

A study of cultural cartography in cultural development and planning

Maryam Hossein Yazdi, Associate Professor of Faculty of Social Sciences, University of Tehran.
(Corresponding Author). Email: mhoseinyazdi@ut.ac.ir

Ebrahim Fayaz, Associate Professor, Faculty of Social Sciences, University of Tehran.
Email: efayaz@ut.ac.ir

Abstract

Cultural mapping involves the participation of local community members in identifying and recording the cultural values of the neighborhood; And it offers a new way to record cultural affairs, places and communities. This is very important because the identification of cultural capacities and capitals is the main factor in the regeneration of society. In this research, we are trying to answer the question, what is the relationship between cultural mapping and cultural planning and development of the society? And how does cultural mapping help society? This research is descriptive and analytical, and information has been collected in a documentary way. The purpose of the research is to study cultural mapping through similarities and differences with cultural development and cultural planning. From the point of view of the theoretical approach, it focuses on the theory of Stephen Mower, who believes that with cultural development and planning in the central core, cultural mapping causes the power of societies, and then related themes and categories are extracted and then analyzed and formed. The results of the research show that cultural mapping is a bottom-up process and is focused on participation and meaning. Through the sense of place and the meanings of place, it documents the information and identifies the tangible and intangible assets of the place for cultural development; This means that indigenous people, like experts and planners, are involved in recording and writing local culture, and weaknesses are identified and strengths are preserved and added to.

Keywords

Cultural mapping, cultural development, cultural planning, diversity, equality and sustainability.





پروشکاه علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مطالعه نقشه‌نگاری فرهنگی در فرایند توسعه و برنامه‌ریزی فرهنگی

مریم حسین یزدی^۱، ابراهیم فیاض^۲

چکیده

نقشه‌برداری فرهنگی باعث مشارکت اعضای جامعه محلی در شناسایی و ثبت ارزش‌های فرهنگی محله می‌شود؛ و روش جدیدی را برای ثبت امور فرهنگی، مکان‌ها و جوامع ارائه می‌دهد. این امر بسیار اهمیت دارد چراکه شناسایی ظرفیت‌ها و سرمایه‌های فرهنگی عامل اصلی در بازآفرینی جامعه است. در این پژوهش درصدد پاسخ به این سؤال هستیم که نقشه‌برداری فرهنگی چه ارتباطی با برنامه‌ریزی و توسعه فرهنگی جامعه دارد؟ و نقشه‌برداری فرهنگی چگونه به جامعه کمک می‌کند؟ این تحقیق توصیفی تحلیلی بوده و با شیوه اسنادی، اطلاعات جمع‌آوری شده است. هدف پژوهش مطالعه نقشه‌برداری فرهنگی از طریق شباهت‌ها و تفاوت‌ها با توسعه فرهنگی و برنامه‌ریزی فرهنگی است. از منظر رویکرد نظری تمرکز بر نظریه استفان مورور دارد که باور دارد با توسعه و برنامه‌ریزی فرهنگی در هسته مرکزی، نقشه‌برداری فرهنگی سبب قدرت جوامع می‌شود و سپس مضامین و مقولات مرتبط استخراج و بعد تجزیه و تحلیل آنان شکل گرفته است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که نقشه‌نگاری فرهنگی فرایندی از پایین به بالا است و متمرکز بر مشارکت و معنا است. از طریق حس مکان و معانی مکان، اطلاعات را مستندسازی می‌کند و سرمایه‌های مشهود و نامشهود مکان برای توسعه فرهنگی را شناسایی می‌کند؛ بدین معنا که مردم بومی، همانند متخصصان و برنامه‌ریزان در ثبت و نگارش فرهنگ محلی دخیل هستند و نقاط ضعف شناسایی شده و نقاط قوت، حفظ و بر آن افزوده می‌شود.

واژگان کلیدی

نقشه‌برداری فرهنگی، توسعه فرهنگی، برنامه‌ریزی فرهنگی، تنوع، برابری و پایداری.



مقدمه

فرهنگ مفهومی گسترده، شامل مجموعه‌ای از اعتقادات، باورها، رفتارها، سنت، آداب و رسوم و هنجارها است که مورد پذیرش مردم جامعه یا گروه می‌باشد و نسبت به حفظ و اجرای آن پایبند هستند. بخشی از فرهنگ، ملموس و به راحتی رؤیت پذیر است و بخشی دیگر ناملموس، اما در عین حال دارای جامعی یا گروه محسوب می‌شود. راهکار نسبتاً جدیدی که سبب ثبت فرهنگ، به صورت جامع و کامل می‌شود، نقشه‌نگاری فرهنگی است. نقشه‌ها با اهداف گوناگونی تولید می‌شوند و کاربردهای متفاوتی دارند. از جمله نقشه‌هایی که جنبه‌های فرهنگی را بازنمایی می‌کند، نقشه‌نگاری فرهنگی است. نقشه‌نگاری فرهنگی، خوانش فرهنگی یک منطقه را فراهم می‌سازد که هم در حفظ آثار فرهنگی مؤثر است و هم ابزاری برای برنامه‌ریزی و توسعه فرهنگی را فراهم می‌آورد.

نقشه‌ها به عنوان مصنوعات بصری در نظر گرفته می‌شوند و مطالعه آن‌ها از جنبه‌های زیبایی‌شناختی، نکات ساختاری و دیدن آن‌ها به عنوان معماری پیچیده‌ای از نشانه‌ها و معماری بصری از فضای بازنمایی شده اهمیت دارد؛ البته همه نقشه‌ها اهداف یکسانی ندارند و برخی از آنان به شناخت جنبه‌های جامعه‌شناختی و فرهنگی نیز می‌پردازند. برای درک فرهنگ نقشه‌برداری باید هدف نقشه‌ها و راه‌هایی که آن‌ها در جامعه معین مورد استفاده قرار می‌گیرند، فهمیده شود (Jacob, 1996).

نقشه‌برداری فرهنگی یک ابزار سیستماتیک است که سبب مشارکت و درگیر شدن جوامع در شناسایی و ثبت دارایی‌های فرهنگ محلی می‌شود، با این مفهوم که این دانش برای استراتژی‌های اطلاع‌رسانی جمعی، فرایندهای برنامه‌ریزی یا ابتکارات دیگر استفاده خواهد شد. نقشه‌برداری فرهنگی روش‌های جدیدی را برای توصیف، حسابداری، کنار آمدن با امور فرهنگی، منابع جوامع و مکان‌ها را نوید می‌دهد. این منابع هم محسوس و هم کمی و هم ناملموس و کیفی هستند (Duxbury, 2015). پیوند بین نقشه و فرهنگ، در نظر گرفتن نقشه به عنوان زبان ارتباط و ابزار قدرت و پیوند بین ادراک، منطق و یادگیری از موضوعات مهمی هستند (Jacob, 1996) که در تحقیقات نقشه‌نگاری فرهنگی باید مورد توجه قرار بگیرد.

منابع فرهنگی می‌توانند بخش جدایی‌ناپذیر از سطح چشم‌انداز در برنامه‌ریزی حفاظتی باشند (Chan & Satterfield, Gregory, Klain, Roberts, 2013). این دارایی‌ها نشان‌دهنده ارتباط بین مردم و مکان‌ها است جایی که آن‌ها زندگی می‌کنند، کار می‌کنند و بازآفرینی می‌کنند. آن‌ها همچنین نشان‌دهنده ارتباط بین جامعه امروزی

و افراد و رویدادهای گذشته هستند. گره و اتصال مکان و تاریخ می‌تواند انگیزه‌ای قوی برای حفاظت از سرزمین و مشارکت ذینفعان در برنامه‌ریزی، باشد اما اغلب در تلاش‌های برنامه‌ریزی نادیده گرفته می‌شود (Bryan, Raymond, Crossman, & Macdonald, 2010). این حذف کلی است که به دلیل مشکل بودن شناسایی منابع فرهنگی و اهمیت نسبی آن در چشم‌انداز بزرگ‌تر انجام می‌شود (Chan, K. M. A., Goldstein, J., Satterfield, T., Hannahs, N., Kikiloi, K., Naidoo, R., ... Woodside, U 2011).

نواک^۱ (۲۰۰۷) اشاره می‌کند که پروژه‌های توسعه اجتماعی پرونو، بر اساس دارایی‌ها و نقاط قوت موجود در یک جامعه ساخته شده‌اند و (Kretzmann and McKnight, 1996) نیز نسبت به این موضوع موافق هستند. آن‌ها بیان می‌کنند: «فرایند شناسایی ظرفیت‌ها و دارایی‌ها، اعم از فردی و سازمانی، اولین گام در مسیر بازآفرینی جامعه است» (ص ۵). بسیاری از پروژه‌ها با نقشه‌برداری غیررسمی شروع می‌شوند که به صورت شخصی برای همکاران ایجاد شده است؛ نقشه‌برداری دارایی فرهنگی، این فرایند غیررسمی را انجام می‌دهد و تلاش می‌کند تا فهرست یا نقشه کامل از جامعه را ایجاد کند. رهبران در این زمینه توافق دارند که دسته‌های اولیه اطلاعاتی که باید جمع‌آوری شوند عبارت‌اند از ظرفیت‌های فردی و ظرفیت‌های سازمانی (نگاه کنید به Kretzmann and McKnight؛ 1996. Kretzmann and McKnight، 1993؛ Stern & Seifert؛ 2007).

ادبیات توسعه فرهنگی جامعه، به دلیل تعاریف گسترده‌ای که از آن شده است، به‌ندرت به نقشه‌برداری فرهنگی به‌عنوان بخشی از میدان می‌پردازد. برای اهداف تحقیق نقشه‌برداری فرهنگی، فرایند شناسایی و بیان، در یک فهرست نوشتاری یا تصویری که همه دارایی‌های فرهنگی در یک منطقه جغرافیایی خاص انجام شده است، ضروری است. نقشه‌برداران فرهنگی بدون اینکه بدانند دارایی‌ها چگونه با جامعه ارتباط دارند، فهرست‌هایی را خودشان تولید می‌کنند. این عمل، نقشه‌های خودشان را فقط برای کسانی که بیرون از جامعه به آن نگاه می‌کنند، نه برای اعضای داخل جامعه، مفید ارائه می‌دهد، بنابراین نقشه‌برداری فرهنگی در وهله اول به همین دلیل تولید شده است (Moore, 2011).

نقشه‌برداری فرهنگی شیوه‌ای از تحقیق و ابزار روش‌شناختی است که هدف آن نشان دادن راه‌هایی است که داستان‌ها، شیوه‌ها، روابط، خاطرات و آیین‌های محلی مکان‌ها

را به عنوان مکان‌های معنادار تشکیل بدهد. اگرچه هنوز در مرزهای این حوزه ابهامی وجود دارد، اما نقشه‌برداری فرهنگی عموماً در امتداد دو شاخه اصلی تکامل یافته است: ابتدا با سرمایه‌های فرهنگی، آغاز می‌شود، به دنبال شناسایی و مستندسازی از سرمایه‌های مشهود و نامشهود مکان برای توسعه منبع فرهنگی یا نقشه‌برداری از سرمایه فرهنگی است. شاخه دوم با رویکرد انسانی فرهنگی آغاز می‌شود، به دنبال بیان «حس مکان»، «معانی مردم- مکان» و عناصر متمایز است. رویکرد اول بر مستندسازی اطلاعات تأکید می‌کند و رویکرد دوم بیشتر بر «مشارکت» و «معنا» تمرکز دارد، آن‌ها به‌طور فزاینده‌ای رویکردهای اطلاع‌رسانی متقابل دارند. نقشه‌برداری فرهنگی با نقشه‌برداری عمیق، نقشه‌برداری جامعه، نقشه‌برداری سرمایه مشارکتی، نقشه‌برداری متقابل، GIS¹ کیفی و نقشه‌برداری احساسی همراه و متحد شده است. اینها از طریق تمرکز بر فرایندهای پایین به بالا برای قابل مشاهده کردن دانش ساکنان و موضوعات مشترک از روایت‌ها، هویت، تاریخ‌ها و شیوه‌های محلی که به مکان‌ها معنا می‌دهند، مرتبط می‌شوند. نقشه‌برداری فرهنگی از تمرکز بر سرمایه و دارایی‌های فرهنگی ملموس به جنبه‌های ناملموس مکان تغییر کرده است، با هدف کشف آنچه یک مکان را متمایز می‌سازد. محصولات فرهنگی مانند ادبیات، فیلم و موسیقی از معانی فرهنگی یک مکان می‌آیند و به آن کمک می‌کنند؛ و نقشه‌برداری از اینها بر روی یک قلمرو نیز شاخه‌ای نقشه‌برداری فرهنگی را شکل می‌دهد. این اثر همچنین در زمینه‌های جغرافیا یافت می‌شود. سنت‌های نقشه‌هنرمندان همچنین بر حوزه نقشه‌برداری فرهنگی تأثیر می‌گذارند، با هنرمندانی که نقش رهبری را در بسیاری از طرح‌های نقشه‌برداری فرهنگی درگیر جامعه به عهده می‌گیرند. نقشه‌برداری فرهنگی از طریق جامعه بین‌المللی با فرمول‌بندی ضعیف متشکل از محققان، متخصصان در جامعه و آژانس‌های سیاست (مانند یونسکو، وزارتخانه‌های فرهنگی ملی، مقامات محلی) به‌طور مشترک توسعه یافته است. مجموعه بین‌المللی از نقشه‌برداری فرهنگی و همچنین نمونه‌هایی از پروژه‌های نقشه‌برداری فرهنگی عبارت‌اند از: مشارکت جامعه، مشارکت و توانمندسازی؛ نقشه‌برداری فرهنگی بومی، نقشه‌برداری صنایع فرهنگی و خلاق؛ برنامه‌ریزی فرهنگی محلی و حکمروایی؛ رویکردهای هنری؛ نقشه‌برداری ادبی و فیلم؛ و رویکردهای فناوری (Duxbury, 2020).

بنابراین پژوهش حاضر قصد دارد به این پرسش‌ها پاسخ بدهد:

چگونه نقشه‌برداری فرهنگی در سطح محلی می‌تواند جامعه قوی را ایجاد و پرورش دهد؟ نقشه‌برداری فرهنگی چگونه بر توسعه جامعه فرهنگی و نظریه‌های برنامه‌ریزی فرهنگی تأثیر می‌گذارد؟

پیشینه پژوهش

در مقاله به سوی «تاریخ فرهنگی نقشه‌نگاری»^۱ (۲۰۲۳) نویسنده پژوهش از نقشه‌های «شفاف» و نقشه‌های «مات» صحبت می‌کند و این مفاهیم را از نظر ساختاری (استانداردهای نمایش گرافیکی، طراحی، هندسه، متن)؛ هم‌چنین از طریق جامعه‌شناسی نقشه (نقشه‌سازان، نهادها، مردم) و از طریق دیدن نقشه‌ها در بافت فرهنگی و تاریخی آن‌ها (رویکردی که مسائل مربوط به مرزهای تعریفی تاریخ نقشه‌کشی را مطرح می‌کند و مسلماً یکی از محرک‌ترین دیدگاه‌های امروزی است که به‌ویژه توسط مشارکت‌کنندگان در تاریخ نقشه‌نگاری تقویت شده است)، مورد بررسی قرار می‌دهد. در نهایت، توجه به سه موضوع مهم برای دستور کار تحقیق جلب می‌شود: پیوند بین نقشه‌ها و فرهنگ؛ نقشه‌ها به‌عنوان زبان ارتباط و ابزار قدرت؛ و پیوندهای بین ادراک، منطق و یادگاری.

در پژوهش دیگری به نام «چارچوبی برای منابع نقشه‌برداری فرهنگی در چشم‌انداز برنامه‌ریزی حفاظت»^۲ S. Scott Ogletree, Robert B. Powell, Robert F. Baldwin, Paul B. Leonard (2019) تلاش می‌کنند تا چارچوبی برای نقشه‌برداری از منابع فرهنگی ارائه بدهند یعنی ویژگی‌های اجتماعی فرهنگی در ابزارهای برنامه‌ریزی موردتوجه قرار بگیرد. در واقع بیان می‌شود که منابع فرهنگی می‌تواند ابزار مهمی از ارتباط مردم برای تلاش‌های حفاظتی باشد. در حال حاضر شناسایی و ترسیم جنبه‌های ملموس و ناملموس چشم‌انداز مشکل است؛ لذا چارچوبی را برای گنجاندن منابع فرهنگی در برنامه‌ریزی حفاظت فضایی که مقیاس‌های مختلف از اهمیت و مدیریت سایت‌ها را تصدیق می‌کند، پیشنهاد می‌دهند. از طریق طبقه‌بندی و نقشه‌برداری سایت‌های ملی، ایالتی، محلی، گروه‌دینفع و مدیریت جامعه، منابع فرهنگی می‌تواند اندازه‌گیری شده و در ابزارهای برنامه‌ریزی موجود، گنجانده شده باشد. داده‌های منابع فرهنگی، محدودیت اولیه به دلیل در دسترس بودن و پراکندگی را دارا می‌باشند. نویسنده معتقد است که تا زمانی که منابع داده بهبود یابد، چارچوب ما نقطه توقف

1. Toward a Cultural History of Cartography

2. A framework for mapping cultural resources in landscape conservation planning

فراهم می‌کند که اجازه می‌دهد به منابع فرهنگی تا در تلاش‌های برنامه‌ریزی حفاظتی گنجانده شوند.

«نقشه‌برداری فرهنگی^۱» تحقیق دیگری است که داکسبری^۲ در سال ۲۰۲۰ انجام داده است که مقدمه و مروری بر حوزه بین‌رشته‌ای نقشه‌برداری فرهنگی ارائه می‌دهد. فصل‌ها به موضوعات، فرایندها، رویکردها و روش‌های تحقیق می‌پردازند که نمونه‌هایی در استرالیا، کانادا، استونی، بریتانیا، مصر، ایتالیا، مالزی، مالت، فلسطین، پرتغال، سنگاپور، سوئد، سوریه، امارات متحده عربی، ایالات متحده و اوکراین را اشاره می‌کند.

«نقشه‌برداری فرهنگی و بازآفرینی شهری: تحلیل روایت‌های نواحی در خصوص بیلباو» پژوهشی است که در سال ۲۰۱۵، توسط اورتگا نوئره، کریستینا و فرناندو بایون^۳ انجام شده است. پژوهش حاضر با تمرکز بر مطالعه موردی شهر بیلباو (کشور اسپانیا، ایالت باسک) انجام شده است. بخش نخست تحلیل حول محور تفسیر اهمیتی می‌چرخد به زیرساخت‌های فرهنگی در نواحی داده شده که بشدت در معرض تغییر قرار گرفته‌اند که در عرصه بین‌الملل با نام «تأثیر گوگنهام» از آن یاد می‌کنند. این پژوهش به‌طور ویژه به بررسی تنش بین دگرگونی‌ها و تغییرشکل‌های امروزی و مدیریت خاطرات و یادگاری‌های گذشته می‌پردازد. در بخش دوم اقدامات صورت گرفته در جهت نقشه‌برداری فرهنگی مورد تحلیل قرار می‌گیرند که تمرکزی نوین بر طرح توسعه شهری است. همان‌طور که ملاحظه شد منابع خارجی یا به‌صورت جزئی بر روی یک شاخص از نقشه‌برداری فرهنگی تمرکز کرده‌اند و یا یک شاخص را به‌صورت مقایسه‌ای در چندین فرهنگ مورد تحقیق قرار داده‌اند. منابع فارسی که دقیقاً مرتبط با موضوع باشد و مفهوم نقشه و مفهوم فرهنگ را با هم در بر داشته باشد، انجام نشده است. مفهوم نقشه‌برداری فرهنگی، مفهوم بسیار جدیدی است و آثاری که در حال حاضر وجود دارد اغلب مرتبط با مهندسی، نقشه‌برداری و جغرافیا است و در بستر فرهنگی مورد مطالعه قرار نگرفته است. لذا در پژوهش حاضر تلاش می‌شود تا نقشه‌برداری فرهنگی از خلال توسعه فرهنگی و برنامه‌ریزی فرهنگی شناسایی و مورد بررسی قرار بگیرند. در واقع منابع ذکر شده و بسیاری از منابع دیگر که استفاده خواهد شد، به شاخص‌های فرهنگی اشاره کرده‌اند و نحوه مطالعه شاخص‌ها را با روش نقشه‌برداری فرهنگی را شرح داده‌اند. در این پژوهش فرایندی که برنامه‌ریزی فرهنگی و

1. Cultural Mapping

2. Duxbury

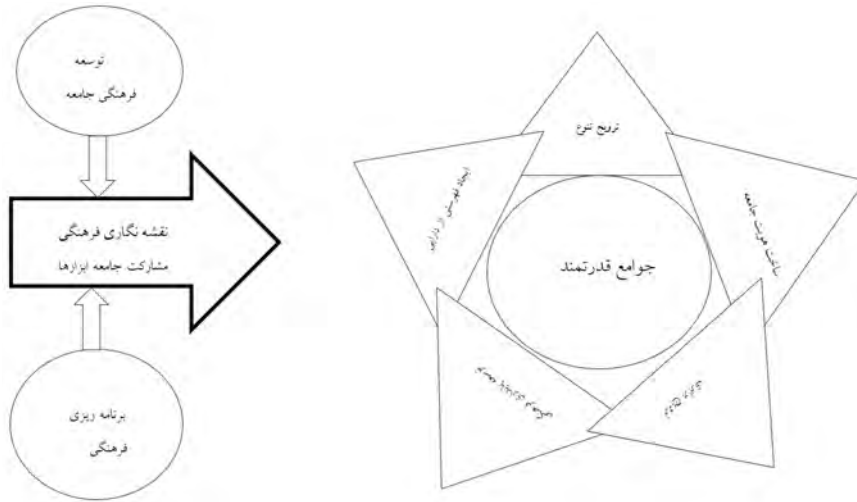
3. Ortega Nuere, Cristina and Fernando Bayón

توسعه فرهنگی که منجر به نقشه‌برداری فرهنگی می‌شود را شرح می‌دهد.

چارچوب مفهومی

ارتباط و عدم ارتباط بین نقشه‌برداری فرهنگی، توسعه فرهنگی جامعه و برنامه‌ریزی فرهنگی نیاز به مطالعه دارد. بسیاری از محققین از نقشه‌برداری فرهنگی به عنوان گامی بزرگتر در طرح فرهنگی یا ابتکار توسعه استفاده می‌کنند. چارچوب مفهومی در این پروژه نشان می‌دهد که نقشه‌برداری فرهنگی برای ایجاد جامعه قوی است با ارجاع به (Goldbard, 2006) هفت اصل وحدت‌بخش: ۱. مشارکت فعال در زندگی فرهنگی از اهداف اساسی توسعه فرهنگی جامعه است. ۲. تنوع، سرمایه اجتماعی، بخشی از مشترک‌المنافع فرهنگی، مستلزم حفاظت و تغذیه است. ۳. همه فرهنگ‌ها اساساً برابر هستند و جامعه نباید هیچ یک را برتر از دیگری بداند. ۴. فرهنگ، بوته مؤثری برای تحول اجتماعی است که می‌تواند پیوندهای عمیق‌تر از سایر عرصه‌های تغییر اجتماعی ایجاد کند. ۵. بیان فرهنگی وسیله‌رهایی است نه هدف اولیه. فرایند به‌اندازه محصول مهم است. ۶. فرهنگ پویا است و در ایجاد مرزهای مصنوعی درون آن ارزشی نیست. ۷. هنرمندان نقش‌هایی به عنوان عوامل دگرگونی دارند که از نظر اجتماعی ارزش بیشتری نسبت به نقش‌های جریان اصلی جهان هنر دارند. و قطعاً از نظر مشروعیت برابر است (ص ۴۳).

این هفت اصل ارزش‌های عمده‌ای هستند که محققین هنگامی که در کار خودشان بررسی می‌کنند، استفاده می‌کنند. (Burnham, Durland, and Ewell (2004) و Cleveland (2005;2002) هنگام نقشه‌برداری میدان، کار توسعه جوامع فرهنگی را به بسیاری از این اصول اساسی متصل کنید. این ارتباط برای آگاهی محققین فرهنگی است و مبنایی برای گونه‌شناسی رو به رشد در تلاش‌های جامعه فرهنگی توسعه ارائه می‌دهد. موور^۱ این اصول را به پنج هدف اصلی برای پروژه نقشه‌برداری فرهنگی تقطیر کرده است. باور دارد که با توسعه فرهنگی جامعه و نظریه برنامه‌ریزی فرهنگی در هسته مرکزی، ۱. نقشه‌برداری فرهنگی ۲. ترویج تنوع ۳. ساختن هویت جامعه ۴. ترویج برابری ۵. توسعه پایداری فرهنگی؛ فهرستی از سرمایه‌های اجتماعی را ایجاد می‌کند. این چارچوب مفهومی این امکان را می‌دهد تا درک عمیق‌تری از میدان و اینکه چگونه جوامع مجموعه‌ای از دانش در طول فرایند نقشه‌برداری فرهنگی ایجاد می‌کنند.



چارچوب مفهومی (موور، ۲۰۱۱).

مفاهیم اساسی

«فرهنگ به هنرها، میراث، باورها و محیط‌هایی که هویت فرد را می‌سازند، اطلاق می‌شود. جامعه به گروهی از مردم که درون یک منطقه جغرافیایی خاص هستند، اطلاق می‌شود؛ یعنی شهرها، محله‌ها، ایالات یا مناطق. سرمایه‌ها امکانات، سازمان‌ها، مردم، ایده‌ها و آداب و رسوم هستند که به یک شیوه زندگی در یک مکان خاص کمک می‌کنند. نقشه‌برداری فرهنگی، فرایند شناسایی و بیان، در یک فهرست نوشتاری یا تصویری، همه‌داری‌های فرهنگی در یک منطقه جغرافیایی خاص. توسعه فرهنگی جامعه، به فرایند شناسایی، حمایت محلی و توانمندسازی همه افراد که برای هدایت جامعه خود اقدام می‌کنند، اشاره دارد. برنامه‌ریزی فرهنگی، یکپارچگی در سطح جامعه از هنر و منابع فرهنگی در برنامه‌ریزی شهری است و از منابع برای توسعه هویت جامعه استفاده می‌کند» (Moore: 2011, 14-15).

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر با تأکید بر گردآوری داده و با استفاده از شیوة کتابخانه‌ای انجام شده است. جامعه تحقیق شامل منابع دست اول در خصوص نقشه‌برداری فرهنگی و منابع دست دوم (کتاب، مقالات و مستندات مرتبط با موضوع پژوهش) است که ابتدا مضامین و محتوای مرتبط شناسایی و سپس طبقه‌بندی شدند. در نهایت از طریق تجزیه و تحلیل مطالب، نتایج ارائه شده به دست آمده است.

نقشه‌نگاری

انسان‌ها از آغاز کوشیده‌اند تصویری از مکان جغرافیایی زندگی‌شان و نیز آنچه در مسیر سفرهای زمینی و دریایی دیده‌اند در ذهن خود ثبت کنند. با گذشت زمان و افزایش دانش و ظرفیت تولیدی انسان، ابزارهایی برای اندازه‌گیری فاصله‌ها ابداع شد. ظهور نقشه‌برداری علمی به قرن هجدهم برمی‌گردد، از حدود سال ۱۹۳۰ استفاده از عکس هوایی کمک شایانی به عملیات تهیه نقشه مناطق مختلف زمین نمود و پس از اینکه رایانه در اواخر دهه ۱۹۵۰ به صحنه نقشه‌برداری پای نهاد، تحولی شگرف در توسعه این علم ایجاد کرد (مقرب نیا، ۱۳۹۴).

کاربرد روزافزون نقشه در خانه‌ها، مراکز آموزشی، نظامی، سیاسی، فرهنگی و حتی خودروها و هواپیماها نشانگر اعتماد عمومی به عنوان یک مرجع کسب اطلاعات و شناخت موقعیت‌های محیط پیرامون است؛ اما باید دانست که نقشه جغرافیایی چیزی بیش از نمایش عوارض سطح زمین با نگاه عمودی از بالا می‌باشد؛ و انتقال‌گزینی اطلاعات جغرافیایی به روی سطح صاف (کاغذ و رایانه) است. (میرحیدر، ۱۳۸۴: ۱۴۱-۱۴۳). نقشه مهم‌ترین ابزار شناخت در جغرافیا و عالی‌ترین وسیله جهت به نمایش درآوردن اطلاعات و معلومات جغرافیایی است (گنجی، ۱۳۸۰: ۴۳۵).

اما نقشه‌نگاری فرهنگی، بازنمایی فرهنگ در نقشه است. به تصویر کشیدن فرهنگ یک منطقه جغرافیایی با روش‌ها و ابزارهای گوناگون شکل می‌گیرد؛ و منظور از فرهنگ آن چیزی است که «انسان یاد می‌گیرد و نیز نحوه رفتار او را تعیین می‌کند. در مورد اینکه فرهنگ چگونه به وجود می‌آید، باید گفت که فرهنگ پدیده‌ای است که با توجه به خواسته‌های طبیعی و نیروهای اجتماعی سرچشمه می‌گیرد. فرهنگ پدیدار شده به واسطه بوم‌شناختی (شرایط اقلیمی، ویژگی‌های جغرافیایی، روش‌های تشکیل زندگی) از جایی به جای دیگر متفاوت است. فرهنگ یک پدیده پیچیده، گسترده و

یک کل به هم پیوسته است که تغییر یک بخش از آن بقیه بخش‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد و از این رو تغییر فرهنگ بسیار زمان‌بر است» (احمدی ندوشن، ۱۳۹۴: ۳).

توسعه فرهنگی

برای آنکه در جامعه‌ای به توسعه فرهنگی دست یابیم یکی از راهکارهای آن این است که فرهنگ باید در متن زندگی مستقر و جایگزین باشد، نه آنکه بر آن مزید شود و به صورت پیوست زندگی درآید، چه در این صورت سیاست توسعه فرهنگی و همگانی کردن فرهنگ شکست می‌خورد. سیاست توسعه فرهنگی به معنای راستین کلمه، تلاشی است برای آنکه فرهنگ جایی را که به حق از آن اوست دوباره به چنگ آورد، یعنی در زندگی روزانه حضور یابد (بژی، ۱۳۸۶: ۱۲).

توسعه فرهنگی جامعه^۱، زمینه‌ای است که در بسیاری از کشورهای جهان شناخته شده است. ابتکارات عمده توسعه فرهنگی جامعه و سازمان‌ها را می‌توان در سراسر اروپا و استرالیا یافت. استرالیا حتی یک شبکه توسعه فرهنگی جامعه در سال ۱۹۸۷ توسعه داده است. متأسفانه، به دلیل کاهش منابع مالی، این سازمان در سال ۲۰۰۶ منحل شد (Goldbard, 2006). هر پروژه توسعه فرهنگی جامعه باید درون جامعه ریشه داشته باشد. این جوهر کار محقق است. در سراسر ادبیات چندین اهداف عمده برای پیگیری کار توسعه فرهنگی جامعه وجود دارد که شامل توسعه اقتصادی، پایداری، تنوع ارتقاء، مشارکت همه سنین و ساختن هویت جامعه می‌شود (Goldbard, 2006, Borrup, 2006). Borrup (2006) همچنین اهداف مشخصی را بیان می‌کند که ایجاد شغل، تحریک گردشگری، افزایش ارزش ملک و جذب سرمایه‌گذاری را شامل می‌شود (Moore, 2011).

تعریف توسعه فرهنگی جامعه برای هر کسی که حتی اگر در این حوزه کار کند، می‌تواند دشوار باشد. این از عدم تئوری توسعه یافته در توسعه فرهنگی جامعه ناشی می‌شود (Burnham, L. F., Durland, S., & Ewell, M. G, 2004) بیان می‌کنند که یک سنخ‌شناسی (تیپولوژی) برای این رشته ضروری است؛ سپس دوباره، از آنجایی که هر کسی نکات مرجع متفاوتی برای بحث می‌آورد، واژگان استاندارد شده دشوار خواهد بود. محققان توسعه فرهنگی جامعه با (Kretzmann and McKnight, 1996) موافق هستند که بیان کردند توسعه جامعه زمانی اتفاق می‌افتد که افراد جامعه محلی متعهد به سرمایه‌گذاری خود و منابعشان در تلاش باشند (ص ۴).

توسعه فرهنگی جامعه، نامش، به‌طور کامل ویژگی‌های اصلی کار را مشخص می‌کند. همان‌طور که گلدبارد (۲۰۰۶) اشاره می‌کند: «جامعه» مشارکتی بودن این اثر را تشخیص می‌دهد و بر همکاری هنرمندان و فعالان اجتماعی تأکید دارد: «فرهنگی» نشان‌دهنده اهمیت همه هنرها، میراث و فعالیت‌های علوم انسانی است که به‌عنوان مبنای این کار استفاده می‌شود؛ و «توسعه» به طرحی اشاره دارد که کار توسعه فرهنگی جامعه را انجام خواهد داد و کمک می‌کند به ساختن و هدایت آینده جامعه‌ای که در آن انجام می‌شود.

توسعه فرهنگی جامعه، یک فرایند ارگانیک در بسیاری از جوامع است که لزوماً از زیرساخت‌های محکم برای آن استفاده نمی‌شود؛ با این حال، پس از مرور و از طریق ابزارهای مختلف و منابع در کار توسعه فرهنگی جامعه، مهم است که یک زیرساخت محکم داشته باشد. بسیاری از پروژه‌های توسعه فرهنگی جامعه باید ابتدا قبل از شروع آن زیرساخت را ایجاد کنند (Moore, 2011).

بدون گوش دادن به نیازها و ایده‌های اعضا جامعه، پروژه توسعه فرهنگی جامعه نخواهد توانست به اهداف خود برسد. هنگامی که با اعضای جامعه از طریق جلسات بزرگ و کوچک درگیر می‌شوید، این اهمیت دارد که نیاز به سؤالاتی که پایان باز دارد، برای هیجان دادن به گفتگو درک شود. بسیاری از مردم پاسخ کوتاهی به شما خواهند داد مگر اینکه پرسش‌ها و پاسخ‌ها دلگرم‌کننده و خوشایند باشد. اطمینان از اینکه همه شرکت‌کنندگان بدانند که برای پروژه حیاتی هستند به تداوم همکاری پس از اتمام جلسات کمک خواهد کرد. این ادامه کار و تداوم، همان چیزی است که زمان‌های زیادی موفقیت تلاش‌های توسعه فرهنگی جامعه را حکم می‌کند (Moore, 2011).

حوزه توسعه فرهنگی اجتماعی شاهد کمبود شبکه‌ها یا نشریات اختصاصی برای متخصصان برای به اشتراک گذاشتن ایده‌ها و نظریه‌ها بوده است. گلدبارد (۲۰۰۶) ذکر می‌کند این را به‌عنوان یکی از دلایلی که این رشته به‌طور مشروع و قانونی توسط سرمایه‌گذاران و سایر متخصصان هنر هنوز شناخته نشده است. بسیاری اوقات، کار توسعه فرهنگی جامعه به عنوان هنر جامعه‌محور و ثانویه نسبت به فعالیت هنرهای سنتی نوشته شده است. شبکه هنر جامعه (توسعه فرهنگی جامعه) تلاش کرد تا این مشکل را از طریق، انتشارات و همکاری‌ها و همایش‌ها رسیدگی کند؛ با این حال، در طول یازده‌ساله خود (۱۹۹۹ تا ۲۰۱۰) این مشکل همچنان ادامه دارد.

تنوع در توسعه فرهنگی جامعه

در طراحی نقشه‌برداری فرهنگی، شاخص‌های زیادی باید در نظر گرفته شود تا اطلاعات جامع و کاملی از بستر فرهنگی ارائه بشود؛ درحالی‌که مفهوم تنوع از بوم‌شناسی می‌آید (Odum, 1953)، در رشته‌های وسیع‌تری از علوم اجتماعی گرفته تا علم اطلاعات برای اندازه‌گیری تنوع فرهنگی و جمعیتی نیز استفاده می‌شود. (Stirling, 2007) تنوع فرهنگی یا چندفرهنگی از نظر ملیت، مفهوم مهمی در تحقیقات اجتماعی است (Morén-Alegret and Wladyka, 2020).

زیادی برای اندازه‌گیری تنوع فرهنگی در مقیاس‌های مختلف با استفاده از منابع داده‌های مختلف صورت گرفته است (Simon and Piché, 2012, Fearon, 2003). برخی از افراد به دلیل ارزش‌های فرهنگی، سن و سبک زندگی‌شان درحالی‌که از داده‌ها و پلتفرم‌های تولیدشده توسط کاربر استفاده می‌کنند، نظرات خود را ارائه نمی‌کنند (Edelmann, N., 2013, Wilson, A., Murphy, H., Fierro, J.C., 2012) لذا دستیابی به داده‌های حقیقی به‌آسانی امکان‌پذیر نیست و گاهی تحقیقات میدانی نیاز است تا محققین در بستر فرهنگی بتوانند اطلاعات جامع و کاملی کسب کنند. اقدام عمده‌ای که محققان توسعه فرهنگی جامعه بر روی آن تمرکز می‌کنند، ترویج تنوع در درون خود جامعه است. تنوع اصطلاحی است که در درجه اول ایده قومی یا مفهوم نژادی را به کار می‌گیرد، باین‌حال می‌توان از آن برای توصیف سن، طبقه اقتصادی، توانایی، گرایش جنسی و تفاوت‌های مذهبی استفاده شود (Congdon, 2008). هنگامی که درگیر یک پروژه توسعه جامعه هستید مهم است که ذینفعان کلیدی با پیشینه‌های مختلف داشته باشید. هنگامی که شما یک گروه متنوع از شرکت‌کنندگان توانمند دارید، این نشان‌دهنده فضای باز و دعوت‌کننده برای کل جامعه است (Moore, 2011).

دفاع از تنوع فرهنگی یک الزام اخلاقی است و از احترام به شأن انسان جدایی‌ناپذیر است. این متضمن تعهد به حقوق بشر و آزادی‌های اساسی، به‌ویژه حقوق افراد متعلق به اقلیت‌ها و افراد بومی است. هیچ‌کس نمی‌تواند تنوع فرهنگی را برای نقض حقوق بشر که توسط حقوق بین‌الملل تضمین شده باشد و نه محدود کردن دامنه‌های آن، استناد کند (Moore, 2011).

برابری در توسعه فرهنگی جامعه

با توجه دیدگاه‌های متنوعی که در هر پروژه توسعه اجتماعی گرد هم می‌آیند، مهم است که بدانیم همه برابر هستند. ایده‌های هیچ‌کسی بهتر یا بدتر از دیگری نیست. درک این درس دشوار است زیرا از همه ما خواسته می‌شود تا نظرات خود را به اشتراک بگذاریم. کلید ترویج برابری در مکالمه و برنامه‌ریزی این است که واقعاً به هر آنچه همه می‌گویند گوش بدهید. فریرا^۱ (۱۹۷۴) ادعا می‌کند که گفتگو تنها ابزار واقعی ارتباط است. او بیان می‌کند، «دیالوگ به رابطه افقی بین افراد است» (ص ۴۰). نقطه مقابل آن، ضد دیالوگ است یا یک رابطه عمودی بین افراد که به بیان سلسله مراتبی، بیان عقیده بدون گوش دادن کمک می‌کند. ورود به گفتگو با ذهن و گوش باز این امکان را به شما می‌دهد که تفاهم بین دو طرف ایجاد شود و به نوبه خود زمینه بازی برابر ایجاد می‌کند (Moore, 2011).

در سطح کلان، گلدبارد (۲۰۰۶) اشاره می‌کند که «فرهنگ‌ها اساساً برابر هستند و جامعه نباید کسی را برتر از دیگری معرفی کند» (ص ۵۰). این ایده از زمان تأسیس اعلامیه جهانی حقوق بشر در سال ۱۹۴۸ توسط سازمان ملل متحد حمایت شده است. دادن «حق فرهنگ» به همه به معنای ایجاد فضایی برای همه است تا بدون تعصب در ایده‌هایشان از فرهنگ شرکت کنند. این چیزی است که محققان توسعه فرهنگی جامعه به‌طور مداوم برای آن؛ از طریق گفتگوی باز بین گروه‌های اقلیت و اکثریت مبارزه می‌کنند. گاهی اوقات این به معنای دفاع برای به رسمیت شناختن عبارات فرهنگی است که توسط اکثریت مورد حمایت قرار نمی‌گیرند (Goldbard, 2006, Flood, 1998). این هرگز کار آسانی نیست، اما آن را تضمین می‌کند که گفتگو درباره فرهنگ هر کس ادامه دارد.

پایداری در توسعه فرهنگی جامعه

پایداری را می‌توان در سطوح خرد و کلان در کار توسعه فرهنگی جامعه نشان داد. بررسی اثرات پایدار یک پروژه یا ارزش‌های یک جامعه است که اهمیت دارد تا کار مورد سختگیری، مورد انتظار و ثابت واقع شود (Cleveland, 2005). پایداری یک پروژه گاهی اوقات برای طراحی آن ضروری است؛ اما اگر شرکت‌کنندگان درون برنامه نباشند به این برنامه ادامه نخواهند داد. از طریق مطالعات مختلف، کیولند^۲ (۲۰۰۵) متوجه شد که برنامه‌ها و پروژه‌های طولانی‌مدت به‌طور مداوم از شرکت‌کنندگان

1. Freire

2. Cleveland

خواسته می‌شود تا در ایجاد کاری که آن‌ها را به چالش می‌کشانند و به اشتیاق آن‌ها دامن می‌زند، سرمایه‌گذاری کنند. این پروژه‌ها به‌طور مستمر تأثیر پایداری بر زندگی شرکت‌کنندگان دارند و چرخه‌ای از یادگیری ایجاد می‌کنند که شرکت‌کنندگان قادر خواهند بود به مدافعان برنامه تبدیل شوند.

پایداری در سطح کلان، اصطلاحی است که در درجه اول در سه چارچوب اصلی درک می‌شود: اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی. هاکس^۱ (۲۰۰۱) چارچوبی را برای پایداری که شامل بخش چهارم است توسعه می‌دهد: پایداری فرهنگی. بسیاری از محققان فرهنگی از این متن به‌عنوان راهی برای توضیح اینکه چگونه فرهنگ می‌تواند به فعالیت‌های پایداری جامعه کمک بکند استفاده کرده‌اند. فرهنگ یک جامعه از ارزش‌ها و باورهای مشترک تشکیل شده است. تصدیق این ارزش‌های مشترک همراه با همراه با تنوع موجود در یک جامعه، ساکنان را قادر می‌سازد تا محیط مثبت بسازند. یکی از باورهایی که بسیاری از محققان فرهنگی دارند این ایده است که فرهنگ یک زندگی پویا است، وجودی که جزء لاینفک شیوه زندگی یک جامعه است (Goldbard, 2006, 1996; Kretzmann and McKnight).

ناکس و مایر^۲ (۲۰۰۹) بیان می‌کنند «از طریق هنر و فرهنگ، ساکنان و هنرمندان می‌توانند آینده‌ای متفاوت برای یک جامعه یا مکان را تصور کنند و آن‌ها می‌توانند یک‌بار تغییر پارادایم را معرفی کنند و از طریق خلاقیت توانمند می‌شوند» (ص ۱۴۶). انجام این نوع از کار به همه اجازه می‌دهد که در جامعه احساس کنند تا بخشی از آینده جامعه را در اختیار دارند. احساس مالکیت مشترک در آینده چیزی است که از طریق نسل‌ها منتقل می‌شود. به‌عبارت‌دیگر، تصدیق بیان فرهنگی از اعضای جامعه، ساختن آینده‌ای مبتنی بر ارزش‌های مشترک که متعلق به همه است را تسهیل خواهد کرد. (Moore, 2011).

نقشه‌برداری فرهنگی و توسعه فرهنگی جامعه

نقشه‌برداری فرهنگی چیزی است که بسیاری از محققان توسعه فرهنگی جامعه، به‌طور مرتب درگیر آن هستند؛ گاهی اوقات بدون اینکه دانش و اطلاع آن را داشته باشند. این مجموعه‌ای از دارایی‌های مشهود و نامشهود در یک منطقه جغرافیایی خاص است (Moore, 2011). شبکه شهر خلاق از کانادا (۲۰۰۹) بیان می‌کند که «نقشه‌برداری

1. Hawkes

2. Knox and Mayer

فرهنگی ما را قادر می‌سازد تا فرهنگ را درک کنیم و به اشتراک بگذاریم؛ تجدید نظر در تاریخ برای ارتقاء خلاقیت و توسعه» (ص ۳). این فرایندی است که هر محقق فرهنگی قبل از شروع پروژه جدید، برای انجام آن تلاش می‌کند.

جمع‌آوری اطلاعات در مورد جامعه و تشویق مشارکت کامل در حین کار، نسبت به یک هدف مشترک، جوهر نقشه‌برداری فرهنگی است. این یک روش استاندارد است که توسط بسیاری از سازمان‌های جامعه‌محور دنبال می‌شود. در مورد مثالی که ذکر شد، نقاشی دیواری می‌تواند نمایش نقشه فرهنگی جامعه باشد. آن تاریخ جامعه را شامل می‌شود و ارزش‌ها و باورهای جامعه را برجسته می‌کند (Moore, 2011).

یونسکو (۲۰۱۱) از نقشه‌برداری فرهنگی برای کمک به حفظ زبان، باورها و سنت‌های فرهنگ‌هایی که در سراسر جهان در حال ناپدید شدن هستند، استفاده می‌کند. این نوع نقشه‌برداری فرهنگی، محصولات نهایی متنوعی از جمله «نقشه‌های جغرافیایی، نمودارها، دیاگرام‌ها، عکس‌های هوایی، تصاویر ماهواره‌ای، پایگاه‌های اطلاعاتی آماری و غیره را تولید می‌کند» (بند ۵). این نقشه‌ها مفید هستند زیرا اسنادی ایجاد می‌کنند که می‌توانند فرهنگ‌های در حال ناپدید شدن را حفظ کنند. رایج‌ترین استفاده از این اصطلاح، این است که نقشه‌برداری فرهنگی، پیشنهاد می‌کند که جامعه یک نقشه از دارایی‌های فرهنگی‌اش که برای اهداف گردشگری و فرایندهای توسعه و برنامه‌ریزی استفاده می‌کند، ایجاد کند. در این اجتماعات (جوامع) حسی، اطلاعات مربوط به فرهنگ مشترک را جمع‌آوری می‌کنند و آن‌ها را روی نقشه جغرافیایی با اطلاعاتی در مورد تاریخ و اهمیت ساختمان‌های خاص و اطلاعاتی در مورد هنرمندانی که در آن جامعه خلق می‌کنند، قرار می‌دهند. این نقشه‌های می‌تواند به ایجاد شبکه‌های اجتماعی جدید در میان ساکنان کمک کند و دیدگاه خودی از جامعه را به افراد خارجی ارائه بدهد (Moore, 2011).

برنامه‌ریزی فرهنگی

ایوانزا^۱ (۲۰۰۱) اشاره می‌کند که امر ذاتی بین عمل فرهنگ و برنامه‌ریزی وجود دارد. شهر و برنامه ریزان شهری و همچنین محققان فرهنگی این تنش را ایجاد می‌کنند. برنامه ریزان دائماً در برابر تغییر استانداردها و روش‌هایی که به‌طور سنتی مورد استفاده قرار می‌گیرد، مقاومت می‌کنند و محققان فرهنگی به‌طور مستمر آرمان‌های حقوق فرهنگی و برابری در بخش فرهنگی

بدون درک سیستم برنامه‌ریزی را مطرح می‌کنند. برنامه ریزان شهری و جغرافیدانان تا همین اواخر به نیازهای هنر در برنامه‌ریزی تسهیلات، برنامه‌ریزی کاربری زمین، یا تلاش‌های حفاظتی توجه نکرده بودند؛ بنابراین، هر زمان که فرهنگ برنامه‌ریزی شود، انجام می‌شود زیرا جامعه معتقد است که هنر و فرهنگ برای خیر و صلاح جامعه ضروری است. بسیاری از فعالیت‌ها برای آغاز برنامه‌ریزی فرهنگی از هیاهوی اطراف شهر خلاق ناشی می‌شود؛ با این حال، محققان همچنین برای یکپارچه‌سازی مکان برای هنر و برنامه‌ریزی فرهنگ تلاش کرده‌اند. بانک جهانی (۱۹۹۹) در خط مقدم این باور بوده است که فرهنگ می‌تواند هویت‌های گروه اجتماعی را بسازد و تقویت عزت‌نفس بیشتر در بین افراد را ایجاد کند و پل‌های ارتباطی در سراسر فرهنگ را بسازد. هاکس^۱ (۲۰۰۱) با تحقیقات خود در ستون چهارم پایداری نشان داده است که فرهنگ برای جامعه کاملاً پایدار ضروری است. او بیان می‌کند که «نتیجه‌گیری اصلی (از کار او) این است که پارادایم‌های جدید حکمرانی و دیدگاه‌هایی درباره آنچه جامعه پایدار و سالم را تشکیل می‌دهد اگر نشاط فرهنگی به‌عنوان یکی از نیازهای اساسی در آن گنجانده شود، بیشتر مؤثر خواهد بود» (ص ۲).

به‌منظور کامل پذیرش برنامه‌ریزی فرهنگی، برنامه ریزان، سیاست‌گذاران، متخصصان و اعضای جامعه در بخش فرهنگ و هنر که تعامل ایجاد کردند، باید به‌وضوح هنجارها و اهداف پروژه را قبل از شروع فرایند بیان کنند، در غیر این صورت آن‌ها هرگز قادر به ارزیابی نخواهند بود که آیا طرح به جامعه کمک می‌کند یا مانع آن می‌شود (Moore, 2011). توسعه و تدوین اهداف و مقاصد در آغاز برنامه‌ریزی فرهنگی همچنین ضروری است تا از صنایع فرهنگی جامعه حفاظت شود. بسیاری از برنامه ریزان شهری در گذشته همستگی بین توانایی بخش فرهنگی برای بازسازی جامعه و نیاز به برنامه‌ریزی تسهیلات و فضای باز برای هنر و فرهنگ را تشخیص نداده‌اند (Evans, 2001). بدون استراتژی‌های مشخص و قابل‌دستیابی و نتایج برای فرایند برنامه‌ریزی فرهنگی، هم شهر و هم اعضای جامعه نمی‌توانند پیشرفت خود را اندازه‌گیری کنند و از فعالیت‌های روزانه موردنیاز برای دستیابی به اهداف مأموس خواهند شد (Moore, 2011).

متصدیان، برنامه‌ریزی فرهنگی را به دو صورت عمده تعریف کرده‌اند. این می‌تواند ادغامی از هنر و بیان فرهنگی در برنامه‌ریزی شهری یا استفاده از منابع فرهنگی برای توسعه مکان باشد. بسیاری از پژوهشگران برنامه‌ریزی فرهنگی معتقدند برای اینکه برنامه‌ریزی فرهنگی واقعاً مؤثر

باشد، شامل هر دو تعاریف لازم است (Evans, 2001, Dreeszen, 1998) دریزن^۱ (۱۹۹۸) در ادامه اشاره می‌کند که «فرایند برنامه‌ریزی فرهنگی یک فرایند حقیقت‌یاب و فرایند اجماع‌سازی در سطح جامعه برای ارزیابی نیازهای جامعه است و برنامه عملی را توسعه می‌دهد که هنرها و منابع فرهنگی را برای رفع این نیازها هدایت کند» (ص ۹).

با اجماع‌فزاینده در میان متصدیان برنامه‌ریزی فرهنگی، اینکه فرایند در سطح جامعه باشد، ضروری است تا اطمینان حاصل شود که همه می‌توانند از زبان مورد استفاده در آن برای برنامه‌ریزی بفرهمنند. برنامه ریزان به‌طور سنتی از اصطلاحات فنی تکنوکراتیک استفاده می‌کنند و این باید به‌منظور ایجاد یک فرایند مشورتی و مشارکتی بیشتر تغییر بکند (Evans, 2001). این می‌تواند توسط توسعه زبان برنامه‌ریزی با شرکت‌کنندگان در جامعه اتفاق بیافتد. با همکاری بین حکومت شهری، رهبران فرهنگی محلی و اعضای جامعه، واژگان کارآمد می‌توان تصمیم گرفته شود که متناسب با نیازها و انتظارات جامعه باشد (Moore, 2001).

پیشرفت‌های اخیر در برنامه‌ریزی فرهنگی نیز، شروعی برای کنکاش در ارتباطات بین برنامه‌ریزی فرهنگی و برنامه‌ریزی شهری هستند. بیکر^۲ (ارتباط شخصی) این احساس را دارد که گام بعدی در مشروعیت بخشیدن به برنامه‌ریزی فرهنگی به‌عنوان یک حوزه، با مطالعه دقیق از ارتباط بین شیوه‌های برنامه‌ریزی فعلی در هر دو بخش فرهنگی و عمومی خواهد بود. اساساً توسط اتصال نقاط بین این شیوه‌ها، محققان فرهنگی این توانایی را خواهند داشت تا بحث کنند که چگونه برنامه‌ریزی فرهنگی جزء ضروری و مرتبط هر طرح شهرداری است. یکی از راه‌های ایجاد ارتباط با برنامه‌ریزی شهری، تعریف مجموعه‌ای از اصول است که با مسائل اجتماعی و برنامه‌ریزی مرتبط است و اخیراً توسط برنامه‌ریزی شهری مورد توجه قرار می‌گیرد. چهار دغدغه‌ای که در برنامه‌ریزی فرهنگی برای شروع گفتگو می‌توان به آن پرداخت در زیر شرح داده می‌شود (Moore, 2001).

تنوع در برنامه‌ریزی فرهنگی

جوامع در سراسر جهان به‌طور فزاینده‌ای متنوع‌تر می‌شوند، مانند مردم که به‌طور مداوم برای فرصت‌های بهتر، نزدیک شدن به خانواده یا برای تجربه‌های جدید حرکت می‌کنند.

1. Dreezen
2. Baeker

بیاتچینی و پارکینسون^۱ متوجه شده‌اند که برنامه‌ریزی فرهنگی در سطح شهرداری بیشتر پاسخگوی تنوع رو به رشد جوامع نسبت به طرح‌های برنامه‌ریزی ملی است (Baeker & Cardinal, 2001). شهرداری‌ها ارتباط نزدیک‌تری با مسائل خاصی که ناشی از این تنوع فزاینده است، در صلاحیتشان از سیاست سطح ملی و استفاده از برنامه‌ریزی فرهنگی دارند که می‌تواند شروع گفتگویی باشد که به دیدگاه‌های متنوع هر گروه فرهنگی می‌پردازد. باین‌حال، این یک چالش است که نباید توسط هیچ شهرداری بدیهی تلقی شود (Hawkes 2001). اطمینان از اینکه همه فرصتی برای شنیده شدن دارند، آسان نیست، اما برای ادامه رشد و پایداری ضروری است. هاکس (۲۰۰۱). اظهار داشت: «ارزش‌های متنوع را نباید صرفاً احترام گذاشت به این دلیل که ما مردمی مداراگر هستیم بلکه ما باید برای بقا، مجموعه‌ای از دیدگاه‌های متنوع داشته باشیم تا با شرایط متغیر سازگار شود برای اینکه بتواند آینده را در آغوش بکشد» (ص ۱۴).

برجسته کردن تنوع در فرایند برنامه‌ریزی فرهنگی، زمان و تعهد می‌خواهد اما همیشه باید هدف برنامه ریزان باشد. در کتاب راهنمای برنامه‌ریزی فرهنگی دریزن^۲ (۱۹۹۸)، او نشان می‌دهد که برخی از شهرداری‌ها به‌طور خاص برنامه‌های فرهنگی را توسعه می‌دهند که چندفرهنگی پیشرفت کند. از طریق برنامه‌ریزی قابل مشاهده است که محققان فرهنگی، سازمان‌ها و همکاری‌ها می‌توانند هم برای اعضای جامعه و هم برای افراد غیربومی قابل بهبود باشند. در شناخت سرمایه‌های فرهنگی اخیر در یک جامعه می‌توان هویت فرهنگی قوی‌تری را شکل داد و محیطی مناسب برای تلاش‌های فرهنگی می‌توان ایجاد کرد. تشویق به ادامه گفتگو بین ذینفعان مختلف در بخش فرهنگی نیز می‌تواند، توسعه محیط را که برابری میان ارائه‌دهندگان فرهنگی و دسترسی به فرهنگ برای همه ساکنان را ترویج می‌کند، تضمین کند (Moore, 2011).

برابری در برنامه‌ریزی فرهنگی

برنامه‌ریزی فرهنگی سؤالاتی در مورد برابری منابع فرهنگی در جامعه ایجاد می‌کند. برابری در برنامه‌ریزی نه تنها باید به همه انواع سازمان‌های فرهنگی توجه یکسان داشته باشد بلکه مسائل مربوط به دسترسی به فعالیت‌های فرهنگی مختلف را نیز مورد توجه قرار می‌دهند. این برای مبارزه با طرد اجتماعی در جامعه مهم است که ممکن است توسط سازمان‌های فرهنگی آغاز شود (شبکه شهر خلاق کانادا، ۲۰۰۹). دسترسی به منابع فرهنگی موضوعی است که زمانی

به وجود می‌آید که به مردم فرصتی برای گفتگوی آشکار درباره اینکه آن‌ها چگونه جامعه خود را احساس می‌کنند، داده شود. این گفتگو فرایند ایجاد اعتماد بین سازمان‌های فرهنگی و افرادی که به آن‌ها مراجعه می‌کنند را شروع می‌کند. دسترس‌پذیری تنها به معنای ایجاد قانون امریکایی‌های دارای معلولیت مطابق با امکانات نیست؛ بلکه به معنای ایجاد محیطی است که برای همه خوشایند باشد. به عبارت دیگر، امکانات فرهنگی باید به‌عنوان فضای عمومی طراحی شوند. گروداچ^۱ (۲۰۱۰) پنج راه برای فضاهای فرهنگی که می‌توانند به‌عنوان فضای عمومی عمل کنند، تشریح می‌کند؛ اول، به دلیل تنوع برنامه‌نویسی، فضاهای فرهنگی به طیف گسترده‌ای از مردم خدمت می‌کنند و مراکز فرهنگی مختلف را در یک جامعه لمس می‌کنند. دوم: از آنجایی که این فضاها دارای تنوع برنامه‌نویسی هستند، آن‌ها می‌توانند فرصت‌هایی برای گروه‌های مختلف مردم برای تعامل با یکدیگر ایجاد کنند؛ فضاهای فرهنگی نیز می‌توانند فضایی را برای گروه‌های کمتر دیده‌شده ایجاد کنند تا برای جامعه وسیع‌تر قابل مشاهده باشند. این فضاها همچنین می‌توانند رویکرد متفاوت اتخاذ کنند و ساختن جامعه‌ای از افراد شخصی شده را اختصاصی کنند؛ و آخرین روشی که فضاهای فرهنگی به‌عنوان فضاهای عمومی عمل می‌کنند، نحوه عملکرد آن‌هاست که می‌تواند در جامعه برای تقویت نشاط اقتصادی محله قرار بگیرد. اگر برنامه ریزان و رهبران فرهنگی مایل هستند که فضاهایی ایجاد بکنند که هم به آرمان‌های اقتصادی و اجتماعی شهر کمک بکنند پس باید دسترسی در برنامه‌ریزی، طراحی و برنامه‌نویسی از طریق کمک مردم ساکن در این منطقه ایجاد شود تا توسعه شکل بگیرد (Moore, 2011).

هدف اصلی برنامه‌ریزی فرهنگی شهرداری، همانطور که توسط بیکر (ارتباطات شخصی) مشخص شده است، این است که شهرداری‌ها باید برای تقویت مشارکت‌های بین‌بخشی و همکاری‌های بین رهبران تجاری و فرهنگی تلاش کنند. در اصل، ایجاد محیطی که برای کسب‌وکارها و سازمان‌های فرهنگی، شرکای برابر در اقتصاد جامعه در نظر گرفته بشود. توسعه این شرایط برابر نه تنها در هنگام ایجاد برنامه فرهنگی، ضروری است بلکه توسط جامعه و همچنین توسط دولت‌شهر باید تأیید شده باشد. زمانی که مسئولان شهرداری مشاهده می‌کنند که بنگاه‌های فرهنگی برای بافت جامعه از نظر اجتماعی و اقتصادی ضروری هستند، متعاقباً فرایندهای برنامه‌ریزی بعدی شهرداری همیشه شامل بخش فرهنگی که نقش ضروری در پایداری جامعه دارد، می‌شود (Moore, 2011).

پایداری در برنامه‌ریزی فرهنگی

مفهوم پایداری در ساده‌ترین شکل خود، مظهر آرزویی است که نسل‌های آینده، وارث دنیایی هستند که حداقل به اندازه دنیایی که ما در آن زندگی می‌کنیم پربرکت است. با این حال، چگونه می‌توان به آنجا رسید، بحث بر سر ارزش‌هاست؛ یک بحث فرهنگی است (Hawkes, 2001: 11). پایداری به دلایل خوبی یک کلمه رایج در بخش فرهنگی است. همان‌طور که هاکس در بالا ذکر کرد، همه می‌خواهند اطمینان حاصل کنند که نسل‌های آینده دنیایی به همین خوبی، یا بهتر از دنیای کنونی ما خواهند داشت. تضمین پایداری فرهنگی برای ایجاد پایداری جامعه ضروری است. اگر فرهنگ جامعه از بین برود به دلایلی که در آن زمان نمی‌شد آن را حفظ کرد، هر چیز دیگری نیز ناپدید می‌شود (Hawkes, 2001).

یک مفهوم کلیدی در بحث پایداری، شهروندی و مشارکت فعال است. هاکس (۲۰۰۱) تأیید می‌کند که امروزه بیشتر از همیشه افراد بیشتری نسبت به جامعه احساس بی‌ارتباطی می‌کنند. این مدل مناسب برای ساختن جامعه پایدار نیست. اعضای جامعه باید این فرصت را داشته باشند که بخشی از تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی در جامعه باشند. این موضوع مشارکت را می‌توان از طریق رویکرد مشارکتی در برنامه‌ریزی فرهنگی مورد توجه قرار داد. بیکرا^۱، دریزن^۲ (۱۹۹۸) و ایوانز^۳ (۲۰۰۱) همگی موافق هستند که برنامه‌ریزی باید سرمایه‌گذاری کاملاً مشارکتی را جذب و درگیر کند اگر قرار است برنامه فرهنگی مکانیز معتبری برای تقویت و ساخت جامعه باشد. به این ترتیب، برنامه‌ریزی فرهنگی می‌تواند، اولین گام برای ایجاد پایداری جامعه‌ای باشد که بتواند تنوع در حال تغییر جهان را تحمل کند.

هویت جامعه و مکان در برنامه‌ریزی فرهنگی

برنامه‌ریزی فرهنگی هویت جامعه را با برجسته ساختن سازمان‌های فرهنگی که در حال حاضر بخشی از جامعه هستند و محیطی را ایجاد می‌کنند که سایر تلاش‌های فرهنگی به موفقیت برسند، تقویت می‌کند. ایوانز^۴ (۲۰۰۱) اظهار می‌کند که شهرها به‌طور فزاینده‌ای به دنبال آن هستند که فرهنگ برای تأیید مجدد هویتشان به مسابقه شهر رقابتی بپیوندند.

1. Baeker
2. Dreeszen
3. Evans
4. Evans

کار ریچارد فلوریدا^۱ بر روی سرمایه خلاق، کیفیت مکان را به‌عنوان عوامل اصلی جذب افراد خلاق به شهر، شناسایی می‌کند. ایجاد هویت اجتماعی، جمعیت‌های متنوع را به تبدیل شدن به ساکنانی که می‌توانند بخشی از طرح برنامه فرهنگی باشند، دعوت می‌کند. بریکر و کاردینال^۲ (۲۰۰۱) خلاصه می‌کنند که هدف برنامه‌ریزی فرهنگی می‌تواند هر فعالیت یا هر منبعی باشد که به تقویت منحصربه‌فرد یک مکان کمک می‌کند. در تعریف دارایی‌های فرهنگی به‌عنوان چیزی که شهر را منحصربه‌فرد می‌کند، گفتگوی بین افراد مختلف را در منطقه آغاز می‌کند. هر کسی نظر متفاوتی در مورد اینکه چرا شهرش خاص است، دارد و از طریق یک فرایند برنامه‌ریزی دموکراتیک می‌توان هویت چند فرهنگی را برای همه برجسته کرد. این ایده مکان‌سازی یا هویت‌سازی جامعه را می‌توان به طراحی شهری و برنامه‌ریزی ترجمه کرد. شروع استفاده از آن توسط شهرها برای ایجاد محیط ساخته‌شده است تا به نیازهای متنوع جامعه و محیط طبیعی که در حال حاضر وجود دارد، متصل شود.

نقشه‌برداری فرهنگی و برنامه‌ریزی فرهنگی

نقشه‌برداری و برنامه‌ریزی فرهنگی در سراسر ادبیات و در تمرین اخیر ارتباط تنگاتنگی دارد. نقشه‌برداری فرهنگی یک پیش‌نیاز برای برنامه‌ریزی است (Baeker, G., & Cardinal, 2001; Dreeszen 1998; Evans, 2001). در بسیاری از موارد نقشه‌برداری فرهنگی با نام‌های دیگری شناخته می‌شود: نقشه‌برداری منابع، ارزیابی نیازهای فرهنگی، ارزیابی فرهنگی (Baeker, G., & Cardinal, 2001; Evans, G. 2001; Evans & Foord, 2008).

همه این اصطلاحات عمل ایجاد یک لیست و نقشه دارایی‌های فرهنگی درون منطقه جغرافیایی خاص را توضیح می‌دهد. به‌طور خاص، نقشه‌برداری فرهنگی می‌تواند تصویری از جامعه، ایجاد کند، فهرست موجود دارایی را در منطقه شناسایی کند و اطلاعات را به‌وسیله تعریف روابط و شناسایی فرصت‌های همکاری تجزیه و تحلیل کند (Baeker, G., & Cardinal, D, 2001).

همانند برنامه‌ریزی فرهنگی، نقشه‌برداری فرهنگی باید فرایند مشارکتی باشد که جامعه گسترده‌تر را درگیر کند. بدون مشارکت چند گروه اجتماعی، نقشه فرهنگی ممکن است این تصور را ایجاد کند که فرهنگ در جامعه غایب است و وجود ندارد،

1. Richard Florida

2. Baeker and Cardinal

به‌ویژه در روستا یا مناطق فراصنعتی (Evans & Foord, 2008). استفاده از یک فرایند مشارکتی که بر روی دارایی‌های نامشهود یا داستان‌سرایی تمرکز می‌کند، دارایی‌های فرهنگی پنهان یک منطقه را به تفصیل شرح می‌دهد. این دارایی‌های پنهان ممکن است به دلیل وضعیت اقتصادی فعلی از بین رفته یا جابجا شوند، اما همچنان در زندگی اعضای جامعه وجود دارند

هنگام تهیه یک نقشه فرهنگی برای اهداف برنامه‌ریزی، لازم است برخی سؤالات اساسی از جامعه پرسیده شود از جمله: منابع فرهنگی فعلی چیست؟ برخی منابع فرهنگی که در شهر ناشناخته هستند، چیست؟ چه منابع فرهنگی با کمک و مشاوره می‌توانند رشد کنند؟ چه منابعی، منابع فرهنگی برای توسعه فردی و اجتماعی هستند؟ (Baeker, G., & Cardinal, 2001).

پرداختن به این سؤالات در فرایند ایجاد فهرستی از دارایی‌های جامعه به نقشه اجازه می‌دهد تا به‌عنوان منبع برنامه‌ریزی برای شهرداری مفید باشد. این امر دلایل مهم بودن دارایی‌های فرهنگی برای جامعه را طرح خواهد کرد (نشان خواهد داد) و چگونگی برنامه‌ریزی فرهنگ را در برنامه‌ریزی شهری نشان می‌دهد (Moore, 2011). برنامه ریزان شهری و شهرداری از سیستم‌های اطلاعاتی جغرافیایی (GIS) استفاده کرده‌اند تا هم برنامه‌ریزی کنند و هم دارایی‌های ملموس در جوامع را نقشه‌برداری کنند. به‌طور فزاینده‌ای، پایگاه‌های داده‌های سیستم اطلاعات جغرافیایی شروع به گنجانیدن دارایی‌های فرهنگی ملموس در جوامع می‌کنند. مراکز هنری و میراث و کسب‌وکارها بر روی نقشه‌ها جمع‌آوری شده است اما درج دارایی‌های فرهنگی نامشهود در این نقشه‌ها از نظر تاریخی نادیده گرفته شده است. داستان‌های ناملموس از جوامع می‌توانند نقشه‌برداری شوند. از آنجایی که هر داستانی تنظیمات خاص خود را دارد و می‌تواند مثل ساختمان یا بنای تاریخی نقشه‌برداری شود. این سیستم جدید به اعضای انجمن اجازه می‌دهد تا تصاویر، کلیپ‌های صوتی، متن و ویدئوها را به نقشه جامعه‌شان اضافه کند (Moore, 2011).

تهیه فهرستی از دارایی‌های فرهنگی جامعه در نهایت هدف اصلی هر پروژه نقشه‌برداری فرهنگی است. شناسایی هر دو دارایی‌های مشهود و نامشهود برای تکمیل نقشه ضروری هستند (Moore, 2011). (موور، ۲۰۱۱). بروپ (۲۰۰۶)، کرتیزمن و مک نایت (۱۹۹۶)، همگی این موضوع را تأیید می‌کنند. ایجاد نقشه تنها از طریق دارایی‌های مشهود، نقشه‌ای را ایجاد می‌کند که فاقد واقعیت از فردیت منطقه است.

نتیجه‌گیری

ماهیت نقشه‌برداری فرهنگی متمرکز بر این اصل است که جامعه از درون نگریده بشود به‌جای اینکه از بیرون برنامه‌ریزی شود؛ بنابراین فرایندی را ایجاد می‌کند تا سرمایه‌های ملموس و ناملموس از طریق اعضای داخل جامعه شناسایی و ثبت شود. هدف نقشه‌برداری فرهنگی تقویت مشارکت افراد بومی و جامعه محلی است تا از طریق آنان روایت‌ها، آئین‌ها و خاطرات شناسایی شود و در نهایت مکان‌ها معنا می‌یابند و حس مکان ثبت می‌شود. زمانی که جامعه محلی در پروژه‌های فرهنگی از جمله نقشه‌برداری فرهنگی دخیل باشند، مشارکت معنادار حاصل می‌شود و نتیجه بسیار کاربردی و مطلوب برای جامعه می‌شود؛ زیرا نگاه بالا به پایین در فرایند تصمیم‌گیری وجود نداشته است و تصمیمات بر اساس بستر فرهنگی اتخاذ شده است.

با توجه به رویکرد نظری موور، نقشه‌برداری فرهنگی عملی است که تئوری‌ها و شیوه‌های مختلف را دربرمی‌گیرد. بررسی‌های قبلی هر دو متون توسعه فرهنگی جامعه و برنامه‌ریزی فرهنگی نشان می‌دهد که در سراسر کار توسعه فرهنگی از نقشه‌برداری فرهنگی استفاده شده است. اینکه چه بخشی از یک پروژه برنامه‌ریزی فرهنگی است یا یک پروژه مستقل، در برجسته کردن هویت جامعه متمرکز شده است. در خصوص اتصال شیوه‌های اخیر در توسعه فرهنگی جوامع و برنامه‌ریزی فرهنگی با پروژه نقشه‌برداری فرهنگی موور باور دارد که نقشه‌برداری فرهنگی می‌تواند به موارد مختلف مسائل اجتماعی مانند تنوع، برابری، پایداری و هویت جامعه رسیدگی کند. نقشه‌برداری فرهنگی می‌تواند با پرداختن به این نیازها، جوامع قوی‌تری را تقویت کند (Moore, 2011).

دانش افراد بومی و محلی، از طریق فرایندهایی که در نقشه‌نگاری فرهنگی شکل می‌گیرد، به منصفه ظهور می‌رسد. دارایی‌های ملموس و ناملموس مکان برای توسعه فرهنگی به‌عنوان سرمایه فرهنگی در نقشه‌برداری فرهنگی مورد توجه قرار می‌گیرد. همچنین معانی‌ای که مردم به مکان می‌دهند و حس مکان خلق می‌شود، از طریق مشارکت در فرایند نقشه‌برداری فرهنگی مستند می‌شود. این پژوهش چگونه رسیدن به جامعه قوی را از طریق نقشه‌برداری فرهنگی این‌گونه بیان می‌کند که نقشه‌برداری فرهنگی با ایجاد ترویج تنوع، ترویج برابری و پایداری فرهنگی در برنامه‌ریزی فرهنگی و توسعه فرهنگی جامعه، سبب خلق هویت جامعه می‌شود و جامعه قوی ایجاد می‌شود. آنچه در این پژوهش اهمیت دارد این است که فرایند شکل‌گیری نقشه‌برداری فرهنگی را در مسیر توسعه فرهنگی و برنامه‌ریزی فرهنگی شرح می‌دهد. بدین معنا که اگر صرفاً تمرکز بر

توسعه فرهنگی باشد و مشارکت در آن صفر باشد، پایدار نیست و همچنین برنامه‌ریزی فرهنگی نیز، می‌بایست، به اصولی همچون تنوع، برابری و پایداری توجه نماید.

تنوع در توسعه فرهنگی جامعه بدین معناست که شاخص‌های زیادی باید مدنظر باشد تا اطلاعات در بستر فرهنگی همه‌جانبه باشد. همچنین تنوع در برنامه‌ریزی فرهنگی تأکید بر این امر دارد؛ از آنجاکه جهان با سرعت زیاد متنوع‌تر می‌شود، طرح‌های برنامه‌ریزی در سطوح مختلف باید پاسخگوی این تنوع باشد. همچنین برابری در توسعه فرهنگی جامعه، تأکید می‌کند که هیچ فرهنگی نسبت به فرهنگ دیگر برتری ندارد و دیدگاه برابر نگرستن نسبت به همه فرهنگ را تقویت می‌کند. در مقابل، در برنامه‌ریزی فرهنگی، سؤالاتی در مورد برابری فرهنگی ایجاد می‌کند. در سازمان‌های فرهنگی که برنامه‌ریزی فرهنگی انجام می‌شود لازم و ضروری است که به مسئله برابری توجه شود. پایداری در توسعه فرهنگی جامعه اهمیت دارد از این نظر که پروژه فرهنگی باید در سطوح مختلف پایدار باشد و در برنامه‌ریزی فرهنگی اطمینان ایجاد می‌کند که نسل‌های آینده هم از منابع کنونی دنیا بهره‌مند خواهند شد و پایداری فرهنگی برای ایجاد پایداری جامعه ضروری است.

در نهایت نقشه‌برداری فرهنگی بستری را فراهم می‌کند تا برنامه‌ریزی فرهنگی و توسعه فرهنگی جامعه و در نهایت درک فرهنگ ایجاد شود. به بیان دیگر هر پژوهشگر و محقق فرهنگی، لازم است قبل از انجام پروژه فرهنگی خویش، نقشه‌برداری فرهنگی را انجام دهد. با انجام نقشه‌برداری فرهنگی یک لیست از سرمایه‌های فرهنگی (مادی و غیرمادی، ملموس و ناملموس) از منطقه جغرافیایی خاص به دست می‌آید و در نهایت تصویری از جامعه ایجاد می‌شود که با تجزیه و تحلیل اطلاعات که اغلب توسط افراد بومی و محلی حاصل شده است، می‌توان به‌درستی برنامه‌ریزی فرهنگی انجام داد و توسعه فرهنگی حاصل می‌شود و با هویت‌یابی جامعه، قدرتمندی جامعه نیز شکل می‌گیرد.

نقشه‌برداری فرهنگی یک روش تحقیق نوظهور است و در کشور ایران خیلی شناخته شده نیست. در واقع نگارش این مقاله در راستای پیشبرد تحقیقات فرهنگی بر اساس نقشه‌نگاری فرهنگی است؛ زیرا که این ابزار روش شناختی در برنامه‌ریزی شهری، پایداری فرهنگی و توسعه جامعه بستری را فراهم می‌آورد تا ارزش‌های ناملموسی همچون خاطرات، آیین‌های محلی، روایت‌ها و داستان‌ها مشاهده‌پذیر شوند؛ تا با شناخت منابع فرهنگی، مشکلات حل شوند و بر نقاط قوت آنان افزوده شود. در واقع در آمایش سرزمین و سیاست‌گذاری‌های فرهنگی که در کشور انجام می‌شود، شایسته است تا اهمیت ویژه‌ای به نقشه‌نگاری فرهنگی بشود و از این روش در علوم مختلف بهره برده شود.

منابع و مأخذ

- احمدی ندوشن، علیرضا (۱۳۹۴). بررسی نظری نقش فرهنگ و چگونگی اثرگذاری مؤلفه‌های فرهنگی بر مدیریت استراتژیک منابع انسانی صنعت نفت، مرکز همایش‌های بین‌المللی صداوسیما، تهران.
- بژی، خدارحم (۱۳۸۶). تأملی بر فرهنگ و اثرگذاران در توسعه، چشم‌انداز جغرافیایی، ۲(۴)، ۱۲.
- گنجی، محمدحسن (۱۳۸۰). جغرافیا در ایران. تهران: گیتاشناسی.
- مقرب نیا، بهمن (۱۳۹۴). مبانی نقشه‌برداری، شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی، تهران. میرحیدر، دره (۱۳۸۶). کالبد شکافی نقشه و نقش آن در اعمال قدرت و القاء سیاست، نشریه علوم جغرافیایی، ج ۶، شماره ۸ و ۹.
- Baeker, G., & Cardinal, D. (2001). *Beyond garrets and silos: Bringing communities together through cultural planning?* Ontario, CA: Municipal Cultural Planning Project.
- https://www.researchgate.net/publication/279444445_Cultural_Mapping_Building_and_Fostering_Strong_Communities
- Borrup, T. (2006). *The creative community builder's handbook: How to transform communities using local assets, art, and culture*. Saint Paul, MN: Fieldstone Alliance.
- <https://www.amazon.com/Creative-Community-Builders-Handbook-Communities/dp/0940069474>
- Bryan, B. A., Raymond, C. M., Crossman, N. D., & Macdonald, D. H. (2010). Targeting the management of ecosystem services based on social values: Where, what, and how? *Land-scape and Urban Planning*, 97(2), 111-122. [Doi.org/10.1016/j.landurbplan.2010.05.002](https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2010.05.002)
- Burnham, L. F., Durland, S., & Ewell, M. G. (2004). *The CAN report: The state of the field of community cultural development: Something new emerges*. Saxapahaw, NC: Art in the Public Interest.
- Bianchini, F., & Parkinson, M. (1993). *Cultural policy and urban regeneration: The West European experience*. Manchester: Manchester University Press. <https://doi.org/10.1080/00420989420080461>
- Chan, K. M. A., Goldstein, J., Satterfield, T., Hannahs, N., Kikiloi, K., Naidoo, R., ... Woodside, U. (2011). Cultural services and non-use values. In P. Kareiva, H. Tallis, T. Ricketts, G. Daily, & S. Polasky (Eds.), *Natural capital*. Oxford, England: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199588992.003.0012>
- Creative City Network of Canada (Organization). (2009). *Cultural mapping toolkit: A partnership between 2010 legacies now and creative city network of Canada*. Vancouver, B.C., Canada: Author
- Cleveland, W. (2005). *Making exact change: How U.S. arts-based programs have made a significant and sustained impact on their communities*. Saxapahaw, NC: Art in the Public Interest.

- Cleveland, W. (2002). *Mapping the field: Arts-based community development*. Retrieved from http://www.communityarts.net/readingroom/archivefiles/2002/05/mapping_the_fie.php.
- Congdon, K. (2008). In D. Blandy & G. Carpenter (Ed.), *Arts and cultural programming: A leisure perspective* (pp. 65-78). Champaign, IL: Human Kinetics. <https://doi.org/10.1080/1937156x.2009.11949642>
- Dreeszen, C., Bulick, B., & Americans for the Arts (Organization). (1998). *Community cultural planning: A guidebook for community leaders*. Washington, D.C: Americans for the Arts
- Duxbury, N. and E. Redaelli (Forthcoming in 2020). "Cultural Mapping." Annotated bibliography for Oxford. <https://doi.org/10.1093/obo/9780199756841-249>
- Edelmann, N., 2013. Reviewing the definitions of "lurkers" and some implications for online research. *Cyberpsychology, behavior and social networking* 16 (9), 645-649. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0362>
- Evans, G. (2001). *Cultural planning, an urban renaissance?*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203459744>
- Evans, G., & Foord, J. (June 01, 2008). *Cultural mapping and sustainable communities: planning for the arts revisited*. *Cultural Trends*, 17, 2, 65-96. <https://doi.org/10.1080/09548960802090634>
- Freire, P. (1973). *Education for critical consciousness*. New York: Seabury Press. <https://doi.org/10.5040/9781350190184.ch-004>
- Flood, B. (1998). What is community cultural development and how do we practice it. *CultureWork*, 2(4). Retrieved from <http://aad.uoregon.edu/culturework/culturework7.html>
- Fearon, J.D., 2003. *Ethnic and cultural diversity by country*. *Journal of Economic Growth* 8 (2), 195-222 <https://doi.org/10.1023/a:1024419522867>
- Goldbard, A. (2006). *New creative community: The art of cultural development*. Oakland, CA: New Village Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt21pxmht>
- Hawkes, J. (2001). *The fourth pillar of sustainability: Culture's essential role in public planning*. Melbourne, Vic: Cultural Development Network.
- Jacob, Christian (1996) *Toward a Cultural History of Cartography*, Published by: *Imago Mundi, Ltd*, Vol. 48, pp. 191-198. <https://doi.org/10.1080/03085699608592842>
- Jackson, M.-R., & Herranz, J. (2002). *Culture counts in communities: A framework for measurement*. Washington, D.C.: Urban Institute. <https://doi.org/10.1037/e717932011-001>
- Kretzmann, J. P., & McKnight, J. (1996). *Mapping community capacity*. Evanston, IL: Center for Urban Affairs and Policy Research, Neighborhood Innovations Network, Northwestern University. <https://doi.org/10.36019/9780813553146-012>
- Kretzmann, J. P., & McKnight, J. (1993). *Building communities from the inside out: A path*

- toward finding and mobilizing a community's assets. Evanston, IL: Center for Urban Affairs and Policy Research, Neighborhood Innovations Network, Northwestern University
- Nowak, J. (2007). *Creativity and neighborhood development: Strategies for community*. <https://repository.upenn.edu/handle/20.500.14332/46306>
- Morén-Alegret, R., Wladyka, D., 2020. *International Immigration, Integration and Sustainability in Small Towns and Villages*. Palgrave Macmillan UK, London. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-58621-6>
- Moore, Stephanie (2011) *Cultural Mapping: Building and Fostering Strong Communities*, University of Oregon. <http://hdl.handle.net/1794/11203>
- Ogletree S. Scott, (2019) *A framework for mapping cultural resources in landscape conservation planning*, *Conservation Science and Practice*, wileyonlinelibrary.com/journal/csp2. <https://doi.org/10.1111/csp2.41>
- Odum, E.P., 1953. *Fundamentals of ecology*. xii, 387 pp. W. B. Saunders Co., Philadelphia, Pennsylvania, and London, England. <https://doi.org/10.12987/9780300188479-022>
- Satterfield, T., Gregory, R., Klain, S., Roberts, M., & Chan, K. M. (2013). Culture, intangibles and metrics in environmental (management). *Journal of Environmental Management*, 117, 103-114. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.033>
- Simon, P., Piché, V., 2012. Accounting for ethnic and racial diversity: the challenge of enumeration. *Ethnic and Racial Studies* 35 (8), 1357-1365 <https://doi.org/10.1080/01419870.2011.634508>
- Stern, M. J., & Seifert, S. C. (2007). *Cultivating "natural" cultural districts*. Philadelphia: University of Pennsylvania, Social Impact of the Arts Project.
- Wilson, A., Murphy, H., Fierro, J.C., 2012. *Hospitality and travel: The nature and implications of user-generated content*. *Cornell hospitality quarterly* 53 (3), 220-228. <http://scihub.tw/10.1177/1938965512449317>
- UNESCO Bangkok. (2011). *Cultural mapping*. Retrieved from <http://www.unescobkk.org/culture/cultural-diversity/cultural-mapping>
- Ahmadi Nadushan, Alireza (2014) *theoretical study of the role of culture and how cultural components influence the strategic management of human resources in the oil industry*, Center for International Broadcasting Conferences, Tehran. **[In Persian]**
- Bezzi, Khodarahm (2006) *Reflection on culture and its impact on development*, *Geographical Perspective*, second year, number 4. **[In Persian]**
- Ganji, Mohammad Hassan (1380) *Geography in Iran*. Tehran: Gitashani. **[In Persian]**
- Moqrab Nia, Bahman (2014) *Basics of Mapping*, Textbook Publishing Company, Tehran. **[In Persian]**
- Mirhaidar, Dere (2006) *The body of the map and its role in exercising power and inducing politics*, *Journal of Geographical Sciences*, Vol. 6, No. 8 and 9. **[In Persian]**



پروشکاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی