

طراحی مدلی جهت سنجش تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه اقتصاد فرهنگی ایران

فرزانه چاوش باشی

دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی،

واحد علوم و تحقیقات Chavosh_f@yahoo.com

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: ارزیابی اثرات فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) بر عملکرد اقتصادی کشورها از دهه ۱۹۹۰ مورد توجه قرار گرفته است. تحقیقات تجربی، نتایج متفاوتی در کشورهای مختلف به دنبال داشته است. در این مقاله مدل سنجش تأثیر فاوا بر توسعه اقتصاد فرهنگی ایران مورد بررسی قرار می‌گیرد.

روش پژوهش: روش پژوهش در این مقاله مدل سازی است برای این منظور در این مقاله وزن هر یک از ابعاد ICT به کمک دو نوع پرسشنامه (مقایسه زوجی و مقایسه نیمه متریک تکی) که در اختیار هفت تن از متخصصین رشته‌های اقتصاد و مدیریت فناوری اطلاعات قرار گرفت، محاسبه گردیده و برای محاسبه میانگین و ضرایب فنی مدل و مقایسه زوجی از نرم افزار ریاضی MATLAB استفاده شده است.

یافته‌ها: (۱) از بعد جاذبه‌های فرهنگی، توریسم فرهنگی ۳۶ درصد، جاذبه‌های تجاری ۲۹ درصد، منابع فرهنگی ۲۱ درصد و به برند فرهنگی ۱۴ درصد را به خود اختصاص داده‌اند؛ (۲) از بعد سرمایه انسانی، فرصت‌های آموزشی ۴۷ درصد، مشاوره با هنرمندان ۳۰ درصد، و صنعت گران و مدارس و دانشگاهها ۲۳ درصد را به خود اختصاص داده‌اند؛ (۳) از بعد مشارکت فرهنگی، طرحهای ابتکاری ۶۸ درصد و کمک و مشاوره کارآفرینان ۳۲ درصد را به خود اختصاص داده‌اند؛ (۴) از بعد کارآفرینی فرهنگی، صنایع دستی ۴۳ درصد، مراکز تجاری فرهنگی آنلاین ۳۷ درصد و حمایت از مؤسسات خلاق ۲۰ درصد را به خود اختصاص داده‌اند؛ (۵) از بعد اهرم فرهنگی، صنعت رسانه ای ۲۸ درصد، میراث تاریخی ۲۳ درصد، آمادگی فرهنگی ۲۱، بسته آموزشی ۱۷ درصد و کمک و برنامه ریزی فنی ۱۱ درصد را به خود اختصاص داده‌اند.

نتیجه گیری: از آنجاییکه در این مقاله تنها به طراحی مدل سنجش تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه اقتصاد فرهنگی ایران پرداخته شد، پیشنهاد می‌گردد که مدل کمی بدست آمده در سطوح تقسیمات کشوری، در حوزه‌های اقتصادی و فرهنگی و در ارگانها، سازمانها و نهادهای فرهنگی و اقتصادی مورد سنجش قرار گیرد.

واژگان کلیدی: فناوری اطلاعات و ارتباطات، توسعه اقتصاد فرهنگی، مدل کمی و ریاضی

مقدمه

پشتیبانی و تقویت نماییم و در نهایت سبب رفاه و سعادت جامعه گردیم. این امر می‌تواند در نتیجه طرح‌ریزی اجتماعی بروز نماید. و یا به شکل تصادفی رخ دهد. توسعه اقتصاد فرهنگی در راهبردهای پیچیده، ساختار و پروتکل‌ها با توسعه اقتصادی همسان است و از منابع حاصل از بخشهای انتفاعی و غیر انتفاعی بخش فرهنگی به شکل توامان بهره می‌جوید و به واسطه کلیه وجوه فرهنگ شامل میراث، هنرها، و محیط به حرکت در می‌آید. (ANDERSON 2005, 8)

اهمیت توسعه اقتصاد فرهنگی

همان طور که کشورها، بویژه کشورهای در حال توسعه با چالشهای اقتصادی مهم روبرو می‌گردند، رشد به سمت رفاه و ثبات و تداوم، مستلزم بهره‌گیری راهبردی و استفاده اهرمی از منابع موجود، خلاقیت، نوآوری و سرمایه‌گذاری سنجیده در فرصتهای اقتصادی نویدبخش موجود در همه بخشهای عمومی و خصوصی، در جهت خلق جو تجاری رقابتی تر و کیفیت زندگی مطلوب‌تر می‌باشد. موفقیت در این راه منوط به دست یازیدن به توسعه اقتصادی با خلاقیت بدیع و اصرار بر تداوم و ماندگاری می‌باشد. بخش فرهنگی فرصتهای اقتصادی نامحدودی پیش‌رو قرار می‌دهد. تقویت و به کارگیری این مهارتها و تواناییها در نهایت به اقتصاد کشورها جان تازه‌ای خواهد بخشید و محصولات جدید قالب توجه و مؤسسه و شرکتهایی را که با توفیق در بازارهای جهانی رقابت ایجاد خواهند کرد.

فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا)

فناوری اطلاعات^۳ همچنانکه به‌وسیله انجمن فناوری اطلاعات آمریکا (ITAA) تعریف شده است، «به مطالعه، طراحی، توسعه، پیاده‌سازی، پشتیبانی یا مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی مبتنی بر رایانه، خصوصاً

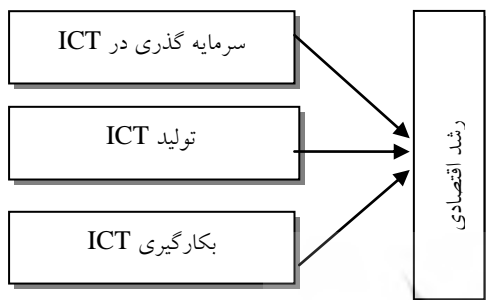
اقتصاد نوین در ادبیات اقتصادی در دهه ۱۹۹۰ مطرح شد. تعاریف زیادی در مورد اقتصاد نوین وجود دارد. وجه مشترک این تعاریفها، تأکید بر فناوری اطلاعات و ارتباطات^۱ و اثرات گسترده آن است. بدون شک اقتصاد نوین نیاز به بسترها و پیش‌نیازها دارد. با توجه به ضرورت «اقتصاد نوین» که بر دانش، خلاقیت و نوآوری به عنوان عامل اصلی رقابت‌پذیری در اقتصاد جهانی تأکید می‌ورزد، فرهنگ بعد کلیدی آن است. پیش از این فرهنگ کمک چشمگیری به اقتصاد کشورها می‌نمود اما زمانی که فرهنگ در روند ابتکار عمل توسعه اقتصادی کشورها، محل‌ها، نواحی، قسمتهای شهری و روستایی گنجانده شود نقشی به مراتب قوی‌تر را ایفاء خواهد کرد.

با تأکید بر فرهنگ و نقش پر اهمیت آن در اقتصاد کشورها، سرمایه‌گذاری منابع مالی عمومی و خصوصی در بخش در حال رشد و نوپای فرهنگ در کشور، می‌تواند به یک بخش اشتغال‌زایی تبدیل گردیده، بازده چشمگیر و قابل ملاحظه‌ای در رشد درآمدها و دیگر شاخصهای اقتصادی به جای گذارد. از طرفی برای تسهیل در امر توسعه اقتصاد فرهنگی^۲ باید زیرساخت فاوا نیز فراهم شود تا جریان استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) در فعالیتهای روزمره فرهنگی بوجود آید. در این شرایط، می‌توان شاهد آشکار شدن پیامدهای فاوا در اقتصاد کشور و نقش آن در توسعه اقتصاد فرهنگی شد. در این مقاله مدل سنجش تاثیر فاوا بر توسعه اقتصاد فرهنگی ایران مورد بررسی قرار می‌گیرد.

توسعه اقتصاد فرهنگی

توسعه اقتصاد فرهنگی به این معنی است که استعداد خلاق، میراث و داشته‌های فرهنگی خود را به کار گیریم تا از این طریق رشد اقتصادی را برانگیخته،

سه شیوه قابل بررسی است: سرمایه‌گذاری در ICT، تولید ICT و بکارگیری ICT. سرمایه‌گذاری در ICT، میزان موجودی سرمایه برای نیروی انسانی را افزایش می‌دهد و در نتیجه موجب ارتقای بهره‌وری نیروی کاری و در نتیجه موجب افزایش رشد اقتصادی می‌شود و از طرفی موجب بکارگیری تکنولوژیهای جدید در فرآیند تولید می‌گردد.



شکل ۱: اثرات سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات و ارتباطات بر رشد

در حالی که به کارگیری گسترده ICT وجود دارد و احتمال اینکه تکنولوژیها منافع بهره‌وری مشخصی را فراهم آورند، هنوز بحث‌های زیادی میان اقتصاددانان وجود داشته و دارد و از جمله اینکه ICT واقعا تا چه میزان برای رشد اقتصادی و انتقال مهم می‌باشد.

در سال ۱۹۸۷ برنده جایزه نوبل اقتصاد، رابرت سولو به تأثیر ICT در اقتصاد پرداخته است. از آن زمان تا به حال بحث‌هایی در زمینه همکاری ICT با بهره‌وری و رشد اقتصادی وجود دارد. در حالی که در طی آن مدت ICT به شکل رو به افزایشی با اقتصادهای توسعه یافته در سراسر جهان پذیرفته شده است. با استفاده از تخمین‌های حساب شده، پژوهشهای OECD، نشان داده است که سرمایه‌گذاری در ICT، دلیل ۰/۵ تا ۱/۳ درصد رشد سالیانه در چندین طرح اقتصادی در دوره ۱۹۹۵-۲۰۰۰ بوده است. (ICD, OECD 2002, 22)

برنامه‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزار رایانه می‌پردازد». به طور کوتاه، فناوری اطلاعات با مسایلی مانند استفاده از رایانه‌های الکترونیکی و نرم‌افزار سرو کار دارد تا تبدیل، ذخیره، حفاظت، پردازش، انتقال و بازیابی اطلاعات به شکلی مطمئن و امن انجام پذیرد. اخیرا تغییر اندکی در این عبارت داده می‌شود تا این اصطلاح به طور روشن دایره ارتباطات الکترونیک را نیز شامل گردد. بنابراین عده‌ای بیشتر مایلند تا فناوری اطلاعات و ارتباطات بکار گیرند. (ویکی پدیا) در مفهوم کلاسیک، فناوری مجموع دانش تبلور یافته در ابزار و روشهای تولید است. تأثیر فناوری بر رشد از قدیم مورد بحث بوده است که به سه دسته قابل تقسیم است: از نگاهی، تأثیر فناوری در قالب کالاهای سرمایه‌های تجسم یافته، تحلیل شده که نتیجه آن افزایش بهره‌وری سرمایه بوده است؛ در حالت دوم، فناوری بهره‌وری نیروی کار را افزایش می‌دهد؛ در حالت سوم، فناوری بهره‌وری کل نه لزوما بهره‌وری کار یا سرمایه را افزایش می‌دهد. فناوری به عنوان یک عامل در الگوهای رشد بحث می‌شود. سولو از پیشگامان در این زمینه است. از آنجا که فاوا در صنایع تولیدکننده، نقش ستانده و در صنایع مصرف کننده، نقش نهاده را دارد، بنابراین با دو اثر مواجه هستیم. بهبود کیفیت فاوا منجر به تسریع رشد بهره‌وری در صنایع تولیدکننده فاوا و انباشت سریعتر نهاده در صنایع مصرف کننده فاوا می‌شود. بدین ترتیب مدل نوکلاسیکی پیش بینی می‌کند که رشد اقتصادی در نتیجه این تعمیم سریع و رشد بهره‌وری نیروی کار در صنایع مصرف کننده فاوا و پیشرفت فن و رشد بهره‌وری کل در صنایع تولید کننده فاوا اتفاق می‌افتد. (کمیجانی ۱۳۸۸، ۸۳)

رشد اقتصادی و ICT

مطالعات تجربی و تئوری رابطه بین فناوری اطلاعات و ارتباطات بر رشد اقتصادی حداقل از طریق

تکنولوژی مهم می‌باشد. مدارک بدست آمده از بررسی موضوعی نشان از این دارد که در برخی موقعیت‌ها منافع بهره‌وری حاصله از یک سری سرمایه‌گذاریهای ICT می‌توانند به طور سالیانه از مرز پنج درصد فراتر رود.

✓ افزایش ۲۵ درصد در بهره‌وری ICT در کنار همه بخش‌ها یک افزایش ۰/۴۱ درصد را در GDP ملی در سال ۲۰۰۳ یا به عبارتی ۲/۶۸ بیلیون دلار بازدهی دارد. از این نتایج اینگونه تصور می‌شود که بقیه بخشهای جهان نیز همین افزایش را خواهند داشت. افزایش یکسان نشان از تعدادی از شاخص‌های اقتصاد کلان از جمله کارمزدهای واقعی، مصارف واقعی، مقادیر سرمایه‌گذاری و واردات و صادرات هستند. (NOIE 2002, 10)

• رویکردهای خارجی

✓ استرالیا بر خلاف دارابودن یک بخش کوچک در تولید ICT در مقایسه با دیگر کشورهای توسعه یافته در سراسر جهان یک مصرف کننده مفرط ICT با سطوح سرمایه‌گذاری در ICT در بین بیشترین سرمایه‌گذاران سرتاسر جهان می‌باشد.

✓ از لحاظ منافع بهره‌وری حاصل از کاربرد ICT اسناد و مدارک نشان از این دارد که استرالیا در کنار ایالات متحده به عنوان پیشرو جهان محسوب می‌شود. ویژگی منحصر بفرد عملکرد بهره‌وری ICT در استرالیا مربوط به این است که استرالیا در حال دست یابی به این قبیل منافع بهره‌وری حاصل از ICT و در عین حال بدون داشتن بخش عظیمی در بهره‌وری ICT می‌باشد. (NOIE 2002, 11)

توسعه اقتصادی و ICT

افزایش فعالیتهای اقتصادی پیش شرطی برای کشورهای در حال توسعه است تا از مردم خود

در حالیکه بکارگیری ICT، برای بهره‌وری و رشد اقتصادی به شکل رو به افزایشی تایید شده است، مباحثی نیز در رابطه با همکاری نسبی تولید ICT، و استفاده از ICT وجود دارد. پژوهشهای اولیه ایالات متحده روی رشد بهره‌وری در ایالات متحده ریشه و عامل را در تولید ICT یافت. در سال ۲۰۰۱، OECD یافته‌های پژوهش طولانی مدت دو ساله خود را در رابطه با رشد اقتصادی و اقتصاد جدید منتشر کرد. در بحث تاثیر گذاری ICT در رشد اقتصادی نمونه کاربردی در کشور استرالیا مورد بررسی قرار گرفته که به رویکردهای داخلی و خارجی آن اشاره شده است:

• رویکردی داخلی

✓ استرالیا به میزان بالایی روی ICT سرمایه‌گذاری کرده و هزینه روی ICT اکنون بیش از ۸ درصد از تولید ناخالص داخلی^۴ را نشان می‌دهد. بخشهایی که به میزان زیادی روی ICT سرمایه‌گذاری کرده‌اند شامل بخش مالی، ارتباطات و تسهیلات (برق، آب و گاز) می‌باشند. در حالیکه سرمایه‌گذاری ICT در معدن و کشاورزی کمترین میزان را دارد.

✓ در استرالیا یک توافق رو به رشد وجود دارد که ICT باعث افزایش بهره‌وری در بخشهای اقتصادی کلی یا بخشی می‌شود. ICT به میزان ۱/۲۶ درصد افزایش در بهره‌وری نیروی کار می‌شود. نتایج مدل سازی نشان می‌دهد که این صنعت باعث رشد ۱/۶۶ درصد در GDP استرالیا شده است.

✓ مدارک زیادی وجود دارد که این فرضیه را تایید می‌کند که سرمایه‌گذاری ICT محض به تنهایی لزوماً منجر به منافع بهره‌وری ICT نمی‌شود و اینکه محیطی که در آن سرمایه‌گذاری صورت گرفته در بسیاری مواقع به اندازه ماهیت خود

به طور مشخص، این مدل دایره ای به سه بخش طبقه بندی شده است. هر یک به نمایندگی یکی از سه ذینفعان در رابطه بین ICT و توسعه اقتصادی^۸ می باشد. یکی دیگر از جنبه های این مدل با اتصال مثلث جا سازی شده، هر یک از گروه ها را مرتبط می نماید. فعل و انفعال داخل مثلث بین سه اهداف کلی است: (۱) توسعه و گسترش ICT، (۲) توسعه پایدار اقتصاد و (۳) دسترسی عادلانه گسترده تر به منافع اقتصادی و سرمایه های اجتماعی گسترده بالقوه که از طریق ICT قابل دسترسی است. (Mitchell and Gillis 2003, 3)

در این مدل ذینفع اول اعضای جامعه تعریف شده است. برای همین دلیل، بالاترین گروه ذینفعان در این مدل «اعضای جامعه» است. اگر ICT نتواند ارزش اجتماعی مطلوب را بواسطه اعضای جامعه اشاعه دهد یک ارزش اجتماعی مولد نیست. واژه «جامعه»^۹ معانی بسیاری دارد. در این مدل، جامعه اشاره به گروه بندی گسترده ای از افرادی است که دارای منافع مشترک ایجاد و حفظ کیفیت زندگی اند که از طریق آن نسل های فعلی و آینده ایمن، سلامت، با نشاط و کامیاب خواهند شد. اگر چه ذینفعان ممکن است منافع قابل توجهی در رشد اقتصادی که می تواند از طریق اهرم ICT باشد بوجود آورند، منافع مشترک گسترده تری که اعضای جامعه با هم می توانند بوجود آورند گسترده ای از خدمات در دسترس و مقرون به صرفه، توانایی استفاده از فناوری را برای گسترش آموزش و پرورش محلی، بهبود مراقبت های بهداشتی، بهبود تعامل مدنی و توسعه برای پشتیبانی از مکانیسم های جامعه هستند. این طیف از بکارگیری ICT در جامعه «تقاضا»^{۱۰} برای سرمایه گذاری در ICT در سطح محلی تعریف می شود.

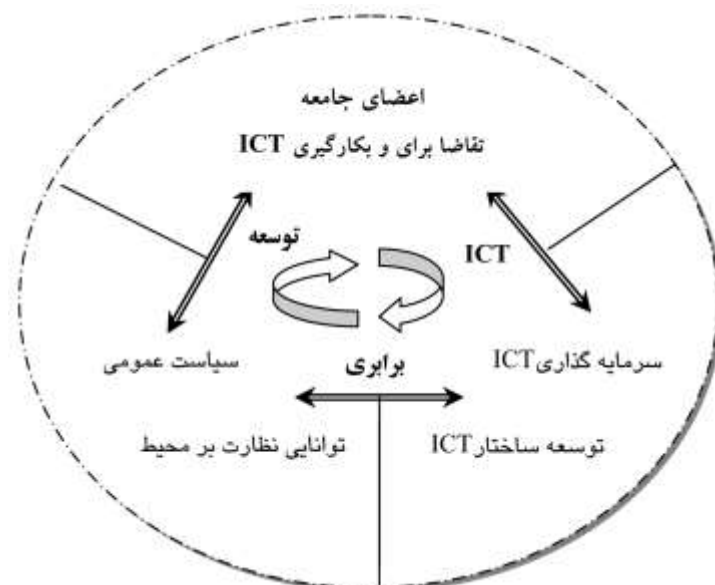
حمایت کنند و به استقلال واقعی برسند. فناوری اطلاعات و ارتباطات در اقتصاد جهان همانطور که در عصر حاضر در کشورهای پیشرفته مشاهده می شود نقش حمایت کننده بازی می کند.

به عنوان نمونه پژوهش های انجام شده توسط سازمان ملل متحد^{۱۱} در سال ۲۰۰۰ نشان می دهد ICT منجر به: الف) دسترسی بهتر به خدمات دولتی؛ ب) فرونشست از تقلب در انتخابات و بدبینی؛ ج) افزایش کمیت و کیفیت فرصت های آموزش؛ د) ایجاد توازن میان نابرابری در دسترسی به فرصت ها و ه) ارائه خدمات بهبود مراقبت های بهداشتی می گردد. در نتیجه ارتباط بین ICT و توسعه اقتصادی به نتایج فراتر از اقداماتی نظیر تولید ناخالص داخلی، اشتغال و ایجاد سرمایه گذاری منجر می گردد. اهرم ICT به منظور تسهیل گسترده تر کالاهای عمومی از جمله بهبود مراقبت های بهداشتی، سواد، مسئولیت پذیری و پاسخگویی مدنی و دسترسی عادلانه به فرصت های اقتصادی، سرمایه های اجتماعی را ایجاد می کند و توسعه اقتصادی بالقوه می تواند از طریق استفاده از ابزار دیجیتال و ارتباطات راه دور حاصل شود. دیدگاه مهم، نقش های پویای شکل گیری سرمایه های اجتماعی به طور قابل ملاحظه ای پیش بینی می کند توسعه بالقوه اقتصادی ناشی از مزایای ICT تا حدی به دلیل پیچیدگی آن، از لحاظ تجربی شناسایی رابطه بین ICT و توسعه اقتصادی به طور قابل توجهی دشوار است.

(Mitchell and Gillis 2003, 2)

مدل تعدیل شکاف دیجیتالی (تأثیر ICT بر توسعه اقتصادی)

مرکز WSU^{۱۲} مدلی را برای تعدیل شکاف دیجیتال ایجاد کرده است. این مدل برای کمک به برنامه های توسعه ای است که هدف آن تأثیرات ICT بر توسعه اقتصادی است. (Mitchell and Gillis 2003, 3)



شکل ۲: رابطه توسعه اقتصادی و فناوری اطلاعات و ارتباطات

منبع: Mitchell and Gillis: 2003

با توجه به گسترده طیف وسیعی از مزایای بالقوه، روابط باید منافع همه ذینفعان را تسهیل نماید. ICT می‌تواند شرایط توسعه را در جوامع ارائه نماید، دو عنصر ضروری برای تهیه زیرساخت‌های ICT جهت پاسخگویی نیازهای جامعه وجود دارد: (۱) تدارک منابع سرمایه‌گذاری؛ (۲) نظارت و مقرراتی که یک محیط حمایتی و پایدار برای سرمایه‌گذاری را فراهم نماید. در این مدل، دو گروه از ذینفعان به عنوان مسئول برای سرمایه‌گذاری و تنظیم زیرساخت‌های ICT شرح داده شده است. اولین گروه ذینفع «سرمایه‌گذاری ICT»^{۱۱} نامیده می‌شود، به دلیل اینکه مجموعه سازمانهای خصوصی و کسب و کارها در درجه اول برای ایجاد زیرساخت‌های ICT مسئول اند.

استقرار ICT

تجربه جهانی نشان داده است که محیط‌های نظارتی انحصاری و بسته، برای جذب سرمایه‌گذاری‌های خصوصی، احتمال کمتری دارند. زیرساخت‌های ICT نیاز به یک سرمایه‌گذاری قابل توجه دارد و دولت‌های قدرتمند، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، قادر به مقابله با چالش‌ها به تنهایی خواهد بود. با چند استثناء، سیاست‌های دولتها بیش از پیش آن را روشن می‌سازد که آنها قادر و یا مایل به سرمایه‌گذاری و احداث زیرساخت‌های ICT نیستند، سرمایه‌گذاری‌های غیر دولتی به طور فزاینده ای نقشی حیاتی در تعدیل شکاف دیجیتال دارند.

گروه دوم، برجسب «سیاست عمومی»^{۱۲} متشکل از تصمیم‌گیران سیاست‌های عمومی هستند که سازندگان و تامین کنندگان اولیه زیرساخت‌های ICT را تسهیل، تنظیم و فراهم می‌سازند.

همانطور که در مدل، به تصویر کشیده شده است ارتباط بین ICT و توسعه در سه گروه از ذینفعان مطرح گردیده است. برای موفقیت و پایداری، این

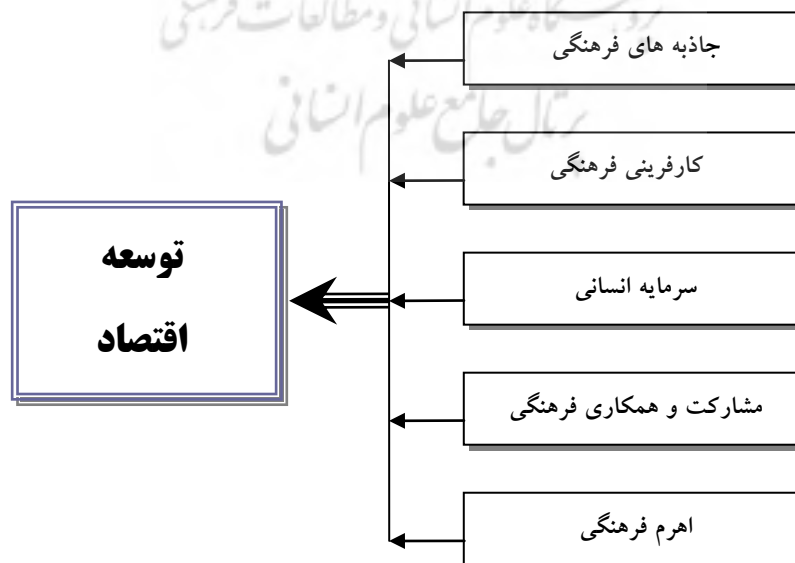
متمرکز می‌گردد. مدل ارائه شده در بحث قبلی یک ابزار ممکن را برای درک، توصیف و تأثیر مفید ارتباط بین ICT و توسعه اقتصادی را نشان داد.

استراتژی توسعه اقتصاد فرهنگی

این استراتژی برای اولین بار توسط آندرسون^{۱۳} در سال ۲۰۰۶ برای ایالت میشیگان مطرح شد که برآن دسته از فعالتهایی که در حوزه مستقیم دپارتمانهای تاریخ، هنر و کتابخانه‌ها^{۱۴} و بخشهای مشابه آن در دولت و بخش فرهنگی میشیگان قرار می‌گیرند، متمرکز می‌باشد. هدف نهایی آنها دستیابی به پتانسیل اقتصادی بخش فرهنگی میشیگان بود. آندرسون^{۱۵} معتقد بود به تنهایی قادر به انجام این امر نمی‌باشد. به هر حال، او مشتاق پذیرفتن چالش رهبری، کارکردن با دپارتمانهای دیگر ایالات، طراحان اقتصادی، حوزه‌ها، اجتماعات و سازمانها و افراد خلاق و کارآفرین می‌باشد. استراتژی تدوین شده در دپارتمان HAL شامل پنج بعد بر اساس شکل زیر طبقه بندی شده است:

برای نیل به هدف استقرار مناسب و عادلانه زیرساخت‌های ICT، شناسایی سه رویکرد ضروری خواهد بود: اول، باید تقاضای بازار برای ICT، دوم، کاربران نهایی زیرساخت‌های ICT، یعنی اعضای یک جامعه که بهترین موقعیت برای نشان دادن تقاضا برای سرمایه‌گذاری در بازار ICT هستند و سوم، بعد مقرراتی و نظارتی محیط می‌باشد. تصمیم سازان و سیاست‌گزاران خط مشی عمومی مسئولیت توسعه دادن و حفظ نظارت و مقررات محیط را دارند که سرمایه‌گذاری توسط سازمان‌های خصوصی و کسب و کار در زیرساخت ICT را ترغیب می‌نماید. در نهایت، باید تمایل برای سرمایه‌گذاران در ICT با پذیرش ریسک وجود داشته باشد. بدون سرمایه‌گذاری سرمایه خصوصی، هدف استقرار مناسب ICT ممکن است هرگز محقق نشود. بنابراین، این سه ذینفع (اعضای جامعه، سیاست‌گذاران و سرمایه‌گذاران ICT) در تعاملی با یکدیگر هستند. (Mitchell and Gillis, 2003:3-4)

در راستای تلاش برای تعدیل شکاف دیجیتالی، ICT برای تحریک و یا توسعه اقتصادی و انسانی که نشان‌دهنده نوید بزرگی برای رفاه عمومی جهانی است،



(۱) جاذبه‌های فرهنگی^{۱۶}

وتلاش برای ایجاد همکاری‌هایی بین دو بخش مذکور در راستای جذب کردن، حمایت از نیروی کار و سرمایه گذاران و ایجاد انگیزه در مردم برای استفاده از فرصتهای تجاری را بوجود آورد. (ANDERSON 2005, 6&20)

- برند فرهنگی^{۱۹}: ارائه تصویر جدیدی از کشور/منطقه/محله که میراث فرهنگی و طبیعی را در برگرفته و به عنوان عامل برتر جامعه-محور تلقی می‌گردد. (ANDERSON 2005, 6&20)

- منابع فرهنگی^{۲۰}: منابع فرهنگی، ساختمانهای تاریخی، ساختارهای قدیمی و مکانهای باستانی را در بر می‌گیرد. (Richard 2004, 5)

(۲) اهرم فرهنگی^{۲۱}

منظور اینیه تاریخی، جاذبه‌های فرهنگی و کارکنان خلاق و مشاغل و سرمایه‌گذاری فرهنگی هستند که جوامع و دست‌اندرکاران توسعه اقتصادی کشور/منطقه/محله می‌باید بتوانند اهرم‌های فرهنگی را گسترش داده و برای این موارد، تشویق‌ها و تمهیداتی را در نظر بگیرند. به عبارتی نقش فرهنگ می‌تواند برای ایجاد رشد تجاری منطقه‌ای و محلی، تقویت انگیزه‌های توسعه اقتصادی فرهنگی منطقه و ارتقای و عرضه صنایع فرهنگی کلیدی به مثابه اهرمی عمل نماید. رهبران فرهنگی و طراحان اقتصادی جامعه فعالانه جهت افزایش آگاهی اینکه چگونه فرهنگ می‌تواند برای اعمال نفوذ بر رشد تجاری محلی و منطقه‌ای مورد استفاده قرار گیرد و تقویت انگیزه‌ها برای انجام چنین کاری از طریق موارد ذیل دست به کار خواهند شد. (ANDERSON, 2005, P6&20)

- آمادگی فرهنگی^{۲۲}: آماده شدن برای توسعه اقتصاد فرهنگی و ایجاد ابتکار عمل‌هایی که به فرهنگ و پتانسیل‌های اقتصادی بخش فرهنگ ارزش داده و آن را

منظور از جاذبه‌های فرهنگی، نهادها و مکان‌های فرهنگی می‌باشند که هنرمندان و افراد خلاق در آنها گرد هم می‌آیند و آثار و ایده‌هایشان را به اشتراک می‌گذارند، افراد و تجارتهای مختلف را به خود جلب کرده و به تسلط خود در می‌آورند. لذا تقویت مکانها و مؤسسات با توانایی جذب و نگه داشتن اشخاص و کسب و کارها تعیین میراث فرهنگی محلی یا منطقه‌ای، جلب توریست‌ها، دارایی‌های فرهنگی (بزرگ و کوچک)، رشد اقتصادی بیشتر را تسریع می‌نماید. کشور/منطقه/محله باید تضمین کند که این مکانها و مؤسسات و افرادی که خلاقیت‌شان حمایت‌شان می‌کند، منابع مورد نیاز جهت قوی، پرشور و جذاب ماندن را داشته باشند. این قبیل داراییهای فرهنگی به منطقه هویت بخشیده و گردشگران را به سمت خود می‌کشاند و روند رشد اقتصادی را هر چه بیشتر تسهیل می‌نمایند. (ANDERSON 2005, 6&20) این بخش مشتمل است بر:

- توریسم فرهنگی^{۱۷}: صنعت جهانگردی فرهنگی و تأثیرات اقتصادی آن از طریق گسترش تورها، بهبود خدمات ارائه شده به بازدید کنندگان، و بازاریابی قوی‌تر توسعه خواهد یافت. (ANDERSON 2005, 6&20)

- جاذبه تجاری^{۱۸}: به مفهوم استفاده آگاهانه از منابع فرهنگی جهت ایجاد محیطی با هدف جذب تجارتهای جدید و حفظ تجارت و کسب و کارهای موجود می‌باشد. دارایی‌های فرهنگی به طور فعال برای کمک به جذب، توسعه و حفاظت از تجارت و بازرگانی به کار گرفته می‌شوند. رهبران فرهنگی جاذبه‌های فرهنگی را بدین منظور با اهمیت تلقی می‌نمایند که ایجاد رابطه بین بخشهای فرهنگی و تجاری (غیر فرهنگی) را تضمین نموده و اینکه جاذبه‌های تجارت و بازرگانی مزایایی را در ارتباط بین بخش فرهنگی و غیر فرهنگی

افراد) و بازگشت به سرمایه‌گذاری درونی و مؤثر کمک می‌کند. (ANDERSON 2005, 22-23)

- ارتقای صنعت رسانه^{۲۵}: تقویت صنایع فیلم/تلویزیون/آگهی بازرگانی باهدف افزایش تأثیر اقتصادی هم در درآمدهای شخصی و هم در درآمدهای مالیاتی و تأثیر اقتصادی آن بر توریسم. (23 ANDERSON 2005,

۳) کارآفرینی فرهنگی^{۲۶}

بخش فرهنگی یکی از بخشهایی است که می‌تواند از سریعترین رشد در کشور برخوردار باشد به نحوی که آفرینش‌گر، خلاق، فراگیر و سازش‌پذیر با انواع محیط‌های اقتصادی و فرهنگی است. طرحهای کوچک، صنایع، کارهای مربوط به رسانه دیجیتال و موسیقی برای توسعه و ترقی مناسب هستند. به طور کلی، این بخش فرصتهای نامحدودی برای کارآفرینی و ایجاد اشتغال در جوامع شهری، روستایی و حومه شهر در سرتاسر کشور فراهم می‌آورد. آنها به شکل مستقیم و غیر مستقیم به اقتصاد یاری می‌رسانند. مؤسسات خلاق، فرهنگ محور شامل هنرمندان نوظهور و به تبع آن طرحهای کوچک و تجارت‌های رسانه‌ای وسایر فعالیتهای کارآفرینی انتفاعی و غیرانتفاعی می‌باشند. (ANDERSON 2005, 21) این قسمت از راهبردها

عبارتست از:

- صنایع دستی^{۲۷}: رشد مؤسسات خلاق و توسعه ماندگار اقتصاد فرهنگی در کشور/منطقه/محل به واسطه همکاری، هماهنگی و ارتقای صنایع دستی رونق می‌یابد. این صنایع همچنین به خوبی برای همکاری با میراث فرهنگی و نوآوری‌های توریسم فرهنگی و فراهم آوردن فرصتهایی جدید جهت سرمایه‌گذاری خصوصی، ایجاد اشتغال و کارآموزی مناسب و سازگار می‌باشند. (ANDERSON 2005, 21)

حمایت می‌کند قلمداد می‌گردد. جوامعی که به طور کامل در این فرآیند شرکت دارند دسترسی بیشتری به منابع و داد و ستانده‌ها خواهند داشت. تشکیل شورای هنرها و مسایل فرهنگی به آمادگی توسعه اقتصادی فرهنگی کمک می‌کنند. (ANDERSON 2005, 22)

- برنامه‌ریزی و پشتیبانی فنی^{۲۸} جهت حفظ آثار تاریخی: کشور می‌باید به طور قانونی ابزارهای موجود را برای برخورداری از حفظ آثار تاریخی جهت حفظ ویژگی منحصر بفرد تقویت کند. این امر باید شامل شناختن حفظ آثار تاریخی به عنوان سرمایه عمومی، افزایش مجازات‌های تخریب بناهای تاریخی، ارائه جایگاه قانونی مشخص به سازمانهای حفاظت در هیئت‌های قضایی و تضمین اینکه بخشی از بودجه کشور برای ترمیم و بازسازی ساختمانهای تاریخی مصرف خواهد شد.

- بسته تشویقی^{۲۹}: ایجاد بسته تشویقی توسعه اقتصادی فرهنگی (مانند انگیزه‌ها، سرمایه‌ها، کمک‌های مالی، وام‌ها) برای سرمایه‌گذاری راهبردی فرهنگی به منظور: - برانگیختن توسعه مؤسسه فرهنگی خلاق، ایجاد اشتغال، توسعه استفاده چند منظوره، و اصلاح تأسیسات زیربنایی؛

- ارتقاء حفظ آثار تاریخی؛

- جذب سرمایه‌گذاری خصوصی جدید.

این بسته بر منابع موجود، شامل تعدادی از شوراهای فعالیتهای فرهنگی و هنری، کمک هزینه‌های فرهنگی و هنری، حفظ آثار تاریخی سیاحتی، دفتر اعتبارات مالیاتی و حفظ آثار تاریخی، سازمان تاریخی و کمکهای مجاز فرمانداری محلی، و بودجه برخی کتابخانه‌ها متمرکز خواهد شد. این بسته الگوی جدیدی را ایجاد می‌کند که به تغییر مفاهیم از هزینه‌های فرهنگی به عنوان داشته‌های بی‌ارزش به سرمایه‌گذاری‌های راهبردی حیاتی در رونق بخشی جامعه از طریق اشتغال مداوم منابع فرهنگی (سازمان و

- مراکز تجاری فرهنگی آن لاین^{۲۸}: طراحی وب سایتی جهت ارتقای محصولات کارآفرینان خلاق فرهنگی به بازار جهانی، لینک‌های اینترنتی درون‌بخشی دولت جهت آگاهی و استفاده مشتریان و حمایت‌های مالی خصوصی جهت تضمین تداوم‌پذیری طولانی مدت مورد تاکید می‌باشد. (ANDERSON, 2005, 21)

- حمایت از مؤسسات خلاق^{۲۹}: امکان خرید یکجا و در دسترس، کمک به توسعه مشاغل کوچک، که برای مؤسسات خلاق و کارآفرینان فرهنگی طراحی شده، ایجاد خواهد شد. (ANDERSON, 2005, 21)

۴) سرمایه انسانی^{۳۰}

توسعه اقتصاد فرهنگی پایدار مستلزم این است که مدیران فرهنگی از منابع یادگیری، مشاوره و فرصتهای آموزشی که به آنها اجازه می‌دهد هر چه بیشتر در استفاده از ابزارهای مدیریتی، طرح‌ریزی، تأمین منابع مالی، روابط اجتماعی، بازاریابی و ارزیابی خبره گردند، برخوردار باشند. لزوم وجود این منابع به واسطه عواملی چون جامعه، رهبران دولتی و سازمانی کارکنان بخش فرهنگی / خلاق و هنرمندان، صنعت گران و مشاغل غیر انتفاعی ایجاد می‌گردد. مدارس و دانشگاهها در مسیر این تلاش عظیم مشارکت پراهمیتی خواهند داشت. فراهم کردن فرصتهای توسعه آموزشی و رهبری که خلاقیت و ابتکار فردی را بر می‌انگیزد و به رهبران اکنون و آینده، منابع مورد نیاز برای هدایت رشد اقتصادی فرهنگی طولانی مدت و توسعه خلاقیت جامعه را ارائه می‌دهد. جهت تضمین کارایی طولانی مدت استراتژی توسعه اقتصاد فرهنگی و طولانی مدت بخش فرهنگی کشور باید سرمایه انسانی کشور را پروراند و تحت کنترل داشت. این شامل فراهم کردن منابع آموزشی، برنامه‌ها، مؤسسات، مشاوران و برنامه‌های ارزشیابی برای موارد ذیل خواهد بود:

(ANDERSON 2005, 23)

۵) مشارکتها و همکاری‌ها^{۳۱}

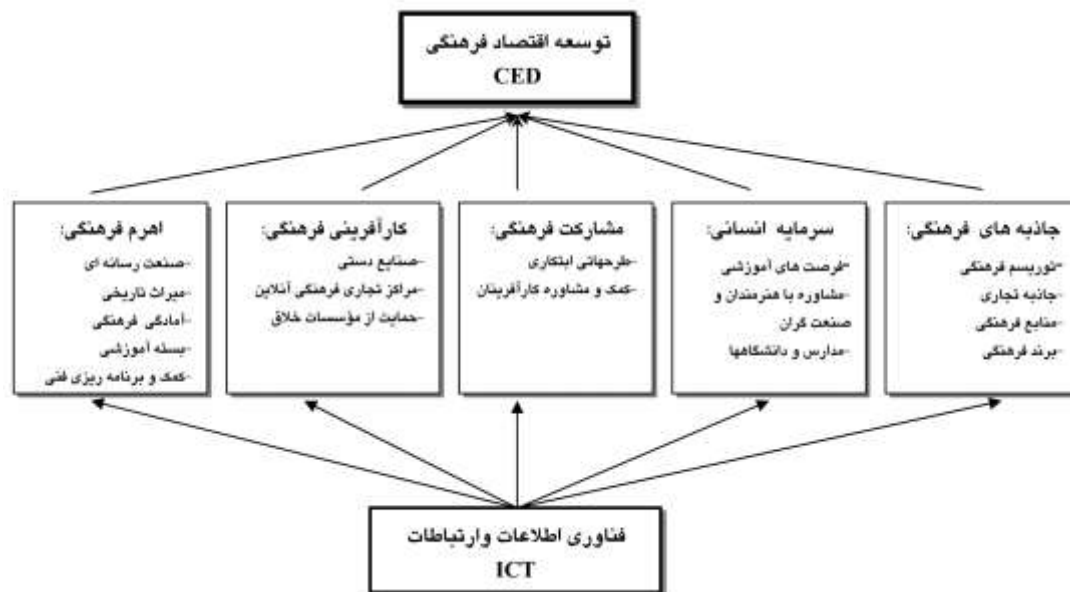
حرکت رو به جلوی استراتژی توسعه اقتصاد فرهنگی در زمان منابع محدود، نیازمند تلاش دسته جمعی کشور شامل بسیاری از بخشها خواهد بود:

- جستجوی فرصتها جهت اعمال نفوذ و به اشتراک گذاشتن منابع به سوی اجرای موفق اهداف و آرمانهای مشترک توسعه اقتصاد فرهنگی گرد هم خواهند آمد.
- گسترش ابتکارات، برنامه‌ها و سرویس‌های مشترک جدید. (ANDERSON, 2005, 24)

طراحی مدل توسعه اقتصاد فرهنگی و تاثیر ICT

در این مقاله از ابعاد استراتژی توسعه اقتصاد فرهنگی معرفی شده در ایالت میشیگان، جهت طراحی مدل توسعه اقتصاد فرهنگی کشور ایران استفاده شده است و نقش ICT به عنوان عامل اثرگذار بر هر یک از ابعاد اقتصاد فرهنگی به مدل اضافه گردیده است، در

این مدل توسعه اقتصاد فرهنگی به عنوان متغیر وابسته و ICT به عنوان متغیر مستقل تلقی گردیده و هر یک از ابعاد که شامل مؤلفه‌هایی می‌باشند، به عنوان متغیرهای میانجی نقش بازی می‌کنند و با استفاده از نرم افزار MATLAB و با استناد به نظر خیرگان مدل تاثیر ICT بر توسعه اقتصاد فرهنگی ایران را مورد سنجش قرار گرفته است:



شکل شماره ۴: مؤلفه های توسعه اقتصاد فرهنگی و نقش IT

– مدل کمی ICT و CED

موارد کاری دشوار و حتی ناممکن است. امروزه تلاش بیشتر دانشمندان حوزه علوم مدیریت در بهره‌گیری از این گونه مدل‌ها برای بهینه‌سازی تصمیمات و افزایش اثربخشی و کارایی تصمیم‌گیری است، زیرا اگر مدل‌سازی مسایل در این چارچوب صورت گیرد، خروجی‌های تصمیم به سادگی می‌تواند با تغییر متغیرها با اجرای مدل در فضای مجازی پیدا شود. برای این منظور وزن هر یک از ابعاد ICT به کمک دونوع پرسشنامه (مقایسه زوجی و مقایسه نیمه متریک‌تکی) که در اختیار هفت تن از متخصصین رشته‌های اقتصاد و مدیریت فناوری اطلاعات قرار گرفت، محاسبه شده است.

مدل را می‌توان نمایش ترسیمی و محاسباتی از واقعیت دانست که تحت شرایطی می‌توان جایگزین آن شود. مدل‌ها به این دلیل طراحی می‌شوند که ما نتایج تصمیمات مان را قبل از پیاده‌سازی در محیط واقعی که یقیناً با هزینه و ریسک بالا انجام خواهد پذیرفت، در یک محیط مجازی و شبیه‌سازی شده اجرا نماییم و نتایج آن را تحلیل کنیم. آنچه در این پژوهش به عنوان مدل ریاضی به کار رفته است از نوع مدل‌های سمبولیک است، این نوع مدل به لحاظ نتیجه از سایر مدل‌ها کاربردی‌تر بوده، اما به دلیل اینکه مدل‌سازی مسایل در این قالب بسیار پیچیده و دشوار می‌باشد، در بسیاری از

جدول ۱: اندازه‌گیری بعد جاذبه‌های فرهنگی

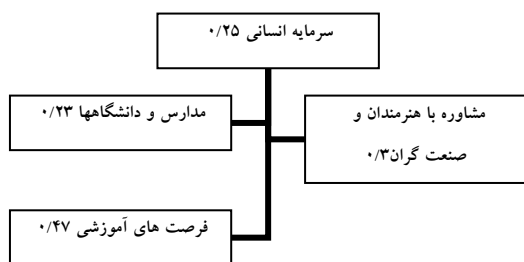
وزن نهایی	وزن کل	زوجی	نیمه متریک تکی	بعد جاذبه‌های فرهنگی
۰.۳۶	۰.۷۲۴	۰.۴۴۸	۰.۲۷۵	توریسم فرهنگی
۰.۲۹	۰.۵۸۶	۰.۳۳۰	۰.۲۵۷	جاذبه تجاری
۰.۲۱	۰.۴۱	۰.۱۷۹	۰.۲۳۱	منابع فرهنگی
۰.۱۴	۰.۲۸	۰.۰۴۳	۰.۲۳۷	برند فرهنگی
۱	۲	۱	۱	جمع

جدول ۲: اندازه گیری بعد سرمایه انسانی

وزن نهایی	وزن کل	زوجی	نیمه متریک تکی	بعد سرمایه انسانی
۰,۴۷	۰,۹۳۱	۰,۵۸۳	۰,۳۴۸	فرصت‌های آموزشی
۰,۳	۰,۶۰۸	۰,۳۴۳	۰,۲۶۵	مشاوره با هنرمندان و صنعت گران
۰,۲۳	۰,۴۶۲	۰,۰۷۴	۰,۳۸۸	مدارس و دانشگاهها
۱	۲	۱	۱	جمع

۱) بعد جاذبه‌های فرهنگی

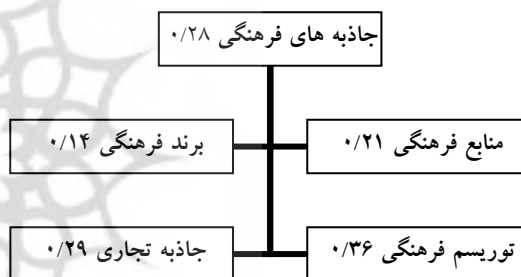
همانگونه که ملاحظه می‌شود صاحب نظران در مجموع از ۱۰۰ امتیاز بعد جاذبه‌های فرهنگی ۳۶ نمره را به تورسیم فرهنگی، ۲۹ نمره را به جاذبه‌های تجاری، ۲۱ نمره را به منابع فرهنگی و به برند فرهنگی ۱۴ منظور نمودند. (جدول ۱)



نمودار ۲: اندازه گیری بعد سرمایه انسانی

۳) بعد مشارکت فرهنگی

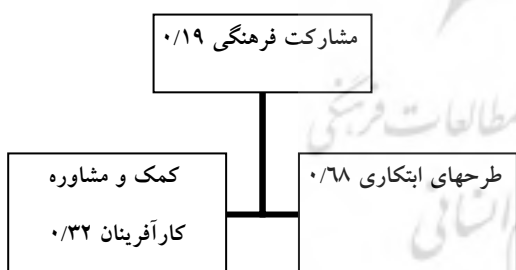
همانگونه که ملاحظه می‌شود صاحب نظران در مجموع از ۱۰۰ امتیاز بعد مشارکت فرهنگی ۶۸ نمره را به طرحهای ابتکاری و ۳۲ نمره را به کمک و مشاوره کارآفرینان منظور نمودند. (جدول ۳)



نمودار ۱: اندازه گیری بعد جاذبه های فرهنگی

۲) بعد سرمایه انسانی

همانگونه که ملاحظه می‌شود صاحب نظران در مجموع از ۱۰۰ امتیاز بعد سرمایه انسانی ۴۷ نمره را به فرصت‌های آموزشی، ۳۰ نمره را به مشاوره با هنرمندان و صنعت گران و به مدارس و دانشگاهها ۲۳ منظور نمودند.



نمودار ۳: اندازه گیری بعد مشارکت فرهنگی

جدول ۳: اندازه گیری بعد مشارکت فرهنگی

وزن نهایی	وزن کل	زوجی	نیمه متریک تکی	بعد مشارکت فرهنگی
۰,۶۸	۱,۳۵۳	۰,۸۶۱	۰,۴۹۲	طرحهای ابتکاری
۰,۳۲	۰,۶۴۷	۰,۱۳۹	۰,۵۰۸	کمک و مشاوره کارآفرینان
۱	۲	۱	۱	جمع

جدول ۴: اندازه گیری بعد کارآفرینی فرهنگی

بعد کارآفرینی فرهنگی	نیمه متریک تکی	زوجی	وزن کل	۴- بعد کارآفرینی فرهنگیوزن نهایی
صنایع دستی	۰،۳۱۵	۰،۵۵۱	۰،۸۶۶	۰،۴۳
مراکز تجاری فرهنگی آنلاین	۰،۳۵۶	۰،۳۷۴	۰،۷۳	۰،۳۷
حمایت از مؤسسات خلاق	۰،۳۲۸	۰،۰۷۵	۰،۴۰۳	۰،۲
جمع	۱	۱	۲	۱

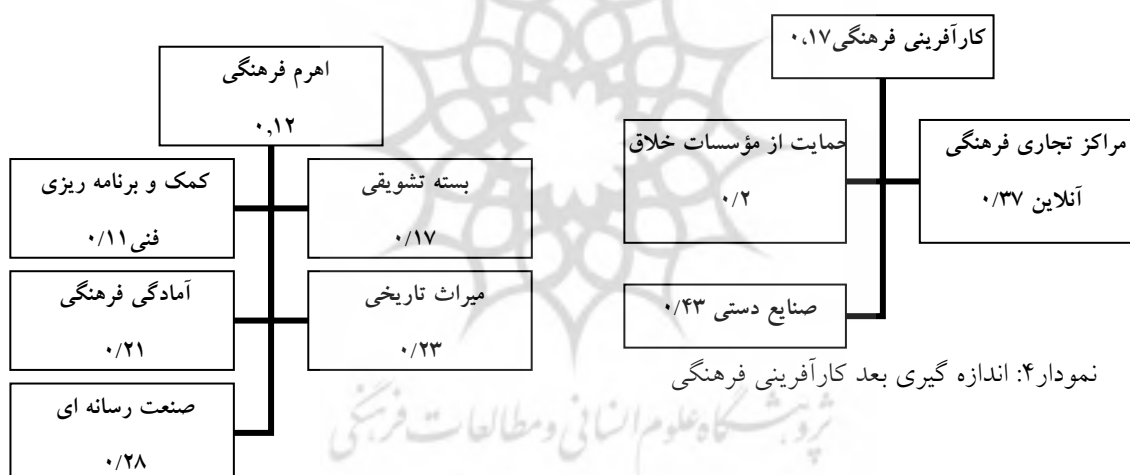
(۴) بعد کارآفرینی فرهنگی

همانگونه که ملاحظه می‌شود صاحب نظران در مجموع از ۱۰۰ امتیاز بعد کارآفرینی فرهنگی ۴۳ نمره را به صنایع دستی، ۳۷ نمره را به مراکز تجاری فرهنگی آنلاین و به حمایت از مؤسسات خلاق نمره ۲۰ منظور نمودند. (جدول ۴)

(۵) بعد اهرم فرهنگی

همانگونه که ملاحظه می‌شود صاحب نظران در مجموع از ۱۰۰ امتیاز بعد اهرم فرهنگی ۲۸ نمره را به صنعت رسانه‌ای، ۲۳ نمره را به میراث تاریخی، ۲۱ نمره را به آمادگی فرهنگی، ۱۷ نمره به بسته آموزشی و به کمک و برنامه ریزی فنی نمره ۱۱ منظور نمودند.

(جدول ۵)

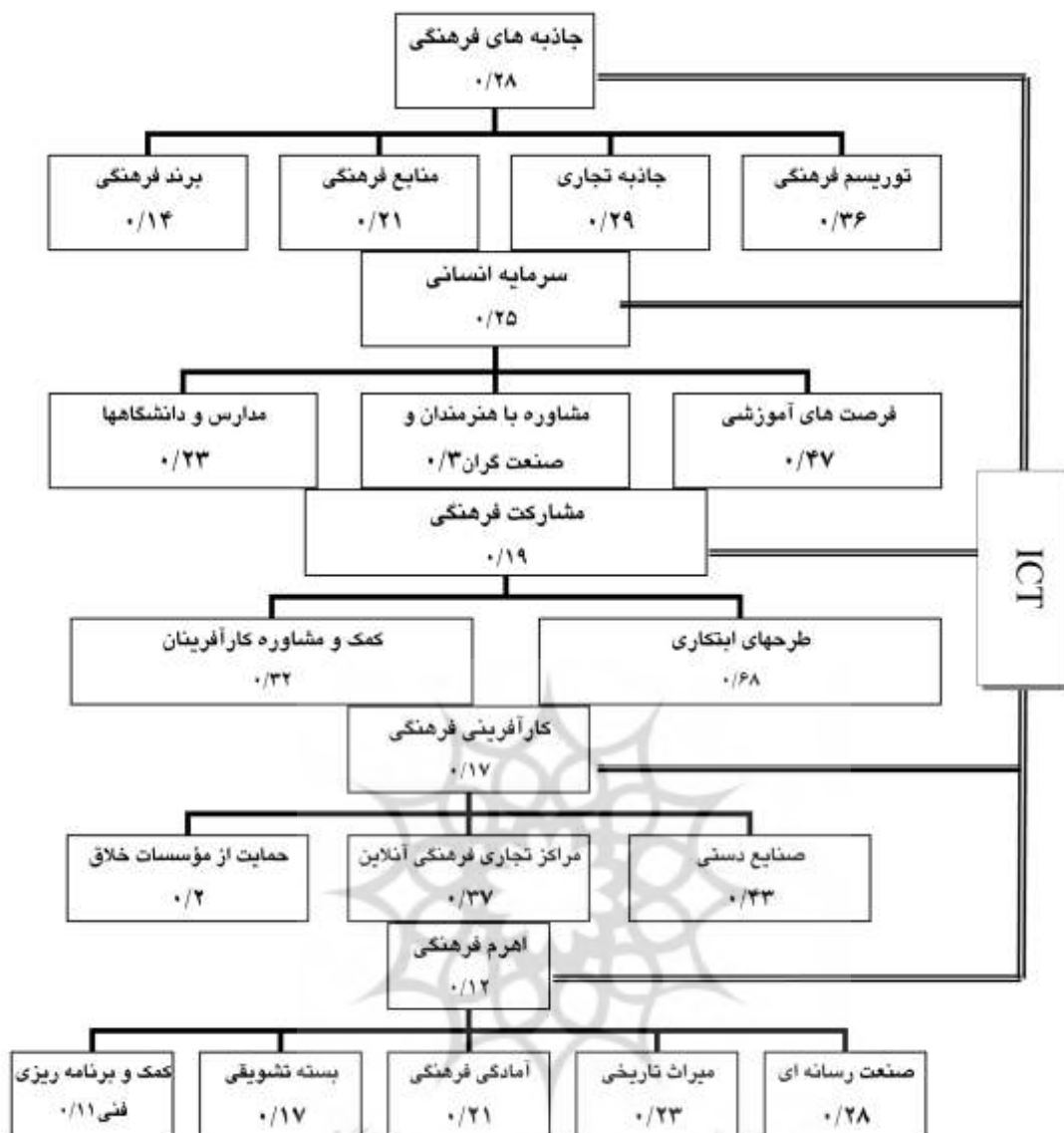


نمودار ۴: اندازه گیری بعد کارآفرینی فرهنگی

نمودار ۵: اندازه گیری بعد اهرم

جدول ۵: اندازه گیری بعد اهرم

بعد اهرم فرهنگی	نیمه متریک تکی	زوجی	وزن کل	وزن نهایی
صنعت رسانه ای	۰،۲۲۰	۰،۳۴۹	۰،۵۶۹	۰،۲۸
میراث تاریخی	۰،۱۸۶	۰،۲۶۶	۰،۴۵۲	۰،۲۳
آمادگی فرهنگی	۰،۱۹۱	۰،۲۲۷	۰،۴۱۸	۰،۲۱
بسته تشویقی	۰،۲۰۸	۰،۱۳۲	۰،۳۴	۰،۱۷
کمک و برنامه ریزی فنی	۰،۱۹۵	۰،۰۲۶	۰،۲۲۱	۰،۱۱
جمع	۱	۱	۲	۱



نمودار ۶: مدل کمی

نتیجه گیری

فرهنگی، نقش آن به عنوان «اقتصاد شبانه» است به عبارتی یک «اقتصاد مصرف‌گرای» متمرکز بر فرهنگ سرگرمی و اوقات فراغت بوده که در این اقتصاد شبها نباید نگران از دست رفتن منافع اقتصادی همچون روزها شد به عبارتی بخش اعظم مصرف فرهنگی، عصرها و شبها رخ می‌دهد. لذا با تاکید بر نقش کلیدی حوزه فرهنگ در اقتصاد، توسعه اقتصاد فرهنگی موفق مستلزم داشتن چشم‌انداز، طرح‌ریزی یکپارچه،

از آنجاییکه در این مقاله تنها به طراحی مدل سنجش تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه اقتصاد فرهنگی ایران پرداخته شد، پیشنهاد می‌گردد که مدل کمی بدست آمده در سطوح تقسیمات کشوری، در حوزه‌های اقتصادی و فرهنگی و در ارگانها، سازمانها و نهادهای فرهنگی و اقتصادی مورد سنجش قرار گیرد. مشخصه منحصر به فرد اقتصاد بخش

Wisconsin Historical Society.
www.wisconsinhistory.org.

- 7) Matthew Mitchell and Bill Gillis. (2003). Making Sense of the Relationship between Information Communication Technologies and Economic Development, Washington State University / Center to Bridge the Digital Divide.

یادداشتها

¹ Ict(Information And Communication Technology)

² Ced(Cultural Economic Development)

³ Information Technology

⁴ Gdp

⁵ United Nations Economic And Social Council

⁶ Washington State University

⁷ Washington State University

⁸ Economic Development

⁹ Community

¹⁰ Demand

¹¹ Ict Investment

¹² Public Policy

"رئیس دپارتمان Hal . گاه" یگان

¹⁴ Department Of History, Arts And Libraries(Hal)

¹⁵ Anderson

¹⁶ Cultural Magnets

¹⁷ Cultural Tourism

¹⁸ Business Attraction

¹⁹ Brand

²⁰ Cultural Resources.

²¹ Cultural Leverage

²² Cultural Readiness.

²³ Technical Assistance And Planning.

²⁴ Stimulus Package.

²⁵ Media Industry Promotion.

²⁶ Cultural Entrepreneurship

²⁷ Craftworks

²⁸ Online Cultural Marketplace.

²⁹ Creative Enterprise Support.

³⁰ Human Capital

³¹ Grow Partnerships And Collaborations.

کار و تشریک مساعی همه جانبه و جامعه‌ای خلاق، پرشور و پایدار با محوریت فناوری اطلاعات می‌باشد. با توجه به ضرایب مدل کمی، راهکارهای عملی پیشنهادی در جهت توسعه اقتصاد فرهنگی که از طریق سرمایه‌گذاری و بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در بخش‌های زیر حاصل می‌شوند عبارتند از:

✓ حمایت از جاذبه‌های فرهنگی؛

✓ رشد مهارت‌ها، استعداد و خلاقیت فردی در راستای توسعه سرمایه انسانی؛

✓ سرمایه‌گذاری در جذب توریسم فرهنگی شهری و روستایی از طریق ایجاد کانونهای صنعت گردشگری؛

✓ توسعه منابع فرهنگی و صنایع خلاق فرهنگی؛

✓ توسعه مشاغل کارآفرین؛

✓ آموزش اقتصاد جدید مبتنی بر فرهنگ؛

✓ ارتقاء دانش فرهنگی در جامعه؛

✓ ارائه پژوهش‌های علمی مستمر در مورد معیارهای

تجاری و غیر تجاری فرهنگی؛

✓ شبکه‌های حفظ آثار تاریخی و میراث فرهنگی.

منابع و ماخذ

۱) کمیجانی، اکبر، محمود زاده، محمود. (۱۳۸۸). نقش

فناوری اطلاعات و ارتباطات در رشد اقتصادی

ایران. پژوهشنامه اقتصادی، www.Sid.ir

۲) ویکی پدیا www.fa.wikipedia.org

3) ANDERSON, William M. (2005). Cultural Economic Development, Michigan Department of History, Arts and Libraries.

4) The National Office for Information Economy (NOIE). (2002). Contribution of ICT to economic growth.

5) ICT and Business Performance-Empirical Findings and Policy Implication, OECD. (2002). intended for discussion at the workshop on ICT and business performance, December.

6) Bernestein, Richard, A. (2004). A Guide to Smart and Cultural Resource Planning,