




The Urban Policy Model for the Prosperity of Cultural Economy in Tehran

Mohammad Mahdi Izadkhah , Adjunct Professor, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran, Email: izadkhah.m@semnan.ac.ir

Mohammad Asadi , Ph.D. graduate, Faculty of Economics and Management, Semnan University, Semnan, Iran, Email: mhmd.asadi@gmail.com

Meisam Mirzakhani , M.S. graduate, Civil Engineering Department, Imam Khomeini International University Qazvin, Iran, Email: meisam.khanlari@gmail.com

Abstract

Subject: The economy of culture is one of the areas that has shaped the direction of economic development in today's world under the concept of "cultural industries" and focuses on the role of people's (citizens') creativity in production. According to the United Nations classification, the various sectors of cultural industries include art, books, films, paintings, festivals, handicrafts, music, design, animation, and video games. These sectors have a positive impact on the economic growth of their areas of activity through the creation of intellectual property and employment. From this perspective, the potential role of local governments, especially municipalities, in supporting the growth of these industries is more prominent than other industries. The present study aims to develop a well-documented and effective policy-making model to support the municipality in the prosperity of the cultural economy in Tehran.

Methodology: The data, which includes primary data (direct observations and questions) and secondary data (study of documents, written experiences, and lessons learned), were analyzed using the grounded theory strategy. This strategy extracts the latent pattern in the data in three stages of open, axial, and selective coding. The pattern extracted from these stages includes the axial category, causes, background and intervening conditions, strategies, and finally consequences. It is presented as a paradigmatic model. The research orientation is primarily fundamental, but considering the requirements of the upstream documents of the project, especially the Third Development Plan of Tehran, it is considered an applied research. Considering the purpose of the research, which is to develop a model, the strategy used is the grounded theory strategy. In terms of time horizon, the research was designed and implemented as a single-section, and the main method of collecting research data was interviews. In addition to extracting the pattern, using the SWOT model, strengths and weaknesses (internal factors affecting policies) and opportunities and threats (external factors affecting policies) were analyzed from the interviews and strategic suggestions were presented based on them. The proposed strategies were developed around four main axes: infrastructure, facilitation, education, and income generation.

Findings: The most important achievements of the present study are:



- Developing a policy-making model for the prosperity of the cultural economy in Tehran from the perspective of urban governance
- Prioritizing definable support policies based on urgency and effectiveness
- Explaining the axes of education, infrastructure, facilitation, and income generation in the model
- Explaining the revenue sources of Tehran Municipality from the point of support policies
- Developing a revenue model for the municipality in the field of the prosperity of the cultural economy

Conclusion: Given the various approaches developed towards the category of cultural economy, the dominant approach for the prosperity of this field and achieving the desired situation is the economic approach. The main features of this approach are the emphasis on the economic functions of cultural industries such as wealth creation or its economic dimensions such as economic growth. The most important proposition considered by policymakers, especially in municipalities and local governments, is “cultural industries as drivers of economic development,” which shows that the stakeholders of these industries emphasize the economic capacities of cultural industries more than any other category. Peter Hall, an urban planning theorist, stated in the final years of the 20th century that cultural industries will form the core of urban development activities in the future.

Keywords: Culture Economy, Tehran Municipality, Paradigm Model, Cultural Industries, Revenue Sources.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

تدوین مدل سیاست‌گذاری شهری رونق اقتصاد فرهنگ در شهر تهران^۱

محمد مهدی ایزدخواه^۲، محمد اسدی^۳، میثم میرزاخانلری^۴

چکیده

اقتصاد فرهنگ یکی از حوزه‌هایی است که ذیل مفهوم «صنایع فرهنگی»، شکل دهنده جهت توسعه اقتصادی در دنیای امروز شده است و تمرکز آن بر نقش خلاقیت مردم (شهروندان) در تولید است. بر اساس دسته‌بندی سازمان ملل، بخش‌های مختلف صنایع فرهنگی عبارت از هنر، کتاب، فیلم، نقاشی، فستیوال‌ها، صنایع دستی، موسیقی، طراحی، پویانمایی و بازی‌های ویدیویی است. این بخش‌ها از طریق خلق دارایی‌های فکری و نیز ایجاد اشتغال تأثیر مثبتی بر رشد اقتصادی منطقه فعالیت خود می‌گذارند. از این منظر، نقش بالقوه حکومت‌های محلی، خصوصاً شهرداری‌ها، در حمایت از رشد این صنایع، نسبت به سایر صنایع پررنگ‌تر است. پژوهش حاضر باهدف توسعه یک مدل سیاست‌گذاری مدون و اثربخش برای حمایت شهرداری از رونق اقتصاد فرهنگ در شهر تهران انجام شده است. جهت‌گیری پژوهش در وهله اول بنیادی است اما با توجه به الزامات اسناد بالادستی پروژه، خصوصاً برنامه توسعه سوم شهر تهران، یک پژوهش کاربردی محسوب می‌شود. داده‌ها که مشتمل بر داده‌های اولیه (مشاهدات و پرسش‌های مستقیم) و داده‌های ثانویه (مطالعه اسناد، تجارب مکتوب و درس‌آموخته‌ها) است، با استفاده از استراتژی نشریه‌مبنایی تحلیل شده‌اند. این استراتژی در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی، به استخراج الگوی نهفته در داده‌ها می‌پردازد. الگوی استخراج‌شده از این مراحل، مشتمل بر مقوله محوری، علت‌ها، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر، راهبردها و درنهایت پیامدها می‌شود که به صورت مدل پارادایمی ارائه شده است. علاوه بر استخراج الگو، با استفاده

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۱۸

۱. این مقاله برگرفته پژوهشی از طرح با عنوان «تدوین سند جامع اقتصاد فرهنگ» با شماره قرارداد ۲۸۸۷۴۶/۱۳۷ با حمایت مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران انجام شده است.

۲. استاد مدعو، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی (نویسنده مسئول).
izadkhash.mehdi@gmail.com

۳. دانش‌آموخته دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه سمنان.
mhmd.asadi@gmail.com

۴. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، گروه عمران، دانشکده فنی و مهندسی دانشگاه بین‌المللی امام خمینی.
meisam.khanlari@gmail.com

از مدل SWOT، نقاط قوت و ضعف (عوامل داخلی اثرگذار بر سیاست‌ها) و فرصت‌ها و تهدیدها (عوامل بیرونی اثرگذار بر سیاست‌ها) از بطن مصاحبه‌ها و آکاوای و پیشنهادهای راهبردی بر مبنای آن‌ها نیز ارائه شده است. راهبردهای پیشنهادی حول چهار محور اصلی بسترسازی، تسهیل‌گری، آموزش و درآمدزایی تدوین شده است. با توجه به رویکردهای مختلف توسعه‌یافته نسبت به مقوله اقتصاد فرهنگ، رویکرد غالب برای رونق این حوزه و نیل به وضع مطلوب، رویکرد اقتصادی است. ویژگی‌های اصلی این رویکرد، تأکید بر کارکردهای اقتصادی صنایع فرهنگی مانند خلق ثروت و یا ابعاد اقتصادی آن مانند رشد اقتصادی است.

واژگان کلیدی

اقتصاد فرهنگ، شهرداری تهران، مدل پارادایمی، صنایع فرهنگی، منابع درآمدی.



مقاله

فرهنگ و اقتصاد به‌عنوان دو بخش اصلی جامعه تأثیرات متقابلی بر یکدیگر و بر پیکره جامعه دارند. در این بین اقتصاد فرهنگ با اقتصادی‌نمودن فرهنگ از طریق تحلیل‌های اقتصادی و تخصیص بهینه منابع به فعالیت‌های فرهنگی متناسب با اهداف فرهنگی جامعه؛ به غنای فرهنگ و رشد اقتصادی جامعه کمک نموده و سهم عظیمی در حل مشکلات اساسی و پیشبرد اهداف گوناگون یک نظام اجتماعی بازی می‌کند. اقتصاد فرهنگ به واسطه قدرت نرم نهفته در محصولات خود نقش تعیین‌کننده و سرنوشت‌سازی در مسیر پیشرفت استقلال و اقتدار یا انحطاط و سلطه‌پذیری جوامع دارد و از سویی در برگیرنده اقتصاد با تمامی ویژگی‌ها و از سوی دیگر در برگیرنده فرهنگ و موضوع‌های آن است (مسعودی‌نیا، رشیدپور و ابراهیم‌زاده، ۱۴۰۰).

از طرفی، اقتصاد فرهنگ، شاخه‌ای علمی برخاسته از علوم اقتصاد و فرهنگ است که در آن به کارگیری تئوری‌های اقتصادی استاندارد با در نظر گرفتن شرایط ویژه آن در فرهنگ محقق می‌شود. اقتصاد فرهنگ توصیف و تحلیل ویژگی‌های مشهود عرضه و تقاضا و نیز ویژگی‌های رابطه متقابل عرضه و تقاضا در صنایع گوناگون تشکیل‌دهنده بخش فرهنگ است (برتون، ۱۳۸۸). همچنین اقتصاد فرهنگ به کاربرد نظریه‌های اقتصادی در تولید، توزیع و مصرف کالاهای فرهنگی و تخصیص بهینه منابع اشاره دارد (ناظمی اردکانی و صیادی، ۱۳۹۳).

این پژوهش باهدف توسعه یک مدل سیاست‌گذاری مدون و اثربخش برای حمایت شهرداری از رونق اقتصاد فرهنگ در شهر تهران انجام شده است. جهت‌گیری پژوهش در وهله اول بنیادی است اما با توجه به الزامات اسناد بالادستی پروژه، به‌خصوص برنامه توسعه سوم شهر تهران، یک پژوهش کاربردی محسوب می‌شود. با توجه به هدف پژوهش که توسعه مدل است، استراتژی مورد استفاده استراتژی نظریه‌مبنایی است. از نظر افق زمانی، پژوهش به صورت تک‌مقطعی طراحی و اجرا شده و شیوه اصلی گردآوری داده‌های پژوهش نیز مصاحبه بوده است.

مهم‌ترین دستاوردهای پژوهش حاضر عبارت‌اند از:

- تدوین مدل سیاست‌گذاری رونق اقتصاد فرهنگ در شهر تهران از منظر حکمرانی شهری؛
- اولویت‌بندی سیاست‌های حمایتی قابل تعریف بر مبنای فوریت و اثربخشی؛
- تبیین محورهای آموزش، بسترسازی، تسهیل‌گری و درآمدزایی در مدل؛

- تبیین منابع درآمدی شهرداری تهران از محل سیاست‌های حمایتی؛
- تدوین مدل درآمدی شهرداری در حوزه رونق اقتصاد فرهنگ.

پیشینه پژوهش

حوزه مطالعاتی اقتصاد فرهنگ به سال ۱۹۵۹ میلادی برمی‌گردد و کشورهای پیشرفته توانسته‌اند تا حدودی مبانی نظری مربوط به این حوزه را پرورش داده و تجارب عملی به دست آورند. در مقابل حوزه تحقیقاتی اقتصاد فرهنگ در ایران پدیده نوظهوری است که سابقه آن به بیش از دو دهه نمی‌رسد، بنابراین مطالعات اندکی به‌ویژه از دیدگاه جامعه‌شناختی در حوزه سیاست‌پژوهی که به بررسی موانع و راهکارهای سیاستی بپردازد انجام شده است. در ادامه به برخی مطالعات داخلی و خارجی موجود اشاره می‌گردد (پرجمی و درخشان، ۱۴۰۱: ۲۹-۷۶).

داود پرجمی و فائزه خدایاریان (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای با عنوان «تفاوت نسلی و اقتصاد فرهنگ (مطالعه شهر تهران)» با استفاده از روش پیمایش از میان ۳۷۷ نفر از شهروندان ۱۵ تا ۶۵ ساله شهر تهران به بررسی تفاوت نسلی در اقتصاد فرهنگ پرداخته است و نتایج تحقیق نشان می‌دهد در حوزه مصرف کالاها و خدمات فرهنگی میان گروه‌های نسلی تفاوت معنی‌دار وجود دارد و بیشترین میزان مصرف مربوط به نسل جوان و کمترین میزان مصرف مربوط به نسل بزرگسال است. این تفاوت به‌طور کلی در هر پنج حوزه کتاب، موسیقی، هنرهای نمایشی، هنرهای تجسمی و بازی‌های دیجیتال معنی‌دار است.

پورزکریا و همکاران (۱۴۰۲) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی نقش صنایع فرهنگی و خلاق در ایجاد بستر سیاست‌گذاری فرهنگی شهری در شهر رشت» با تکیه بر تحقیقات تجربی، تلاش می‌کند تا نقش مهم صنایع خلاق فرهنگی محلی را در کنار ارزش‌های اجتماعی در ایجاد بستر شهری خلاق، با توجه به ضرورت وجود بستر فرهنگی شهری در ایران، استدلال کند. همچنین بر اهمیت مشارکت جوامع محلی در فرآیند تصمیم‌گیری و افزایش آگاهی در میان گروه‌های مختلف ذی‌نفعان تأکید می‌کند.

مسعودی نیا و رشیدپور (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای با عنوان «راهبردهای مؤثر بر تقویت ساختار اقتصاد فرهنگ ایران» از طریق اجرای مصاحبه کیفی با ۲۰ نفر از صاحب‌نظران و عوامل باتجربه علمی یا عملی در حوزه‌های گوناگون اقتصاد فرهنگ، با توجه به نقاط قوت و ضعف اقتصاد فرهنگ به بررسی راهبردهایی که موجب تقویت اقتصاد فرهنگ

می‌گردد پرداختند. نتایج تحقیق طی استخراج ۱۵ مضمون اصلی شامل موارد: «تدوین سیاست‌های کارآمد»، «گفتمان‌سازی»، «بهبود فضای کسب‌وکار فرهنگی»، «اصلاح قوانین حق مالکیت و تعهدات اجرایی»، «مداخله قاعده‌مند دولت و واگذاری به بخش خصوصی»، «قاعده‌مندشدن حمایت‌های کارشناسی‌شده»، «ایجاد پایگاه‌های داده‌های دقیق» و غیره می‌باشد. بسیاری از مضامین با ویژگی‌های دولت تسهیلگر همخوانی دارد. جهانیان (۱۳۹۵) در مطالعه‌ای با عنوان «نقش دولت در توسعه اقتصاد گردشگری ایران با محوریت اقتصادمقاومتی» با روشی توصیفی-تحلیلی به بررسی نقش و جایگاه و ویژگی‌های دولت در توسعه یکی از مهم‌ترین صنایع فرهنگی می‌پردازد. نتایج تحقیق وی نشان می‌دهد که حضور دولت در امر گردشگری و فراهم‌سازی زمینه‌ها و حمایت از آن ضروری است. باین‌حال تمرکز دولت بایستی در کنار حمایت، شرایط برای حضور بخش خصوصی و مشارکت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در این حوزه را فراهم کند.

لی (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای با عنوان «تحلیل عوامل رقابتی صنعت فرهنگی در استان شانس چین» با استفاده از روش تحلیلی توصیفی به بررسی عوامل، زمینه‌ها و موانع موجود بر سر راه پیشرفت صنایع فرهنگی و رقابت‌پذیری آن در این استان می‌پردازد. نتایج تحقیق وی نشان می‌دهد که منابع فرهنگی، مصرف فرهنگی، پتانسیل فرهنگی از عوامل تأثیرگذار بر رقابت‌پذیری فرهنگی یک منطقه است؛ بنابراین به‌منظور ارتقای رقابت‌پذیری صنایع فرهنگی در منطقه لازم است که غنی‌سازی منابع فرهنگی و افزایش مصرف محصولات فرهنگی و پس از آن حمایت از منابع انسانی و مادی در اولویت قرار گیرد.

سریزولا^۱ و پانزرا^۲ (۲۰۲۱) در مقاله‌ای با عنوان «شهرهای فرهنگی و خلاق و کارایی اقتصاد منطقه‌ای: شرایط زمینه‌ای به عنوان کاتالیزور نشاط فرهنگی و اقتصاد خلاق» بیان نمودند که فرهنگ و خلاقیت به‌عنوان محرک و تقویت‌کننده عملکرد اقتصادی شهرها، موجب توسعه اقتصادی شهرها شده است. در واقع ویژگی‌های فرهنگی و خلاقانه شهرها به‌عنوان یک نقطه قوت و فرصت استراتژیک تلقی شده که می‌تواند به نفع نظام اقتصادی کل مناطقی که شهرها در آن قرار دارند، تسری یابد و از این طریق توسعه را فراهم آورد.

لیو^۳ (۲۰۲۳) در مقاله‌ای با عنوان «تأثیر توسعه صنعت فرهنگی و خلاق بر رشد اقتصادی: مناطق شانگهای و جیانگ سو» بیان نمود که صنایع فرهنگی با ویژگی‌های

ذاتی دانش محور، ارزش افزوده بالا و عملکرد ترکیبی خود به تدریج به یکی از بالقوه‌ترین صنایع در چین تبدیل شده است و نقشی نیرومند و پیشرو در توسعه صنعت سوم (فرهنگ، اقتصاد، خلاقیت) دارد. این مقاله با استفاده از روش رگرسیون چندمتغیره ثابت نمود که رونق این صنعت نوظهور تا حد زیادی به توسعه اقتصادی کمک کرده و اقدامات متقابل و پیشنهادهای مربوط را ارائه می‌کند که تأثیر حیاتی بر توسعه اقتصادی منطقه دارد و ارتقای ساختار صنعتی را به درستی محقق می‌سازد.

برای مدت طولانی، صنایع فرهنگی به‌عنوان یک پدیده اقتصادی موضوع مورد توجه پژوهشی خاصی نبود. تا پایان دهه ۱۹۹۰، نتایج تحقیقات انجام‌شده در کشورهای توسعه‌یافته نشان داد که صنایع فرهنگی و خلاق نرخ رشد بالایی از تولید ناخالص داخلی (GDP) یا ارزش افزوده ناخالص (GVA) و اشتغال ایجاد می‌کنند. آن‌ها به‌طور بالقوه دارای ویژگی‌های یک بخش پیشرو هستند که می‌تواند باعث رشد کل اقتصاد شود. برخی از بخش‌های آن‌ها (مثلاً طراحی) می‌توانند اثراتی را برای اقتصاد ایجاد کنند و آن‌ها می‌توانند نیروی کار، کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری باکیفیت بالا را جذب کنند و خلاقیت و نوآوری را در تمام بخش‌های اقتصاد تحریک کنند. همه این‌ها بحث بسیار شدید اقتصادی، سیاسی و دانشگاهی را در مورد سهم صنایع فرهنگی در توسعه اقتصادی به راه انداخته و به بررسی مجدد نقش آن‌ها در توسعه ساختاری و تغییرات اقتصاد منجر شد. علاقه روزافزون به صنایع فرهنگی و پذیرش سریع آن‌ها به‌عنوان یک مدل نسبتاً کلی برای رسیدگی به مشکلات توسعه در سطح اقتصادی و سیاسی، باعث شد که صنایع فرهنگی به یک مؤلفه کلیدی در تدوین سیاست‌های اقتصادی و برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه تبدیل شوند. در این راستا، در چندین کشور تمایل روبه‌رشدی برای گنجانیدن جنبه‌های مختلف (ظرفیت تولید، طبقه خلاق، امکانات فرهنگی و غیره) صنایع فرهنگی در سنجش عملکرد توسعه ملی به وجود آمد. صنایع فرهنگی به‌طور فزاینده‌ای به اجزای مهم اقتصاد مدرن تبدیل می‌شوند. UNESCO

(Handbook - 2012 Framework for Cultural Statistics)



شکل ۱. مؤلفه‌های توسعه اقتصاد فرهنگ از نظر دپارتمان HAL میشیگان

استراتژی توسعه اقتصاد فرهنگ برای نخستین بار توسط آندرسون در سال ۲۰۰۶ برای ایالت میشیگان مطرح شد که بر آن دسته از فعالیت‌هایی که در حوزه مستقیم دپارتمان‌های تاریخ، هنر و کتابخانه‌ها و بخش‌های مشابه آن در دولت و بخش فرهنگی میشیگان قرار می‌گیرند، متمرکز بود. هدف نهایی آن، دستیابی به پتانسیل اقتصادی بخش فرهنگی میشیگان بود. استراتژی تدوین‌شده در دپارتمان HAL شامل پنج بُعد بر اساس شکل بالا طبقه‌بندی شده است (Anderson, 2005).

افزایش روزافزون تعداد بازیگران در صنایع فرهنگی، آن را به حوزه مهمی برای تمرکز تحقیقاتی تبدیل نموده است. صندوق SDG سازمان ملل برنامه‌های متعددی را برای آوردن رهبران صنایع فرهنگی به خط مقدم توسعه پایدار اجرا می‌کند (Howkins, 2001). امروزه مفهوم اقتصاد فرهنگ برای کشورهای زیادی، بسیار گسترده‌تر از مفهوم استنباط‌شده آن در مکتب فرانکفورتی‌ها، قابل درک و بررسی است. به طوری که صنعت فرهنگ به عنوان یک پیشران فرهنگی و اقتصادی مهم برای این جوامع ضرورت پیدا کرده است. «کالاهای فرهنگی» و «خدمات فرهنگی» حوزه‌هایی هستند که اقتصاد

فرهنگ با آن‌ها شناخته می‌شود. محصول فرهنگی عبارت است از شیء یا خدمتی قابل استفاده و مفید که توسط افرادی از جامعه برای ارضای نیازهای فرهنگی سایرین تولید و در فرایند مبادله با کالاها و خدمات دیگران اعم از فرهنگی یا غیرفرهنگی معاوضه گردد (مظاهری، رشیدپور، ۱۳۹۱).

همچنین، بسیاری از شهرهای در کلاس جهانی، به نقاط کانونی برای صنایع خلاق و فرهنگی و بالتبع، برای سرمایه‌ها، استعدادها و نیز منابع لازم برای ایجاد یک خوشه صنعتی تبدیل شده‌اند. شهرهایی مثل بوینس آیرس، برلین، ونکوور، سئول و شانگهای از طرف یونسکو به عنوان «پایتخت‌های طراحی» نامگذاری شده‌اند. شهرهایی که همگی متعهد به توسعه صنایع فرهنگی و خلاق و نیز حمایت از مشخصه‌های منحصر به فرد فرهنگ خود هستند (Liu & Chiu, 2017).

در پژوهش پیش رو از نتایج برخی تحقیقات مطرح شده در مؤلفه‌ها، موانع و عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد فرهنگ استفاده شده است. همچنین با مرور برخی مطالعات انجام شده در این حوزه به‌ویژه مطالعات داخلی مشاهده می‌گردد که در بستر سیاست‌گذاری و در مقام اجرایی کردن سیاست‌ها در رونق اقتصاد فرهنگ از بالا به پایین و در پایین‌ترین زنجیره عملی یعنی پایگاه‌های محلی و شهرداری‌ها مطالعه دقیقی صورت نگرفته که منجر به راهکارهای عملکردی گردد و با توجه به اهمیت موضوع ضرورت می‌یابد که این رویکرد نیز مورد بررسی قرار گیرد.

مبانی نظری پژوهش

مفهوم صنعت فرهنگی برای نخستین بار توسط دو نظریه‌پرداز مکتب فرانکفورت به نام‌های «تئودور آدورنو» و «ماکس هورکهایمر»^۲ بیان شده که از دهه ۱۹۳۰ به بعد، این دو اندیشمند به نقد جامعه نوین سرمایه‌داری پرداخته و این پدیده را در ابتدا دشمن بشریت و جامعه تلقی کرده‌اند. از دیدگاه صاحب‌نظران این مکتب، نظام سرمایه‌داری و محصولات تولیدشده در این نظام موجب استقرار سلطه فناوری بر فرهنگ بشریت شده است و این سلطه، هر نوع امکان‌رهایی، دگرگونی، آگاهی و آزادی را از میان برده است. بر این اساس، هورکهایمر و آدورنو در سال ۱۹۴۷ اصطلاح صنعت فرهنگ را به‌منظور توصیف فرآورده و فرایندهای فرهنگ توده‌ای ساختند.

پیتر هال^۱ نظریه‌پرداز برنامه‌ریزی شهری، در سال‌های پایانی قرن بیستم عنوان کرده بود که صنایع خلاق و فرهنگی، هسته اصلی فعالیت‌های توسعه شهری را در آینده تشکیل خواهند داد. در انگلستان، به‌عنوان یکی از کشورهای شاخص در حوزه توسعه صنایع فرهنگی، سهم این صنایع از سهم صنعت خدمات مالی بیشتر است (Howkins, 2001).

برتون در مقاله‌ای پیرامون اقتصاد فرهنگ تعریفی این‌گونه ارائه کرد: آنچه می‌توان اقتصاد فرهنگ نامید، توصیف و تحلیل ویژگی‌های مشهود عرضه و تقاضا و نیز ویژگی‌های رابطه متقابل عرضه و تقاضا در «صنایع» گوناگون تشکیل‌دهنده بخش فرهنگ است (برتون، ۱۳۸۸).

بر اساس دیدگاه تراپسی^۲، فرهنگ از سه طریق عمده می‌تواند بر عملکرد اقتصادی جامعه اثرگذار باشد:

۱. فرهنگ می‌تواند بر کارایی اقتصادی تأثیر بگذارد؛ از طریق ترویج ارزش‌های مشترک درون گروه که راه‌های انجام فراگردهای اقتصادی تولید توسط اعضای گروه را تعیین می‌کنند. برای مثال، اگر این ارزش‌های فرهنگی به تصمیم‌های مؤثرتر، نوآوری سریع‌تر و متنوع‌تر و سازگاری با تغییر منجر شوند که در نتیجه به بهره‌وری اقتصادی و پویایی گروه و نیز به احتمال زیاد سرانجام درآمدهای مالی بهتر (در مورد یک بنگاه نوعی) یا در میزان رشد بالاتر (در مورد اقتصاد) منعکس خواهد شد.

۲. فرهنگ می‌تواند بر انصاف تأثیر گذارد، برای مثال، با القای اصول اخلاقی مشترکی که سبب می‌شوند دغدغه دیگران را داشته باشیم و بنابراین ایجاد سازوکارهایی را تشویق می‌کنند که این دغدغه به‌وسیله آن‌ها بیان می‌شود. در مورد جامعه به‌عنوان یک کل، چنانچه تعهد اخلاقی برای توجه به نسل‌های بعدی یک ارزش فرهنگی مقبول باشد، آنگاه یک جنبه مهم از این امر را می‌توان در انصاف بین نسلی مشاهده کرد. به‌طور کلی، تأثیر فرهنگ بر انصاف، در تصمیم‌های گروه در زمینه تخصیص منابع، یعنی تصمیم‌هایی که معطوف به حصول پیامدهای منصفانه برای اعضای گروه، مشاهده خواهد شد.

۳. می‌توان فرهنگ را تأثیرگذار بر اهداف اقتصادی و اجتماعی یا حتی تعیین‌کننده اهداف اقتصادی و اجتماعی دانست که گروه تصمیم می‌گیرد آن‌ها را تعقیب

کند. در سطح يك گروه كوچك، به فرض يك شركت تجاری، ممکن است در فرهنگ شركتی دغدغه و توجه به کارمندان و شرایط کاری آنان وجود داشته باشد و ممکن است این ارزش‌ها از اهمیت سودجویی یا دیگر مقاصد اقتصادی در اهداف شركت تجاری بکاهند. در سطح اجتماعی، ممکن است ارزش‌های فرهنگی با فرضاً، تعقیب پیشرفت مادی به‌طور کامل هماهنگ باشند و امکان استفاده از ضابطه‌های موفقیت اقتصاد کلان برای تمایز گذاشتن میان جوامع «موفق» و «ناموفق» را فراهم آورند. از طرف دیگر، فرهنگ دیگر جوامع ممکن است به‌گونه‌ای باشد که تعقیب پاداش مادی را به نفع اهداف غیرمادی مربوط به کیفیت‌های گوناگون زندگی تعدیل کند و بنابراین بر آهنگ و مسیر رشد اقتصادی تأثیر گذارد؛ در چنین مواردی ضابطه‌های تعریف‌کننده «موفق» و «ناموفق» با مورد قبلی تفاوت خواهند داشت؛ از سه طریق فوق تأثیر فرهنگ بر رفتار فردی در پیامدهای جمعی منعکس خواهد شد.

بنابراین، برای مثال، در يك سطح کلان، تأثیر فرهنگ بر پیامدهای اقتصاد کلان را می‌توان برحسب این اصطلاحات مشاهده کرد: نماگرهای کارایی مانند میزان رشد محصول ناخالص داخلی سرانه، میزان تغییر فناوریانه، سطوح اشتغال، میزان‌ها و مسیرهای تغییر ساختاری و نظایر آن‌ها؛ و نماگرهای انصاف مانند طرح‌های توزیع درآمد، برنامه‌های رفاه اجتماعی (به‌ویژه مراقبت از سالخوردگان و بیماران)، عرضه خدمات اجتماعی و (هر آنچه منعکس‌کننده دغدغه انصاف بین نسلی است) تمایل به انجام سرمایه‌گذاری عمومی بلندمدت که ممکن است منفعت چندان مستقیمی برای نسل کنونی نداشته باشد.

می‌توان نقش بنیادی‌تر و فراگیرتری برای فرهنگ قائل شد که مطابق آن، پاره‌ای از اصول فرهنگی معین، به ایجاد شرایط مربوط به موفقیت اقتصادی کمک کرده‌اند. این عوامل عبارت‌اند از: دغدغه رفاه و احترام متقابل گروه، اخلاق کاری معطوف به موفقیت، توجه به اهمیت خانواده، اعتقاد در خصوص نیاز به آموزش، احترام به سلسله‌مراتب و مرجعیت و نظایر آن‌ها.

چنانکه به‌طور خاص به ژاپن نظر کنیم، می‌توان دریافت که عواملی مانند مذهب، نگرش‌های خانوادگی، طرح‌های همکاری در جامعه‌ای به لحاظ فرهنگی همگون و

۱. دیوید لندز (۱۹۹۸) هنگام توجه به توسعه تاریخی جهان درگستره وسیع هزاره دوم، ملت‌ها را بر اساس ثروت یا درآمد سرانه به موفق و ناموفق تقسیم می‌کند.

نظایر آن‌ها، جامعه و نهادهای شرکتی ژاپن و نحوه عمل آن‌ها را شکل داده است. بنابراین می‌توان گفت که بنیان‌های فرهنگی جامعه ژاپن در همه جنبه‌های حیات اقتصادی این کشور نفوذ کرده است (ترابسی، ۱۳۸۲).

بر اساس تجارب رونق اقتصاد فرهنگ بررسی شده در شهرهای جهان، هنر قادر به اثرگذاری بر توسعه مادی و انسانی است. این توسعه شامل سلامت روانی، سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی شده و در خلال مشارکت مستقیم افراد و مخاطبان و حضور هنر و سازمان‌ها و مؤسسات هنری در یک اجتماع محقق می‌شود (Guetzkow, 2002). رواج فستیوال‌ها، کارناوال‌ها و یا رویدادهای ورزشی می‌توانند به‌طور چشمگیری منطقه را برجسته کرده و درآمد ایجاد کنند. همان‌طور که مثلاً فستیوال بایرویت و آگنر^۱ در آلمان و یا ماردی‌گرس^۲ در نیواورلئان آمریکا عمل کرده‌اند. اغلب، پروژه‌های هنری به‌عنوان کانون‌های مناطق و محلات و امکاناتی برای رشد گردشگری و بهبود کیفیت زندگی آن‌ها در نظر گرفته می‌شوند (Carr & Servon, 2008) (Markusen & Schrock, 2006).

اهداف بنیادین این استراتژی‌ها، ساخت مناطق شهری در فضایی است که رشد خلاقیت، دانش و نوآوری برای تحریک رشد اقتصادی اتفاق می‌افتد؛ بنابراین شهرهایی که آرزو دارند به شهرهای خلاق تبدیل شوند باید روی امکانات فرهنگی، عرصه‌های هنری و موسیقی و امکانات رفاهی که جذب‌کننده استعدادهای خلاق باشند سرمایه‌گذاری کنند. سیاست‌های شهر خلاق نه‌فقط در اروپای شرقی و امریکای شمالی بلکه در شهرهای آسیایی نیز با درجات مختلف موفقیت به اجرا درآمده‌است (Wang & Qiu, 2016). باین‌حال، استراتژی‌های شهر خلاق در طول دو دهه گذشته در میان حلقه‌های دانشگاهیان، سیاست‌گذاران و فعالیتهای انسان‌دوستانه به چالش کشیده شده است. برخی البته مفاهیم «خلاقیت» و «صنایع خلاق» را به چالش می‌کشند و عقیده دارند که توقعات از صنایع خلاق نابجا بوده و فشار بیش‌ازحدی روی آن‌ها برای ایجاد تحولات اقتصادی برابری‌های اجتماعی ایجاد شده است (Kong, 2014, 593-607). بعضی هم عقیده دارند که بیش از حد روی استراتژی‌های شهرهای خلاق تأکید شده و در قدرت این صنایع در تحریک رشد اقتصادی تشکیک می‌کنند. در خصوص پروژه‌های شاخص، محققان در این خصوص بحث می‌کنند که بیشتر هنرمندان در این‌گونه پروژه‌ها سهمی ندارند و حتی بازیگران و یا کل کار از خارج از منطقه آورده می‌شود و یا آثار نمایش داده شده در یک موزه محلی به‌ندرت بومی هستند (Grodach, Foster & Murdoch, 2018).

1. Bayreuth Wagner

2. Mardi Gras

بررسی نمونه‌های موردی

● تایوان

شهر تایپه نیز نمونه بارزی از شهرهایی است که مزیت‌های تولیدی قابل توجه در آن، یکی از عوامل کلیدی رشد سریع صنایع خلاق در سال‌های ابتدایی قرن بیست و یکم بوده است. اقتصاد خلاق بخش مهمی از کل اقتصاد تایوان را شکل می‌دهد و شهر تایپه تقریباً تمام شرکت‌های فعال در این حوزه را به سمت خود جلب کرده است. تولید خلاق شهر تایپه همچنین رشد قابل توجه فرصت‌های شغلی را نیز باعث شده که این موضوع سبب ظهور خوشه‌های صنایع خلاق در این شهر شده است.

سیاست‌های اصلی تایوان در حوزه صنایع فرهنگی در قالب قانون توسعه صنایع فرهنگی و خلاق مصوب سال ۲۰۱۰، تعریف شده که حوزه‌های کارآفرینی فرهنگی، همکاری‌های بین‌بخشی، استعدادیابی و آموزش، توسعه آژانس‌های واسطه‌ای صنایع خلاق و فرهنگی و یارانه‌هایی برای استقرار در خوشه‌های فرهنگی ملی و نیز یارانه‌هایی برای حضور شرکت‌ها در نمایشگاه‌های تجاری بین‌المللی می‌شود.

این مشارکت‌ها در مقام عمل با تعاریف دقیق‌تر و متناسب با طبیعت صنایع خلاق در محیط‌های شهری هدف، صورت‌بندی شده و پیاده‌سازی می‌شوند. سیاست‌های توسعه صنایع خلاق در تایپه را می‌توان به صورت زیر دسته‌بندی نمود. (Liu & Chiu, 2017):

- تنوع بخشی به نظام‌های مالیاتی و سرمایه‌ای؛
- پلتفرم‌های صنعتی و نظارت رگولاتوری؛
- آموزش استعدادها و مشاوره صنعتی؛
- گسترش شبکه‌ها و کانال‌های صنعتی و بازاریابی؛
- تحقیق و توسعه صنعتی و خوشه‌بندی.

● چین

صنایع فرهنگی چین دوره‌هایی از تحول را از دوران اقتصاد دستوری که فرهنگ به‌عنوان ابزاری برای رفاه عمومی محسوب می‌شد تا گرایش به کارکردهای صنعتی آن در دوره اقتصاد بازار تجربه کرده است (Kong, Gibson & Semple, 2006). در دوره اقتصاد دستوری پیش از اصلاحات دهه ۱۹۸۰، بخش فرهنگی در چین اساساً یک نهاد عمومی بود و فرهنگ، امری در حوزه رفاه عمومی تلقی می‌شد (Beijing Academy of Social Science, 2007). پیدایش اقتصاد بازار باعث شد دولت چین به تدریج دریابد که

فرهنگ، علاوه بر صفات ایدئولوژیکی، حائز ویژگی‌های کالایی و کارکردهای صنعتی نیز هست. در سال ۲۰۰۲، در شانزدهمین کنگره ملی حزب کمونیست چین، عنوان شد که توسعه صنایع فرهنگی باید مسیری مهم در اقتصاد بازار و مؤلفه‌ای بنیادین برای اقتصاد ملی در نظر گرفته شود. در این بیانیه، خبرگزاری‌ها، انتشارات و تولید و فروش کالاهای فرهنگی و تجهیزات مربوط به عنوان صنایع فرهنگی محسوب شده بودند (Gao, 2010).

مفهوم «صنعت خلاق» در چین برای اولین بار در قرن ۲۱ و در گزارش «چشم‌انداز برنامه توسعه ملی فرهنگی در برنامه پنج‌ساله یازدهم»^۱ در سال ۲۰۰۶ مطرح شده است. این سند به تفاوت‌های میان خلاقیت فرهنگی با سایر محصولات فرهنگی اشاره داشته و مشخصه‌های «خوشه‌های صنعتی» فرهنگی را به‌طور شفاف توضیح داده است (Chen, 2008). با این حال در عمل، شهرهای مختلف در تعریف صنایع خلاق، متفاوت عمل می‌کنند. مثلاً در پکن تمام فرایند تولید و تجارت هنر جزء صنایع خلاق است، در گوانگژو انیمیشن و بازی‌های آنلاین جزء صنایع خلاق و فرهنگی محسوب می‌شوند و حال آن‌که صنایع فرهنگی هانگژو صرفاً بر خدمات اطلاعاتی، نمایشگاه‌های فرهنگی و مواردی مانند این تمرکز دارند (Zhong & Liu, 2012). شهرداری شانگهای، صنایع خلاق و فرهنگی را به دو دسته کلی تقسیم کرده است: «صنایع فرهنگی» تحت مدیریت متمرکز دیپارتمان اخبار، نشر، فیلم و تلویزیون؛^۲ و «صنایع خلاق» تحت مدیریت متمرکز دیپارتمان اطلاعات اقتصادی^۳ (Gao, 2010).

تغییرات و اختلافات متعدد در این تعاریف و اصطلاحات نشان‌دهنده اهمیت روزافزون مقوله خلاقیت، در استراتژی‌های توسعه شهری چین است که باهدف حمایت از حیات اقتصادی نواحی شهری این کشور طراحی می‌شوند. این استراتژی‌ها سپس توسط حکومت‌های شهری و شهرداری‌ها به‌منظور رقابت برای دستیابی به منابع ملی و بین‌المللی (در چارچوب فرایند جهانی شدن) مورد استفاده قرار گرفته و رقابت‌های بین‌شهری را شدت بخشیدند (Kong et al. 2006). در بسیاری از شهرها، صنایع فرهنگی به یکی از محورهای حیاتی اقتصاد تبدیل شده‌اند. طبق استانداردهای بین‌المللی، تنها صنایعی که ارزش افزوده آن‌ها بیشتر از ۶ درصد GDP باشد به‌عنوان صنایع محوری به‌حساب می‌آیند (Liang & Wang, 2020). از سال ۲۰۰۷، کل ارزش

صنایع فرهنگی و خلاق پکن و هانگژو به طور مستمر بالاتر از ۱۰ درصد GDP بوده و از سال ۲۰۱۰، ارزش این صنایع در شهرهای گوانگژو^۱، شینزن^۲ و شانگهای هم از ۶ درصد بالاتر رفته است (Statistical Bureau of Shenzhen, 2017). در دهه گذشته، رشد سالانه صنایع فرهنگی در شهرهای قدرتمند اقتصادی چین نزدیک به یا بالاتر از ۱۰ بوده که نشان دهنده پتانسیل قوی این شهرها است.

یک نکته قابل توجه این است که، هوربان و همکاران (Horban, Yurii and others, 2021). در مطالعاتی با عنوان «سرمایه انسانی به عنوان عاملی در توسعه صنایع فرهنگی و خلاق» با روش سیستم سازی، یعنی تحلیل تطبیقی شاخص های فردی کشورهای پیشرفته جهان در نظام آموزشی به بررسی نقش سرمایه انسانی بر توسعه صنایع فرهنگی می پردازد. نتایج تحقیقات وی نشان می دهد که ویژگی های منحصر به فرد سرمایه انسانی، دانش، خلاقیت، تجربه و مهارت های حرفه ای از عوامل محرک برای توسعه خلاقیت اقتصاد ملی بوده و زمینه توسعه صنایع خلاق و فرهنگی را فراهم می کند. آموزش و خلاقیت هر دو اساس سرمایه فکری و خلاق هستند. در بین کشورها، هلند از نظر شاخص های خلاقیت در صنایع فرهنگی پیشتاز است.

علاوه بر شاخص های فردی، یافته های پژوهشی نشان می دهند که مکان خوشه های صنایع فرهنگی و خلاق، همبستگی بالایی با شهرهایی داشته که عملکرد اقتصادی قدرتمندی داشته اند. از سال ۲۰۱۱، تعداد ۳۵۰ پارک ملی صنایع خلاق و فرهنگی به ارزش بیش از ۱/۰۷۵ میلیارد یوان (معادل ۱۶۰ میلیارد دلار) در چین ایجاد شده است (National Bureau of Statistics in China, 2018). این پارک ها عموماً در مناطق ساحل شرقی چین مانند بوهای ریم^۳ و دلتای رودخانه های یانگ تسه^۴ و پرله^۵ و به ترتیب به نمایندگی از شهرهای پکن، شانگهای و گوانگژو مستقر هستند. این خوشه های محوری با رشد متوسط سالانه ۱۸ درصدی در فاصله سال های ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۲، مورد توجه قرار گرفته اند (Ye, 2012). عموماً، شهرهای با رقابت پذیری همه جانبه و پایدار، شهرهایی هستند که صنایع فرهنگی و خلاق درخشان تری هم دارند. گزارش سالانه رقابت پذیری شهری^۶ در فاصله سال های ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۹،

1. Guangzhou

2. Shenzhen

3. Bouai Rim

4. Yangtze River Delta

5. Pearl River Delta

6. The Blue Book of Urban Competitiveness

شهرهای پکن، شانگهای، شنزن و گوانگژو را به عنوان چهار شهر برتر هر سال برگزیده است و در نتیجه، ارزش افزوده صنایع فرهنگی در این چهار شهر، بالاترین رقم را در کشور بین سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۰ ثبت کرده‌اند (Zhang, 2013). توسعه سریع صنایع فرهنگی و خلاق چین نه تنها تحریک توسعه اقتصادی را به دنبال دارد، بلکه به منبع اصلی رقابت‌پذیری یک شهر هم تبدیل می‌شود (Dai, Wang & Gao, 2011) به‌طور خلاصه، نقش‌آفرینی مدیریت شهری در توسعه اقتصاد فرهنگ در چین در قالب چهار سیاست کلی زیر پیگیری شده است:

- تشویق به احیای مرکز شهر؛
- استفاده مجدد از زیرساخت‌های صنعتی رهاشده؛
- ارتقای توسعه روستایی؛
- افزایش رقابت‌پذیری شهری از طریق مداخلات فرهنگی.

● ایران

در این میان لازم به ذکر است، با وجود منابع و ذخایر غنی فرهنگی در کشور و رتبه دهم میراث فرهنگی ثبت‌شده در یونسکو سهم ایران در این بخش از اقتصاد بسیار ناچیز و نزدیک به صفر است^۱ که نشان از نفوذ کم ما در دنیا در عرصه فرهنگی دارد این وضعیت نشان می‌دهد که اقتصاد فرهنگی ایران توسعه نیافته است و در این زمینه با مسائل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مواجه هستیم. به‌ویژه در دوره‌ای که تأکید بر درون‌زا و برون‌نگری و حمایت از تولید داخلی می‌شود. برای مثال، در شرایط کنونی کشور، رفع موانع توسعه اقتصاد فرهنگ می‌تواند مشکلات اجتماعی مانند بیکاری تحصیل‌کرده‌ها و مهاجرت متخصصان را با ایجاد اشتغال و کارآفرینی فرهنگی و حمایت از تولیدات فرهنگی داخلی در این حوزه را حل نماید که به نظر می‌رسد یکی از مهم‌ترین علل این معضل وجود اختلال و عدم نظم کارکردی بین اجزای نظام مرتبط با تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی است. تغییر این شرایط مستلزم نوعی سیاست نظم‌محور است که هدف آن هماهنگی و همسویی عملکرد نهادهای مرتبط و بخش‌های مختلف اقتصاد اعم از تولید، توزیع و مصرف در سطوح مختلف است (پرچمی و درخشان، ۱۳۹۸: ۱-۴۰).

روش بازه احتمال وقوع نشان داده است که ایران در صورتی که نرخ رشد خود را در سرمایه اقتصادی، ۱/۳۲ در سرمایه فرهنگی، ۰/۵۰ در سرمایه اجتماعی ۰/۲۰ و در سرمایه

سیاسی به ۱/۱۳ برساند در سال ۲۰۳۰ میلادی و ۱۴۱۰ شمسی در اقتصاد فرهنگ به توسعه‌ای همانند کشورهای پیشرفته می‌رسد (پرچی و درخشان، ۱۴۰۱: ۲۹-۷۶). به‌طور خلاصه، سیاست‌های شهرداری‌ها در زمینه رونق اقتصاد فرهنگ را می‌توان در هشت دسته طبقه‌بندی نمود:

- سیاست‌های مرتبط با نظام مالیاتی؛
- تأسیس بخش‌ها یا سازمان‌های ویژه و مختص؛
- سرمایه‌گذاری‌های متنوع؛
- مشاوره و تحقیق و توسعه صنعتی؛
- بسط کانال‌ها و شبکه‌های بازاریابی؛
- استعدادیابی و پرورش استعدادها؛
- خوشه‌بندی صنایع خلاق؛
- قوانین مرتبط با دارایی‌های فکری.

هریک از این انواع سیاست‌ها در تجارب مختلفی از شهرها در کشورهای مختلف دنیا مورد استفاده قرار گرفته‌اند که در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۱. انواع سیاست‌های حمایتی مورد استفاده در کشورهای مختلف

آلمان	انگلستان	چین	کانادا	تایپه	انواع سیاست‌ها
*	*	*			سیاست‌های مرتبط با نظام مالیاتی
*	*				تأسیس بخش‌ها یا سازمان‌های ویژه و مختص
*	*		*	*	سرمایه‌گذاری‌های متنوع
	*	*	*	*	مشاوره و تحقیق و توسعه صنعتی
*	*	*	*	*	بسط کانال‌ها و شبکه‌های بازاریابی
	*	*		*	استعدادیابی و پرورش استعدادها
	*	*	*	*	خوشه‌بندی صنایع خلاق
*	*	*	*		قوانین مرتبط با دارایی‌های فکری

بر اساس جدول فوق، این کشورها عمدتاً از مشوق‌های مالیاتی برای شرکت‌های صنایع فرهنگی استفاده نموده و یا از تأمین مالی مستقیم یا سرمایه‌های شرکتی برای آن‌ها استفاده می‌کنند. ارائه تسهیلات و تخفیف مالیاتی برای کسب و کارهای فرهنگی و تدوین سیاست‌های حق مالکیت معنوی برای تولیدکنندگان از مهم‌ترین اقدامات دولت‌ها در جهت افزایش تولید فرهنگی است. (Kim, Milim, 2011)

بر اساس رویکرد نهادگرایی، شبکه‌های نهادی یکی از مهم‌ترین عوامل و مؤلفه‌های تعامل نهادی در قالب نهادهای سیاست‌گذار در یک حوزه سازمانی هستند که نهادهای مرتبط با استفاده از شبکه‌های متمرکز، غالب و واحد به همسویی و سپس به همکاری می‌پردازند. ارتباط ارگانیک و هماهنگی سیستم‌های قانون‌گذاری یکی از پدیده‌های مهم نظم و توسعه است (پرچمی و درخشان، ۱۳۹۸: ۱-۴۰). همسویی نهادی به معنای پیوند میدان نظر و عمل است، به این معنا که در حوزه نظری، ایده‌ها و اهداف بیان می‌شود و در حوزه عمل، برنامه‌هایی اجرا می‌شود که با اهداف، آرمان‌ها و سیاست‌های تدوین‌شده رابطه منطقی و قابل‌اندازه‌گیری دارد؛ و هر سیاستی که توسط نهاد متمرکزی که نماینده گروه‌ها و افکار مسلط در جامعه باشد اتخاذ شود، فرآیند تطبیق عقیده و عمل، سیاست‌گذاری و اجرا به‌خوبی انجام می‌شود و جامعه به پیشرفت می‌رسد (Mintzberg, Henry, 2011).

به عقیده متخصصان تنها راه تقویت نهادهای عمومی هنر تغییر مدل‌های نظارتی دخالتی به مدل‌های حمایتی تسهیلگر است. در این مدل دولت لزوماً تولیدکننده نیست و یا پول تزریق نمی‌کند؛ اما زمینه‌های توزیع و عرضه را فراهم می‌کند. در مدل دستگامی متخصصان معتقدند که مطابق با رویکرد کارکردگرایانه در جامعه‌شناسی، اقتصاد فرهنگ به‌مانند سیستم در نظر گرفته می‌شود که همه بخش‌ها در عین اینکه کارکرد خود را برای خروجی هر چه بهتر اقتصاد فرهنگ و رشد آن به‌درستی انجام می‌دهند، با یکدیگر در ارتباط هستند و در این میان دولت فرماندهی این سیستم را از طریق هدایت بر عهده دارد و بر امور حاکم است.

بخش فرهنگ به‌طور کلی و صنایع فرهنگی و هنر نیازمند سیاست‌گذاری بلندمدت و اثبات است؛ بدین معنا که سیاست‌ها با تغییر دولت‌ها و مدیران تغییر نکند و همه همان سیاست و قوانین را اجرا کنند و به آن ملزم باشند. در سیاست‌گذاری مربوط به اقتصاد فرهنگ، باید هم‌زمان نگاه اقتصادی و فرهنگی در قالب حفظ سنت و هویت فرهنگی وجود داشته باشد. رویکرد مسئولین در سیاست‌گذاری باید فرهنگی باشد و به بازدهی اقتصادی هم توجه کنند (پرچمی و درخشان، ۱۴۰۱). دیگر جنبه مهم موضوع، موانع و مشکلات توسعه اقتصاد فرهنگ در حوزه سیاست‌گذاری و اجراست که به سه بخش مهم تولید، توزیع و مصرف طبقه‌بندی شده است. برخی از مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: عدم همسویی نهادی، عدم رویکرد واقع‌بینانه در سیاست‌گذاری، حضور دولت در تولید فرهنگی، مسائل مربوط به آموزش و

پژوهش، نیروی انسانی، انجمن‌ها و اصناف، مشاغل فرهنگی، بخش خصوصی، حقوق مالکیت معنوی، بازار و بازاریابی داخلی و خارجی، رفاه، تقاضا و جامعه‌پذیری فرهنگی (پرچمی و درخشان، ۱۳۹۸: ۱-۴۰). چون رویکرد این تحقیق بحث سیاست‌گذاری شهرداری‌هاست، لذا موانع این حوزه به‌اختصار در جدول زیر آمده است.

جدول ۲. مقولات و زیر مقولات موانع حوزه سیاست‌گذاری

مضمون اصلی	مقوله	زیر مقوله
موانع سیاست‌گذاری در اقتصاد فرهنگ	عدم وجود همسویی نهادی	عدم تمرکز در نهاد سیاست‌گذار و مجری
		عدم هماهنگی سیاست‌گذاری‌ها و اجرای قانون
		تعارض میان نهادها
	عدم وجود رویکرد واقع‌گرایانه	عدم هماهنگی و انسجام درونی سیاست‌ها
		عدم تناسب سیاست‌گذاری‌ها با شرایط جامعه
		عدم ارتباط و استفاده از اطلاعات درباره میدان
	عدم شناخت حوزه اقتصاد فرهنگ و اتخاذ رویکرد نامناسب	

(پرچمی و درخشان، ۱۴۰۱)

در مجموع، با توجه به نظریه‌های مختلف مطرح‌شده و بررسی نمونه‌های موردی و اجرایی در دنیا و نظر به تفاوت فرهنگ و مقولات فرهنگی و اقتصاد وابسته به آن حتی در مقیاس شهر به شهر و موانع ذکرشده برای سیاست‌گذاری در این حوزه برای شتاب‌گیری جهت رسیدن به حد ایدئال توسعه اقتصاد فرهنگی با توجه به ظرفیت‌های فرهنگی کشور این اشتراکات حاصل می‌شود که در سازمان‌های دولتی و غیردولتی باید علاوه بر بسترسازی و ایجاد پروژه‌ها، در برقرار ساختن سازوکارهایی برای سرمایه‌گذاری، تأمین مالی و تضمین اعتبار مشارکت کنند. به‌علاوه، دفاتر تعیین‌شده برای تعامل با صنایع فرهنگی باید در قالب پلتفرم‌هایی برای دولت به عرضه خدمات پردازند. (ایجاد ارتباط و هماهنگی میان ذی‌نفعان کسب‌وکارها، ارائه خدمات مشاوره‌ای و حمایتی برای صنایع و تقویت شرایط بهره‌برداری از حقوق مالکیت فکری). همچنین باید به‌منظور ارتقای دانش مرتبط با صنایع فرهنگی، در آموزش‌های مدرسه‌ای برنامه‌های پرورش استعدادها و خلاق اجرا شوند تا استعدادهای جدید رشد کنند و سواد فرهنگی عموم مردم تقویت شود. علاوه بر توسعه شایستگی‌ها، دولت‌ها باید با ایجاد اطمینان نسبت به اثربخشی شبکه‌های مبادلات محلی در بازارهای بومی

و نیز اقدامات حفاظتی برای صادرات در بازارهای بین‌المللی، تقاضای بازار را فعلاً گسترش دهند (Zhang, 2013).

روش پژوهش

پژوهش حاضر که به دنبال ارائه مدلی برای رونق اقتصاد فرهنگ در شهر تهران با نقش‌آفرینی شهرداری تهران است، از منظر روش از نوع پژوهش‌های کیفی بوده و شامل دو مرحله کلی است: در مرحله نخست عمده با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های اولیه با کارشناسان کارفرما و بهره‌بردار و تحلیل محتوایی آن‌ها به درکی ابتدایی از مسئله و ابعاد آن دست یافته می‌شود. در مرحله دوم، با استفاده از روش نظریه مبنایی، به شناسایی دقیق ابعاد و بخش‌های مدل پرداخته و زوایای پنهان و زیربدهای آن‌ها شناسایی می‌شود.

جهت‌گیری پژوهش در وهله اول بنیادی است اما با توجه به ضرورت تدوین سند جامع و الزامات سند بالادستی اصلی پروژه یعنی برنامه توسعه سوم شهر تهران، یک پژوهش کاربردی است. با توجه به هدف پژوهش که توسعه مدل بوده، استراتژی مورد استفاده استراتژی نظریه مبنایی است. از نظر افق زمانی، پژوهش به صورت تک‌مقطعی طراحی و اجرا شده و شیوه اصلی گردآوری داده‌های پژوهش نیز پس از بررسی مدارک کتابخانه‌ای و اسناد بالادستی، مصاحبه بوده است.

جامعه آماری این پژوهش، فعالان و خبرگان صنایع فرهنگی و مدیریت شهری شامل کارآفرینان، مدیران دولتی، مدیران شهری، محققان حوزه اقتصاد فرهنگ و فعالان فرهنگی است که به نحوی از انحاء اعم از تولید، تأمین، توزیع، تحقیق یا سیاست‌گذاری، فضای صنایع فرهنگی را تجربه کرده باشند. با توجه به هدف پژوهش، مصاحبه‌ها بایستی با خبرگان گوناگونی در حوزه‌های مرتبط صورت گیرد. لذا، مبنای اصلی انتخاب مصاحبه‌شوندگان، دارا بودن تجربه عملی یا آکادمیک در حوزه‌های صنایع فرهنگی و مدیریت شهری است.

برای نمونه آماری و روش نمونه‌گیری در روش نظریه مبنایی، گروهی از افراد و موقعیت‌ها (معمولاً ۸ تا ۲۰ نفر) که جنبه‌های گوناگونی از پرسش را نشان می‌دهند انتخاب می‌شوند. کمتر از ۸ نفر آگاهی‌دهنده، منجر به رویکردی می‌شود که اساساً متکی بر مطالعه موردی است. بیش از ۲۰ نفر آگاهی‌دهنده احتمالاً داده‌های زیادی تولید می‌کنند که به تحلیل کامل نیاز دارند و به گردآوری داده‌های زائد، اضافی و

غیر لازم منجر می‌گردد. به هر صورت معیار قضاوت در مورد زمان متوقف کردن نمونه‌گیری نظری، کفایت نظری (اشباع نظری) تئوری است (هومن، ۱۳۸۵). تمرکز نمونه‌گیری کیفی بر این است که نمونه انتخاب شده بیشترین میزان اطلاعات را در مورد سؤال پژوهش فراهم کند لذا روش مورد استفاده در این پژوهش، نمونه‌گیری متوالی بوده و در میان انواع نمونه‌گیری متوالی از نمونه‌گیری نظری استفاده شده است. در روش نظریه مبنایی امکان تعیین حجم نمونه در ابتدای پژوهش وجود ندارد. به تعبیر اشتراوس^۱ و کوربین^۲ (۱۹۸۹) تا زمانی که محقق مشغول گردآوری داده و تحلیل هم‌زمان آن‌ها نشده قادر نیست در مورد حجم نمونه مورد نیاز قضاوت کند. به هر روی، معیار توقف در نمونه‌گیری، اشباع یا کفایت نظری است: موقعیتی که در آن، هیچ داده اضافی نمی‌توان یافت که پژوهشگر به وسیله آن بتواند مقوله جدیدی تعریف کند و یا مقولات قبلی را غنا بخشد (گلیسر و اشتراوس، ۱۹۶۷).

برای کدگذاری باز، متن مصاحبه‌ها چندین بار خوانده شده و مفاهیم اصلی استخراج و به صورت کد ثبت شد و سپس کدهای مشابه در دسته‌هایی قرار گرفتند. در کدگذاری محوری، طبقات به طبقات محوری خود ربط داده شدند تا تبیین‌های دقیق‌تر و کامل‌تری درباره پدیده ارائه شد. همچنین در کدگذاری محوری دسته‌های اولیه‌ای که در کدگذاری باز تشکیل شده بودند با هم مقایسه و آنهایی که با هم شباهت داشتند حول محور مشترکی قرار گرفتند. در نهایت در کدگذاری انتخابی یکپارچه‌سازی و پالایش مقوله‌ها انجام شد و مقوله‌ای به‌عنوان مقوله مرکزی انتخاب شد و بر محور مقوله مرکزی مدل مورد نظر طراحی شد (Corbin & Strauss, 1990)

همان‌گونه که عنوان شد، روش اصلی مورد استفاده برای جمع‌آوری یافته‌های این پژوهش، مصاحبه بوده است و برای این منظور، مجموعاً با ۲۲ نفر از خبرگان، کارشناسان و فعالان فرهنگی، مصاحبه عمیق نیمه‌ساختار یافته انجام شده است که شامل ۷ نفر از مدیران شهرداری و ۵ نفر از مدیران سابق شهرداری و ۴ نفر از مدیران فرهنگی، ۲ نفر از مشاورین شهرداری و ۲ نفر کارشناس فرهنگی و ۱ نفر هیئت علمی دانشگاه می‌باشند.

در مرحله کدگذاری باز مجموعاً بالغ بر ۷۹۰ مفهوم از ادبیات پژوهش و نیز ۲۰ مصاحبه عمیق با متخصصان و خبرگان حوزه اقتصاد فرهنگ استخراج شده که نمونه‌ای از آن‌ها در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. نمونه مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها و ادبیات پژوهش

مفاهیم	متن
نقش فرهنگ در توسعه شهری	صنایع خلاق و فرهنگی، هسته اصلی فعالیت‌های توسعه شهری را در آینده تشکیل خواهند داد (هال، ۱۹۹۹؛ ۲۰۰۰).
رویکرد بخشی به اقتصاد فرهنگ	رویکرد آلمان به صنایع خلاق و فرهنگی، یک رویکرد بخشی بوده و تمرکز آن بر شرکت‌هایی است که فعالیت اصلی آن‌ها در زمره فعالیت‌های صنایع فرهنگی و خلاق قرار می‌گیرد.
مصرف‌کننده بودجه بودن فرهنگ	عمدتاً حوزه فرهنگ بودجه را مصرف می‌کند و پاسخگو هم نیست
پاسخگو نبودن فرهنگ	
دشواری ارزیابی فرهنگ	از آنجایی که این حوزه متر و شاخصی هم ندارد؛ ارزیابی کار را سخت‌تر کرده است.
گرایش به درون‌زا شدن اقتصاد فرهنگ	علاقه‌مند هستیم که درآمد حوزه فرهنگ را در خود حوزه فرهنگ مصرف کنیم.
درآمدزایی از فرهنگ	بیشتر به فکر خودکفایی بخش فرهنگ هستیم تا درآمدزایی از آن و همین باعث شده تا به سمت اقتصاد فرهنگ برویم.
الگو برداری از اروپا	در لندن گالری‌های شبانه و کافه‌های هنری زده می‌شود و شهرداری از آن‌ها پول می‌گیرد.
ضعیف پنداشتن فرهنگ	اما شهرداری ما حوزه فرهنگ را علیل فرض می‌کند و آن را توانمند نمی‌بیند. مثلاً وقتی ما یک کتاب رایگان به مردم می‌دهیم آن محصول اثرش را از دست می‌دهد.
مدل رایگان	
بی تأثیر شدن محصول	

کدگذاری محوری دومین مرحله از کدگذاری در تجزیه و تحلیل داده‌ها در روش نظریه مبنایی است که پس از استخراج مفاهیم انجام می‌شود. کدگذاری محوری عبارت است از مجموعه رویه‌هایی که برای مقایسه طبقات و ایجاد طبقات جدید بر اساس داده‌ها و از طریق کشف روابط بین آن‌ها به کار بسته می‌شوند. در این مرحله، بر اساس مفاهیم مستخرج در کدگذاری باز، پس از هر مصاحبه، مصاحبه‌های پیشین مرور شده و دسته‌بندی مفاهیم بازنگری شده‌اند. در نهایت تمامی مفاهیم در ۳۱ طبقه دسته‌بندی شده‌اند. نمونه‌ای این مقوله‌ها به همراه مفاهیم مربوط به آن‌ها در جدول ۴ نشان داده شده‌اند. مصاحبه‌ای که مفاهیم از آن‌ها استخراج شده‌اند با ترکیب P و شماره مصاحبه‌شونده مورد ارجاع قرار گرفته است.

جدول ۴. نمونه مقولات برآمده از مفاهیم

مقولات	مفاهیم
ابزارهای تأمین مالی	تأسیس صندوق حمایتی (L)، کمبود سرمایه (L)، سرمایه‌گذاری مشترک (L)، ضرورت تزریق غیرمستقیم منابع (P2)، روش تأمین مالی مناسب (P2)، حمایت مالی مبتنی بر نتیجه (P9)، تخفیف عوارض (P9)، اجتناب از بارانه به تولیدکننده (P9)، دریافت هبه از سازمان‌ها (P10)، رواج دینیشن مذهبی (P12)، سازوکارهای مالی اسلامی (P12)، مدل تأمین مالی وقف (P12)، نذر و دینیشن (P12)، مدل تأمین مالی خمس (P12)، استفاده از ظرفیت فناوری برای تأمین مالی (P12)، تأمین مالی از طریق جمع‌سپاری (P12)، جلب مشارکت عموم مردم (P12)، جلب حمایت مخاطبان دغدغه‌مند (P12)، جمع‌آوری کمک‌های خیریه برای دانشگاه (P12)، گرایش‌های مختلف خیرین (P12)، ضرورت تقویت دینیشن در حوزه‌های غیرمذهبی (P12)، ضرورت سرمایه‌گذاری هوشمندانه شهرداری (P12)، تأمین مالی جزئی (P12)، مدل صندوق‌های حمایتی (P15)، راه‌اندازی صندوق‌های پروژه (P21)، تأمین مالی جمعی (P21)، صندوق (P21) VC
انضباط مالی شهرداری	شناسایی و کاهش ریسک سرمایه‌گذاری (L)، نابسامانی صرف بودجه (P1)، عدم امکان پیگیری ردیف‌های بودجه (P1)، ضرورت بودجه‌ریزی عملیاتی (P1)، ضرورت تغییر سیستم بودجه‌ریزی (P2)، تجربه ناموفق بام‌لند (P2)، تعیین سرفصل‌های درآمدی روشن (P3)، ضعف نظارت بر فضاها درآمدی (P4)، پایبندی شهرداری به ساختارهای حرفه‌ای مالی (P11)، ضعف در محاسبه بهای تمام شده کار فرهنگی (P14)، دشواری محاسبات اقتصادی در فرهنگ (P14)، فقدان حساب درآمدی برای زیرمجموعه‌ها (P14)، ورود بودجه‌محور شهرداری به فرهنگ (P15)، بهای تمام شده غیررقابتی شهرداری (P15)، انحراف قراردادهای فرهنگی از اهداف اولیه (P16)، معیوب بودن ساختارهای قراردادی (P16)، عدم نظارت بر واگذاری‌های فرهنگی (P16)

مقولات	مفاهیم
<p>بازنگری مبانی قانونی</p>	<p>ضرورت تغییر ساختار موجود (L)، ضرورت توسعه ساختارهای مالی (L)، محدودیت‌های قانونی برای درآمدزایی (P14)، ضعف آیین‌نامه معاملات (P14)، محدودیت قانونی هزینه‌کرد برای کمپین‌ها (P14)، ضعف ساختاری و قانونی (P14)، ضعف قوانین و ساختارها (P14)، هدررفت منابع مالی (P14)، ضعف ساختاری شهرداری (P15)، ضعف ساختاری شهرداری (P15)، ضرورت تغییر ساختار مالی شهرداری (P16)، ضرورت اصلاح قوانین محدودکننده شهرداری (P16)، فقدان قدرت تصمیم‌گیری در شهرداری (P16)، متأثر شدن برنامه‌ها از تغییرات مدیریتی (P17)، ریسک بالای سرمایه‌گذاری در فرهنگ به دلیل ممیزی (P18)، نگرانی از دخالت و محدودیت‌های شهرداری (P18)، دور شدن سازمان فرهنگی هنری از رسالت اولیه (P19)، غیرقانونی بودن ساختار معاونت اجتماعی شهرداری (P19)، وجه‌المصالحه شدن فرهنگ در رابطه دولت و شورای شهر (P19)، ضرورت اصلاح قوانین (P19)، ضرورت تناسب بودجه فرهنگی با وظایف فرهنگی (P19)، ضرورت محلی شدن سیاست‌گذاری فرهنگی (P19)، واگذاری اختیار تصمیم‌گیری فرهنگی به شهرداری (P19)، شکل‌گیری دولت محلی به جای شهرداری (P19)، فقدان اختیار تصمیم‌گیری در شهرداری (P19)، ضرورت اصلاح ساختار تصمیم‌گیری کلان (P19)، تقویت زیرساخت قانونی (P21)، توسعه مقوله کی‌رایت (P21)</p>
<p>تسهیل‌گری</p>	<p>تسهیل فرایندهای کسب مجوز (P2)، دیپلماسی شهری (P3)، ارتباط با شهرداری‌های دنیا (P3)، تبادل توریست (P3)، بسترسازی رایگان برای بخش خصوصی (P5)، خصوصی‌سازی منجر به چابک‌سازی (P5)، نقش بسترساز شهرداری به جای پول دادن (P5)، بسترسازی درمان مسائل فرهنگی (P8)، بسترسازی درآمدی برای کسب‌وکار (P9)، بسترسازی مسیر شکوفایی (P11)، نقش تأمین زیرساخت دولت (P11)، ضرورت تسهیل‌گری (P13)، طولانی شدن فرایند مجوزگیری (P13)، طراحی زمین بازی توسط شهرداری انجام شود (بسترسازی) (P14)، ضرورت نقش تسهیل‌گری شهرداری (P15)</p>

مقولات	مفاهیم
تولی‌گری به جای تصدی‌گری	<p>ضرورت برون‌سپاری وظایف بخش فرهنگ (P1)، پتانسیل فرهنگی محلات (P1)، ضرورت بسترسازی (P2)، اجتناب از حمایت مستقیم (P2)، ضرورت ورود شهرداری به عرصه فرهنگ (P3)، وظیفه‌داشتن شهرداری در قبال فرهنگ (P3)، ضرورت کار فرهنگی توسط شهرداری (P3)، ضرورت ورود به کالبد زیرپوستی شهر (P3)، نقش شهروندان در اقتصاد فرهنگ (P3)، نقش بخش خصوصی در اقتصاد فرهنگ (P3)، نقش دولت در اقتصاد فرهنگ (P3)، ضرورت مشارکت بخش خصوصی (P3)، قدرت دادن به بخش خصوصی (P3)، نقش نظارتی شهرداری در قبال بخش خصوصی (P3)، واگذاری همراه با نظارت (P5)، پروژه‌محور بودن حوزه فرهنگ (P5)، ضرورت واگذاری تصدی‌گری شهرداری (P5)، ضرورت حفظ تولی‌گری شهرداری (P5)، خودکفایی مالی بخش خصوصی (P8)، ضرورت موقت بودن حمایت دولت (P8)، ضرورت سازوکارهای تخصصی نظارت (P8)، برون‌سپاری تولید فرهنگی به مؤسسات خصوصی (P8)، ضرورت خودکفایی تدریجی بخش خصوصی (P8)، نقش رگولاتوری شهرداری (P9)، نقش کارفرمایی و نظارتی شهرداری (P10)، واگذاری اجرا به بخش خصوصی (P10)، قرارداد پیمانکاری (P10)، ضرورت نقش‌آفرینی حداقلی دولت (P11)، ماهیت کوتاه‌مدت بودن اثرگذاری دولت (P11)، ارائه خدمات مشاوره به گروه مدیریت (P11)، تأمین فضای کار اشتراکی (P11)، ضرورت برون‌سپاری به بخش خصوصی (P13)، مدل همکاری کنسرسیوم فرهنگی (P14)، تمایل شهرداری به ورود همه‌جانبه ستاد تا صف (P15)، ضرورت نقش توسعه‌گری شهرداری (P15)، ضعف کیفی شهرداری در عملیات (P15)، ضرورت اجتناب شهرداری از عملیات (P15)، واگذاری صف به بخش خصوصی (P15)، کوچک‌سازی ساختار شهرداری (P15)، ضرورت اجتناب از ساختار موجود (P15)، نیازمندی به ساختار چابک‌تر و کوچک‌تر (P15)، واگذاری تولید به بخش خصوصی (P15)، ضعف کیفی شهرداری در عملیات (P15)، ناگزیر بودن سازمان فرهنگی هنری از کار عملیاتی (P16)، ضرورت واگذاری عملیات به بخش خصوصی (P16)، تصدی‌گری شهرداری در ایجاد مراکز فرهنگی (P16)، ارتقای کیفی خدمات در بخش خصوصی (P17)، ارتقای رضایت مخاطبان در بخش خصوصی (P17)، توانایی صرف در کار میدانی (P17)</p>
درآمدزایی برای شهرداری	<p>کسب درآمد از محل ارتقای زیست‌پذیری (P2)، اقتصاد فرهنگ، منبع درآمد پایدار شهری (P3)، درآمدزایی از امان‌های فرهنگی شهر (P3)، ضرورت توسعه منابع درآمدی (P3)، وابستگی به بودجه نفتی (P4)، وابستگی به عوارض ساخت‌وساز (P4)، وابستگی به دولت (P4)، درآمدزا نبودن خدمات شهری (P4)، منبع درآمدی بازیافت زباله (P4)، ضرورت بسترسازی توسعه درآمد (P4)، خلق ثروت از هنر (P5)، درآمدزایی از پسماند (P5)، درآمدزایی از سینما (P5)، ضرورت درآمدزا شدن مراکز فرهنگی شهرداری (P5)، تکیه به بازار (P6)، تأثیر اقتصاد فرهنگ بر افزایش درآمد و کاهش هزینه (P17)</p>

کدگذاری انتخابی مرحله اصلی نظریه‌پردازی است که در آن بر اساس نتایج دو مرحله پیشین کدگذاری، از مقوله‌ها و روابط مقدماتی به‌منظور سازه‌ها و اصول اصلی نظریه بهره‌برده و به تولید نظریه می‌پردازند. این مرحله از کدگذاری، تفاسیر و تحلیل‌های حوزه مورد مطالعه را انسجام می‌بخشد. در این بخش، با مطالعه رفت و برگشتی میان ادبیات پژوهش، اسناد و مبانی حقوقی و در مسیر اجرای مصاحبه‌ها، گزاره‌های پژوهش به‌صورت جدول مدونی طبقه‌بندی می‌شوند. نتایج کدگذاری انتخابی و گزاره‌های استخراج شده، در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵. گزاره‌های استخراج شده از مقولات برآمده از مفاهیم

مقولات	گزاره‌ها
بازنگری مبانی قانونی، بهره‌برداری از ظرفیت‌های شهرداری، تقویت رقابت‌پذیری بازار، توسعه روابط بین‌المللی، تولی‌گری به جای تصدی‌گری، راهبردهای حمایتی	راهبردهای بسترسازی رونق اقتصاد فرهنگ
توسعه ابزارهای تأمین مالی، توسعه توریسم شهری، توسعه مدل‌های درآمدی	راهبردهای افزایش درآمد / کاهش هزینه
تسهیل‌گری، تعامل با بخش خصوصی، ظرفیت شبکه‌های اجتماعی	راهبردهای تسهیل‌گری
ترویج کارآفرینی سازمانی، توسعه ظرفیت آموزشی، خلاقیت و نوآوری	راهبردهای آموزش و توسعه منابع انسانی
زمانبر بودن تأثیر فرهنگ، هماهنگی بین بخشی، انتزاعی بودن فرهنگ، سازوکار فشل دولتی، گرایش به مهندسی فرهنگی	شرایط زمینه‌ای
سطح بلوغ مدیران، شناخت نیاز مخاطب، گرایش به مهندسی فرهنگی، انضباط مالی شهرداری، زنجیره ارزش محصولات فرهنگی، شناخت محیط کسب‌وکار	شرایط مداخله‌گر
درآمدزایی برای شهرداری، کاهش هزینه‌های اداره شهر، نوسانات بودجه‌ای	علت‌ها
انتقال پیام فرهنگی، بهره‌مندی شهرداری از بخش فرهنگ، خودکفایی مالی فرهنگ، فرهنگ‌سازی	پیامدها

بحث و نتیجه گیری

مقاله اصلی این پژوهش، «رونق اقتصاد فرهنگ» است که همه شئون پژوهش از مطالعه ادبیات گرفته تا انتخاب مصاحبه‌شوندگان و تعیین موضوع سؤالات مصاحبه‌ها حول این پدیده بوده است. بر این اساس، مدل پارادیمی و ابعاد مشتمل بر پدیده اصلی، علت‌ها، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها، حاصل از کدگذاری محوری داده‌ها، در نمودار شکل ۲ نشان داده شده است.



شکل ۲. مدل پارادیمی رونق اقتصاد فرهنگ در شهر تهران

مقاله محوری: رونق اقتصاد فرهنگ

● پیامدها

با توجه به ماهیت شهرداری به منزله یک سازمان غیرانتفاعی غیردولتی و اهمیت کاهش اتکای آن به بودجه عمومی، توسعه منابع مالی پایدار مقوله‌ای هوشمندانه و ضروری برای ارتقای کیفیت مدیریت شهری محسوب می‌شود. لذا، در طراحی هرگونه ابزار حمایتی برای رونق اقتصاد فرهنگ، اعم از ابزارهای مالی و غیرمالی، الزاماً یکی از اجزای این ابزارها مدل درآمدی آن‌ها برای شهرداری به‌عنوان یک «شریک مالی» است. پیامد دیگر رونق اقتصاد فرهنگ، رونق فعالیت‌های فرهنگی خواهد بود؛ چراکه یکی از عوامل بی‌ثباتی در فعالیت‌های فرهنگی، عدم وضوح مدل درآمدی، مدل تجاری‌سازی و درنهایت، اقتصاد فرهنگ است. در ادامه، راهبردهای تحقق پیامدهای مدل معرفی شده‌اند.

● راهبردها

الف) راهبردهای بسترسازی رونق اقتصاد فرهنگ

۱. توسعه ابزارهای حمایتی در حوزه «صنایع خلاق و فرهنگی»

دسترسی به سرمایه از عوامل مهم در تصمیمات سرمایه‌گذاری شرکت‌ها در صنایع فرهنگی است. تصمیماتی که علاوه بر تأثیر بر رشد تولید ناخالص داخلی و اشتغال، پتانسیل درآمدزایی برای صاحبان سرمایه را نیز خواهد داشت. به‌عبارت‌دیگر، الگوی پایدار تأمین مالی و دسترسی آسان به سرمایه از الزامات اساسی در رونق اقتصاد فرهنگ محسوب می‌شود. ایجاد تنوع در سبد ابزارهای حمایتی و منابع سرمایه در قالبی که نیازهای ویژه شرکت‌ها و کسب‌وکارها را مدنظر قرار دهد، برای افزایش تأثیرگذاری اقدامات سیاست اقتصادی در تقویت صنایع خلاق ضروری است؛ بنابراین، یک سبد جذاب از ابزارها باید از نظر افقی و عمودی متمایز باشد. تمایز عمودی یعنی ابزارهای مختلف را برای بخش‌های اقتصادی مختلف درون صنایع خلاق فراهم نماید و تمایز افقی به معنای هماهنگ ساختن ابزارهای حمایتی، با وضعیت شرکت‌های خلاق درون چرخه عمر است.

در راستای تعریف ابزارهای حمایتی شهرداری از اقتصاد فرهنگ، به‌منظور جلوگیری از وقوع آفات حمایت دولتی، از جمله ایجاد وابستگی و از بین رفتن نوآوری، لازم است تا این ابزارهای در قالبی مدرن جمع شوند. یکی از این قالب‌ها که در اکوسیستم‌های نوآوری امروز دنیا رواج یافته، راه‌اندازی مرکز نوآوری صنایع خلاق و فرهنگی برای حل مسائل

شهری است. این مرکز می‌تواند ایده‌ها را در حوزه اقتصاد فرهنگ شهری بررسی و از آن‌ها در چارچوب ساختار حرفه‌ای حمایت کند. در این زمینه می‌توان چند اقدام مهم انجام داد:

۱/۱. راه‌اندازی فضاهای کار اشتراکی؛

۲/۱. راه‌اندازی شتاب‌دهنده‌ها به منظور حمایت از ایده‌های اولیه؛

۳/۱. راه‌اندازی سازوکار سرمایه‌گذاری خطرپذیر به منظور حمایت از ایده‌های در حال رشد؛

۲. اصلاحات ساختاری و قانونی

۲/۱. اصلاح ساختار بودجه‌ریزی: برخی خبرگان، بودجه‌ریزی عملیاتی را به جای بودجه‌ریزی سنتی پیشنهاد کرده‌اند. در بودجه‌ریزی عملیاتی حدود فعالیت و عملیات، بررسی و پیش‌بینی می‌شود. هر برنامه شامل تعداد زیادی عملیات و اقدام است. شرط اساسی برای تهیه بودجه عملیاتی این است که حجم و مقدار فعالیت سازمان‌های دولتی تعیین و هزینه هر واحد از فعالیت‌ها محاسبه شود. بودجه عملیاتی علاوه بر راهنمایی، عملکرد کلیه واحدهای سازمانی و کارکنان مؤسسات و ادارات دولتی را نیز کنترل می‌کند. در بودجه عملیاتی حجم عملیات طبق موازین فنی دقیقاً اندازه‌گیری و هزینه عملیات طبق فنون و روش‌های مختلف مانند حسابداری قیمت تمام‌شده یا اندازه‌گیری کار محاسبه می‌شود. در بودجه عملیاتی حدود فعالیت بودجه محدودتر می‌شود ولی در عوض حجم عملیات به روشی علمی محاسبه می‌گردد. در حقیقت در بودجه عملیاتی اجرای هدف از نظر تقسیم مخارج برحسب قیمت تمام‌شده واحد صورت می‌گیرد و برای هر هدف، واحد کاری بخصوصی به منظور معیار برآورد انتخاب می‌شود. بدین معنی که برای محاسبه هزینه بر اساس هدف، از روش حسابداری قیمت تمام‌شده یا از روش اندازه‌گیری حجم کار استفاده می‌شود.

۲/۲. اصلاح برخی قوانین، رویه‌ها و آئین‌نامه‌ها: به نظر می‌رسد یکی از قوانینی که شدیداً نیاز به اصلاح دارد، اختصاص ۵/۰ درصد از درآمدهای نقد شهرداری تهران به نهاد کتابخانه‌های عمومی است که بررسی‌های تحقیق نشان می‌دهد، در مسیر اصلاح قرار دارد ولی باید گام‌های اصلاح این قانون، تسریع شود.

یکی دیگر از موارد، در اصلاح قوانین، پیگیری و احیای طرح مدیریت جامع شهری است که به نظر می‌رسد، به حل بسیاری از مسائل، از جمله در حوزه اقتصاد فرهنگ مرتبط با شهرداری کمک می‌کند. همچنین، یکی دیگر از مواردی که در خلال پژوهش،

توسط برخی مدیران شهرداری تأکید می‌شود، عدم تناسب آئین‌نامه معاملات شهرداری با تصمیم‌گیری در خصوص بستن قراردادهای فرهنگی بوده است.

مورد دیگر، بهبود فضای کسب‌وکارهای فرهنگی است. یکی از ابعاد بهبود فضای کسب‌وکارها، تسهیل ارائه مجوزهاست. برخی فعالیت‌های فرهنگی نیاز به کسب مجوز از شهرداری تهران دارند که در خلال پژوهش توسط برخی فعالان فرهنگی اشاره می‌شد که بعضاً صعوبت کسب مجوز از شهرداری، آن‌ها را از برگزاری برنامه فرهنگی‌شان منصرف کرده است.

(ب) راهبردهای تحقق «حمایت درآمدزا»

در ادبیات سیاست‌گذاری اقتصادی و صنعتی، هر سیاست را می‌توان به‌مثابه یک فعالیت یا کسب‌وکار در نظر گرفت. همان‌طور که در خصوص کسب‌وکارها، مدل کسب‌وکار باید از دو جنبه روایت منطقی نیاز مشتریان به خدمات و محصولات کسب‌وکار و نیز توجیه‌پذیری اقتصادی این مراودات، کسب‌وکار را تحلیل کند، برای یک سیاست اقتصادی نیز مسیر مشابهی باید طی شود. دو منبع درآمدی پایدار اصلی برای شهرداری‌ها عبارت از درآمدهای ناشی از منابع داخلی و درآمدهای ناشی از منابع خارجی است.

با عنایت به کدهای استخراج‌شده از مصاحبه‌ها و نیز تجارب مطالعه شده خارجی، پیشنهادهای زیر برای مدل درآمدی سیاست‌های حمایتی شهرداری از صنایع خلاق ارائه می‌شود:

۱. بازارچه‌های کارآفرینی فرهنگی؛
۲. تجاری‌سازی پارک‌ها و اماکن تفریحی؛
۳. توسعه گردشگری شهری؛
۴. برگزاری «تولید خیابانی آثار هنری»؛
۵. نشان «شهروند درجه یک» برای مراکزی که استانداردها را رعایت کرده‌اند؛
۶. سامانه آموزش؛
۷. بهره‌برداری حرفه‌ای از خانه مشاهیر؛
۸. طرح مکان - رویداد.

این ایده نیز مانند ایده قبل که در دنیا رواج دارد می‌تواند منجر به احیای یک مکان با هویت شود و درآمدزایی از آن مکان را هم دربرداشته باشد. برای مثال برگزاری مکان رویداد در محل کنفرانس تهران یا اماکنی دیگر که در آن، اتفاقات خاصی در تاریخ افتاده است. در این امکان نیز می‌توان رویدادهای خاص یا گالری برگزار کرد و بهره‌برداری‌های دیگر انجام داد.

ج) راهبردهای تسهیلگری (تسهیل و ترویج کارآفرینی فرهنگی در میان شهروندان)

همان‌گونه که در بخش ادبیات بحث شد، شهرداری‌ها به‌عنوان نهادهای مدنی و برخاسته از مردم در کنار فعالیت‌های سنتی و مرسوم خود تعداد زیادی از وظایف مرتبط با توسعه اقتصاد شهر را در دستور کار خود قرار داده‌اند که ترویج کارآفرینی در میان آن‌ها برجسته است. در کشورهای پیشرفته از دهه‌های قبل و در برخی کشورهای درحال توسعه در دهه اخیر، استعدادهای بالقوه و نقش مؤثر و مثبت کارآفرینان اقتصادی در توسعه جامعه و مواجهه با معضلاتی نظیر رکود، تورم و بیکاری و البته توسعه منابع درآمدی پایدار شهرداری‌ها مورد توجه قرار گرفته است. این توجه معطوف به تدوین راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌های عملی جهت گسترش روحیه کارآفرینانه، آموزش و مشاوره، ایجاد فضای مناسب برای فعالیت کارآفرینان در عرصه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی، رفع موانع، ایجاد ارتباط و همکاری بین کارآفرینان و تسهیل دستیابی به بازارهای جهانی بوده است.

همان‌طور که اشاره شد، در کشورهای مختلف به موضوع کارآفرینی به درجات مختلف، در سطوح مختلف و نزد نهادهای مختلفی پرداخته می‌شود. درجه توجه و تخصیص منابع به کارآفرینی تابع متغیرهای متنوعی همچون درجه توسعه یافتگی یک کشور و کیفیت و ساختار نیروی کار آن است. گذشته از این، امور مربوط به کارآفرینی در کشورهای مختلف بر اساس قابلیت‌های سازمانی و نهادی آن‌ها به اشکال مختلفی در میان نهادهای اجرایی دولتی یا خصوصی تقسیم می‌شوند. بر اساس مطالعات پشتیبان این پژوهش، در یک تقسیم‌بندی کلی، ترویج و تسهیل کارآفرینی، خصوصاً کارآفرینی فرهنگی را می‌توان در سه شکل زیر طبقه‌بندی کرد:

- ارتقای ظرفیت‌های تولیدی: تمهیداتی که برای بهبود عملکرد کسب و کارهای فرهنگی اندیشیده می‌شوند می‌توانند به ارتقای ظرفیت تولیدی آن‌ها و در نتیجه افزایش تقاضای آن‌ها برای نیروی کار منجر شوند. در سطح کلان، حجم فعالیت‌های اقتصادی هر کشور به متغیرهای متعدد و گاه خارج از کنترل بستگی دارد و این بدین معناست که نمی‌توان از اقدامات ترویج کارآفرینی در سطوح خرد انتظار پیامدهای کلان و ساختاری مانند کاهش نرخ بیکاری داشت؛ اما تمهیدات در سطوح خرد در صورت می‌توانند ظرفیت‌های موجود اما بلااستفاده را شکوفا نمایند و از این راه به رونق اقتصادی کمک کنند. وجود ظرفیت‌های بلااستفاده در حوزه اقتصاد فرهنگ موضوعی است که از سوی خبرگان نیز در این پژوهش مورد توجه قرار گرفته است.

در شرایط رقابتی، بنگاه‌های بزرگ معمولاً از عهده غلبه بر این مشکلات برمی‌آیند و شاید به همین دلیل توانسته‌اند به بنگاه‌های بزرگ تبدیل شوند. آن‌ها معمولاً توان مالی و انگیزه لازم را برای بهبود عملکرد خود دارا هستند، درحالی‌که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط که سهم بزرگی از فعالیت‌های اقتصادی را هم به عهده دارند، ممکن است از امکان کمتری برای بهبود عملکردشان بهره‌مند باشند. ترویج کارآفرینی می‌تواند به رشد چنین بنگاه‌هایی کمک کند.

- توسعه فردی نیروی کار: بخش عمده‌ای از خدمات ترویج کارآفرینی باید معطوف به پرورش قابلیت‌های نیروی کار یا شکوفاکردن استعدادها بالقوه افراد خلاق باشد که احتمالاً می‌توانند به‌عنوان کارآفرین یا هم‌بنیانگذار و همکار، اقدام به ایجاد کسب‌وکارهای فرهنگی کنند. فارغ از افراد خلاقی که به‌واسطه دریافت خدمات ترویج و کارآفرینی و تسهیل‌گری می‌توانند خود اقدام به ایجاد کسب‌وکارهای نوآورانه نمایند، بخش عمده‌ای از نیروی کار مستعد دریافت خدمات توسعه کارآفرینی، افرادی هستند که لزوماً کارآفرین نیستند اما استعدادی دارند که تقویت آن می‌تواند به تخصص و مهارتی تبدیل شود که به کار یک کسب‌وکار نوپای فرهنگی بیاید. این افراد یا به دلیل فقدان اطلاعات نتوانسته‌اند به شغل مورد نظر خود دست یابند و یا مهارت‌های موردتقاضا در استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای فرهنگی را ندارند. در هر یک از این دو مورد می‌توان خدمات متناسب به آنان عرضه کرد. بخشی از این خدمات نیز متوجه شاغلان فعلی در کسب‌وکارهاست. تغییرات ساختاری در اقتصاد کشورها که مثلاً می‌تواند ناشی از ورود فناوری‌های جدید یا افزایش رقابت جهانی باشد، تقاضا را برای مشاغل خاصی (که عمدتاً به تخصص بیشتر نیاز دارند) افزایش می‌دهد و درعین حال نیروی کار کم مهارت‌تر را پس می‌زند. بدین ترتیب بخشی از شاغلان امروز ممکن است در معرض خارج‌شدن از مدار اشتغال در آینده قرار داشته باشند؛ بنابراین این افراد نیز به شکلی به خدمات ترویج کارآفرینی و تسهیل‌گری در قالب آموزش‌های حین کار نیاز دارند. این خدمات از دو منظر حائز ارزش هستند: از یک‌سو موجب بهبود کیفیت کسب‌وکارهای موجود و رونق آن‌ها می‌شوند و از سوی دیگر، مستقیماً به‌طرف عرضه در بازار کار یاری می‌رسانند.

- ارتقای زیرساخت‌های اطلاعات: سومین حوزه‌ای که خدمات ترویج کارآفرینی و تسهیل‌گری می‌تواند از طریق آن به رونق اقتصاد فرهنگ کمک کند ارتقای زیرساخت‌های اطلاعات است. گاه نبود اطلاعات مانع از دسترسی متقاضی

به عرضه‌کننده می‌شود؛ تقاضای محصول یا خدمت باشد، خواه تقاضای نیروی کار و خواه تقاضای سرمایه. گاه فقدان یا ناکافی بودن اطلاعات موجب انتخاب‌ها و تصمیمات نادرست می‌شود. این‌ها مواردی هستند که از طریق نظام‌های اطلاعاتی قابلیت اصلاح دارند. بهبود عملکرد بازار در گام اول در گرو شناخت آن است. شناخت روندها و گرایش‌ها و کاستی‌های بازار و تحلیل آن‌ها می‌تواند در حوزه‌های دیگر کارآفرینی هم مفید واقع شود. چنانچه متولیان ترویج کارآفرینی، تحلیل درستی از وضعیت بازار داشته باشند می‌توانند خدمات خود را به سمت پاسخگویی به نیازها و گرایش‌های آن سوق دهند. اهم عناوین اقدامات کلیدی در راستای ترویج کارآفرینی و تسهیل‌گری عبارت‌اند از:

- حمایت از راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید؛
- اصلاح ساختارها و فرایندهای اداری؛
- حمایت از به‌کارگیری فناوری‌های نو؛
- توسعه زیرساخت‌های دیجیتال؛
- ارائه خدمات مشاوره‌ای؛
- ارائه خدمات آموزشی؛
- حمایت از حقوق معنوی فعالان بازار؛
- تسهیل جذب سرمایه برای کسب‌وکارها از طریق ایجاد بازار شفاف سرمایه‌گذاری؛
- تدوین سازوکارهای اعطای معافیت‌های قانونی؛
- برگزاری رویدادهای نمایشگاهی باهدف توسعه ارتباطات میان فعالان؛
- ایجاد کارگروه‌های مشورتی؛
- ایجاد بانک‌های اطلاعاتی از برنامه‌های حمایتی و کسب‌وکارها و هسته‌های فعال؛

- انتشار گزارش‌ها و کتابچه‌های تحلیل صنعت و تحلیل بازار؛

پیش از پرداختن به پیشنهادهای عملی در حوزه ترویج کارآفرینی و تسهیل‌گری برای رونق اقتصاد فرهنگ، توجه به چند نکته ضروری است. مجموعه شهرداری تهران و نهادهای زیرمجموعه آن الزاماً باید مسئولیت‌هایی را تقبل کنند که در انجام آن‌ها نسبت به دیگر سازمان‌هایی که به ترویج کارآفرینی می‌پردازند، مزیت نسبی داشته باشند. همچنین، شهرداری باید دست کم در درازمدت، از سرمایه‌گذاری خود در حوزه صنایع

فرهنگی انتظار کسب درآمدهایی برای اداره شهر و بهبود خدمات نیز داشته باشد.

۱. افزایش مشارکت با بخش خصوصی برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای فرهنگی - اجتماعی

نمونه‌های موفق از مشارکت شهرداری تهران با بخش خصوصی برای انجام فعالیت‌های فرهنگی وجود دارد. نمونه‌هایی از جمله «بیدود»، «کتاب‌مترو»، و واگذاری مراکز ورزشی سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران و نمونه‌هایی دیگر نشان می‌دهد، بخش خصوصی برای انجام بسیاری از کارها اولویت دارد. اولویت بخش خصوصی به شهرداری به چند دلیل است: کیفیت بالاتر، بهای تمام‌شده پایین‌تر و از همه مهم‌تر، شکل‌گیری بخش خصوصی به ثبات آن کار فرهنگی کمک می‌کند. چراکه مدیران دولتی و شهرداری عمر مدیریت‌شان کوتاه است ولی مدیران بخش خصوصی، ثبات بسیار بیشتری دارند.

۲. تسهیل ورود اکوسیستم استارت‌آپی برای رونق اقتصاد فرهنگ

تاکنون اکوسیستم استارت‌آپی موفق به ایجاد تحول در بسیاری از زمینه‌ها از جمله حمل‌ونقل، خرید اینترنتی، پرداخت اینترنتی، تبلیغات و ... شده است و این حاصل ورود یک استارت‌آپ نبوده است. بلکه باید اکوسیستم استارت‌آپی وارد آن زمینه شود. یک استارت‌آپ به تنهایی و بدون سایر اجزای مرتبط با آن، نمی‌تواند زنده بماند. برای بقا یک استارت‌آپ نیاز به بخش‌های مختلفی در سطح جامعه وجود دارد تا به پیشرفت آن کمک کنند. آنچه برای استارت‌آپ مهم است، رشد بسیار سریع است، اما این رشد به وجود نمی‌آید مگر اینکه سایر بخش‌های جامعه به آن کمک کنند. به این اجزا، اکوسیستم استارت‌آپی می‌گوییم. اجزایی از جمله: ایده‌ها، ابتکارات و تحقیق‌ها، آموزش‌های کارآفرینی، استارت‌آپ‌ها در مراحل مختلف، کارآفرینان، اعضای تیم‌های استارت‌آپی، منتورهای استارت‌آپی، مشاوران استارت‌آپی و رویدادهای استارت‌آپی. به نظر می‌رسد شهرداری از ظرفیت‌های لازم برخوردار است و همان‌طور که معاونت علمی ریاست جمهوری توانست نقش پررنگی در شکل‌گیری این اکوسیستم در کشور ایفا کند، شهرداری تهران نیز می‌تواند با ایجاد یک ساختار قدرتمند - مستقیماً ذیل شهردار یا شورای شهر - این نقش را ایفا کند.

۳. تخصیص یارانه، حتی المقدور، فقط به مصرف‌کننده نهایی

اگرچه دولت‌ها به منظور جذابیت برخی صنایع، امتیازاتی را برای صنعتگران فعال در آن صنایع قائل می‌شوند اما آنچه رانت ایجاد نمی‌کند و فساد به بار نمی‌آورد تخصیص یارانه به مصرف‌کننده نهایی است. تجربه سال‌ها تخصیص کاغذ به ناشران و تخصیص

ارز به واردکنندگان و تولیدکنندگان نشان می‌دهد آن‌چنان‌که باید، این سوبسیدها به جیب مصرف‌کننده نمی‌رسد. شهرداری تهران نیز اگر می‌خواهد که برخی حوزه‌ها برای مصرف‌کننده جذاب باشد، از جمله کتاب‌خوانی، دوچرخه‌سواری، تفکیک زباله و ... بهتر است یارانه را به مصرف‌کننده نهایی تخصیص دهد. برای مثال، به جای پرداخت مبلغی به ازای هر سفر به «بیدود»، عوارض شهرداری را برای مصرف‌کننده دوچرخه سوار کاهش دهد یا مسیرهای دوچرخه‌سواری را بهبود دهد؛ و یا برای ترویج کتاب‌خوانی به جای تخصیص کاغذ به ناشر، بستری مانند «نمایشگاه مجازی کتاب تهران» ایجاد کند تا تخفیف کتاب و ارسال رایگان، مصرف‌کننده را به خرید کتاب ترغیب کند.

۴. ایجاد رقابت میان بخش خصوصی

جلوگیری از مونوپولی و ایجاد رقابت یکی از راه‌های اصلی برای بهبود کیفیت خدمات است. شهرداری هم باید برای بهبود خدمات در حوزه‌هایی که به بخش خصوصی واگذار شده از ابزار رقابت استفاده کند. برای مثال رقبایی برای «بیدود» دست‌وپا کند.

۵. نظارت بیشتر بر روی بخش خصوصی

با واگذاری کارها به بخش خصوصی، شهرداری باید نظارت خود را افزایش دهد. به عبارت دیگر، شهرداری باید اجرای فعالیت‌های فرهنگی را به بخش خصوصی واگذار کرده ولی شأن نظارت خود را حفظ و قوت بخشد. برای مثال برخی از فعالیت‌های فرهنگی که به بخش خصوصی واگذار شده است از جمله فعالیت‌هایی که در سرای محلات انجام می‌شود، پیمانکاری‌هایی که در سازمان فرهنگی هنری انجام شده است، یا فعالیت‌هایی همچون «بیدود» از نظر کیفیت ارائه خدمات نیاز به بهبود دارند. در حال حاضر، اجرای فعالیت‌های فرهنگی تمرکز مدیران فرهنگی را آن‌چنان‌که به خود جلب کرده است که شأن نظارت آنان، آن‌چنان‌که باید اجرا نمی‌شود.

۶. افزایش مشارکت با سایر سازمان‌های فرهنگی

مشارکت با سازمان‌های دیگر از جمله وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان صداوسیما، دانشگاه‌ها و مدارس، سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان بسیج مستضعفین، مرکز رسیدگی به امور مساجد، نهاد کتابخانه‌های عمومی و ... باعث افزایش هم‌افزایی،

افزایش اثربخشی فعالیت فرهنگی و کاهش هزینه‌ها می‌شود. یکی از دلایل آن، این است که در این هم‌افزایی می‌توان از امکانات سایر سازمان‌ها بهره جست. در بخش تجربیات موفق، در فصل ۳ پژوهش، چند تجربه موفق در این خصوص آمده است.

د) راهبردهای آموزش و توسعه منابع انسانی

۱. گفتمان‌سازی در خصوص اقتصاد فرهنگ

آنچه در پژوهش‌ها مشخص بود و به‌طور مدام توسط خبرگان مورد تأکید قرار می‌گرفت، عدم وجود دانش کافی، ذهنیت همسو و فرهنگ‌سازمانی حمایت‌کننده از اقتصاد فرهنگ بوده است. به نظر می‌رسد باید از ابزارهای گفتمان‌سازی و افزایش دانش در این خصوص استفاده کرد.

۱/۱. تولید کتاب

۲/۱. برگزاری نشست و همایش

۳/۱. تولید محتوا

موضوعات موردبررسی می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

- مدیریت فعالیت‌ها و کسب‌وکارهای فرهنگی
- مدیریت بازاریابی در کسب‌وکارهای فرهنگی
- مدیریت مالی در کسب‌وکارهای فرهنگی
- مدیریت منابع انسانی در کسب‌وکارهای فرهنگی
- داستان‌های موفقیت در کسب‌وکارهای فرهنگی؛ که در آن مسیر موفقیت فعالیت‌های فرهنگی که به سودآوری رسیده‌اند موردبررسی قرار خواهد گرفت. تولید محتوا در این خصوص از آن‌جهت اهمیت دارد که برخی مدیران این ذهنیت را دارند که فعالیت‌های فرهنگی نمی‌تواند سودآور باشد. در این زمینه نمونه‌های فراوانی از کسب‌وکارهای فرهنگی وجود دارد که چه در خارج از کشور و چه در داخل کشور به موفقیت رسیده‌اند. تدوین داستان موفقیت آن‌ها می‌تواند این ذهنیت را از بین ببرد.

از آن مهم‌تر، تدوین و تجربه‌نگاری فعالیت‌های فرهنگی سودآوری است که در درون شهرداری تهران انجام شده است. باید تجربه‌نگاری آن‌ها در اولویت باشد.

نمونه‌هایی همچون «کتاب مترو»، «گذر گردشگری سی تیر»، «کنسرت آنلاین در کرونا»، «نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر» و ...

۲. توسعه مدیریت منابع انسانی در راستای اقتصاد فرهنگ

در خصوص توسعه منابع انسانی به منظور بهبود اقتصاد فرهنگ اقدامات مختلفی می‌توان انجام داد:

۱/۲. آموزش منابع انسانی شهرداری در خصوص موضوعات مرتبط با اقتصاد فرهنگ

۲/۲. استخدام و جذب مدیران معتقد و متخصص در حوزه اقتصاد فرهنگ

۳/۲. اختصاص پاداش و جایزه به مدیرانی که از فعالیت‌های فرهنگی، درآمدزایی کنند

علتها

الف) ظرفیت صنایع فرهنگی و خلاق برای افزایش درآمدهای شهرداری

همان‌طور که در بخش راهبردها آمد، صنایع فرهنگی و خلاق ظرفیت‌ها و توان زیادی برای درآمدزایی شهرداری دارد. البته آنچه این درآمدها را به درآمدهای پایدار تبدیل می‌کند، شکل‌گیری کسب‌وکارهای فرهنگی برای حل مسائل فرهنگی شهر است؛ و این موضوع تحقق نمی‌یابد مگر با تحقق زیرساخت‌های سرمایه‌گذاری و جلب مشارکت در این بخش. سازوکارهایی همچون شتاب‌دهنده، سرمایه‌گذاری خطرپذیر و صندوق‌های سرمایه‌گذاری می‌تواند باعث شکل‌گیری این استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارها شود و در نهایت، سود حاصل از فعالیت آن کسب‌وکارها به یکی از منابع درآمدی پایدار شهرداری تبدیل خواهد شد.

خلاصه کلام اینکه افزایش درآمدهای شهرداری یکی از دلایل توجه به رونق اقتصاد فرهنگ است.

ب) ظرفیت صنایع فرهنگی و خلاق برای کاهش هزینه‌های اداره شهر

سودآوری حاصل دو عملیات است: افزایش درآمد یا کاهش هزینه و یا هر دو. برخی از کسب‌وکارها و فعالیت‌های فرهنگی اگرچه باعث افزایش درآمد نشود ولی می‌تواند باعث کاهش هزینه‌های فرهنگی شهرداری شود که نمونه‌هایی از آن در بخش راهبردها آمده است.

اقتصاد فرهنگ بر اساس رویکرد فرایندی به اقتصاد، به نمادهای ملموس فرهنگی توجه نموده و به دنبال افزایش بهره‌وری سرمایه ملموس فرهنگی با دانش اقتصاد است.

اقتصاد فرهنگ؛ نظیر اقتصاد سینما و اقتصاد رسانه، با توسل به روش‌های کمی موجود اقتصاد، به دنبال بهره‌وری و رشد خرده‌بخش‌ها و صنایع ملموس فرهنگی جامعه است. رشد و بهره‌وری این بخش‌ها موجب کاهش هزینه‌های زائد مالی و افزایش درآمد مالی این بخش‌ها در جهت پیشرفت اقتصادی جامعه خواهد شد.

تقویت بخش فرهنگ و سرمایه‌گذاری بر روی رفتار شهروندی از دو طریق باعث کاهش هزینه‌های مدیریت شهر می‌شود:

● تقویت احساس تعلق به شهر و افزایش مشارکت مردم منجر به گسترش فرهنگ مراقبت از شهر توسط شهروندان می‌شود. برای مثال شهروندی که به موزه‌ای در اطراف محل زندگی‌اش می‌رود یا کودکش را هر روز به پارکی در اطراف خانه‌اش می‌برد احساس تعلق بیشتری به شهر می‌کند و در نتیجه بیشتر از آن مراقبت می‌کند. مثلاً زباله‌اش را بر روی زمین نمی‌اندازد. آنچه در این تحقیق چه در مصاحبه‌ها و چه در بررسی‌های دیگر بارها مورد اشاره قرار گرفت، این بود که در حال حاضر شهر با هزینه بالایی اداره می‌شود. برای مثال هزینه‌های تمیزکردن شهر تهران بسیار بیشتر از این هزینه‌ها در شهرهای پیشرو در دنیا است. هر تغییر کوچک در فرهنگ شهروندی مانند رعایت تفکیک زباله - و جمع‌آوری زباله به صورت یک‌روز در میان - می‌تواند در کاهش هزینه‌های اداره شهر تأثیر بسیاری داشته باشد.

یکی از روش‌های افزایش بهره‌وری مدیریت شهری برون‌سپاری وظایف شهرداری به بخش خصوصی است. کاهش هزینه‌های انجام وظایف شهرداری از طریق محول کردن برخی از این فعالیت‌ها به بخش خصوصی (مانند پیدود و جاروب) امری است که همواره باید در اولویت مدیریت شهرداری باشد. بارها ثابت شده است که بخش خصوصی این فعالیت‌ها را به صورت بهره‌ورتر انجام می‌دهد؛ یعنی با کیفیت بیشتر و هزینه کمتر. از این رو، جذب سرمایه‌گذاران و تسهیل ورود اکوسیستم استارت‌آپی برای حل مسائل مدیریت شهری باید مورد توجه ویژه باشد.

ج) ظرفیت‌های شهرداری متناسب با رونق اقتصاد فرهنگ

کسب و کار خلاق برای تولد و رشد نیاز به چه چیزی دارد. مگر نه این است که عمده نیازهای آن شامل دسترسی به مخاطب، مکان جهت استقرار، منابع مالی و دانش مربوط به آن کسب و کار است. جالب است که شهرداری، حداقل دسترسی خوبی به

سه مورد اول دارد. شهرداری یکی از نهادهایی است که دسترسی بلاواسطه و زیادی با مخاطب دارد و حتی از نعمت سازه‌های تبلیغاتی متعدد بهره‌مند است. همچنین مکان‌های زیادی (مانند سرای محلات) دارد که می‌تواند آن‌ها را به فضایی برای استقرار کسب و کارها تبدیل کند. علاوه بر آن، منابع مالی قابل توجهی در اختیار دارد که می‌تواند در چارچوب صحیح در اختیار کسب و کارها و استارت‌آپ‌ها قرار گیرد. این در حالی است که شکل‌گیری کسب و کار در بسیاری از صنایع دیگر (مثلاً صنایع سنگین)، به ملزومات دیگری نیاز دارد که شهرداری در آن‌ها مزیت خاصی ندارد. خلاصه کلام اینکه ظرفیت‌ها و امکانات شهرداری با توسعه کسب و کارهای فرهنگی و اجتماعی تناسب بالایی دارد و این یکی از دلایل توجه به رونق اقتصاد فرهنگ است.

د) نوسانات بودجه‌ای در شهرداری تهران

بدیهی است، نوسانات بودجه‌ای یکی از تهدیداتی است که همواره مدیریت شهرداری‌ها را سخت می‌کند. شهرداری‌ها به‌منظور کاهش اثر این تهدید، به سمت ایجاد منابع درآمدی پایدار می‌روند که یکی از روش‌های آن، شکل‌گیری کسب و کارهای درآمدزا همچون «میادین میوه و تره‌بار» است که در حال حاضر، نمونه‌ای موفق محسوب می‌شود. همان‌طور که گفته شد، شهرداری تهران مزیت‌های زیادی در توسعه این کسب و کارها دارد و این، یکی از علل توجه به رونق اقتصاد فرهنگ است.

شرایط مداخله‌گر

یکی از بخش‌ها در مدل پارادایمی، شرایط مداخله‌گر است که ابعاد شرایط مداخله‌گر در مدل رونق اقتصاد فرهنگ در شهر تهران در ذیل آمده است.

بدیهی است همکاری با شهرداری تهران می‌تواند باعث رشد هر فعالیت فرهنگی شود. چراکه امکانات فراوان شهرداری تهران از جمله منابع مالی، دسترسی به مخاطب، تبلیغات محیطی، دارا بودن مکان‌های فیزیکی فراوان و... همکاری با شهرداری را برای هر کسب و کاری جذاب می‌کند.

الف / صنایع فرهنگی و خلاق به عنوان یک صنعت رشد ساز و اشتغالزا

ب / وجود تجربیات موفق در شکل گیری صنایع فرهنگی و خلاق سودآور

ج / علاقه بخش خصوصی و استارت‌آپ‌ها به همکاری با شهرداری تهران

د / پرداخت هزینه توسط مخاطب، عامل افزایش اثربخشی محصول فرهنگی

بارها تجربه نشان داده است که ارائه محصول رایگان فرهنگی به مخاطب، ارزش آن را در ذهن مخاطب کم کرده است و آن را به یک محصول بی ارزش تبدیل کرده است. یکی از عواملی که در بسیاری از مصاحبه‌ها مورد اشاره قرار گرفته است، این است که نباید به مخاطب محصول فرهنگی را به صورت رایگان ارائه داد.

ه / کرونا شرایط را سخت کرده ولی فرصت استفاده از فضای مجازی را فراهم کرده

یکی دیگر از عواملی که در بسیاری از مصاحبه‌ها مورد اشاره بوده است، همه گیری کرونا است که در وهله اول به عنوان یک تهدید تصور می شود. ولیکن در بسیاری از مصاحبه‌ها نیز به عنوان یک فرصت بوده است.

شرایط زمینه‌ای

الف) زیرساخت‌های مناسب شهرداری تهران برای رونق اقتصاد فرهنگ؛

ب) عدم وجود ذهنیت صحیح و دانش کافی در خصوص اقتصاد فرهنگ در میان مدیران شهرداری؛

ج) عدم تناسب قوانین، دستورالعمل‌ها و آئین‌نامه‌ها با رونق اقتصاد فرهنگ؛
د) کمک‌های شهرداری به فرهنگ؛ یک مسیر یک طرفه.

شهرداری کمک‌های گوناگونی به بخش فرهنگ اعم از فیلم و سینما، کتاب، رویدادهای فرهنگی و ... انجام می‌دهد که بسیاری از آن‌ها به عنوان یک تکلیف قانونی نیامده است؛ اما به نظر می‌رسد شهرداری متقابلاً در ازای این کمک‌ها می‌تواند خدماتی از بخش فرهنگ و هنرمندان دریافت کند که در دریافت کمک‌های متقابل سازوکاری نداشته و در نتیجه، موفق نبوده است.

شهرداری می‌تواند در ازای کمک‌هایی که به یک فیلم می‌کند، مطالبه کند که در آن فیلم یکی از خدمات شهرداری یا یکی از پیام‌های مهم در آن فیلم به شهروندان گوشزد شود (مثلاً این پیام که زباله بر روی زمین نیاندازیم). این پیام می‌تواند به صورت غیرمستقیم باشد و در بازاریابی به آن تبلیغات Product Placement می‌گویند.

راهبرد سازی بر اساس مدل SWOT

راهبرد یعنی تعیین جهت حرکت برای رسیدن به اهداف موردنظر برنامه‌ریزی راهبردی. بنابراین راهبردها باید با تحلیل محیط داخلی سازمان (نقاط قوت و ضعف) و تحلیل محیط خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) (در ذیل مأموریت و اهداف بلندمدت و در چارچوب سیاست‌های کلی تدوین گردد. در مدل SWOT فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی و نقاط قوت و ضعف درونی در قالب جدولی ماتریسی تهیه می‌گردد و سپس بر اساس ترکیب و تلفیق هر یک از عناصر فوق راهبرد مناسب انتخاب می‌شود.

تحلیل قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدات (SWOT)

تحلیل قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدات مبتنی بر مصاحبه با خبرگان، تحلیل محیط و ادبیات بدین ترتیب است.

الف) قوت‌ها

- برند «شهرداری تهران» به‌عنوان یک برند قابل اعتماد؛
- بودجه و منابع مالی؛
- نقاط تماس متعدد با مردم
- امکانات تبلیغاتی از جمله سازه‌های تبلیغات شهری؛
- امکانات لجستیک و عملیاتی؛
- مکان‌های فیزیکی متعدد از جمله سرای محلات، فرهنگسراها و ...؛
- الگوبرداری سایر شهرداری‌ها از شهرداری تهران؛
- وجود تجربیات موفق تجاری‌سازی فعالیت‌های فرهنگی در شهرداری.

ب) ضعف‌ها

- عمر کوتاه مدیریت مدیران فرهنگی در مقابل زمان موردنیاز برای اثربخشی فعالیت‌ها؛
- استفاده ضعیف از فضای مجازی برای فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی؛
- ورود شهرداری به عملیات اجرایی فعالیت‌های فرهنگی‌ای که بخش خصوصی در آن حضور دارد؛
- موازی‌کاری فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی؛
- عدم استفاده مطلوب شهرداری از کارشناسان خود؛

- نگاه علمی ضعیف و تصمیمات غیرکارشناسی؛
- ضعف در فرایند ارزیابی عملکرد (قبل، حین و بعد از اجرای برنامه‌ها)؛
- تخصص ناکافی مدیران فرهنگی در خصوص اقتصاد فرهنگ؛
- پاداش و جبران خدمات ضعیف از مدیران و کارکنان موفق؛
- اثربخشی پایین فعالیت‌های فرهنگی در مقایسه با بیگانگان.

ج) فرصت‌ها

- رشد بالای صنایع فرهنگی و خلاق در میان صنایع دنیا؛
- اشتغال‌زایی بالای صنایع فرهنگی و خلاق در میان صنایع دنیا؛
- امکان ورود بخش خصوصی و استارت‌آپ‌ها به حل مسائل فرهنگی شهرداری تهران؛
- اقبال شدید مردم به فضای مجازی؛
- امکان همکاری و مشارکت در برنامه‌ها با سایر سازمان‌های فرهنگی در کشور
- ازجمله وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان صداوسیما، دانشگاه‌ها و مدارس، سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان بسیج مستضعفین، مرکز رسیدگی به امور مساجد، نهاد کتابخانه‌های عمومی و ...؛
- نیروی کار جوان، تحصیل کرده و متخصص در کشور.

د) تهدیدات

- زمان‌بر بودن فرهنگ‌سازی و اثربخشی اقدامات فرهنگ‌ساز؛
- نوسانات بودجه‌ای شهرداری تهران؛
- گسترش بیماری کرونا و آینده مبهم همه‌گیری‌ها؛
- افزایش آسیب‌های اجتماعی؛
- فاصله گرفتن جوانان از فرهنگ ایرانی اسلامی و تغییر سبک زندگی و سلیقه آن‌ها؛
- نفوذ افراد، شبکه‌ها و محتوای ناسالم با گسترش فضای مجازی.

بر اساس عناصر ذکر شده در بالا، مدل SWOT به همراه راهبردهای رونق اقتصاد فرهنگ را می‌توان در قالب نمودار شماتیک شکل ۳ تصویر نمود. این مدل، حاصل جمع‌بندی قوت‌ها، فرصت‌ها، ضعف‌ها و تهدیدات و همچنین راهبردهای بسترسازی رونق اقتصاد فرهنگ، راهبردهای افزایش درآمد و کاهش هزینه‌ها، راهبردهای تسهیل‌گری و راهبردهای آموزش و توسعه منابع انسانی است.



شکل ۳. مدل SWOT به همراه راهبردهای رونق اقتصاد فرهنگ در شهرداری تهران

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

ORCID

Mohammad Mahdi Izadkhan <https://orcid.org/0009-0002-2472-3388>

Mohammad Asadi <https://orcid.org/0009-0001-3875-5965>

Meisam Mirzakanlari <https://orcid.org/0009-0003-2253-4441>

منابع و مأخذ

- الوانی، مهدی (۱۳۷۴). پژوهش کیفی. نشریه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۵(۲۰)، ۱۰-۱۶.
- ایزدخواه، محمدمهدی و خانی، سجاد و اسدی، محمد (۱۳۹۸). کودک و اسباب بازی ایرانی، تهران: مؤسسه پرورش فکری کودکان و نوجوانان
- برتون، البرات (۱۳۸۸). درآمدی بر اقتصاد فرهنگ از دیدگاهی آزادمنشانه مجموعه مقالات صنایع فرهنگی.
- پرجمی، داوود و درخشان، فاطمه (۱۴۰۱). سیاست پژوهی توسعه اقتصاد فرهنگ در ایران (بررسی موانع و ارائه راهکارهای سیاستی)، فصلنامه علمی مطالعات راهبردی فرهنگ، ۲(۴)، ۲۹-۷۶.
- <https://doi.org/10.22083/scsj.2023.393354.1103>
- پرجمی، داوود و درخشان، فاطمه (۱۳۹۸). بررسی تطبیقی رابطه توسعه اقتصاد فرهنگ و نظم در جامعه. فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، ۲۶(۸۶)، ۱-۴۰. <https://doi.org/10.22054/qjss.2020.44814.2132>
- پرجمی، داود و خدایاریان طهرانی، فائزه (۱۴۰۰). تفاوت نسلی و اقتصاد فرهنگ (مطالعه موردی شهر تهران)، ششمین کنفرانس بین المللی علوم انسانی، اجتماعی سبک زندگی. <https://civilica.com/doc/1251110>
- ترابسی، دیوید (۱۳۸۲). اقتصاد و فرهنگ، ترجمه کاظم فرهادی، تهران: نشر نی.
- جهانیان، منوچهر (۱۳۹۵). نقش دولت در توسعه اقتصاد گردشگری ایران با محوریت اقتصاد مقاومتی، فصلنامه گردشگری و توسعه، ۵(۳)، ۱۵۶-۱۷۷.
- داگلاس نورث، جان والیسی، باری وینگاست. (۱۳۸۵). چارچوب مفهومی برای تفسیر تاریخ مکتوب بشری. اقتصاد سیاسی تحول همه جانبه ۳-۹۲.
- ناظمی اردکانی، مهدی و صیادی، محمد (۱۳۹۳). بررسی وضعیت مؤلفه های اقتصاد فرهنگ در ایران: مقایسه تطبیقی با کشورهای منتخب دنیا و ارائه راهکارهای بهبود وضعیت اقتصاد فرهنگ در کشور. راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۴(۱۳)، ۱۹۱-۲۲۶.
- مسعودی نیا، زهرا و رشیدیپور، علی و ابراهیمزاده، رضا (۱۴۰۰). عوامل مؤثر بر رونق اقتصاد فرهنگ در ایران. راهبرد فرهنگ، ۱۴(۵۳)، ۷-۴۲.
- مسعودی نیا، زهرا و رشیدیپور، علی و ابراهیمزاده، رضا (۱۳۹۷). «راهبردهای مؤثر بر تقویت ساختار اقتصاد فرهنگ ایران»، راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۷(۲۷)، ۱۰۳-۱۳۸.
- مظاهری، محمدمهدی، رشیدیپور، علی (۱۳۹۱). اقتصاد فرهنگ (ارزش گذاری کالاها و خدمات فرهنگی و هنری). تهران: نشر ریسمان
- قاضی نوری، سیدسپهر و ملکی فر، سیاوش و قانع راد، محمدمامین و موسوی، آرش (۱۳۹۷). شناسایی و تحلیل رویکردهای موجود و مطلوب در صنایع فرهنگی کشور مبتنی بر دیدگاه ذینفعان، مطالعات راهبردی جهانی شدن، ۲۶(۱۷)، ۳۹-۱۷.
- عربشاهی کریزی، احمد و تقدیسی، مهرنوش (۱۳۹۷). گردشگری شهری و توسعه پایدار شهری: تحلیل و بررسی جایگاه، نقش و پیامدهای توسعه گردشگری شهری، جغرافیا و روابط انسانی ۱(۲)، ۳۹۷-۴۱۶.

هومن، حیدرعلی (۱۳۹۵). راهنمای عملی پژوهش کیفی، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

Alvani, M. Journal of Management Studies, 1998; 20. **[In Persian]**

Arabshahi, A & Taghdisi, M (2018). Urban tourism and sustainable urban development: analysis and investigation of the position, role and consequences of urban tourism, development, Journal of Geography and human resources. 1(2), 397-416, **[In Persian]**

Beijing Academy of Social Science. (2007). The Developmental Orientation of Beijing Cultural Creative Industry. Social Science of Beijing, 7(4), 19-22.

Breton, A. (1982). Introduction to an economics of culture: a liberal approach. In UNESCO, Cultural industries: a challenge for the future of culture.

Carr, J., & Servon, L. (2008). Vernacular Culture and Urban Economic Development: Thinking Outside the (Big) Box. Journal of the American Planning Association, 75(1), 28-40.

Cerisola S. Panzera E. Cultural and Creative Cities and Regional Economic Efficiency: Context Conditions as Catalysts of Cultural Vibrancy and Creative Economy. Sustainable 2022; 13(13): 1-23. <https://doi.org/10.3390/su13137150>

Chen, H. (2008). The Present Situation of Chinese Cultural Creative Industry Development and the Prospects. Economic Geography, 28(5), 728-33.

Dai, J., Wang, J., & Gao, Z. (2011). Comparative Study of Cultural Industry Policy between Beijing and other Important Cities in China. Social Science of Beijing, 5, 4-10.

Gao, H. (2010). Research on the Connotation of Policy Innovation in Chinese Cultural and Creative Industries. China Soft Science, 6, 80-86.

Ghazi Nouri, S; Maleki Far, S; Ghaneie Rad, M; Mousavi, A. Identifying and Analyzing the Existing and Desirable Approaches in the Cultural Industries of the Country Based on the Views of the Stakeholders, Journal of Strategic Studies of Public Policy, 2018; 26: 17-39. **[In Persian]**

Guetzkow, J. (2002). How the Arts Impact Communities. Working Paper Series 20. Princeton University Centre for Arts and Cultural Policy Studies. Retrieved June 20, 2020, from <https://www.issuelab.org/resources/9753/9753.pdf>

Hall, P. (1999). The future of cities. *Comput. Environ. Urban Syst.*, 23, 173-185.

Hall, P. (2000). Creative cities and economic development. *Urban Stud.*, 37, 639-649.

Hooman, H. A Practical Guide to Qualitative Research, Samt Publication, Tehran, 2015, **[In Persian]**

Horban, Yurii and others (2021). Human Capital as a Development Factor for Cultural and Creative Industries. International Journal of Computer Science and Network Security, VOL.21 No.12:604- 610.

Howkins, J. (2001). The Creative Economy, How People Make Money from Ideas. London: Penguin Group.

- Izadkhan, M; Khani, S; Asadi, M. Iranian Child and Toy, Tehran, Institute for the Intellectual Development of Children and Young Adults, 2019. **[In Persian]**
- Jahanian, M. (2016). The role of government in the development of Iran's tourism economy with a focus on the resistance economy. *Quarterly Journal of Tourism and Development*, 5 (9), 156-177. **[In Persian]**
- Kim, Milim (2011). The Role of the Government in Cultural Industry: Some Observations, From Korea's Experience, *Keio Communication Review*, No. 33: 1-23.
- Kong, L. (2014). From Cultural Industries to Creative Industries and Back? Towards Clarifying Theory and Rethinking Policy. *Inter-Asia Cultural Studies*, 15(4), 593-607.
- Kong, L., Gibson, L., & Semple, A. (2006). Knowledges of the Creative Economy: Towards a Relational Geography of Diffusion and Adaptation in Asia. *Asia Pacific Viewpoint*, 47(2), 173-94.
- Li, Liqin (2017). Analysis on the Competitive Factors of Cultural Industry in Shaanxi Province, *Advances in Social Science. Education and Humanities Research*. No. 119: 885- 891.
- Liang, S., & Wang, Q. (2020). Cultural and Creative Industries and Urban (Re)Development in China. *Journal of Planning Literature*, 35(1), 54-70. <https://doi.org/10.1177/0885412219898290>
- Lister, D. (1991). The Transformation of a City: Birmingham. In M. Fisher, U. Owen, & Eds, *Whose Cities?* Harmondsworth, UK: Penguin.
- Liu, Y.-Y., & Chiu, Y.-H. (2017). Evaluation of the Policy of the Creative Industry for Urban Development. *Sustainability*, 9(6), 1009. <https://doi.org/10.3390/su9061009>
- Markusen, A., & Schrock, G. (2006). The Artistic Dividend: Urban Artistic Specialisation and Economic Development Implications. *Urban Studies*, 43(10), 1661-86
- Masoudinia, Z., Rashid pur, A & Ebrahimzadeh, R (2018). Effective strategies on strengthening the structure of Iran's cultural economy. *Social and cultural strategy magazine* No27:103-138 <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22517081.1397.7.2.4.5> **[In Persian]**.
- Masoudnia, Z., Rashidpoor, A & Ebrahimzadeh, R (2021). Factors affecting the prosperity of culture economy in Iran. 53, 7-42, <https://doi.org/10.22034/jsfc.2021.130379> **[In Persian]**
- Mazaheri, M; Rashid Pour, A; *Economy of Culture: Valuation of Cultural Goods and Services*, Tehran, Risman Publication, 2014, **[In Persian]**
- Mintzberg, Henry (2011). *Managing*, Financial Times. Prentice Hall
- Nakagawa, S. (2010). Socially Inclusive Cultural Policy and Artsbased Urban Community Regeneration. *Cities*, 27(S), 16-24.
- National Bureau of Statistics in China. (2018). Classification of Cultural Industry and Cultural-Related Industries. Retrieved May 18, 2020, from http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjbz/201805/t20180509_1598314.html

- Nazemi ardakani, M & Sayyadi, M (2014). Investigating the status of cultural economy components in Iran; Comparative comparison with selected countries of the world and providing solutions to improve the state of culture economy in the country, Journal of "Rahbord -E- Ejtemaei Farhangi". 13-191, [In Persian]
- North, Douglass C., John Joseph Wallis, and Barry R. Weingast. "A conceptual framework for understanding recorded human History." NBER Working Paper 12795 (2006).
- Parchami, D. & Derakhshan, F (2019). A comparative study of the relationship between the development of economy, culture and order in society, Quarterly Journal of Social Sciences Allameh Tabataba'i University. 86(26), 1-40. <https://doi.org/10.22054/qjss.2020.44814.2132> [In Persian]
- Parchami, D. & Derakhshan, F. (2023). Policy research on the development of culture economy in Iran (Examining obstacles and providing policy solutions), Quarterly of - Strategic Studies of Culture, 4(2), 29-75. <https://doi.org/10.22083/scsj.2023.393354.1103> [In Persian]
- Parchami, D. & Kodayarian Tehrani, F (2021). Generational difference and economy of culture (case study of Tehran city), 6th International Conference on Humanities, Social and Lifestyle Sciences. <https://civilica.com/doc/1251110> [In Persian].
- Pourzakarya M. Fadaei Nezhad Bahramjerdi S (2023). Reviewing the role of cultural and creative industries in developing an urban cultural policy platform in Rasht city, Iran. Journal of Place Management and Development; 16(2): 145-162. <https://doi.org/10.1108/>
- Statistical Bureau of Beijing. (2015). Annual Statistical Book in Beijing. Beijing, China: China Statistical Press.
- Statistical Bureau of Guangzhou. (2017). 2012 Annual Statistical Book in Shanghai. Beijing, China: China Statistical Press.
- Statistical Bureau of Shanghai. (2012). 2012 Annual Statistical Book in Shanghai. Beijing, China: China Statistical Press.
- Statistical Bureau of Shenzhen. (2017). 2012 Annual Statistical Book in Shanghai. Beijing, China: China Statistical Press.
- The Cultural Economy - UNESCO's Framework for Cultural Statistics. 2009. p 24
- The Danish Government;. (2013). Denmark at Work, Plan for Growth in the Creative Industries Design. LIWEF, The Global Competitiveness Report 2013-2014. Klaus Schwab, World Economic Forum.
- Throsby, D. (2000). Economics and Culture. Cambridge University Press.
- UNESCO World Heritage Centre (2020): <https://whc.unesco.org/en/list/stat/>
- UNESCO. (2012). *Measuring the economic contribution of cultural industries*.
- Wang, L., Wu, Z., & Qiu, S. (2016). Creative Community Planning in the context of Urban Regeneration: Based on a Study on Spatial Demand of Creative Class and Residents. Urban Planning Forum, 230(04), 54-61.

Whitt, J. (1987). Mozart in the metropolis: The arts coalition and the urban growth machine. *Urban Affairs Review*, 23, 15-36.

Ye, L. (2012). The Annual Development Report of Chinese Cultural and Creative Industry

Zhang, Q. (2013). City's Cultural and Creative Industry in China: Status, Distribution, and Development Strategy. *Progress in Geography*, 32(08), 1227-36.

Zhong, Y., & Liu, D. (2012). The Qualitative Analysis of the Benefits from the Cultural and Creative Industry Agglomeration: A Case Study of Guangzhou. *Urban Problems*, 9, 97-100.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

