نقش را که با هم ناسازگار نیستند می‌توان برای فرهنگ در زندگی شهرها تشخیص داد: اول: یک مکان فرهنگی خاص می‌تواند به‌نوبه خود شامل یک نماد فرهنگی یا جذابیت فرهنگی مهمی باشد که بر اقتصاد شهری تأثیر می‌گذارد: برج کج پیزا یا قصر الحمراء در گرانا‌دا مثال‌هایی از این دست هستند. دوم: و بیشتر اوقات یک "ناحیه فرهنگی" می‌تواند همچون گره‌ای برای توسعه در ناحیه محلی عمل کند، همان‌طور که در پیتسبورگ یا دابلین رخ داده است. سوم: صنایع فرهنگی، به‌خصوص هنرهای نمایشی، می‌توانند مؤلفه حیاتی اقتصاد یک شهر باشند، نه فقط در مراکز مهمی مثل لندن یا نیویورک بلکه در شهرهای منطقه‌ای کوچک‌تر. چهارم: فرهنگ می‌تواند از طریق تقویت هویت، خلاقیت، انسجام و سرزندگی اجتماعی نقش مؤثرتری در توسعه شهری داشته باشد و این کار را با ویژگی‌ها و شیوه‌های فرهنگی انجام می‌دهد که شهر و ساکنینش را تعریف می‌کنند (تراسبی، ۲۰۰۱: ۱۵۸).

توسعه فرهنگی امری است که بر تمام ابعاد جامعه اثرگذار است و سطوح مختلف زندگی را در برمی‌گیرد. امروزه دستیابی به توسعه‌ای پایدار و همه‌جانبه بدون توجه به فرهنگ و ابعاد گوناگون آن امری بسیار دشوار است، بنابراین، این عامل مهم را در امر برنامه‌ریزی نباید از نظر دور داشت. در واقع بدون شناسایی ابعاد مختلف فرهنگ

نمی‌توان از یک برنامه‌ریزی مناسب شهری سخن گفت. رسیدن به توسعه‌ای پایدار و همه‌جانبه با در نظر گرفتن فرهنگ و ابعاد مختلف آن میسر خواهد شد.

فرهنگ عمومی اروپا و برنامه‌ریزی برای توسعه منطقه‌ای

برنامه‌ریزی فرهنگی بارزترین نمود را در سطح شهری-منطقه‌ای برنامه‌ریزی، به‌ویژه توسعه اقتصادی داشته و سیاست توسعه و احیای منطقه‌ای اروپا نیز در همین حوزه به مؤثرترین نحو به اجرا گذاشته شده است. از اواخر دهه هفتاد به این سو، منابع مالی در نظر گرفته شده برای توسعه منطقه‌ای اروپا به‌طور عمده تأمین‌کننده سرمایه‌گذاری مستقیم در مراکز فرهنگی و میراث فرهنگی، به‌ویژه مراکز مرتبط با احیای شهری در زمینه بازسازی مکانی و راهبردهای مبتنی بر نقش محوری بازدیدکنندگان بوده‌اند. همچنین همین منابع به‌صورت سرمایه‌گذاری‌های غیرمستقیم برای تشویق و تقویت هویت منطقه‌ای اروپا از طریق کمک‌های بلاعوض قابل توجه، به کار گرفته می‌شوند (ایوانز، ۱۳۹۱: ۲۸۲).

نتیجه‌گیری

توسعه فرهنگی را می‌توان به‌نوعی تقویت هویت فرهنگی مردم یعنی هماهنگی بین اقوام و طوایف در نظر گرفت و از جنبه دیگر در نظر گرفتن نیازهای فرهنگی و تفریحی مردم دانست. دستیابی به توسعه‌ای پایدار و همه‌جانبه بدون توجه به فرهنگ و ابعاد گوناگون آن امری بسیار دشوار و غیرممکن است. مطالعه شهر در طول تاریخ دستخوش دگرگونی شده و پدیده‌های آماری و کمی و نقشه‌کشی که از سال‌های ۱۹۰۰ به بعد به‌تدریج برای شناخت شهر شکل گرفته بود از سال‌های ۱۹۸۰ به بعد تغییر کرد زیرا این روش‌های کمی گرایانه فقط کالبد شهر را می‌دید از این رو مطالعه و برنامه‌ریزی و مدیریت و طراحی شهر به یک روش کیفی نیازمند بود هر نوع برنامه‌ریزی شهری و

منطقه‌ای باید بحث فرهنگ و هویت فرهنگی را در برنامه کار خود قرار دهد تا نتایج مثبت و سازنده و توسعه‌ای پایدار را به همراه آورد.

در بررسی‌های انجام‌گرفته به‌وسیله کارشناسان و نهادهای شهری در کشورهای جهان، طرح‌های شهری از موفقیت بالایی برخوردار نبوده‌اند و واقعیت این است که اهداف مختلف برنامه‌ریزی شهری نمی‌تواند بدون ملاحظه فرهنگ انجام شود. برنامه‌ریزی‌های شهری موفق تاکنون نیز کم‌وبیش ناگزیر به فرهنگ توجه داشته‌اند. می‌توان گفت یکی از ابعاد آشکار و عینی فرهنگ در برنامه‌ریزی‌های شهری توجه به «نیازهای فرهنگی شهر» است. این نیازها امروزه شامل اقلام گسترده‌مانند: تأمین نیازهای فراغتی، نیازهای هنری و خلاقه، نیازهای آموزشی مانند داشتن مراکز آموزشی عالی و مدرسه و نیازهای ارتباطی مانند دسترسی به رسانه‌ها و نیازهای معطوف به حقوق فرهنگی مردم می‌شود.

اما ضرورت‌های توجه به ابعاد فرهنگی برنامه‌ریزی بیش از پاسخگویی به نیازهای فرهنگی مردم می‌باشد. بخش مهمی از این ضرورت‌ها در «بنیان‌های فرهنگی برنامه‌ریزی توسعه‌ای» ریشه دارند. این بنیان‌های فرهنگی عبارت‌اند از: مجموعه نیروها و عواملی که امکان پذیرش و مشارکت مردم یک شهر در برنامه‌ریزی‌ها و فعالیت‌های توسعه‌ای شهری را ممکن و میسر می‌سازند. از این‌رو، ضرورت‌هایی مانند گسترش و بالا بردن میزان مشارکت مردم در فعالیت‌ها و برنامه‌ریزی‌های توسعه‌ای، یا بالا بردن میزان بهره‌وری از فعالیت‌های توسعه‌ای، یا دست یافتن به «برنامه‌ریزی شهری پایدار» و «توسعه متوازن شهری» مستلزم توجه هر چه بیشتر به موضوع فرهنگ و برنامه‌ریزی از «چشم‌انداز فرهنگی» می‌باشد. حتی برنامه‌ریزی و توسعه متوازن شهری‌ای که بخواهد هدف‌هایی مانند گسترش عدالت اجتماعی و توجه جدی به حفظ محیط‌زیست و بهره‌برداری مناسب و بهینه از منابع انسانی و طبیعی را تحقق بخشد، مستلزم داشتن رویکرد فرهنگی به برنامه‌ریزی است. بر اساس این چشم‌انداز ما باید نیازهای گوناگون مردم شهر، تنوعات فرهنگی و اجتماعی گروه‌های مختلف ساکن در شهر، ویژگی‌های

تاریخی و بسیاری از عوامل فرهنگی دیگر را با دقت در برنامه‌ریزی شهری و توسعه‌ای در نظر بگیریم. در صورت نادیده گرفتن این ویژگی‌ها و ابعاد فرهنگی ممکن است برنامه‌های شهری نه تنها با شکست روبرو شوند بلکه موجب تخریب و ویرانی منطقه و ایجاد بحران‌های مختلف در شهر شوند.



منابع

- ازکیا، مصطفی. (۱۳۸۱). *جامعه‌شناسی توسعه*. تهران: مؤسسه نشر کلمه.
- ازکیا، مصطفی، غفاری، غلامرضا. (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی توسعه*. چاپ ششم، تهران: انتشارات کیهان.
- استروفسکی، واتسلاف. (۱۳۹۰). *شهرسازی معاصر*، چاپ پنجم، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- استیونسون، دבורا. (۱۳۸۸). *شهرها و فرهنگ‌های شهری*. ترجمه: رجب پناهی و احمد پوراحمد، تهران: مرکز مطالعاتی و تحقیقاتی شهرسازی و معماری.
- اسدی، علی. (۱۳۶۹). «*توسعه بر جاده تکنولوژی می‌تازد*»، مجله تدبیر.
- آشوری، داریوش. (۱۳۸۱). *تعریف‌ها و مفهومی فرهنگ*. تهران: نشر آگه.
- ایوانز، گریم. (۱۳۹۱). *برنامه‌ریزی فرهنگی*. ترجمه: محمدرضا رستمی و گودرز میرانی، تهران: نشر تیلور.
- بیانچینی، فرانکو. (۱۳۸۰). «*برنامه‌ریزی فرهنگی و برنامه‌ریزی شهری*»، ترجمه: سید محمود نجاتی حسینی، *فصلنامه مدیریت شهری*، شماره ۸۵: ۱۰۴.
- پورشافعی، هادی. (۱۳۸۱). «*پویایی فرهنگی، رهیافتی به توسعه*»، *مجله علوم انسانی* دانشگاه سیستان و بلوچستان، ویژه‌نامه تاریخ و علوم اجتماعی: ۹۷-۷۱.
- تاجزاده نمین، ابوالفضل. (۱۳). «*نگرشی بر جایگاه فرهنگ و ضوابط اخلاقی در گردشگری*»، *فصلنامه مطالعات جهانگردی*، شماره ۵: ۲۶-۱.
- تراسی، دیوید. (۱۳۸۲). *اقتصاد و فرهنگ*. ترجمه: کاظم فرهادی، تهران: نشر نی.
- دارابی، علی. (۱۳۹۰). *درآمدی بر جامعه‌شناسی ارتباطات، فرهنگ و رسانه*. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی واحد تهران.
- دوپوئی، گزاویه. (۱۳۷۴). *فرهنگ و توسعه*. ترجمه: فاطمه فراهانی و عبدالحمید زرین قلم، تهران: مرکز انتشارات کمیسیون ملی یونسکو در ایران.
- زرشکن عابد، لیلا. (۱۳۸۳). «*تحلیل چالش‌های بخش فرهنگ، با تأکید بر چالش‌های حوزه میراث فرهنگی و گردشگری*»، در *برنامه سوم توسعه*، *مجلس و پژوهش*، شماره ۴۴.
- زیاری، کرامت اله. (۱۳۷۹). «*سنجش درجه توسعه‌یافتگی فرهنگی استان‌های ایران*»، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۱۶: ۹۱-۱۰۴.

جایگاه فرهنگ در برنامه‌ریزی توسعه شهری ... ۳۱

- زیاری، کرامت اله. (۱۳۸۲). «تأثیر فرهنگ در ساخت شهر»، *مجله جغرافیا و توسعه*، شماره ۲: ۹۵-۱۰۸.
- سلیمی، حسین. (۱۳۸۳). *فرهنگ گرایی، جهانی‌شدن و حقوق بشر*. تهران: انتشارات وزارت امور خارجه ایران.
- سو، آوین. (۱۳۸۰). *تغییر اجتماعی و توسعه*. ترجمه: محمود حبیبی مظاهری. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- شارون، جوئل. (۱۳۷۹). *ده پرسش اساسی از دیدگاه جامعه‌شناسی*. ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- شفیعی کمال‌آباد، سعید. (۱۳۹۱). «الزامات سیاست‌گذاری و مدیریت استراتژیک فرهنگی در مدیریت شهری»، مجموعه مقالات همایش علمی. (مدیریت استراتژیک فرهنگی شهر تهران)، تهران: تیسرا.
- فاضل نیا غریب، توکلی مرتضی، تاج‌بخش کاظم. (۱۳۸۹). «ارزیابی برنامه‌های توسعه فرهنگی در مناطق روستایی بخش مرکزی شهرستان رستم»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، دوره سوم، شماره ۳: ۱۴۹-۱۷۷.
- فاضلی، نعمت‌الله. (۱۳۹۱). *فرهنگ و شهر*. تهران: تیسرا.
- فکوهی، ناصر. (۱۳۸۶). *انسان‌شناسی شهری*. تهران: نشر نی، چاپ چهارم.
- کروی، مهدی. (۱۳۸۲). «فرهنگ و گردشگری»، *مطالعات گردشگری*، شماره ۲: ۴۷-۲۱.
- کمیسیون جهانی فرهنگ و توسعه. (۱۳۷۷). *تنوع خلاق ما*، مرکز انتشارات کمیسیون ملی یونسکو در ایران.
- لطیفی، غلامرضا. (۱۳۸۳). «توسعه شهری پایدار و توسعه فرهنگی»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۲: ۱۵۳-۱۳۱.
- لطیفی، غلامرضا. (۱۳۸۸). *دیدگاه‌هایی از توسعه*، کتاب *ماه علوم اجتماعی*، شماره ۲۰، تهران: وزارت ارشاد اسلامی.
- نظری، مرتضی. (۱۳۸۷). «روایت انسانی از توسعه»، سایت اختصاصی ناصر فکوهی.
- یونسکو. (۱۳۷۶). *فرهنگ و توسعه*: (رهیافت مردم‌شناختی). ترجمه: نعمت‌الله فاضلی و محمد فاضلی، تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

۳۲ فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، سال یازدهم، شماره ۴۱، زمستان ۱۳۹۸

– یونسکو. (۱۳۷۶) *بعد فرهنگی توسعه: به سوی یک رهیافت عملی*. مترجم: تیمور محمدی، تهران: سازمان برنامه و بودجه.

- Florida, R. (2002). *The Rise of the creative class: and How Its Transforming, Leisure, community and Everyday life*. Basic.
- Landry, C. (2006). *The Art of city-Making*. London: Earthscan.
- Mommass, H. (2004). "Cultural Clusters and the post-industrial city: Towards the Remapping of urban cultural policy", *Urban Studies*, vol.41, no.3, pp507-532.
- Parsons, T. and shills, E. (1962). *Value, motives and system of action*. Harvard University press.
- Parsons, T. (1951). *The social system*. Newyork: Free press.
- Roers, E.M. (1969). *Modernization among peasant: The impact of communication*. Holt, Rine Hartand Winston Inc.
- Schech, S. and Haggis, J. (2000). *Culture and Development: Acritical Introduction*. Black well publnc.
- Varbanova, L. (2007). *Our creative cities online. In. B. Europe: The creative city: Crossing visions and new Realities in the Region*. UNESCO press.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی