

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

روشی برای ارزیابی فرهنگی (پیوست‌نگاری فرهنگی) طرح‌های اقتصادی

تهیه و تدوین:

دکتر اعظم میرزمانی

(عضو هیأت علمی دانشگاه تهران)

سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی

۱۳۹۶

سرشناسه	میرزمانی، اعظم، ۱۳۵۳.
عنوان و نام پدیدآور	روشی برای ارزیابی فرهنگی (پیوست‌نگاری فرهنگی) طرح‌های اقتصادی / تهیه و تدوین: میرزمانی
مشخصات نشر	تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	۶۴ ص: مصور، جدول.
شابک	۷-۰۳۴-۴۶۰-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	کتابنامه: ص. [۵۹]-۶۰.
مجموعه	طرح‌های عمرانی - جنبه‌های اجتماعی - ارزشیابی
موضوع	Economic development projects- Social aspects- Evaluation
موضوع	ارزشیابی طرح‌ها (Social action programs) Evaluztion research
موضوع	علوم اجتماعی - روش‌شناسی Social sciences- Methodology
موضوع	توسعه اجتماعی - ارزشیابی Community development- Evaluation
شناسه افزوده	سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی
رده‌بندی کنگره	HD ۷۵/۹/۱۹
رده‌بندی دیویی	۳۸/۹
شماره کتابشناسی ملی	۴۷۸۰۰۰

روشی برای ارزیابی فرهنگی (پیوست‌نگاری فرهنگی) طرح‌های اقتصادی

تهیه و تدوین: اعظم میرزمانی

ناشر: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی

چاپ: اول، ۱۳۹۶

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۴۰۰۰ تومان

شابک: ۷-۰۳۴-۴۶۰-۶۰۰-۹۷۸

این اثر، مشمول قانون حمایت مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است و به‌طور کامل با قسمتی از این اثر را بدون اجازه مؤلف (ناشر) نشر یا پخش یا عرضه نماید مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.



سازمان انتشارات

نشانی سازمان انتشارات: تهران - خیابان انقلاب اسلامی - خیابان فخررازی - خیابان شهدای ژاندارمری - پلاک ۷۲، تلفن: ۶۶۹۵۲۹۴۸

مرکز پخش:

خیابان انقلاب - بین فلسطین و چهارراه ولیعصر - جنب مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران - تلفن: ۶۶۴۸۷۶۲۵-۶

پایگاه اطلاع‌رسانی: www.isba.ir | پست الکترونیکی: info@isba.ir | فروشگاه اینترنتی: www.Jdbookfair.com

فهرست

صفحه

عنوان

۵	پیشگفتار
۱۱	فصل اول: تمهیدات پیوست‌نگاری فرهنگی
۱۱	۱- اهداف پیوست‌نگاری فرهنگی
۱۱	۲- توصیف طرح اقتصادی
۱۲	۳- روش‌شناسی
۱۳	۳-۱- گردآوری داده
۱۸	۳-۲- تحلیل داده
۱۹	۳-۳- یادگیری از دیگران
۲۰	۴- شناسایی ذی‌حقان کلیدی و تشکیل شبکه خبرگانی
۲۳	فصل دوم: گزارش مسائل کلیدی ناشی از طرح‌های پیشنهادی
۲۵	فصل سوم: دامنه‌یابی
۲۶	۱- مطالعه مشخصات جمعیتی جامعه هدف
۲۶	۲- متغیرهای فرهنگی جامعه هدف
۲۷	۳- آرمان‌ها و مسائل فعلی جامعه هدف
۲۸	۴- دیدگاه‌های جامعه درباره آثار بالقوه طرح و عوامل تغییر احساسات آنها
۲۹	۵- اثر طرح اقتصادی بر مهم‌ترین ارزش و هنجار جامعه هدف
۳۰	۶- تدقیق اهداف پیوست‌نگاری فرهنگی برای طرح اقتصادی مورد بررسی
۳۱	۷- خلاصه یافته‌ها
۳۳	فصل چهارم: ارزیابی آثار فرهنگی متقابل میان متغیرهای فرهنگی و طرح اقتصادی ...
۳۳	۱- مطالعه و بررسی داده‌های کلیدی محیطی و مذهبی مرتبط با تعیین اثر فرهنگی طرح
۳۴	۲- بررسی اثر طرح بر متغیرهای فرهنگی

۳- اثر بر وضعیت عدالت.....	۳۵
۴- پیش‌بینی آینده.....	۳۶
۴-۱- روش‌های نگاه به آینده.....	۳۷
۵- اثر مولفه‌های فرهنگی بر طرح اقتصادی.....	۴۷
۶- نتایج و خلاصه یافته‌ها.....	۴۷
فصل پنجم: تعیین تعهدات طرح.....	۴۹
۱- اولویت‌بندی آثار.....	۴۹
۲- گردآوری ایده‌های جامعه در مورد صیانت از فرهنگ.....	۵۲
۳- تومیه راهکار برای مدیریت آثار فرهنگی.....	۵۳
۴- نتایج و خلاصه یافته‌ها.....	۵۴
فصل ششم: تنظیم برنامه نظارت.....	۵۵
۱- ارزیابی فراگرد پیوست‌نگاری.....	۵۶
۲- ارزیابی میزان بان‌بندی طرح اقتصادی به تعهدات.....	۵۶
۳- ارزیابی میزان اثربخشی توصیه‌های پیشنهادی.....	۵۷
منابع.....	۵۹
پیوست ۱: ابعاد و جنبه‌های ارزیابی آثار فرهنگی.....	۶۱
سطح فردی و خانوادگی.....	۶۱
جامعه و سطح نهادی.....	۶۲
پیوست ۲: ابزارهای تحلیل پیامدهای فرهنگی طرح‌های اقتصادی.....	۶۳

پیشگفتار

رابطه میان فرهنگ و اقتصاد، رابطه‌ای پیچیده و متقابل است. اقتصاد، مصنوع باورها و ارزشهای فرهنگی بوده، از پتانسیل تغییر آنها برخوردار است. فرهنگ واژه‌ای پیچیده و مبهم است که در معانی گوناگونی به کار می‌رود. با این حال در یک دسته‌بندی کلی می‌توان گفت که این واژه معمولاً در مباحث سیاسی، مفهوم "هنر" و در مباحث مردم‌شناسانه در مفهوم "شیوه زندگی" به کار می‌رود (Mulcahy, 2006, 281-285).

از دیدگاه مردم‌شناسانه، فرهنگ مجموعه پیچیده‌ای از معارف، معتقدات، هنرها، صنایع، فنون، اخلاق، قوانین، سنن و یادواره تمام ادات و ضوابط است (روح الامینی ۱۳۹۰، ۱۷-۱۸)؛ مجموعه‌ای که در سه سطح مصنوعات، ارزشها و باورها قرار گرفته‌اند. مصنوعات، سطح نمایان و قابل مشاهده و ارزشها و باورها سطوح غیرقابل مشاهده هستند. فرهنگ همانند کوه یخی است که در آب قرار دارد. مصنوعات فرهنگ، بخشی از آن بره است که بیرون از آب مانده و نمایان است. ارزشها زیر سطح آب قرار گرفته و تا حدی نمایان است. و باورها و مفروضات در اعماق آب جای گرفته و غیرقابل مشاهده است (شاین ۱۳۸۳، ۵۰-۲۱).

فرهنگ، در تعامل میان این سطوح سه گانه شکل می‌گیرد. باورها، جوهره فرهنگ را تشکیل داده، به صورت ارزشها و هنجارهای رفتاری مورد قبول اعضای هر فرهنگ نمود خارجی می‌یابند. ارزشها، بر تصمیمها و دیگر اقدامهای اعضای فرهنگ تأثیر گذارند، موجب تشویق فعالیت‌هایی می‌شوند که مصنوعات و سطح ظاهری فرهنگ را تولید می‌کنند. اما این پایان داستان نیست. همانطور که ارزشها و پیش‌فرضها به صورت مصنوعات تجلی می‌یابند، نفس و احساسات نیز می‌تواند ارزشها و باورها را متأثر کند. طبیعت تعاملات دو طرفه مصنوعات، مفروضات و ارزشها به گونه‌ای است که تغییر در یکی از آنها موجب تغییر در سایرین می‌شود.

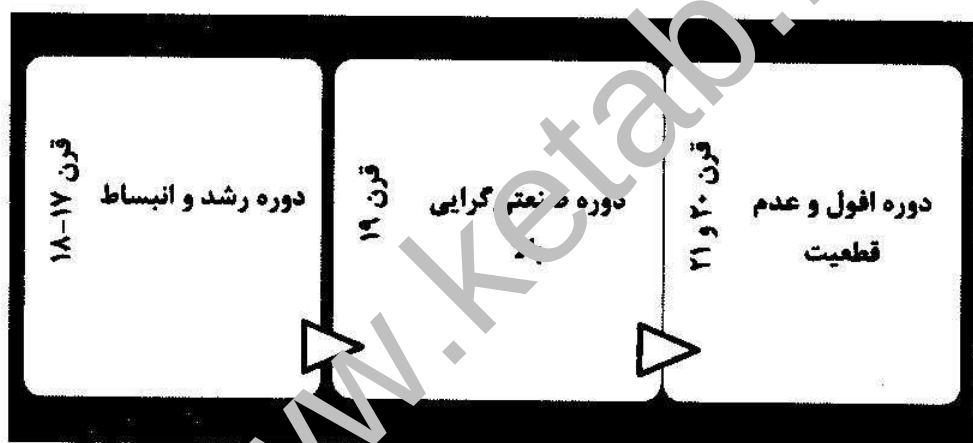
به عنوان نمونه اگر مصنوعات فرهنگی به قسمی تفسیر شوند که مؤید باورهای یک فرهنگ باشند، آنها حفظ شده، تقویت می‌شوند. ولی اگر نفی کننده آنها باشند، باورها به چالش کشیده می‌شوند. به چالش کشیدن باورها و مفروضات، امکان تغییر آنها و به تبع آن، سایر سطوح فرهنگ را فراهم می‌کند. (ر.ک پورعزت ۱۳۸۷، ۳۷۰-۴۲۰)

تغییر و تحول فرهنگ پدیده‌ای طبیعی و مداوم است. فرهنگ، در پاسخ به دگرگونیهای محیط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و تکنولوژیکی تغییر می‌کند و به نوبه خود، محیط را تغییر می‌دهد. با تأمل بر آنکه این تغییرات، کند و بطئی بوده، سالها به طول می‌انجامد. یکی از بهترین شواهد این امر، چرخه دگرگونی‌های فرهنگی - اقتصادی غرب از رنسانس تا کنون است. دگرگونیهای فرهنگی، انقلاب صنعتی را در غرب آسان کرد؛ انقلابی که جریانی از تغییرات فرهنگی را با خود آورد و به فرهنگ‌های مغرب زمین شکل نوینی بخشید. همچنین در طول دهه‌های بعد از جنگ جهانی دوم، توسعه اقتصادی و افزایش درآمد سرانه جوامع پیشرفته صنعتی، منجر به تغییرات تدریجی در ارزشهای اصلی و رایج درباره سیاست، کار، مذهب، خانواده شد. (ر.ک اینگلهارت، ۱۳۷۳)

ماهیت متغیر فرهنگ و رابطه تنگاتنگ آن با سایر تحولات محیطی، ضرورت توجه به عنصر آگاهی و اختیار در تحول فرهنگی را مطرح می‌کند. اعضای هر فرهنگ حق دارند از تغییرات فرهنگی آگاه شوند و بر کنش آزادی آن را پذیرفته یا رد کنند. این درحالی است که امروزه اکثر تحولات اقتصادی، سیاسی، تکنولوژیکی، به شیوه‌ای پنهان و ناملموس تغییرات فرهنگی را بر جوامع تحمیل می‌کنند. فرهنگ‌ها و فرهنگ‌های جهان، با حجم عظیمی از مصنوعات نرم و سخت اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی مواجه‌اند. هر یک از این مصنوعات، تغییرات کوچک و بزرگی را در محیط خود ایجاد کرده، بافتار را برای تحول فرهنگی را فراهم می‌کنند. حال سؤال اینجاست که آیا اگر اعضای هر فرهنگ از نقش برجسته این مصنوعات در تحول فرهنگ آگاه بودند، باز هم حاضر به پذیرش منفعلانه این مصنوعات و تغییرات فرهنگی حاصل از آنها می‌شدند؟ و یا اینکه فعالانه و با استفاده از ملاک‌ها و معیارهای مناسب، دست به گزینش زده، برخی از مصنوعات را پذیرفته و برخی را رد می‌کردند. این سؤال، یکی از مهم‌ترین سؤال‌های پیش‌روی انسانها و جوامع در قرن بیست و یکم است؛ قرنی که چرخه عبور از آموزش و تغییر و تحولات فرهنگی - اقتصادی جوامع غربی را در پیش‌رو دارد.

تا پیش از این و به مدت دو تا سه قرن، جهان غرب تصور می‌کرد که تغییر بویژه در امور اقتصادی و تکنولوژیکی گامی به سوی تکامل، پیشرفت و توسعه است؛ پیشرفتی که فرهنگ مدرن و سیستم صنعتی برخاسته از آن، طلایه‌دار آنند. فرهنگ مدرن در آغاز پیدایش خود بخش بزرگی از آنچه را که اغلب فرهنگ‌های روی زمین ارزشمند می‌پنداشتند، به کنار انداخت. سپس با شعار اطمینان به حال و خوش‌بینی به آینده، بر ابداع، اختراع، کشف و به کارگیری متمرکز شد. چراکه باور داشت فراگرد طولانی و مداوم رشد و انبساط اقتصادی و تکنولوژیکی منجر به یک نوع آتوپیا یا بهشت زمینی خواهد شد؛ جایی که همه افراد آن چاق، خوشحال و در آسایش‌اند. اما در دهه‌های اول قرن بیستم، آتوپیا به دیس‌توپیا حرکت کرد. جنگ‌های جهانی و بویژه افتادن اولین بمب اتمی

در ۱۹۴۵، فرهنگ مدرن و سیستم صنعتی را به چالش کشیدم، ادبیات دیس-توپیا را تولید کرد. امروزه بسیاری از اندیشمندان غربی باور دارند که برخی از وجوه و ابعاد کلیدی فرهنگ غرب معیوب است و نیاز به جایگزینی دارد. جهان‌بینی صنعتی غرب شامل تعدادی مفروضات معیوب و غیر مفید است که مانع پاسخ‌های مفید می‌شوند. صنعتی‌سازی از ابتدا ناقص بوده اما دو قرن یا بیشتر، چنان خوب کار کرد که نواقص آن مورد غفلت واقع شد و پنهان ماند. تمرکز بر ابداع، اختراع و تغییر موجب غفلت از تصویر بزرگتر شد؛ غفلت از اینکه مجموعه این اختراعات و آثار آنها، چه آینده‌ای را برای بشر خلق خواهد کرد. این اندیشمندان نتیجه می‌گیرند که جوامع صنعتی وارد پرچالش‌ترین و ناامیدارترین دوره تاریخی خود شده‌اند و مجموعه تغییرات جهانی موجود به سوی یک آینده ویلن حرکت می‌کند. (رک. Slaughter, 1995: 5-20; 21-28; 29-42; 94-112)



195: 94 Adapted by: Slaughter,

تجربه بسیار ارزنده غرب در سده‌های اخیر، بیش و پیش از هر چیز بدل معناست که هر تغییری، الزاما مطلوب نبوده، به معنای پیشرفت و تکامل نیست. از این‌رو در جامعه با هر تغییر اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و هنری، اولین و مهم‌ترین سؤال، سؤال از مطلوبیت تغییر و آینده‌ای است که در اثر آن تغییر پدید خواهد آمد. سؤالی که اعضای هر فرهنگ می‌توانند بر اساس نیازها و در چارچوب جهان‌بینی مطلوب خود بدان پاسخ گویند.

این مهم مدتهاست که مورد توجه اندیشمندان ایران بویژه مقام معظم رهبری قرار گرفته است. مقام معظم رهبری، آیت‌الله العظمی خامنه‌ای (مد‌الذله‌العالی) فرهنگ را شامل ادبیات، هنر، علم، عادات، اخلاق و سنن موجود در جامعه و خصلت‌های ملی دانسته، تصریح می‌کنند که فرهنگ، به

عرصه‌های متعارف فرهنگی یعنی علم و هنر منحصر نمی‌شود بلکه تمام عرصه‌های جامعه را در بر می‌گیرد. فرهنگ، ذهنیت‌های حاکم بر وجود انسان است؛ ذهنیات و عقایدی که در عرصه‌های علمی، اقتصادی و اجتماعی بر رفتارهای فردی و جمعی انسان حاکم است. (رک میرزمانی و همکاران، ۱۳۹۰) معظم‌له تاکید دارند که "کالاها و ابزارهای صنعتی ... هر کدام حامل فرهنگی هستند. مصنوعات موجود دنیا هم، هر کدام با خود بخشی از فرهنگ را وارد کشور می‌کند" (دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۳). و اصرار دارند که "طرح‌های گوناگونی که در کشور تنظیم می‌شود، ... طرح‌های اقتصادی، طرح‌های پولی و مالی، طرح‌های عمرانی حتماً یک پیوست فرهنگی داشته باشد" (همان).

پیوست فرهنگی، ابزاری است که می‌کوشد با فهم رابطه میان فرهنگ و سایر زیرنظام‌ها از جمله اقتصاد، آن را به‌یاد آورد. به تعبیر دیگر درصدد است تا «نتایج هر نوع اقدام عمومی یا خصوصی را بر جدیت انسانی مورد بررسی قرار دهد؛ اقدامی که می‌تواند آداب، رسوم، اعتقادات، باورها، ارزشها، هنجارها، سبک زندگی و به طور کلی نحوه ارتباط آنها با خود، خدا، خانواده، دیگران و طبیعت را تحت تاثیر قرار دهد». فرس، محوری پیوست‌نگاری فرهنگی برای طرح‌های اقتصادی آن است که رابطه میان اقتصاد و فرهنگ، رابطه پیچیده و متقابل است. از یک سو، هر اقدام یا فعالیت اقتصادی، می‌تواند روش زندگی را، نحوه ارتباط و نقش افراد و اعضای جامعه را تغییر دهد. از سوی دیگر، فرهنگ و مولفه‌های فرهنگی با تاثیر بر طرح‌های اقتصادی، اجرا، بهره‌وری و کارآمدی آنها را تحت تاثیر قرار می‌دهند. با این فرض، است که پیوست‌نگار می‌کوشد تا پیش از آغاز طرح و با استفاده از پیشنهاد اولیه آن، بر فراگرد تصمیم‌گیری و اجرای آن تاثیر گذارد؛ تاثیری که ماحصل آن، صیانت از فرهنگ جامعه هدف و بهره‌گیری از دستاوردهای فرهنگی آن جامعه در اجرای موفقیت‌آمیز آن طرح‌هاست.

سابقه تاریخی تهیه پیوست فرهنگی در جهان به سومین همایش سالانه که بین‌المللی تنوع فرهنگی در سال ۲۰۰۲ باز می‌گردد. مهم‌ترین هدف از انجام این پیوست، حفاظت از تنوع فرهنگی در جهان است (کلهر، ۱۳۹۲). در ایران، پیوست فرهنگی ابزاری برای صیانت از اصول اعتقادی و ارزشهای اجتماعی نظام مقدس اسلامی و اجرای مصوبات شورا بویژه سند مهندسی فرهنگی است (دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۳). مهندسی فرهنگی، در جامعه اسلامی ایران فراگرد "هدایت تبلور باورها و ارزشهای اسلامی در مصنوعات جامعه است به قسمی که تمامی مصنوعات و نهادهای جامعه تجلی‌بخش ارزشها و باورهای اسلامی باشند" (میرزمانی، ۱۳۹۳). بر این اساس،

پیوست فرهنگی، ابزاری است که تناسب میان مصنوعات با باورها و ارزشها را بررسی نموده، حداکثر می‌کند.

پیوست‌نگاری فرهنگی برای طرح‌های اقتصادی فراگردی پیچیده و چند مرحله‌ای است. این نوشتار تلاش می‌کند تا این فراگرد پیچیده را کاملاً ساده‌سازی کرده، به تصویر کشد. با تأمل بر آنکه اولاً، فهم کامل فرهنگ و مدیریت رابطه آن با سایر زیرنظام‌ها از جمله زیرنظام اقتصادی، فراگردی بسیار پیچیده و دشوار است. از این‌رو هرگونه اقدام عملی برای مطالعه، بررسی و مدیریت این رابطه، ناگزیر از ساده‌سازی، پذیرش محدودیت‌های زمانی و شناختی پیوست‌نگار و اکتفا به یافته‌های قابل دسترسی است. دوماً، روش پیشنهادی در این نوشتار، یکی از روش‌های گوناگونی است که می‌توان از پیوست‌نگاری فرهنگی از آن استفاده کرد.

فصل اول از این نوشتار به بررسی تمهیدات فراگرد پیوست‌نگاری می‌پردازد. شناسایی اهداف، جایگاه و روش‌شناسی پیوست‌نگاری فرهنگی و آشنایی با طرح اقتصادی مورد مطالعه از جمله این تمهیدات است. با تأمل بر آنکه پیوست‌نگاری برای طرح‌های اقتصادی، فراگردی بین‌رشته‌ای بوده، مستلزم همکاری و مشارکت مردم و اندیشمندان عرصه‌های گوناگون اجتماع است. از این‌رو پیش از هر اقدامی برای پیوست‌نگاری فرهنگی، باید طیفی از ذی‌حقان و اندیشمندان گوناگون را شناسایی کرده، برنامه‌ای برای مشارکت آنها در فراگرد پیوست‌نگاری تهیه کرد. فصل دوم، به بررسی مسائل فرهنگی ناشی از طرح‌های پیشین اختصاص دارد. فرآیند پیوست‌نگاری فرهنگی با بررسی مسائل و آثار فرهنگی پدیده آمده از طرح‌های اقتصادی پیشین آغاز می‌شود؛ طرح‌هایی که مشابه طرح مورد مطالعه بوده، قبلاً در این جامعه هدف یا جوامع هدف قرار گرفته‌اند. فصل سوم، به دامن‌یابی می‌پردازد. دامن‌یابی فراگردی است که طی آن جامعه هدف و متغیرهای فرهنگی مرتبط شناسایی شده، آثار و تبعات طرح بر آن متغیرها پیش‌بینی می‌شود. فصل چهارم، ارزیابی آثار فرهنگی متقابل میان متغیرهای فرهنگی و طرح اقتصادی اختصاص دارد. در این بخش آثار احتمالی طرح اقتصادی مورد نظر بر متغیرهای فرهنگی و آثار متغیرهای فرهنگی بر طرح، پیش‌بینی و تحلیل می‌شود. در فصل پنجم، راه‌کارهایی برای استفاده از فرصت‌های فرهنگی برای اجرای طرح اقتصادی و از بین بردن یا کاهش تهدیدات فرهنگی ناشی از طرح ارائه می‌شود. برای این منظور، ابتدا باید گزینه‌های جدید یا توصیه‌هایی برای تغییر در گزینه‌های موجود ارائه شده، آثار آنها برآورد شود. سپس، برنامه‌ای برای بهره‌گیری از فرصت‌های فرهنگی و اجتناب، کاهش^۱ یا جبران آثار مضر طرح اقتصادی بر متغیرهای فرهنگی و اولویت‌بندی آنها ارائه شود. و در فصل ششم، شرایط و الزامات نظارت و ارزیابی مورد بررسی قرار می‌گیرد. (جدول ۱)