



پیش نویس چارچوب آمارهای فرهنگی یونسکو
در سال ۲۰۰۹

پیش نویس چارچوب آمارهای فرهنگی یونسکو در سال ۲۰۰۹

سخنرانان:

دکتر محمدرضا سعیدآبادی

ابراهیم معظمی گودرزی

چانلی هان

محمدحسین رستگاری



سازمان مرکزی
آمار و اطلاعات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران

پیش نویس چارچوب آمارهای فرهنگی یونسکو در سال ۲۰۰۹

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

سخنرانان: دکتر محمدرضا سعید آبادی

چانلی هان

ابراهیم معظمی گودرزی

محمدحسین رستگاری

نوبت چاپ: اول - اردیبهشت ۹۰

شمارگان: ۳۰۰ نسخه ویژه مخاطبان خاص

قیمت: ۱۱۰۰۰ ریال

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.

در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد

نشانی: تهران، پایین تر از میدان ولی عصر(عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

Email: nashr@ric.ir

صندوق پستی ۶۴۷۴ - ۱۴۱۵۵ تلفن: ۸۸۹۰۲۲۱۳، دورنگار: ۸۸۹۳۰۷۶

فهرست مطالب

سخن ناشر.....	۷
مقدمه	۱۱
پیش‌نویس چارچوب جدید آمارهای فرهنگی یونسکو در سال ۲۰۰۹	۱۳
معرفی کارگاه / دکترعلی صباغیان	۷۹
رویکرد جدید یونسکو به آمارهای فرهنگی آقای چانلی هان	۹۵
نقد و بررسی چارچوب جدید آمارهای فرهنگی یونسکو ابراهیم معظمی گودرزی ...	۱۰۳
بررسی چارچوب پیشنهادی آمارهای فرهنگی یونسکو / محمدحسین رستگاری	۱۲۵

سخن ناشر

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات در راستای اهداف و وظایف خود اقدام به برگزاری نشست‌هایی با موضوع‌های مختلف در حوزه فرهنگ، هنر و ارتباطات می‌نماید تا از این رهگذر فضای گفت‌وگو و تبادل نظر میان نخبگان فرهنگی کشور، نقد و بررسی مسائل و مشکلات مبتلا به جامعه فراهم آید.

گزارش پیش‌رو، نتیجه نشستی است با عنوان: «بررسی ویژگی‌های مدیریت و منابع انسانی با رویکرد فرهنگی یونسکو» با سخنرانی آقای دکتر محمدرضا سعیدآبادی که در تاریخ .../.../۸ در محل پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، پژوهشکده ارتباطات میان فرهنگی و بین‌الملل - گروه مطالعات مسائل بین‌الملل برگزار شده است.

یادآوری می‌شود، موضوع‌های مطرح شده از سوی سخنران، لزوماً منعکس‌کننده دیدگاه‌های مسئولان پژوهشگاه نیست

مقدمه

فرهنگ بازتابی از باورها، ارزش‌ها و هنجارهای مشترک انسان‌هاست که در قالب گروه‌های محلی، ملی و فراملی شکل می‌یابد. از این‌رو، قیاس و اندازه‌گیری این اعتقادات و ارزش‌ها شاید غیرممکن به نظر آید. اما سنجش عناصر و مؤلفه‌های فرهنگ از طریق اندازه‌گیری رفتارها، فعالیت‌ها و کنش‌های ناشی از این ارزش‌ها و اعتقادات، امکان‌پذیر می‌شود. فراتر از این، بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی و تجاری جوامع انسانی گرچه اصالت و ماهیت فرهنگی ندارد، ولی ارتباط تنگاتنگ و وثیقی با ابعاد فرهنگی زندگی اجتماعی دارد که به عنوان حوزه پیرامونی فرهنگ به شمار می‌رود. در نتیجه، اندازه‌گیری فرهنگ در قالب شاخص‌ها و آمارهای فرهنگی نه تنها ممکن، بلکه ضروری نیز می‌باشد.

براین اساس، یونسکو به عنوان بزرگ‌ترین و فراگیرترین سازمان

فرهنگی بین‌المللی در سال ۱۹۸۶ چارچوب آمارهای فرهنگی را تهیه و تدوین نمود. این چارچوب آماری امکان اندازه‌گیری فعالیت‌های فرهنگی کشورهای مختلف و مقایسه آن‌را در سطح بین‌المللی فراهم ساخت. اما پس از گذشت بیش از دو دهه، این چارچوب نیاز به بازنگری، بازمبانی و بازتعریف دارد. چون فرهنگ پدیده و مقوله پویا و متحولی است که در پرتو زندگی اجتماعی انسان در گذر زمان تحول، تکامل و توسعه می‌یابد.

تحول و تکامل فرهنگ نیز به معنای تغییر و تحول مصادیق و عناصر فرهنگی است. به گونه‌ای که آمارها و شاخص‌های گذشته نمی‌تواند کلیه ابعاد و وجوه فرهنگ و فعالیت‌های فرهنگی جوامع امروزی را مورد سنجش و اندازه‌گیری قرار دهد. از این‌رو، یونسکو چارچوب آماری سال ۱۹۸۶ را بازننگری و پیش‌نویس چارچوب جدید آمارهای فرهنگی را در سال ۲۰۰۸ تهیه کرد که در مجمع عمومی سال ۲۰۰۹ طرح و تصویب خواهد شد.

بحث و بررسی آمارهای فرهنگی یونسکو از چند جهت حائز اهمیت است. نخست، زمینه مقایسه فعالیت‌ها و سیاست‌های فرهنگی کشورهای مختلف را فراهم می‌سازد. دوم، در چارچوب آمارهای فرهنگی میزان پیشرفت و توسعه فرهنگی کشور را می‌توان ارزیابی و سنجش کرد. سوم، لازمه و پیش شرط سیاست‌گذاری فرهنگی منطبق بر واقعیت‌های فرهنگی کشور، مستلزم داشتن آمارها و شاخص‌های فرهنگی معتبر و مشخص است. چهارم، جمع‌آوری و تهیه آمارهای فرهنگی بر اساس شاخص‌های عام و جهان‌شمول در کشور همچنان توسعه نیافته و ابتدایی باقی مانده است. به طوری که در بسیاری از حوزه‌های فرهنگی آمار دقیق لازم برای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در دست نیست. پنجم، جمهوری اسلامی ایران به عنوان یک

کشور متمدن و با قدمت فرهنگی چند هزارساله که خاستگاه انقلاب اسلامی با محتوای فرهنگی نیز می‌باشد، می‌تواند و باید نقش سازنده و فعالی در تهیه و تدوین شاخص‌ها و آمارهای فرهنگی جهانی ایفا نماید. این هدفی است که از طریق مشارکت فعال در سازمان‌های فرهنگی بین‌المللی مانند یونسکو تأمین می‌شود. ششم، تهیه و تدوین چارچوب آمارهای فرهنگی فرابخشی در سطح ملی مستلزم همکاری و هم‌افزایی بخش‌های فرهنگی مختلف است که بر اثر تبادل نظر آنان حاصل می‌گردد.

با توجه به اهمیت و ضرورت موضوع آمارهای فرهنگی، گروه مسائل فرهنگی بین‌الملل پژوهشکده ارتباطات میان‌فرهنگی و بین‌الملل پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات با همکاری کمیسیون ملی یونسکو اقدام به برگزاری کارگاه بررسی پیش‌نویس چارچوب جدید آمارهای فرهنگی یونسکو در اسفندماه ۱۳۸۷ نمود. در این کارگاه کارشناسان، متولیان و متصدیان فرهنگی مربوطه، به بحث و بررسی ابعاد مختلف موضوع پرداختند که مشروح مباحث آن در این مجموعه عرضه گردیده است. امید است این مجموعه بتواند گامی هرچند کوچک در راه ارتقاء تدوین و تنظیم آمارهای فرهنگی کشور جهت سیاست‌گذاری فرهنگی مطلوب باشد.

گروه مطالعات مسائل بین‌الملل

پژوهشکده ارتباطات میان‌فرهنگی و بین‌الملل

پیش‌نویس چارچوب جدید آمارهای فرهنگی یونسکو در سال ۲۰۰۹

خلاصه اجرایی

تعریف فرهنگ: اصل و فرع

فرهنگ غالباً به معنای انعکاس عقاید و ارزش‌های مشترک است. امکان سنجش این عقاید و ارزش‌ها به صورت نظام‌مند وجود ندارد. در عوض، «چارچوب آماری فرهنگی» قصد دارد فرهنگ را از طریق «رفتار و فعالیت‌های برخاسته از آن عقاید و ارزش‌ها» تعریف کند. از سوی دیگر، تعریف فرهنگ ارتباط تنگاتنگی با هویت ملی و اجتماعی دارد و بنابراین مقایسهٔ ابعاد خاصی از فرهنگ در فرهنگ‌ها و کشورهای گوناگون مهم است.

مجموعه «اصلی» از فعالیت‌های اقتصادی (تولید کالا و خدمات) و اجتماعی (مشارکت / حضور در برنامه‌های فرهنگی) وجود دارند که از سوی اکثر مردم و کشورها، شکل‌دهندهٔ بخشی از فرهنگ به شمار می‌روند. سایر فعالیت‌های اقتصادی (مانند تبلیغات) و اجتماعی (مانند ورزش) از سوی

همگان به عنوان شکل‌دهنده فرهنگ پذیرفته نیستند و بنابراین، «فرعی» محسوب می‌شوند.

پس از ارائه یک تعریف منحصر به فرد و محدود از فعالیت‌های فرهنگی، نه میسر و نه مطلوب است در عوض، این چارچوب پیشنهاد می‌کند که دست‌اندرکاران تهیه آمار، قلمروها یا بخش‌هایی از فعالیت‌ها را که در فرهنگ خود اساسی می‌دانند، برگزینند اگر کشورها قلمرو یکسانی را انتخاب کنند، باید از تعاریف این سند برای تهیه اطلاعات جهانی «مناسب آن قلمرو» استفاده کنند. اگر چه معیارهای تعیین این تعاریف اقتصادی هستند، اما تفسیر قلمرو حاصل از آن فقط به جنبه‌های اقتصادی فرهنگ منحصر نمی‌شود و به تمام جنبه‌های آن قلمرو تسری می‌یابد. پس تعریف اجرای «برنامه»، همه برنامه‌ها را دربرمی‌گیرد، چه آماتور و چه حرفه‌ای، چه در یک سالن رسمی کنسرت اجرا شود یا در فضای باز یک دهکده.

به علاوه، این چارچوب بر سه بعد فعالیت فرهنگی که باید در میان مجموعه‌ای از فعالیت‌ها با وظایف بخشی سنجیده شود، تأکید دارد در زنجیره تولید فرهنگی، آموزش و بایگانی و حفاظت، وظایف هم‌عرض هستند. حال آنکه دانش سنتی و محلی، قلمرو فرهنگی هم‌عرض تلقی می‌شود. به نظر می‌رسد هر یک از این سه بعد، در اندازه‌گیری گستره کامل فعالیت فرهنگی از اهمیت بسزایی برخوردارند.

سنجش فرهنگ: رویکردی عملی

هدف از تهیه این چارچوب، بسترسازی برای تولید اطلاعات سنجش‌پذیر فرهنگی در سطح جهان با توجه به محدودیت‌های تعریف فعالیت‌های

فرهنگی است که در بالا به آنها اشاره شد. شکی نیست که قابلیت کشورها در جمع‌آوری آمار فرهنگی متفاوت است و بستگی به اولویت‌های سیاسی، مهارت‌ها در زمینه آمار و منابع انسانی و مالی دارد. این چهارچوب مشخصاً به گونه‌ای طراحی شده تا دست‌اندرکاران آمار بتوانند با توجه به محدودیت‌ها، اطلاعات سنجش‌پذیر جهانی ارائه دهند.

این چهارچوب برپایه رایج‌ترین معیارهای جهانی آمار تهیه شده تا بتوان ظرفیت بهره‌برداری از مطالعات موجود برای سنجش فعالیت فرهنگی را به حداکثر رساند. این معیارها عبارت‌اند از: طبقه‌بندی بین‌المللی استاندارد صنعتی (ISIC)، طبقه‌بندی بین‌المللی استاندارد مشاغل (ISCO) و طبقه‌بندی مرکزی تولید (CPS). کشورهای دارای منابع کمتر می‌توانند از ساختار اولیه طبقه‌بندی‌های ISIC و ISCO برای اندازه‌گیری فعالیت‌های فرهنگی از طریق آمارهای استاندارد اقتصادی و مطالعات داخلی همچون بررسی و سرشماری نیروی کار استفاده کنند. کشورهای دارای منابع بیشتر یا واقع در قلمروهای اولویت‌دار می‌توانند با استفاده از طبقه‌بندی مرکزی تولید و تجهیزات آماری پیشرفته‌تر و دقیق‌تر، به جمع‌آوری آمار پیچیده‌تر بپردازند.

از آنجا که فعالیت‌های فرهنگی غالباً حاصل تولید نیمه‌وقت یا آماتور هستند، مطالعات مربوط به نیروی کار کشور نقشی مهم به خصوص در زمینه جمع‌آوری اطلاعات درباره نظر دوم افراد ایفا می‌کند. می‌توان اظهار داشت که در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، محصولات یا فعالیت‌های فرهنگی، مکمل مشاغل مربوط به کشاورزی یا کارهای جسمانی به شمار می‌روند و بنابراین در کاهش فقر تأثیر گذارند.

درضمن، این چهارچوب به زنجیره/ چرخه خلاق نمونه فعالیت فرهنگی

اشاره می‌کند که به شناخت روابط میان فعالیت‌های گوناگون فرهنگی کمک می‌کند. با توجه به این نمونه، شاخصی‌ها باید به صورتی تغییر شوند تا دست‌اندرکاران آمار متوجه شوند که دو حال سنجش کدام بخش از فرآیند خلاق هستند: نگارش، تولید یا توزیع. برخی از شاخص‌های خاص در این چارچوب تعریف نشده‌اند. در واقع، هدف این است که چگونه می‌توان آمار برگرفته از اطلاعات اقتصادی، داخلی یا موقت و ارزش سرمایه‌های فرهنگی را برای ارائه دیدگاهی کلی از فرهنگ گردهم آورد تا امکان مقایسه در قلمروهایی خاص در سطح جهان به دست آید. این را باید بیش از ابزاری برای اجرای مستقیم، وسیله‌ای جهت طبقه بندی در نظر گرفت. امید است در آینده، رهنمون‌های ویژه‌ای برای ابزار یا شاخص‌های خاص به وجود آید، به عنوان مثال، شاخص‌هایی برای بهره برداری در مطالعات مربوط به مشارکت فرهنگی یا سنجش محصولات صنایع دستی.

۱. مقدمه

این چارچوب جایگزین «چارچوب آمارهای فرهنگی یونسکو» (۱۹۸۶) به شمار می‌رود. از آن سال تاکنون، رویکردهای گوناگونی نسبت به فرهنگ ظاهر شده‌اند و تحولات اجتماعی و تکنولوژی، موقعیت فرهنگ را در دنیا تغییر داده‌اند.

در میان اقشار متنوع ساکن یک کشور، فرهنگ‌های زیادی وجود دارند. همین غذای بیان و فعالیت است که فرهنگ را مبدل به امری مهم و حیاتی در زندگی مردم سراسر جهان می‌کند. با این حال تعصبات فرهنگی در تمامی ابزار آماری و تحقیقات علمی تا جایی که رخنه کرده که به زعم دانشمندان

محققان از تعصبی اجتناب‌ناپذیر پیشنه فرهنگی خود برخوردارند.

چارچوب آماری یونسکو در حوزه فرهنگ باید امکان سنجش را در سطح جهان افزایش دهد و «ارزش همگانی» را تا حد امکان مشخص کند در سطح ملی نیز تقاضای قابلیت سنجش جهانی وجود دارد. همه کشورهای مایلند شاهد شناسایی ارزش و محصولات فرهنگی مهم خود در همه دنیا باشند.

به اعتقاد یونسکو، مقایسه آمارهای فرهنگی به منزله مقایسه موارد غیرقابل قیاس نیست، اما اذعان می‌دارد که این موضوع پیچیده‌ای است که معضلاتی واقعی پدید می‌آورد. محصولی مانند پوشاک یا لباس ملی که در یک کشور بسیار فرهنگی تلقی می‌شود. ممکن است در کشور دیگر از اهمیتی فرهنگی زیادی برخوردار نباشند. در بسیاری از کشورهای آفریقایی و آسیایی، پوشاک بخشی مهم از بیان فرهنگی قلمداد می‌شود. در بسیاری از کشورهای اروپایی، جنبه فرهنگی پوشاک فراتر از پوشیدن لباس محلی در مراسم خاص نمی‌رود.

این چارچوب جدید قصد دارد در عین حفظ عناصر کلیدی سنجش، انعطاف‌پذیر باشد و مانع تراشی نکند. انتظار می‌رود به گونه‌ای عمل کند که کشورها بتوانند آزدانه به انتخاب قلمروهای اصلی که بخشی از آمار فرهنگی را تشکیل می‌دهند، بپردازند. اگر دو کشور یک قلمرو را انتخاب کنند. احتمالاً امکان جمع‌آوری اطلاعات براساس تعریف مشابه (یا به طور آرمانی برابر) فراهم می‌شود تا سنجش فراملی حداکثر برسد.

این چارچوب مجموعه‌ای از قلمروهای اصلی را تعیین می‌کند تا معیاری میان استانداردهای فرهنگی در سطوح ملی و بین‌المللی ایجاد شود. اطلاعات موجود در این قلمروهای «اصلی» به جمع‌آوری مجموعه اطلاعات قابل سنجش بین‌المللی کمک می‌کند، اما الزاماً تصویری کامل از فرهنگ در سطح

ملی به دست نمی‌دهد.

۱.۱. مبنای منطقی

پس از انتشار اولین چارچوب آمار فرهنگی از سوی یونسکو در سال ۱۹۸۶، افکار عمومی جایگاه والاتری به فرهنگ اختصاص داده است. چندین دلیل برای این مسئله وجود دارد که برخی بیانگر گرایش‌های نهفته دراز مدت و بقیه جدیدتر و محتمل‌تر هستند. در اکثر کانون‌های اقتصادی مهم جهان، افزایش ثروت و درآمد منجر به افزایش بودجه در حوزه فرهنگ شده است. بدین ترتیب فرهنگ به جای اینکه محصولی لوکس و سلیقه‌ای باشد که با تخصیص منابع مازاد بر احتیاج به دست آید، مبدل به بخشی ضروری از چرخه بازتولید اقتصادی شده است. مصارف فرهنگی رشد کرده‌اند دامنه محصولات افزایش یافته است و یک «محصول» اکنون به منزله واسطه کسب تجارت فرهنگی عمل می‌کند. مثلاً به جای گوش دادن به اجرای زنده موسیقی، می‌توان آن را از دستگاه سی‌دی پخش کن (به عنوان واسطه) نشید. بدین ترتیب، بازار و نیازی برای تولید سی‌دی و دستگاه پخش آن پدید می‌آید. گرایش‌های دراز مدت با ظهور دو پدیده تازه‌تر و مرتبط و مرتبط تشدید شده‌اند که عبارتند از:

- اکنون اینترنت (و فناوری وابسته) ابزاری اساسی برای تولید و توزیع فرهنگ (و فرآیندهای آموزش، حفاظت و نقد) به شمار می‌رود
- در کشورهای ثروتمندتر، رشد درآمد موجب حساسیت عموم مردم به طراحی شده است که به نوبه خود موجب تمایز پایدار اقتصادی میان طراحی و ارائه محصول می‌شود.

فناوری‌های جدید در مقایسه با دوران قبل، امکان بهره‌برداری تجاری

سریع از یک محصول فرهنگی «استثنایی» مانند یک ترانه را نیز فراهم می‌کند. بدین ترتیب، توازن نیروی اقتصادی میان فعالیت‌های فرهنگی که امکان بازتولید دیجیتالی آنها وجود دارد و از قابلیت خرید و فروش برخوردارند و آنها که فاقد چنین قابلیت هستند، تغییر می‌کند.

در نتیجه، بخش فرهنگ در برخی کشورهای توسعه‌یافته از نظر اقتصادی (حداقل از نظر اشتغال) مهم‌تر از صنایع تثبیت شده قدیمی‌تر (مانند استخراج معادن، تولید اتومبیل و غیره) است و به ویژه به صدور دستاوردها کمک می‌کند در حالی که اکنون تأثیر اقتصادی بخش فرهنگ در جهان توسعه‌یافته در زمینه اشتغال چندان واضح و آشکار نیست، صدور دستاوردها می‌تواند بسیار چشمگیر باشد. از این‌رو، نقش فرهنگ به عنوان ابزار توسعه مورد تجدید نظر قرار می‌گیرد.

چارچوب‌های موجود سیاست فرهنگی بر پایه موازنه میان قدرت، علایق و منابع دوران قبل (پیش از دوره دیجیتال) بنا شده‌اند. بنابراین، اشکال جدید تولید فرهنگی، چالشی ویژه برای این‌گونه چارچوب‌ها به خصوص در حوزه‌هایی چون حفظ میراث، اموال و تنوع معنوی و فکری به شمار می‌رود و از تأثیر آنها در تأمین اهداف می‌کاهد. به عنوان مثال: در حالی که برخی اشکال بیان موسیقایی از نظر تجاری تقویت می‌شوند. سایر قالب‌های فرهنگی که از مزایای بازتولید و توزیع دیجیتالی بی‌بهره‌اند، عملاً به سرمایه‌گذاری عمومی بیشتر نیاز پیدا می‌کنند. به همین صورت، این تغییرات ممکن است موجب ارزشیابی مجدد جایگاه و منزلت فرهنگی شوند.

قالب‌های تازه تولید فرهنگی، حوزه جدیدی از سیاست فرهنگی به وجود آورده که بر فعالیت‌های زیر مجموعه معینی که همان صنایع فرهنگی هستند،

تمرکز دارد در ضمن، اینها غالباً صنایع خلاق نامیده می‌شوند که وجوه اشتراک زیادی با تفکر قبلی صنایع فرهنگی که بر بُعد تجاری بخش فرهنگ تأکید می‌کند، دارد یک صنعت خلاق می‌تواند شامل فعالیت‌های «خلاق» باشد که ارتباط چندانی با «فرهنگ» ندارند، مانند تبلیغات، با این حال، وابستگی درونی شدیدی میان همه فعالیت‌های بخش فرهنگ در بخش‌های دولتی و خصوصی به چشم می‌خورد. مثلاً کارکنان این حوزه می‌توانند به طور متناوب میان بخش دولتی و خصوصی در رفت و آمد باشند، به طوری که به سختی در طبقه‌بندی قلمروهای دولتی یا خصوصی قرار گیرند. اگر تأکید بر عمل باشد، امید است که این چارچوب موجب انعطاف حد و مرزها شود و به تقویت عناصر هر دو بخش بپردازد.

تغییرات در خلق، توزیع و مصرف فرهنگ به معنای رشد همه جانبه بخش فرهنگ است که غالباً حوزه‌های سنتی اقتصاد را پشت سر می‌گذارد. به دلیل سرعت تغییرات و ویژگی خلاق و اصیل تولید فرهنگی، اطلاعات بیشتر و بهتری برای درک کامل میزان و ژرفای چنین تغییراتی لازم است. همان‌طور که اشاره خواهد شد. بخش فرهنگی از رشد یکسان و هماهنگ برخوردار نبوده است که تنش‌هایی میان فعالیت‌های تجاری و غیر تجاری، اشکال هنرهای سنتی و مدرن، والا و پست و نیز میان حساسیت‌های بین‌المللی و بومی پدید آورده است.

به عقیده کشورهای عضو یونسکو، FCS سال ۱۹۸۶ عمده‌تاً به جهان پیشرفته تعلق داشت. لازم است FCS بازبینی شده نیازهای گوناگون کشورهای در حال توسعه را مدنظر قرار دهد. به ویژه یک FCS بازبینی شده باید تناسب و شفافیت عناصر ضمیمه همچون میراث فرهنگی معنوی و نیز

مواجهه با معضل تنوع فرهنگی را رعایت کند. در چارچوب ۱۹۸۶، برخی فعالیت‌های فرهنگی مانند تولید صنایع فرهنگی و نقش آموزش حذف شده‌اند یا بر آنها تأکید کافی صورت نگرفته است.

هم راستا با ملاحظات گوناگون، چارچوب بازمینی شده براساس موارد و منابع زیر نیز گسترش یافته است:

- بررسی مجدد چارچوب فکری که اساس FCS را با توجه به گرایش‌ها و ملاحظات اخیر در سیاست و اعمال فرهنگی تشکیل می‌دهد.
- بازمینی طبقه‌بندی‌ها / چارچوب‌های موجود و شاخص‌های مورد استفاده تعداد از کشورهای عضو جهت سنجش فرهنگ در نظام آماری رسمی خود.
- تعیین تفاوت‌ها براساس متغیرها/ شاخص‌های مربوطه و
- ارائه درخواست‌های روزآمد کردن FCS و نیز توسعه ابزارهایی که جهت تعیین ابعاد این چارچوب مورد استفاده قرار می‌گیرند.

۲.۱. زمینه سیاسی بازمینی چارچوب

نکته مهم دیگر در گسترش یک چارچوب جدید، افزایش نقش فرهنگ در افکار عمومی است چند دلیل در توجیه این گرایش وجود دارند عبارتند از:

- افزایش تجارت محصولات فرهنگی در سطح جهان که مصداق‌های اصلی آن به طور مشخص در حقوق اموال معنوی (آفرینش، مالکیت، و بهره‌برداری از آنان) و به صورت عام در هویت فرهنگی و مالکیت آن (میراث معنوی، فرهنگ مردمی قابل انتقال و غیره) بروز نمی‌یابد.
- رشد و تمرکز قدرت بازار بر تعداد محدودی محصول چند ملیتی که در میان صنایع فرهنگی قرار می‌گیرند. بدین ترتیب «مزیت اولین پیشنهاددهنده» غالباً به طور انحصاری در اختیار دنیای پیشرفته قرار می‌گیرد.

- نهادهای قانونی و سیاسی مرتبط با مقررات و ترویج فرهنگ قبل از رشد صنایع فرهنگی توسعه یافتند. بنابراین، این نهادها از امکان و ابزار رویارویی با چالش‌های کنونی برخوردار نیستند بخش مهمی از توسعه پاسخ سیاسی مناسب را وجود شواهد قاطع و محکم تشکیل می‌دهد. اسناد فرهنگی برگرفته از منابع آماری جهت تحلیل بخش خصوصی، بخش اصلی این فرآیند را تشکیل می‌دهند.

- سیاست فرهنگی به منزله سیاست «صنایع فرهنگی» که توسعه چشم‌انداز بخشی و اقتصادی را میسر می‌سازد. پیامد آن، جدی گرفتن صنایع فرهنگی در سیاست فرهنگی است.

- وابستگی‌های داخلی پیچیده‌ای میان بخش‌های دولتی و خصوصی، فراتر از یک دوگانگی ساده وجود دارد به عنوان مثال، تعدادی از فعالیت‌های فرهنگی تجاری بر آرمان‌ها و خواسته‌های سیاست فرهنگی تأثیر می‌گذارند چارچوب‌ها محدود به یک رویکرد دوگانه، به طور روزافزون ناکارآمد می‌شوند.

از سال ۱۹۸۶، رشد آگاهی و نیاز به سیاسی فعال در حوزه تنوع فرهنگی، توسعه‌ای ویژه تلقی می‌گردد. تنوع فرهنگی یک حوزه سیاسی چندوجهی با خاستگاه‌های گوناگون و تأکید و پیوندهای مختلف با سطوح اقلیمی متفاوت ماند: فراکشوری، درون کشوری یا فراملی است در مورد آخر، گرایش به سیاست فعال در زمینه تنوع فرهنگی از جنبه‌های گوناگون و پیوسته زیر برخوردار است:

- عموماً تقاضای روزافزونی برای محصولات فرهنگی به چشم می‌خورد که ریشه در کشورهای در حال توسعه دارد و در برخی موارد، پیوندی میان

این محصولات با محصولات کشورهای پیشرفته وجود دارد اما کشورهای در حال توسعه غالباً در موقعیتی قرار ندارند که بتوانند بر سر درآمد حاصل از صادرات فرهنگی به بحث بنشینند که به دلیل فقدان ساختاری و یا حضور انحصاری اقلیت در بخش صنعت است.

- آشفستگی مرزهای میان ملت‌های (غالباً غربی) برخوردار از فرهنگ فقیر و غنی و میان «غرب» و «سایرین»

- داد و ستد محصولات صنایع دستی و نقش آن در راهبردهای توسعه اقتصادی کشورهای در حال توسعه.

- در نتیجه این تحولات، معضلاتی در حال بروز هستند که بحث برانگیزترین آنها مربوط به حقوق اموال معنوی می‌شود. به تدریج که به فرهنگ به صورت کالا نگریسته می‌شود، یک نظام حقوقی (و تعیین اینکه تولید کنندگان فردی از چه حقوقی برخوردارند). میزان حمایتی که باید از افراد جهت بهره‌برداری از ایده‌هایشان صورت گیرد را معین می‌کند همان‌طور که مردم به خوبی آگاه شده‌اند، مشکلات خاصی در زمینه کپی کردن یا دزدی آثار وجود دارند که غالباً مورد توجه و بحث و تبادل نظر شرکت‌هایی که به دنبال حفظ سرمایه خود هستند، قرار دارد. در همین حال، حوزه‌های غیر تجاری فرهنگ که از حقوق محکمی برخوردار نمی‌باشند، در برابر سرقت آسیب‌پذیر هستند این مشکل در کشورهای در حال توسعه وجود دارد. و غالباً حرفی از آن میان نمی‌آید و تنوع بیان فرهنگی را به خطر می‌اندازد. به همین دلیل، یونسکو «کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی» را در سال ۲۰۰۵ به تصویب رساند.

۳.۱. مقصد و اهداف اصلی بازبینی چارچوب

هدف از چارچوب بازبینی شده پیشنهادی ایجاد مبنایی مفهومی، درک مشترک و حداقل اطلاعاتی است که امکان مقایسه تمامی فعالیت‌ها در زمینه تولید توزیع و بهره‌برداری از فرهنگ را فراهم می‌آورد. بدین منظور، بازبینی چارچوب، اصول راهنمای زیر در برمی‌گیرد:

- جذب دامنه وسیع بیان فرهنگی، بدون در نظر گرفتن نحوه تولید اقتصادی خاص

- توجه به نفس بیان فرهنگی (قالب‌های فرهنگی، شیوه‌ها، محصولات و فرآیندها) شامل نحوه تولید و مصرف آنها (صنایع فرهنگی، صنایع اخلاق و اجزای فرهنگی اموال معنوی، یا دانش و صنایع)

- کمک به کشورها برای توسعه چارچوب‌های حساس محلی خود با لحاظ نکات مشترک با قصد مقایسه و معیارسازی بین‌المللی

- در صورت امکان، تأیید و ارجاع به سایر چارچوب‌های بین‌المللی که دارای هم‌پوشانی هستند، مانند «طبقه‌بندی توافقی نیس درباره علائم تجاری» (WIPO، 1957) و «سیستم طبقه‌بندی انحصاری بین‌المللی» متعلق به «سازمان اموال معنوی جهان» (WIPO، 1971) با این حال چارچوب بازبینی شده نباید به علایق بخشی آنها محدود شود.

- برقراری ارتباط و امکان تطابق و هماهنگی با چارچوب‌های مصوب کشورهای توسعه‌یافته مانند استرالیا، کانادا، هنگ‌کنگ به عنوان منطقه اداری ویژه چین، نیوزیلند، انگلستان، ایالات متحده و اتحادیه اروپا (EU) و سایرین

- در صورت امکان، استفاده از گروه‌بندی‌هایی که از قابلیت برگردانی (ترجمه) به طبقه‌بندی بین‌المللی برخوردار باشند، مانند «طبقه‌بندی مرکزی

تولید» (CPC)، «طبقه‌بندی بین‌المللی استاندارد صنعتی» (ISIC) یا «طبقه‌بندی بین‌المللی استاندارد مشاغل» (ISCO).

۲. نمونه نظری و مفهومی

۲.۱. بررسی چارچوب‌های آمار فرهنگی موجود

بررسی زیر که از سوی «شرکت برنز اوئن» (BOP) با همکاری اندی پرت از مدرسه اقتصاد لندن و کالوین تیلر از دانشگاه لیدز صورت گرفت. ۱۴ چارچوب آمار فرهنگی را در برمی‌گیرد که قرار نیست فراگیر و نشانگر چارچوب‌های فرهنگ، صنایع اخلاق و صنایع اداری حقوق انحصاری باشد این بررسی موارد زیر را شامل می‌شود:

- شمال جهانی و جنوب جهانی
- کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته
- بلوک‌های فراملی یا منطقه‌ای
- «استثناگرایی فرهنگی» درون کشوری
- نهادهای چند جانبه

در صورت امکان، چارچوب‌های طبقه‌بندی انتخاب شده‌اند که از سوی سازمان‌های آمار ملی یا وزارت‌خانه‌های فرهنگ، ادارات یا نهادهای کشور ارائه شده‌اند، یعنی فقط مطالعات جهت‌یاب به شمار نمی‌آیند بلکه چارچوب‌هایی هستند که به طریقی از سوی دولت مورد حمایت و تصویب قرار می‌گیرند.

- استرالیا، ۲۰۰۱-۲۰۰۰ (فرهنگ)
- کانادا، ۲۰۰۴ (فرهنگ)
- کلمبیا ۲۰۰۴ (صنایع خلاق) که از سوی کشورهای عضو «موافقت‌نامه

آندره بلو» تصویب می‌شود

- گروه سرپرستی صادرات اتحادیه اروپا ((LEG, 1999)) (فرهنگ)
- فنلاند، ۱۹۹۹ (فرهنگ)
- هنگ‌کنگ، ۲۰۰۳ (صنایع خلاق)
- نیوزیلند، ۱۹۹۵ (فرهنگ)
- کبک، ۲۰۰۴ (فرهنگ)
- سنگاپور، ۲۰۰۲ (صنایع خلاق)
- تایوان، ۲۰۰۴ (صنایع خلاق و فرهنگی)
- انگلستان، ۲۰۰۴ (فرهنگ)
- WIPO، 2002 (صنایع دارای حقوق انحصاری)
- زوریخ، ۲۰۰۵ (صنایع خلاق) که رویکردی نزدیک به سایر چارچوب‌های اروپایی مانند اتریش دارد.

۲.۲. خلاصه یافته‌های مهم در میان چارچوب‌های موجود

چارچوب‌های بررسی شده تا حدودی محصول عوامل زیر هستند که گاه مغایر یکدیگر و گاه رقیب هم می‌باشند:

- درخواست‌های سیاسی: چارچوب‌ها ارتباط نزدیکی باز نیازها و سیاست‌های داخلی هر کشور دارند.
- هنر ممکن: ملاحظات تکنیکی مربوط به طبقه‌بندی‌ها و دسترسی اطلاعات، تأثیر عملی و ملموس بر تعاریف و چارچوب‌ها دارند.
- آرمانی: چارچوب‌ها بر آنچه هر کشور با منطقه در حوزه فرهنگ مهم تلقی می‌کند، تأکید دارند و گاه توجهی به امکان ادغام آن در طبقه‌بندی آمار موجود و نظام‌های جمع‌آوری اطلاعات ندارند.
- در چارچوب‌های اولیه (مانند نیوزیلند) خواسته‌های عملی بیشتر در

دسترس هستند و چهارچوب‌های فرهنگی عمدتاً بر آمارها و کدهای در دسترس بنا شده‌اند چهارچوب‌ها و تعریف بعدی (مانند کانادا و انگلستان) ارزش‌ها را در کدهای «طبقه‌بندی صنعتی معیار» (SIC) موجود به کار بردند برخی چهارچوب‌ها پا را فراتر نهادند (مانند استرالیا و کبک) و سیستم نامگذاری خود را که مجزا از SIC بود، برای فرهنگ به وجود آوردند با این حال، تمام بررسی‌های انجام شده در این کشور در حال حاضر از طبقه‌بندی جدید بهره نمی‌برد و بدین ترتیب، جمع‌آوری اطلاعات محدود می‌ماند پس به طور عام، موارد زیر را باید در نظر داشت:

- با توجه به تأکید و تمرکز چهارچوب‌ها، کشورهای اروپایی بیشتر دغدغه مصرف و مالکیت سازمان‌های مرتبط با صنایع فرهنگی را دارند سایر کشورها درصدد سنجش آفرینش فرهنگی و مصرف به عنوان ابزار حمایت از پایداری فرهنگ‌های بومی هستند، حال آنکه کشورهای در حال توسعه بیشتر مایل به سنجش و هدایت صنایع دستی و تجارت غیرقانونی در فعالیت تجاری با هدف توسعه اقتصادی هستند.

- جمع‌آوری اطلاعات مطمئناً از توسعه و ایجاد چهارچوب‌های تعیین و طبقه‌بندی فرهنگ در آمار عقب می‌ماند.

- فقدان جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از چهارچوب‌های طبقه‌بندی کشور به دلیل وجود تعدادی چالش جدی در جمع‌آوری اطلاعات در حوزه فرهنگی است. این چالش‌ها ساختاری و عملی هستند. و نیز مرتبط با طبیعت فرآیند سیاستگذاری در هر کشور می‌باشند که شامل نقش مهم اسناد، تأثیر ارتباطات و تمایل سایر نهادها و سازمان‌ها به استفاده از طبقه‌بندی مربوط به فرهنگ می‌شود.

• چارچوب‌های برخوردار از اطلاعات موثق فرهنگی را آنها تشکیل می‌دهند. که با حضور نهادهای آماری کشور تشکیل شده‌اند (مانند: استرالیا، کانادا، فنلاند) به همین ترتیب، چارچوب‌های ارائه شده از سوی ادارات/ نهادهای فرهنگی از اطلاعات معتبر بهره کمتری برده‌اند.

در مجموع، اطلاعات فرهنگی موجود یا حاصل دغدغه‌های حکومتی کشورها (که نگران مدیریت سرمایه‌های فرهنگی یا ترویج میراث فرهنگی و هنر هستند) یا شرکت‌های تجاری (که نگران فروش هستند) می‌باشند. اطلاعات موجود به ندرت مناسب مقاصدی هستند که در ابتدا به آنها اشاره شد برخی کشورها تلاش کرده‌اند تا یا منابع اطلاعاتی موجود را به گونه‌ای تغییر دهند که اهداف تعیین شده را تأمین کند یا به جمع‌آوری اطلاعات جدید پرداخته‌اند هر دو مورد هزینه‌بر و زمان‌بر هستند. این همان چالش و فرصتی است که یک چارچوب فرهنگی و پایگاه اطلاعاتی باید در نشر داشته باشد.

۳.۲. نشان بخش خصوصی در چارچوب‌های منتخب

تحلیل‌ها نشان می‌دهند که فعالیت‌های قابل ملاحظه‌ای وجود دارند که در همه ۱۴ چارچوب، فرهنگی/ خلاق نامیده شده‌اند. چارچوب‌ها یا فعالیت‌ها را صرفاً براساس فهرستی از صنایع فردی که عموماً از سوی تقاضای بازار کار تعیین می‌شوند. (مانند فیلم) طبقه‌بندی می‌کنند با این اطلاعات را در حوزه‌های فرهنگی کوچک‌تر جمع‌آوری می‌کنند (مانند: سمعی و بصری)، از آنجا که این دسته‌بندی‌های سطح بالا شامل فعالیت‌های گوناگونی هستند، حتی اگر از نام یکسانی برخوردار باشند، باید در ابتدا برای دوری از آشفتگی، به تحلیل سطح فعالیت‌های فرهنگی فردی (مانند: صنایع دستی) پرداخت.

پس از این شروع، می‌توان با وجود زیر مجموعه ۲۵ فعالیت فرهنگی - خلاق

مجزا به توافقی نسبی دست یافت. این طبقه‌بندی در «نمودار ۱» ارائه شده که در آن فعالیت‌هایی که از عمومیت بیشتر برخوردارند در بالا و آنها که به یک یا دو کشور/ بلوک/ سازمان چندوجهی تعلق دارند، در پایین قرار دارند اگر فعالیت‌های منحصر به یکی دو کشور را کنار بگذاریم، حوزه‌های اصلی عبارت‌اند از:

۱. رسانه‌های تعامل
 ۲. نرم‌افزار
 ۳. چاپ و نشر
 ۴. رویدادهای فرهنگی مهم مانند جشنواره‌ها نمایشگاه‌ها و جشن‌ها
 ۵. میراث فرهنگی معنوی و طبیعی
 ۶. فعالیت‌های اوقات فراغت مانند قماربازی، ورزش و جهانگردی
- این سؤال مطرح می‌شود که چهارچوب‌های تحلیل شده به صنایع فرهنگی ربط دارند با مفاهیم مربوط به صنایع اموال خلاق و معنوی، سه فعالیت اول (یعنی رسانه‌های متعامل، نرم‌افزار و چاپ و نشر) عموماً در چهارچوب‌های فرهنگی غایب هستند، حال آنکه رویدادهای فرهنگی مهم (میراث معنوی و طبیعی و در مقیاس محدودتر، کتابخانه‌ها و آرشیوها) از اغلب طبقه‌بندی‌های صنایع خلاق کنار گذاشته می‌شوند. که در میان توافقی‌نامه کشورهای کلمبیا/ آندره بلو استثنای مهمی به شمار می‌رود. سرانجام، کشورهای محدودی هستند که فعالیت‌های اوقات فراغت را در زمره فرهنگ قرار داده‌اند، مانند انگلستان و کشورهای انگلیسی‌زبان نیم کره جنوبی (استرالیا و نیوزیلند) و چین.

گرد آمدن در قلمروها

همان‌طور که اشاره شد، دربارهٔ فعالیت‌های مهم و تأثیرگذار بخش فرهنگی، اتفاق نظر بیشتری وجود دارد دربارهٔ گرد آوزردن و ادغام این فعالیت‌ها در گروه‌بندیها یا قلمروهای سطح بالا مثلاً

- در چارچوب فرهنگی گروه کارشناسی تخصصی (LEG) اتحادیه اروپا (EU) از هشت قلمرو استفاده شده که عبارت‌اند از: میراث فرهنگی، آرشیوها، کتابخانه‌ها کتابها، و مطبوعات، هنرهای تجسمی معماری، هنر نمایش، سمعی و بصری / رسانه‌های چندگانه.

- در طبقه‌بندی صنایع خلاق سنگاپور، سه زیر مجموعه به کار رفته‌اند: هنر و فرهنگ طراحی، رسانه.

- در چارچوب انگلستان، هفت حوزه به کار رفته‌اند: سمعی بصری، کتاب و مطبوعات، هنرهای تجسمی، نمایش، میراث، ورزش، جهانگردی

علاوه بر تعداد زیاد زیر مجموعه‌ها با عناوین مختلف، فعالیت‌ها براساس کشور یا نوع چارچوب غالباً در گروه‌بندی‌های مختلف جای می‌گیرند. به عنوان مثال، در چارچوب سنگاپور، «عکاسی» بخشی از «هنر و فرهنگ» است، در چارچوب اتحادیهٔ اروپا در گروه «هنرهای تجسمی» قرار می‌گیرد و در چارچوب انگلستان در حوزه «سمعی بصری» قرار می‌گیرد. بخش ۳ درخواستی برای مواجهه با معضلات برخاسته از تحلیل چارچوب‌های طبقه‌بندی موجود ارائه می‌دهند.

۴.۲. ژرفای بخش

درک اینکه کشورها عمق و ژرفای بخش فرهنگی را تعیین می‌کنند.

پیچیده‌تر از تأثیر و نشان آن است بخشی به این دلیل است که هر تأثیر همیشه به طور مستقیم بیان نمی‌شود، چه مربوط به فعالیت داخل فهرست و یا خارج آن باشد. با این حال بار دیگر با تحلیل فعالیت‌های فردی که در تعریف فنی SIC از این بخش قرار می‌گیرند، امکان ایجاد تصویری مستقیم از ژرفای این بخش فراهم می‌گردد و نیازی به اشاره غیر مستقیم وجود ندارد. داشتن این حقیقت که نمونه‌های مختلفی برای این نوع تحلیل در چارچوب‌ها وجود دارد درک چرغای بخش دشوارتر می‌شود.

«نمودار ۲» مراحل (یا عملکردهای) مختلف را که «عمق» فعالیت‌های فرهنگی و خلاق را در ۱۴ چارچوب مشخص می‌کنند. به تصویر کشیده و براساس سه نمونه، چارچوب‌ها را طبقه‌بندی می‌کند.

نمونه الف: تولید فرهنگ حاصل مجموعه‌ای از فرآیندها یا مراحل پیوسته است که با هم تولید فرهنگی، ارزش، زنجیره‌ها و چرخه‌ها را شکل می‌دهند. این نمونه به چگونگی فراهم شدن سرمایه برای انی فعالیت‌ها یا اینکه چه نمونه اقتصادی برای فعالیت‌ها غلبه دارد، اهمیت نمی‌دهد در ضمن، ایجاد چرخه یا رویکرد زنجیره‌ای غالباً بر اهمیت فرآیندهای آموزش و نقد برای عرضه و تقاضای فرهنگ تأکید می‌ورزد.

نمونه ب: این نمونه به صورت سلسله مراتبی براساس یک اصل + حاشیه یا اصل + محور مربوطه است که فعالیت‌ها را با عنوان بخشی از فرهنگ و یا خارج از آن (ولی مرتبط با آن) معرفی می‌کند.

مشخصات تعیین‌کننده حاکم بر این توافق سلسله مراتبی اموال معنوی یا ارزش سمبلیک به شرح زیر هستند:

۱. **اموال فرهنگی:** براساس صنایع دارای حقوق انحصاری، اساس در

اینجا بر فعالیت‌هایی است که انحصاراً بر بهره‌برداری از اموال معنوی و سایر عملکردهایی تمرکز دارند که یا بخشی از فعالیت‌های انحصاری و یا به شیوه‌ای مربوط به فعالیت‌های اصلی هستند.

۲. **ارزش سمبلیک:** عملکردها اساساً با ارزشیابی اینکه چه در فرهنگی هستند، تعریف می‌شوند تا مجموعه‌ای از فعالیت‌های فرهنگی اصلی و فرعی پدید آیند. در این نمونه (مانند چین)، اصل شامل فعالیت‌هایی است که غالباً مربوط به خلق سمبلیک هستند، حال آنکه فعالیت‌های فرعی مربوط به توزیع و تولید محصولات و خدمات فرهنگی می‌شوند.

نمونه ج: در این نمونه، فعالیت‌ه نه براسا عملکردشان (مثلاً خلق یا خرده‌فروشی) بلکه بر پایه سرمایه‌گذاری و ترتیبات حکومتی طبقه‌بندی می‌شوند، مثلاً بخش خصوصی، بخش دولتی یا جامعه مدنی، غیرانتفاعی (مانند زوریخ).

نمونه تولید زنجیره / چرخه میان چارچوب‌ها دارای بیشترین مورد استفاده است. معضل اصلی در اینجا ایجاد اصلی است که مشخص کند فعالیت‌های زنجیره تا چه اندازه در چارچوب قرار گیرند. مثلاً چارچوب استرالیا در جایی که «یک قدم» نامیده می‌شود توقف می‌کند. یعنی استفاده غایی محصول یا خدمات را برآورد می‌کند. اگر این با هدف فرهنگی صورت گیرد، مثلاً درباره دستگاه تلویزیون، تولید آن در زمره صنایع فرهنگی قرار می‌گیرد. اما اگر استفاده غایی شفاف نباشد و کالا و خدمات در موارد مختلف که یکی هم فرهنگی است مورد استفاده قرار گیرند (مانند اجزای یک دستگاه تلویزیون)، آنگاه در چرخه فرهنگ قرار نمی‌گیرند.

جمع‌آوری اطلاعات

اسامی «نمودار ۳» اطلاعات واقعی اندکی مربوط به چارچوب‌های آمار فرهنگی مورد نظر وجود دارند. در حالی که استرالیا، نیوزیلند، فنلاند و کانادا بودجه‌ای برای انجام مطالعات منحصر به فرد فرهنگی دریافت کرده‌اند، استرالیا و فنلاند تنها کشورهایی هستند که بودجه‌ای منظم برای این منظور کسب می‌کنند.

- کشورهای اروپایی (به استثنای انگلستان) عموماً بیشتر نگران مصرف و مالکیت سازمان‌های مرتبط با صنایع فرهنگی در مقایسه با کشورهای دیگر هستند. دلیل آن قرار گرفتن فرهنگ درون سیاست‌های دولت و نظام‌های سرمایه‌گذاری دولتی است

- تعدادی از کشورها و مناطق (نیوزیلند، کلمبیا، تایوان و کبک) در پی سنجش میزان آفرینش فرهنگی و مصرف به عنوان ابزاری برای حمایت از فرهنگ‌های بومی خود هستند. کشورهای در حال توسعه (مانند کلمبیا) نسبتاً بیشتر به چگونگی سنجش و مهار صنایع دستی تجارت غیر قانونی در فعالیت‌های فرهنگی با هدف توسعه اقتصادی علاقه‌مند هستند.

۵.۲. بازبینی چارچوب: رویکرد نمونه جدید

چالش ایجاد چارچوبی جدید برای آمار فرهنگی، ارائه رویکردی است که فراتر از برخی تضادها و دوگانگی‌هایی که مشخصه مباحث سیاست فرهنگی، به خصوص درباره چگونگی سنجش فرهنگ هستند، می‌رود. هدف از رویکردی که در اینجا مورد استفاده قرار می‌گیرد، رفع تنش‌ها است که از سوی سه نوع دوگانگی سیاست فرهنگی پدید آمده است:

۱. دامنه فرهنگ (فرهنگ - اقتصاد): این رویکرد بر پایه شناخت از

اینکه معنای فرهنگ چطور پدید و انتقال می‌یابد شکل می‌گیرد. این تمرکز بر تولید و توزیع فرهنگ الزاماً مستلزم شناخت چگونگی قرارگیری آن در بطن فرآیندهای اجتماعی و اقتصادی است. فرهنگ دور از جامعه و اقتصاد نیست. با این محال، یک رویکرد اقتصادی فرهنگی به آن معنا نیست که ارزش فرهنگی متناسب با ارزش بازار است. به همین شکل، بسیاری از اجزای تشکیل دهنده فرهنگ، با آنها که در مرحله پیش از فروش قرار دارند. یا آنها که هرگز دادوستد نمی‌شوند را می‌توان از طریق شاخص‌هایی چون زمان، سرمایه اجتماعی، معیارهای زندگی و غیره سنجید. اما به همین صورت، بسیاری از فرآیندهای تولید و انتقال فرهنگ مستلزم فعالیت اقتصادی قابل پیگیری هستند.

۲. شیوه حاکمیت (دولتی - خصوصی): این رویکرد براساس شیوه‌ها و ترتیبات سرمایه‌گذاری و حاکمیت (بخش خصوصی، بخش دولتی یا جامعه مدنی) در زمینه تولید و انتقال فرهنگ بنا شده است. تأکید در اینجا بر روابط، ارتباطات و تبادلاتی است که در حوزه فرهنگ صورت می‌گیرد.

۳. درجه نهادینه شدن (رسمی - غیررسمی): در این رویکرد، تولید و توزیع فرهنگی هم دم اقتصاد رسمی و هم غیررسمی صورت می‌گیرد. تولید فرهنگی غیررسمی یکی از خصوصیات کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است. با این حال اگر تولید فرهنگی در اقتصاد غیررسمی صورت پذیرد، نمی‌توان آن را با آمار اقتصادی رسمی اندازه گرفت، اگرچه که برآورد آن امکان‌پذیر است. این رویکرد با هدف برقراری عدالت در فرآیند آفرینش، بیان و معنای فرهنگی ارائه شده است و طوری طراحی شده که هنرمندان بر پایه هنر سطح بالا و پایین طبقه‌بندی و محروم نشوند. در جهان پیشرفته،

تخصصی شدن رو به افزایش نیروهای کار موجب تمایز میان «ایجاد» و «استفاده» از فرهنگ می‌شود. در کشورهای رو به توسعه، این تمایزات کمتر آشکار می‌شوند زیرا سازندگان صنایع دستی مصنوعات خود را می‌سازند، به نمایش می‌گذارند و به فروش می‌رسانند و بدین ترتیب، تقسیم‌بندی نیروی کار را که در جهان پیشرفته رو به افزایش است، کاهش می‌دهند پس، سازندگان صنایع دستی چندین بخشی از چرخه تولید فرهنگی را به خود اختصاص می‌دهند

با این حال، تقسیم‌بندی روزافزون نیروی کار در دنیای پیشرفته به معنای آن نیست که تفکر رمانتیک غربی‌ها مبنی بر اینکه هنرمند موجود با بصیرت و آفریننده‌ای یکتا و جدا از جامعه است، رواج دارد. مثلاً براساس این تفکر، خواننده یا نوازنده هنر است و میزانش، فضای نمایش، آموزش یا مدیریت، نقش کمتری ایفا می‌کند. حقیقت این است که به استثنای معدودی از سازندگان صنایع دستی، نه اجراکننده و نه تکنسین هیچ یک تنها نمی‌باشند. این مفهوم در دنیای پیشرفت که اهمیت بیشتری برای بیان مردمی و دانش سنتی و محلی قائل‌اند و فرهنگ تلاشی جمعی و مشترک تلقی می‌گردد، بهتر و سریع‌تر درک می‌شود. منطق بازیابی این چارچوب شامل سه بخشی می‌شود:

- نشان و تأثیربخشی (شامل فعالیت‌هایی که فرهنگی به شمار می‌آیند) و ژرفا و عمق (شامل اجراکنندگان، هنرمندان و محصولات جانی که اجراکنندگان و هنرمندان بدون آنها قادر به انجام کاری نیستند)
- فرصت حرکت به صورت سیستم متریک و
- توانایی انجام ارزشیابی‌های تطبیقی بین‌المللی در عین حال، ایجاد یک چارچوب «یک اندازه مناسب همه» مهم است که باید نسبت به ویژگی محلی و تنوع حساس و قابل قیاس باشد.

۲.۶. معضلات تعریف

محققان، کارشناسان و سیاست‌گذاران در سراسر جهان نتوانسته‌اند درباره تعریف واحدی از فرهنگ به توافق برسند. با این حال، تعیین تأثیر و نشان بخشی برای سنجش بخش فرهنگ و تعیین گروه‌بندی مربوط به آن ضرورت دارد. همه اینها مستلزم بحث درباره ساختار بخش فرهنگ است، این بحث دارای سه جنبه اصلی است:

- **نمادین:** فرهنگ به نوعی درباره ارزش نمادین است که گاه در تضاد با ارزش اقتصادی است. بحث درباره فرهنگی کردن حیات اقتصادی یا اقتصادی کردن حیات فرهنگی موجب تضاد بی‌موردی می‌شود، در حالی که غالب محصولات از بُعدی فرهنگی برخوردارند، برخی محصولات احتمالاً از هدف فرهنگی بیشتری بهره می‌برند همین‌ها هستند که محصولات فرهنگی نامیده شده و درز بخش فرهنگی تولید می‌شوند.

- **خلاق:** بسیاری از کشورها از واژه «خلاق» این صنایع بهره برده‌اند اما بسیاری از کمپانی‌های درون یک صنعت خلاق الزماً خلاق نیستند تعریف و سنجش خلاقیت خود جای بحث زیادی دارد با در نظر گرفتن بخش‌ها، محصولات و فعالیت‌ها می‌توان برای اصطلاح «صنعت فرهنگی» تعریف کاربردی‌تری یافت. عموماً میان دو اصطلاح فرهنگی و خلاق، آشفته به وجود می‌آید.

- **قلمرو:** قلمرو فرهنگی شامل تعدادی صنعت می‌شود (که جمعاً صنایع فرهنگی نامیده می‌شوند). برای تأمین اهداف چارچوب، قلمرو می‌تواند همه فعالیت‌های فرهنگی شامل فعالیت‌های غیررسمی و اجتماعی را در برگیرد. مثلاً آمار سینما می‌تواند مخاطبان سینمای تجاری و تولید فیلم‌های تجاری را درکنار تولید فیلم‌های خانگی شامل شود.

۷.۲. چرخه فرهنگی ای زنجیره تولید فرهنگی

تأثیر وجود یک رویکرد بخشی این است که فرهنگ به منزله محصول مجموعه‌ای پیوسته از فعالیت‌های تولید و توزیعی نگریسته می‌شود. این فعالیت‌ها ممکن است نهادینه باشند یا نباشند و شاید تحت نظارت دولت باشند یا نباشند. مفهوم گسترده یک بخش صنعتی که فعالیت‌های غیررسمی، آماتور و غیربازاری را در برمی‌گیرد، یک «قلمرو» نامیده می‌شود تا نشان دهد که این مفهوم حوزه‌ای بسیار گسترده‌تر از فعالیت اقتصادی بازار محور را شامل می‌شود.

ایجاد چشم‌اندازی مبتنی بر بخش‌ها و قلمروها امکان پیگیری فرآیندها تولید و توزیع فرهنگ را از طریق یک زنجیره یا چرخه تولید فراهم می‌کند. همان‌طور که در تحلیل طبقه‌بندی‌های کشورهای و منطقه‌ای در بخش ۲-۳ توضیح داده شد، مفهوم زنجیره تولید فرهنگی و چرخه فرهنگی از سوی تعدادی از کشورهای عضو یونسکو مورد استفاده قرار گرفته است. با این حال در برخی موارد، مفهومی پنهانی وجود دارد که همیشه هم کاربرد ندارد.

ممکن است این رویکرد جدید نباشد، اما راهی مجزا از دغدغه همیشگی سیاست فرهنگی درباره فعالیت‌های دولتی از در پیش می‌گیرد که معمولاً (نه همیشه) شامل میراث، هنرهای زیبا و جهانگردی می‌شود. در برابر رویکرد چرخه فرهنگ یا زنجیره تولید به مفهوم اینکه تولید فرهنگی واقعاً چطور صورت می‌گیرد و از حوزه‌های کوچک عبور می‌کند، کمک بسزایی به شمار می‌رود.

چالش یک چهارچوب فرهنگی پایدار و محکم، فراگیری فرآیندهای کمک است که نه تنها موجب آفرینش فرهنگ می‌شوند، بلکه امکان توزیع در یافت. بهره‌برداری، نقد، درک و حفظ و نیز تعلیم و تربیت لازمه این فعالیت‌ها را فراهم می‌سازند.

رویکردهایی برای گسترش بیشتر گستره فعالیت‌های مورد نیاز جهت تولید و توزیع فرهنگ در نظر گرفته شده‌اند که درونه یک زنجیره یا چرخه تولید هفت مرحله‌ای قرار می‌گیرند. در حالی که اشکلا فرهنگی مختلف دارای چرخه‌های تولید گوناگون هستند و بنابراین نیازمند ورودی‌های مشابه در هر مرحله نمی‌باشد. درضمن، همان‌طور که «نمودار ۴» نشان می‌دهد، دو عملکرد آخر زنجیره یا چرخه تولید می‌تواند در چهار عملکرد دیگر نیز به وقوع بپیوندد.

۱. **آفرینش:** خاستگاه و خلف افکار و محتوا (مثلاً مجسمه‌سازان، نویسندگان، کمپانی طراحی)

۲. **تولید:** ساخت یک محصول استثنایی (مثلاً صنایع دستی، هنرهای زیبا) و قالب‌های فرهنگی برخوردار از قابلیت تولید انبوع (مثل تلویزیون) و نیز ابزار تخصصی شالوه و فرآیندهای لازم برای استفاده از آنها (مانند ساخت آلات موسیق، چاپ روزنامه)

۳. **توزیع:** ارائه محصولات فرهنگی اب قابلیت تولید انبوه به مصرف‌کنندگان و نمایشگاه‌ها (مانند فروش کلی و جزئی و اجاره موسیقی‌های ضبط شده و بازی‌های رایانه‌ای، توزیع فیلم)

۴. **نمایش / پذیرش:** تهیه و تدارک تجارب زنده و یا بی‌واسطه فرهنگی برای مخاطبان به وسیله ارائه یا فروش و دستیابی محدود برای مصرف‌یا شرکت در فعالتهای فرهنگی مبتنی بر زمان (مثل برگزاری جشنواره، سالن اپرا، تئاتر، موزه)

۵. **مصرف / شرکت:** فعالیت‌های مخاطبان و شرکت‌کنندگان در

محصولات فرهنگی قابل مصرف و حضور در فعالیت‌ها و تجارب فرهنگی (مانند کتابخوانی، رقص، شرکت در کارناوال‌ها، گوش کردن به رادیو، دیدار از گالری‌ها)

۶. **بایگانی / حفاظت:** حفظ، گردآوری و مدیریت محوطه‌ها و گنجینه‌های خاص قالب‌های فرهنگی (مادی و غیرمادی) با هدف ارائه به نسل آینده، نمایش و استفاده مجدد (مانند حفظ محوطه‌ها و یادمان‌های تاریخی، آرشیو صوتی، کتابخانه عکس)

۷. **تعلیم / تربیت:** فعالیت‌های ویژه آموزشی و یادگیری که از توسعه، شناخت و پذیرش فرهنگی حمایت می‌کنند، شامل فرآیندهای نقد (مانند مدارس آموزش هنر و رقص، نقد ادبی)

هر دو واژه «چرخه» و «زنجیره» مفید هستند، زیرا بیانگر روابط درونی این فعالیت هستند که شامل فرآیندهای بازخوردی است که طریق آنها تقاضا (مصرف) موجب خلق محصولات و آثار فرهنگی جدید می‌شود. این فرآیندهای بازخوردی باید هنگام تماشای مدل خطی زنجیره تولید در نمودار ۴ به ذهن خطور کند.

این نمونه، یک چکیده تحلیلی است که به اندیشیدن درباره تولید فرهنگی کمک می‌کند و باید به عنوان الگوی حساسیت‌زا قلمداد شود. در عمل، براساس میزان نهادینه شدن و دخالت حکومت، برخی مراحل تغییر می‌کنند و اطلاعات محدودی در دسترس قرار می‌گیرد. به عنوان مثال، سازنده صنایع دستی که مواد خام را جمع‌آوری می‌کند (منبع ورودی غیر رسمی) و از سنت (آموزش غیررسمی) در ساخت اثر هنری بهره می‌برد و آن را کنار جاده می‌فروشد (توزیع رسمی و خرده فروشی)، نمونه زنده یک چرخه کامل به

شمار می‌آید. با این حال، در همین جامعه، یک رقصنده ممکن است بخشی از یک تقسیم نیروی کار پیچیده در یک گروه نمایش سیار محسوب شود. توجه به اینکه کدام بخش از فرآیند سنجیده می‌شود، عنصری مهم در تعیین سیاست عمومی مداخله در تولید فرهنگ است.

پس چرخه فرهنگ درصدد تعیین این نکته است که آنچه دادوستد می‌شود، چگونه خاستگاهی در قلمرو اجتماعی دارد. این چرخه اساساً شامل تمامی فعالیت‌هاست. چه دولتی و چه خصوصی، چه تجاری و چه غیر تجاری، مثلاً حتی در تجاری‌ترین فعالیت‌های فرهنگی مانند چاپ و نشر، برخی نویسندگان به‌خصوص در ملاح اولیه کار خود (آفرینش) از بودجه عمومی بهره‌مند می‌شوند. کتابخانه‌های دولتی غالباً در توزیع محصول این صنعت نقش کلیدی ایفا می‌کنند و دولت هم گاهی آموزش رایگان یا نیمه رایگان برای نگارش خلاق و تحلیل و شناخت زبان و ادبیات ارائه می‌دهد. علاوه بر این، رویکرد چرخه فرهنگ با زنجیره تولید توجه چندانی به انگیزه مولد تولید فرهنگی ندارد: چه برای تحصیل سود و یا به منظور انتقال ارزش فرهنگی موروثی باشد. از آنجا که فعالیت‌های فرهنگی و عاملان آن به طور مداوم میان فعالیت‌های بازاری و غیربازاری در رفت‌وآمد هستند، باید نقش فعالیت‌های غیربازاری را در فرهنگ به همراه دشواری سنجش آنها پذیرفت.

سرانجام، رویکرد چرخه تولید خط بطلان بر تعریف فرهنگ به منزله بی‌علاقگی به قضاوت درباره جنبه‌های فرهنگی زنجیره تولید می‌کشد. در عوض آنچه اهمیت دارد، درک و توانایی تعینی تمامیت فعالیت‌ها و منابع ضروری است که لازمه انتقال افکار به کالا و خدمات فرهنگی و در نتیجه به مصرف‌کنندگان و کابران آنهاست. نکته اینجاست که در شرایط اقتصاد

فرهنگی (که شامل اقتصاد رسمی می‌شود)، اثر هنری (نقاشی، صنایع دستی، اجرا و غیره) بدون یک نظام ارزشی و نظام تولیدی که به آن ارزش با معنا دهد، بی‌مفهوم است. بنابراین، برخورداری از محوطه ویژه‌ای که از نظر میراث فرهنگی برجسته باشد، فقط برای بهره‌برداری محدود یک کشور در حال توسعه مناسب است، مگر اینکه آن کشور بتواند جهانگردی، حمل‌ونقل، حفاظت و هتل‌ها را تجهیز کند تا ارزش مهمانان و جهانگردان فهمیده شود.

در ضمنی چرخه فرهنگی از یک بعد مکانی هم برخوردار است. احتمالاً برخی فعالیت‌ها در یک مکان، منطقه با کشور متمرکزند، حال آنکه بقیه در سراسر دنیا پراکنده‌اند. نحوه دقیق این پراکندگی را فقط با کنکاش تجربی می‌توان پیدا کرد که کاربرد مهمی هم در قاعده‌مندی بخش فرهنگ و هم در مزایای حاصل (اقتصادی یا فرهنگی) دارد. یکی از اجزای مکانی مهم دیگر فرهنگ، نابسامانی است که به جدایی مردم از طبقه فرهنگی اصلی خود به دلیل مهاجرت اطلاق می‌شود. جهانی شدن ظرفیت چنین نابسامانی و نیز مشکلات ادغام فرهنگی، عدم تطابق و حس غریبگی حاصل را افزایش داده است.

اطلاعات تجربی (کمی و کیفی) که به چرخه جان می‌بخشد (که بخشی از آن برگرفته از چارچوب آمار فرهنگی است)، به راحتی در همه کشورهای موجود نیست. این الگو برای کشورهایی که در زمینه جمع‌آوری اطلاعات سرمایه‌گذاری کرده‌اند، نشان داده است که سهم فرهنگی - جدا از ارزش ذاتی آن - بسیار زیاد است. اگرچه ارزش حقیقی - و اطلاعات که براساس آن بتوان سیاست تعیین کرد - فقط زمانی سنجیده می‌شود که اطلاعات تطبیقی، به صورت کشور به کشور و منطقه به منطقه در دسترس باشد.

ضرورتی ندارد که هر سیاست فرهنگی خاص مشتمل بر تمامی چرخه فرهنگ باشد. ما هر نوع سیاست‌گذاری باید با توجه به اینکه صورت گیرد که مداخله محدودتر ممکن است به پیامدهای گسترده‌تری در همه چرخه منجر شود. منطق چرخه فرهنگ امکان می‌دهد بینیم چگونه فعالیت‌ها را میتوان به عنوان عملکرد سایر صنایع مولد فرهنگی به شمار آورد. به‌خصوص، یکی از اجزاء ویژه فعالیت‌های میراث فرهنگی عملکردی چون بایگانی و حفظ اجزای هنرهای زیبا، صنایع دستی، طراحی، معماری، چاپ و صنایع سمعی و بصری دارد و در عین حال به منزله عامل الهام‌بخش محصولات جدید عمل می‌کند. مثلاً خانه‌هی تاریخی، معماری را حفظ می‌کنند (و نمایش می‌دهند)، موزه‌ها و گالری‌ها، نقاشی‌ها، مجسمه‌ها، جواهرات و مجموعه وسیعی از آثار هنری را که ارزش‌شان اساساً در طراحی آنها (همه چیز از مبلمان تا اتومبیل) نهفته است. حفظ می‌کنند و نمایش می‌دهند) و آرشیو کتاب، فیلم، موارد ضبط شده از رادیو و غیره را حفظ می‌کنند. به همین صورت، گروه «هنر و عتیقه» اساساً بخشی از توزیع صنایع هنرهای بصری و کاربردی است، حال آنکه بسیاری از فعالیت‌های چاپ و نشر بخشی از عملکرد «تولید» است که لازمه تولید مجدد محصولات صنعت چاپ می‌باشد. این تحلیل الزاماً منجر به بحث و نشان بخش فرهنگی می‌شود.

۲.۸. نشان و تأثیر بخش فرهنگی

مرور چارچوب‌های طبقه‌بندی در سراسر جهان نشان می‌دهد که اتفاق نظری فزاینده حول این تفکر که فرهنگ محصول مجموعه‌ای از فعالیت‌های سازنده است، شکل می‌گیرد. با این حال، این امر از سوی موارد زیر در ابهام قرار می‌گیرد:

۱. فقدان توافق در تعیین اینکه چه فعالیت‌هایی از ویژگی‌های کافی برای قرار گرفتن در سطحی بالاتر از قلمروها برخوردارند.

۲. درک مشترک اندک درباره اینکه چه عملکردی باید در تحلیل بخش فرهنگ لحاظ شوند.

با این حال در بازبینی چارچوب آمار فرهنگی، کاربرد رویکرد منسجم و منطقی تنها شرط لازم به شمار نمی‌آید. باید به معضلات مربوط به موارد زیر نیز توجه کرد:

• **اجرا:** توانایی اجرای تعریف فعالیت‌ها و طبقه‌بندی‌های نظام‌های طبقه‌بندی آماری، چه برای طبقه‌بندی مرکزی تولید (CPC) یا طبقه‌بندی بین‌المللی استاندارد صنعتی (ISIC) و غیره.

• **سیاست‌ها:** حصول اطمینان از اینکه چارچوب مورد استفاده قرارگرفته (و مفید واقع شده) مستلزم حمایت و تأیید کشورهاست که بسیاری از آنان دارای نهادهای فرهنگی هستند که از گرایش‌ات قدرتمندی برخوردارند و باید بتوانند خود را در این چارچوب «ملاحظه کنند».

۹.۲. شفاف‌سازی قلمروهای اصلی فرهنگ

درک عمیق فرهنگ برای بازبینی «چارچوب آمار فرهنگی» براساس چگونگی استفاده یونسکو از این اصطلاح قرارداد که موارد زیر را در می‌گیرد:

۱. نمودهای گوناگون فهم بشر و خلاقیت هنری در زمان گذشته و حال. این هنرها و بیان‌های فرهنگی به همراه افراد و مؤسساتی که مسئولیت انتقال و تجدید آنها را بر عهده دارند، آنچه را عموماً بخش فرهنگی نامیده می‌شود، تشکیل می‌دهند، یک قلمرو متمایز که عمدتاً با هنرمندان و قالب‌های هنری تعریف شده ارتباط دارد.

۲. شناخت گسترده فرهنگ به عنوان مجموعه جامعی از ارزش‌ها، عقاید، نگرش‌ها و رسوم مشترک میان یک گروه. این دیدگاه مردم‌شناسی از فرهنگ، از بخش فرهنگ فراتر می‌رود و حوزه‌های دیگر فعالیت بشر را در بر می‌گیرد. تعریف فرهنگ ارتباط نزدیکی با تعریف جوامع، گروه‌ها و جوامع محلی از هویت خود دارد.

یونسکو فرهنگ و فرهنگ‌ها را به صورت پویا و متعامل می‌بیند و از تعریف فرهنگ به عنوان یک واحد شفاف، منسجم و همگن اجتناب می‌ورزد. دیگر فرهنگ به صورت جزیره‌ای میان یک مجمع‌الجزایر دیده نمی‌شود. جهانی شدن اقتصاد، سیاست و زندگی اجتماعی منجر به فهم و هم‌پوشانی فرهنگ بیشتر و همزیستی در جامع متشکل از سنت‌های فرهنگی مختلف شده است. تلاش برای روزآمدی «چارچوب آمار فرهنگی» را می‌توان پاسخی به موقعیت جدید ناشی از جهانی شدن دانست.

با این حال، به منظور تحقق رویکرد عملی چارچوب، تعریف دقیق‌تر از فرهنگ باید مورد استفاده قرارگیرد. هدف این چارچوب، سنجش فعالیت‌های فرهنگی، کالا و خدماتی است که طی فرآیندهای صنعتی و غیرصنعتی تولید شده‌اند. دیوید تراسبای فعالیت‌های فرهنگی را این گونه تعریف می‌کند: «... تولیدشان مستلزم نوعی خلاقیت است. با نسل‌ها و ارتباطات ابزار نمادین مربوط هستند، ماحصل آنها حداقل اشکالی از اموال معنوی را شامل می‌شود.» کالا و خدمات فرهنگی ارزش‌های هنری، زیبایی‌شناسی، نمادین و معنوی را در بر می‌گیرد.

تعریف قلمروهای فرهنگی پیرو یک نمونه مراتبی است که قلمروهای اصلی و وابسته فرهنگی را شامل می‌شود. حوزه‌های اصلی فعالیت‌های

فرهنگی، کالا و خدماتی را در بر می‌گیرند که در مراحل مختلف مدل زنجیره تولید فرهنگی قرار می‌گیرند. حوزه‌های وابسته به تعریف گسترده‌تر فرهنگی پیوند می‌خورند که شامل فعالیت‌های اجتماعی و بازآفرینی می‌شود و نمایانگر طبقه‌بندی است که از ویژگی فرهنگی برخوردار است، اما یکی از اجزا و عناصر اصلی آن غیرفرهنگی می‌باشد.

درون هر قلمرو، یک زیرمجموعه از محصولات و فعالیت‌های توسعه یافته قرار دارد که «ابزار محصولات و فعالیت‌های فرهنگی» هستند. محصولات اصلی (کالا و خدمات) مستقیماً با محتوای فرهنگی در ارتباط‌اند، حال آنکه محصولات فرهنگی توسعه یافته، تجهیزات و مواد و نیز خدمات جانبی (حتی اگر بخشی از محتوای آنان فرهنگی باشد) هستند که آفرینش، تولید و توزیع محصولات اصلی فرهنگی را میسر می‌سازند.

دلیل تمایز میان محصولات اصلی و توسعه یافته این است که بتوان عناصری را در این طبقه‌بندی جای دارد که الزاماً فرهنگی نیستند، اما می‌توانند در تولید یا انجام یک کالا یا فعالیت فرهنگی مورد بهره‌برداری قرار گیرند و برای وجود این محصولات فرهنگی، حیاتی محسوب می‌شوند.

قلمروها اصلی مجموعه‌ای از صنایع و فعالیت‌های مولد فرهنگی هستند که تحت عناوین زیر فهرست‌بندی می‌شوند:

- میراث فرهنگی و طبیعی
- اجرا و گرامیداشت
- هنرها تجسمی، صنایع دستی و طراحی
- کتاب و مطبوعات
- رسانه‌های سمعی بصری و دیجیتال

این گروه‌بندی‌های ۱۰۰ درصد فرهنگی هستند. این قلمروهای اصلی بیانگر حداقل فعالیت‌های فرهنگی هستند که یونسکو مایل است کشورها درباره آنها اطلاعات سنجیدنی جمع‌آوری کنند. بدین ترتیب، بخش فرهنگ رو به تخصصی شدن و در عین حال، شفافیت می‌رود. در برخی موارد، تحلیل طبقه‌بندی‌های کشور نشان می‌دهد که فعالیت‌ها وجود دارد که در یکی از حوزه‌های اصلی قرار می‌گیرند. اما در اینکه جزء بخش فرهنگ باشد یا نه، اتفاق نظر وجود ندارد آنها عبارتند از:

• **وزیرش و بازپروری، قمار، اسباب‌بازی و جهانگردی:** براساس تعریف بالا و مرور طبقه‌بندی‌های کنون کشورها، خارج از مجموعه اصلی فعالیت‌های فرهنگی قرار می‌گیرند.

• **رسانه‌های تعاملی و نرم‌افزار:** حوزه‌های فعالیت نوظهور مهمی هستند در حالی که بسیاری از محصولات و خدمات رسانه‌های تعاملی از هدف فرهنگی برخوردارند (بازی‌های رایانه‌ای و ویدیویی، شبکه جهانی تعاملی و تلفن همراه)؛ این امر درباره صنعت نرم‌افزار صدق نمی‌کند. «رسانه تعاملی» باید بخشی از قلمرو «سعمی بصری» باشد. در عمل، این بستگی به نظام طبقه‌بندی مورد استفاده و توانایی آن در جدا کردن فعالیت‌های رسانه تعاملی از جریان اصلی نرم‌افزار و فعالیت‌های مخابراتی دارد. در طبقه‌بندی مرکز محصول که در بخش ۳ به آن اشاره شد. برخی فعالیت‌های رسانه تعاملی - و نه همه آن - به روشنی تعریف می‌شوند. اگر در CPC با سایر طبقه‌بندی‌های گسترده‌تر، فعالیت‌ها به درستی تعیین و مشخص نگردند، حذف می‌شوند.

• **چاپ و نشر:** به طور عادی در زمره طبقه‌بندی‌های فرهنگی یا تعریف صنایع خلاق قرار نمی‌گیرد. در مدل زنجیره تولید، چاپ و نشر بخشی از

کارکرد تولید صنعت چاپ است و به خودی خود، خلاقیتی فرهنگی محسوب نمی‌شود. بدین ترتیب، همه انواع چاپ در نظر گرفته نمی‌شود. فقط آن بخش که عمدتاً هدفی فرهنگی را دنبال می‌کند. مشکل اجرای این تفکیک و جدایی در طبقه‌بندی آمار است. عموماً فعالیت‌های چاپی مربوط به صنعت نشر در قلمرو «کتاب و مطبوعات» به عنوان کارکرد تولید نشر قرار می‌گیرد و سایر فعالیت‌های چاپی مانند چاپ کاتالوگ‌های تجاری یا چاپ «فوری» حذف می‌شوند.

• **موزه‌ها، آرشیو و کتابخانه‌ها:** اگرچه بخش برزگی از فعالیت‌های موزه‌ها، آرشیوها و کتابخانه‌ها را می‌توان در کارکرد تولیدی قلمروهای بخش ۸ - ۲ قرار داد، اما مناسب است که بخشی از «میراث فرهنگی» محسوب شوند. اول اینکه این فعالیت‌ها حوزه‌های خارج از سایر قلمروهای فرهنگی (مانند موزه‌های علوم و مهندسی، آرشیوهایی که مخزن اطلاعات مربوط به حقوق شهروندی هستند) قرار می‌گیرند. دوم اینکه یکی از کارکردهای ویژه فعالیت‌ها تنظیم و نمایش مجموعه محصولات و قالب‌های فرهنگی به گونه‌ای است که موجب ترغیب و تشویق سایر اشکال تولید فرهنگی شود. این مسئله غالباً از طریق تأثیر، اشاره و بیان غیرمستقیم مثلاً در شیوه‌ای که هنرمندان تجسمی از عناصر قدیمی و سنتی برای اجماع کاری مدرن استفاده می‌کنند، صورت می‌گیرد. با این حال، همان‌طور که بسیاری از عناصر فرهنگ قابلیت تولید دوباره می‌یابند، به تدریج قالب‌های اولیه فرهنگ در هم ادغام می‌شوند، همان‌طور که از موجودی آرشیو در فیلم‌های مستند استفاده می‌شود. سوم اینکه فعالیت‌ها از سوی مجموعه‌ای از مؤسسات و شیوه‌ها تحقق می‌پذیرند که از سایر قلمروها مجزا هستند و غالباً از تأثیر سیاسی چشمگیری

در زمینه سیاست فرهنگی برخوردارند و لازم است که خود را در هر چارچوب بازبینی شده‌ای «ملاحظه کنند».

یک نمونه دو مرحله‌ای برای توصیف تأثیر و نشان قلمروهای فرهنگی با شکل در «نمودار ۵» ارائه شده است. همان‌طور که در نمودار ۵ مشاهده می‌شود، برای پرهیز از دوباره‌کاری، بهتر است هر فعالیت فقط یک بار در چارچوب قرارگیرد. حتی اگر فعالیت‌هایی باشند که منطقاً بیش از یک قلمرو را به خود اختصاص دهند. مثلاً موسیقی در هر دو حوزه «سعمی و بصری» و «اجرا و گرامیداشت» قرار می‌گیرد، زیرا شامل موسیقی زنده (اجرا) و ضبط شده (سعمی و بصری) می‌شود. اما از آنجا که نمی‌توان در طبقه‌بندی آماری این قلمرو را از سایر هنرهای نمایشی به طور کامل مجزا کرد، موسیقی به طور منطقی باید در قلمرو «اجرا و گرامیداشت» قرار گیرد.

قلمروهای فرهنگی اصلی به شرح زیر هستند:

• میراث فرهنگی و طبیعی

میراث فرهنگی شامل آثار هنری، یادمان‌ها، مجموعه بناها و محوطه‌هایی می‌شود که از اهمیت تاریخی، هنری، زیبایی‌شناسی، قوم‌شناسی یا مردم‌شناسی، علمی و اجتماعی برخوردارند. چشم‌انداز فرهنگی بیانگر آمیزه‌ای از آثار طبیعی و بشری است که رابطه‌ای طولانی مدت و نزدیک میان مردم و محیط طبیعی اطرافشان را به نمایش می‌گذارد.

میراث طبیعی شامل سیمای طبیعی، اشکال و حوزه‌های زمین‌شناسی است که محل زندگی گونه‌های حیوانی و گیاهی در معرض خطر و محوطه‌های طبیعی را در بر می‌گیرد که از نقطه‌نظر علمی، حفاظتی و زیبایی طبیعی ارزشمند می‌باشند. میراث طبیعی پارک‌های طبیعی حفاظت‌گاہ‌ها، باغ‌وحش‌ها،

آکواریم‌ها و باغ‌های گیاه‌شناسی را نیز در بر می‌گیرد. فعالیت‌های مربوط به میراث فرهنگی و طبیعی، مدیریت محوطه‌ها و مجموعه‌هایی را شامل می‌شود که دارای اهمیت تاریخی، زیبایی‌شناسی، علمی، زیست‌محیطی و اجتماعی هستند. فعالیت‌های حفاظت و بایگانی که در موزه‌های و کتابخانه‌ها انجام می‌شوند نیز بخشی از همین گروه به شمار می‌آیند.

• میراث معنوی

میراث معنوی را نمی‌توان یک قلمروی مجزای فعالیت با تولید فرهنگی محسوب کرد، زیرا شامل «شیوه‌ها، نشان‌ها، بیان‌ها، دانش، مهارت و نیز ابزار، اشیاء، آثار هنری و فضای هنری مربوطه می‌شود که از سوی جوامع، گروه‌ها و گاه افراد، بخشی از میراث فرهنگی قلمداد می‌شوند.» بنابراین، این طبقه‌بندی از تمامی قلمروهای پیشنهادی فراتر می‌رود. برخی از حوزه‌ها که میراث معنوی در آنها حضور دارد، عبارت‌اند از: الف) سنت‌های شفاهی و بیان‌ها (شامل زبان، ب) هنرهای تجسمی، ج) رسوم اجتماعی، آیین‌ها و جشن‌ها، د) دانش و مهارت‌های مربوط به طبیعت و کائنات ه) صنعت‌گری سنتی.

میراث معنوی زمانی که از سوی جوامع به دیده میراث ارزشمند نریسته می‌شود، فقط به این طریق تعریف می‌شود (شیوه‌ها، بیان‌ها، دانش یا مظاهر مادی مربوطه). به عبارت دیگر. هیچ چیز در ذات خود بیان یا رسم خاصی ندارد که دیگران (دولت‌ها، آمارگیران، محققان) بتوانند آن را میراث معنوی خطاب کنند. در واقع مانند میراث فرهنگی و طبیعی، شناسایی میراث معنوی بستگی به مفهوم «ارزش مهم فراگیر» دارد که تعریف این مفهوم در «مرکز میراث جهانی یونسکو» در دست تهیه و بررسی می‌باشد.

• اجرا و گرامیداشت

این قلمرو اصلی فرهنگی شامل اجراهای زنده مانند اجرای موسیقی و آهنگسازی می‌شود و سایر اجراهای هنر آماتور و حرفه‌ای مثل تئاتر، رقص، اپرا، عروسک‌گردانی و غیره را در بر می‌گیرد. مراسم گرامیداشت (مانند جشنواره، جشن، نمایشگاه) نیز در تعریف جدید هنرهای نمایشی جای می‌گیرند.

• هنرهای تجسمی، صنایع دستی و طراحی

حوزه اصلی هنرهای تجسمی شامل هنرهای زیبا و صنایع دستی ساخته شده از مواد گوناگون مانند گل، چرم، چوب، حصیر، پارچه‌های دست‌باف و غیره می‌شود.

قلمروهایی چون طراحی، معماری و تبلیغات به دلیل حضور خلاق در تولید کالای غیرفرهنگی، بخشی از قلمروهای فرهنگی به شمار می‌روند. این سه گروه، تحت عنوان «هنرهای تجسمی» قرار می‌گیرند. طراحی در زمره حوزه‌های اصلی فرهنگ قرار می‌گیرد. از آنجا که هدف اولیه معماری و تبلیغات غیر فرهنگی است، در قلمرو توسعه یافته فرهنگی قرار می‌گیرد.

• کتب و مطبوعات

این گروه همه انواع نشریات را در خود جای می‌دهد: کتاب، روزنامه، مجله و روزنامه‌های اینترنتی.

• رسانه‌های سمعی و بصری و دیجیتال

اجزای اصلی این قلمرو را رادیو، تلویزیون، فیلم و ویدیو تشکیل می‌دهند. عکاسی نیز به دلیل رواج رسانه‌های جدید، عکاسی دیجیتال و ارتباط با سایر فعالیت‌های سمعی بصری مانند عکاسی در سینما، در این طبقه‌بندی واقع

می‌شود. اگرچه این نوع گروه‌بندی - مانند مثال موسیقی - موجب پیچیدگی چهارچوب می‌شود، گروه‌بندی در سطوح بالاتر مورد نیاز است، زیرا غالباً طبقه‌بندهای آمار امکان تفکیک ظرفیت فعالیت‌های فردی فرهنگی را فراهم نمی‌کنند. از سوی دیگر، گروه‌بندی‌های وسیع‌تر باعث گستردگی و بهبود اطلاعات به‌دست آمده از مطالعات نمونه می‌شوند.

۳. ساختار چارچوب

در بخش قبلی پیشینه نظری و تحلیلی چارچوب ارائه شد. در این بخش ساختار معرفی می‌شود. این نمونه شامل همه فعالیت‌ها، خدمات و کالای تولید صنایع فرهنگی می‌شود، چه کارخانه‌ای باشند چه خانگی، چه اثر هنری باشند چه حاصل دست صنعت‌گران. در ضمن، همه عناصر شرکت در فعالیت فرهنگی را در بر می‌گیرد، چه به صورت اشتغال رسمی یا حضور در رویدادهای فرهنگی رسمی یا غیر رسمی یا کار فرهنگی در منزل. این مدل همه زنجیره خلاق فرهنگی را پوشش می‌دهد.

۳.۱. تعیین مشاغل و فعالیت‌های فرهنگی: از نمونه اقتصادی تا اجتماعی

«نمودار ۶» بخش فرهنگ را آن‌گونه که در چارچوب آمده به تصویر می‌کشد (منطقه خاکستری رنگ) و گروه‌های گوناگون مشاغل فرهنگی (رسمی و غیررسمی) را نشان می‌دهد. صنایع غیرفرهنگی فقط هنگامی به حساب می‌آیند که در ارزشیابی مشاغل فرهنگی، کارگران فرهنگی داشته باشند. طراحی که در صنعت خودروسازی مشغول به کار است نمونه فردی واجد حرفه فرهنگی است که در بخش غیرفرهنگی مشغول به کار می‌باشد.

در اینجا رویکرد نهفته بر پایه دیدگاه اقتصادی به دلایل سیاسی و عملی است. اول اینکه کشورها اهمیت زیادی برای تحصیل حداکثر سود اقتصادی از محصولات فرهنگی خود قائلند. دوم اینکه نمود اقتصاد تبادل فرهنگی، در حالی که مشکلات زیادی به وجود می‌آورد به سهولت سنجیده می‌شود. با این حال، این مدل اقتصادی با چندین حوزه تطابق دارد که عبارتند از: مشارکت اجتماع، دانش سنتی و بومی، آموزش و میراث، کسی که در حوزه فرهنگ کار می‌کند یا درگیر فعالیت‌های فرهنگی است نیز یک فعال اجتماعی است که به عنوان مخاطب و نیز الهام‌بخش آفرینش جدید با جامعه در تعامل می‌باشد.

آمار باید به جذب و ذخیره عناصر اجتماعی فرهنگ بپردازد تا فرهنگ به یک پدیده اقتصادی صرف تنزل نکند. بعد اجتماعی فرهنگ به تقویت هویت و انسجام اجتماعی کمک می‌کند و جنبه‌های اصلی فرهنگ مانند آموزش و دانش سنتی را ارائه می‌دهد.

آموزش از ابزار اجتماعی شدن به شمار می‌رود که فرهنگ به وسیله آن انتقال می‌یابد و خلاقیت توسعه پیدا می‌کند که به نوبه خود به چالش‌های فرهنگی موجود می‌انجامد. پس در این چارچوب، آموزش یکی از کارکردهای با اهمیت چرخ فرهنگی و دغدغه و مسئولیت اصلی یونسکو به شمار می‌رود. عموماً عقیده بر این است که فرهنگ همواره رو به تکامل می‌رود و هرگز ایستا نیست. بدین ترتیب، آموز نقشی عظیم در این میان ایفا می‌کند.

با وجود پدیده جهانی شدن، دانش سنتی هم ارزشی روزافزون می‌یابد و هم در معرض تهدید قرار می‌گیرد. در این چارچوب دانش سنتی موضوع مهم دیگری است که دهمه بخش‌ها جای دارد و به راهبرد یونسکو در زمینه میراث معنوی پیوند می‌خورد. پس بر این نکته تأکید می‌شود که اگرچه سنجش

دانش سنتی به دشواری صورت می‌پذیرد، اما منبعی غنی برای الهام هنری و هویت فرهنگی محسوب می‌گردد.

از دیدگاه اقتصادی، میراث سرمایه قلمداد می‌شود. ارزش سرمایه بسته به اینکه چگونه حفظ شود. افزایش یا کاهش می‌یابد. مطالعات اقتصادی، ارزش اقتصادی میراث فرهنگی را با توجه به اولویت‌های عمومی تحلیل کرده‌اند. آنها ارزش بهره‌بردارای از محاسبه کرده‌اند، بر این اساس که فرد برای حفظ یک میراث فرهنگی یا بازدید از یک محوطه مایل است چقدر هزینه کند. از سوی دیگر به ارزش بی‌استفادگی یک میراث فرهنگی توجه می‌کنند، بدین ترتیب که فرد برای حفظ میراث نسل‌های آینده تمایل دارد چقدر هزینه کند. با این حال، چنین ارزش احتمالی با تکنیک‌های هزینه سفر به دلیل تأثیرات جانبی، به سختی در ارزش‌های منطقه‌ای با استانی ادغام می‌گردند.

جدا از سرمایه اقتصادی، میراث فرهنگی یک کالای اجتماعی نیز به شمار می‌آید که ارزش‌های زیباشناسی، تاریخی، اجتماعی، معنوی و آموزشی را دربر می‌گیرد. محوطه‌های میراث مادی غالباً مکان‌هایی هستند که میراث معنوی در آجا گرامی داشته می‌شود. در کشورهای پیشرفته، حضور مکان‌های فرهنگی مانند یادمان‌ها و موزه‌ها غالباً ثبت می‌شود. با این وجود، تفکیک اطلاعات جهانگردی فرهنگی از آمارهای عادی معمولی جهانگردی مستلزم توسعه بیشتر است که به تبهترین شکل در حوزه «سازمان جهانی جهانگردی» انجام می‌شود. مطالعات موردی جهانگردان و مردم محلی در محوطه‌های میراث فرهنگی مقرون به صرفه است و نقش مهم در چارچوب آمار فرهنگی ایفا می‌کند. اگرچه ممکن است مشکلاتی در این میان ظاهر شوند.

۲.۳. حرکت به سوی سنجش مستقیم

تاکنون الگوهای تثبیت شده سیاست‌گذاری فرهنگی، بعد اقتصادی یک فرهنگ خاص را پیامد غیرمستقیم سرمایه‌گذاری عمومی بر روی فرهنگ در نظر گرفته‌اند. در نتیجه، تعدادی الگو پدید آمدند که از رویکردهای استنباطی برای ارزیابی تأثیر فرهنگ بهره می‌برند. به عنوان مثال، «کانونو آندره بلو» (CAB) - یک سازمان بین‌المللی فعال در آمریکای لاتین - و اسپانیا اکنون در حال تهیه دستورالعملی روش‌شناختی برای عملی کردن حساب‌های ماهواره‌ای فرهنگی به منظور ارزشیابی اقتصادی در صنایع و فعالیت‌های فرهنگی هستند. این رویکرد، ارزیابی و ادغام محصولات غیر فرهنگی غیربازاری و فعالیت‌های این‌چنینی را چالشی ویژه در نظر می‌آورد.

نمونه انتخاب شده برای چارچوب حاضر عمدتاً به موقعیت فرهنگ در فرآیند توسعه و بازتولید اقتصادی مربوط می‌شود که ضرورت وابستگی بیش از حد به روش‌شناسی غیرمستقیم، استنباطی و نسبتاً چالش‌برانگیز را کاهش می‌دهد. تغییر استفاده از الگوهای غیرمستقیم برای سنجش محصولات فرهنگی به استفاده از سنجش بی‌واسطه فرآیند محصول، فرصتی برای ارائه رویکردی برای سنجش تأثیر فرهنگ فراهم می‌آورد که با سایر بخش‌ها در سراسر جهان قابل مقایسه است.

در صورتی که چارچوبی مشترک مورد استفاده قرار گیرد، سنجش مستقیم، معتبرتر و نتیجه‌بخش‌تر است. با استفاده از نظام رده‌بندی می‌توان برخی اطلاعات را استخراج کرد (به‌خصوص با استفاده از طبقه‌بندی بین‌المللی استاندارد صنعتی و طبقه‌بندی مرکزی تولید). سنجش‌های بی‌واسطه ممکن است تجارت محور باشند. مانند حجم معاملات، سرمایه‌گذاری، محصولات،

صادرات و اشتغال و نیز اطلاعات موازی سرمایه‌گذرای بخش دولتی را در برگیرند که با این گونه سنجش‌ها تناسب زیادی دارد. علاوه بر این، سنجش‌های مستقیم مربوط به مصرف و مشارکت را از طریق بررسی‌های فردی یا خانگی نیز می‌توان به دست آورد.

نقطه آغاز، « شیوه ۱» نمونه ژرار (۱۹۸۲) است که علیرغم محدودیت‌ها، این اصل را به خوبی پیاده کرده است و می‌تواند ابزاری عملی برای جمع‌آوری اطلاعات ایجاد کند و گسترش دهد. در نتیسجه کار و مطالعه بسیار، «شیوه ۲» ارائه شد که خاطرنشان می‌سازد که چه اطلاعاتی جمع‌آوری شود (نمودار ۷). بدین ترتیب می‌توان طرح جدیدی را امتحان کرد که مستقیماً قابل اجرا باشد و نیز قابلیت بسط و جمع‌آوری اطلاعات در آینده را داشته باشد. انتظار می‌رود این نمونه، امکان نشانه‌گذاری بین‌المللی را فراهم سازد.

هر کشور، شاخص‌هایی را در چارچوب قرار می‌دهد. پس هر کشور آزادانه محتوای بخش فرهنگی را که بخشی از چارچوب فرهنگی آن را تشکیل می‌دهد، انتخاب می‌کند.

چارچوب بازبینی شده «شیوه ۲» که در این گزارش مطرح شد، می‌تواند اساس روکردهای گوناگون آمار فرهنگی را تشکیل دهد. «نمودار ۸» با استفاده از قلمروهای اصلی و کارکردهای «آموزش» و «بایگانی و حفظ». برخی عناصر اصلی یک شاخص ساختار گسترده را تعیین می‌کند. مواردی که با خط سیاه مشخص شده‌اند، مواردی هستند که یونسکو در مورد آنها اطلاعات لازم را دارد یا به صورتی فعال در صدد جمع‌آوری اطلاعات در سطح جهانی است که شامل اطلاعات سایر نهادهای بین‌المللی می‌شود.

دو دسته شاخص‌های پیشنهادی عبارتند از:

• تعیین اینکه چطور چارچوب می‌تواند بستری آماری جهت برآورد سهم اقتصاد در فرهنگ فراهم کند و

• تعیین اینکه چطور می‌تواند برای ارزشیابی سهم اجتماعی فرهنگ از طریق مشارکت مورد استفاده قرار گیرد.

در هر دو حالت و در راستای بحث‌های پیشین، هدف شاخص‌ها سنجش بی‌واسطه است. شاخص‌های فوق را می‌توان در سطح انبوه یا به صورت جداگانه در سطح سنجش‌های معتبر آماری مورد بهره‌برداری قرار داد.

فهرست مفصل شاخص‌ها عمده‌اً محدود شده‌اند. مرور چارچوب کشورها نشان می‌دهد که علیرغم وجود چارچوب‌های آماری، کشورها به ندرت به جمع‌آوری اطلاعات فرهنگی می‌پردازند. بنابراین تأکید بر ایجاد مجموعه‌ای عملی از شاخص‌ها است که برای ارزشیابی مبدا مشارکت و تغییرات در طول زمان مورد استفاده قرار گیرند.

در هر حالت، مشارکت به مجموعه‌ای از فعالیت‌های مشارکتی جانبی تقسیم می‌شود. بنابراین شاخص‌ها و اندازه‌گیری‌هایی به همراه شاخصی که محل ذخیره اطلاعات را معلوم می‌کند، ارائه می‌شود. مجموعه شاخص‌های پیشنهادی را می‌توان به طور کامل به صورت بستر یک چارچوب آماری کامل یا بخشی از چارچوب طراحی شده برای اهداف گوناگون به کار برد.

در هر حالت، شاخص‌های پیشنهادی ممکن است با اطلاعات دیگر برخورد و هم‌پوشانی داشته باشند. به عنوان مثال، اطلاعات مربوط به اشتغال می‌تواند با آمار مربوط به جنسیت و قومیت نیروی کار فرهنگی هم‌پوشانی داشته باشد.

۳.۳. نمونه اجتماعی

دانش سنتی و بومی

دانش سنتی و بومی در همه جوامع وجود دارند که گاه مایملک معنوی یک طبقه فرهنگی خاص یا گروه از مردم تلقی می‌شود و درک روزافزونی از مالکیت این حقوق معنوی وجود دارد. مالکیت اموال معنوی و دانش، دانش سنتی را از بسپرای جهات مبدل به محصول حفظ کرد و یا به صورت وجهی از میراث معنوی که نیازمند حفظ و گسترش همچون میراث مادی و ملموس است.

دانش سنتی و محلی در متن چارچوب آماری به صورت کالا یا خدمات است که تقریباً در همه حوزه‌ها، محصولات و بخش‌های چارچوب یافت می‌شود که این یکی از ابعاد چارچوب محسوب می‌شود (نمودار ۹). فرآیند خلاق دانش سنتی احتمالاً با نمونه استاندارد فرآیند خلاق تفاوت دارد، همان‌طور که سه مرحله آفرینش، تولید و توزیع در همان حال صورت می‌گیرد.

تولید و آفرینش دانش سنتی غالباً از سوی بزرگان، جادوگران و خلاصه «عقلا» تحقق می‌پذیرد. آمار این افراد فقط در صورتی که نقش / هویتشان کاملاً مشخص باشد، تعیین می‌شود. حرفه تولید دانش سنتی یا انتقال آن در قالب / رسانه مناسب (مانند داستان‌سرایی) غالباً شفاف و روشن نیست. بنابراین اکثراً شغل دوم محسوب می‌شود، مانند تولید صنایع دستی در محیطی که افراد به کشاورزی مشغولند. با پرس‌وجوی بیشتر درباره فعالیت‌های مختلفی که در طول روز انجام می‌شود، شغل دوم را می‌توان در گروه نیروی کار با سایر تحقیقات خانگی قرار داد. با این حال توصیه نمی‌شود کشورها دست به یک تحقیق تمام وقت بزنند، مگر اینکه از منابع مالی و انسانی قابل توجه برخوردار باشند.

از آنجا که برخی محصولات دانش سنتی و بومی معنوی هستند، کیفیت و کمیت آنها به دشواری سنجیده می‌شود. یونسکو در حال تهیه فهرست موضوعی میراث معنوی است که برای مردم سراسر جهان ارزش فرهنگی داشته باشد. پس این امیدواری پدید می‌آید که در آینده، پایگاه اطلاعات «میراث معنوی» به وجود آید که تعریف دقیق‌تری از جنبه‌های دانش سنتی را در سراسر دنیا در برگیرد.

میزان تولید دانش سنتی را حداقل در سطح کشور، می‌توان از طریق نهادها به دست آورد. اکنون بسیاری از کشورها دارای نهادها و مؤسسات ملی هستند که مسئولیت طبقه‌بندی و ثبت دانش سنتی مانند تعداد و میزان داوریه‌ها سنتی را برعهده دارند. می‌توان آمار این مؤسسات و نیز محصولاتی که ثبت شده‌اند را در سطح جهان به دست آورد. تأسیس این مؤسسات باید به بهره‌برداری از دانش سنتی منجر شود که مالکیت حق بهره‌برداری را در انحصار جامعه می‌داند که خاستگاه اولیه آن به شمار می‌آمده و نیز سنجش‌هایی که برای حفظ چنین دانشی صورت می‌پذیرفته است (مانند مدیریت و حفظ گیاهانی که رد طب سنتی مورد استفاده قرار می‌گیرند).

اگر دانش سنتی از طریق موسیقی، داستان‌سرایی، رقص یا سایر اشکال اجرایی انتقال یابد. سنجش‌های دیگر نیز امکان‌پذیر می‌شود. مثلاً تحقیقات در حوزه مناسب (محلی، منطقه‌ای، ملی) احتمالاً تعداد شرکت‌کنندگان / اجراکنندگان و نیز محتوا و نحوه انتقال را مستند می‌سازد.

جنبه‌های معنوی دانش سنتی و بومی، موانعی مهم در مسیر سنجش به شمار می‌روند. با این حال، می‌توان چندین شاخص احتمالی را به شرح زیر پیشنهاد کرد:

- تعداد افراد درگیر در آفرینش یا انتقال دانش سنتی که از طریق نیروی کار با تحقیقات خانگی و پرسش درباره شغل دوم به دست آمده‌اند.
- تعداد مؤسسات مسئول جمع‌آوری یا مستندسازی دانش سنتی و نیز تعداد عناصر / محصولات ثبت شده
- تعداد حقوق انحصاری یا سایر قالب‌های ثبت دانش سنتی (که در ارتباط تنگاتنگ با شاخص‌های قبلی هستند)
- تعداد شرکت‌کنندگان / مجریان مراسمی که طی آن دانش سنتی انتقال می‌یابد (نقال‌های سنتی، رقصدگان و ...)
- تعداد شرکت‌کنندگانی که به زبان‌های سنتی سخن می‌گویند
- تعداد افرادی که طب سنتی را به کار می‌برند / استفاده می‌کنند و
- تولید صنایع دستی.

دانش سنتی غالباً با دانش بومی و ذاتی در ارتباط است. اوگاندا دانش بومی را این‌گونه توصیف می‌کند: «دانش سنتی و محلی درون و حول و حوش یک جامعه محلی در یک حوزه جغرافیایی خاص.» کارهای انجام شده از سوی «گروه کار بر روی شاخص‌های اجلاس بوم‌بین‌المللی تنوع زیستی» (HFB) احتمالاً به تعیین شاخص‌های مربوط به مردم بومی کمک می‌کند. این گروه توسط «دبیرخانه کنوانسیون تنوع زیست‌شناسی» پایه‌گذاری و از سوی «اجلاس دائمی معضلات بومی ملل متحد» (UNPFH) حمایت شد. UNPFH ضرورت توسعه شاخص‌های مربوط به مردم بومی و «اهداف توسعه هزاره» (MDGS) را تعیین کرده است. این شاخص‌ها به حقوق بومی، توانمندی محیط اعمال فرهنگی و استفاده از زبان‌های سنتی مرتبط هستند.

مشارکت فرهنگی

سنجش مشارکت فرهنگی در اتحادیه اروپا (EU) به طور آزمایش اجرا شده است. گروه LEG تلاش کرد تا نمونه‌ای منطقه‌ای پدید آورد، اما هنوز تحقیقات جامع در سطح اروپا مورد نیاز است. تعریف سودمندی از مفهوم اروپایی مشارکت فرهنگی از سوی بنت اراده شده که براساس آن، مشارکت فرهنگی شامل هنر و نیز فعالیت‌های زندگی روزمره می‌شود که به نوعی به تفریح ارتباط دارند. این تعریف «شیوه‌هایی اطلاق می‌شود که در آنها نه تنها تفاوت‌های قومی در ذائقه، ارزش‌ها و رفتار فرهنگی بیانگر اولویت‌های هنری و رسانه‌ای هستند، بلکه در ضرباهنگ روزمره شیوه‌های زندگی نهفته می‌باشند و نیز شیوه‌های برقراری ارتباط با سایر ویژگی‌های اجتماعی مربوطه مانند طبقه اجتماعی و جنسیت.»

پس مشارکت فرهنگی شامل شیوه‌های فرهنگی است که شاید مستلزم مصرف و فعالیت‌های انجام شده در جامعه باشند که به نوبه خود نمایانگر کیفیت زندگی، سنت‌ها و عقاید هستند. مشارکت فرهنگی شامل شرکت در رویدادهای رسمی و هزینه‌بر مانند رفتن به سینما یا کنسرت، همچنین فعالیت‌های روزمره چون مطالعه کتاب می‌شود. معمولاً مشارکت فرهنگی با توجه به جامعه، گروه اجتماعی، قومیت، سن و جنسی سنجیده می‌شود. تحلیل مبتنی بر گروه قومی، گروه اجتماعی و جنسیت می‌تواند مربوط به سنجش نوع بیان‌های فرهنگی نیز باشد، تحلیل مبتنی بر گروه قومی، گروه اجتماعی و جنسیت می‌تواند مربوط به سنجش تنوع بیان‌های فرهنگی نیز باشد، زیرا بیانگر تنوع گروه‌های شرکت کننده در فعالیت‌های فرهنگی مختلف است.

علاوه بر این، مشارکت فرهنگی شامل رفتار فعال و غیرفعال می‌شود. یعنی

فردی که به کنسرت گوش می‌دهد و نیز نوآموزی که تمرین موسیقی می‌کند را در بر می‌گردد. هدف تحقیقات مشارکت فرهنگی باید ارزشیابی سطوح مشارکت همگانی باشد، حتی اگر تفکیک رفتارهای فعال از غیر فعال بسیار دشوار باشد. به عنوان مثال، فرد در برخی جشنواره‌ها مجری است (فعال، آفریننده و الهام‌بخش دیگران) و گاه فقط نقش مخاطب را دارد (غیر فعال، یا در جستجوی الهام). مشارکت فرهنگی فعالیت‌های مربوط به اشتغال را در بر نمی‌گیرد. به عنوان مثال، مشارکت فرهنگی شامل بازدید کنندگان موزه‌ها می‌شود، اما راهنمای موزه را در بر نمی‌گیرد.

در سال ۲۰۰۶، UIS گزارشی ارائه داد که نمونه EU را در متن فعالیت‌های فرهنگی کشورهای در حال توسعه قرار داده بود. این گزارش فعالیت‌های فرهنگی را براساس سه گروه مشخص کرده است.

۱. **خانه محور:** به تعداد ساعات تماشای تلویزیون، گوش دادن به رادیو یا موسیقی، مطالعه و غیره اشاره می‌کند.

۲. **خارج از خانه:** رفتن به سینما، اپرا، تئاتر و دیدار از موزه‌ها، یادمان‌ها و محوطه‌های باستان‌شناسی را در بر می‌گیرد.

۳. **هویت‌سازی:** این گروه شامل شیوه‌های فرهنگی آماتور، روابط فرهنگی، فرهنگ عامه، فرهنگ‌های قومی و فرهنگ جوانان می‌شود.

انتظار می‌رود که یافتن منابعی برای انجام مداوم تحقیق درباره مشارکت فرهنگی برای کشورهای در حال توسعه دشوار باشد. این چارچوب پیشنهاد می‌کند که تحقیقات مشارکتی بر سطوح همگانی مشارکت و نیز ثبت حوزه‌ای که فعالیت‌های فرهنگی در آن انجام می‌شود، تمرکز یابد. با استفاده از این

گونه تحقیقات در شیوه‌ای نظام‌مند - مانند بررسی مشارکت در فعالیت‌هایی چون موسیقی، رقص و مطالعه - می‌توان به مطالعه معضلات اجتماعی پرداخت و نیز تولید فرهنگی آماتور یا غیررسمی را به فعالیت‌های رسمی‌تر پیوند زد. این پیوند برای مطالعه دغدغه اصلی تجاری شدن بخش فرهنگ و تأثیر آن بر کل جامعه حیاتی است.

۴.۳. شرح مجموعه اطلاعات

تصور و تجسم تولید و توزیع فرهنگی به صورت یک فعالیت‌بخشی به چارچوب امکان پرداختن به یک مجموعه مفصل اطلاعات را می‌دهد که متشکل از حداقل کانون‌های اطلاعاتی است که فعالیت‌های اصلی بخش فرهنگ را به منزله اساس زنجیره یا چرخه را به منزله چرخه تولید شکل می‌دهند. این حداقل مجموعه اطلاعاتی است که مناطق درباره آن توافق دارند، اما در عین حال، موجب گسترش اطلاعات محلی می‌شود که امکان نشانه‌گذاری، هم‌پوشانی میان مطالعات مختلف و ارائه «نقشه راه» ره به گسترش و جامع را فراهم می‌سازد.

بخش ۳ - ۵ بر جمع‌آوری اطلاعات و ابزار تعیین بخش فرهنگی تأکید دارد. بسیاری از دفاتر ملی آمار (NSOs) در موقعیت نیستند که بتوانند چنین جمع‌آوری مفصل اطلاعات را انجام دهند. هر NSO گردآوری اطلاعات را براساس ظرفیت‌های خود انجام می‌دهد و این دفاتر هستند که تعیین می‌کنند مدل موردنظر تا چه میزان اجرا شود. سنجش‌پذیری در سطح گوناگون بستگی به توسعه خط‌مشی‌های کشور و میزان اولویت و اهمیت فرهنگ دارد. استفاده از این چارچوب در همه سطح به کشورها امکان می‌دهد خود را با سایرین مقایسه کنند.

اجزای مختلف بخش فرهنگ به شرح زیر است:

• **کالا و خدمات فرهنگی:** با استفاده از «طبقه‌بندی مرکزی تولید» (CPC)، محصولات تولیدی صنایع و فعالیت‌های فرهنگی طبقه‌بندی خواهند شد.

• **نهادهای فرهنگی:** با استفاده از «طبقه‌بندی بین‌المللی استاندارد صنعتی» طبقه‌بندی می‌شوند. با این حال، کارای فرهنگی می‌تواند در بستری غیرتجاری تولید شود، مثلاً از طریق نهادهای دولتی مؤسسات داوطلب، آماتورها یا گروه‌های موقت هنرمندان و سازندگان.

• **سازندگان، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان:** افراد درگیر در فعالیت‌های خلاق یا مولد فرهنگی که به تنهایی، به همراه گروه یا در سازمان‌ها مشغول به کار هستند، با استفاده از «طبقه‌بندی بین‌المللی استاندارد مشاغل» (ISCO) براساس اطلاعات مربوط به مشاغل طبقه‌بندی می‌شوند.

• **مصرف‌کنندگان کالا و خدمات فرهنگی و شرکت‌کنندگان:** در فعالیت‌های فرهنگی با استفاده از اطلاعات مربوط به هزینه‌ها و نیز مطالعات خانگی سنجیده می‌شوند.

۳.۵. کالا و خدمات فرهنگی: استفاده از طبقه‌بندی مرکزی تولید (CPC)

این بخش عمدتاً چهار مرحله نخست چرمخه تولید یعنی آفرینش، تولید، توزیع و نمایش / پذیرش را در بر می‌گیرد. مرحله مشارکت بیانگر رفتار اجتماعی است که با ابزار گوناگون آماری اندازه‌گیری می‌شود.

برای نحوه اجرای چهارچوب «شیوه ۲»، طبقه‌بندی مرکزی تولید سازمان ملل مورد استفاده قرار می‌گیرد. علیرغم این واقعیت که این نظام طبقه‌بندی آماری چندان رایج نیست، اما مفصل بودن آن امکان برقرار پیوند میان

طبقه‌بندی‌های مختلف بین‌المللی، افزایش امکان سنجش و تعیین دقیق‌تر بخش‌ها را فراهم می‌سازد که به خصوص برای اطلاعات حوزه خدمات مفید و مؤثر است.

کدهای CPC در حال حاضر مناسب هستند، اما بسیاری از قسمت‌های چارچوب شیوه ۲ با استفاده از CPC (یا سایر طبقه‌بندی‌های آماری بین‌الملل موجود) قابل بهره‌برداری نیستند. به خصوص، تعیین فعالیت‌ها تعلیم و تربیت مرتبط با فرهنگ بسیار دشوار است.

مواردی وجود دارند که کدهای CPC فعالیت‌های فرهنگی و غیرفرهنگی را پوشش می‌دهند. اما در خیلی موارد، طبقه‌بندی CPC لحاظ نمی‌شود. پس با اینکه این شیوه سنجش، حوزه فرهنگ را محدودتر در نظر می‌گیرد. اما دقیق‌تر و قاطع‌تر است.

جدول‌های مجزا برای هر حوزه براساس اطلاعات نمودار ۵ رد ضمیمه ۳ ارائه شده‌اند.

۳.۶. صنایع فرهنگی: استفاده از طبقه‌بندی بین‌الملل استاندارد صنعتی (ISIC)

طبقه‌بندی مکملی که می‌تواند در اجرای چارچوب مؤثر باشد، طبقه‌بندی بین‌الملل استاندارد صنعتی (ISIC) است. یکی از مزایای اصلی ISIC رد مقایسه با CPC این است که کشورها به طور گسترده از آن استفاده می‌کنند. ISIC که فقط از چهار عدد تشکیل شده، محدودتر از CPC است، بنابراین برخی از فعالیت‌های فرهنگی در گروه بزرگ‌تر یا در یک کد تنها قرار می‌گیرند. استفاده از این طبقه‌بندی برای سنجش سهم اقتصاد در فرهنگ یک کشور مستلزم تعیین میزان سهم صنعتی گسترده‌تر در فعالیت‌های فرهنگی است.

در این گزارش، پیش‌نویس چهارم ISIC سال ۲۰۰۷ مورد استفاده قرار

گرفته است. در این نسخه یک طبقه به اطلاعات و ارتباطات اختصاص داده شده تا نشانگر ساختار کنون این صنعت باشد. در اینجا به فعالیت‌های مربوط به پخش و سینما بیشتر پرداخته می‌شود، اما هنوز امکان قرار گرفتن فعالیت‌های مرتبط با اینترنت، کتاب‌های الکترونیکی و ذخیره موسیقی و غیره در این بخش وجود ندارد.

هر یک از فعالیت‌های فرهنگی با یک کد ISIC معرفی می‌شوند که در اغلب موارد، این کد شامل فعالیت‌های فرهنگی می‌شود که در همه کارکردها طبقه‌بندی می‌شوند، مانند آفرینش تولید و غیره.

با این حال از آنجا که ISIC یک طبقه‌بندی صنعتی به شمار می‌رود، به فعالیت‌های فرهنگی غیر صنعتی نمی‌پردازد. دو مانع اصلی برای استفاده از کدهای ISIC برای سنجش فعالیت‌های فرهنگی وجود دارند که عبارتند از:

- صنایع در ISIC قرار ندارند و
 - میراث معنوی و دانش سنتی به طور شفاف معین نشده‌اند.
- دو کدر ISIC که در زیر به آنها اشاره می‌شود، در میان تمامی رده‌های فرهنگی به چشم می‌خورند:

۹۰۰۰.۱ (هنرهای خلاق و فعالیت‌های سرگرم کننده): به نظر می‌رسد این کد همه قالب‌های فعالیت خلاق مربوط به همه قلمروهای رده‌بندی را پوشش می‌دهد. در حالی که تعاونی مؤلفان و محفل نویسندگان در کد ۵۸۱ یعنی «چاپ و نشر» قرار نمی‌گیرد. ممکن است در رویکردی مسشابه، حرفه یا تعاونی نقاش‌ها یا حتی یک گروه نوازنده راک در این گروه قرار گیرند، زیرا درآمد سرشاری به دست می‌آورند.

۲۹۹۱۱.۲ (آموزش فرهنگی): این کد در همه حوزه‌ها گنجانده می‌شود،

زیرا آموزش نوعی فعالیت فرهنگی در همه قلمروها تلقی می‌گردد، چه به صورت تخصصی رشته‌ای یا به عنوان حرفه‌ها و مؤسسات که از ابزار آموزشی برای ترویج و ارتقای فعالیت فرهنگی حوزه مورد نظر بهره می‌برند. این کد شامل آموزش‌های رسمی و غیررسمی در فعالیت‌های فرهنگی می‌شود، مانند حوزه هنرهای زیبا معماری، موسیقی، رقص و غیره.

کد دیگری که باید به آن اشاره کرد، ۳۳۲۰ (آلات موسیقی) است که بیانگر ساخت آلات موسیقی می‌باشد. براساس نمونه زنجیره خلاق ساختن این گونه ابزار، نوعی فعالیت فرهنگی به شمار می‌رود، زیرا بخشی از عنصر تولید بیان هنری را تشکیل می‌دهد.

گفته می‌شود CPC از مناسب‌ترین رده‌بندی موجود فعالیت‌های فرهنگی برخوردار است و ISCI با اینکه بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد، طبقه‌بندی چندان دقیقی نیست. پس از چارچوب پیشنهاد می‌کند که از کدهای CPC استفاده شود تا معلوم گردد کدام جنبه‌های یک بخش دقیقاً در کدام قلمرو فعالیت فرهنگی واقع می‌شود. با این وجود، در صورت امکان باید هر دو را با هم به کار برد تا تصویر شفاف‌تری از جنبه‌های اقتصادی فرهنگ براساس متغیرهایی چون اشتغال، حجم معاملات و بهره‌وری به دست آید.

حتی با استفاده از این کدها می‌توان تا حدودی بخش‌های کمتر اقتصادی چارچوب را بررسی کرد. به عنوان مثال، اطلاعات اشتغال در محوطه‌های تاریخی و ارزش اقتصادی این محوطه‌ها به عنوان سرمایه‌گذاری عمده، کارکنان یا در آمد حاصل از گردشگران می‌توانند تحت عنوان «الف - میراث فرهنگی» قرارگیرند. اطلاعات شرکت رد رویدادهای فرهنگی مانند فروش بلیت و در آمد را می‌توان در قلمرو «ب - هنرهای نمایش» قرارداد.

جداول جداگانه برای هر یک از حوزه‌های اصلی در ضمیمه ۳ ارائه شده‌اند و بر مبنای حروف و ارقام نمودار ۵ تهیه شده‌اند.

۷.۳. اشتغال فرهنگی: استفاده از طبقه‌بندی بین‌المللی استاندارد مشاغل (ISCO)

تعاریف مشاغل فرهنگی که در زیر می‌آیند، اساساً بر مبنای طبقه‌بندی استاندارد مشاغل استرالیا و نیوزیلند (ANZSCO) و تعاریف کانادایی هستند. در حالی که تعاریف استرالیایی شامل فعالیت‌های اوقات فراغت می‌شوند، تعاریف پیشنهادی چهارچوب منحصراً بر مشاغل اصلی فرهنگی مرتبط با خلاقیت و هنر در حوزه‌های اصلی یونسکو متمرکز می‌باشند که در نمودار ۵ به آنها اشاره شده است.

مشاغل عمده فرهنگی، مشاغل مربوط به تولید خلاق و هنری، جمع‌آوری و حفظ میراث را در بر می‌گیرند. این مشاغل، وظایف گاه‌سنگین زیر را شامل می‌شوند:

- ایجاد، توسعه، حفظ یا انعکاس مفاهیم فرهنگی یا معنوی
- آفرینش، تولید و توزیع کالا و خدمات فرهنگی عموماً شامل حقوق اموال معنوی می‌شود و
- دستیابی به بیان هنری (مانند هنرهای تجسمی، موسیقی، نگارش، رقص یا هنرهای دراماتیک).

تعریف گسترده‌تری که حوزه‌های نمودار ۵ را در بر می‌گیرد و معمولاً به فعالیت‌های اوقات فراغت همچون ورزش و سفر مربوط می‌شود، شامل فعالیت‌های مرتبط با ورزش یا مهارت‌های باز آفرینی فیزیکی می‌شود که لذت، استراحت، سرگرمی یا باز آفرینی را ارائه می‌دهند.

سنجش اشتغال فرهنگی

برای تعریف اشتغال فرهنگی، لازم است به اشتغال در صنایع فرهنگی و اشتغال فرهنگی در صنایع غیرفرهنگی مانند فعالیت‌های طراحی پرداخت.

سهم صنایع خانگی در اشتغال فرهنگی بسیار قابل توجه است. مشاغل فرهنگی در کشورهای در حال توسعه، غالباً شغل دوم به‌شمار می‌آیند. ممکن است کارگران بخش کشاورزی یا سایر بخش‌ها، شغل دومی در صنایع دست‌ساز داشته باشند و بدین ترتیب در تحقیقات محاسبه نمی‌شوند. این مشاغل فرهنگی پنهان یا «نهفته» احتمالاً افراد زیادی را در بر می‌گیرند که در تحقیقات مورد موردمحاسبه و سنجش قرارگیرند. در اکثر موارد، شامل کارگران خویش‌فرما یا غیررسمی در شرکت‌های کوچک با کمتر از ده نفر می‌شوند که غالباً در تحقیقات مشاغل منظور نمی‌گردند. غالباً گفته می‌شود که مشاغل فرهنگی و خلاق در حرفه‌های کوچک نمود زیادی دارند، بنابراین اشتغال فرهنگی حتی در آمارهای اروپایی با اغماض در نظر گرفته می‌شود.

به علاوه، فعالیت‌های داوطلبانه و رایگان غالباً نقش مهمی در اشتغال فرهنگی ایفا می‌کنند. لازم است برای سنجش بهتر این گونه فعالیت‌ها، پژوهش روش‌شناسی صورت گیرد.

تعیین مشاغل فرهنگی در ISCO 08

رده‌بندی ISCO مبتنی بر دو مفهوم شغل و مهارت است. شغل در ISCO08 این گونه تعریف می‌شود:

«مجموعه وظایفی که اعمال می‌شوند، یا قرار است توسط یک فرد یا کارمندی حاصل اعمال شود که شامل خویش‌فرماها هم می‌شود.» مهارت

این‌طور تعریف می‌شود: «توانایی انجام وظایف یک شغل خاص». تعیین یک طبقه مجزا برای همه مشاغل فرهنگی دشوار است، زیرا انواع مختلف مشاغل را که مستلزم مهارت‌های گوناگون هستند، در بر می‌گیرد. با این حال، ISCO08 برای مشاغل فرهنگی کدهای تازه‌ای تعریف کرده که مبتنی بر پیشنهاد مشترک «سازمان همکاری و توسعه اقتصادی» (OECD) و UIS است.

کدهای مشاغل مهم فرهنگی زیر در ISCO08 و چارچوب آمار فرهنگی (UIS 2009) مورد استفاده قرار گرفته‌اند:

- ۲۶۲ کتابدارها، بایگان‌ها و موزه‌دارها
- ۲۶۴ مؤلفان، روزنامه‌نگارها و زبان‌شناسان (کد جدید)
- ۲۶۵: هنرمندان خلاق و فعال
- ۳۴۴: متخصصان وابسته هنری و فرهنگی
- ۳۵۲۱: تکنسین‌ها ضبط صدا و تصویر و پخش
- ۷۳: کارگران حوزه صنایع دستی و چاپ و نشر (طبقه جدید شامل همه کارگران حوزه صنایع دستی که از گل، فلز، شیشه، چوب، نساجی و غیره استفاده می‌کنند).

با این حال، در ارزشیابی مشاغل فرهنگی، چند معضل حل نشده باقی می‌ماند. مشاغل فرهنگی میان همه رده‌بندی‌های ISCO پخش گردیده‌اند و طبقه‌بندی گاه به گونه‌ای است که تشخیص آنها را دشوار می‌سازد. به علاوه ممکن است تعداد افراد درگیر این مشاغل به اندازه‌ای نباشد که بتوان یک طبقه مجزای ISCO را به آنها اختصاص داد. مثلاً به سختی می‌توان مشاغل فرهنگی را در رده‌بندی‌های عمده زیر تشخیص داد:

• میراث و حفاظت

مشاغل مربوط به میراث و حفاظت، مانند باستان‌شناسان، موزه‌داران، و نگهبانان، جایی در ISCO ندارند، بلکه در کد ۲۶۳۲ (جامعه‌شناسان، مردم‌شناسان و متخصصین مربوطه) گنجانده می‌شوند. متخصصان شاغل در این حوزه معمولاً از دانش علمی و سطح بالایی مهارت برخوردارند که به «متخصصان گروه اصلی ۲» در ISCO نیز ارتباط دارد.

• مدیران، مقامات ارشد و قانون‌گذاران

در مورد این افراد، فقط کد ۱۱۱۳ (رؤسای سنتی و کدخداهای) است که به مشاغل فرهنگی اشاره دارد. با این حال، دانستن این نکته مهم است که مشاغلی چون رئیس یک شرکت هنری در کجا جای می‌گیرد.

• آموزش

آموزگاران حوزه فرهنگ در طبقه «سایر آموزگاران» مانند کد ۲۳۵۴ (سایر آموزگاران موسیقی) و ۲۳۵۵ (سایر آموزگاران هنر) جای می‌گیرد. با این حال، عموماً آموزگاران هنر و علوم انسانی در همه سطوح آموزشی (یعنی آموزش عالی، آموزش فنی و حرفه‌ای و آموزش دبیرستانی) در این طبقه جای نمی‌گیرند. زیرا می‌توان آنها را در رده آموزش رسمی و غیررسمی و آموزش فنی و حرفه‌ای قرار داد.

• فناوری اطلاعات و ارتباطی (ICTs)

مشاغل فرهنگی مربوط به ICT عمدتاً با مشاغل سمعی بصری و رسانه جدید یعنی طراح چندرسانه‌ای مرتبط می‌باشند. این طبقه باید به مدیران رسانه و فعالیت‌های چندرسانه‌ای مانند گرافیک کامپیوتر اختصاص یابد.

ضمیمه ۳ فهرست کدهایی را ارائه می‌دهد که می‌توانند مبنایی بریا تعریف مشاغل فرهنگی باشد.

۳.۸. معضلات جمع‌آوری اطلاعات

با توجه به فقدان جمع‌آوری اطلاعات حتی در کشورهایی که زمان و منبع صرف توسعه چهارچوب‌های آماری برای صنایع فرهنگی کرده‌اند، شاید بد نباشد برخی از موانع عمده در این مسیر را به طور خلاصه در زیر آورد:

چالش‌های ساختاری

یکی از سخت‌ترین موانع این است که سیاست و مدیریت به تأکید بر فعالیت‌های مربوط به بازار خود (مانند فیلم، تلویزیون، موسیقی) گرایش دارند، حال آنکه طبقه‌بندی‌های آماری رایج (نسخه‌های ISCI ویژه کشورها) عمدتاً بر اصول رده‌بندی محصول صنعتی تکیه دارند (مانند تهیه اقلام چاپی و باز تولید رسانه کامپیوتری). پس تلاش بریا استفاده از این طبقه‌بندی‌ها جهت توصیف صنایع تعریف شده بازار مشکل ساز است. در زمینه فرهنگ، طبقات مربوطه در میان رده‌بندی‌ها پراکنده هستند و باید به‌طور مصنوعی در کنار هم قرارگیرند که کاری وقت‌گیر و بسیار تخصصی است.

نظام‌های آماری طبقه‌بندی صنعتی نیز در تلاش‌اند تا با نرخ تغییرات صنعتی همگام باشند و حوزه‌های سنتی اقتصاد مانند صنایع اولیه مانند صنایع اولیه و استخراجی و کارخانه‌های تولیدی را کاملاً پوشش می‌دهند در نتیجه، به بخش خدمات چندان پرداخته نشده و رده‌بندی‌ها در حوزه‌هایی که تحولات سریع فناوری و بازار رخ می‌دهد، دارای ضعف هستن، زیرا دشواری‌هایی برای اجرای یک چهارچوب آمار فرهنگی جیدی که به تأثیر

فزاینده ICT‌های جدید دیجیتالی می‌پردازند به وجود می‌آیند.

چالش‌های عملیاتی

عموماً فعالیت‌های فرهنگی را فقط در صورتی می‌توان به طور دقیق در نظام‌های رده‌بندی آمار صنعتی قرار داد که دچار چندبارگی و تفرق شده باشند (مثلاً چهار یا پنج گروه و طبقه) بدین ترتیب مشکلاتی بروز می‌کند، زیرا اطلاعات منابعی که از سوی دفاتر آمار ملی با متغیرهای بسیار ارائه می‌شود، غالباً فقط برای بخش صنعت و حداکثر در دو تا سه گروه و طبقه کاربرد دارند.

سطح مطلوب جداسازی صنعتی لازم برای تعیین دقیق و متناسب فعالیت‌های فرهنگی از معانی ضمنی دیرگی برخوردار است. بدین ترتیب، تحلیل مفصل ملی که برای بخش فرهنگ اهمیت بسزایی دارد، مشکل آفرین می‌شود، زیرا تحلیل‌های چندگانه در یک محل یا منطقه، اعتبار بسیاری از مطالعات اقتصاد، شرکت‌های کوچک یا تاجران منفرد را تحت پوشش کامل قرار نمی‌دهند که به صورت بی‌تناسبی در بخش فرهنگ نمودار می‌شود.

مشاغل و حرفه‌هایی نیز وجود دارند که می‌توانند به عنوان مثال در جایی که فعالیت فرهنگی با سایر فعالیت‌ها در رده‌های منفرد دیگر ادغام می‌شود، مورد استفاده قرار گیرند. تخمین‌ها به‌خصوص می‌توانند در تشخیص عنصر فرهنگی از غیر فرهنگی در این رده‌ها مورد بهره‌برداری قرار گیرند و این ارزشها با ضرایب را می‌توان در تحلیل اطلاعات مطالعات مشاغل به کار برد. اما باید بسترهای تجربی وجود داشته باشند که منشأ ارزشها هستند و این بدان معناست که منبع اطلاعات مشاغل به راحتی در دسترس قرار دراد با

پیش‌فرض اینکه چنین ثبت مشاغلی وجود دارد، تحلیل دوباره با هدف تولید ضرایب، کار زمان‌بر و فشرده‌ای می‌باشد.

سرانجام، تولید اطلاعات درباره جنبه‌های اجتماعی فرهنگ که در راستای اطلاعات تولید دفاتر آمار ملی باشد نیز منجر به تعدادی چالش عملیاتی می‌شود.

شاید فرصت‌هایی برای استفاده از جنبه‌های مختلف مطالعات میان‌بخشی موجود، مانند مطالعات خانگی یا بهره‌وری زمان موجود باشد. با این حال اطلاعات حاصل از این منابع برای حمایت از فرآیند سیاست‌گذاری فرهنگی / اجتماعی کافی نیستند که به دلیل محدودیت حوزه‌هایی است که تحقیقات در آن‌ها انجام شده است. با این حال می‌تواند ناشی از مشکلات پراکندگی نتیجه مطالعات برای تعیین شناسایی زیر مجموعه‌های خاص جمعیتی مورد نیاز باشد. این مشکا می‌تواند بر مطالعات اختصاص مشارک فرهنگی نیز تأثیر بگذارت که چون برپایه اطلاعات تعداد محدودی از پاسخ‌دهندگان در هر کشور (حدود ۱۰۰۰ نفر) بنا شده است، فقط قادر به ارائه اطلاعاتی در سطح کشور است، نه اطلاعات مفصل و موثقی که برای حمایت از رویه‌ها مورد نیاز است.

واضح است که گزینه استفاده از اطلاعات گرد آوری شده از منابع موجود آمار ملی و با منابع اطلاعات متمرکزتر بین‌الملل، راه‌اندازی یک پژوهش ملی درباره مشارکت فرهنگی است که بسیار هزینه‌بر می‌باشد. باید توجه داشت که این مشکلات آن قدر فراگیر نیستند اما بیشتر به میزان ظرافت و پیچیدگی فرآیند سیاست‌گذاری فرهنگی و به خصوص میزان استفاده از شواهد برای تصمیم‌گیری ارتباط دارد.

۳.۹. مدیریت و سیاست‌گذاری

هر مجموعه اطلاعات با مجموعه بهره‌برداری‌ها و کاربران در ذهن مقابله می‌کند. بحث درباره این الزامات، چارچوب کلی را تنظیم می‌کند. بهره‌برداری‌های احتمالی عبارتند از:

- ممیزی: تعیین، طبقه‌بندی، ارزش‌گذاری
- فعالیت‌های نشانه‌گذاری: اقتصاد، اجتماعی فرهنگی و مکانی
- ترغیب مدیران: دامنه، سازماندهی و عملکرد فعالیت‌های بخشی
- سیاست‌گذاری: مدیریت و هدایت (دولتی، خصوصی و بخش سوم)، راهبرد و تعامل در رویه‌های دولتی.

آفرینش و جمع‌آوری شواهد و اسناد به خودی خود سیاست‌گذاری فرهنگی به شمار نمی‌رود. با این حال در سیاست‌گذاری مدرن و نیز پاسخ‌گویی نهادهای عمومی، نقش کلید دارد. بدین ترتیب، اطلاعات اولیه از طریق سرشماری جمعیت، آمار مشاغل و هر نوع اطلاعات مشارکت / بهره‌برداری و نیز اطلاعات مربوط به تخصیص بودجه به دست می‌آید. نقش این چارچوب ایجاد فضای گفت‌وگو میان کارکردهای خط‌مشی مبتنی بر اسناد، ارائه دهندگان اطلاعات و بخش فرهنگ در قالب‌های متنوع است. بنابراین بیانگر یک فرآیند پیشرفت شامل روزآمدی، آزمایش و بازبینی دوره‌ای است.

می‌توان این چارچوب را نقطه شروع توسعه اطلاعات آماری فراگیرتر در نظر گرفت. می‌تواند مبنای مذاکره میان سیاست‌گذاران فرهنگی، کاربران و مؤسسات آمار را شکل دهد.

نتایج مرتبط با «شمال» جهانی و «جنوب» جهانی می‌باشند. اولین گام بازبینی سطح اطلاعات ملی است. با این حال، از آنجا که بیشتر اشتغال فرگی

مربوط به شره‌ها (و معمولاً متمرکز در شهرهای قدیمی) است، جزییات مکانی بیشتر مورد نیاز است.

۳.۱۰. پیشنهادات اساسی برای سنجش سهم اقتصادی و اجتماعی فرهنگ

هدف این چارچوب ارائه فهرستی جامع از شاخص‌هایی است که نیازمند توسعه و گسترش بیشتر می‌باشند. ای نبخش شامل فهرست کوتاهی از شاخص‌های اساسی است و منابع گوناگون اطلاعات اقتصادی و اجتماعی را تعیین می‌کند که برای ارزشیابی سهم اقتصادی و اجتماعی فرهنگ سودمند هستند.

اطلاعات اقتصادی

می‌توان از ابزارهای مطالعات مختلف برای ارزشیابی سهم فرهنگ در اقتصاد بهره برد (نمودار ۱۰) و درصد GDP اختصاص داده شده به فرهنگ را با استفاده از مطالعات سالیانه اقتصادی، محاسبات ملی یا تجاری تعیین کرد. بررسی هزینه خانوار بیانگر خرجی است که خانواده در زمینه فرهنگ می‌کنند، حال آنکه هزینه عمومی با استفاده از اطلاعات دولت ارزشیابی می‌شود.

«سازمان جهان اموال معنوی» (WIPO) رهنمون‌های را جهت تعیین سهم صنایع کپی‌رایت (حق مؤلف) در اقتصاد پایه‌گذاری کرده است. تعیین کالا و خدماتی که حقوق اموال معنوی را ایجاد می‌کنند، اصلی همه در سهم فرهنگ در اقتصاد ایفا می‌کند. ب ایان حال تعریف WIPO از بخش فرهنگ با تعریف مورد استفاده این چارچوب تفاوت دارد، زیرا حوزه‌های خارج از حقوق اموال معنوی مانند شیوه‌های فرهنگی را در بر نمی‌گیرد.

اطلاعات مالی فرهنگ حوزه دیگر است که نیازمند توسعه روش‌شناسی

جهت دستیابی به اطلاعات قابل سنجش جهانی می‌باشد. سه منبع مالی برای حوزه فرهنگ تعیین شده‌اند که عبارت‌ند از: ۱. عمومی (عمدتاً از سیو دولت یا مؤسسات عمومی و دولت)، ۲. خصوصی (از بازار) و ۳. سازمان‌های غیر انتفاعی، خیریه و غیره. اطلاعات موجود تصویر شفافی از این سه منبع مالی حوزه فرهنگ ارائه نمی‌دهند. ساختارهای متفاوت منابع مالی عمومی (متمرکز یا غیره) و روش‌های مورد استفاده کشورهای گوناگون، مقایسه را بسیار دشوار کرده است.

اطلاعات اجتماعی

نمودار ۱۱ شاخص‌هایی را برای ارزشیابی برخی جنبه‌های اجتماعی حوزه فرهنگ پیشنهاد می‌کند که عمدتاً به سنجش مشارکت فرهنگی با استفاده از مطالعات خانوارها بهره‌وری اشاره دارد.

سایر ابعاد اجتماعی

به منظور تنظیم برخی حوزه‌های فرهنگ در این چارچوب، به‌خصوص برای برخط عناصر اجتماعی حوزه فرهنگ و تأثیر آنها بر جامعه، سایر ابعاد کار فرهنگی مورد نیاز هستند. ارتباط میان فرهنگ و محیط زیست که تا حدودی در حوزه «میراث فرهنگی و طبیعی» گنجانده شده، نیازمند بررسی بیشتر به‌خصوص در زمینه پایداری است. رابطه میان سرمایه اجتماعی و فرهنگ باید مورد بحث قرار گیرد. ارتباط میان فرهنگ و رفاه. یکی از موضوعات مهم مورد بحث بوده است که رابطه میان فرهنگ و سلامتی منجر می‌شود. عناوینی چون سلامتی و محیط زیست گامی فراتر از حوزه فرهنگ برمی‌دارند

و بحث پیوند میان فرهنگ و سایر قلمروهای آماری مطرح می‌گردد. به عنوان مثال، می‌توان تأثیر احتمالی انجام یک فعالیت فرهنگی - مانند نواختن یک ساز موسیقی - را بر سلامت عموم فرد در برگیرد.

سیاست فیلم و سینما

سیاست فیلم و سینما احتمالاً تنها حوزه‌ای است که بیشترین تلاش‌ها جهت توسعه شاخص‌های سنجش تنوع فرهنگی در سطح جهان در آن صورت گرفته است. آزمون جدید فرهنگی فیلم‌های بریتانیایی که از سوی بخش فرهنگ، رسانه و ورزش بریتانیا (DCMS) در دسامبر ۲۰۰۵ مطرح شد، مثالی جالب از تلاش‌ها در آن حوزه می‌باشد. هدف این آزمون، تعیین «فیلم‌های فرهنگی بریتانیا» است که شایستگی برخوردارگی از معافیت مالیاتی جدید فیلم‌های بریتانیایی را دارند تا حمایت هدف‌مندتری از آنها صورت گیرد و عدم اطمینان متقاضیان برطرف شود. امتیاز این آزمون به عناصر گوناگونی تعلق می‌گیرد که در ارزش فرهنگی یک فیلم سهیم هستند که شامل استفاده از «مراکز فرهنگی» بریتانیا (مانند مکان‌ها، جلوه‌های ویژه امکانات پس از تولید و غیره) کاربران و محتوا می‌شود. امتیازاتی به هر بخش تعلق می‌گیرد. مثلاً در بخش مراکز فرهنگی، اگر استودیو و جلوه‌های ویژه مورد استفاده فیلم در بریتانیا قرار داشته باشند، ۱۰ امتیاز به آن تعلق می‌گیرد. حداکثر ۱۳ امتیاز برای ملیت دست‌اندرکاران فیلم (مانند تهیه‌کنندگان، کارگردانان، نویسندگان، بازیگران) در نظر گرفته می‌شود. در بخش محتوا، فقط یک امتیاز به فیلم اختصاص می‌یابد، اگر براساس یک موضوع انگلیسی ساخته شده یا گفت‌وگوهای آن به زبان انگلیسی باشد اگر از ۳۲ امتیاز فیلم موفق به کسب

بیش از ۱۶ امتیاز شود، از پرداخت مالیات معاف می‌گردد. در مورد شاخص‌های ارزشی باید گفت که عوامل اصلی آزمون فرهنگی را شاخص‌های اقتصادی مرتبط با سیاست فیلم و سینما در بریتانیا تشکیل می‌دهند که تفاوت زیادی با وضعیت موجود در فرانسه دارد که آزمون فرهنگی بستگی به استفاده زبان فرانسه در فیلم‌ها دارد.

معرفی کارگاه

دکتر علی صباغیان^۱

خدمت حضار محترم به‌ویژه مهمانان گرامی جناب آقای چانلی‌هان (رئیس دفتر منطقه‌ای یونسکو در جمهوری اسلامی ایران) جناب آقای دکتر سعیدآبادی (دبیرکل کمیسیون ملی یونسکو) جناب آقای رستگاری (مدیرکل دفتر راهبردی فرهنگ وزارت فرهنگ ارشاد اسلامی) جناب آقای دکتر معظمی گودرزی (مدیرکل آمارهای فرهنگی و بازرگانی مرکز آمار ایران) عرض خیر مقدم و خوشامد دارم. همچنین ضمن عرض خیر مقدم به تمامی عزیزانی که از بخش‌های مختلف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، پژوهشگاه، سایر سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی و کمیسیون ملی یونسکو در این جلسه حضور یافته‌اند از مشارکت آنان در این کارگاه تشکر می‌نمایم. با توجه به محدودیت وقت، چند کلمه‌ای در خصوص چگونگی شکل‌گیری این کارگاه عرض می‌کنم.

۱ رئیس پژوهشکده ارتباطات میان فرهنگی و بین‌الملل

بحث تدوین شاخص‌ها، نمانکلاتورها^۱ و نظام‌های طبقه‌بندی آماری در بخش‌های غیرفرهنگی سابقه بسیار طولانی دارد و از ابتدای قرن بیستم نمانکلاتورهای مختلف در این خصوص مطرح شده است. اما در حوزه فرهنگ کار مهمی انجام نشد تا اینکه یونسکو به‌طور جدی وارد این بحث شد و چارچوبی را سال ۱۹۸۶ تصویب کرد. مسیر تدوین این چارچوب از سال ۱۹۷۱ در نشست وزرای فرهنگ یونسکو برای جامعه اروپای آن زمان شروع شد و در نهایت طی فرایندی، سال ۱۹۸۶ به تصویب رسید. اعضای یونسکو این شاخص‌ها را از زمان تصویب چارچوب آمارهای فرهنگی سال ۱۹۸۶ ملاک ارائه آمارهای فرهنگی خود قرار داده‌اند.

در پرتو تحولات و شرایطی که در چند دهه اخیر در عرصه تولیدات فرهنگی، از جمله کالا و خدمات و به‌طور کلی محصولات فرهنگی یا مقوله‌های فرهنگی رخ داد، یونسکو به این نتیجه رسید که باید تغییری در این چارچوب صورت گیرد تا با تنظیم شاخص‌های نو، مقوله‌ها، کالاهای و محصولات جدید فرهنگی نیز قابل ارزیابی و اندازه‌گیری باشد. در این راستا پیش‌نویس چارچوب جدید آمارهای فرهنگی یونسکو از سوی مؤسسه آمار یونسکو - در کانادا - با همکاری بعضی مؤسسه‌های پژوهشی تهیه شد و برای اعضا، مؤسسه‌های علمی، پژوهشی و فرهنگی جهان فرستاده شد تا نظراتشان را ارائه دهند. قرار است پس از دریافت پیشنهادها و انجام اصلاحات، متن نهایی پیش‌نویس، برای تصویب در مجمع عمومی سال ۲۰۰۹ یونسکو ارائه شود.

با توجه به اهمیت موضوع برای کشور ما و نیز با توجه به اینکه می‌توانیم

۱. به هرگونه طبقه‌بندی و سیستم کدگذاری اطلاق می‌شود.

بر اساس تولیدات فرهنگی کشور مواردی را برای گنجاندن در این پیش‌نویس پیشنهاد کنیم، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات در جلساتی با کمیسیون ملی یونسکو، به این نتیجه رسید که نشستی با حضور متخصصان آماری کشور، به‌ویژه مسئولان بخش آمار وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (که نقش عمده‌ای در بحث آمارهای فرهنگی دارد)، برای بررسی پیش‌نویس چارچوب جدید آمارهای فرهنگی یونسکو و ارائه پیشنهاداتی بر اساس تولیدات فرهنگی بومی ایران برای گنجاندن در آن برگزار نماید، که این کارگاه نتیجه آن است. قرار بود یکی از کارشناسان موسسه آمار یونسکو نیز از کانادا در این کارگاه شرکت کند که به دلایلی عملی نشد. امیدواریم با حضور افرادی که امروز دعوت پژوهشگاه را قبول نموده‌اند و در این کارگاه شرکت کرده‌اند، بحث به خوبی پیش برود و بتوانیم از فحوای این بحث‌ها، پیشنهادهای جدیدی به یونسکو ارائه دهیم جهت گنجاندن آن در متنی که به عنوان چارچوب اصلی تنظیم می‌شود.

فرهنگ، آمار فرهنگی و یونسکو

دکتر محمدرضا سعیدآبادی^۱

به‌عنوان مقدمه و برای ورود به بحث آمار فرهنگی، صنایع فرهنگی و اهمیت حوزه فرهنگ در صحنه جهانی و مباحثی که در حوزه دیپلماسی فرهنگی قابل بحث است، نکاتی را مطرح می‌نمایم.

اگرچه در این جلسه امکان این نبود که بتوانیم از موسسه بین‌المللی آماری یونسکو از کانادا یا از متخصصان دیگری دعوت کنیم، اما جای آن وجود دارد که کارگاه‌های تخصصی‌تر دیگری برگزار کنیم. از همکارانم آقایان دکتر صباغیان و دکتر دهقانی و همه همکاران ایشان که این جلسه را تشکیل داده‌اند، صمیمانه تشکر و سپاسگذاری می‌کنم.

یونسکو پنج کارکرد یا به عبارتی پنج وظیفه را دنبال می‌کند. در اینجا کارکردهایی را بررسی خواهیم کرد که به حوزه آمار مربوط است. اولین

۱ دبیرکل کمیسیون ملی یونسکو و استادیار دانشگاه تهران

کارکرد آن آزمایشگاه عقاید و ایده است. جایی که محل تبادل، تقاطعی و تعامل اندیشه بوده و محلی برای گوش دادن است. در حوزه‌های مختلف، یعنی در پنج حوزه کاری یونسکو، حوزه فرهنگ، حوزه آموزش، حوزه ارتباطات، حوزه علوم و حوزه علوم اجتماعی و انسانی، یونسکو محل و فرومی است برای اینکه ایده‌ها و عقاید خود را در دسترس دیگران قرار دهیم تا متقابلاً ایده‌ها و عقاید دیگران را بگیریم. در این تعامل و تقاطعی آن کشور و آن ملت، گروه، فرد و کشوری موفق است که بتواند دقیق‌تر، هوشمندانه‌تر و عاقلانه‌تر حرکت کرده و بحث‌هایش را مطرح کند.

کارکرد دیگر یونسکو، هنجارسازی است. تمام کنوانسیون‌های حوزه فرهنگ، آموزش، علوم و در حوزه‌های مختلفی که یونسکو دنبال می‌کند، هنجارهای بین‌المللی را تولید می‌کنند، چه ما در تکوین و تدوین آن باشیم و چه نباشیم، بعد از تکوین و تدوین، این هنجارها و کنوانسیون‌ها، در صحنه‌های جهانی و در دیپلماسی جهانی بین‌المللی حضور داده می‌شود و کارشان را انجام می‌دهند. قطعاً ما در این هنجارسازی و تکوین کنوانسیون‌ها باید حضور بهتری داشته باشیم.

کارکرد سوم یونسکو - که نقطه تلاقی بحث من با این موضوع است - مرکز تبادل اطلاعات آمار است. یکی از کارهایی که یونسکو دنبال می‌کند، مرکزی برای تبادل اطلاعات، آمار و ارقام در حوزه‌های پنج‌گانه است. جایی که به‌هرحال آمار فرهنگی، آمار در حوزه علوم، آمار در حوزه آموزش، آمار در حوزه ارتباطات، اطلاعات دسته‌بندی شده و در دسترس قرار می‌گیرد. برای مثال اگر بخواهیم بگوییم که در حوزه تجارت فرهنگی در دنیا چه می‌گذرد؟ نقش و جایگاه کشورها در این تجارت فرهنگی چیست؟ چقدر صادر می‌کنند؟

چه کسانی واردکننده‌اند؟ چه اتفاقی می‌افتد؟ یکی از بهترین و اصلی‌ترین و مهم‌ترین آمارها، آمارهای یونسکو است و یکی از بخش‌های مهمش، بخش آمار فرهنگی است. هم تبادل اطلاعات و آمار صورت می‌گیرد و هم کارها و دستاوردهای مختلف را مستندسازی می‌کند. یعنی اگر بخواهیم بحث‌ها و کارهایمان را مستند و جهانی بکنیم یکی از کارهایش حضور مؤثر و عالمانه در بخش آمار فرهنگی است که متأسفانه از دیدگاه من بنابر دلایل مختلفی، چندان به آن ارزش ندادیم.

کارکرد چهارم، بحث ظرفیت‌سازی است که در حوزه‌های پنج‌گانه یونسکو ظرفیت‌سازی کرده و دریچه‌ای باز می‌کند. کشورهای مختلف با توجه به اندوخته، توشه، انرژی و انگیزه‌ای که برایشان وجود دارد، از این مفاهیم و برنامه‌های جدید استفاده می‌کنند. هرکسی بنابر اولویت و منافع خودش می‌تواند این کار را بومی‌سازی، اولویت‌بندی و استفاده کند. در نهایت کارکرد پنجم آن، تسهیل‌کننده همکاری‌های بین‌المللی است. فعالیت‌های بین‌المللی، منطقه‌ای و کشورها با نام و پرچم یونسکو می‌تواند هم گستره باشد و هم برد بیشتری داشته باشد؛ همچنین می‌تواند از عمق و نفوذ بیشتری بهره‌مند شود. نقطه تلاقی بحث من با کارکردهای یونسکو، کارکرد سوم است که بحث آمار، تبادل اطلاعات و اعداد و ارقام در همه حوزه‌هاست.

چند آمار در حوزه تجارت فرهنگی، اهمیت بحث فرهنگ، جایگاه فرهنگ و اینکه نقش فرهنگ و کالاهای فرهنگی چیست؟ مطرح می‌کنم. اگر به تنوع فرهنگی اعتقاد داریم، نباید یکسان‌سازی فرهنگی باشد. بسیاری از کشورهای در حال توسعه به دنبال این هستند که می‌گویند تنوع فرهنگی و مخالف یکسان‌سازی فرهنگی‌اند. اگر می‌خواهیم این موضوع و این مفهوم جا بیفتد و

به آن اعتقاد داریم، می‌بایست در آن حوزه کار کنیم.

اگر به این تنوع فرهنگی اعتقاد داریم، باید در این حوزه آمار و ارقام را مطرح کنیم. اگر بحث معیارهاست و می‌خواهیم چارچوب جدید آمارهای فرهنگی اجرا شود، یونسکو دریچه و پنجره‌ای باز کرده تا کشورهای مختلف، باتوجه به مبانی فرهنگی خود بیابند و معیارهای فرهنگی را مطرح کنند. پس در مورد جایگاه فرهنگ هم از منظر تجارت بین‌المللی، یعنی از نظر اقتصادی و هم غیراقتصادی - که بحث تنوع فرهنگی مطرح است - باید بهتر و بیشتر برنامه داشته و فعالیت کنیم. بهترین فعالیت در این عرصه نیز شامل مستندکردن، طبقه‌بندی کردن، دانش‌اینکه واقعاً داریم چه می‌کنیم؟ چقدر واردکننده و چقدر صادرکننده هستیم؟ در جهان نقشمان چیست؟ و اینکه در منطقه جایگاهمان در حوزه اطلاعات فرهنگی کجاست؟

ارزش جهانی بازار صنایع فرهنگی آمار یونسکو قابل تأمل است. این آمار دقیق و کامل نیست، زیرا براساس گمرک‌محور است و فقط آمار استخراجی از گمرک وارد آمار یونسکو می‌شود. تجارت فرهنگی از راه قاچاق قطعاً در این آمار ذکر نشده و بحث تجارت الکترونیک، کمتر در اینها آمده است. نکته سوم که از همه مهم‌تر است، عدم ورود یا کامل نبودن ورود کشورهای در حال توسعه در آمار فرهنگی است. پس اگر می‌گوییم این آمار دقیق نیست به دلیل دست کم سه فاکتور یا عامل است: ۱. عدم ورود یا کم بودن ورود آمارهای کشورهای در حال توسعه بنابر دلایل مختلف در آمار جهانی؛ ۲. این آمار گمرک‌محور است و قطعاً بحث‌های غیرگمرکی در آن قرار نگرفته؛ ۳. بحث تجارت الکترونیک که چندان جایگاه پیدا نکرده است. ولی با همه مشکلاتی که وجود دارد این آمارها نشان‌دهنده یک سری واقعیت‌های جهان

پیرامون ماست. البته اختلاف‌هایی بین تجارت کالاهای فرهنگی و کالاهای خلاق وجود دارد که اگر وقت شد توضیح خواهم داد. به‌هرحال، تجارت فرهنگی حدود ۱/۳ تریلیون دلار در سال ۲۰۰۵ است. بر اساس آمار یونسکو و برآوردها، سهم بازار به اصطلاح صنایع فرهنگی، در تولید ناخالص جهانی ظرف سه سال، از سال ۲۰۰۵ به ۱/۷ تریلیون دلار در ۲۰۰۸ رسیده است.

بر اساس آمار ۲۰۰۳، ۰/۷ درصد از تولید ناخالص جهانی، متعلق به تجارت فرهنگ، صنایع فرهنگی، کالاها و خدمات فرهنگی است که البته این آمار قطعاً بیشتر از اینها خواهد بود، ولی این آمار ثبت شده است. بر اساس آمار یونسکو در سال ۲۰۰۲، از ۱۹۹۴ تا ۲۰۰۲، در این دوره سهم تجارت فرهنگی دو برابر شده، یعنی از ۳۹/۳ میلیارد دلار در سال ۹۴ به ۵۹/۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۲ افزایش پیدا کرده و سهم کشورها نیز در این مورد، چنین است: بریتانیا ۸/۵ میلیارد دلار و آمریکا، ۷/۶ میلیارد دلار؛ که این دو کشور بزرگ‌ترین صادرکنندگان کالا و خدمات فرهنگی در جهان هستند. چین نیز ۵/۳ میلیارد دلار است. سهم کشورهای در حال توسعه، در این تجارت و این بازار فقط ۰/۱ درصد است.

یونسکو سال ۱۹۸۶ یک مجموعه چارچوب آماری را مشخص کرده که بعد از چند سال بنابر دلایل مختلف - مهم‌ترین دلیل آن بحث فرهنگ و مفهوم فرهنگ و پیچیدگی آن و دیدگاه‌های گوناگونی است که کشورهای مختلف در حوزه فرهنگ پیدا کرده‌اند - به این نتیجه رسید که دیگر این آمار، یا این چارچوب آماری، نشان‌دهنده توسعه فرهنگی نیست و به این جمع‌بندی رسید که کشورهای در حال توسعه، به نحوی امکان ورود در این چارچوب‌ها را نداشته‌اند. بنابراین یونسکو در صدد است این چارچوب آماری فراگیر شود

تا اگر اختلاف‌هایی و دیدگاه‌های متفاوتی در حوزه‌ای که فرهنگ چیست؟ تجارت فرهنگ چیست؟ اهمیت فرهنگ چیست؟ یا توسعه فرهنگی چیست؟ و مسائلی از این دست وجود دارد به نوعی در آن وارد شود. در این چارچوب جدید فرهنگی هم باید فراگیری اتفاق افتد و می‌بایست امکان سنجش در سطح جهانی نیز وجود داشته باشد. یعنی اگر نتواند امکان سنجش در سطح جهانی و چهارچوب مشخصی ایجاد کند و نتایج آماری که به دست می‌آورد، ارزش همگانی نداشته باشد، در واقع اجماعی صورت نگیرد - که این چارچوب و این داده‌های آماری دارای ارزش همگانی است که همه می‌توانند از آن استفاده کنند - قطعاً این چارچوب، چارچوب علمی نخواهد بود.

پس با این دو معیار، اما با این دیدگاه که مفهوم فرهنگ، تغییر کرده است، دیدگاه‌های مختلفی در حوزه فرهنگ وجود دارد که کشورهای در حال توسعه، مسائل جدیدی در حوزه فرهنگ دارند، بحث تنوع فرهنگی است، همه اینها باعث شد که چارچوب جدیدی را به یونسکو پیشنهاد دهد.

نکته دیگری مطرح است که نهادهای قانونی و متولی که بحث فرهنگ و آمار فرهنگی را دنبال می‌کنند، بر بحث توسعه این نهادها و جایگاه فرهنگ و پیچیدگی فرهنگ امروز متقدم هستند. توسعه نهادهای متولی بحث فرهنگ و آمارهای فرهنگی، اتفاق افتاده، اما بحث‌های فرهنگی، پیچیدگی آن، توسعه فرهنگی، مسائل و مفاهیم جدید فرهنگی، اینها تازه اتفاق می‌افتد. شاید بین بعضی از نهادهای قانونی که متولی‌اند، اختلافی برای پوشش دادن، پیگیری، طبقه‌بندی کردن، رصد مباحث و مفاهیم جدید وجود داشته باشد. به عبارتی توانایی مواجه شدن با این مباحث جدید که بعضی از کشورها، بر روی آن

کار می‌کنند وجود داشته باشد. با این مباحث اگر می‌بینیم بعضی از کشورهای در حال توسعه، امکان ورود مؤثر در این حوزه‌ها را ندارند، به این دلیل چارچوب جدید آماری به گونه‌ای طراحی می‌شود که کشورها بتوانند از ابتدا ورود پیدا کنند و معیارها و دیدگاه‌های خود را نسبت به فرهنگ مطرح کنند. اگر فرهنگ از دیدگاه کشورهای توسعه یافته، یک چیز است، ممکن است از دیدگاه کشورهای دیگر فرق کند، یا مبانی و یا مفاهیم دیگری در آن حضور یابد.

نکته بعدی، سیاست‌گذاری‌های فرهنگی است. قطعاً، امروز اهمیت سیاست‌گذاری فرهنگی در بسیاری از کشورها مسئله بسیار مهمی است که بحث آمار فرهنگی و چارچوب‌های آن از اهمیت خاصی برخوردار است. نکته دیگر بحث درک مشترک از این مفاهیم است. بحث تنوع فرهنگی نیز یکی از مباحث مهمی است که یونسکو آن را دنبال می‌کند و کنوانسیون با همین نام دارد. به هر حال جمهوری اسلامی ایران هنوز این کنوانسیون را تأیید و نهایی نکرده، ولی یونسکو چند سالی است که آن را تکوین و تدوین کرده و اکنون حدود ۹۰ کشور، به آن پیوسته‌اند. نکته‌ای که در اینجا اهمیت دارد، تنوع فرهنگی است. مباحثی که در این حوزه مطرح می‌شود، تأثیر بسزا و زیادی در حوزه چارچوب آمارهای فرهنگی دارد. تنوع فرهنگی به عنوان یکی از مفاهیم جدید حوزه فرهنگ، در چارچوب آمار فرهنگی هم نقش خود را ایفا می‌کند. این چارچوب آماری که در دسترس شماسست درصدد است که کشورها بر مبنای اولویت‌های بومی، ملی و محلی خودشان، آمار را جمع‌آوری و دسته‌بندی کنند. اما بایستی یک نقطه تلاقی و مشترک و لینک با چارچوب کلی جهانی وجود داشته باشد. یعنی برای اینکه بخواهد از یک چارچوب استفاده کامل برد باید لینک مشترک و یک تلاقی با بحث کلی جهانی وجود داشته باشد تا بتواند استخراج آن مبانی را ممکن سازد.

نکته آخر اینکه این چارچوب، افزون بر مطرح کردن بحثی جدید همراه با مبانی، به دنبال هم‌پوشانی و داشتن نقاط مشترک با طبقه‌بندی‌های دیگر بین‌المللی در این حوزه مهم است.

برای مثال وایپو، که سازمان مالکیت جهانی فکری است، طبقه‌بندی خاص خود را دارد. یا سازمان جهانی کار، طبقه‌بندی خاص خود را دارد. این چارچوب نمی‌خواهد به صورت انتزاعی، چارچوب جدید را مطرح کند، بلکه نکات مشترکی را با بقیه چارچوب‌های طبقه‌بندی که در سازمان‌های دیگر جهانی هم حضور دارد، دنبال می‌کنند. مؤسسه متولی این موضوع، مؤسسه بین‌المللی آمار یونسکو در کانادا است. متخصص آمار و سیاست‌گذاران فرهنگی و آموزشی نیز وجود دارد. قطعاً در حوزه آمار فرهنگی، آمار آموزشی و آمار علوم، کار انجام می‌دهند و به دنبال جمع‌آوری آمارهای مختلف و تبادل آن با دیگر کشورها هستند.

دو نکته پایانی: یکی بحث استثنای فرهنگی است که به نظرم باید بر آن تأکید شود. یکی هم بحث تنوع فرهنگی است. در مورد استثنای فرهنگی، دو نکته اساسی وجود دارد، یکی اینکه ما به عنوان یک کشور در حال توسعه اما در عین حال با زیربنای فرهنگی و مبانی فرهنگی مان معتقدیم در این حوزه باید کار کنیم. استثنای فرهنگی، به عنوان بحثی که یونسکو دنبال می‌کند، به این معناست که بعضی از کشورهای توسعه‌یافته به حوزه فرهنگ، تجارت فرهنگی و صنایع فرهنگی صرفاً دیدگاه اقتصادی و تجاری دارند. این اختلافی است که در سازمان‌های بین‌المللی مثل سازمان وایپو و حتی خود یونسکو و بین مجموعه کشورهای توسعه‌یافته و کشورهای در حال توسعه نیز وجود دارد. کشورهای توسعه‌یافته رویکردشان به حوزه فرهنگ، صنایع فرهنگی،

تجارت فرهنگ، کالا و خدمات فرهنگی، صرفاً اقتصادی است؛ یعنی همان‌طور که کالایی صنعتی را تولید می‌کنید، برای اینکه ارزش افزوده ایجاد کنید و بفروشید و بازار جهانی کسب کنید، می‌گویید فرهنگ هم یک کالا است که می‌بایست با نگاه اقتصادی دنبال شود. پس صرفاً دیدگاه اقتصادی است. چرا دنبال این هستند؟ زیرا از لحاظ ساختارهای اقتصادی، فرهنگ و بازارهای بین‌المللی به حدی رسیده‌اند که دیگر مشکل خاصی در این حوزه‌ها ندارند. می‌گویید همه موانع را باید برداشت و بدون هیچ‌گونه مانع و سدی باید بازارها و کشورها آزادانه، بدون اینکه مانع کالاهای فرهنگی شویم، تبادل فرهنگی داشته باشند. کالاهای فرهنگی خریده شوند، به فروش برسند و هر کشوری که بهتر کار کند، قطعاً می‌تواند سهم بیشتری داشته باشد. این نگاه بسیاری از کشورها در این حوزه است. اما مجموعه‌ای از کشورها می‌گویند: نه. می‌بایست در حوزه فرهنگی و حتی در GAAT هم، پروسه‌هایی که در حوزه اقتصاد جهانی داریم، مطرح گردد که در حوزه فرهنگ یک استثنای فرهنگی باید وجود داشته باشد. چرا که اگر صرفاً از منظر اقتصادی و تجاری به موضوعات نگریسته شود، کشورهای در حال توسعه - که مبانی فرهنگی خوبی هم دارند - بسیاری از خرده‌فرهنگ‌ها و بسیاری از توانمندی‌های بومی، فرهنگی و محلی‌شان در مواجهه با غول‌های چندملیتی که تولید فرهنگی می‌کنند و کالای فرهنگی ایجاد می‌کنند، نابود خواهد شد. استثنای فرهنگی به این مضمون است که دولت‌ها می‌بایست در حوزه فرهنگ سرمایه‌گذاری کنند و کمک کنند و یارانه دهند، تا تنوع فرهنگی صورت بگیرد و کالای فرهنگی متنوع تولید شود. همچنین دولت‌ها می‌بایست چنان عمل کنند که از تبادل فرهنگی جلوگیری نکنند، بلکه مانع ورود کالاها و خدمات فرهنگی شوند؛

زیرا باعث می‌شود شرکت‌های فرهنگی یا تولیدکننده‌های فرهنگی بتوانند در کشور خودشان رشد کنند. چون کشورهایی هستند که با تولید انبوه و ارزان می‌خواهند، کل جهان را از نظر فرهنگی در اختیار بگیرند. بحث استثنای فرهنگی یکی از مباحث مهم یونسکو در بحث چارچوب‌های آماری است و جایگاه خاص خود را دارد. جمهوری اسلامی ایران نیز می‌تواند در خصوص این موضوع کار جدی انجام دهد.

بحث بعدی، بحث تنوع فرهنگی است همان‌طور که تنوع اکوسیستم بسیار مهم است (قطعاً به توان چند برابر حوزه تنوع فرهنگی) باید امکان حضور فرهنگ‌های مختلف نیز وجود داشته باشد. تولید فرهنگی علاوه بر بحث اقتصادی آن و سهم آن در تجارت و اقتصاد، می‌تواند در حوزه تنوع فرهنگی نیز مؤثر باشد.

به نظر می‌آید جمهوری اسلامی ایران، می‌بایستی در صحنه مستند کردن آمار فرهنگی، پارادایم‌سازی، الگوسازی و معیاردهی حضور داشته باشد. چرا که فرهنگ، فقط آن چیزهایی نیست که کشورهای توسعه‌یافته می‌گویند، بلکه کشورهای در حال توسعه هم، حرفی برای گفتن دارند. بنابراین می‌بایست حضور پیدا کنیم.

نکته آخر اینکه، اگر به بحث تنوع فرهنگی اعتقاد داریم و می‌گوییم یکسان‌سازی فرهنگی خوب نیست و سازمان‌های بین‌المللی مثل یونسکو، به دنبال بحث تنوع فرهنگی هستند، ورود به این کار و عمل نمودن به این مفهوم و ادعا این است که آمارهای فرهنگی خودمان را خوب و دقیق بدانیم. عالمانه و هوشمندانه آن را رصد کنیم و علاوه بر اینکه آمار فرهنگی حوزه خودمان و کشورمان را می‌دانیم، به نوعی بتوانیم در آمارهای جهانی هم حضور یافته و

تأثیرگذار باشیم. همچنین چارچوب و پنجره جدیدی که یونسکو برای تغییر در چارچوب‌های آماری فرهنگی ایجاد کرده، مغتنم بشماریم و همان‌گونه که بایسته و شایسته‌است، بر این چارچوب‌ها و معیارها تأثیر بگذاریم.

رویکرد جدید یونسکو به آمارهای فرهنگی

آقای چانلی هان^۱

من چانلی هان، رئیس دفتر منطقه‌ای یونسکو در ایران هستم. از رئیس این پژوهشگاه و هم‌چنین کمیسیون ملی یونسکو در ج.ا.ایران که مرا دعوت کردند تا سخنرانی کوتاهی داشته باشم، بسیار متشکرم.

من با پیشینه علوم طبیعی در خدمت شما هستم. در سال‌های ۱۹۸۰ در غرب چین، برای جمع‌آوری یک سری اطلاعات زیست محیطی از جمله اطلاعات مربوط به خاک، جنگل‌ها، آب و کلاً در رابطه با محیط زیست فعالیت می‌کردم. اما در مورد پیشینه فرهنگی و آمار فرهنگی تخصص زیادی ندارم. پس نمی‌خواهم در جمعی که همگی کارشناسان بخش فرهنگ و آمار فرهنگی هستند، زیاد صحبت کنم. فقط می‌خواهم از نکته‌های اساسی‌ای که در نگرش یونسکو و طرز برخورد یونسکو درباره فرهنگ و آمار فرهنگی

۱ رئیس دفتر منطقه‌ای یونسکو در جمهوری اسلامی ایران

وجود دارد، مطالبی می‌گویم.

خوشحالم که شما ترجمه پیش‌نویسی که توسط مؤسسه آمار یونسکو در کانادا تهیه شده، در اختیار دارید و روی آن کار می‌کنید. نمی‌دانم آیا شما آن چارچوبی که برای منطقه آسیا و اقیانوسیه تهیه شده، دیده‌اید یا نه و آیا روی آن کار می‌کنید یا نه؟ به نظر من، اینها از مهم‌ترین اسنادی است که در یونسکو تهیه شده و ما باید بر روی آنها کار کنیم که نهایتاً در این کنفرانس عمومی یونسکو به تصویب می‌رسد. قبل از اینکه این پیش‌نویس بخواهد تهیه شود، مشاوره‌های منطقه‌ای صورت گرفته بود. برای مثال در اتحادیه اروپا مذاکراتی انجام شده بود و آنها، خودشان به چارچوبی رسیده بودند که بعد به این پیش‌نویسی منجر شد که اکنون در اختیار شماست. بر اساس آنچه آنها در آن مناطق تهیه کرده بودند، آمار و اطلاعاتی تهیه شده است که برای ما هم مفید خواهد بود، هم می‌توانیم از آن ایده بگیریم.

از آنجایی که جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها خیلی هزینه‌بر است و زمان زیادی نیز برای آن صرف می‌شود، پس باید ابتدا این سؤال را از خود بپرسیم که آیا ارزش دارد که ما این آمار و اطلاعات را جمع‌آوری کنیم؟

در اینجا به چهار نکته در این باره اشاره می‌کنم که شاید در پیش‌نویس به وضوح بدان اشاره نشده باشد. اولین آن، تأثیر توسعه بر فرهنگ و بالعکس تأثیر فرهنگ بر توسعه است. بعد مزایا، امتیازها و مشکلاتی که در این رابطه وجود دارد، باید بررسی شود و بعد باید برای جمع‌آوری آمار و اطلاعات قدم برداریم.

در قرن بیست و یکم، دو منبع استراتژیک وجود دارد که باید برای حفظ آن تلاش شود، یکی ژن‌ها که در تنوع و گوناگونی زیستی پیدا می‌شود و

دیگری، فرهنگ، که در واقع میراث‌هایی از گذشتگان است که در ژن انسانی منتقل شده‌اند.

تغییراتی که در توسعه اقتصادی، صنعتی و همچنین در توسعه پایدار و پدیده جهانی شدن به وجود آمده اکنون باعث شده که فرهنگ با یک دیدگاه جدید در این پیش‌نویس به خوبی منعکس نشود. درباره پدیده جهانی شدن می‌بینیم که کشورهای در حال توسعه بیشتر از کشورهای پیشرفته اثر می‌پذیرند. در واقع راه یک طرفه شده‌ای است که فرهنگ کشورهای توسعه‌یافته بر کشورهای در حال توسعه اثر می‌گذارد، به‌ویژه بر جوانان و محیط‌های شهری که آسیب‌پذیری بیشتری دارند. پس باید هم به نکات مثبت و هم به نکات منفی که در این پدیده پیش می‌آید، توجه کنیم.

همچنین اگر بخواهیم پیش‌بینی کنیم که هر یک از فرهنگ‌ها چه تأثیری می‌تواند بر فرهنگ‌های دیگر بگذارد و آنها را برای آینده به کار بریم، برای مثال ببینیم که فرهنگ‌های ایرانی، عربی یا چینی چه تأثیری می‌تواند ایجاد کند، این امر اهمیت بسیاری خواهد داشت. یکی از اثرات بدی که شاهد هستیم این است که فرهنگ‌های بیگانه با قدرت نفوذ بالایی که داشتند باعث شده‌اند فرهنگ‌های بومی و محلی از بین بروند. ما اکنون در دنیایی هستیم که احساس خطر می‌کنیم. احساس امنیت نداریم از اینکه فرهنگ‌ها باقی بمانند و پایدار باشند.

در یونسکو، سه کنوانسیون بسیار مهم به تصویب رسیده است. کنوانسیون گوناگون فرهنگی، کنوانسیون میراث فرهنگی غیرملموس و آزادی بیان فرهنگی است. اینها برای چه ایجاد شده است؟ به علت همین خطری که ذکر کردم، یونسکو به این نتیجه رسیده است که اگر بخواهیم تبادل فرهنگی به

صورت یک جانبه و منحصر به فرد نباشد، باید چنین کنوانسیون‌هایی را در سطح بین‌المللی به تصویب برسانیم. زیرا اکنون فرهنگ یک طرفه شده و فقط از سوی کشورهای پیشرفته به کشورهای ضعیف‌تر منتقل می‌شود. این اصلاً خوب و مفید نیست، زیرا تعادلی بین قدرت‌ها وجود ندارد.

امروزه فرهنگ به کمک صنایع آمده و برای کارهای اقتصادی استفاده می‌شود و در این زمینه نیز تکنولوژی‌های ICT و فناوری اطلاعات، بسیار مؤثر بوده است. همان‌طور که در مورد موسیقی ذکر شد، اکنون CDها به صورت عمده تولید می‌شود و در اختیار همگان قرار می‌گیرد. تولید CD و کپی رایت آن منافع بسیاری را به بار می‌آورد. از این رو این موضوع از آن بُعد فرهنگی خارج شده و بُعد اقتصادی آن نیز بسیار حائز اهمیت می‌شود.

برای مثال در آمریکا، صادرات تولیدات فرهنگی، دومین جایگاه را در صادرات این کشور دارد. بعد از اتومبیل دومین صادرات، شامل محصولات فرهنگی است. به همین دلیل نیز آمریکا نپذیرفت که کنوانسیون بین‌المللی تنوع بیان‌های فرهنگی را امضاء کند.

من مثال دیگری ذکر می‌کنم. در یکی از مناطق چین که منطقه بسیار فقیری بود، چون یکی از مکان‌های آنجا به عنوان میراث فرهنگی ثبت شد، گردشگرهایی که برای بازدید از این مکان می‌آمدند درآمد فوق‌العاده‌ای برای این منطقه به بار آوردند و اکنون آن منطقه فقیرنشین بیش از صدها میلیون درآمد سالیانه دارد. پس برای آنکه به این سو گام برداریم، باید دریابیم که جمع‌آوری آمار و اطلاعات فرهنگی یک قدم اولیه است.

همان‌طور که آقای دکتر سعیدآبادی هم اشاره کردند، در ایران مباحث زیادی در این زمینه صورت می‌گیرد. یکی همین بحث حق مؤلف و بحث

مالکیت فکری است، که شاید امکان‌پذیر نباشد به صورت باز در مورد آن صحبت کرد. ولی اگر بخواهیم به سمت جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های فرهنگی قدم برداریم این مباحث بیشتر باز می‌شود و حقوق کشورها بهتر رعایت می‌شود.

کنوانسیون‌های بین‌المللی، در واقع عامل تفاهم‌هایی است که سیاست‌گذاران هر دولت موظف به اجرای آن هستند ولی برای اینکه آنها را اجرایی کنیم، باید وسیله‌ای وجود داشته باشد و به درک مشترک برسیم.

بنابراین فرهنگ نقش اساسی دارد و باید درک خود را در خصوص مسائل فرهنگی و آمار فرهنگی بالا ببریم. فرهنگ در توسعه نقش دارد و به همین دلیل سازمان ملل نیز این نقش فرهنگ را به رسمیت شناخته و در سال ۲۰۰۲ در اهداف توسعه هزاره، نقش فرهنگ را مدنظر قرار داده است.

اکنون به بررسی چند نکته از پیش‌نویس می‌پردازیم:

می‌خواهم نظرتان را به یک نکته جلب کنم، که اسم این، چارچوب است نه استاندارد است که بخواهد به شما فهرست کارهایی را بدهد که باید انجام شود. چون فرهنگ بحث مشکل و پیچیده‌ای است و نمی‌شود همین طوری فهرستی تعیین کنیم و بخواهیم براساس آن پیش برویم. بلکه سعی کرده‌اند فضایی در این چارچوب فراهم کنند که کشورهای مختلف با کمترین اطلاعات و داده‌هایی که قابل جمع‌آوری است به علت سخت بودن کمیت‌سازی داده‌های فرهنگی طبق پیشرفت‌های فرهنگی در مورد یک چارچوب مشترک صحبت کنند.

آن دو مورد اول که نقش عرصه فرهنگ در تبادلات بین‌المللی و در فزاینده بین‌المللی را مشخص می‌کند، در پیش‌نویس و چارچوب قبلی که در

سال ۱۹۸۶ تصویب شده بود، اشاره شده است؛ ولی دیدگاه‌های امروزی و آن تغییراتی که در عصر امروز اتفاق افتاده، در آن لحاظ نشده و برای همین لازم است که آن را بازنگری کنیم.

هدف اصلی برای بازبینی این سند این است که بخواهند به یک پایه مشترک و یک درد مشترک برای این عوامل و موارد فرهنگی دیگر برسند و با یک مجموعه داده‌های حداقلی آن را بررسی و بدان نگاه کنند.

اکنون به این نتیجه رسیده‌اند که این پنج زمینه مجموعه فعالیت‌های اصلی است که صددرصد فرهنگی تلقی می‌شود و ما باید بررسی کنیم که آیا همین طور است یا نه؟ بنابراین می‌توانیم در این سند درباره آن نظر بدهیم. این پنج فعالیت عمده، شامل میراث فرهنگی و طبیعی، جشن‌ها و اجرای مراسم، هنرها و صنایع دستی مختلف، کتاب‌ها، روزنامه و نیز کارهای دیجیتالی است.

شاید برای این مرکز کمی سخت باشد که بخواهند در مباحث میراث فرهنگی و طبیعی وارد بشوند؛ ولی خوشبختانه در یونسکو کنفوانسیون‌های مخصوص بین‌المللی در این رابطه تعریف شده و به تصویب رسیده که شما می‌توانید از آنها در کارهایتان استفاده کنید. مرز بین کارهای فرهنگی و آن اطلاعات علمی که باید جمع‌آوری شود، باید مشخص شود. شما در ترجمه این پیش‌نویس که در اختیارتان قرار گرفته، ملاحظه می‌کنید که در هر کدام از این پنج زمینه فعالیت اصلی فرهنگی، مسائل کلیدی آنها مطرح شده و در پایین قسمت جنبه سستی هر کدام از این فعالیت‌ها ذکر شده و در قسمت سمت راست، در انتها، ارتباط هر کدام از آنها، با هم آمده است. این نیز به شما بستگی دارد که آیا با این حالت کلی و با این تقسیم‌بندی موافق هستید یا نه. می‌توانید نظرات خود را اعلام کنید.

برای مثال در قسمت میراث فرهنگی و طبیعی می‌بینید که چندین معیار ذکر شده، مثل معیار ایجاد مشاغل یا هزینه‌هایی که انجام شده و همین طور برای هر کدام از این پنج زمینه، معیارهای مختلفی ذکر شده است. در این باره که چه اطلاعاتی باید جمع‌آوری شود و باید به دنبال چه داده‌ها و آمارهایی رفت، چهار دسته خیلی کلی را می‌توان مطرح کرد. اول، همان کالاها و خدمات فرهنگی است و همچنین سازمان‌های فرهنگی، تولیدکننده‌ها، توزیع‌کننده‌ها و در آخر هم مصرف‌کنندگان هستند. فقط نکته کلیدی این است که یونسکو نمی‌خواهد پارامترهای جدیدی تعریف کند، بلکه می‌خواهد آن استانداردهای قدیمی را توسعه دهد و تغییراتی را در آنها ایجاد نماید.

همچنین تأثیراتی که فرهنگ بر فعالیت‌های اجتماعی می‌گذارد، سعی شده که در این پیش‌نویس گنجانده شود. نشان ندادن آثار فعالیت‌های اقتصادی بر فرهنگ، چیزی است که در این سند هنوز به خوبی به آن پرداخته نشده است. براساس رویکردی که اروپا، در این مورد پیش‌گرفته و در یک کتاب جیبی بسیار مختصر و مفید تنظیم شده متوجه می‌شویم که در زمینه آمارهای فرهنگی به چه ترتیبی باید عمل کنیم. در اینجا، فهرستی از کارهایی که در اروپا دنبال می‌شود، ذکر شده است. من نمی‌خواهم در موارد قبلی، به دیدگاه‌های اروپا وارد شوم، ولی برای جمع‌بندی، لازم است که اشاره شود آمار فرهنگی در توسعه پایدار نقش مهمی ایفا می‌کند.

اکنون یونسکو در مرحله‌ای قرار دارد که می‌خواهد اسناد و مدارکی که ایجاد کرده، بررسی و به روز کند. ولی متأسفانه تا به امروز کشورهای غرب آسیا و آسیای میانه نقش چندانی در این رابطه بازی نکرده‌اند و بیشتر این

سندها، صبغۀ اروپایی و یا آمریکای شمالی داشته و آنها بوده‌اند که تأثیر بیشتری بر این اسناد گذاشته‌اند. ما دوست داریم در یونسکو، نقش ایران و سایر کشورهای غرب آسیا و آسیای میانه پررنگ‌تر شود. البته هنوز به روش‌های یکنواختی نرسیده‌ایم. این امر را باید با توجه به پتانسیل‌های ملی که در هر کشوری وجود دارد، به توازی برسانیم و متدولوژی و روش کار مناسب هر کشوری را در آوریم.

نقد و بررسی چارچوب جدید آمارهای فرهنگی یونسکو

ابراهیم معظمی گودرزی^۱

مقدمه

مقوله فرهنگ مقوله مهمی است. برخلاف گسترش بحث جهانی شدن، همه متفکران علوم اجتماعی اعتقاد دارند که خرده‌فرهنگ‌ها در بحث جهانی شدن از بین نمی‌رود و همچنان محفوظ می‌ماند و رستاخیز خرده‌فرهنگ‌ها در اوج جهانی شدن، خود را بروز و نشان می‌دهد. باید این نشست را به فال نیک گرفت که کم‌کاری‌های گذشته، درخصوص توجه به بحث فرهنگ، در این جلسه و جلسات آینده به‌شکلی جبران می‌شود. این بحث در دو موضوع، به‌صورت خیلی مختصر ارائه خواهد شد. در ابتدا چارچوب آمارهای فرهنگی یونسکو بررسی خواهد شد و چنانچه این چارچوب تصویب نهایی شود و اگر در ایران بخواهد اجرا شود، چه چالش‌هایی را در پی خواهد داشت؟ نکته دوم نیز این است که منطق

۱ مدیرکل دفتر آمارهای فرهنگی و بازرگانی مرکز آمار ایران - فوق لیسانس جامعه‌شناسی

روایی و پایایی چارچوب، چه مقدار می‌تواند به سنجش شاخص‌های فرهنگ در کشوری مانند ایران کمک کند؟ متأسفانه بحث ظرفیت‌سازی آماری در موضوع فرهنگ در کشور ایران دارای نقص‌ها و کمبودهای فراوان است. برای مثال در خصوص مهندسی فرهنگی برخلاف تأکید همه مسئولان کشور به مقوله مهمی مانند مهندسی فرهنگی، هنوز در این بحث تفاهم و اتفاق نظری در بین سازمان‌ها و مسئولان فرهنگی وجود ندارد؛ چه برسد به اینکه در چهار جزء نظام جامعه، یعنی زیر نظام‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگ، این تفاهم و توافق ایجاد شود؟

بررسی چارچوب یونسکو

ابتدا ویژگی‌ها و چارچوب یونسکو مرور می‌شود تا مشخص شود چارچوبی که تهیه شده است، چه دستورالعمل‌های اجرایی را برای کشورهای جهان و از جمله ایران، با قدمت تاریخی و فرهنگی خاص خود دارد؟ موضوع مهم دیگر اینکه چالش‌های فراروی اجرایی‌شدن چارچوب یونسکو در ایران چیست؟ برای ظرفیت‌سازی آماری بخش فرهنگ، چه توصیه‌هایی را می‌توان با توجه به پوشش‌های چارچوب مزبور ارائه نمود؟ در ادامه برای پیش‌نویس چارچوب، پیشنهادهای ارائه خواهد شد. در پایان هم، فعالیت‌های مختلف انجام شده در حوزه فرهنگ که در مدل پیشنهادی یونسکو پیاده شده، برای استفاده بیشتر نشان داده می‌شود.

تفاوتی که این نسخه چارچوب با نسخه قبلی پیشنهادی یونسکو دارد، اضافه شدن بحث دانش سنتی و محلی و تأکید بر فرهنگ‌های بومی است که

این نکته بسیار مهمی است. ایران در این زمینه برای جهان حرف برای گفتن دارد. مهم‌ترین حوزه‌های اصلی فرهنگ که در این چارچوب پیشنهاد شده است عبارت است از:

۱. میراث فرهنگی و طبیعی
 ۲. اجرا و گرامی‌داشت جشنواره‌ها
 ۳. هنرهای تجسمی، صنایع دستی و طراحی
 ۴. کتاب و مطبوعات
 ۵. رسانه‌های سمعی بصری و دیجیتال
- حوزه‌های فرعی و وابسته هم شامل: ورزش و بازرگانی، قمار، اسباب بازی و جهانگردی است.

هنرهای نمایشی و جشن‌ها در بین همه کشورها، تقریباً در این چارچوبی که در تدوین این پیش‌نویس از آن استفاده شده مشترک است. هنرهای تجسمی برای کشورها عمومیت دارد ولی موضوع طراحی در ایران بحث جدیدی است که در این خصوص خلأ داریم. آیا می‌توان موضوع طراحی را در حوزه اصلی فرهنگ گنجانند یا خیر؟ چرا که طراحی در صنعت بیشتر به کار می‌رود. اما یقیناً کارکردهای فرهنگی طراحی، مدنظر طراحان چارچوب یونسکو بوده است.

موضوع‌هایی مانند دکوراسیون منزل، مبلمان شهری، معماری‌هایی که امروزه در بحث گسست‌های اجتماعی در نظام شهرسازی مورد بحث است، در زیر فعالیت طراحی دیده می‌شود.

یکی از بحث‌های دیگر که در کشور از نظر سنجش آمار آن چالش برانگیز است، بحث رسانه‌های دیجیتال در ایران است. زیرا هنوز در فضای مجازی

برای این مسئله در ایران موقعیت مشخص وجود ندارد. گردشگری، ورزش و فراغت نیز از حوزه‌های وابسته است و شامل حوزه‌های اصلی فرهنگ نیست. گردشگری یقیناً از حوزه‌های اصلی چارچوب فرهنگ در ایران است. شاید در کشورهای صنعتی، گردشگری با کارکرد اقتصادی، به عنوان یک صنعت درآمدزا دیده شود، اما گردشگری در ایران، افزون بر بحث اقتصادی که شاید اولویت دوم باشد، کارکرد پرکردن اوقات فراغت و تعمیق عقاید و ارزش‌ها را دارد که به همین علت در حوزه اصلی فرهنگ دیده می‌شود. بنابراین گردشگری در ایران باید از حوزه‌های اصلی چارچوب دیده شود که هند هم همین پیشنهاد را در نشست ۲۰۰۸ تایلند ارائه داد. براساس بررسی‌ها، به دلیل گسترش گردشگر مذهبی در هند و تأثیری که این گردشگری مذهبی در تمام حوزه‌های اصلی فرهنگ، از جمله میراث فرهنگی، هنرهای نمایشی، هنرهای تجسمی، کتاب و مطبوعات دارد، گردشگری باید در قلمروهای اصلی دیده شود.

ابداع‌های چارچوب پیشنهادی

مدل چرخه فرهنگ که دارای مراحل: خلق، تولید، توزیع، نمایش و پذیرش، مصرف و مشارکت می‌باشد، تقریباً بخشی از نیازهای کشور ایران را پوشش می‌دهد. برای مثال می‌توان به بحث مصرف، مشارکت و آموزش اشاره داشت که نیازمند بازنگری مجدد است.

بحث صنعت فرهنگ یا صنایع خلاق، نکته مهمی است منوط به اینکه کارکردهای فرهنگی و کارکردهای اجتماعی فرهنگ تحت الشعاع کارکردهای اقتصادی فرهنگ قرار نگیرد. مطلبی که در چارچوب آمارهای صنایع فرهنگی

- که دومین سند یونسکو بعد از چارچوب آمارهای فرهنگی یونسکو است - تأکید شده است که نباید بین صنعت فرهنگی و حوزه کارکردی فرهنگی، کارکرد اجتماعی فرهنگ و نظام فرهنگی حاکم بر رفتارها و عقاید آدمیان تأثیر مستقیم بگذارد. در این پیش‌نویس، یونسکو سعی کرده است ویژگی‌های جهانی شدن را به‌گونه‌ای ارائه دهد که کشورها با ارائه حداقل داده‌های آماری خود، سهمی را که از مبحث جهانی شدن دنبال می‌کنند، نشان دهند. اما این موضوع خیلی پررنگ نیست. ضعف بزرگ چارچوب از نظر طبقه‌بندی، سیطره طبقه‌بندی‌های اقتصادی از جمله ISIC بر حوزه فرهنگ است.

ISIC طبقه‌بندی فعالیت‌های اقتصادی است. خیلی مختصر باید توضیح داد: کارگاه‌های اقتصادی کارگاه‌هایی است که در آنها با مدیریت واحد، فعالیتی انجام می‌شود که آن فعالیت منجر به صدور محصول یا خدمات و یا کالا می‌شود. بسیاری از فعالیت‌هایی که در بخش غیررسمی یا غیرمتشکل فرهنگ صورت می‌گیرد، ممکن است منجر به تولید محصول اقتصادی و قابل مشاهده نشود.

برای مثال یک جشنواره سنتی فرهنگی را در نظر بگیرید که محصولی واحد و منحصر به فرد در آن ارائه می‌شود و فقط توسط یک نفر در کل کشور، تولید می‌شود همچنین فقط در این جشنواره، امکان ظهور و نمایش آن هست. در اینجا محصول فعالیت اقتصادی ISIC، CPC و ... دیده نمی‌شود، تولید این کالا انبوه نیست که عنوان محصول را بگیرد. در طبقه‌بندی ISCO به عنوان طبقه‌بندی آموزش، صرفاً آموزش‌های رسمی دیده می‌شود و به آموزش‌های استاد - شاگردی توجه جدی نمی‌شود. در جلسه‌ای، با مهندس رحمتی یکی از مدیران معاونت هنرهای سنتی سازمان میراث فرهنگی بحث

می‌شد، ایشان اشاره داشتند حدود ۸۰ درصد یا ۸۵ درصد از آموزش و انتقال تجربه هنرهای سنتی و صنایع دستی در ایران، از طریق آموزش استاد - شاگردی است.

چالش‌های اجرایی‌شدن چارچوب در ایران

از دیگر نکات اصلی مورد بررسی، چالش‌های فراروی اجرایی شدن چارچوب یونسکو در ایران است. چارچوب یونسکو طبیعتاً با فضای فکری و فرهنگی جامعه ایران، فاصله‌ها و تفاوت‌هایی دارد. سیاست‌های فرهنگی ایران باید چارچوب‌های کاملی را پوشش دهد. این وظیفه سیاستمداران است، به‌ویژه کسانی که درخصوص تبیین برنامه‌های اسناد بالادستی بخش فرهنگ کار می‌کنند، بنابراین باید تعامل بیشتری با نظام چارچوبی یونسکو ایجاد کنند تا بتوان فضایی مشترک و قابل مفاهمه از حوزه فرهنگ در اختیار مجریان قرار داد تا این تنوع و تعدد و بعضاً تناقض‌های آماری در حوزه فرهنگ رفع شود.

ضعف همکاری‌های بین سازمانی درحوزه فرهنگ باعث شده تا نسبت به اجرایی شدن این چارچوب تردید ایجاد شود. چنانچه همکاری‌های بین سازمانی در حوزه فرهنگ وجود نداشته باشد، چارچوب یونسکو دستورالعمل اجرایی مناسبی نخواهد بود. بی‌تردید بعد از اجرایی شدن این چارچوب هم برای اصلاح نظام آماری بخش فرهنگ، همکاری و تعامل بیشتری مورد نیاز است. به دلیل شرایط خاص فرهنگی جامعه ایران، تأثیر مستقیم فرهنگ، به‌ویژه فرهنگ ملی، فرهنگ مذهبی و کلیه لایه‌های مختلف اجتماع، این نیازمندی احساس می‌شود که چارچوب یونسکو را با لایه‌های مختلف اقتصاد، سیاست، نظام اخلاقی جامعه، هنجارهای جامعه تبیین نمود تا بتوان نظام

مهندسی فرهنگی را که چارچوب یونسکو درخصوص تعامل حوزه‌های مختلف اجتماع با فرهنگ مطرح کرده، به‌صورت خیلی دقیق‌تر و ساده‌تری به کار برد.

به دلیل فقدان طبقه‌بندی فرهنگی، مرکز آمار ایران، طبقه‌بندی فرهنگی را از مجموع سه طبقه‌بندی ISIC، CPC و ISCO به عنوان یک طبقه‌بندی بومی با عنوان طبقه‌بندی فرهنگ و اوقات فراغت در ایران تهیه کرده است؛ این طبقه‌بندی، بومی‌سازی سه طبقه‌بندی مهمی است که در سطح جهان مطرح است. در تهیه این طبقه‌بندی از خدمات مشاوره‌ای دستگاه‌های فرهنگی کشور کمک گرفته شده است. برخلاف تلاشی که در تهیه این طبقه‌بندی صورت گرفته، باز هم طبقه‌بندی‌ای که مورد استناد است نمی‌تواند کل چارچوب یونسکو را به ویژه در حوزه دانش سنتی و محلی پوشش دهد.

دانش سنتی وبومی: ابتکار جدید در چارچوب

در چارچوب جدید، دانش سنتی و بومی بحث بسیار بکری است. کشورهای صنعتی و توسعه‌یافته باید در این حوزه زیاد کار کنند؛ چون به دلیل چیره شدن سبک زندگی صنعتی، این نوع دانش سنتی و محلی گسترش و پوشش کاملی ندارد.

در آسیا، آفریقا و اقیانوسیه می‌توان درخصوص این حوزه کار کرد. بحث ابعاد ملموس و ناملموس فرهنگ، نکته جدیدی است که در این چارچوب، بسیار تأکید شده است. به‌ویژه، ابعاد اجتماعی فرهنگ، که در این زمینه لزوم تبیین تعامل فرهنگ با حوزه‌های مختلف اقتصاد، سیاست و اجتماع احساس می‌شود.

در خصوص حوزه دانش سنتی و محلی، از نظر شاخص‌های سنجش و جمع‌آوری آمار و اطلاعات به شدت ضعف مشاهده می‌شود. این حوزه فاقد متدولوژی، طبقه‌بندی، فاقد تعاریف و مفاهیم استاندارد و فاقد ارقام آماری مشخص برای سنجش و اندازه‌گیری شاخص‌های مهم آن است.

شاید تا کنون حدود ۱۲ مورد از آثار ناملموس فرهنگی، ثبت ملی شده، اما هیچ کدام تعریف مشخصی که بتواند استاندارد را برای ثبت‌های آینده در اختیار کارشناسان قرار بدهد ندارد. صرفاً به خاطر شهرت بعضی از این شاخص‌ها، فرآیند ثبت ملی انجام می‌شود و یا به دلیل لزوم حمایت، نگهداری و جلوگیری از نابود شدن و یا فراموش شدن اینهاست.

بازنگری در حوزه‌های اصلی و فرعی چارچوب

در کشورهای توسعه یافته، بحث گردشگری از حوزه‌های وابسته به فرهنگ تلقی می‌شود و در کشور ما به دلیل اهمیتی که گردشگری در ایجاد انسجام اجتماعی، تعامل اجتماعی، تعمیق عقاید مذهبی و پیامدهای اجتماعی دارد، می‌تواند به عنوان حوزه اصلی چارچوب یونسکو پیشنهاد شود.

بنابراین، ما در خصوص بعضی از این حوزه‌ها و حوزه‌های جایگزین وابسته به اصلی، یک باز تعریف داریم. اوقات فراغت که در چارچوب یونسکو در حوزه وابسته دیده شده است، شاید به این معنا تلقی شود که می‌توان آن را در حوزه اصلی فرهنگ دید. به دلیل هزینه‌بر بودن اوقات فراغت در کشور ما، افراد از جنبه‌های کیفی و ساده‌تری از اوقات فراغت استفاده می‌کنند که بیشتر به آثار اجتماعی و فرهنگی آن توجه می‌شود تا تأثیر اقتصادی آن.

خانواده‌ای که از نظر بنیه مالی توانایی مسافرت به اماکن گردشگری را ندارد، سعی می‌کند با دید و بازدیدهای خانوادگی، بازدید از زیارتگاه‌ها،

امامزاده‌ها(ع) و مکان‌های تاریخی، سطح فرهنگ‌پذیری خانواده را، یا جنبه اجتماع‌پذیری و فرهنگ‌پذیری نسل بعد را تعمیق ببخشد. طبیعتاً اوقات فراغت در ایران، متفاوت از اوقات فراغتی است که کشورهای توسعه‌یافته دارند، مانند مسافرت‌هایی که به سواحل دریا می‌کنند، یا آثار باستانی کشورهای مختلف را بازدید می‌کنند. گردشگرها صرفاً برای گذراندن اوقات فراغت به اماکن گردشگری می‌روند و کمتر از شرایط فرهنگی سایر کشورها تأثیر می‌گیرند.

شاخص‌های فرهنگی عمومی از مشکلات و ضعف‌هایی است که در چارچوب موجود وجود دارد. تعریف و سنجش شاخص‌های اجتماعی فرهنگ در ایران، هنوز به دلیل درهم تنیدن فرهنگ در لایه‌های مختلف سیاست، اقتصاد، اجتماع، رفتارها و هنارهای کشور بسیار مشکل است. هرچند کارهای ارزشمندی مثل پیمایش ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای ایرانیان صورت گرفته، اما همچنان ضعف وجود مقوله و شاخص‌هایی که بتوان در سطح ملی، منطقه‌ای و یا حتی بین‌المللی آنها را ارائه داد، مشهود است.

در بعضی از زمینه‌ها، از جمله میراث معنوی، در کشور متولی خاصی وجود ندارد. هرچند در این ایام ظاهراً سازمان میراث فرهنگی مسئولیت این حوزه را به عهده گرفته است. نکته مهمی که در چارچوب به آن اشاره شد، بخش غیررسمی فرهنگ است. شکی نیست بسیاری از افراد به جز شغل و فعالیت اصلی و عمده خود که ممکن است کار آزاد یا کار دولتی باشد، شغل دومی نیز دارند که مشاغل هنری و فرهنگی بخشی از آن است که موجب کسب درآمد می‌شود و حتی تأثیر بیشتری در زندگی فرد دارد که از شغل اصلی هم بیشتر باشد.

آمار و اطلاعات و داده‌های بخش غیررسمی فرهنگ در کشور به‌شدت دچار ضعف است. این موضوع در چارچوب هم تأکید شده است. بخش غیررسمی و غیرمتشکل در حوزه فرهنگ نیازمند توجه جدی از سوی کشورهایی است که فرهنگ در آن کشورها، صبغه تاریخی بیشتری دارد و لزوم جمع‌آوری آمار و اطلاعات در آن احساس می‌شود.

نکته آخر رعایت نکردن استانداردهای آماری در تولید داده‌های بخش فرهنگ است که باعث می‌شود آمارهای فرهنگی تولید شده در کشور متفاوت، متناقض و یا موازی باشد. برای مثال، به منظور محاسبه سرانه مطالعه در ایران، اکنون عدد خالصی وجود ندارد که تمام دستگاه‌های فرهنگی و نهادهایی که در زمینه تولید و نشر کتاب و مطبوعات کار می‌کنند، بر آن اتفاق نظر داشته باشند.

به دلیل اهمیت تولید حساب‌های ملی در بخش‌های مختلف، از جمله بخش فرهنگ، این نیاز وجود دارد که چارچوب یونسکو با طبقه‌بندی SNA هماهنگ شود. همان‌طور که بیان شد، طبقه‌بندی ISIC، یک طبقه‌بندی اقتصادی در حوزه فرهنگ است که فعالیت‌ها، قلمروها و رفتارهای فرهنگی را که صبغه اقتصادی و صنعتی دارد، پوشش دهد. سنجش فرهنگ عمومی جامعه به دلیل گستردگی قومیت‌ها، رفتارهای فرهنگی ایرانیان تنوع فرهنگ‌ها در کشور، از جمله موضوعی است که ممکن است چارچوب یونسکو را در اجرا با مشکل و چالش روبه‌رو کند.

توصیه‌های اجرایی شدن چارچوب

چون اغلب آمارهای فرهنگی از طریق اجرای آمارگیری‌های خانوار تولید می‌شود و آمارگیری‌های خانوار هزینه‌بر است، دستگاه‌های دولتی و

دستگاه‌های متولی تولید آمار، چندان استقبال نمی‌کنند که این داده‌ها را جمع‌آوری کنند. به همین دلیل درخصوص آمار و داده‌های فرهنگی با کمبود مواجه هستیم. برای رفع این چالش‌ها، توصیه‌هایی برای ظرفیت‌سازی آماری، ارائه می‌شود.

همایش امروز نشان می‌دهد که چه میزان دیدگاه‌های متولیان بخش فرهنگی کشور با هم یا فاصله زیادی دارد یا اینکه دارای گفتمان‌های مشترکی است. در جلسه‌ها، وقتی این گفتمان‌ها در کنار هم قرار می‌گیرد متوجه می‌شویم چه ظرفیت‌های بالایی در حوزه فرهنگ در کشور وجود دارد، یا اگر دستگاه‌های متنوع و متعدد فرهنگی کنار هم قرار بگیرند و در قالب همکاری‌های بین بخشی انجام پذیرد، می‌توان برای حوزه فرهنگ اثرگذار و نتیجه‌بخش باشد.

ارتقای آگاهی مسئولان و دست‌اندرکاران بخش فرهنگ از چارچوب فرهنگی بخش یونسکو، از نکات مورد تأکید است. یقیناً کارشناسان آماری نمی‌توانند چارچوب یونسکو یک دیدگاه جانبدارانه و تعهدآور داشته باشند؛ اما سیاستمداران و مسئولان رده بالای نظام بخش فرهنگی نمی‌توانند نسبت به این چارچوب بی‌تفاوت باشند، همان‌طور که قبلاً بیان شد، چارچوب یونسکو در قالب یک پیشنهاد و توصیه است و دستورالعمل‌نهایی محسوب نمی‌شود. دستورالعمل‌نهایی باید بر اساس سیاست‌ها و ویژگی‌های خاص کشور ایران تبیین شود. در جمع‌آوری داده‌های فرهنگی، نیاز است که یک باز مهندسی انجام شود تا در شرایط خاصی که جامعه دچار تحولات فرهنگی متعدد می‌شود، بتوان این تحولات را رصد کرد. مانند بحث‌هایی که بعضی سال‌ها در کشور با عنوان موج‌های مختلف فرهنگی، در قالب طرح ارزش‌ها، نگرش‌ها و... انجام گرفته است.

بر اساس نیازهایی که چارچوب یونسکو پیشنهاد می‌دهد، بعضی از دستورالعمل‌های اجرایی در تولید داده‌ها، بازنگری خواهد شد. یقیناً ارتقای دانش و سطح سواد آماری، می‌تواند توانایی فنی کارکنان بخش آمار دستگاه‌های اجرایی را در این زمینه ارتقا دهد.

نیازسنجی بخش فرهنگ برای سیاستمداران، مسئولان و برنامه‌ریزان، نکته مهمی است که در تدوین برنامه‌های توسعه‌ای از آن غفلت می‌شود. متأسفانه در تدوین برنامه‌های توسعه بخش فرهنگ به صورت متمرکز، از خدمات فنی و نظرهای کارشناسی دلسوزان بخش فرهنگ استفاده نمی‌شود تا بتوان برای ارزیابی و نیازسنجی حوزه عظیم فرهنگ، اقدام مناسب انجام داد.

نهادی خاص برای کل فرهنگ، برنامه‌ریزی‌ای انجام می‌دهد، برای مثال در تدوین برنامه پنجم توسعه، این موضوع رخ داده است. بعدها که برنامه پنجم شروع می‌شود برای اجرایی شدن، مشاهده می‌شود که خیلی از دستگاه‌ها به وظایفی که بر عهده آنها در برنامه گذاشته شده است، واکنش منفی نشان می‌دهند؛ این واکنش یا به تعهداتی است که در برنامه دارند، یا دستگاه، ظرفیت‌های همکاری و اجرای آن تصمیم‌ها را ندارد. بنابراین، سیاست فرهنگی کشور، نیازمند الزام‌آور کردن طرح‌های تحلیلی درخصوص وضعیت فرهنگی موجود و دستیابی به سند توسعه فرهنگی است.

فرهنگ و بخش غیر رسمی اقتصاد

ضعف عمده آمار و اطلاعات فرهنگی کشورهای در حال توسعه، آمار و اطلاعات در بخش اقتصاد غیررسمی است. وضعیت هند تقریباً مشابه ایران است. در چین تا حدودی تنوع فرهنگی باعث شده که بخش غیررسمی دچار

ضعف آماری شود. استرالیا تنها کشوری است که تا حدی مشکل آمار و اطلاعات این بخش را حل کرده است. این کشور به دلیل توانمندی در بخش جمع‌آوری داده‌ها و نظام آماری/ثبتي مستحکم و منسجم دارد و بخش غیررسمی حوزه فرهنگ، به‌ویژه بخش غیررسمی فرهنگ سنتی و محلی را تقویت کرده است. این نکته برای مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی قابل توجه است که برای سنجش شاخص‌های فرهنگ کشور، پیمایش‌های ملی مورد نیاز است. طرح جامع آمارگیری فرهنگی کشور در سال ۱۳۷۹ یکی از نقاط قوت و رستاخیزهای فرهنگی کشور ما بود که توانست بسیاری از ضعف‌ها و خلاءهای آماری بخش فرهنگ را پوشش دهد. بعد از آن، تقریباً صدای رسایی در حوزه جمع‌آوری داده‌های فرهنگ شنیده نشد. طرح آمارگیری از گذران وقت در سال جاری توسط مرکز آمار ایران اجرا شده است. در طرح گذران وقت، برخی ویژگی‌هایی که در چارچوب یونسکو مشاهده می‌شود، قابل بررسی و دستیابی است. اطلاعات از طریق خانوار جمع‌آوری می‌شود و می‌توان بسیاری از اطلاعات بخش غیررسمی را از این طرح به دست آورد. البته نیاز است که دستگاه‌های فرهنگی کشور، در خصوص برخی پیمایش‌های ملی برای جمع‌آوری داده‌ها در بخش فرهنگ، همت داشته باشند.

در عین حال، بعضی آمار و اطلاعاتی که جمع‌آوری می‌شود، از داشتن یک تحلیل و بررسی آماری منسجم و علمی محروم است. طرح هزینه درآمد خانوار بیش از ۴۰ سال است که در مرکز آمار ایران و در سطح کل کشور و استان‌ها اجرا می‌شود. اما متأسفانه تا کنون، مقاله‌های علمی اندکی که از انگلستان دو دست تجاوز نمی‌کند، در خصوص داده‌های فرهنگی این طرح

تهیه و منتشر شده است. سرشماری نفوس و مسکن و طرح نیروی کار نیز به همین ترتیب است.

می‌توان از داده‌های برخی طرح‌های آمارگیری و سرشماری‌ها درخصوص تعیین وضعیت موجود حوزه فرهنگ استفاده کرد. بنابراین در ادامه بحث، به لزوم تهیه پایگاه اطلاعات آماری بخش فرهنگی می‌پردازیم. در برخی کشورهای آسیایی، بانک اطلاعات آماری بخش فرهنگ، تکمیل و راه‌اندازی شده است. برای مثال در فیلیپین، پایگاه اطلاعات آماری بخش فرهنگ ایجاد شده است و بیش از ۷۴ قلم آماری در پایگاه اطلاعات آماری فرهنگ قرار دارد. تقریباً مشابه این کار با نرْمی کمتر، در سازمان تبلیغات اسلامی مشاهده شده که کار ارزشمندی است.

نکته مهم اینکه اگر در کشور پایگاه اطلاعات آماری فرهنگ وجود نداشته باشد، نمی‌توان داده‌های حوزه‌های متنوع فرهنگی را - که اکنون به صورت متفرق و غیرمنسجم تولید می‌شود - در اختیار مسئولان و برنامه‌ریزان قرار داد.

برای چارچوب یونسکو چهار پیشنهاد به این شرح ارائه می‌شود:

۱. همان‌طور که بیان شد، بحث آموزش در بخش فرهنگ نیازمند توجه خاصی است، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه که دارای فرهنگ غنی هستند و این فرهنگ نه از طریق آموزشگاه‌های رسمی، بلکه نسل به نسل یا استاد/شاگردی و همکاری‌های چهره‌به‌چهره انجام می‌شود.

۲. میراث ناملموس و دانش سنتی نیازمند توجه جدی است. تصور می‌شود تنها منطقه‌ای که می‌تواند به این موضوع اهمیت بیشتری بدهد و وضعی که متأسفانه در کشورهای آسیایی وجود دارد را با ارائه دیدگاه‌ها و نظریه‌های اصلاحی و پیشنهادی درخصوص چارچوب یونسکو مرتفع کند،

کشور ایران است. ایران می‌تواند بحث میراث ناملموس و دانش سنتی را به دلیل تنوع ایده‌ها و آرائی که در این زمینه دارد، مورد توجه قرار دهد. می‌توان بخش حرفه‌ها و مشاغل سنتی که در بخش رسمی هم خیلی جمع‌آوری نمی‌شود و متمرکز نیست، در بخش پیشنهادی چارچوب یونسکو مورد تأکید قرار داد و آثار اجتماعی آن را بررسی کرد.

سال گذشته سال مولانا بود. یکی از کارشناسان فرهنگستان هنر بیان داشت که بیش از ۵۰۰ محصول در آمریکا درخصوص اندیشه‌ها و تفکرات مولانا تولید و به فروش رسیده و منتشر شده است. در ایران، بعید می‌دانم که بیش از ۵۰ محصول، حداقل در سال مولانا، وجود داشته باشد.

مقبره مولانا در قونیه، هر سال حدود ۴ میلیون گردشگر دارد. درحالی که براساس گزارش سازمان گردشگری، آمار گردشگران ورودی سال ۱۳۸۶ ایران حدود (۲/۲۰۰/۰۰۰) دو میلیون و دویست هزار نفر اعلام شد. به عبارت دیگر تعداد گردشگران شهر قونیه برابری می‌کند با دو برابر جمعیت گردشگران کشور ایران.

این نکته قابل ذکر است که چارچوب پیشنهادی یونسکو از فرآیند خلق، تولید، توزیع، نشر و مشارکت شروع می‌شود. به آسانی می‌توان حس کرد که وقتی مثنوی مولوی را یک نویسنده آمریکایی در قالب اشعار مولانا به زبان انگلیسی در اختیار جهانیان قرار می‌دهد، این محصول از یک منبعی ملهم شده است. در چرخه فرهنگ، تا قبل از بحث خلق آثار فرهنگی، منابع این آثار را می‌توان پیشنهاد داد. برای مثال، فرزندان ما شاید داستان جوجه اردک زشت را بیشتر از ملانصرالدین و شاید بیشتر از تصمیم کبری به یاد داشته باشند، به دلیل کاربردهایی که این نوع ادبیات در عرصه‌های مختلف فرهنگی داشته است.

۳. پیشنهادی که به یونسکو می‌توان ارائه داد این است که منابع فرهنگی در چرخه تولید چارچوب یونسکو قبل از خلق، ذکر شود به طوری که مشخص شود منبع اولیه این محصولی که در سطح جهان تولید می‌شود، کجاست؟ و آبشخور فرهنگی آن کدام فرهنگ است؟ به دلیل تأثیراتی که روی فرهنگ کشورها می‌تواند بگذارد، ذکر «منبع» فرهنگ قبل از «خلق» مهم خواهد بود.

۴. طبقه‌بندی بومی در حوزه فرهنگ می‌تواند به تولید شاخص‌ها و اقلام آماری کمک کند. در نهایت یک سری شاخص‌های حداقل درحوزه فرهنگ را یونسکو می‌تواند به کشورها پیشنهاد دهد. برای مثال، در بخش دانش سنتی یا در بخش طراحی یونسکو مشخص کند که چه نوع طراحی‌هایی را فرهنگی می‌دانند، یا بحث رسانه‌های دیجیتالی چه ویژگی‌هایی باید داشته باشد که بتوان آمار و اطلاعات آن را تولید و منتشر کرد.

در ادامه، جدول‌هایی ارائه می‌شود که در آن چند فعالیت مرتبط با چارچوب یونسکو ذکر شده است. حوزه‌های مختلف چارچوب یونسکو با موضوع‌هایی شامل:

۱. جمع‌آوری داده‌ها در پنج موضوع اصلی و وابسته؛
 ۲. وضعیت تولید؛
 ۳. تهیه و تحلیل‌های آماری؛
 ۴. توسعه چارچوب، طبقه‌بندی و استانداردها؛
 ۵. تعاریف و مفاهیم اقلام آماری بخش فرهنگ.
- ممکن است برخی اطلاعات درج شده در جدول‌ها کاملاً دقیق و صحیح نباشد، ولی هدف از ارائه آن تعیین وضعیت و موقعیت ایران در فعالیت‌ها، آمار و اطلاعات فرهنگ است.

در خصوص شاخص‌های فرهنگی، به ویژه در بخش فرهنگ عمومی، هنوز تعاریف و مفاهیم استاندارد و طبقه‌بندی مشخصی وجود ندارد. در بعضی از موارد، همکاری‌هایی با دستگاه‌های بخشی در مرکز آمار ایران انجام شده است.

یک نمونه از روش‌های گردآوری آمار و اطلاعات دانش سنتی و بومی ذکر می‌شود: در اجرای سرشماری عشایر کوچنده سال ۱۳۸۷ مرکز آمار ایران، ابتکاری به کار رفت تا با استفاده از دستگاه PDA امکان ضبط تصویر پوشش و صدای گویش عشایری به دست آید. ده سال قبل که این سرشماری اجرا شد، بسیاری از رده‌های عشایری یا اسکان پیدا کرده بودند، یا به دلیل مهاجرت، فرهنگ آن قوم، ایل یا سررده دچار تغییر یا از بین رفته بود. برای حفظ آمار و اطلاعات دانش سنتی و محلی، شرایطی فراهم شد تا از طریق ضبط تصویر پوشش، ضبط صدا و عکسبرداری از جمعیت عشایر، صبغه فرهنگی و وضعیت فرهنگی این جمعیت کهن ایرانی در آثار فرهنگی حفظ و بایگانی شود.

هرچند انتشار آمارهای بخش فرهنگ هم اکنون وجود دارد، ولی همکاری‌های بین‌سازمانی در این زمینه به شدت ضعیف و غیرمنسجم است، چراکه این موضوع موجب عدم توافق و تعامل دستگاه‌های فرهنگی با همدیگر شده و تأثیر نواقص آن در آمارهای فرهنگی کشور مشهود است. به همین دلیل تأثیرگذاری ایران در یونسکو و در مجامع فرهنگی بین‌المللی چندان نمی‌تواند امیدوارکننده و درخشان باشد.

	G	F	E	D	C	B	A	
	گردشگری، ورزش و اوقات فراغت	دانش محلی و سنتی	سمعی و بصری، رسانه‌های دیجیتال	کتاب و مطبوعات	هنر بصری، صنعت و طراحی	اجرای نمایش و جشن	میراث فرهنگی و طبیعی	فعالیت‌های آماری
۱	اشتغال - اشتغال ارزش - ارزش هزینه - هزینه بازدیدکنندگان - بازدیدکنندگان سایت‌های تاریخی	- هنرمندان سنتی - صنعتگران سنتی - فیلم‌های مردم‌شناسی - کاست یا سی‌دی - آوازهای محلی - جشنواره‌های سنتی	- اشتغال - ارزش - تعداد عناوین - تعداد فیلم در آرشیو - دیجیتال	- اشتغال - ارزش - تعداد عناوین - کتاب و مطبوعات - تعداد کتاب‌های مدارس - خانه کتاب	- اشتغال - ارزش - ثبت - نگهداری از گالری‌ها - طراحی	- ارزش - دانشجویان - اشتغال - ثبت تعداد - تعداد اجراها در مدارس - سالن‌های نمایش - مرکز مستندات	- تأسیسات میراث فرهنگی و طبیعی - اشتغال - هزینه‌ها - ارزش - نگهداری و محافظت - موافقت - سازمان‌ها	جمع‌آوری داده‌ها (کدام داده‌ها جمع‌آوری می‌شوند)
۲	- سرشماری اماکن ورزشی - گردشگران ملی - داده‌های ثبتی - گذران وقت - طرح‌های نمونه‌گیری - ویژگی‌های اجتماعی، اقتصادی خانوار	- داده‌های ثبتی - ویژگی‌های اجتماعی، اقتصادی خانوار - گذران وقت - سرشماری - عشایر کوچنده	- داده‌های ثبتی - آمارگیری جامع - نمونه‌گیری‌ها - رسانه‌های دیجیتال	- سرشماری مطبوعات - آمارگیری جامع - آمارهای ثبتی - نمونه‌گیری‌ها	- داده‌های ثبتی - آمارگیری جامع - طراحی - سرشماری - کارگاه‌های صنعتی	- آمارهای ثبتی و آمارگیری جامع و نمونه‌گیری‌ها - استفاده از نتایج آمارگیری و داده‌های در تحلیل بخش فرهنگ	- آمارهای ثبتی و آمارگیری جامع و نمونه‌گیری‌ها - استفاده از آمارهای در تحلیل بخش فرهنگ در حساب‌های ملی	وضعیت تحلیل، نقشه‌های آماری، روش تولید داده، سازمان تولید کننده

	۳	<p>توسعه چارچوب، طبقه‌بندی و استانداردها</p>	<p>تعاریف و مفاهیم و توسعه شاخص‌ها</p>	<p>- تدوین طبقه بندی فرهنگ و فراغت ایران (ICLC) - استاندارد مشاغل فرهنگی - استاندارد محصولات فرهنگی (CPC) - استاندارد (آموزش) (ISCED)</p>	<p>- تعاریف و مفاهیم اجرا و نمایش</p>	<p>ICLC _ ISIC _ CPC _ ISCO _ - چارچوب آمارهای صنایع فرهنگی (بررسی)</p>	<p>- شاخص‌های بخش هنر - تعاریف و مفاهیم معاونت هنری و صنایع دستی</p>	<p>ICLC _ ISIC _ CPC _ ISCO _ ISCED _</p>	<p>- شاخص‌ها و تعاریف و مفاهیم کتاب - مطبوعات - شاخص‌ها و تعاریف و مفاهیم سینمایی</p>	<p>- طبقه‌بندی شاخص‌های فرهنگ عمومی ICLC _</p>	<p>- تعاریف و مفاهیم شاخص‌های فرهنگ عمومی</p>	<p>- چارچوب فعالیت‌های گردشگری ISIC _ ISCED _ CPC _ - گذران وقت</p>	<p>- شاخص‌های گردشگری، تربیت بدنی و گذران وقت</p>
--	---	--	--	---	---------------------------------------	---	--	---	---	--	---	---	---

۵	طراحی و تولید آمار و تهیه تحلیل	- طراحی و اجرای طرح گردشگران ملی - طراحی طرح آمارگیری گردشگران ورودی - طراحی برنامه حساب‌های آماري گردشگری (TSA) - طرح جامع آمارگیری فرهنگی کوثر - طرح‌های نمونه گیری مرکز آمار	- تولید داده‌های - طراحی اجرای نمایش فرهنگی کشور - تولید داده‌های ثبتی اجرا و نمایش طرح جامع فرهنگی کشور - داده‌های ثبتی سرشماری صنعت فرش - داده‌های ثبتی هنرهای سنتی و صنایع دستی - سرشماری از کارگاه‌های صنعتی کشور - طرح جامع فرهنگی کشور	- تولید داده‌های ثبتی معاونت مطبوعاتی - سرشماری مطبوعات - سرشماری کارگاهی - طرح نمونه گیری مرکز آمار	- تولید داده‌های ثبتی صدا و سیما - طرح‌های نمونه گیری - طرح جامع فرهنگی کوثر - رسانه‌های دیجیتال - خانوار - اجتماعی - اقتصادی خانوار	- تولید داده‌های پوشش و گویش عشایر کوچنده - اجرای گذران وقت - داده‌های ثبتی صنایع دستی و هنرهای سنتی - ارزش و نگرش‌ها - مصرف فرهنگی خانوار - اجتماعی - اقتصادی خانوار	- اجرای طرح آمارگیری از گردشگران ملی - اجرای طرح گذران وقت - سرشماری از فعالیت‌های ورزشی - طرح‌های نمونه گیری
۶	انتشار آمار (نشریات، کاربرد آمار در تدوین سیاست‌ها)	- انتشار داده‌های بازدیدکنندگان مکان‌های تاریخی و فرهنگی در سالنامه آماری - انتشار آمار محیط زیست، کتابخانه و آرشیوها در سالنامه آماری و گزارش‌های آماری	- انتشار آمار صنایع دستی در گزارش‌های آماری - انتشار سرشماری کارگاه‌های صنعتی - طرح جامع فرهنگی کشور - انتشار سرشماری کارگاهی	- انتشار فضاهای فرهنگی ایرانیان - انتشار آمار کتاب در سالنامه آماری - انتشار آمار مطبوعات در سالنامه آماری - نتایج سرشماری مطبوعات به‌جز گزارش‌ها - طرح جامع فرهنگی کشور	- انتشار آمار برنامه‌های رادیو، تلویزیون، فیلم در سالنامه آماری - گزارش آماری - طرح جامع فرهنگی کشور	- انتشار ارزش‌ها نگرش‌های ایرانیان - انتشار رفتارهای فرهنگی ایرانیان - ویژگی‌های اجتماعی - اقتصادی خانوار	- انتشار نتایج طرح ویژگی‌های اقتصادی، اجتماعی خانوار - انتشار آمار گردشگران مذهبی (عمره، تمتع و عتبات) - انتشار آمار ورزشی در سالنامه آماری

<ul style="list-style-type: none"> - همکاری در تدوین چارچوب آمارهای گردشگری - تعاریف و مفاهیم گردشگری - تعاریف و مفاهیم - تربیت بدنی - همکاران از طرح‌های طبقه‌بندی گذران وقت - همکاری از طرح‌های آمارگیری ورزشی - گذران وقت و گذران وقت 	<ul style="list-style-type: none"> - همکاری با معاونت هنرهای سنتی و صنایع دستی در تدوین شاخص‌ها - همکاری در تعاریف و مفاهیم - صنایع دستی 	<ul style="list-style-type: none"> - همکاری در اجرای طرح جامع فرهنگی - همکاری در تعاریف و مفاهیم - صدا و سیما - همکاری در تعاریف و مفاهیم - معاونت سینمایی 	<ul style="list-style-type: none"> - پیغام سازی چارچوب در طرح مطبوعات - همکاری در اجرای سرشماری مطبوعات 	<ul style="list-style-type: none"> - همکاری در طراحی طرح آمارگیری صنعت گردشگری (وزارت بازرگانی/ مرکز فروش و مرکز آمار) - همکاری در طرح جامع آمارگیری فرهنگی کشور - همکاری در اجرای جامع فرهنگی - همکاری در تعاریف و مفاهیم - معاونت هنری و صنایع دستی 	<ul style="list-style-type: none"> - همکاری در تدوین تعاریف و مفاهیم معاونت هنری (وزارت ارشاد، مرکز آمار) - همکاری در آمارگیری‌ها و سرشماری‌ها (طرح جامع نمونه‌گیری‌ها) 	<ul style="list-style-type: none"> - همکاری سه جانبه مرکز آمار نیروی انسانی و سازمان گردشگری در TSA - همکاری در تعاریف و مفاهیم - میراث فرهنگی، موزه‌ها و کتابخانه‌ها - وزارت ارشاد، مرکز آمار - آمار - همکاری در اجرای طرح جامع فرهنگی 	<p style="text-align: center;">۷</p> <p style="text-align: center;">همکاری‌های بین سازمانی در حوزه فرهنگ</p>
---	---	---	---	--	---	---	--

بررسی چارچوب پیشنهادی آمارهای فرهنگی یونسکو

محمدحسین رستگاری*

سخنران آخر شدن توفیقی است که نصیب همه کس نمی شود، مگر متولی آمار بخش فرهنگ و هنر. با توجه به اینکه جلسه خیلی طولانی شده، ابتدا خدمت همه دوستان و همکاران که تشریف آوردند خسته نباشید می گویم. من سعی می کنم نکاتی که ذکر نشد یا نکاتی که از نگاه نظری و تئوریک به آن نپرداختند بلکه از نظر ساختاری بیشتر به آن می پردازند، آنها را مطرح کنم تا ان شاء الله جلسه مفیدی داشته باشیم.

طبقه بندی مقوله های فرهنگی، برای فهم بهتر در سه حوزه بررسی می شود: یکی فضاهای فرهنگی است. از جمله فضاهایی که به عنوان ابزاری برای بحث فرهنگ به کار گرفته می شود و فضاهایی که خودش اصلاً موضوع فرهنگی است، برای مثال اماکن و ابنیه تاریخی.

* مدیر کل مدیریت راهبردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

در یک سطح دیگر، ابزارها و فعالیت‌های فرهنگی را مدنظر قرار می‌دهیم و آن تمام وسایل و امکاناتی است که از آنها برای تولید محصولات فرهنگی و انتقال فرهنگ از نسلی به نسل دیگر یا در نسل حاضر استفاده می‌شود؛ و بالاترین سطح آن امور فرهنگی است که قاعدتاً نتیجهٔ بحث‌های فرهنگی باید به آنجا ختم شود که می‌خواهیم چه تحولاتی، چه ارزش‌ها و نگرش‌هایی را ایجاد کنیم یا تغییر بدهیم و به سمت وضعیت مطلوب باورهای جامعه پیش رویم. این جلسه، یکی از جلسه‌های خوب است و من اولین جلسه می‌دانم که با عنوان جلسهٔ هماهنگی برای چارچوب آماری جهانی یونسکو، مطرح شده و از آن استفاده می‌کنیم. اگر جلسه‌های دیگری بوده، ما از آن اطلاعی نداریم و متأسفانه همان بحثی که آقای دکتر معظمی فرمود، مشکل نبود تعامل بین سازمان‌های فرهنگی، حاد است، به اندازه‌ای که اگر بخواهیم این طرح عظیم و بااهمیت را اجرا کنیم، اگر این تعامل برقرار نشود، قطعاً با مشکل مواجه خواهیم شد.

من در این جلسه، نکات زیادی یاد گرفتم و شکم در مورد مسائل برطرف شد. یکی همین بحث مظلومیت فرهنگی است که مقام معظم رهبری اشاره کردند، و این را به عنوان یک واقعیت ملموس در اینجا دیدم، به‌خصوص مظلومیت آمار فرهنگی، در بحث فرهنگ.

نکتهٔ دیگر، تهاجم فرهنگی بود که اکنون به عنوان یک واقعیت جهانی پذیرفته شده و دیگر حرفی نیست که فقط از طرف کشور ما زده شود. به واقع در این سیطرهٔ جهانی، اگر به داد خرده‌فرهنگ‌ها نرسیم، ممکن است مخدوش شوند و حتی از بین بروند.

نکتهٔ بعدی، نبود ارتباط دو سویه‌ای است که متأسفانه در این بخش، از

جمله بحث چارچوب فرهنگی، وجود دارد. انتظار ما این بود که آقای دکتر سعیدآبادی یا آقای چانلی هان غیر از طرح مسئله، حرف‌های بخش فرهنگ را هم بشنوند؛ همچنین آن چیزی که مدنظر مرکز آمار است و آنچه ما مطرح می‌کنیم، باید شنیده شود تا رابطه دوسویه‌ای برقرار شود. البته در بخشی دیگر پیشنهادهایم را خدمتتان عرض خواهم کرد.

به طوری که می‌دانید، اکنون حلقه وصل مشخص و مسئولی نداریم که رابطه ما را به عنوان بخش فرهنگی کشور با مرکز جهانی آمار فرهنگی یونسکو برقرار کند. از این رو سعی می‌کنم با فرصتی که دارم، نکاتم را در سه قالب مطرح کنم:

یکی وضعیت موجود نظام آماری ما در بخش فرهنگ و هنر است. خیلی خلاصه تنگناهایی که وجود دارد می‌گویم؛ و بعد هم بحث آمار فرهنگی جهانی که موضوع اصلی جلسه است و در این خصوص پیشنهادهایی خدمت دوستان عرض می‌کنم. ما در حوزه فرهنگ، اگر اشتباه نکنم، سه کمیته آماری تخصصی فرهنگی داریم که یکی کمیته آمار بخشی صدا و سیماست، دیگری کمیته آمار بخشی میراث فرهنگی و سومی کمیته آمار بخشی فرهنگ و هنر است.

در حوزه میراث فرهنگی نیز پراکندگی‌هایی وجود دارد. در این حوزه بحث میراث فرهنگی اعم از ملموس و غیرملموس مطرح است و در بخش مادی آن، بحث گردشگری و صنایع دستی، مطرح است.

در میراث طبیعی پراکندگی خیلی گسترده‌ای داریم. برای مثال در بحث منابع طبیعی، هرچه داریم، جهاد کشاورزی متولی آن است، غیر از جنگل‌های حراست‌شده که به عنوان پارک‌های ملی، میراث تلقی می‌شوند و

محیط زیست متولی آن است. بقیه در جهاد کشاورزی است و به عنوان بحث اثرگذار، دیده نشده است. متأسفانه در بخش فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، عضو شورای عالی آمار نیست.

نکته دیگر، وضعیت شاخص‌هاست. در شورای عالی انقلاب فرهنگی به عنوان مرکز و مسئول سیاست‌گذاری بخش فرهنگ، شاخص‌های زیادی مصوب شده و ۱۶۵ قلم شاخص آماری داریم که در سال ۱۳۸۲ ابلاغ شد. همان‌طور که جناب آقای دکتر گودرزی هم اشاره کردند، هنوز در شاخص‌های بحث اصلی که تغییر نگرش و ارزش‌هاست، دچار مشکل هستیم و طرحی هم که اجرا شد، تکرار نشد تا بعد به تحلیل شاخص‌ها برسیم و اینکه در ایران اندازه‌گیری شاخص‌ها جا بیفتد و در نهایت شاخص‌های واحد و مناسب از آن استخراج شود.

ولی از نظر قلم آماری، این نکته مثبت وجود دارد که ما ۳۲۳ قلم آماری داریم که اکنون برای ما در بخش فرهنگ قابل اندازه‌گیری است. ولی این قلم‌های آماری کاملاً سیاست‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی را نمی‌پوشاند، چون به سنت‌هایی برمی‌گردد که در بحث فرهنگ وجود داشته است. قلم‌های آماری‌ای که وجود دارد، ناشی از وضعیت تصدی‌گری سازمان‌های بخش فرهنگ است و خیلی در بحث سیاست‌گذاری مؤثر نیست. در حال حاضر ۱۶ واحد سازمانی زیرمجموعه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی داریم که می‌توانند آمار تولید کنند. به اضافه سازمان‌های وابسته که سازمان‌های مذهبی است و می‌توانند تولید آمار کنند.

اما در مورد تنگناهایی که در این زمینه وجود دارد، اصلی‌ترین تنگنا به نظر من همان است که از فرهنگ برای خود فرهنگ استفاده نمی‌کنیم. ما

بررسی چارچوب پیشنهادی آمارهای فرهنگی یونسکو... ■ ۱۲۹

فرهنگ‌سازی را خیلی جدی نمی‌گیریم. اگر بخواهیم کاری در کشور انجام دهیم، بدون هماهنگ‌سازی و مداومت در تبیین آن و ایجاد ادبیات مشترک، نمی‌توانیم موفق باشیم. ولی متأسفانه از این مهم در بخش فرهنگ استفاده نمی‌شود.

در بخش فرهنگ ساختاری وجود دارد، ولی اصلاً به آن صورتی که باید و شاید برایش ساختار آماری و عملکردی مشخص تعریف نشده است. از این‌رو بیشتر مسئولان در بحث فرهنگ هنگام سخنرانی، به آمار فرهنگی معمولاً اشاره نمی‌کنند. زیرا این آمار به صورت آن‌لاین وبه‌هنگام وجود ندارد. من فکر می‌کردم در کشور ما فقط بخش آمار عقب است، دیدم آمارهایی که آقای دکتر سعیدآبادی به آن اشاره کردند نیز مربوط به سال ۲۰۰۳ است. البته آقای دکتر صباغیان معتقدند چون این چارچوب را اجرا نکردند ما نتوانستیم آمارهای جدید ارائه دهیم، ولی فرق نمی‌کند. قاعدتاً باید آن چارچوبی که بود یا آمارهایی که موجود بود، ارائه می‌شد. حداقل کشورهای توسعه یافته آمارهای فرهنگی‌شان موجود است و می‌توانست ارائه شود.

نیروی انسانی غیر متخصص از دیگر موارد اشاره شده در بخش آمار فرهنگی است. فکر می‌کردم من فقط غیرمتخصص هستم، در این جمع دیدم همه مسئولینی که صحبت کردند، خودشان اقرار داشتند به اینکه متخصص بخش آمار نیستند و این نقص عمده‌ای است که باید جبران شود. پراکندگی تولیدکنندگان آمار و نبود یک مرکز واحد و متمرکز، از نکات مهم دیگری است که باید به آن توجه شود تا بتوانیم این طرح را به‌خوبی در کشورمان اجرا کنیم. همچنین نکته دیگر، مشارکت ضعیف دستگاه‌های

فرهنگی و عدم تعامل دستگاه‌های اجرایی فرهنگی با دستگاه سیاست‌گذار فرهنگی است. دستگاه‌های فرهنگی در جریان بعضی سیاست‌هایی که اشاره شد یا سیاست‌هایی که مصوب می‌شود، نیستند. در نتیجه با سیاست‌گذار زبان مفاهمه خوبی ندارند و بنابراین در اجرا دچار مشکل می‌شوند.

اما در بحث آمار فرهنگی جهانی، چارچوبی که ارائه شد در کل چارچوب قابل قبولی است و در اینکه ما بتوانیم جدول‌های آماری و شاخص‌ها و اقلام آماری مشخصی را برای جهان تدوین کنیم، ادبیات مشترکی ایجاد می‌کند. چراکه اصل مقایسه‌ای کردن آمار و فرهنگ و همه مقوله‌ها به توسعه جهان کمک می‌کند و با این کار، این مقایسه امکان‌پذیر خواهد شد؛ صرف‌نظر از اینکه بعضی نگرش‌های متفاوت وجود دارد، ولی در کل، این امکان را به همه اهالی بخش فرهنگ می‌دهد که خودشان را در منطقه و جهان مقایسه و به توسعه فرهنگی کمک کنند.

بحث دیگر، استفاده مناسب از طبقه‌بندی‌های صورت گرفته است. یعنی طبقه‌بندی‌هایی که از صنایع، مشاغل و سایر طبقه‌بندی‌ها - که در این چارچوب مشخص و استفاده شده بود - داریم. حتی به نظر من، خود این موضوع به ادبیات مشترک کمک می‌کند و اینکه همه کشورها دریابند این چارچوب از کجا ناشی شده است. ولی اصل قضیه، تدوین نهایی آن چارچوب و جداول آماری است که وقتی شاخص و قلم آماری آن مشخص شد، در مقابل همان قلم کاملاً تبیین و تعریف شود که در بردارنده چه چیزها و حوزه‌هایی است و چه چیزهایی را نمایندگی می‌کند.

بحث هسته‌ای و پیرامونی دیدن مقوله‌های فرهنگی، نکته مثبتی است که در این چارچوب وجود دارد. فرهنگ هم جنبه محیطی و هم جنبه محاطی

دارد. از یک طرف، محیط است بر تمام بخش‌ها و این جنبه مبنایی است و یک واقعیت انکارناپذیر! از سوی دیگر، محاط است و تأثیرپذیر نسبت به بخش‌های دیگر، مثل سیاست و اقتصاد، ولی تأثیرپذیری‌اش نسبت به آنها کمتر است. اما جنبه تأثیرگذاری آن، در این چارچوب دیده شده که بعضی از مباحث را به عنوان مباحث هسته‌ای بحث فرهنگ مطرح کردند و بعضی را به عنوان مباحث پیرامونی و تأثیرگذار در مقوله‌های فرهنگی.

نگاه چرخه فرهنگ نیز نگاه مثبتی برای تدوین ادبیات مشترک است و به ما کمک می‌کند که در این قالب، چارچوب مناسبی طراحی کنیم و بحث دیگر، اقتصادی دیدن و بحث تولید و خدمات است. اگرچه جنبه اقتصادی آن اینجا زیاد دیده شده و رویکرد جهانی و جهان توسعه یافته طوری است که همه چیز را از نگاه اقتصادی می‌بیند، ولی از این نظر که بحث اقتصاد فرهنگ، از بحث‌هایی است که به ماندگاری و پایداری مباحث فرهنگی کمک می‌کند، نگاه خوبی است. قاعدتاً باید در این جدول مقایسه‌ای به این برسیم که سهم اشتغال در سرمایه‌گذاری و مشارکت مردم و مصرف خانوار چه حد است اگرچه ساختارهایش در کشور ما هنوز به نتیجه نرسیده است.

اگرچه ما در خصوص کپی‌رایت، عقب هستیم و نمی‌توانیم به این جرگه بیونندیم، ولی فکر می‌کنم خود همین بحث به این مسئله کمک می‌کند که بتوانیم اول جای پای در تولید محصولات و عرضه محصولات به دنیای بیرون بیابیم. وقتی خودمان بهره بردیم، مطمئناً در محصولاتی که ارائه می‌کنیم و تراز فرهنگی ما از این وضعیتی که اکنون داریم خارج شد، این امکان وجود خواهد داشت که بحث کپی‌رایت را هم در کشور اجرا کنیم.

از نکته‌های چالشی این چارچوب یکی بحث توجه نکردن به مذهب به

عنوان یک عامل اساسی فرهنگ است. ما اگر مقولهٔ مذهب را به عنوان بخش فرهنگ نبینیم، قاعدتاً حداقل ۲۰٪ کار را از دست داده‌ایم. حتی در کشورهایی که به صورت لائیک اداره می‌شوند مذهب نقش تعیین‌کننده‌ای در فرهنگ آن کشور و در کنش و واکنش‌های مردم آن و در آثار اجتماعی آن بر جامعه دارد. اگر مذهب را به عنوان یک بخش فرعی تلقی کنیم و باورهای مردم را خیلی متأثر از آن ندانیم، اشتباه محض است. این‌طور نیست که این اشتباه در مورد کشورهای مذهبی باشد، بلکه در تمام کشورها این واقعیت به نظر من نادیده گرفته شده که باید در این اسناد حتماً بازنگری شود.

نکتهٔ دیگر، ایده، خلق، طرح و طراحی است که به عنوان یک مقوله فرهنگی دیده شده بود و آن را به تمام بحث‌های علمی تعمیم داده بود. ایده‌پردازی و خلق ایده‌های اولیه تمام مقوله‌های مطرح، از جمله: اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و صنعتی (که زیرمجموعهٔ اقتصاد است) را به عنوان یک شغل و فعالیت فرهنگی محسوب کرده است. در این صورت، امکان احصا وجود ندارد، ولی طرح این مسئله باعث می‌شود که از یک اصل غافل شویم، اصل غالبیت. برای تقسیم‌بندی، باید بسنجیم که غالب آن به چه سمت و سویی گرایش دارد و بعد آن را جزء زیرمجموعهٔ آن حساب کنیم. قاعدتاً اگر یک طراحی‌ای در صنعت اتفاق می‌افتد، گرچه در اصل قسمت ایده‌پردازی‌اش و خلاقیت اولیه‌اش به عنوان یک مقوله فرهنگی و ناشی از مسائل فرهنگی آن کشور است، ولی اگر مربوط به صنعت یا اقتصاد است، باید به عنوان زیرمجموعه آنجا دیده شود که اینجا (در این چارچوب) این‌طور بررسی نشده است. اگرچه سرجمع اختلاف‌ها،

بررسی چارچوب پیشنهادی آمارهای فرهنگی یونسکو... ■ ۱۳۳

اکتشافها و طرح‌های نو قطعاً یک مقوله فرهنگی است و آمار آن نشان می‌دهد که بحث فرهنگ در جامعه کارکرد مناسبی داشته است.

در خصوص مسئولیت سازمان‌های فرهنگی نیز به نظر من اکنون این مسئولیت به خوبی انجام نمی‌شود. حداقل در کشور خود ما که احتمال دارد در کشورهای دیگر در حال توسعه هم این وضعیت وجود داشته باشد، سازمان‌های فرهنگی نهایتاً در ضبط و ثبت آمار تلاش می‌کنند ولی سیاست‌گذاری آماری فرهنگی در این قسمت ضعیف است و کمک نمی‌کند که باید به چه چیزهایی بیشتر اهمیت داده شود، بنابراین این خطر وجود دارد که میراث فرهنگی ناملموس ما در معرض آسیب جدی باشد.

و اما بخش آخر، بحث پیشنهادهاست که به نظر من کمک می‌کند در این زمینه زودتر بتوانیم به اهدافمان برسیم.

اول، ایجاد ادبیات مشترک بین تولیدکنندگان و پردازش‌کنندگان آمارهای فرهنگی و مسئولان اجرای همین طرح آمار جهانی فرهنگ است. ارتباطی که اکنون برقرار شده ارتباط دوسویه مناسبی نیست. همایش‌ها و تبیین موضوع خیلی خوب انجام نشده. وقتی که این تبیین‌ها صورت نگرفته باشد، دستگاه‌های فرهنگی در مقابل ابلاغ آن بیگانه هستند و اگر بعداً بگویند ما تصویب کردیم و بخواهیم کنوانسیون‌ها به آنها بدهیم و اجرا کنیم، جواب خوبی نخواهیم گرفت. همان‌طور سابقه گذشته هم به همین صورت بوده است. بنابراین پیشنهاد من این است که حتماً این ارتباط دوسویه برقرار شود. گرچه کار سختی است، ولی کار فرهنگ، کار مهم و زمان‌بری است. ما باید بپذیریم اگر از اول برنامه‌مان را تنظیم کنیم، و این ارتباط دوسویه را به عنوان یک اصل مطرح کنیم، اگرچه چندین سال طول می‌کشد تا که آن

ادبیات مشترک ایجاد شود، ولی بعد در اجرا دچار مشکل نخواهیم بود. بنابراین برای این مباحث نظری و هماهنگی فکری زمان بیشتری قائل می‌شویم، ولی در اجرایش زمان کمتری قائلیم. چرا؟ چون با نرم‌افزارهایی که وجود دارد بعد از اینکه روشن شد مسئله چیست و جزئیاتش را کارشناسان بحث متوجه شدند، بدون مشکل، ان‌شاء‌الله اجرا می‌شود.

نکته بعد، تهیه چارچوب‌های آماری است. گرچه این امکان نیست که به‌صورت یک چارچوب پیش‌ساخته قبلاً تعریف شود، ولی می‌توان با همکاری و همفکری کشورهای مختلف، این چارچوب‌ها را از خود آن کشورها درخواست کرد و اقلام آماری و تبیین خود اقلام آماری را از آنها خواست، تا این چارچوب‌ها ارائه و جمع‌بندی شود و در یک جلسه مشترک به نتیجه نهایی برسیم.

نکته بعد که نمی‌دانم البته امکانش وجود دارد یا نه، کمک‌های جهانی است که قاعدتاً باید به بخش آمار کشورهای توسعه‌نیافته و در حال توسعه شود. اگر ما قائلیم که در این روند جهانی شدن باید کشورها به سهمیه و یا لاقبل به نسبت سهم خلاقه خودشان در جهان شرکت کنند، قاعدتاً باید کمک‌های آماری خوبی به این کشورها شود و از کشورها کمک بخواهند.

حال مهم نیست کمک‌ها به صورت مالی و اعتباری باشد، بلکه کمک‌ها به صورت غیرمالی نیز می‌تواند باشد، از جمله تبیین مسئله و دوره‌های آموزشی برای متخصصان در این حوزه. تا همان هدفی که در حقیقت یونسکو به دنبال آن است - برای بقای میراث فرهنگی جهان تا دست‌کم به همین صورتی که هست، باقی بماند - محقق شود.

چهارمین نکته این است که ما وسائل ارتباط جمعی، اختراع‌ها و

ابداع‌هایی که در کشور وجود دارد و ناشی از خلاقیت فرهنگی و تحت‌تأثیر فرهنگ آن جامعه است را به عنوان یک عامل به صورت سرجمع نه به صورت یک شاخص وابسته به فرهنگ ولی به عنوان تعیین‌کننده بشناسیم و وجود وسائل ارتباطی، خطوط اینترنت، تعداد مشارکت‌ها، تعداد خطوط تلفن‌هایی که وجود دارد را به عنوان یکی از ابزارهای فرهنگی تلقی کنیم. چراکه تأثیرش بیشتر از آن چیزی است که در این چارچوب دیده شده است. نکته دیگری هم در مورد بحث حوزه‌های کاری خودمان خدمتتان عرض کنم که اکنون دفتر مدیریت راهبردی فرهنگ و هنر، با ۱۶ حوزه زیرمجموعه بخش وزارت فرهنگ و ارشاد - که در زمینه‌های مختلف فرهنگی، اعم از ابزار فرهنگی، نگرش‌های فرهنگی هستند - ارتباط دارد. این ارتباط از طریق بخشنامه آماری - که به تمام واحدها ابلاغ گردید - برقرار کردیم.

متولی و مسئول جمع‌آوری و پردازش آمار در وزارتخانه مشخص شده است. با اینکه این کار برای دستگاهی که بیشتر درگیر تصدی است، کار مشکلی است، ولی در حال ایجاد این فرهنگ مشترک هستیم. این فرهنگ‌سازی از آمار به عنوان یکی از مقوله‌های پشتیبانی‌کننده فعالیت‌های فرهنگی و در حال انجام است. اگر آمار نباشد قاعدتاً در برنامه‌ریزی‌ها دچار خطای آشکار خواهیم شد، همان‌طور که یکی از علل عدم مشارکت خوب سازمان‌های فرهنگی ما ارائه نشدن آمارهای خودشان به خودشان است. اگر این آمارها جمع‌بندی شود و به عنوان گزارش کار هر دستگاه به آن ارائه شود، بی‌تردید در برنامه‌ریزی‌های آینده‌اش برای رسیدن به نقطه‌های بالاتر تلاش بیشتری خواهد کرد.