



مجله جغرافیا و روابط انسانی، تابستان (تیرماه) ۱۳۹۷، دوره ۱، شماره ۱

## ضرورت مهندسی فرهنگی در فرایند توسعه روستایی

(مطالعه موردی: استان کرمانشاه)

آئیژ عزمی

استادیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه رازی

[a.azmi@razi.ac.ir](mailto:a.azmi@razi.ac.ir)

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۳/۳۰

تاریخ بازنگری: ۱۳۹۷/۳/۱۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۳/۰۲

### چکیده

امروزه طرح های روستایی مختلفی از جمله یکجانشین کردن عشایر و ارایه نوآوریهای مختلف فنی و سازمانی در روستاها اجرا می شود که واکنش مردم به آن ها و پذیرش یا عدم پذیرش این طرح ها از مسایل مهم روز است. در این راستا فرهنگ عاملی مهم در پذیرش یا عدم پذیرش این ایده ها و طرح ها در محیط روستایی است و لذا نقش مهندسی فرهنگی به جهت حل مشکلات احتمالی پیش پای متخصصان روستایی اهمیت می یابد. هدف از این مقاله بررسی ضرورت مهندسی فرهنگی در روستاها به عنوان بخشی از فرایند توسعه روستایی است. در ابتدا تعریفی از مهندسی فرهنگی و ارتباط آن با توسعه ارایه می شود به تاریخچه مهندسی فرهنگی در روستاها پرداخته و کشور چین، شوروی و ایران مورد بررسی قرار می گیرد. اشاره می شود که در روستاها مهندسی فرهنگی با ایجاد نهادهای فرهنگی، تغییر الگوهای فرهنگی نامناسب و بعضاً حذف آن ها در جهت پذیرش یا استفاده بهینه از نوآوریها گام بر می دارد. در عین حال حل مشکلات ناشی از نابرابری روستایی و مهاجرت از وظایف مهندسی فرهنگی است. اشاره می شود که در یک برنامه فرهنگی روستایی باید به هدف، زمان، هزینه و منابع مالی توجه زیادی نمود و عناصر مشارکت، واقع گرایی، مدیریت همه جانبه و یکپارچه از اهمیت زیادی در آن برخوردار است. همچنین اشاره می شود که مهندسی فرهنگی رهیافتی از بالا به پایین است که می تواند در بعد کلان یا بعد محلی نظیر یک روستا به اجرا درآید. در انتها بر اساس *SWOT* نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدات مهندسی فرهنگی در نواحی روستایی مورد بررسی قرار گرفته و راهبردهای مناسب ارائه می شوند.

**کلمات کلیدی:** توسعه روستایی، مهندسی فرهنگی، توسعه، نوآوری، مشارکت

## ۱- مقدمه

امروزه ضرورت انجام مهندسی فرهنگی در کشور به بحث روز جامعه تبدیل شده است. مقالات مهمی در زمینه های مختلف مهندسی فرهنگی و ضرورت های اجرای آن در مباحثی چون دین، اخلاق و اجتماع مطرح است. آن چه که در این مقاله به دنبال آن هستیم، بررسی ضرورت ها و ایجاب هایی است که ما را به سوی انجام مهندسی فرهنگی در روستاها می کشاند. چه این که روستاها محل برخورد فرهنگ در تقابل با توسعه و نوآوری های نوین است و در برخی مواقع این توسعه با برخورد منفی بافت فرهنگی جامعه روبرو می شود، در مواردی می توان از آن نوع توسعه گذشت و عطای اجرای آن را به لقایش بخشید، اما مواقعی که اجرای پروژه ها و طرح ها ضرورت می یابد و در عین حال جامعه نیز آن را بر نمی تابد، چه باید کرد. شاید در این جا باشد که مهندسی فرهنگی ضرورت می یابد.

در بسیاری از کشورهای جهان که انقلابات سیاسی و فرهنگی در آن ها صورت گرفته است، توسعه فرهنگی در روستاها از اهم مسایل آن ها بوده است. معمولاً این انقلاب ها ایدئولوژیک بوده و لذا ضروری می نمود که در روستاها که عمدتاً پایگاه مخالفان بوده است، نهال های انقلاب گسترده شود. چین از نمونه این کشورها است که با ایجاد کمون ها دست به این کار زد. کمون ها واحدهای چند منظوره ای هستند که تمام مسایل کشاورزی، صنعتی، تجاری، فرهنگی و نظامی در آن ها حل و فصل می شود (وثوقی، ۱۳۸۰، ۱۰).

در فلسطین اشغالی کیبوتص یک جامعه تعاونی در فسطین اشغالی است. زندگی اجتماعی در کیبوتص ها شامل یهودیانی از ۳۰ کشور مختلف با زبان و فرهنگ های متفاوت حضور است، که غالباً متعصب هستند و تنها خصیصه مشترکشان دین یهود است. زندگی اجتماعی در کیبوتص و کار دسته جمعی بخ خصوص تربیت جمعی کودکان در مهد کودک ها و دبستان ها موجب یکسان سازی فرهنگی، تقویت تعصبات دینی و تقویت علائق آن ها به خاک فلسطین می گردد (پاپلی یزدی، ۱۳۸۵، ۸۶).

در شوروی کولخوزها هم همین نقش را داشتند. در هر صورت این سازمان های اقتصادی، فرهنگی به قصد تغییرات فرهنگی و ساسای اقتصادی بوجود آمدند و اثرات مختلفی هم داشته اند. این مسایل همه حاکی از اهمیت نقش مهندسی فرهنگی در کشورهای مختلف است.

در ایران نیز بعد از اصلاحات ارضی سازمان هایی چون سپاه دانش، خانه فرهنگ، سپاه ترویج و ... بوجود آمدند که همگی دارای نقش های فرهنگی در روستاها نیز بودند و نشان از تلاش دولت وقت برای تاثیر گذاری های سیاسی و فرهنگی در روستاها بوده است. بعد از انقلاب نیز جهاد سازندگی، بسیج، بنیاد مسکن، خانه همیار روستایی، شوراهای روستایی و ... همگی برای گسترش طرح های فرهنگی در روستاها و گسترش ایده های انقلابی تلاش بسیار وافر کردند که تا به امروز ادامه دارد.

در این میان، بهره گیری از تجارب سه دهه گذشته نظام جمهوری اسلامی ایران، متناسب با جایگاه جدید کشور در عرصه معادلات جهانی از اهمیت بسزایی برخوردار می باشد. به طور حتم همکاری مراکز مختلف

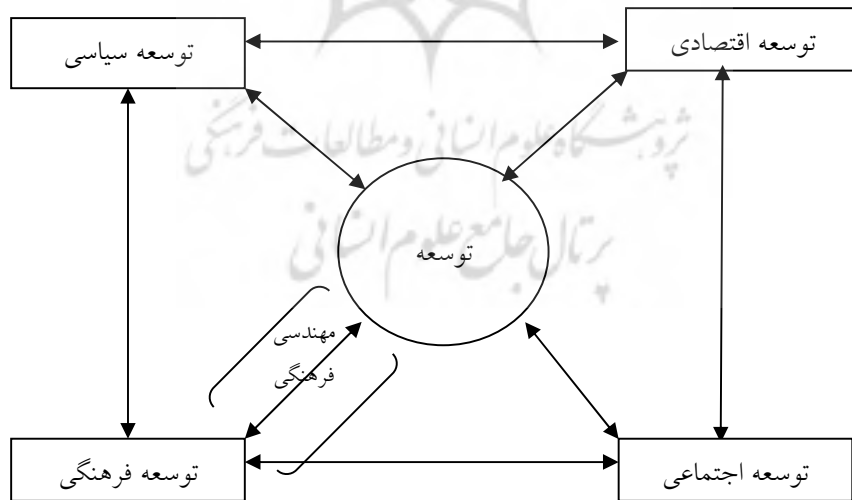
دانشگاهی و پژوهشی کشور به‌عنوان پشتوانه فکری برای ترسیم ابعاد مختلف طرح مهندسی فرهنگی و رصد جریانهای نوظهور و بالقوه در عرصه داخلی و جهانی و اجرای دقیق نقشه مهندسی فرهنگی از سوی دستگاههای مختلف اجرایی کشور اعم از دولتی و غیر دولتی و همکاری و همیاری قوای مقننه و قضائیه دستیابی به اهداف ترسیم شده را ممکن می‌نماید. در صورت طراحی و اجرای صحیح، دقیق و همه‌جانبه نقشه مهندسی فرهنگی در پایان سند چشم‌انداز بیست‌ساله، در کنار ایران اسلامی که جایگاه اول در حوزه‌های اقتصادی، علمی و فناوری در منطقه را خواهد داشت، می‌توانیم جامعه‌های مبتنی بر اصول انسانی و اخلاقی، سرزنده و با نشاط، منسجم و مستحکم در برابر نفوذ فرهنگی بیگانه و به دور از بحرانهای اخلاقی جوامع غربی داشت. (ابراهیمی، ۱۳۸۵: ۳۰)

## ۲- مفهوم توسعه فرهنگی در روستاها

توسعه فرایندی است که تحولی مداوم در ابزار، قوانین و روابط مادی، معنوی و اجتماعی، به منظور دستیابی به تکامل جامعه و تحقق اهداف انسانی ایجاد نماید. توسعه دارای ابعاد گوناگونی است، مثلاً توسعه فرهنگی، توسعه اجتماعی، توسعه سیاسی، توسعه اقتصادی و ... (اکبری، ۱۳۸۰، ۱۱).

مهمترین نکاتی که در تعریف توسعه باید مد نظر داشت عبارتند از این‌که، اولاً باید توسعه را یک مقوله ارزشی به شمار بیاوریم، ثانیاً باید آن را جریانی چند بعدی و پیچیده بدانیم، و، ثالثاً، باید به ارتباط و نزدیکی آن با مفهوم بهبود توجه داشته باشیم (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۴: ۲۴).

توسعه دارای ارکان و بخش‌های مختلفی است که بین ارکان مختلف توسعه ارتباط مستقیم و غیر مستقیم وجود دارد که در نمودار شماره یک مشخص است.



نمودار شماره ۱- تعامل اجزای مختلف توسعه و نقش مهندسی فرهنگی

اجزای مختلف توسعه با هم مرتبط هستند، در حقیقت ارتباطی مستقیم بین توسعه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی وجود دارد که حکایت از اثر گذاری آن‌ها بر همدیگر است. در عین حال توسعه فرهنگی در فرایند

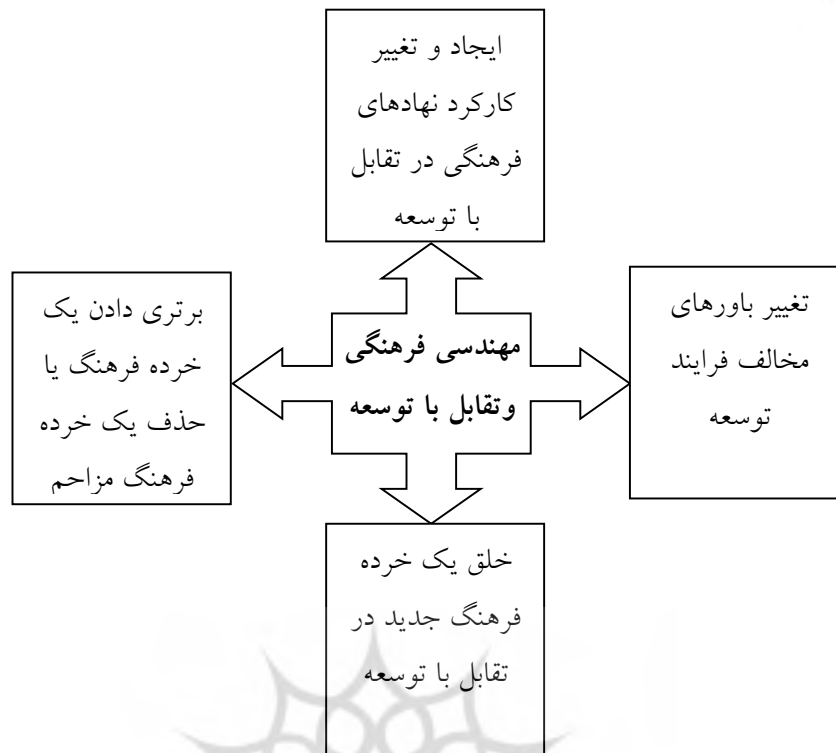
توسعه کشور تحت تاثیر مهندسی فرهنگی قرار می گیرند و قالب گیری توسعه فرهنگی تحت تاثیر مهندسی فرهنگی صورت می گیرد. با توجه به ارتباطی که بین اجرای توسعه وجود دارد؛ می توان نتیجه گرفت که مهندسی فرهنگی می تواند روی دیگر اجزای توسعه (اقتصادی، اجتماعی و سیاسی) به طور غیر مستقیم اثر گذارد. پس توسعه کشور در تمامی ابعاد وابسته به چگونگی انجام مهندسی فرهنگی است.

### ۳- مفهوم مهندسی فرهنگی و ارتباط آن با توسعه فرهنگی در روستاها

اساساً فرهنگ یکی از مهمترین عوامل تحقق توسعه است، و از این رو، توسعه فرهنگی، هم یکی از پیش شرطهای بنیادی تحقق توسعه و هم یکی از آرمانهای بنیادی توسعه در هر جامعه است؛ از همین رو بیشتر صاحب نظران توسعه، از جمله کارگزاران و مسئولان سازمان ملل متحد، تأکید خاصی بر فرهنگ به عنوان یکی از مهمترین عوامل تحقق توسعه دارند (فابریزو، دزیو و دیگران، ۱۳۷۸؛ فکوهی، ۱۳۷۹؛ الیاسی، ۱۵۶-۱۳۶۸؛ ۴۳۵:۱۳۷۳-۴۵۳). مهندسی فرهنگی کاربردهای مختلفی دارد، حتی می تواند در خدمت سازمان ها، دولت ها و یا افراد در جهت دستیابی به منافع شخصی آن ها باشد. می تواند خشتی کننده نگرانی های دولتمردان در جهت حمایت از الگوهای پیاده شده توسط نظام های خودکامه باشد یا در امر بازاریابی شرکت ها می تواند تبلیغ کننده رویکرد مصرفی باشد ولی آن چه که ما در این مقاله به عنوان تعریفی از مهندسی فرهنگی در نظر داریم وجه مثبت آن یعنی ارتباط بین توسعه و فرهنگ و حل معضلات بین آن دو است.

«مهندسی فرهنگی رویکردی مفهومی به برنامه ریزی و مدیریت توسعه فرهنگی است که با توجه به طبیعت متغیر فرهنگ، به طراحی راهبردهای عملی برای حل مسائل و مشکلات ناشی از تعامل فرهنگ و توسعه می پردازد. مفهوم مهندسی فرهنگی در بخش فرهنگ حاکی از تغییری قابل توجه در مدیریت نهادهای فرهنگی و معطوف به نیاز به راه حل های کاملاً فنی و به دقت طراحی شده به چالش های توسعه فرهنگی است. به بیان دیگر مهندسی فرهنگی به نظام ها، فرایندها، جایگزین ها و فرمول بندیهای مرتبط با پاسخ های خلاقانه به چالش های توسعه ی نهادهای فرهنگی و تشویق مردم به مشارکت در حیات فرهنگی جامعه می پردازد (آشنا، ۱۳۸۵)».

دامنه مهندسی فرهنگ و تعریف در زمینه آن گسترده است و از فرهنگ سازی گرفته تا توسعه تهادهای فرهنگی را شامل می شود و این موضوع در نمودار شماره دو نشان داده شده است.



نمودار شماره ۲- دامنه ارتباطی مهندسی فرهنگی با توسعه

#### ۴- ظرفیت سازی فرهنگی

در گزارش کنفرانس توسعه محیطی ملل متحد (UNCED4) ظرفیت سازی به معنای ارتقا و توسعه توانایی ها در راستای سنجش و ارزشیابی و همچنین پاسخ به نیازهای مبتلا به کشور از طریق درک صحیح سیاست ها و الگوهای بهینه توسعه تعریف شده است (Capacity) (Building Agenda, 1992, 89). ویلیامسون و همکارانش، ظرفیت سازی فرهنگی را توسعه دانش، مهارت ها و استعداد های فردی و گروهی می دانند که منجر به توسعه و ارتقاء مدیریت فرهنگ و حفظ صیانت فرهنگ کشور می گردد. این فرایند فراتر از آموزش آکادمیک، حرفه ای و منابع انسانی بوده و به زیرساخت های فرهنگی می پردازد (Williamson . 2003). ظرفیت سازی فرهنگی، طیف وسیعی از حمایت ها و فنون است که هدف آن توانمند سازی افراد و سازمان های فرهنگی برای مشارکت فعال و بهره وری بهینه برنامه های فرهنگی می باشد. هدف از ظرفیت سازی فرهنگی را می توان در چند موضوع خلاصه کرد:

ابتدا پاسخ گویی به ضعف های درونی سازمان های فرهنگی و تقویت پتانسیل موجود آنها، دوم کمک به سازمان های فرهنگی و سیاسی به منظور این که به تغییرات سریع محیط فرهنگی و سیاسی که امواج آن از طرف سایر فرهنگ ها ایجاد شده واکنش مناسب نشان دهند، سوم اجرای

بهتر برنامه های فرهنگی و سیاسی در سطوح خرد و کلان، چهارم توانمند سازی افراد و کلیه سازمان های دولتی و غیر دولتی برای مشارکت فعال در اجرای برنامه های فرهنگی و سیاسی و نهایتاً آماده سازی افراد برای انجام تغییرات در جهت ارتقاء مادی و معنوی آنان و دستیابی به نتایج ملموس مدون و منطبق با برنامه زمان بندی معین می باشد (نمازی، ۱۳۹۱).

#### ۵-دامنه ارتباطی مهندسی فرهنگی با توسعه فرهنگی روستایی

همان طور که اشاره شد تعریفی که ما از مهندسی فرهنگی داریم به طور خیلی ساده حل مشکلات ناشی از مقاومت فرهنگی در مقابله با اثرات توسعه است. در این بین چهار دامنه ارتباطی وجود دارد که می تواند از تغییرات ساده شروع شود و تا گسترده ادامه یابد و عبارتند از:

- ایجاد و تغییر کارکرد نهادهای فرهنگی در تعامل با توسعه: ایجاد و توسعه نهادهای فرهنگی در کشور بالاخص در روستاها نظیر جهاد سازندگی که در اوایل انقلاب بوجود آمد را می تواند از جمله فعالیت های مهندسی فرهنگی دانست. این نهادها می توانند از بافت درونی مردم پدید آیند مثل شوراهای روستایی که عموماً مردمی تر و مشارکت جویانه تر است و یا از درون نهادهای دولتی پدید آید مثل بنیاد مسکن و ... اهدافی که این نهادها هم دنبال می کنند شامل دو دسته است: هدف های عمومی توسعه فرهنگی که معمولاً در هر زمانی دنبال می شود، نظیر برگزاری اعیاد مذهبی در روستاها و ... و یا در زمان های خاص و بنا به دلایل خاص پدید آید، مثل توسعه فرهنگ استفاده از وسایل ارتباط جمعی نظیر روزنامه و تلویزیون و یا در بعدی دیگر گسترش فرهنگ استفاده از امکانات جدید نظیر بیمه روستایی. از جمله تغییرات نهادهای فرهنگی در روستاها را می توان به تغییر کارکرد و عملکرد وزارت فرهنگ قبل و بعد از انقلاب در روستاها مثال آورد، که بعد از انقلاب وجه ارشاد اسلامی به آن افزوده شد.
- تغییر باورهای مخالف فرایند توسعه: در برخی موارد توسعه با مقاومت مردم روبرو می شود. در این جا لازم است تا آداب و رسوم و یا فرهنگ هایی که مانع فرایند توسعه هستند، تغییر یابند. این مساله حایز اهمیت است، زیرا ممکن است در صورت عدم برنامه ریزی مناسب برای این تغییر فرهنگی اثر سویی برجای گذارده شود و حتی مردم را از فرایند توسعه منزجر کرده و مسئولان امر را در نزد مردم بد جلوه دهد. معمولاً این باورها که در برخی موارد منجر به اجرای یک سری قوانین عرفی در جامعه شده است، در دوره ای از تاریخ برای بقای جامعه سودمند بوده اند ولی اکنون این جایگاه خود را از دست داده اند و حتی مخل توسعه جامعه شده اند. تغییر این باورها سخت و در عین حال ضروری است.
- برتری دادن یک خرده فرهنگ یا حذف یک خرده فرهنگ مزاحم: در گذر تاریخ فرهنگ های بسیاری بوجود آمده اند و یا نابود شده اند. سازمان ها و دولت ها این توان را دارند که موجب تقویت یا تخریب این فرهنگ ها بشوند. یکی از مسایلی که می تواند تعیین کننده رشد یا زوال یک فرهنگ یا خرده فرهنگ باشد میزان توانایی فرهنگ مورد نظر در جهت سازگاری با تغییرات زمانی و مکانی است. مقاومت و عدم

انعطاف فرهنگ‌ها می‌تواند موجب از هم پاشیدگی یک فرهنگ شود. البته مهندسی فرهنگ یک امر خارجی است و به معنای عملیات بیرونی جهت تخریب یک فرهنگ در اینجا مستفاد می‌شود. به طور مثال در یک منطقه روستایی ممکن است خرده فرهنگ‌های مختلفی وجود داشته باشد که شکل مخرب یا منفی داشته باشد. البته این نوع تخریب یا تقویت کردن فرهنگ‌ها کار و هزینه بسیار زیادی را می‌طلبد.

• خلق یک خرده فرهنگ جدید در تقابل با توسعه: آیا می‌توان یک خرده فرهنگ جدید بوجود آورد. خیلی از متخصصان معتقدند که فرهنگ از دل اجتماع و با گذر زمان بوجود می‌آید و شاید جواب به این سوال بستگی به دایره تعریف ما از فرهنگ باشد. در بعدی محدود از تعریف فرهنگ می‌توان دست به این کار زد. اگر بخواهیم مصرف زدگی را یک فرهنگ غلط (برخی تنها از واژه عادت نام می‌برند) در جامعه غربی نام ببریم در آن صورت می‌توان این فرهنگ را تغییر داد. این یک نمونه است. از این گونه فرهنگ‌ها زیاد وجود دارد. در جامعه روستایی فرهنگ‌های سنتی زیادی وجود دارد که نیاز به تغییر دارند. می‌توان فرهنگ قناعت را در مقابل مصرف زدگی بوجود آورد.

ساختن انسان توسط خود به وسیله ایجاد فرهنگ را می‌توان به عنوان یک فرآیند در نظر گرفت که در طی زمان این حرکت را ادامه داده است و برحسب شرایط موجودی زمانی و مکانی خود، این فرهنگها را شکل داده است تا بتواند خود را بر جهان مادی و معنوی تطبیق دهد. انسانها فرهنگ را برای تطبیق زندگی خود با شرایط جهانی و طبیعی به وجود می‌آورند که به دلیل اختلاف این جهان‌ها و این طبیعتها، فرهنگها نیز هرگز یکی نخواهند شد. در باب پست مدرنیسم، دو نظریه وجود دارد که یکی بیان می‌کند که تشابهات فرهنگها در جهان تا آن حد زیاد میشود که دنیا شبیه یک شهر کوچک و بلکه شبیه یک دهکده با تشابهات فرهنگی زیاد خواهد شد. و نظر دومی این است که هرگز اختالفات فرهنگی از صحنه دنیا از بین نخواهد رفت. ایجاد کنندگان نظریه دهکده جهانی که در رأس آن آمریکا است با قوم مداری خود در صدد هستند تا کلیه ارزشهای جهانی را براساس قومیت و ارزش امریکایی تعریف و جا بیاندازند (عالمی، ۱۳۸۶، ۱۳۹).

#### ۶- بررسی دلایل ضرورت مهندسی فرهنگی در روستاها

الف- مقاومت بافت فرهنگی روستا در مقابل یک نوآوری یا تغییر سازمانی: در ابتدا ضروری است که رهیافت‌های تغییر سازمانی شرح داده شوند که در زیر می‌آید:

#### ۱-۶- رهیافت‌های تغییر سازمانی

در ابتدا به بررسی رهیافت‌هایی می‌پردازیم که طی آن تغییر سازمانی مربوط صورت می‌گیرد (ابراهیمی، ۱۳۸۵، ۱۲).

• رهیافت‌هایی برای تغییر سازمانی رهیافت استبدادی: که در آن تقسیم نابرابر قدرت، موجب اخذ تصمیمات مربوط به تغییر، بوسیله یک قدرت مرکزی است و دیگران مجبور به اطاعت می‌باشند.

• رهیافت مشارکتی که در آن قدرت به گونه ای گسترده تقسیم شده است و تصمیمات مربوط به تغییر، با مشاورت کسانی اتخاذ می شود که تحت تغییر قرار می گیرند.

معمولاً زمانی که تغییر سازمانی نیاز به سرعت عمل دارد و مجریان انتظار نتیجه فوری را دارند، رهیافت استبدادی بکار می رود و رهیافت مشارکتی در مواقعی کاربرد دارد که انتظار نتایج بلند مدت و عمقی دنبال می شود. به طور کلی تاکید بر بکار گیری روش های مشارکتی است، زیرا رهیافت استبدادی دوام ندارد و تا زمانی وجود دارد که اهرم های تشویقی و تنبیهی وجود دارند.

معمولاً وقتی پروژه ای مطرح می شود که در یک روستا باید به اجرا دربیاید، ابتدا افراد سعی می کنند که نظر جمع را بدان جلب کنند. به طور مثال وقتی قرار است یک بذر ذرت اصلاح شده به کشاورزان توصیه شود، ابتدا آن بذر را در یک مزرعه نمایشی کشت داده، همه مردم را به سوی دیدن آن دعوت می کنند و در نهایت اگر عملکرد مناسبی داشته باشد، مورد پذیرش قرار می گیرد. این یک فرایند مشارکتی و مناسب است. اما واقعیت این است که همیشه وضعیت این گونه نیست. تصور کنیم که دولت می خواهد یک جاده بسازد و در مسیر این جاده اهالی یک روستا با گذشتن آن از کنار روستای خود مخالف هستند، این جاده میلیاردها تومان خرج برداشته و این مسیر هم تنها مسیر انتقال جاده است. در این جا می توان منافع اکثریت یک منطقه را به خواست یک روستا ارجحیت داد و هر رهیافت استبدادی استفاده کرد. این موضوع در ایران زمانی که قرار بود راه آهن ساخته شود واقعاً مطرح بود و اهالی برخی مناطق به خاطر نگرانی هایی که از گسترش مسایل غیر اخلاقی در منطقه خود داشتند با گسترش آن مخالفت می کردند. به هر حال در دوره ای کوتاه تا زمانی که راه آهن ساخته شود از رهیافت استبدادی استفاده شد و بعد از آن هم که نمی شد جلوی رفت و آمد قطارها را گرفت و دیگر احتیاجی به ادامه سختگیری نبود. در هر دو رهیافت استبدادی و مشارکت جویانه شاید نیاز به تغییرات فرهنگی چندان محسوس نباشد، اما حالات دیگری در فرایند ایجاد تغییر نیز مطرح است.

برخی موارد نیاز است که یک تغییر مهمی در فرهنگ یک جامعه پدید آید، مثلاً برای پذیرش یک نوآوری جدید. ورود دکتر به یک روستا و حذف معالجه های سنتی نیاز به پذیرش آن توسط مردم دارد، در این مرحله ما در ابتدا باید تغییر فرهنگی جهت پذیرش پزشکی ایجاد کنیم، یا گاهی اوقات برخی خرافات در بین مردم وجود دارد که مشکل ساز است. در افغانستان درختی وجود دارد که مردم معتقدند که برای معالجه دندان درد خود باید به آن درخت یک میخ بزنند. آن درخت مقدس است و پاک کردن این تفکر در بین مردم کمی سخت است، در این جا مهندسی فرهنگ نقشش مطرح می شود. باید فرهنگ را به نحو صحیحی تغییر داد و آماده پیشرفت و پذیرش نوآوری جدید نمود.

ب- استفاده بهینه از نوآوریها: همواره مشکل بر سر پذیرش یک نوآوری نیست، بلکه نحوه پذیرش نوآوری هم مطرح است. در حقیقت زمانی می توان از یک ایده یا تکنولوژی خوبی که مطرح شده به نحو صحیحی استفاده نمود که فرهنگ استفاده از آن را نیز بلد بود. مثلاً در تشکیل تعاونی های تولید و مصرف در روستاها لازم



است، فرهنگ مشارکت جمعی و همکاری به نحو صحیحی آموزش داده شود. خیلی از تعاونی های روستایی امروزه به همین دلیل دچار مشکل هستند.

ج- کاهش اثرات مخرب توسعه در روستاها: امروزه پدیده های جدیدی مطرح شده که می تواند تاثیرات منفی زیادی با خود داشته باشد، مثلاً جهانی سازی از جمله آن است. جهانی سازی در روستاها می تواند به بافت سنتی - فرهنگی روستاها و روابط بین افراد اثر گذارد، می تواند سبب مهاجرت به شهرها شود و یا روی نوع تولید محصولات کشاورزی اثر گذارد (حرکت از کشت معیشتی به تجاری) همه این موارد دارای تاثیرات منفی زیادی است که لزوم کاهش آن ضروری می نماید. مهندسی فرهنگی می تواند با کار روی این موضوع و ارایه برنامه ریزی های مدون تلاش نماید تا سطح تخریب این نوع توسعه کاهش یابد. هدف جوانان بوده چراکه این قشر بیشتر در برابر این نوآوری ها واکنش نشان می دهند.

د- مهندسی فرهنگی و تحرکات اجتماعی: انتقال یک شخص یا یک گروه از یک پایگاه اجتماعی به پایگاه اجتماعی دیگر را تحرک اجتماعی می گویند (راجرز، ۱۳۷۹، ۱۲). معمولاً افراد سعی دارند که به طرق مختلف پایگاه خود را تغییر دهند. این تحرک به نوع طبقات و تعداد آن ها نیز مرتبط است. عمدتاً در شهرها طبقات و فاصله بین افراد بیشتر از روستاها است، منتها روستاییان نسبت به شهری ها نسبت به طبقات اجتماعی حساس ترند به علاوه این که تحرکات اجتماعی در آن ها بسیار کمتر است. برخی طبقات در بین مردم جایگاه ویژه ای دارند و دست یافتن به آن سخت است، مثل روحانیون و یا نظامیانی که در روستا هستند. در گذشته خان هایی که قبل از اصلاحات ارضی در ایران بودند نیز از اهمیت بالایی برخوردار بودند. نوع فرهنگ ها هم در تعیین طبقات و تحرکات اجتماعی مهم است؛ مثلاً نظام کاستی هند اجازه انتقال افراد را از یک طبقه به طبقه دیگر نمی دهد، در عین حال افراد همان گونه که بدنیا می آیند، در همان وضعیت هم می میرند. مهندسی فرهنگی در این جا از اهمیت بالایی برخوردار است. تحرکات اجتماعی مردم وابسته به باور آن ها است، یکی از باورهای غلط در ایران نگاه منفی، عقب افتاده به روستاییان در مقابل شهری ها است. همین عامل منجر به مشکلات فراوانی در عدم خود باوری در بین مردم روستایی شده است. با مهندسی فرهنگی می توان برنامه هایی جهت حذف این دیدگاه و توسعه خود باوری بین روستاییان انجام داد.

ه- حل مشکل ناشی از مهاجرت روستاییان به شهرها: مهاجرت های روستاییان به شهرها سبب می شود نوعی اختلاط فرهنگی بوجود آید. مناطقی از جمله حومه شهرها معمولاً پذیرای حال این افراد هستند. مهاجران اغلب در این گونه موارد به نوعی بیگانگی فرهنگی دچار می شوند. از طرفی این مناطق محل گسترش انواع پدیده های نامناسب اجتماعی است. در هر صورت پدیده مهاجرت امری واقعی است و فراری از آن نمی توان کرد، لذا برنامه ریزی برای کاهش اثرات مخرب این مهاجرت ها ضروری است. گسترش مدارس، آموزش های فرهنگی مناسب و کاهش فقر از جمله برنامه هایی است که می توان برای این مناطق انجام داد.

## ۷- مراحل اجرایی یک طرح فرهنگی در روستاها

این مراحل به شرح زیر هستند:

- تعیین و مشخص کردن هدف اجرای طرح فرهنگی یا برنامه ای که در دست اجرا داریم؛
- تعیین اولویت های فرهنگی که نیاز است روی آن ها کار صورت بگیرد؛
- شناسایی بخش هایی که نیازمند همکاری آن ها هستیم؛
- هر طرح فرهنگی می تواند روی شاخص های دیگر فرهنگی اثر مثبت یا منفی بگذارد. ضروری است تا آن ها شناسایی شوند؛
- بهتر است یک هماهنگ کننده بین مردم و سازمان های فرهنگی وجود داشته باشد. این هماهنگ کننده باید از خود مردم انتخاب شود؛
- تعیین بودجه های لازم برای اجرای طرح های فرهنگی و همچنین مشخص کننده سازمان های تامین کننده این بودجه. مثلاً مشخص شود که مسجد مورد نظر در روستا قرار است توسط چه کسی تامین اعتبار شود؛
- زمان اجرای پروژه مشخص شود. به طور مثال ساخت های فیزیکی نباید به بارندگی برخورد کنند. هر چه زمان یک طرح طولانی تر شود، هزینه آن بیشتر می شود؛
- عملیات اجرایی آغاز می شود؛
- بهتر است که پایان برنامه های فرهنگی همراه با یک جشن عمومی باشد، می توان از همه مردم در این زمینه کمک گرفت؛
- ارزشیابی باید صورت بگیرد. به عبارتی هر طرح فرهنگی را باید ارزشیابی نمود که آیا نتایج مثبتی که در انتظار داشته ایم بوقوع پیوسته است یا خیر؟ یا مردم استقبال می کنند یا خیر؟

## ۸- انواع طرح های مهندسی فرهنگی در روستاها

این طرح ها می تواند یک برنامه ریزی کلان روستایی برای کل کشور باشد، یا می تواند یک برنامه ریزی کوچک برای یک روستا باشد. بر همین اساس مجریان طرح هم می توانند افراد عالی رتبه از پایتخت باشند و یا افرادی از دل یک روستا. مثلاً ریش سفیدان، روحانیون روستا و ...  
معمولاً مهندسی فرهنگی رهیافتی از بالا به پایین است و توسط مجریان دولتی پیشنهاد می شود و به روستاها پس از طی سلسله مراتب می رسد. اما نباید فراموش کرد که ضروری است، جایگاه مردمی طرح نیز حفظ گردد و از مشارکت آن ها استفاده شود.

## ۹- نکات مهم در مهندسی فرهنگی در روستاها

شامل موارد زیر می شوند:

- باید طرح های فرهنگی پیشنهاد شده واقع گرا باشد و از آرمان گرایی در پروژه های فرهنگی روستایی که منجر به سرخوردگی و ناامیدی مردم می شود، خودداری کرد.
- توصیه می شود که مبتنی بر مشارکت مردمی باشد. این عامل سبب اثربخشی بیشتر برنامه های آن می شود.
- مهندسی فرهنگی برنامه ریزی چند جانبه می طلبد. لذا هماهنگی بین دستگاه ها و سازمان ها ضروری است.
- توجه به مسایل اقتصادی ضروری است. نباید فراموش کرد که ریشه بسیاری از معضلات فرهنگی اقتصاد است.
- مردم باید قبل از هر اقدامی در جهت برنامه ریزی فرهنگی کاملاً توجیه شده باشند. در غیر این صورت احتمال شکست در آن وجود دارد.
- در هر روستایی افرادی تحت عنوان رهبران معنوی وجود دارند که نظرشان برای مردم حجت است. اگر می خواهیم طرح قابلیت اجرایی یابد بهتر است موافقت آن ها را جلب کنیم.
- توسعه فرهنگی باید اثرات پایدار داشته باشد، بدین معنی که بعد از خاتمه طرح نباید تاثیرات آن متوقف شود و دو واقع باید دوام داشته باشد، که شرط آن حمایت مردمی از برنامه فرهنگی است.

#### ۱۰- روش تحقیق

روش پژوهش توصیفی- تحلیلی است و جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده در آن از روش *SWOT* استفاده شده است. به این صورت که در ابتدا با استفاده از مطالعات میدانی و اسنادی و بهره گیری از نظرات متخصصین موضوعی، فهرستی از نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدیدهای فرهنگی روستایی تهیه شد (جدول شماره ۱). سپس در قالب پرسشنامه با طیف لیکرت در اختیار مردم بومی، قرار گرفت. در ادامه با استفاده از اطلاعات به دست آمده به تشریح و تحلیل هر یک از عوامل داخلی و خارجی مؤثر در موضوعات فرهنگی پرداخته شد و بر اساس آن اولویت ها مشخص گردید. مطالعات فرهنگی

در تعریف قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدهای مدل *SWOT* می توان از عبارتهای ساده زیر استفاده نمود:

- ۱- قوت ها: ویژگی هایی که گروه را در دستیابی به اهداف یاری می رسانند. این ویژگی ها احتمالاً دارای یک اثر مثبت در دستیابی مطلوب به اهداف خواهند بود؛
- ۲- ضعف ها: ویژگی هایی که در راه رسیدن به اهداف مضرند و احتمالاً در این راه اثرات منفی خواهند داشت؛
- ۳- فرصت ها: وضعیت هایی از محیط پیرامون که می توانند به دلیل اثرات مثبت احتمالی، گروه را در دستیابی به اهداف یاری رسانند؛
- ۴- تهدیدها: وضعیت هایی از محیط پیرامون که می توانند در راه دستیابی به اهداف، مانعی بر سر راه گروه باشند (از کیا، زارع، ایمانی، ۱۳۸۷: ۱۴۴-۱۴۳).

## نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدات مهندسی فرهنگی در نواحی روستایی

این موارد به شرح جداول زیر هستند:

### جدول شماره ۱. فهرست نقاط قوت، ضعف، فرصت، تهدیدهای مهندسی فرهنگی

<p>قابلیت‌های فرهنگ شیعی و ایرانی در رویکردهای ارزشی و تاریخی کشور  قابلیت‌های بازتولید هویت فرهنگی، تعصب خانوادگی و ... در کشور  اغلیت و فراوانی چهره‌های فرهنگی در میان نخبگان سیاسی  امکان بهره‌مندی از رسانه‌های مکتوب و غیرمکتوب در جهت جذب  مخاطبان و اطلاع‌رسانی فرهنگی با ابزارهای مدرن  امکان استفاده از حضور فعال و ایفای نقش نظارتی و کنترل مردم  قابلیت ترغیب‌سازی و مشارکت‌جویی فرهنگی از طریق رسانه‌ها، حوادث  و تبلیغ مثبت چشم‌اندازها و چالش‌ها  حضور قابل توجه رسانه‌ی صدا و سیما در قریب به اتفاق اسکان جمعیتی  (بالاتر از ۸۰ درصد)  قدرت هدایت افکار عمومی از طریق رسانه‌ها و فرهنگ‌سازی در شرایط  بحرانی  افزایش سطح تحصیلات و دانایی و آگاهی ملی در حوزه‌ی درک واقعی  از منابع ملی و ارزشی  وجود نهادها و سازمان‌هایی که قابلیت ذاتی تولید محصولات فرهنگی نو  و جدید را دارا می‌باشند</p>	<p><b>نقاط قوت</b></p>
<p>کاهش تعلق به هویت دینی - ملی  تبدیل شدن فرهنگ‌سازان به سیاست‌بازان  فقدان تعامل پویا میان نظام برنامه‌ریزی و نیازهای فرهنگی  ضعف یکپارچگی و انسجام مشترک در پی‌گیری چشم‌انداز و رسالت  فرهنگی کشور  وجود مراجع متعدد و ناهماهنگ در سیاست‌گذاری فرهنگی  عدم توجه به فرهنگی کردن رویکرد دینی مردم‌سالاری در قبال الگوی  غربی دموکراسی فرهنگی  غلظت توجه دولت به ماهیت فرهنگ و رهاسازی روش‌های تحقیق  ضعف تعامل نظام برنامه‌ریزی استراتژی فرهنگی با برنامه‌های کلان کشور</p>	<p><b>نقاط ضعف</b></p>

<p>بی‌توجهی به اصل نشاط و پویایی در نهادینه‌سازی فرهنگی پرهزینه‌سازی فعالیت فرهنگی در قبال فعالیت‌های اجتماعی</p>	
<p>افزایش شبکه‌های اجتماعی افزایش سواد افزایش سواد رسانه‌ای خاطر بالای مردم به کشور گسترش زیرساخت‌های ارتباطی توسعه رسانه‌های ارتباطی تراکم قابلیت‌های اشتراک‌ساز مذهبی، قومی، نژادی و گویشی در چند افق جغرافیایی و ملی. سابقه‌ی دوستی و همزیستی دیرینه اقوام و ادیان ایرانی در قالب مرزهای ملی اعتقادات مذهبی بالای مردم روستایی</p>	<p>فرصت‌ها</p>
<p>جنگ نرم جهانی شدن در معرض خطر قرار دادن هویت‌های ملی، دینی و نژادی گسترش نسبی گرایی (تکثر گرایی) و سیطره پلورالیسم تضعیف و ایجاد شبهه در باورهای دینی و انقلابی مردم جایگزینی رسانه‌های جهانی (ماهواره، اینترنت و فضای مجازی) توان تولید علم و نظریه پردازی نظام سرمایه داری و ایجاد انفعال در محافل علمی کشور اعتبار بخشیدن به برداشت سکولار از جهان هستی تحول در تلقی و الگوی زندگی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی</p>	<p>تهدیدها</p>

جدول شماره ۲. محاسبه وزن نهایی عوامل مؤثر داخلی دهمندسی فرهنگی و اولویت بندی آن

اولویت	وزن نهایی	ضریب	میانگین رتبه‌ای	عوامل مؤثر داخلی	نقاط قوت
۱	۰/۴۳۷	۰/۰۹	۴/۸۶	قابلیت‌های فرهنگ شیعی و ایرانی در رویکردهای ارزشی و تاریخی کشور .	
۲	۰/۳۷۸	۰/۰۸	۴/۷۳	قابلیت‌های بازتولید هویت فرهنگی، تعصب خانوادگی و ... در کشور .	
۳	۰/۳۰۳	۰/۰۷	۴/۳۳	اغلیت و فراوانی چهره‌های فرهنگی در میان نخبگان سیاسی .	
۴	۰/۲۴۸	۰/۰۶	۴/۱۳	امکان بهره‌مندی از رسانه‌های مکتوب و غیرمکتوب در جهت جذب مخاطبان و اطلاع‌رسانی فرهنگی با ابزارهای مدرن .	
۵	۰/۲۰۳	۰/۰۵	۴/۰۶	امکان استفاده از حضور فعال و ایفای نقش نظارتی و کنترل مردم .	
۵	۰/۲۰۳	۰/۰۵	۴/۰۶	قابلیت ترغیب‌سازی و مشارکت‌جویی فرهنگی از طریق رسانه‌ها، حوادث و تبلیغ مثبت چشم‌اندازها و چالش‌ها .	
۶	۰/۱۶۰	۰/۰۴	۴	حضور قابل توجه رسانه‌ی صدا و سیما در قریب به اتفاق اسکان جمعیتی (بالتر از ۸۰ درصد)	
۷	۰/۱۱۶	۰/۰۳	۳/۸۶	قدرت هدایت افکار عمومی از طریق رسانه‌ها و فرهنگ‌سازی در شرایط بحرانی	
۸	۰/۰۷۳	۰/۰۲	۳/۶۶	افزایش سطح تحصیلات و دانایی و آگاهی ملی در حوزه‌ی درک واقعی از منابع ملی و ارزشی .	
۰/۰۳۵	۰/۰۳۵	۰/۰۱	۳/۵۳	وجود نهادها و سازمان‌هایی که قابلیت ذاتی تولید محصولات فرهنگی نو و جدید را دارا می‌باشند .	
*	۲/۱۶	*	۴/۱۲	قابلیت‌های فرهنگ شیعی و ایرانی در رویکردهای ارزشی و تاریخی کشور .	
۱	۰/۴۴۴	۰/۰۹	۴/۹۳	کاهش تعلق به هویت دینی - ملی .	نقاط

ردیف	وزن نهایی	ضریب	میانگین رتبه‌ای	عوامل مؤثر بیرونی	اولویت
۲	۰/۳۳۶	۰/۰۸	۴/۲۰	تبدیل شدن فرهنگ‌سازان به سیاست‌بازان .	ضعف
۳	۰/۲۷۰	۰/۰۷	۳/۸۶	فقدان تعامل پویا میان نظام برنامه‌ریزی و نیازهای فرهنگی .	
۴	۰/۲۰۷	۰/۰۶	۳/۴۶	ضعف یکپارچگی و انسجام مشترک در پی‌گیری چشم‌انداز و رسالت فرهنگی کشور .	
۵	۰/۱۷۶	۰/۰۵	۳/۵۳	وجود مراجع متعدد و ناهماهنگ در سیاست‌گذاری فرهنگی .	
۶	۰/۱۳۰	۰/۰۴	۳/۲۶	عدم توجه به فرهنگی کردن رویکرد دینی مردم‌سالاری در قبال الگوی غربی دموکراسی فرهنگی .	
۷	۰/۰۹۲	۰/۰۳	۳/۰۶	غلظت توجه دولت به ماهیت فرهنگ و رهاسازی روش‌های تحقیق .	
۸	۰/۰۵۶	۰/۰۲	۲/۸۰	ضعف تعامل نظام برنامه‌ریزی استراتژی فرهنگی با برنامه‌های کلان کشور .	
۹	۰/۰۲۵	۰/۰۱	۲/۵۳	بی‌توجهی به اصل نشاط و پویایی در نهادینه‌سازی فرهنگی .	
*	۱/۷۴	*	۳/۵۱	کل	

جدول شماره ۳. محاسبه وزن نهایی عوامل مؤثر بیرونی مهندسی فرهنگی و اولویت‌بندی آن

اولویت	وزن نهایی	ضریب	میانگین رتبه‌ای	عوامل مؤثر بیرونی	فرصت‌ها
۱	۰/۴۰۱	۰/۰۹	۴/۴۶	افزایش شبکه‌های اجتماعی	فرصت‌ها
۲	۰/۳۰۴	۰/۰۸	۳/۸۰	افزایش سواد	
۳	۰/۲۶۱	۰/۰۷	۳/۷۳	افزایش سواد رسانه‌ای	
۴	۰/۲۰۷	۰/۰۶	۳/۴۶	تلق خاطر بالای مردم به کشور	
۴	۰/۲۰۷	۰/۰۶	۳/۴۶	گسترش زیرساخت‌های ارتباطی	
۵	۰/۱۷۰	۰/۰۵	۳/۴۰	توسعه رسانه‌های ارتباطی	
۶	۰/۱۳۳	۰/۰۴	۳/۳۳	تراکم قابلیت‌های اشتراک‌ساز مذهبی، قومی، نژادی و گویشی در چند افق جغرافیایی و ملی .	
۷	۰/۰۹۸	۰/۰۳	۳/۲۶	سابقه‌ی دوستی و همزیستی دیرینه اقوام و ادیان	

				ایرانی در قالب مرزهای ملی .	
۸	۰/۰۳۲	۰/۰۲	۳/۲۰	اعتقادات مذهبی بالای مردم روستایی	
*	۱/۸۳	*	۳/۵۶	کل	
۱	۰/۳۲۹	۰/۰۹	۳/۶۶	جنگ نرم	تهدیدها
۲	۰/۲۵۰	۰/۰۸	۳/۱۳	جهانی شدن	
۳	۰/۲۱۴	۰/۰۷	۳/۰۶	در معرض خطر قرار دادن هویت های ملی ، دینی و نژادی	
۴	۰/۱۸۰	۰/۰۶	۳	گسترش نسبی گرایی ( تکثر گرایی ) و سیطره پلورالیسم	
۵	۰/۱۴۷	۰/۰۵	۲/۹۳	تضعیف و ایجاد شبهه در باورهای دینی و انقلابی مردم	
۶	۰/۱۱۲	۰/۰۴	۲/۸۰	جایگزینی رسانه های جهانی ( ماهواره ، اینترنت و فضای مجازی)	
۷	۰/۰۸۰	۰/۰۳	۲/۶۶	توان تولید علم و نظریه پردازی نظام سرمایه داری و ایجاد انفعال در محافل علمی کشور	
۸	۰/۰۴۷	۰/۰۲	۲/۳۳	اعتبار بخشیدن به برداشت سکولار از جهان هستی	
۸	۰/۰۴۷	۰/۰۱	۲/۳۳	تحول در تلقی و الگوی زندگی اجتماعی ، اقتصادی و فرهنگی	
*	۱/۴۱	*	۲/۸۸	کل	

#### ۱۲-ارائه راهبردهای موثر بر مهندسی فرهنگی در نواحی روستایی بر اساس تحلیل *SWOT*

با توجه به یافته‌های پژوهش راهبردهای چهارگانه شامل راهبرد تهاجمی، تنوع، بازنگری و تدافعی بیان می‌گردد، تا از این رهگذر بتوان راهکارها و برنامه‌های دقیق‌تری در رابطه با مهندسی فرهنگی در نواحی روستایی تنظیم نمود.

#### ۱۲-۱-راهبردهای تهاجمی (SO)

- ۱- کلیه سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی باید دارای رابطه‌ی ارگانیک و تعریف شده با هم باشند و مجموعه مولفه‌های محیطی، تغییرات و اثرگذاری آن‌ها مورد مطالعه و توجه جدی قرار گیرد.
- ۲- هریک از فعالیت‌های فرهنگی باید دارای سازمان‌دهی واحد و متولی مشخص و منحصر به فردی باشد و تولید امور فرهنگی در حوزه‌ی وظیفه‌مندی دولت جنبه‌ی ستادی دارد و مبتنی بر محدوده‌ی تعریف شده و مشخص حاکمیتی است.



۳- هرگونه تداخل وظایف و موازی‌کاری بین سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی به منظور اجتناب از هزینه‌های زائد و بهره‌گیری بهینه از منابع مالی از بین بردند.

#### ۱۲-۲- راهبرد تنوع (ST)

در این راهبرد با توجه به نقاط قوت داخلی و تهدیدهای بیرونی؛ مواردی در جهت تأمین نیازمندی‌های روستا برای رفع تهدیدها عنوان می‌شود:

۱- ایجاد تمرکز در اقدامات ستادی جهت سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی کلان، نظارت و تنظیم اقدامات حمایتی و هدایتی در سطوح ملی و استانی و اجتناب از موازی‌کاری، پراکنده‌کاری و تعدد سازمان‌های ستادی و صف در رده‌های واحد فعالیتی لازم می‌باشد.

۲- رعایت اصل ارتباط، پیوستگی، همبستگی و تجانس مأموریت، اهداف و راهبردها، متناسب بودن اختیارات با مسوولیت‌ها، رعایت اصل عدم تمرکز در امور اجرایی و سیاست‌گذاری استانی و رعایت تعادل در حجم و اندازه سازمان با مأموریت‌های محوله باید مدنظر قرار گیرد .

۳- شفاف‌سازی تعامل دولت با نهادهای فرهنگی مردم در جهت تقویت و کیفیت بخشیدن به فعالیت‌های آنها و نیز شفاف‌سازی تعامل دولت با حوزه‌های علمیه، با فرض حفظ استقلال آنها و گسترش خدمات متقابل باید صورت گیرد

#### ۱۲-۳- راهبرد بازنگری (WO)

در این راهبرد با توجه به نقاط ضعف درونی، تلاش می‌شود تا با استفاده از فرصت‌های بیرونی راهکارهایی برای برطرف نمودن نقاط ضعف پیش روی توسعه گردشگری روستای مورد نظر ارائه شود که در ذیل به آن اشاره می‌گردد:

۱- تقسیم وظایف و تعیین اختیارات سازمان‌های فرهنگی در حوزه‌های فعالیتی‌شان بر اساس توانمندی‌ها و قابلیت‌های سازمانی، حقوقی، مالی و انسانی هر یک از آنها باشد.

۲- ایجاد سازمان‌های متعدد فرهنگی بر اساس تنوع رسته‌های فعالیتی در صورتی که منجر به تعدد رویه کارکردی و ناسازگاری برنامه‌های تولید باشد، مطلوب نیست.

#### ۱۲-۴- راهبردهای تدافعی (WT)

در این راهبرد با تأکید بر کاهش ضعف‌ها و تهدیدها در جهت رفع آسیب‌پذیری روستای مورد بررسی راهکارهای ذیل ارائه می‌شود:

۱- فرهنگ‌سازی و ترویج فرهنگ روستایی در بین مردم، همچنین آموزش به اهالی روستا در رابطه با تعامل بهتر با همدیگر؛

۲- ایجاد و توسعه امکانات فرهنگی در روستا با مشارکت بخش خصوصی و دولتی و ایجاد زمینه مناسب برای جذب سرمایه‌گذاری‌های غیر بومی؛

۳- برنامه‌ریزی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سایر نهادهای متولی در جهت توسعه متوازن و متعادل روستایی با سایر مقوله‌های فرهنگی، همچنین شناسایی امکانات و قابلیت‌های روستای مورد مطالعه به منظور بهره‌گیری بهتر از آن؛

۴- برگزاری نمایشگاه‌های هنرهای دستی و مراسم محلی در مراکز جمعیتی بزرگ به منظور شناساندن هر چه بهتر آداب و رسوم روستایی.

### ۱۳- نتیجه‌گیری

اشاره کردیم که مهندسی فرهنگی نوعی برنامه‌ریزی در جهت توسعه فرهنگی است و گفتیم که ابعاد مختلف توسعه از نظر اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی همه با یکدیگر مرتبطند. در عین حال مهندسی فرهنگی شکل دهنده توسعه فرهنگی در فرایند توسعه کشور است. اشاره شد که مهندسی فرهنگی از طریق خلق یا تغییر یک فرهنگ جدید، ایجاد و تغییر سازمانها و نهادهای فرهنگی و تغییرها باورها و اعتقادات مردم به فرایند توسعه کمک می‌کند. در روستاها نیز مهندسی فرهنگی به جهت کمک در ایجاد یک نوآوری جدید و یا کمک به استفاده بهینه از نوآوری‌ها نقش دارد. در عین حال می‌تواند در کاهش و حل مشکلات نابرابری‌ها و اثرات منفی مهاجرت نقش ایفا کند. از طرفی اشاره می‌کنیم که در مهندسی فرهنگی مولفه‌های مشارکت، همه‌جانبه بودن پروژه و واقع‌گرا بودن از اهمیت بالایی برخوردار است و در فرایند طرح یک برنامه فرهنگی اهمیت هدف، زمان، هزینه و ارزشیابی را نباید فراموش کرد.

### منابع:

۱. ابراهیمی، سید ابراهیم (۱۳۸۵)، بایسته‌های مهندسی فرهنگی، همایش مهندسی فرهنگی
۲. ازکیا، مصطفی، غفاری، غلامرضا (۱۳۸۴)، جامعه‌شناسی توسعه، تهران، انتشارات کیهان.
۳. راجرز، اورت. ام-شومیکر، اف، فلویید (عزت الله کرمی-ابوطالب فنایی) (۱۳۷۹)-رسانش نوآوری‌ها رهیافتی میان فرهنگی-انتشارات دانشگاه شیراز
۴. آشنا، حسام الدین، درآمدی بر مفهوم شناسی مهندسی فرهنگی، سایت شخصی <http://ashna1343.persianblog.com> -برگرفته از خبرگزاری ایسنا
۵. آگ برن و نیم کوف (ترجمه ا.ح. آریان پور) (۱۳۴۹)-زمینه جامعه‌شناسی-انتشارات فرانکلین
۶. وثوقی، منصور (۱۳۸۰)، جامعه‌شناسی روستایی، انتشارات کیهان
۷. پاپلی یزدی، محمد حسین-ابراهیمی، محمد امیر (۱۳۸۵)-نظریه‌های توسعه روستایی-انتشارات سمت
۸. اکبری، نعمت‌الله (۱۳۸۰)-فرهنگ اصطلاحات روزمره اقتصادی-انتشارات همراه
۹. توسلی، غلامعباس (۱۳۷۳)، نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران، سمت.
۱۰. عالمی، مسعود (۱۳۸۶)، جایگاه ابزارهای سیاستگذاری در مهندسی فرهنگی کشور، فصلنامه راهبرد، شماره ۴۵، صص ۱۵۱-۱۳۹.

۱۱. فابریزیو، کلود، دزیو دومینیک (۱۳۷۸)، بعد فرهنگی توسعه: به سوی رهیافتی عملی؛ از مجموعه فرهنگ و توسعه یونسکو، ترجمه صلاح الدین محلاتی، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی
۱۲. کوهی، ناصر (۱۳۸۵)، (تعارض سنت و مدرنیته در عرصه توسعه اجتماعی در ایران، مجموعه مقالات بررسی مسائل اجتماعی ایران، انتشارات دانشگاه پیام نور.
۱۳. الیاسی، حمید (۱۳۶۸)، واقعیات توسعه نیافتگی، تهران، شرکت سهامی انتشار.
۱۴. نمازی، باقر (۱۳۹۱)، «بالا بودن کارایی سازمان های غیر دولتی»، سایت نامتن.
۱۵. Azkia. Mostafa, Zare. Adel, Imani.Ali (2008), *Approach and qualitative research methods in rural development, Iran, Tehran, Nei press, 300 pages.*
۱۶. *Capacity Bulding Agenda 21 Definiton(1992)chapter 37. united Nations conference on Environment Development (UNCED).*
۱۷. *Wiliamson, I.P.Rajabifard,A. and Enemark,S(2003)Developing spatial Data Infrastructures,From con cept to Reality, Taylor and Francis, London*

