

## یکپارچه‌سازی شاخص‌های خط‌مشی‌گذاری فرهنگی کلان‌شهرها

آلما فرامرزی\*، سنجر سلاجقه\*\*، سعید صیادی\*\*\*

### چکیده

هدف این مقاله طراحی مدل یکپارچه شاخص‌های خط‌مشی‌گذاری فرهنگی در شهرداری‌های کلان‌شهرهای جمهوری اسلامی ایران است. روش‌شناسی پژوهش ترکیبی است و از طریق تحلیل تفسیری - ساختاری (ISM) به دنبال طراحی مدلی مبتنی بر دسته‌بندی و تفکیک متغیر مرتبط با خط‌مشی فرهنگی در شهرداری‌های تهران، اصفهان و شیراز است. بخش کیفی مبتنی بر شناسایی عوامل مرتبط با خط‌مشی فرهنگی از طریق بررسی مبانی نظری و انجام تحلیل مضمون با مشارکت ۲۱ متخصص اعضای پانل است؛ و بخش کمی از طریق تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به مدل‌سازی ساختاری و تفسیری می‌پردازد. در این بخش ۱۵ نفر از مدیران ارشد شهرداری‌های تهران، اصفهان و شیراز شرکت کردند. بر اساس نتایج پژوهش، اساسی‌ترین عوامل عبارت‌اند از: تبیین خط‌مشی فرهنگی، هویت دینی، هویت انقلابی و تعاملات فرهنگی؛ که این عوامل شاخص‌های تقویت هویت فرهنگی شهروندان و مدیریت تغییرات فرهنگی در نتایج تحلیل مضمون هستند. همچنین در بالاترین سطح و کم‌اثرترین عامل بر تبیین خط‌مشی فرهنگی، عوامل سلامت شهری، اخلاق و رفتار شهروندی، شبه عرفان و قوانین سازنده از شاخص‌های بهبود سبک زندگی و مدیریت تغییرات فرهنگی هستند.

**کلیدواژه‌ها:** خط‌مشی‌گذاری؛ خط‌مشی فرهنگی؛ شهرداری‌های کلان‌شهر؛ ISM.

---

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۷/۱۴، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۱۲/۲۳.

\* دانشجوی دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان.

\*\* استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان (نویسنده مسئول).

Email: s.salajeghe@iauk.ac.ir

\*\*\* استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان.

## ۱. مقدمه

امروزه اهمیت فرهنگ بر همگان روشن است و بیشتر اندیشمندان اجتماعی به تأثیر آن بر سایر جنبه‌های زندگی بشر توجه کرده‌اند. حتی در دوره‌های اخیر، در میان اندیشمندان مارکسیست نیز تمایل زیادی به پذیرش اهمیت فرهنگ مشاهده می‌شود. بی‌تردید، لازمه بقا و پویایی نظام سیاسی - اجتماعی، توجه به فرهنگ، سیاست‌گذاری فرهنگی و هویت فرهنگی - تاریخی است که عمیق‌ترین لایه نظام اجتماعی در تحولات و رفتارهای اجتماعی هستند. تاریخ صدساله اخیر ایران شاهی بر اهمیت فرهنگ و تأثیر آن بر میزان موفقیت‌های اقتصادی و سیاسی است. سیاست‌گذاری فرهنگی به پژوهش در زیرساخت‌های فرهنگی - اجتماعی ایرانیان نیاز دارد و باید مبتنی بر بررسی و تحلیل‌های عمیق فرهنگی باشد [۱۵].

با توجه به حساسیت و گسترش روزافزون ارتباطات و چالش‌های دنیای مدرن، دولت‌ها باید بتوانند در امر سیاست‌گذاری‌های کلان به‌درستی برنامه‌ریزی کنند و چنانچه دولت در نقش و کارکرد خود در زمینه فرهنگی دچار اشتباه و ضعف شود، این مسئله می‌تواند عوارض جبران‌ناپذیری را به جامعه تحمیل کند و حیات فرهنگی آن را دچار اختلال و بحران‌های مهلک سازد. در هزاره جدید این واقعیت به‌خوبی پذیرفته شده است که مقوله فرهنگ در تمامی عرصه‌های زندگی بشر اهمیت محوری دارد. امروزه، کمتر موضوعی را می‌توان یافت که به‌نحوی با فرهنگ مرتبط نباشد. فرهنگ در بطن موضوعات اقتصادی نیز وارد شده و جایگاه محوری پیدا کرده است. سرنوشت کشورها نیز کاملاً با تحولاتی که در عرصه فرهنگ در سطح ملی و فراملی رخ می‌دهد، پیوند خورده است و این تمایل زیاد به سمت فرهنگ، مستلزم توجه جدی به این حوزه است.

مدیریت فرهنگ، حتی اگر با این نام شناخته نشود، در تمام کشورها به‌انحای مختلف وجود دارد. به‌رغم اهمیت این موضوع متأسفانه پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه مدیریت فرهنگ در ایران بسیار محدود است. بررسی کمی و کیفی پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه فرهنگ در کشور نشان می‌دهد که این موضوع مهم به‌صورت جدی موردتوجه جامعه علمی و پژوهشگران قرار نگرفته است و حتی نهادها و سازمان‌های متولی آن نیز اقدام‌های جدی در این‌باره انجام نداده‌اند. مدیریت و سیاست‌گذاری فرهنگ در عرصه عمل نیازمند پشتوانه نظری قدرتمندی است که باید به‌همت پژوهشگران فراهم شود [۱۸].

سیاست و سیاست‌گذاری فرهنگی در جوامعی مانند ایران که به‌دنبال ایده و آرمان والا و حفظ فرهنگ ارزشی و موردتأیید نظام هستند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. پس از پیروزی انقلاب اسلامی، اساس و شالوده سیاست فرهنگی نوین کشور در قانون اساسی پی‌ریزی شد؛ سپس شورای

فرهنگ عمومی و شورای عالی انقلاب فرهنگی سیاست فرهنگی کشور را تدوین کردند. اما به نظر می‌رسد که این سیاست‌ها بیشتر شعاری ارزشی و کلی دارند، به‌گونه‌ای که جاری‌نبودن آن در تمامی فعالیت‌های فرهنگی کشور و عملی و اجرانشدن مناسب آن مشهود است. نگاهی کلان به وضعیت فرهنگی کشور نشان می‌دهد که با وجود نقاط قوت و فرصت‌های ارزشمند فراوان در عرصه سیاست‌های فرهنگی (مانند برخورداری از فرهنگ غنی اسلامی - ایرانی، ارتقای وجهه فرهنگی کشور در سطح بین‌المللی و غیره)، این میراث فرهنگی ارزشمند، توسعه و تکامل نیافته و برخی از سرمایه‌های فرهنگی رو به افول گذارده است. از سوی دیگر، زیرساخت فرهنگی کشور ناقص، ضعیف، ناکارآمد و نیازمند بازبینی و بازسازی است. سیاست‌های فرهنگی روشن و شفاف اجرا نمی‌شود و بیشتر تصمیم‌گیری‌های مقطعی و موردی انجام می‌شود. آموزش برای نیازمندی‌های فرهنگی مطلوب کافی نیست، صنایع فرهنگی قوی، شاداب و رو به رشد نیستند و بالاخره وضعیت آینده فرهنگی کشور و نسل جوان دارای ابهام فراوانی است [۱۸].

در سال‌های اخیر با سرعت گرفتن روند جهانی‌شدن، تصویر عمومی بسیاری از شهرها، به‌خصوص کلان‌شهرها به سمت نوعی شباهت و یکنواختی در شکل محتوا سوق داده شده است. بدین صورت که منظر شهری این کلان‌شهرها بیش از اینکه در هماهنگی با بستر محلی باشد، به دیگر کلان‌شهرها در اقصی نقاط دنیا شباهت دارد. این در حالی است که هویت هر شهر پیش از آنکه بر اساس نقاط مشترک شکل بگیرد، نشأت گرفته از تفاوت‌های فرهنگی و بومی است [۱۸]. دخالت شهروندان در اداره امور جامعه و مشارکت آنان در سیاست‌گذاری از جمله آرمان‌هایی بوده که از سال‌های گذشته تا کنون همواره مورد توجه نظریه‌پردازان جوامع مختلف بوده و به‌کارگیری شبکه‌های سیاست‌گذاری از مهم‌ترین و ایده‌آل‌ترین دیدگاه‌های آنان بوده است. بر این اساس، پاسخ مؤثر به این مسائل، مستلزم رویکردی مشارکتی است که در آن دولت با همکاری بازیگران سوم و نهادهای جامعه مدنی (شهرداری‌ها) به تدوین خط‌مشی‌های مناسب بپردازد. ایجاد تفکر و فرهنگ استقرار شبکه‌های خط‌مشی در نظام سیاست‌گذاری، یکی از مکانیزم‌هایی است که به‌صورت بالقوه می‌تواند این مزیت را به همراه داشته باشد.

ایجاد شبکه در نظام خط‌مشی‌گذاری و به‌ویژه تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌های فرهنگی مستلزم وجود بسترها و شرایطی است که امکان فعالیت مؤثر آن‌ها را فراهم سازد و مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده در این مورد وجود چهارچوب فکری (مدل)، با فرهنگ نهادینه‌شده مشارکت و تصمیم‌گیری‌ها و احترام به خرد جمعی است. با مفروض کارآمدی مشارکت، سؤال اساسی که در این

پژوهش دنبال می‌شود، این است که متغیرهای مرتبط با ختم‌شی‌گذاری فرهنگی کلان‌شهرهای جمهوری اسلامی ایران کدام است؟

در گذشته اعتقاد داشتند فرهنگ به دلیل دارا بودن ماهیت معنوی، برنامه‌پذیر نیست، چراکه آن را درونی، معنوی و اخلاقی می‌پنداشتند. از آنجاکه امروزه ابزارهای فرهنگی بسیاری در اختیار است، چگونه می‌توان این ابزارهای معنوی و اخلاقی را به شکل مناسبی سازماندهی کرد. ابزارهای فرهنگی عموماً در دست دولت است. این تمرکزگرایی باعث می‌شود تا حد زیادی از نیازها و علایق مردم دور شویم. در جهان پیچیده و متنوع امروزی، حوزه‌های غیردولتی سیاست‌گذاری بسیار بیشتر از دولت‌ها می‌توانند در سیاست فرهنگی تأثیرگذار باشند، حتی اگر این سیاست‌ها در نهایت بخشی از سیاست‌های فرهنگی دولتی باقی بمانند. آنچه توجه‌کننده این امر است، جایگاه مسلط مؤلفه‌ای به نام شهر است. اهمیت یافتن بعد فرهنگی شهر در دهه‌های اخیر موجب تحول اساسی در روش‌ها و سیاست‌های مدیریت و برنامه‌ریزی شهری شده است، موضوعی که بدون اشاره به سیاست فرهنگی شهر قابل توضیح نیست. به همین دلیل، تجربه سیاست فرهنگی یک کشور را اساساً باید در تجربه سیاست فرهنگی شهر جست‌وجو کرد [۷]. بنابراین شایسته است در جهت ارتباط درست و عمیق با مخاطب که برنامه‌ریزی فرهنگی برای او صورت می‌گیرد، از اندیشمندان، هنرمندان و پژوهشگران و نویسندگان در بخش‌های مختلف فرهنگی استفاده شود. ضرورت و اهمیت پژوهش حاضر را می‌توان از زوایای مختلف موردبررسی قرار داد:

نخست: از مهم‌ترین معضلات عمده در نظام سیاست‌گذاری‌های فرهنگی، عدم شناخت نیازها، انتظارات و خواسته‌های گروه‌های مختلف، نارسایی در تعریف مطالبه‌های فرهنگی، کسب اطلاعات موردنیاز برای تصمیم‌گیری‌های فرهنگی، عدم همکاری با متخصصان و گروه‌های فرهنگی، در نظر نگرفتن منابع مالی کافی جهت فرهنگ‌سازی و امور فرهنگی به ضرورت تبیین متغیرهای مرتبط با ختم‌شی‌گذاری فرهنگی شهرداری‌های کلان‌شهرهای جمهوری اسلامی ایران است.

دوم: در نظر نگرفتن متغیرهای مرتبط با ختم‌شی‌گذاری فرهنگی شهرداری‌های کلان‌شهرها و همچنین عدم مشارکت ذینفعان در فرایند تصمیم‌گیری‌های فرهنگی همواره نظام سیاست‌گذاری فرهنگی را با بحران مشروعیت و مقبولیت مواجه می‌سازد.

سوم: در برنامه اول، دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور توسعه و نهادینه‌سازی مشارکت‌ها همواره مورد تأیید قرار گرفته است، اما به‌طور کامل به اجرا در نیامده و اهداف تعیین‌شده تحقق نیافته است. تبیین متغیرهای مرتبط با ختم‌شی‌گذاری فرهنگی شهرداری‌های کلان‌شهرها می‌تواند در تصمیم‌گیری‌های فرهنگی، مسیر مناسبی برای تحقق

سیاست‌های یادشده ایجاد کند؛ همچنین، می‌تواند در طرح مباحث نظری در محفل فرهنگی و سیاست‌گذاران، نقش عمده‌ای داشته باشد و گروه‌های ذینفع را حمایت کند. بنابراین سازمان‌های غیردولتی به‌خصوص شهرداری‌ها به‌عنوان جزئی از جامعه مدنی نقش عمده‌ای در بیان نیازهای واقعی شهروندان و انتقال آن به دولت بر عهده دارند و دولت می‌تواند به‌وسیله آن‌ها به اطلاعات ضروری و ساختاریافته و بهره‌گیری از مشارکت سازنده شهرداری‌ها دست پیدا کند.

## ۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

فرهنگ از مفهیمی است که در رشته‌های مختلف از جمله جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی، ارتباطات و مطالعات فرهنگی، تعاریف و برداشت‌های متفاوتی از آن ارائه شده است. در برخی از این تعاریف، فرهنگ بسیار کلی و دارای اجزاء بسیار متنوعی است: در تعریف تیلور<sup>۱</sup> (۱۹۷۶) «فرهنگ کلیت پیچیده‌ای است که شامل دانش، باورها، هنرها، اخلاقیات، قوانین، آداب‌ورسوم و هر قابلیت و عادت است که توسط اعضای جامعه کسب می‌شود» [۱۹]. فرهنگ سیستم معنایی است که کنش را هدایت می‌کند و بافتی را برای تجربه انسانی فراهم می‌سازد [۱۲].

فرهنگ نقش استراتژیک بنیادی در ساماندهی جامعه و مداخله در وضعیت اجتماعی دارد؛ همچنین، از جنبه‌های بنیادین ساختار زندگی روزمره است که در ما حس هویت ایجاد می‌کند. همه‌چیز در اطراف ما نشان از زمینه‌ای خاص دارد؛ زمینه‌ای تاریخی و فرهنگی، نشانه‌های تاریخ ما، بناهای یادبود، نام خیابان‌ها، موزه‌ها و سرفصل دوره‌های آموزشی. این همه برجستگی نشان از سیاستی فرهنگی در پس زندگی اجتماعی دارد. این سیاست‌ها به‌گونه‌ای بنیادین، معانی کنش‌های اجتماعی را تعیین و مشخص می‌سازند که چه گروه‌ها و افرادی از توانایی تعریف این معانی برخوردارند. سیاست‌های فرهنگی به فاعلیت و هویت نیز توجه دارند؛ زیرا فرهنگ در شکل‌دهی درک ما از خویشتن نقشی اساسی ایفا می‌کند.

تلاش‌های فرهنگی غالباً احساسات و عواطف عمیقی مانند حس میهن‌پرستی، نخبه‌گرایی، نژادپرستی، تبعیض جنسیتی، ضدیت با نژادپرستی و غیره را ایجاد یا منعکس می‌کنند؛ به بیانی دیگر، این تلاش‌ها لزوماً با مسئله فاعلیت ارتباط دارند. افزون‌براین، از نظر گروه‌های حاشیه‌ای و مظلوم، ایجاد هویت‌های جدید و مقاوم یکی از ابعاد اصلی نبرد سیاسی گسترده‌تر برای دگرگون‌سازی جامعه است [۸].

1. Tylor

از طرف دیگر، سیاست‌های عمومی در حوزه فرهنگ پاسخگوی تنگناها و انتظارات متمایز و متنوع و اغلب آشتی‌ناپذیر نیست. تاریخ و تکامل سیاست‌گذاری فرهنگی در جهان مدرن با این دو گزاره مرتبط است [۴]. سیاست‌گذاری فرهنگی مداخله حکومتی در فرهنگ و تولیدات فرهنگی است. فرض بنیادی سیاست‌گذاران فرهنگی این است که فرهنگ ظرفیت‌هایی برای ایجاد دگرگونی در فضای اجتماعی و حوزه عمومی دارد، ولی این امر بدین معنی نیست که سیاست‌گذاری فرهنگی مفهوم باثباتی است. مفهوم سیاست فرهنگی دربرگیرنده مجموعه پیچیده و متنوعی از فعالیت‌ها است که الزاماً در ارتباط با یکدیگر نیستند.

کلیت سیاست فرهنگی را می‌توان به کارکردهای عمده آن، اهداف ابتدایی، بررسی نقش و رفتار شرکت‌کنندگان یا ارتباط بین آن‌ها، انگیزه‌های درونی، چگونگی اعمال نیت و روش برقراری ارتباط با سایر عوامل و اقدامات مؤثر به عمل آمده توسط واحدهای مسئول اجرای آن گسترش داد. تعریف این مفهوم، تنوع معنایی و نهادی آن را بهتر بیان می‌کند [۶]. در دوران ابتدایی شکل‌گیری سیاست‌گذاری فرهنگی با سیاست‌های کلی و ایده‌نالیستی حقوق طبیعی افراد مرتبط بود. بر این اساس، هر فرد همان‌طور که دارای حق آموزش و کارکردن است، دارای حقوق فرهنگی نیز هست که بنیان و نخستین هدف سیاست فرهنگی است [۸]. امروزه منظور از سیاست‌های فرهنگی بیشتر سیاست‌های هنر است؛ سیاستی که موضوع آن امور زیبایی‌شناختی، احساسی، ذائقه و ارزش نمادین است. به لحاظ عملی در حوزه سیاست‌گذاری فرهنگی تأکید بر بازنمایی و ذهنیت هویت ملی و مدنی است [۱۰].

**پیشینه خط‌مشی فرهنگی.** در جمع‌بندی‌هایی که درمورد مطالعات سیاست‌های فرهنگی انجام شده است، می‌توان دو سنت عمده پژوهشی را مشاهده کرد: سنت مطالعات فرهنگی و رهیافتی نهادی به سیاست‌گذاری فرهنگی. الیور بنت<sup>۱</sup> (۱۹۵۴) در بررسی خود از گفتمان‌های پژوهشی سیاست‌گذاری فرهنگی به کتاب جاستین لوییس و توبی میلر<sup>۲</sup> (۱۹۵۸) با نام «مطالعات انتقادی سیاست فرهنگی» و کتاب مارک شوستر<sup>۳</sup> (۱۹۵۶) با نام «سیاست‌گذاری فرهنگی آگاهی‌بخش» اشاره می‌کند. توبی میلر و جاستین لوییس آشکارا در درون سنت انتقادی مطالعات فرهنگی جای دارند، سنتی که در جست‌وجوی روابط قدرت در شکل‌دادن به امور است. در این سنت، مطالعات سیاست‌های فرهنگی پروژه‌ای اصلاح‌گرایانه است. پروژه‌ای مبتنی بر این فرض که سیاست‌گذاری فرهنگی، پروژه حکومت‌مندی

1. Oliver Bent

2. Justean Luice & Tooby Miler

3. Mark Shooster

است که مدیریت جمعیت‌ها را ابژه اساسی خود تلقی می‌کند [۵]. بر اساس تعریف شوست، سیاست‌گذاری فرهنگی امری است که حکومت‌ها، وزارت فرهنگ آن‌ها و سازمان‌های مرتبط، آن را تعیین می‌کنند. این رهیافت همان اندازه نهادی است که تقلیل‌گرایانه است [۵].

امروزه با پیشرفت و توسعه نسبی در جوامع مختلف از نظر امور رفاهی و اجتماعی، در عرصه‌هایی که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم با فرهنگ عمومی در ارتباط هستند، مشکلاتی وجود دارد؛ بنابراین نه تنها در سطح ملی، بلکه در رویکردهای بین‌المللی نیز توجه روزافزونی به فرهنگ و مسائل فرهنگی وجود دارد. این مهم در جوامع به اصطلاح توسعه‌یافته نمود بیشتری دارد، تا جایی که امروزه در این جوامع فرهنگ را جزء جدایی‌ناپذیر فرآیند توسعه به حساب می‌آورند. این مسئله به گونه‌ای است که سازمان بین‌المللی یونسکو سال‌های ۱۹۸۸ تا ۱۹۹۸ میلادی را دهه «توسعه فرهنگی» نام نهاد [۱۷].

بهادی (۱۳۷۶) در پژوهشی با عنوان «درآمدی بر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی»، مهم‌ترین زمینه‌های تاریخی - اجتماعی مفهوم سیاست فرهنگی را چنین می‌داند: استعمارگری در کشورهای جهان سوم و بروز مشکل هویت، تغییرات در مفهوم فرهنگ و لزوم توجه به فرهنگ در زندگی عموم مردم و محصولات فرهنگی، توجه به فرهنگ که زمینه اصلی توسعه است، روشن شدن امکان مدیریت فرهنگی، تأکید بر نقش دولت‌ها که عامل اصلی برنامه‌ریزی و اجرای مدیریت فرهنگی است. از جمله مسائلی که ضرورت توجه به خط‌مشی‌گذاری فرهنگی را از سال‌ها پیش افزایش داده است، غلبه فرهنگ آمریکایی بر جهان امروز است [۱۳]. در ایران علاوه بر موارد بیان‌شده، باید به رخداد انقلاب اسلامی با رویکرد فرهنگی به معنای عام آن اشاره کرد. این مسئله به خوبی در بیان رهبران این نظام مشخص است. بنابراین سند اصول خط‌مشی فرهنگی که در سال ۱۳۷۱ به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی رسیده است، تلاشی در راستای پرکردن این خلأ در ایران است و این سند تنها سند بالادستی جامعه در حیطه فرهنگ به شمار می‌آید.

**مفهوم خط‌مشی فرهنگی.** خط‌مشی‌گذاری<sup>۱</sup> تعبیری است که با حکومت، دولت، جامعه و مسائل عمومی آن گره خورده و تداعی‌گر اقدام‌های دولت در اداره درست کارهای عمومی است. از این رو، طی سالیان گذشته، سیاست خط‌مشی‌گذاری به عنوان رشته‌ای علمی مورد توجه دانشمندان، سیاست‌گذاران و مدیران سازمان‌ها قرار گرفته است [۷]. پژوهش‌ها در زمینه خط‌مشی‌گذاری دارای پیشینه طولانی و گذشته کوتاه‌مدتی است؛ بدین معنی که قرن‌ها است اقدام‌های دولت، مرکز توجه بسیاری از آزمایش‌ها

بوده است، اما تحلیل آن‌ها با استفاده از چارچوب ساختاری علوم سیاسی به کمتر از ۶۰ سال قبل بازمی‌گردد [۱۱]. خطامشی‌گذاری فرهنگی در امتداد خطامشی‌ها و برنامه‌ریزی‌های دولت به‌عنوان بالاترین مرجع قانون و قدرت در یک منطقه جغرافیایی معین است [۱۶]. از این منظر، خطامشی‌گذاری فرهنگی نه‌تنها در مفهوم جامعه‌شناسی سیاسی عاری از قدرت نیست، بلکه ضرورتاً برخاسته از روابط قدرت است و با استفاده از چنین سیاست‌هایی با بسط ایدئولوژی حاکم، تبعیت مردم را به همراه داشته و منجر به قدرت می‌شود. بارکر و تیلور<sup>۱</sup> (۲۰۰۳)، می‌نویسند «اینجا فرهنگ تنها ابزارها و آگاهی‌ها نیست، بلکه اعمال نهادی، امور اجرایی و توافقات قضایی است. خطامشی‌گذاری فرهنگی، عبارت است از: ارزش‌ها و اصول هادی و ناظر بر اقدام‌ها و امور فرهنگی هر هستی اجتماعی».

مبانی اندیشه سیاست‌های فرهنگی را باید در منابع گوناگون شامل رویه‌های سنتی، آراء و نظرهای فلاسفه و نظریه‌پردازان، اسناد تاریخی و تفکرات مدینه فاضله‌ای جستجو کرد. گرچه در طول تاریخ در همه اجتماع‌های بشری این نهادها، حکومتی، قانون‌گذاران، حکام و حامیان خصوصی هنرها و فرهنگ بودند که تعیین می‌کردند چرا و چگونه از هنرها و امور فرهنگی حمایت کنند یا درباره زبان و مذهب، پوشش و کردار جامعه نظر دهند، اما در نهایت گزینه‌های فرهنگی را مردم تعیین می‌کنند و مردم هستند که ترس‌ها، انتظارات و آمال خود را بیان می‌کنند و ارزش‌های خود را به‌صورت آداب و رسوم و جشنواره‌ها و آیین‌ها متجلی می‌سازند.

### ۳. روش‌شناسی پژوهش

**سؤال‌های پژوهش.** پژوهش به دنبال پاسخ دو سؤال زیر است:

۱. متغیرهای مرتبط با خطامشی‌گذاری‌های فرهنگی شهرداری‌های کلان‌شهرها کدامند؟
۲. با توجه به رویکرد تفسیری - ساختاری، عوامل مؤثر بر خطامشی فرهنگی در قالب مدل چگونه طراحی می‌شوند؟

این پژوهش از نظر نتیجه، جزء پژوهش‌های توسعه‌ای است. زیرا به دنبال طراحی مدل عوامل تبیین خطامشی‌گذاری فرهنگی در شهرداری‌های کلان‌شهرها است. از لحاظ هدف انجام، این پژوهش جزء پژوهش‌های کاربردی است. درواقع، رویکرد پژوهشی این مطالعه به لحاظ منطبق گردآوری داده‌ها از نوع استقرا - قیاسی است؛ بدین‌منظور ابتدا با بررسی مبانی نظری پژوهش،



مؤلفه‌های اصلی و فرعی و شاخص‌های مؤثر بر خط‌مشی فرهنگی شناسایی و در قالب چک‌لیست تهیه و تدوین شد و بر مبنای رویکرد تحلیل مضمون تلاش شد با استفاده از مصاحبه با خبرگان شاخص‌ها و مؤلفه‌های پژوهش تأیید شوند. سپس بر اساس روش مدل‌سازی ساختاری - تفسیری، عوامل مهم برای تبیین خط‌مشی فرهنگی طراحی شدند. مشارکت‌کنندگان این پژوهش شامل دو بخش هستند:

در بخش اول یعنی تحلیل مضمون، ۲۱ نفر از اساتید و مدیران ارشد شهرداری‌های تهران، اصفهان و شیراز مشرف به موضوع به‌عنوان اعضای خبرگان حضور داشتند که این افراد با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی به‌عنوان خبرگان پژوهش انتخاب شدند. در بخش دوم به‌منظور طراحی مدل ساختاری - تحلیلی از ۱۵ نفر از مدیران ارشد در شهرداری‌های تهران، اصفهان و شیراز به‌منظور پاسخ به پرسشنامه طراحی شده استفاده شد. ابزار گردآوری اطلاعات در بخش کیفی، بر اساس روش ارزیابی انتقادی و بررسی مقاله‌ها و پژوهش‌های مشابه بود که با استفاده از روش تحلیل مضمون انجام شد. برای این کار سؤال‌هایی در قالب مصاحبه طراحی و از خبرگان پرسیده شد. به‌منظور تأیید روایی پرسشنامه‌های محقق‌ساخته از روش «روایی محتوایی» (CVR) استفاده شد؛ که بر این اساس از ۲۱ نفر از خبرگان خواسته شد به هر مؤلفه امتیاز لازم را تخصیص دهند.

روایی محتوایی (CVR) برای متغیر مدیریت تغییرات فرهنگی شهروندان ۰/۸۱۲، تقویت هویت شهروندان ۰/۷۷۷، بهبود سبک زندگی شهروندان ۰/۸۵۱ به دست آمد. همچنین روایی سازه پرسشنامه‌ها نیز با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی موردبررسی و تأیید قرار گرفت که با کمک نرم‌افزار SPSS 22 و Lisrel8.80 و با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. مشخصات خبرگان شرکت‌کننده در پژوهش در جدول شماره ۱ ذکر شده است.

جدول ۱. توصیف وضعیت خبرگان

| تحصیلات         | مشخصات پانل اول |              | مشخصات پانل دوم |              |
|-----------------|-----------------|--------------|-----------------|--------------|
|                 | فراوانی         | درصد فراوانی | فراوانی         | درصد فراوانی |
| تحصیلات         | کارشناسی ارشد   | ۹            | ۶               | ۰/۷۵         |
|                 | دکتری           | ۱۲           | ۹               | ۰/۲۵         |
| سن              | ۳۰-۴۰           | ۲            | ۱               | ۰/۰۹         |
|                 | ۴۰-۵۰           | ۱۲           | ۸               | ۰/۵۷         |
| جنسیت           | ۵۰ به بالا      | ۷            | ۶               | ۰/۳۳         |
|                 | زن              | ۲            | ۱               | ۰/۰۹         |
| سابقه خدمت      | مرد             | ۱۹           | ۱۴              | ۰/۹۰         |
|                 | ۱۰ سال          | ۱            | ۰               | ۰/۰۴         |
| بیشتر از ۱۵ سال | ۱۵ سال          | ۶            | ۴               | ۰/۲۹         |
|                 | بیشتر از ۱۵ سال | ۱۴           | ۱۱              | ۰/۶۷         |
| مجموع           |                 | ۲۱           | ۱۵              |              |

مراحل تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش تحلیل مضمون. فراگرد تحلیل مضمون زمانی آغاز می‌شود که تحلیلگر الگوهای معنایی و موضوعاتی که جذابیت بالقوه دارند، مدنظر قرار می‌دهد. این تحلیل شامل رفت و برگشت مستمر بین مجموعه داده‌ها و مجموعه کدگذاری‌ها و تحلیل داده‌هایی است که به وجود آمده‌اند. نگارش تحلیل از همان مرحله اول شروع می‌شود. به‌طور کلی هیچ راه منحصر به فردی برای شروع مطالعه در مورد تحلیل مضمون وجود ندارد [۳]. در این پژوهش از مراحل شش‌گانه کلارک و برون<sup>۱</sup> (۲۰۰۶)، به شرح زیر استفاده شده است:

**مرحله اول: آشنایی با داده‌ها.** برای اینکه پژوهشگر با عمق و گستره محتوایی داده‌ها آشنا شود، لازم است که خود را در آن‌ها غوطه‌ور سازد. غوطه‌ور شدن در داده‌ها معمولاً شامل «بازخوانی مکرر داده‌ها» و خواندن داده‌ها به صورت فعال (یعنی جست‌وجوی معانی و الگوها) است.

**مرحله دوم: ایجاد کدهای اولیه.** مرحله دوم زمانی شروع می‌شود که پژوهشگر داده‌ها را خوانده و با آن‌ها آشنایی پیدا کرده است. این مرحله شامل ایجاد کدهای اولیه از داده‌ها است. کدها آن ویژگی از داده‌ها را معرفی می‌نمایند که به نظر تحلیلگر جالب می‌رسد. داده‌های کدگذاری شده با واحدهای تحلیل متفاوت هستند. کدگذاری را می‌توان به صورت دستی یا با استفاده از برنامه‌های نرم‌افزاری انجام داد. در این مرحله ۱۴۳ کد اولیه از مصاحبه‌ها با استفاده از نرم‌افزار Atlas.ti به دست آمد.

1. Clarke & Braun



**مرحله سوم: جست‌وجوی کدهای گزینشی.** این مرحله شامل دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب کدهای گزینشی و مرتب همه خلاصه داده‌های کدگذاری شده است. در واقع پژوهشگر، تحلیل کدهای خود را شروع کرده و در نظر می‌گیرد که چگونه کدهای مختلف می‌توانند برای ایجاد یک مضمون ترکیب شوند. در این مرحله ۱۰۴ کد گزینشی به‌وسیله پژوهشگران به‌دست آمد. در این مرحله پژوهشگران کدهای ناقص یا نامرتب و همچنین کدهای تکراری را کنار گذاشتند تا به این تعداد کد گزینشی دست یافتند.

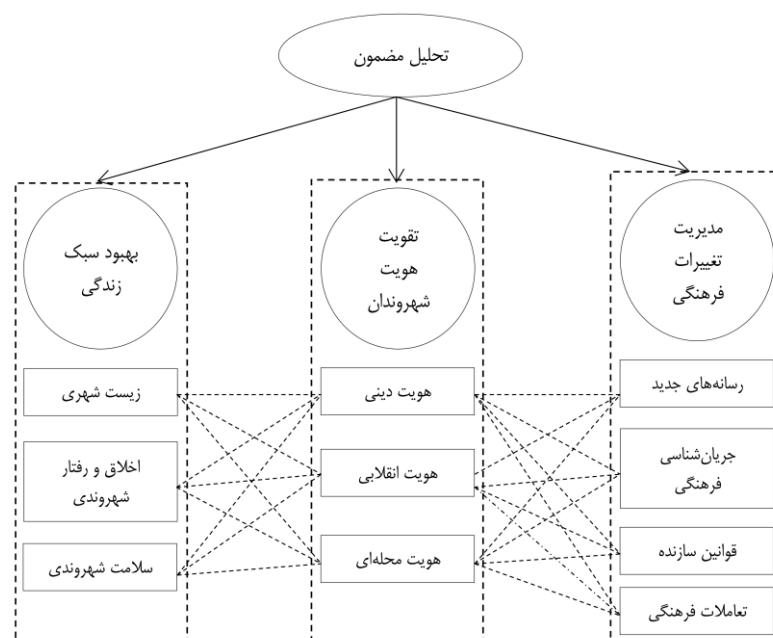
**مرحله چهارم: شکل‌گیری مضامین سازنده.** مرحله چهارم زمانی شروع می‌شود که پژوهشگر مجموعه‌ای از مضامین را ایجاد کرده و آن‌ها را موردبازبینی قرار می‌دهد. این مرحله شامل دو مرحله بازبینی و تصفیه و شکل‌دهی به مضمون‌های سازنده است. مرحله اول شامل بازبینی در سطح خلاصه‌های کدگذاری شده است. در مرحله دوم اعتبار مضمون‌های سازنده در رابطه با مجموعه داده‌ها در نظر گرفته می‌شود. در این مرحله پژوهشگران به ۱۰ مضمون سازنده دست پیدا کرده‌اند.

**مرحله پنجم: تعریف و نام‌گذاری مضامین فراگیر.** مرحله پنجم زمانی آغاز می‌شود که تصویری رضایت‌بخش از مضامین وجود داشته باشد. پژوهشگر در این مرحله، مضامین فراگیر ارائه شده برای تحلیل را تعریف کرده و موردبازبینی مجدد قرار می‌دهد، سپس داده‌های داخل آن‌ها را تحلیل می‌کند. به‌وسیله تعریف و بازبینی، ماهیت آن چیزی که یک مضمون در مورد آن بحث می‌کند، مشخص می‌شود؛ و تعیین می‌شود که هر مضمون فراگیر کدام جنبه از داده‌ها را در خود دارد. در این مرحله پژوهشگران در نهایت پس از رفت‌وبرگشت در میان مضامین سازنده به ۳ مضمون فراگیر دست یافتند که در زمینه موردنظر پژوهش قابل تبیین است. در جدول ۲، مضامین سازنده‌ای که مضامین فراگیر از آن‌ها استخراج‌شده، ارائه شده است.

جدول ۲. مضامین فراگیر و سازنده حاصل از تحلیل مصاحبه‌ها

| مضامین فراگیر            | مضامین سازنده         | کدهای اولیه   |
|--------------------------|-----------------------|---|
|                          | رسانه‌های جدید        | ارائه خدمات ویژه خانواده، تقویت سازوکارهای IT، فضای مجازی، تبلیغات محیطی و رسانه‌ای، افزایش سواد رسانه‌ای   |
| مدیریت تغییرات فرهنگی    | جریان‌شناسی فرهنگی    | شبه عرفان‌ها، خرده‌فرهنگ‌های منحرف، خرافات، فرهنگ غربی  |
|                          | قوانین سازنده         | اهداف مشترک شهروندان، منافع مشترک شهروندان، وظایف همسو، هماهنگی مشترک، همسویی انگیزشی   |
|                          | تعاملات فرهنگی        | تفکر اجتماعی، تدوین شاخص‌های فرهنگی، تقویت شاخص‌های فرهنگی، توجه به مزیت‌های فرهنگی، سازگاری فرهنگی   |
|                          | هویت دینی             | زندگی به سبک پیامبر، حدیث پارسایی، نوگلان حسینی، فرهنگ دینی و عاشورایی، جلوه سوگ، اجرای تعزیه‌های میدانی، عزاداری اقوام   |
| تقویت هویت شهروندان      | هویت بومی             | هویت و سبک زندگی دینی، مسجد محوری در محله‌ها، نمادهای محله‌ای، تقویت هویت محله‌ها، پاسداشت گویش، آداب‌ورسوم محلی، سنت‌ها و فرهنگ‌های ایرانی، حس تعلق به سرزمین، خودتکایی و خودباوری، عزت ملی، نمادهای فرهنگ اسلامی - ایرانی |
|                          | هویت انقلابی          | ترویج فرهنگ حماسی، ارزش‌های دفاع مقدس، زندگی و تفکر مفاخر، بزرگان حماسی ایران، شهدای دفاع مقدس، ماهیت انقلاب، شخصیت حضرت امام خمینی (ره)، روحیه استکبارستیزی، محوریت قدس و فلسطین   |
|                          | زیست شهری             | فرهنگ نظافت، بهداشت اجتماعی شهروندان، تفکیک زباله، کاهش ترافیک، کاهش زباله، کاهش آلودگی، فرهنگ شهرنشینی   |
| بهبود سبک زندگی شهروندان | اخلاق و رفتار شهروندی | روحیه قناعت، ساده‌زیستی، اصلاح الگوی مصرف شهروندان، فرهنگ نظم و انضباط، قانون‌گرایی، فرهنگ حلم  |
|                          | سلامت شهری            | توسعه ورزش همگانی، ارتقای نظام سلامت، طرح تحول سلامت، تحکیم بنیان خانواده، توانمندسازی شهروندان   |

**مرحله ششم: ترسیم شبکه مضمون.** یکی از ابزارهای تحلیل مضمونی، ترسیم شبکه مضامین است که ساختاردهی و تصویرسازی از مضامین را تسهیل می‌کند و هدف از آن، ادراک موضوع یا کشف معنای ایده است. براساس مضامین فراگیر و سازنده که از تحلیل‌ها به‌دست آمد، نمودار ۱ توسعه یافت و شبکه مضامین ترسیم شد.



نمودار ۱. شبکه مضامین خط‌مشی‌گذاری فرهنگی

#### ۴. تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

پس از انجام مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته با استادان، مدیران و کارشناسان خبره در دانشگاه‌ها و شهرداری‌ها تهران، اصفهان و شیراز، تمام کدهای موجود در مصاحبه‌ها و مرتبط با موضوع پژوهش استخراج شد. پس از انجام فرآیند تحلیل مضمون، سه مضمون فراگیر به دست آمد. با توجه به دسته‌بندی به‌دست‌آمده از روش کیفی تحلیل مضمون و با توجه به گویه‌های قرارگرفته در هر عامل، می‌توان از عامل اول با عنوان «بهبود سبک زندگی»، از عامل دوم با عنوان «تقویت هویت شهروندان» و از عامل سوم با عنوان «مدیریت تغییرات فرهنگی» یاد کرد؛ بنابراین در این پژوهش، عوامل مرتبط با خط‌مشی‌گذاری فرهنگی در شهرداری‌های تهران، اصفهان و شیراز مشتمل بر ابعاد سه‌گانه یادشده است. این مضامین نشان‌دهنده انتزاعی‌ترین سطح از طبقه‌بندی و تحلیل داده‌هایی است که در این پژوهش جمع‌آوری شده است. در واقع، این مضامین فراگیر سه عامل حیاتی بر شکل‌گیری خط‌مشی‌گذاری فرهنگی از نظر مدیران شهرداری‌های تهران، اصفهان و شیراز و اساتید خبره به موضوع است که در مصاحبه با خبرگان به‌دست آمده است. در مرحله کمی پژوهش برای سنجش روایی سازه مدل طراحی‌شده از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول با نرم‌افزار لیزرل استفاده شد.

جدول ۳. نتایج تحلیل عاملی سؤالات گویه‌های انتخابی برای سنجش متغیر خط‌مشی‌گذاری فرهنگی

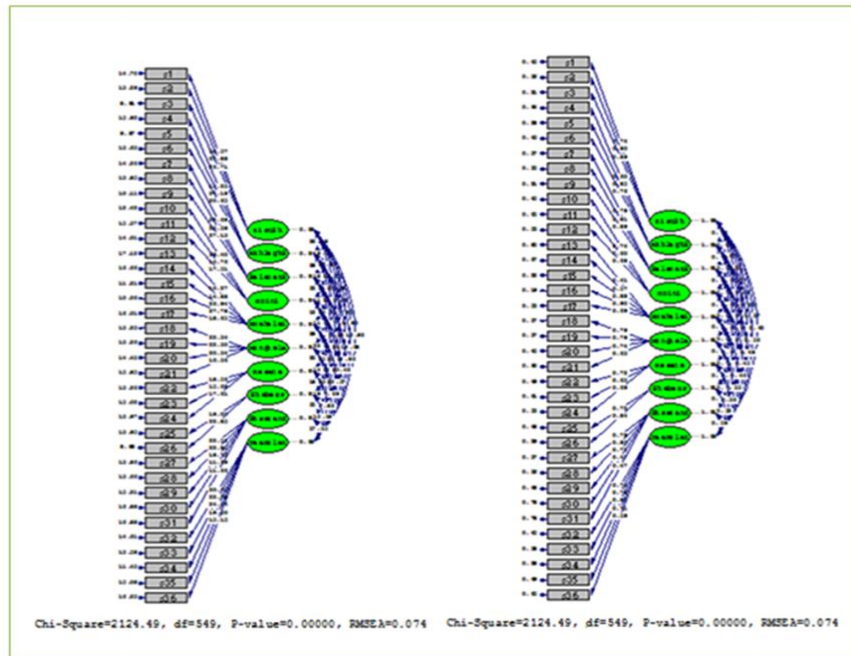
| متغیر (عامل)          | شاخص و معرف (گویه) | بار عاملی استاندارد | مقدار معناداری |
|-----------------------|--------------------|---------------------|----------------|
| زیبست شهری            | S1                 | -۰/۷۴               | ۳۰/۵۷          |
|                       | S2                 | -۰/۷۳               | ۳۲/۸۸          |
|                       | S3                 | -۰/۸۹               | ۳۶/۷۷          |
| اخلاق و رفتار شهروندی | S4                 | -۰/۶۰               | ۳۴/۱۹          |
|                       | S5                 | -۰/۸۵               | ۳۰/۶۵          |
|                       | S6                 | -۰/۷۶               | ۳۲/۶۹          |
|                       | S7                 | -۰/۷۶               | ۳۳/۳۹          |
|                       | S8                 | -۰/۸۱               | ۳۷/۱۳          |
|                       | S9                 | -۰/۸۹               | ۱۹/۴۰          |
|                       | S10                | -۰/۷۴               | ۱۴/۷۶          |
|                       | S11                | -۰/۶۰               | ۱۷/۵۱          |
|                       | S12                | -۰/۶۸               | ۱۰/۳۷          |
|                       | S13                | -۰/۴۱               | ۱۴/۸۸          |
|                       | S14                | -۰/۵۷               | ۳۶/۹۴          |
|                       | S15                | -۰/۸۸               | ۳۷/۷۸          |
|                       | S16                | -۰/۹۰               | ۱۸/۶۵          |
|                       | S17                | -۰/۶۹               | ۳۲/۳۴          |
|                       | S18                | -۰/۷۹               | ۳۲/۳۰          |
| S19                   | -۰/۷۹              | ۳۰/۳۴               |                |
| S20                   | -۰/۷۴              | ۱۶/۳۶               |                |
| S21                   | -۰/۶۳              | ۱۸/۵۶               |                |
| S22                   | -۰/۷۲              | ۱۵/۶۹               |                |
| S23                   | -۰/۶۹              | ۱۷/۶۱               |                |
| S24                   | -۰/۷۲              | ۱۹/۰۰               |                |
| S25                   | -۰/۸۴              | ۳۲/۸۵               |                |
| S26                   | -۰/۷۹              | ۳۲/۵۵               |                |
| S27                   | -۰/۸۰              | ۳۲/۸۵               |                |
| S28                   | -۰/۷۲              | ۱۹/۷۳               |                |
| S29                   | -۰/۴۷              | ۱۱/۶۹               |                |
| S30                   | -۰/۴۷              | ۱۱/۶۶               |                |
| S31                   | -۰/۷۴              | ۳۰/۴۲               |                |
| S32                   | -۰/۷۹              | ۳۲/۸۹               |                |
| S33                   | -۰/۸۵              | ۳۴/۸۴               |                |
| S34                   | -۰/۷۱              | ۱۹/۳۰               |                |
| S35                   | -۰/۵۹              | ۱۵/۱۵               |                |
| S36                   | -۰/۵۸              | ۱۵/۲۳               |                |

از نظر آماری پیشنهاد می‌شود که عامل‌های دارای مقدار وزن رگرسیونی (بار عاملی) بیش از ۰/۴۰ معنادار و قابل قبول تلقی شوند، بنابراین همه وزن‌های رگرسیونی در مدل مورد بررسی مقادیر بزرگ‌تر از ۰/۴۰ دارند و همه نسبت‌های بحرانی (t-value) در سطح  $P < 0/01$  معنادار هستند؛ بنابراین تمامی عوامل در نظر گرفته شده به جز عوامل ذکر شده، مورد تأیید قرار گرفته و برازش کلی حاکی از برازش خوب مدل اندازه‌گیری مورد مطالعه با داده‌های مشاهده شده است. با توجه به خروجی لیزرل که در جدول ۴-۳۵ ارائه شده، مقدار  $X^2/df$  محاسبه شده ۲/۹۳ است، وجود  $X^2/df$  کوچک‌تر از ۳ نشان‌دهنده برازش مناسب مدل است. همچنین ریشه خطای میانگین مجزورات تقریب (RMSEA) می‌بایستی کمتر از ۰/۰۸ باشد که در مدل ارائه شده این مقدار برابر ۰/۰۷۴ است. با توجه به شاخص‌ها و خروجی‌های نرم‌افزار لیزرل می‌توان گفت که داده‌ها با مدل منطبق هستند و شاخص‌های ارائه شده نشان‌دهنده این موضوع هستند که در مجموع وضعیت مدل خطامشی‌گذاری فرهنگی ارائه شده مناسب است و داده‌های تجربی اصطلاحاً به خوبی با آن منطبق هستند.

جدول ۴. شاخص‌های برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی خطامشی فرهنگی

| شاخص  | مقدار | حد قابل قبول       | نتیجه         |
|---|-------|--------------------|---------------|
| $X^2/df$  | ۲/۹۳  | بین ۱ تا ۵         | قابل قبول     |
| شاخص برازش هنجار شده (NFI)                              | ۰/۹۰  | $> ۰/۹$ (و بالاتر) | قابل قبول     |
| شاخص نیکویی برازش (GFI)                                 | ۰/۶۹  | $> ۰/۹$ (و بالاتر) | غیر قابل قبول |
| شاخص نیکویی برازش اصلاح شده (AGFI)                      | ۰/۹۳  | نزدیک به یک        | قابل قبول     |
| شاخص توکر - لوییس (TLI) یا شاخص برازش هنجار نشده (NNFI) | ۰/۸۸  | $> ۰/۹$ (و بالاتر) | غیر قابل قبول |
| شاخص برازش افزایشی (IFI)                                | ۰/۹۰  | $> ۰/۹$ (و بالاتر) | قابل قبول     |
| شاخص برازش تطبیقی (CFI)                                 | ۰/۹۰  | $> ۰/۹$ (و بالاتر) | قابل قبول     |
| شاخص برازش هنجار شده مقتصد (PNFI)                       | ۰/۷۷  | $> ۰/۶$            | قابل قبول     |
| ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد                     | ۰/۰۷۴ | $< ۰/۰۸$           | قابل قبول     |
| شاخص برازش نسبی (RFI)                                   | ۰/۹۱  | $> ۰/۹$            | قابل قبول     |
| ریشه میانگین مربعات باقیمانده (RMR)                     | ۰/۱۱  | نزدیک به صفر       | غیر قابل قبول |





نمودار ۲. تحلیل عاملی تأییدی در حالت استاندارد و  $t$ -value متغیر خط‌مشی فرهنگی

### مراحل هفت‌گانه اجرای مدل‌سازی ساختاری تفسیری

۱. تعیین متغیرها: مدل‌سازی ساختاری تفسیری با شناسایی متغیرهایی شروع می‌شود که این متغیرهای ورودی همان ۱۰ عامل خروجی از تکنیک تحلیل محتوا هستند (جدول ۲).
۲. به‌دست آوردن ماتریس خودتعاملی ساختاری (SSIM): ماتریس SSIM باید با نظر متخصصان تهیه شود. به‌همین منظور، با استفاده از نظرات ۲۱ نفر از خبرگان (که در مرحله تحلیل محتوا حضور داشتند) و با استفاده از روابط مفروضه ماتریس SSIM به شرح جدول ۵ تکمیل شد.
۳. تشکیل ماتریس دستیابی: در این ماتریس با جایگزینی ساختن نمادهای موجود در ماتریس SSIM و عملاً نمادهای  $V$ ،  $A$ ،  $O$  و  $X$  ماتریس، به مجموعه‌ای از اعداد صفر و یک تبدیل می‌شوند که در جدول ۶ نمایش داده شده است.

جدول ۵. ماتریس خودتعاملی ساختاری شاخص‌های خط‌مشی‌گذاری فرهنگی

|    | ۱۰ | ۹ | ۸ | ۷ | ۶ | ۵ | ۴ | ۳ | ۲ | ۱ |
|----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ۱  | O  | V | V | O | O | A | A | V | O |   |
| ۲  | O  | O | O | A | A | O | O | V |   |   |
| ۳  | O  | A | A | A | A | A | A |   |   |   |
| ۴  | A  | V | V | O | O | V |   |   |   |   |
| ۵  | A  | V | V | O | A |   |   |   |   |   |
| ۶  | A  | V | V | V |   |   |   |   |   |   |
| ۷  | A  | V | V |   |   |   |   |   |   |   |
| ۸  | A  | X |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ۹  | A  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ۱۰ |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

جدول ۶. ماتریس دستیابی اولیه شاخص‌های خط‌مشی‌گذاری فرهنگی

|    | ۱۰ | ۹ | ۸ | ۷ | ۶ | ۵ | ۴ | ۳ | ۲ | ۱ |
|----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ۱  | ۰  | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ۰ | - |
| ۲  | ۰  | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | - | ۰ |
| ۳  | ۰  | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | - | ۰ | ۰ |
| ۴  | ۰  | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | - | ۱ | ۰ | ۱ |
| ۵  | ۰  | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | - | ۰ | ۱ | ۰ | ۱ |
| ۶  | ۰  | ۱ | ۱ | ۱ | - | ۱ | ۰ | ۱ | ۱ | ۰ |
| ۷  | ۰  | ۱ | ۱ | - | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ۱ | ۰ |
| ۸  | ۰  | ۱ | - | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ۰ | ۰ |
| ۹  | ۰  | - | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ۰ | ۰ |
| ۱۰ | -  | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ |

۴. ماتریس دستیابی اصلاح‌شده: برای سازگار ساختن ماتریس دستیابی از قاعده بولین استفاده شد و ماتریس دستیابی با سازگار نهایی به صورت جدول ۷ به دست آمد.

جدول ۷. ماتریس دستیابی اصلاح‌شده شاخص‌های خط‌مشی‌گذاری فرهنگی

| قدرت<br>هدایت | ۱۰ | ۹ | ۸ | ۷ | ۶ | ۵ | ۴ | ۳  | ۲  | ۱  |         |
|---------------|----|---|---|---|---|---|---|----|----|----|---------|
| ۴             | ۰  | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱  | ۰  | ۱  | ۱       |
| ۲             | ۰  | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱  | ۱  | ۰  | ۲       |
| ۱             | ۰  | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱  | ۰  | ۰  | ۳       |
| ۶             | ۰  | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | ۱ | ۱  | ۰  | ۱  | ۴       |
| ۵             | ۰  | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | ۰ | ۱  | ۰  | ۱  | ۵       |
| ۸             | ۰  | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۱  | ۱  | *۱ | ۶       |
| ۵             | ۰  | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱  | ۱  | ۰  | ۷       |
| ۳             | ۰  | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱  | ۰  | ۰  | ۸       |
| ۳             | ۰  | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱  | ۰  | ۰  | ۹       |
| ۱۰            | ۱  | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | *۱ | *۱ | *۱ | ۱۰      |
|               | ۱  | ۸ | ۸ | ۳ | ۲ | ۴ | ۲ | ۱۰ | ۴  | ۵  | وابستگی |

۵. تعیین سطح شاخص‌ها: در این مرحله با به‌دست‌آوردن ماتریس دستیابی نهایی برای تعیین سطح معیارها دو مجموعه قابل دستیابی (خروجی) و مجموعه مقدم (ورودی) تعریف شد، سپس اشتراک آن‌ها به‌دست آمد، بدین ترتیب که مجموعه قابل دستیابی، مجموعه‌ای است که در ماتریس دستیابی نهایی، عدد معیارها در سطر به‌صورت یک ظاهر شده باشد و مجموعه مقدم مجموعه‌ای است که در آن عدد معیارها در ستون‌ها به‌صورت یک ظاهر شده باشد (جداول ۸ تا ۱۳).

جدول ۸. تعیین سطح شاخص‌های خط‌مشی‌گذاری فرهنگی

| ابعاد | مجموعه دستیابی       | مجموعه پیش‌نیاز      | مجموعه مشترک | سطح |
|-------|----------------------|----------------------|--------------|-----|
| ۱     | ۹و۸و۱                | ۱و۴و۵و۶و۱۰           | ۱            | -   |
| ۲     | ۳و۲                  | ۱و۶و۷و۱۰             | ۲            | -   |
| ۳     | ۳                    | ۱و۲و۳و۴و۵و۶و۷و۸و۹و۱۰ | ۳            | اول |
| ۴     | ۹و۸و۴و۵و۱            | ۱و۴                  | ۴            | -   |
| ۵     | ۹و۸و۵و۱              | ۱و۴و۵و۶و۱۰           | ۵            | -   |
| ۶     | ۹و۸و۵و۶و۷و۱          | ۱و۶                  | ۶            | -   |
| ۷     | ۹و۸و۷و۳و۲            | ۱و۶و۷                | ۷            | -   |
| ۸     | ۹و۸و۳                | ۱و۴و۵و۶و۷و۸و۹و۱۰     | ۹و۸          | -   |
| ۹     | ۹و۸و۳                | ۱و۴و۵و۶و۷و۸و۹و۱۰     | ۹و۸          | -   |
| ۱۰    | ۱و۲و۳و۴و۵و۶و۷و۸و۹و۱۰ | ۱۰                   | ۱۰           | -   |

جدول ۹. تعیین سطح شاخص‌های خط‌مشی‌گذاری فرهنگی

| ابعاد | مجموعه دستیابی       | مجموعه پیش‌نیاز  | مجموعه مشترک | سطح |
|-------|----------------------|------------------|--------------|-----|
| ۱     | ۹و۸و۱                | ۱و۴و۵و۶و۱۰       | ۱            | -   |
| ۲     | ۲                    | ۱و۶و۷و۱۰         | ۲            | دوم |
| ۴     | ۹و۴و۵و۸و۱            | ۱و۴              | ۴            | -   |
| ۵     | ۹و۸و۵و۱              | ۱و۴و۵و۶و۱۰       | ۵            | -   |
| ۶     | ۹و۲و۵و۶و۷و۸و۱        | ۶و۱۰             | ۶            | -   |
| ۷     | ۹و۷و۱و۲              | ۶و۷و۱۰           | ۷            | -   |
| ۸     | ۹و۸                  | ۱و۴و۵و۶و۷و۸و۹و۱۰ | ۹و۸          | دوم |
| ۹     | ۹و۸                  | ۱و۴و۵و۶و۷و۸و۹و۱۰ | ۹و۸          | دوم |
| ۱۰    | ۱و۲و۳و۴و۵و۶و۷و۸و۹و۱۰ | ۱۰               | ۱۰           | -   |

جدول ۱۰. تعیین سطح شاخص‌های خط‌مشی‌گذاری فرهنگی

| ابعاد | مجموعه دستیابی | مجموعه پیش‌نیاز | مجموعه مشترک | سطح |
|-------|----------------|-----------------|--------------|-----|
| ۱     | ۱              | ۱و۴و۵و۶و۱۰      | ۱            | سوم |
| ۴     | ۵و۴و۱          | ۱و۴             | ۴            | -   |
| ۵     | ۵و۱            | ۱و۴و۵و۶و۱۰      | ۵            | -   |
| ۶     | ۷و۵و۶و۱        | ۶و۱۰            | ۶            | -   |
| ۷     | ۷              | ۶و۷و۱۰          | ۷            | سوم |
| ۱۰    | ۱و۴و۵و۶و۷و۱۰   | ۱۰              | ۱۰           | -   |

جدول ۱۱. تعیین سطح شاخص‌های خط‌مشی‌گذاری فرهنگی

| ابعاد | مجموعه دستیابی | مجموعه پیش‌نیاز | مجموعه مشترک | سطح   |
|-------|----------------|-----------------|--------------|-------|
| ۴     | ۵و۴            | ۱و۴             | ۴            | -     |
| ۵     | ۵              | ۱و۴و۵و۶و۱۰      | ۵            | چهارم |
| ۶     | ۷و۵و۶و۱        | ۶و۱۰            | ۶            | -     |
| ۱۰    | ۱و۴و۵و۶و۷و۱۰   | ۱۰              | ۱۰           | -     |

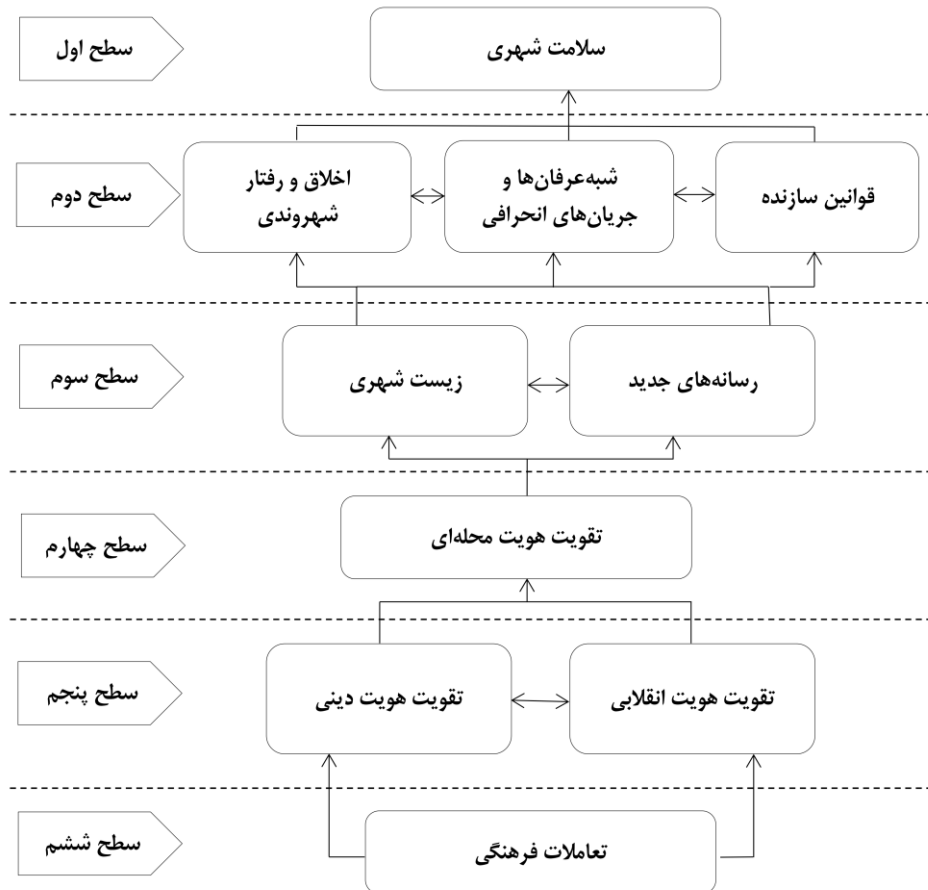
جدول ۱۲. تعیین سطح شاخص‌های خط‌مشی‌گذاری فرهنگی

| ابعاد | مجموعه دستیابی | مجموعه پیش‌نیاز | مجموعه مشترک | سطح  |
|-------|----------------|-----------------|--------------|------|
| ۴     | ۴              | ۱و۴             | ۴            | پنجم |
| ۶     | ۶              | ۶و۱۰            | ۶            | پنجم |
| ۱۰    | ۱و۴و۵و۶و۷و۱۰   | ۱۰              | ۱۰           | -    |

جدول ۱۳. تعیین سطح شاخص‌های خط‌مشی‌گذاری فرهنگی

| ابعاد | مجموعه دستیابی | مجموعه پیش‌نیاز | مجموعه مشترک | سطح |
|-------|----------------|-----------------|--------------|-----|
| ۱۰    | ۱۰             | ۱۰              | ۱۰           | ششم |

ع. ترسیم مدل: بر اساس روابط موجود در ماتریس دستیابی و بر اساس اطلاعات سطح‌بندی متغیرها، گراف روابط بین متغیرها با حذف موارد تریایی نهایی حاصل شده است. سپس اعداد با معیارهای اصلی پژوهش جایگزین شدند. در نمودار ۳ گراف ISM نشان داده شده است.

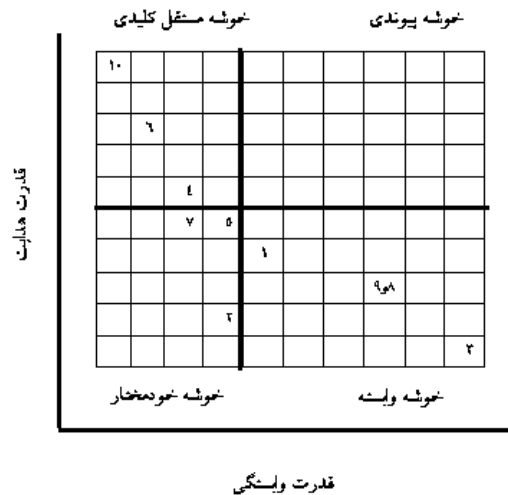


نمودار ۳. مدل یکپارچه شاخص‌های خط‌مشی‌گذاری فرهنگی در شهرداری‌های تهران، اصفهان و شیراز

برای نشان دادن ارتباط بین شاخص‌ها در مدل می‌توان از روابط موجود در ماتریس خودتعاملی ساختاری استفاده کرد که در این مدل به دلیل زیادبودن تعداد این امر سبب آشفتگی مدل می‌شود. بنابراین از رسم روابط در مدل صرف‌نظر شده و تنها به سطح‌بندی شاخص‌ها اکتفا شده است. ۷. ترسیم ماتریس هدایت - وابستگی: همان‌طور که گفته شد، این ماتریس بر مبنای قدرت نفوذ و وابستگی محاسبه شده براساس ماتریس اصلاح‌شده ترسیم می‌شود (جدول ۱۴).

جدول ۱۴. قدرت هدایت - وابستگی شاخص‌های ختمشی‌گذاری فرهنگی

| شاخص         | ۱ | ۲ | ۳  | ۴ | ۵ | ۶ | ۷ | ۸ | ۹ | ۱۰ |
|--------------|---|---|----|---|---|---|---|---|---|----|
| قدرت هدایت   | ۴ | ۲ | ۱  | ۶ | ۵ | ۸ | ۵ | ۳ | ۳ | ۱۰ |
| قدرت وابستگی | ۵ | ۴ | ۱۰ | ۲ | ۴ | ۲ | ۳ | ۸ | ۸ | ۱  |



نمودار ۴. ماتریس هدایت - وابستگی شاخص‌های ختمشی‌گذاری فرهنگی در شهرداری‌های تهران، اصفهان و شیراز

بررسی و تحلیل متغیرهای پژوهش بر اساس نمودار (MICMAC) انجام شده است. همان‌طور که در نمودار ۴ مشخص است، این نمودار از دو محور افقی شامل میزان وابستگی و محور عمودی شامل قدرت نفوذ تشکیل شده است. متغیرهای پژوهش بر اساس دو بعد قدرت نفوذ و میزان وابستگی به ۴ متغیر: مستقل، پیوندی، خودمختاری و وابسته دسته‌بندی می‌شوند [۱]. همان‌طور که در نمودار مشاهده می‌شود، هیچ‌یک از عوامل در ناحیه پیوندی قرار نگرفته است؛ که این به معنای آن

است که ارتباط عوامل خطمشی فرهنگی در حد مطلوب و قوی از لحاظ قدرت نفوذ و وابستگی قرار ندارند؛ اما مشخص شد متغیرهایی همچون تعاملات فرهنگی (۱۰)، هویت انقلابی (۶) و هویت دینی (۴) در ناحیه مستقل قرار گرفته‌اند که به معنای آن است که عوامل مؤثر بر خطمشی فرهنگی از قدرت نفوذ بالا ولی وابستگی پایینی برخوردار هستند. متغیرهایی همچون هویت محله‌ای (۵)، رسانه جدید (۷) و اخلاق و رفتار شهروندی (۲) در ناحیه خودمختار قرار دارند، به این معنا که عوامل مؤثر بر خطمشی فرهنگی از میزان قدرت نفوذ و وابستگی پایینی برخوردارند و متغیرهایی همچون زیست شهری (۱)، سلامت شهری (۳)، شبه عرفان (۸) و قوانین سازنده (۹) در ناحیه وابسته قرار دارند؛ به این معنا که عوامل مؤثر بر خطمشی فرهنگی از وابستگی بالا ولی از قدرت نفوذ پایینی برخوردار هستند.

##### ۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

خطمشی‌گذاری فرهنگی از جمله موضوعات مهم و درخور توجه در متون جوامع مدرن است. از این رو، درک مدیران و برنامه‌ریزان جوامع از مفهوم خطمشی فرهنگی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. خطمشی فرهنگی به معنای عام و عرفی، مجموعه‌ای از اهداف، مبنای، اصول، اولویت‌ها و خطمشی‌های اجرایی است. در واقع، خطمشی فرهنگی بر نوعی توافق رسمی و اتفاق نظر مسئولان و متخصصان امور در تشخیص، تدوین و تبیین مهم‌ترین اصول و اولویت‌های ضروری برای هدایت حرکت فرهنگی دلالت دارد. هدف این پژوهش تبیین متغیرهای مرتبط با خطمشی‌گذاری فرهنگی در شهرداری‌های کلان‌شهرهای تهران، شیراز و اصفهان است. پس از شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر خطمشی فرهنگی، با استفاده از مصاحبه با خبرگان و روش تحلیل مضمون تلاش شد تا سطوح مؤثر بر خطمشی فرهنگی از دید استادان و مدیران شهرداری‌های تهران، اصفهان و شیراز مشرف به موضوع پژوهش، مورد بررسی قرار گیرد. در تحلیل نتیجه به دست آمده باید گفت اساسی‌ترین عوامل مؤثر بر خطمشی فرهنگی در سطح پنجم و ششم هویت دینی، هویت انقلابی و تعاملات فرهنگی است.

این شاخص‌ها مربوط به مؤلفه‌های بهبود هویت شهروندان و مدیریت تغییرات فرهنگی در نتایج حاصل از تحلیل مضمون هستند. در واقع، برای ایجاد و تبیین خطمشی فرهنگی در کلان‌شهرها بایستی به تقویت هویت شهروندان و تعاملات فرهنگی نسبت به سایر متغیرهای شناسایی شده توجه ویژه‌تری داشت. امروزه مسئله غامض و پیچیده هویت به دغدغه فکری بسیاری از متفکران دینی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی دولتمردان و هنرمندان تبدیل شده است. لازم به ذکر است که

چالش‌های هویتی بسیار سرنوشت‌سازند، زیرا بر شرط اصلی نیل به توسعه پایدار در یک کشور که تربیت نیروی انسانی کارآمد با گرایش‌های لازم فرهنگی، اجتماعی و غیره است، اثرگذار هستند.

بر اساس نظر لئونارد بایندر<sup>۱</sup> (۱۹۷۸) اگر کشوری بخواهد به رشد و توسعه برسد، باید پنج بحران را پشت سر بگذارد. این بحران‌ها عبارت‌اند از: بحران هویت، بحران مشارکت، بحران نفوذ، بحران مشروعیت و بحران توزیع. به‌زعم وی، وجه تمایز کشورهای توسعه‌یافته صنعتی و کشورهای درحال توسعه آن است که آنان در گذشته به طریقی موفقیت‌آمیز بحران‌های یادشده به‌ویژه بحران هویت و مشروعیت را پشت سر نهاده‌اند؛ و از طرف دیگر یکی از بحران‌های عصر کنونی، احساس پوچی، سرگردانی و بی‌هدفی است، که با تقویت هویت شهروندان می‌توان این بحران را تا حدی کنترل کرد. از سوی دیگر، تغییرات فرهنگی و جریان‌ات فضای مجازی جهان‌شمول است. شهرداری‌های کلان‌شهرها با زیرساخت‌هایی که در اختیار دارند می‌توانند با آگاه‌سازی مردم، تهدید موجود در فضای مجازی را به فرصت‌هایی برای داده‌پردازی بر اساس هویت ایرانی و انقلابی تبدیل کنند. با بررسی نتایج به‌دست‌آمده در سطح سوم و چهارم مشاهده می‌شود سه شاخص هویت محله‌ای، زیست شهری و رسانه جدید به‌عنوان عوامل مؤثر بر تبیین خطمشی فرهنگی در کلان‌شهرها مطرح شده است که به‌ترتیب برگرفته از مؤلفه‌های تقویت هویت شهروندان و بهبود سبک زندگی هستند. با توجه به این نتایج می‌توان بیان کرد ویژگی‌های هر محله بازگوکننده خصوصیات افرادی است که در آن منطقه زندگی می‌کنند. بنابراین افراد به نوع هویت محله‌شان توجه دارند. چراکه به‌نوعی بازگوکننده منش و شخصیت اهالی ساکن در آن منطقه است. از طرفی، امروزه محیط‌زیست به‌طور فزاینده‌ای به مسئله‌ای حیاتی و بسیار مهم برای همه‌ی اقشار مردم، در هر طبقه اجتماعی تبدیل شده است. به نظر می‌رسد امروزه، مشکلات زیست‌محیطی، شهروندان، سازمان‌ها و مؤسسه‌های سرتاسر جهان را بیشتر از ۳۰ سال پیش نگران کرده است. شرایط زیست‌محیطی فعلی، در حال حاضر سلامت و بهداشت افراد را در سطح جهان بیشتر تهدید می‌کند که باعث افزایش حساسیت نسبت به محیط‌زیست، در نگرش‌های زیست‌محیطی، ترجیحات و تمایلات افراد شده است. به نظر می‌رسد تمامی افراد در مورد محیط‌زیست آگاه‌تر و علاقه‌مندتر شده‌اند.

افزایش آگاهی در مورد مشکلات زیست‌محیطی مختلف، منجر به تغییر در شیوه زندگی افراد شده است و تغییری در نگرش افراد نسبت به شیوه زندگی سبز، به‌وجود آمده است. مردم به‌طورجدی تلاش می‌کنند تا تأثیر خود را بر محیط‌زیست کاهش دهند و به دنبال محیطی سالم و پاکیزه هستند.

---

1. Leonard Bynder



نتایج به‌دست‌آمده در سطح اول و دوم نشانگر این است چهار شاخص سلامت شهری، اخلاق و رفتار شهروندی، شبه عرفان و قوانین سازنده به‌عنوان عوامل مؤثر بر تبیین خطمشی فرهنگی در کلان‌شهرها مطرح است که به‌ترتیب برگرفته از مؤلفه‌های بهبود سبک زندگی و مدیریت تغییرات فرهنگی هستند.

با توجه به اینکه این پژوهش به‌صورت طراحی مدل انجام‌شده است و عوامل مؤثر بر تبیین خطمشی فرهنگی در شهرداری‌های کلان‌شهرهای تهران، اصفهان و شیراز را بر اساس تکنیک تحلیلی تفسیری - ساختاری تفکیک نموده است، همچنین به‌دلیل اینکه پژوهش مشابهی انجام نشده است، بنابراین این پژوهش قابل‌مقایسه نیست. چراکه همان‌طور که قبلاً بیان شد، پژوهش مشابهی در این زمینه و با این رویکرد پژوهشی انجام نگرفته است.

در رابطه با محدودیت‌های پژوهش نیز باید بیان کرد با توجه به مضمون خطمشی فرهنگی و گره‌خوردن آن با ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی افراد، خطمشی فرهنگی می‌تواند ابعاد و ویژگی‌های پیچیده‌تری داشته باشد که این پژوهش به آن پرداخته است. از طرف دیگر به‌دلیل محدودیت‌های موجود در رابطه با تدوین مقاله، می‌توان پیشنهاد کرد، موضوع خطمشی فرهنگی از طریق مصاحبه و با رویکرد گزند تئوری انجام شود که ممکن است با استفاده از آن به اطلاعات جامع‌تری دست یابند.

## منابع

1. Azar, A., Tizro A., Moghbel, A. & Anvari A. (2010). Contouring agility moVel of supply chain: Interpretive structural moVeling approach. *Management Research in Iran*, 14, 1-25.
2. Bache, I. & Taylor, A. (2003). The Politics of policy Resistance Reconstructing Higher Education. *Journal of public policy*, 23(3).
3. Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
4. Barbeiry, N. (2009). Why does cultural policy change? Universitat autonoma de bcelona.
5. Bennett, O. (2004). The torn halves of cultural policy research. *International journal of cultural policy*, 10(2).
6. Ghadery, S. D. & Khalegh Panah, K. (2011). Discourses of the Cultural Policy of the Municipality of Tehran, Tehran Strategic Cultural Management Conference, Tehran, Municipality of Tehran (In Persian).
7. Ghafary, R., Moghimi, S. M. & Poorezat, A. A. (2015). Promising Template for Policy-Making of Islamic Regimes based on the Future. *Islamic Management Journal*, 24(2), 11-34 (In Persian)
8. Girard, E. (2011). Cultural Development: Experiences and Policies (In Persian).
9. Golen, J. (2011). Politics and Culture, Institute for Prospective Research (In Persian).
10. Gooeigan, J. (2009). Re-Thinking in Cultural Politics, Translator: Fazeli, N., Imam Sadiq university (In Persian).
11. Howlett, M. & Ramesh, M. & Perl, A. (2010). Study Public Policy: Policy Cycles and Policy Subsystems. Ontario: Oxford University Press.
12. Kefalas, M. (2014). Labor for Love: Rethinking Class and Culture in the Case of Single.
13. Fayyaz, I. (2010). *Interaction of Religion, Culture and Communication*. Tehran: International Publishing Company (In Persian).
14. Motherhood. In M. D. JACOBS & N. W. HANRAHAN (2017). The Blackwell Companion to the Sociology of Culture. Malden: Blackwell Publishing.
15. Khan Mohammadi, Y. (2007). Government and Cultural Policy from the Point of View of Imam Khomeini, Islamic University, (2) (In Persian).
16. Peykani, M. & Mohammadvand Goloje, N. (2016). Analysis of Womens Cultural Policies. *Journal of Women and Cultural*, 8(32), 93-109 (In Persian).
17. UNESCO (2003). Practical StraTEGIES FOR Cultural Development (A Collection of Five Office on Cultural Development), Translator: Fazeli, M. Tehran, Nibian Publishing House (In Persian).
18. Salehi Amiri, S. R. & Dolat Abady, A. A. (2008). Fundamentals of Cultural Policies and Planning, Tehran, Eepedienncy Council, Research Institute for Strategic Research (In Persian).
19. Tylor, E. B. (1974). Primitive culture: researches into the development of mythology, philosophy, religion, art, and custom. New York: Gordon Pr.