

فرهنگ صفهان

فصلنامه پژوهشی، فرهنگی، هنری - شماره ۳۳ و ۳۴ - زمستان ۱۳۸۵



پژوهش، فرهنگ، توسعه / فرهنگ مؤلفه‌ها و شاخص‌سازی فرهنگی / نقش فرهنگ در ساختار نظام‌های سیاسی
جایگاه آموزه‌های فرهنگی در مهندسی فرهنگی مبتنی بر قرآن / بررسی تحول تاریخ اصفهان در عهد باستان
اصفهان در دوره جانشینان تیمور / تاریخ‌های محلی عهد صفوی / پیشینه تاریخی، اجتماعی و جغرافیای تاریخی اصفهان...
سیر مختصری در فرهنگ مدرسه‌داری اصفهان / مراکز آموزشی اصفهان در روزگار سلجوقی / هنرستان‌های زیبای اصفهان
معرفی برخی از نقاشان شهر اصفهان از قرن ششم تا سیزدهم / معماران و استادکاران بناهای تاریخی، نادره کاران فراموش شده
صائب ذن طبیعت / کاخهای دوره صفویه در شهر اصفهان ... / قافله مستدام عشاق شهر فیروزه‌ای، نگاهی به اصفهان‌شناسان ...

فرهنگ

مؤلفه‌ها و شاخص‌سازی فرهنگی

دکتر رضا اسماعیلی*

چکیده

اگرچه فرهنگ در نیم قرن اخیر، مورد توجه بیشتری واقع شده است، اما درباره مفهوم و قلمرو آن بین اندیشمندان و صاحب‌نظران و مدیران اجرایی اجماع وجود ندارد. در این مقاله ضمن برشمردن مؤلفه‌های فرهنگ، شاخص‌سازی فرهنگی و چالش‌های فراوی آن بحث شده است. همچنین در این مقاله طبقه‌بندی مطرح شده از مقوله فرهنگ در سطح بین‌المللی و کشور مطرح شده است. در پایان ضمن جمع‌بندی از مباحث مطرح شده، قلمرو فرهنگ در جامعه در چهل عرصه، به همراه مجموعه فرهنگی و ارزشهای اصلی و هنجارهای آن برشمرده شده است.

مقدمه

توجه به فرهنگ در نیم قرن پایانی هزاره دوم نوسانهای مختلفی را آزموده است. در دهه ۱۹۴۰ و ۱۹۵۰ فرهنگ به‌عنوان یک عامل الزامی در درک جوامع، تجزیه و تحلیل تفاوت‌های میان آنها و تبیین توسعه اقتصادی و سیاسی نگریسته می‌شد. از جمله این افراد می‌توان به مارگارت مید (Margaret Mead)، روث بندیکت (Ruth Benedict)، دیوید مک کلاند (David McClelland)، ادوارد بانفلد (Edward Banfield)، الکس اینکلس (Alex Inkeles)، گابریل آلmond (Gabriel Almond)، سیدنی وربا (Sydney Verba)، لوسین پای و سیمور مارتین لیپست اشاره کرد. به دلیل تحقیقات گسترده و غنی که این متخصصان انجام داده‌اند کار در زمینه فرهنگ در مجامع دانشگاهی طی دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ کاهش یافت. سپس در دهه ۱۹۸۰ علاقه‌مندی به فرهنگ به‌عنوان متغیر تبیین‌کننده احیا شد. لارنس هریسون در اثر خود با عنوان توسعه یک وضعیت ذهنی است، این نظریه را مطرح کرد که در آمریکای لاتین فرهنگ مانع اصلی در برابر توسعه بوده است. انتشار این اثر موجی از اعتراض‌های اقتصاددانان، کارشناسان و روشنفکران آمریکای لاتین را به دنبال داشت. اندیشمندان حوزه علوم اجتماعی به‌صورت روزافزون از عوامل فرهنگی برای تبیین نوسازی، مردم‌سالاری سیاسی، راهبرد نظامی، رفتار

گروه‌های قومی و توافقیها و مخاصمات کشورها استفاده کردند. واکنش‌های بروز یافته در سالهای پایانی قرن بیستم این ایده را مطرح کرد که فرهنگ عاملی مهم است اما یگانه عامل تأثیرگذار بر عملکرد اجتماعی، اقتصادی و سیاسی و توسعه به مفهوم جامع آن به‌شمار نمی‌رود (۷: ص ۲۸-۲۹). در دهه ۱۹۹۰ مقوله فرهنگ از بُعد توسعه مورد توجه جامعه جهانی قرار گرفت. توسعه فرهنگی از جمله لایه‌های توسعه است که مورد اجماع جهانی است. گرچه درباره معنا و روش تحقق آن اختلاف‌نظر وجود دارد. یونسکو سالهای ۱۹۸۸ لغایت ۱۹۹۸ را به‌عنوان برنامه دهه جهانی توسعه در دستور کار قرار داده بود. اهداف چهارگانه توسعه فرهنگی که مورد توافق بیشتر دولتهای عضو یونسکو از جمله ایران قرار گرفته بود عبارت است از:

- ارتقای همکاری‌های فرهنگی بین‌المللی
- تقویت مشارکت فرهنگی
- حفظ میراث فرهنگی
- تقویت هویت فرهنگی

ابزارهای تحقق توسعه فرهنگی شامل؛ سیاستگذاری فرهنگی، برنامه‌ریزی فرهنگی، آموزش فرهنگی، اطلاع‌رسانی فرهنگی، پژوهش فرهنگی، اقتصاد فرهنگی و حقوق فرهنگی است.

- در سیاستگذاری برای تحقق اهداف توسعه فرهنگی راهبردها و سیاست‌های کلی مورد توجه قرار می‌گیرد.
- در برنامه‌ریزی فرهنگی نیازهای فرهنگی سنجش و متناسب با امکانات نیازهای فرهنگی - فراغتی اعضای جامعه مرتفع می‌شود و آموزش‌های فرهنگی شامل؛ تربیت کارکنان عرصه فرهنگ، ارتقای سطح دانش و مهارت‌های آنان و ارتقای آگاهیهای فرهنگی و افزایش توانمندی شهروندان مورد توجه قرار می‌گیرد.
- اطلاع‌رسانی فرهنگی شامل تشکیل بانکهای اطلاعات فرهنگی، انتقال اطلاعات فرهنگی به مدیران و کارکنان حوزه فرهنگ و پژوهشگران است. دسترسی به اطلاعات

* - دکترای جامعه‌شناسی

مطمئن و دقیق هدف اصلی این بخش از توسعه فرهنگی است. ● مسأله‌شناسی فرهنگی، اولویت‌یابی و بررسی علمی-فرهنگ و لایه‌های تشکیل‌دهنده آن، کارآمدی و اثربخشی بخش فرهنگ و مؤسسات فرهنگی مسائل و مشکلات فرهنگی، تغییرات فرهنگی و روندهای آن، توصیف و تبیین آنها در حوزه پژوهش‌های فرهنگی قرار می‌گیرد.

● در اقتصاد فرهنگی پدیده فرهنگ به عنوان کالا مورد نظر است. تولید، توزیع و فروش محصولات فرهنگی و بودجه‌گذاری در فرهنگ، هزینه‌ها و درآمدها محورهای اساسی این شاخه از فرهنگ است.

● حقوق فرهنگی به معنای تدوین قوانین، مقررات، رویه‌ها و سازوکارهای قانونی متناسب برای دسترسی به کالاها و خدمات فرهنگی، تولید و آفرینش فرهنگ و حمایت از حقوق مادی و معنوی تولیدکنندگان فرهنگی و آفرینشگران فرهنگی است. همچنین افزایش مشارکت در زندگی فرهنگی و ارتقای جایگاه معنوی در فرهنگ نیز جزو حیطه اصلی حقوق فرهنگی است. در این بعد افراد به دنبال معنابخشی بیشتر به زندگی هستند.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود توسعه فرهنگی و ابزارهای تحقق آن بدون اطلاع از کمیت و کیفیت فرهنگ، فعالیتها و خدمات فرهنگی، سیاستها و برنامه‌ها امکان‌پذیر نیست. این مهم امکان عملی نخواهد داشت، مگر آنکه ما منظور خود را از فرهنگ مشخص سازیم. حیطه، قلمرو و عناصر آن را تعیین کنیم و یا حداقل به لحاظ منطقی بر سر آن اجماع داشته باشیم.

در کنفرانس جهانی در باب سیاست فرهنگی مکزیکو ۱۹۸۲ بر این نکته توافق شد که فرهنگ را می‌توان کل پیچیده‌ای از خصایص متمایز معنوی، مادی، فکری و عاطفی دانست که ویژگیهای یک جامعه یا گروه اجتماعی را تعیین می‌کند.

این تعریف یک تعریف عام از فرهنگ است. تعریف یونسکو تلاش دارد تا عناصر تشکیل‌دهنده این مفهوم را تشریح کند. از نظر یونسکو فرهنگ شامل لایه‌های معنوی و مادی است. تمایز تعریف یونسکو از سایر تعاریف آن است که مقوله «احساس» هم جزء فرهنگ دانسته شده است. نوع احساس و بروز احساس یک مقوله فرهنگی است. در تعریف یونسکو می‌توان سنت‌ها، حقوق بنیادین انسانی، نظام‌های ارزشی، شیوه‌های زندگی، هنرها و ادبیات، عقاید، اندیشه و تفکر، احساس و چگونگی بروز احساس، آثار تمدنی و مادی خلق شده در زندگی را تمیز داد.

ما می‌توانیم درباره مفهوم فرهنگ و عناصر آن بحث‌های خود را استمرار بخشیم. امری که به نظر برخی از صاحب‌نظران محصول چندان‌ی را به ارمغان نخواهد داشت. فیلیپه حراره در کتاب توسعه فرهنگی؛ برخی از تجارب منطقه‌ای از انتشارات یونسکو می‌نویسد: «نباید وقت خود را صرف تعریف فرهنگ کنیم. زیرا محتوای این مفهوم بر حسب تفکر فلسفی آنانی که به کارش می‌برند، متفاوت است

و برای همین نه فقط همیشه محل اختلاف خواهد بود، بلکه به جای آن باید بکوشیم، تحلیلی عینی از موضوع فرهنگ را ارائه دهیم و ابزارهای ممکن که برای دفاع و توسعه آن لازم است را به کار گیریم.

بر همین اساس برای برنامه‌ریزی در عرصه فرهنگ و آمارشناسی لازم نیست در بحث «ماهیت فرهنگ» و تعاریف آن وارد شویم. زیرا این بحث ابعاد ایدئولوژیک، فلسفی و هنجاری بسیاری دارد و با ابهامات زیادی همراه است که کار را دشوار می‌کند. به جای آن کافی است صورتی از فعالیتها و خدماتی را تدارک دید که می‌توان آنها را فعالیت فرهنگی خواند.

در حوزه فرهنگ مانند سایر حوزه‌ها، تقاضای فزاینده‌ای برای شاخص‌ها و آمارهای گوناگون وجود دارد که فعالیتها و تولیدات، هزینه و مصرف، نیروی کار، امور مالی، نهادها و قیمت‌ها و... را در بر می‌گیرد. در حال حاضر نیاز به اندازه‌گیری، گزارش، سنجش، ارزیابی و مقایسه عملکرد این امور تقریباً به صورت یک مشغله ذهنی درآمده است (۹: ص ۲۳۰).

شاخص‌ها نشانه‌هایی هستند که فرایند جمع‌آوری، طبقه‌بندی، تجزیه و تحلیل اطلاعات و نتیجه‌گیری را منطقی نموده و به‌طور کلی جهت فعالیتها را مشخص می‌کنند و از حیث مفهومی چارچوب مناسبی برای هدف‌گذاری، تدوین، برنامه‌ریزی و ارزیابی فعالیتها به دست می‌دهند (۵: ص ۱).

دلایل و علل متعددی برای توجه به آمار و شاخص‌های فرهنگی وجود دارد که در ذیل به برخی از آنها اشاره می‌شود:

● فراهم کردن اطلاعات پایه به منظور تخصیص بهینه منابع و امکانات در نظام برنامه‌ریزی فرهنگی

● سرمایه‌گذاری در عرصه فرهنگ مستلزم آگاهی دقیق از وضعیت موجود فرهنگ و شاخص‌های آن است. شاخص‌های فرهنگی به ما کمک می‌کنند تا فهم کامل‌تری از واقعیات فرهنگی داشته باشیم.

● مقایسه جوامع به لحاظ فرهنگی بدون توجه به شاخص‌ها امکان‌پذیر نیست. شناخت جایگاه و تحلیل روند اجتماعی-فرهنگی پدیده‌ها با تعریف و سنجش شاخص‌های فرهنگی امکان‌پذیر است.

● شاخص‌های فرهنگی به مسئولان و مدیران کمک می‌کند تا سیاستهای فرهنگی خود را ارزیابی و در آنها تجدیدنظر کند و یا به تکمیل آنها همت گمارند.

● شاخص‌های فرهنگی ابزارهای مناسبی برای سنجش و شناسایی تغییرات و تحولات فرهنگی به شمار می‌روند.

● شرط لازم برای برنامه‌ریزی فرهنگی، آموزشهای فرهنگی و سیاستگذاری و راهبردهایی در حوزه فرهنگ لزوم داشتن آمارهای فرهنگی دقیق و صحیح را طلب می‌کند.

● شاخص‌های فرهنگی به پژوهشگران کمک می‌کنند تا داوری‌ها و ارزیابی‌های معقول‌تری نسبت به سیاستها و برنامه‌ها داشته باشند.

مسائل و موانع فراروی شاخص‌های فرهنگی

موانع و محدودیت‌های متعددی برای شاخص‌ها و آمارهای فرهنگی وجود دارد.

نخست آنکه ایجاد یک نظام کامل از آمارها و شاخص‌های فرهنگی که منسجم، جامع و قادر به توصیف و تحلیل روند و تبیین بخش‌های مختلف فرهنگ و مسائل دامنه‌دار فرهنگی و مرتبط ساختن آنها به جنبه‌های چندگانه توسعه اقتصادی و اجتماعی باشد، مشکل است. این امر مستلزم ایجاد ارتباط و شبکه‌سازی منابع گوناگون از جمله بخش‌های اداری، نمونه‌گیری، پژوهش‌های پیمایشی، ثبت و سرشماری جمعیت و مسکن همزمان با بهبود پردازش و جمع‌آوری داده‌ها و شیوه‌ها و روش‌های توزیع داده‌هاست.

دوم دارای ماهیت سازمانی و سیاسی است. آمارها ماهیتی مبتنی بر اعتماد دارند. در صورتی که بین پاسخ‌دهنده و مصاحبه‌کننده و نیز بین نهادهای عمومی و رسانه‌ها و بین سیاستگذاری و آمارگران این اعتماد وجود داشته باشند، آمارها از اعتبار لازم برخوردارند. از سوی دیگر برای تولید آمارهایی با کیفیت درجه‌ای از شفافیت و اعتماد بین سازمان‌های دولتی و نهادهای و مؤسسات فرهنگی لازم است.

سوم که پیچیده‌ترین و چشمگیرترین چالش‌هاست، مربوط به مسائل مورد سنجش است. بسیاری از مشکلات شاخص‌های فرهنگی به واسطه نبود داده‌ها نیست. بلکه بیشتر به علت درک ناقص مفاهیم و اختلاف بر سر حدود و ثغور فرهنگ است. نبود تعاریف نظری مشخص از مفهوم و قلمرو فرهنگ و همچنین پیچیده بودن مفاهیم فرهنگی موجب شده است تا تعیین معرف‌های معتبر برای سنجش عملی مفاهیم به‌عنوان مانع اصلی خود را پدیدار سازد. فرهنگ و تبدیل کردن آن به شاخص‌ها در نگاه اول به نظر غیرممکن می‌آید. در این رویکرد فرهنگ مترادف با زندگی پویا، متنوع و پر از شور و شوق است، لذا نمی‌توان آن را با آمار و شاخص تجزیه و تحلیل نمود. جنس فرهنگ از مقوله ارزش‌ها، هنرها، نگرش‌ها و باورهاست. ماهیت فرهنگ کیفی است و تجلی آن در قالب ایده‌ها، مفاهیم و نمادهاست. حال این پرسش مطرح است که چگونه می‌توان یک مقوله کیفی مانند فرهنگ را به آمار و شاخص تبدیل کرد؟ اگر چنین حالتی امکان‌پذیر باشد در خوش‌بینانه‌ترین حالت چاره‌ای جز تقلیل معنایی نیست. به‌طوری که بتوان مفاهیم ذهنی و پیچیده فرهنگی را به مفاهیم عینی و سنجش‌پذیر تبدیل نمود. برای پیمودن این مسیر چاره‌ای جز شاخص‌سازی نیست.

از طرف دیگر تجربیات موجود و واقعیت‌های روزمره زندگی پرسشهایی را برای ما مطرح می‌سازد که ما را به سمت شاخص‌سازی در فرهنگ رهنمون می‌کند. اگر صادقانه از خود پرسیم: جامعه، سازمانها و مؤسسات چه میزان از ثروت خود را وقف آنچه فرهنگ می‌نامند، می‌کنند

و از چه طریق و چه مسیرهایی و از طریق کدام یک از دست‌اندرکاران این عمل را انجام می‌دهند؟ فرآورده‌ها و محصولات فرهنگی جامعه کدام‌اند؟ چگونه ساخته شده و از چه طریق اشاعه می‌یابند؟ این بخشها چقدر اشتغال ایجاد می‌کنند؟ نقش آنها در تولید ناخالص ملی چیست؟ ارتباط بخش فرهنگی با سایر بخشها در چیست؟ ارتباط مردان و زنان و گروه‌های اجتماعی فعال در جامعه با فرآورده‌های فرهنگی چگونه است؟

موانع دستیابی به زندگی فرهنگی در سطح بالاتر کدام‌اند؟ دست‌اندرکاران بخش فرهنگ (شهروندان، آفرینشگران، انجمن‌ها و تصمیم‌گیرندگان بخش‌های خصوصی و دولتی) چگونه و بر چه اساس‌هایی با یکدیگر ارتباط برقرار می‌سازند؟

این پرسشها نه تنها آمار و شاخص‌ها را با فرهنگ سازگار می‌کند، بلکه به نحو فزاینده به گفت‌وگویی بالقوه ثمربخش یاری می‌رساند.

این پرسشها ما را به این مسیر رهنمون می‌کند که مباحث فرهنگ، ماهیت و تعاریف آن را به‌طور موقتی متوقف کنیم و آن را به قول فیلسوفان در حالت اپوخه قرار داده و فعالیتها و خدماتی که جنبه عینی داشته را مورد توجه قرار دهیم.

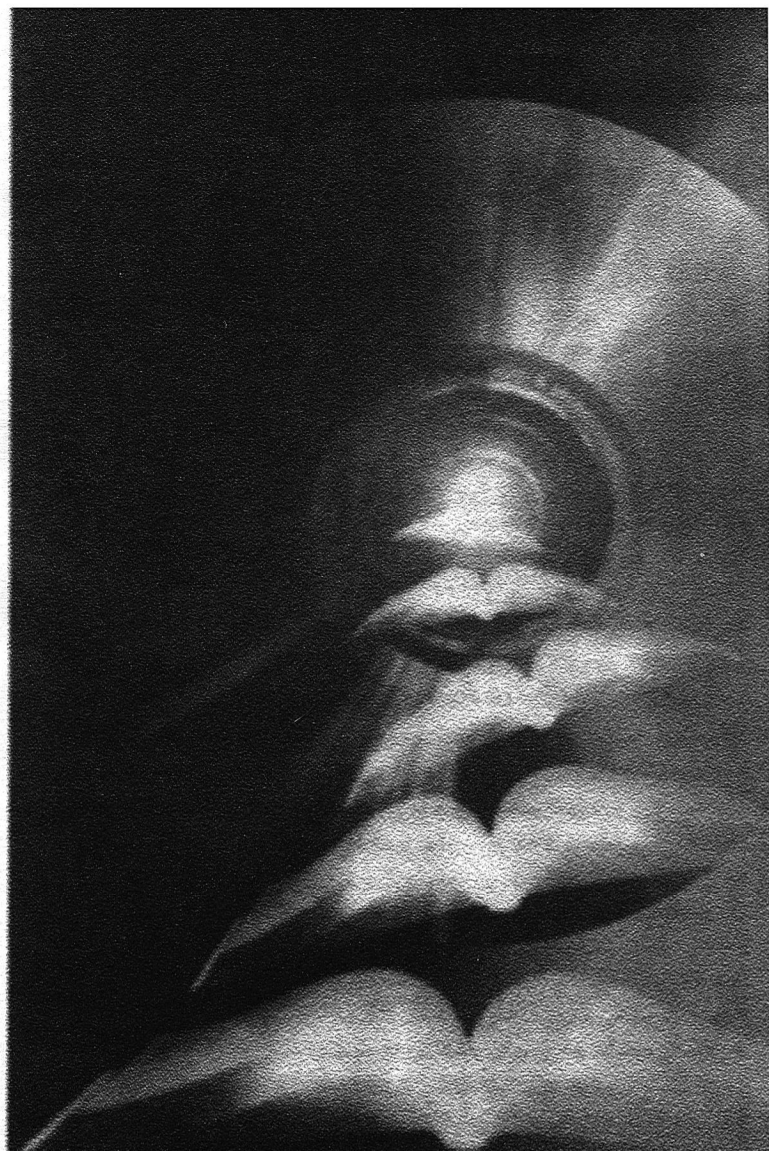
توجه نکردن به مباحث نظری و تعاریف فرهنگ به منزله آن نیست که اهمیت این مباحث را نادیده بگیریم و انرژی خود را مصروف آن نسازیم، بلکه برای پیش بردن اهداف ساماندهی و برنامه‌ریزی فرهنگی فعلاً به مقوله عینی و ابزاری آن توجه بیشتری نشان دهیم. با گذشت زمان و برآمدن از مشکلات و رفع ابهامات، بازگشتی عالمانه به مقوله ماهیت فرهنگ امکان‌پذیر خواهد بود. در این حالت وضوح و شفافیت بیشتری برای موضوع فرهنگ و قلمرو آن حاصل شده و شکاف بین تعریف و ماهیت فرهنگ از یک‌طرف و برنامه‌ریزی و اقدامات مدیریتی و اجرایی فرهنگی به حداقل کاهش می‌یابد.

گذر از بحث مفهومی و فلسفی فرهنگ به فعالیتها، اقدامات فرهنگی، مصرف کالاهای فرهنگی، تقاضای فرهنگی مستلزم طبقه‌بندی فعالیت‌های فرهنگی است. منظور از فعالیت‌های فرهنگی فعالیت‌هایی است که حول تولید، به‌کارگیری، انتقال، استفاده و مصرف معانی و نمادها و شکل دادن، تغییر و ارتقای حیات روحی و معنوی افراد شکل می‌گیرد (ص: ۲). فعالیت فرهنگی در اشکال ناب و خلاق آن به آفرینش و خلق فرهنگی منجر می‌شود، کاری که هنرمندان، شاعران، فیلسوفان، اندیشمندان و پدیدآورندگان صور مکتوب صوتی و تصویری و... انجام می‌دهند. اما در اشکال معمول و مرسوم آن فعالیت‌ها را شامل می‌شود که در آن فرد با مصرف و استفاده از آنچه پدید آمده است با امر فرهنگی آشنا می‌شود و با استفاده از آن به رشد و شکوفایی خود کمک می‌کند.

- جشنها و روابط اجتماعی
- جشنهای مردمی / مراسم عمومی / انجمنهای داوطلبانه
- رسانه‌های گروهی
- رادیو تلویزیون / روزنامه و مجله
- کتابها و انتشارات
- انتشارات / کتابها / روزنامه / کتابخانه‌ها / باشگاههای کتاب
- کارهای اوقات فراغت
- عکاسی غیر حرفه‌ای / سرگرمی‌ها
- هزینه‌های فرهنگی
- دولت / مقامات محلی / مؤسسه‌های خصوصی / خانوارها
- تقسیم اوقات
- کار (۶: ص ۱۸-۱۷)

طبقه‌بندی فعالیت‌های فرهنگی

- فعالیت‌های فرهنگی را می‌توان بر حسب محصولات فرهنگی و مراحل فعالیت طبقه‌بندی کرد (۴: ص ۱۲۷-۱۲۵).
- طبقه‌بندی بر حسب نوع محصولات فرهنگی
- محصولات شنیداری (نظیر موسیقی و سخنرانی)
 - محصولات دیداری (نظیر مطبوعات، عکس، نقاشی)
 - محصولات دیداری و شنیداری (نظیر تئاتر، فیلم سینمایی و تلویزیون)
- طبقه‌بندی بر حسب مراحل فعالیت
- طرح ایده و تولید محصولات فرهنگی
 - بررسی، تأیید و تصویب (یارد) ایده‌ها و پیشنهادها
 - عرضه یا ارائه محصولات فرهنگی
 - فعالیت‌های فرهنگی غیرمستقیم یا پشتیبانی کننده (نظیر ساخت مدارس، سینماها و امور تدارکات)
 - فعالیت‌های فرهنگی زمینه‌ساز یا بنیادی (نظیر تحقیق، امور تربیت بدنی)
 - فعالیت‌های فرهنگی مستقیم (نظیر فیلم، سخنرانی، جشنواره)
- طبقه‌بندی بر حسب زمینه فعالیت
- فعالیت حوزه هنر
 - فعالیت‌های حوزه تاریخ و میراث فرهنگی
 - فعالیت‌های حوزه علم و دانش، آگاهی
 - فعالیت‌های حوزه مذهب
 - فعالیت‌های حوزه آداب، رسوم و سنن
- طبقه‌بندی بر حسب ماهیت اصلی فعالیتها
- فعالیت‌های تحقیقی با هدف کشف ناشناخته‌ها
 - فعالیت‌های آموزشی با هدف انتقال دستاوردها
 - فعالیت تبلیغی و ترویجی با هدف تأثیرگذاری در نظام ارزشی
- براساس پژوهش گسترده میدانی انجام شده در ایران با عنوان فعالیت و مصرف و کالاهای فرهنگی در سال ۱۳۷۹ که جامعه هدف، شهروندان ساکن در شهرهای مراکز استانها بوده‌اند، فعالیت در قالب مقولات ذیل طبقه‌بندی شده است (۲: ص ۵).

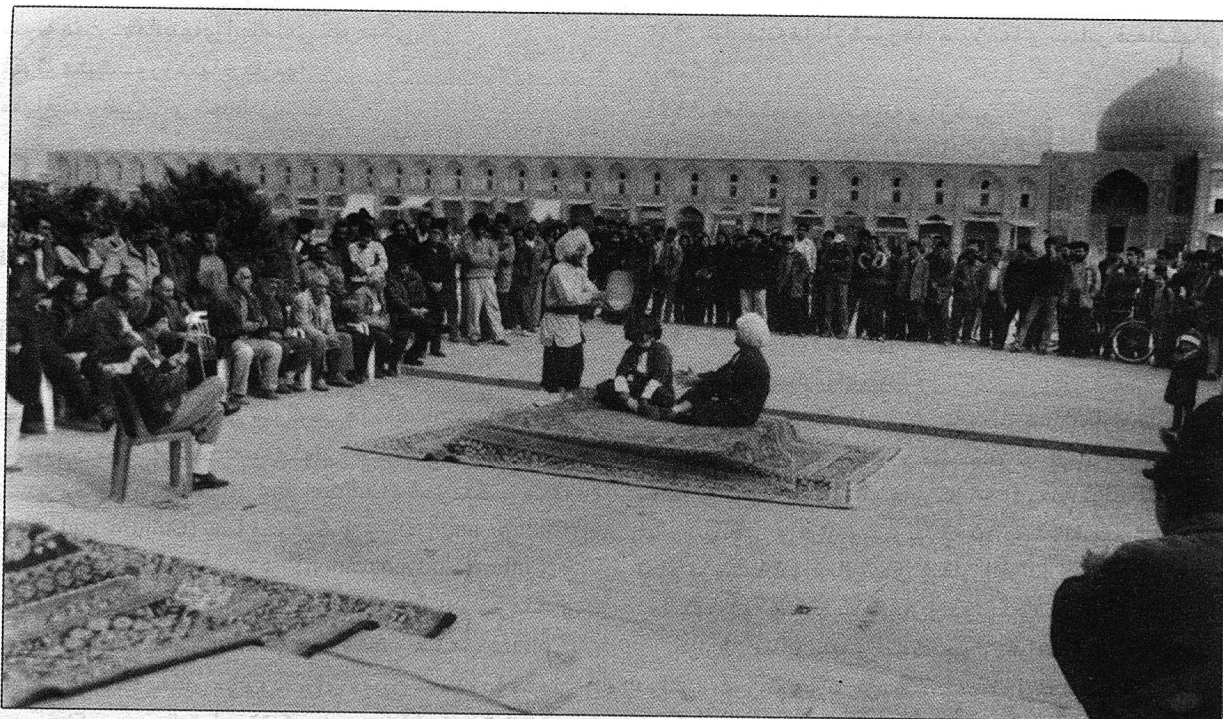


تقاضای فرهنگی مجموعه انتظاراتی است که اجزاء در خصوص گذران اوقات فراغت خود دارند. صورت‌هایی از کالاها و فعالیت‌های فرهنگی است که افراد طالب آن هستند، گرچه ممکن است به دلیل موانعی برآورده نشود. هدف فعالیت‌های فرهنگی تغییر، تقویت و یا توسعه ارزش‌ها، بینش‌ها و دانش‌ها در جامعه است (۴: ص ۱۲۵).

طبقه‌بندی ماتیو

ماتیو طبقه‌بندی زیر را ارائه می‌دهد:

- کارکنان فرهنگی
- تهیه‌کننده نقاشی متحرک و فیلم‌های عروسکی
- معمار / موسیقیدان و نوازنده
- میراث فرهنگی
- موزه / تالار هنری / موسیقی / ادبیات
- ساختمانهای فرهنگی / بایگانی‌های فرهنگی
- بناهای یادبود تاریخی / آثار عتیقه / آثار باستانی
- فرهنگ عامه / فرهنگ شفاهی
- فعالیت‌های فرهنگی
- هنرهای زیبا / تئاتر / سینما / ورزش / فرهنگ عامه



● فعالیت مذهبی

گرایش انسان به امر مقدس و ماورائی او را به فعالیت دینی سوق می‌دهد. بخش مهمی از فعالیت دینی در عرصه رفتاری تجلی پیدا می‌کند. انجام اعمال مذهبی و شرکت در مجامع مذهبی (اعم از مولودی و عزاداری)، شرکت در مجالس سخنرانی دینی، شرکت در جلسات دعا و ذکر، رفتن به جلسه قرآن، شرکت در نماز جماعت و جمعه، زیارت اهل قبور، رفتن به زیارتگاهها، خواندن قرآن و شرکت در مراسم اعتکاف از زمره فعالیت‌های مذهبی می‌باشند.

● فعالیت اجتماعی

گرایش به غیر و حس نوع‌دوستی و ضروریات زندگی، انسان را به فعالیت اجتماعی متمایل می‌سازد. مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی از طریق عضویت و فعالیت در مجامعی چون انجمن‌های علمی، فرهنگی، انجمن خانه و مدرسه، اتحادیه‌های صنفی، تشکل‌های اسلامی، بسیج، تشکل‌ها و احزاب سیاسی، انجمن‌های خیریه و... در زمره فعالیت‌های اجتماعی به حساب می‌آید. معاشرت با اقوام و خویشان، همسایگان، دوستان و همکاران نیز در زمره فعالیت‌های اجتماعی هستند. رفتن به قهوه‌خانه‌ها، کافه و پاتوق نیز که با هدف برقراری توسعه روابط اجتماعی صورت می‌گیرد. از جمله فعالیت‌های اجتماعی به‌شمار می‌آید.

● فعالیت‌های ورزشی

انجام حرکات جسمانی به صورت فردی و یا اجتماعی با هدف تقویت و یا بازتولید انرژی از دست رفته در زمره فعالیت‌های ورزشی است. همچنین تماشای مسابقات ورزشی و پیگیری اخبار و اطلاعات مربوط به فعالیت‌های ورزشی در زمره فعالیت‌های ورزشی به‌شمار می‌آید.

● فعالیت تفریحی

هرگونه فعالیت‌های جسمی و ذهنی به‌منظور دستیابی به انبساط خاطر و سرگرم‌سازی که در زمان اوقات فراغت فرد انجام می‌گیرد جزء فعالیت‌های تفریحی محسوب می‌شود.

● فعالیت‌های هنری

منظور از فعالیت‌های هنری اقدامات و فعالیت‌هایی است که تخیل و تجسم، خمیرمایه اصلی آن است. محصول این نوع فعالیت پرورش ذوقیات است.

● فعالیت‌های رسانه‌ای

فعالیت‌هایی است که در زمینه شرکت در تهیه برنامه‌های صوتی و تصویری و نوشتاری همگانی نظیر رادیو، تلویزیون، مطبوعات، کتاب، سینما، تئاتر و همچنین بهره‌برداری از خدمات ارائه شده توسط ابزار و وسایل گفته شده، جزء فعالیت‌های رسانه‌ای محسوب می‌شود.

طبقه‌بندی FCS

چارچوب طبقه‌بندی سازمان یونسکو برای آمار فرهنگی (Unesco Framework for Cultural Statistics) که اصطلاحاً (FCS) خوانده می‌شود، حوزه فعالیت‌های فرهنگی را در ده مقوله زیر طبقه‌بندی و خلاصه می‌کند (۱: ص ۳۲):

مقوله صفر - میراث فرهنگی

مقوله یک - مطالب چاپی و ادبیات

مقوله دو - موسیقی

مقوله سه - هنرهای اجرایی (نمایش و حرکات موزون)

مقوله چهار - هنرهای بصری (تجسمی)

مقوله پنج - سینما و عکاسی

مقوله شش - رادیو و تلویزیون

مقوله هفت - فعالیتهای اجتماعی - فرهنگی

مقوله هشت - ورزشها و بازیها

مقوله نه - طبیعت و محیط زیست

در توصیه‌نامه مربوط به استاندارد کردن آمار فرهنگی که یونسکو منتشر کرده است، مقوله دهمی تحت عنوان خدمات اداری و فعالیتهای فرهنگی چند منظوره به این فهرست اضافه شده است.

از دید برنامه‌ریزی، اقتصادی، مالی - اداری در واقع آنچه ما مفهوم خاص فرهنگی می‌خوانیم همان بخش فرهنگ است که مؤلفه‌های آن، گاه بخش تفریحات (Recreation)، بخش هنر (Arts) و بخش سرگرمی‌ها (Amusements) و یا به صورت ترکیبی تحت عنوانهایی مثل بخش فرهنگ و تفریحات (Culture and Recreation)، فرهنگ و هنر (Culture and Arts) یا فرهنگ و ورزش (Culture and Sport) و آموزش (Culture and education) و فرهنگ و پژوهش (Culture and research) و فرهنگ و رسانه (Culture and media) و فرهنگ و مذهب (Culture and Religion) و به کار می‌رود. برای تعیین محدوده بخش فرهنگ و فعالیتهای تشکیل‌دهنده آن می‌توان به طبقه‌بندی‌های بین‌المللی فعالیتهای اقتصادی مراجعه کرد.

طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی کلیه رشته‌های فعالیتهای اقتصادی که توسط سازمان ملل برای تهیه حسابهای استاندارد ملی (SNA) طراحی کرده و به طور مرتب اصلاح می‌شود، مهمترین این طبقه‌بندی‌ها است. ترجمه این طبقه‌بندی را مرکز آمار ایران تحت عنوان «طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی کلیه رشته‌های فعالیتهای اقتصادی» در دی ماه ۱۳۷۱ به چاپ رسانده است. همین طبقه‌بندی در سرشماری عمومی صنعت و معدن (۱۳۷۳) در مورد فعالیتهای موجود در اقتصاد ایران به کار رفته و در همین سال مرکز آمار ایران (ستاد سرشماری کشور)، تحت عنوان «راهنمای کدگذاری فعالیتهای اقتصادی ایران: سال ۱۳۷۳ (فهرست موضوعی)» منتشر کرده است.

در این نشریات فعالیتهای فرهنگی چنین طبقه‌بندی شده‌اند:

بخش ۹۲ - فعالیتهای تفریحی، فرهنگی و ورزشی

۹۲۱ - فیلم سینمایی، رادیو، تلویزیون و سایر فعالیتهای سرگرمی

۹۲۱۱ - تولید و توزیع فیلم سینمایی و نوار ویدئو

۹۲۱۲ - نمایش فیلم

۹۲۱۳ - فعالیتهای رادیو و تلویزیون

۹۲۱۴ - هنرهای دراماتیک، موسیقی و سایر فعالیتهای هنری (۱)

...

۹۲۱۹ - سایر فعالیتهای سرگرم کننده و طبقه‌بندی نشده در

جای دیگر

۹۲۲ - خبرگزاریها

۹۲۲۰ - فعالیتهای کارگزاران خبری

۹۲۳ - کتابخانه‌ها، آرشیوها، موزه‌ها و سایر فعالیتهای

فرهنگی

۹۲۳۱ - فعالیتهای کتابخانه و آرشیو

۹۲۳۲ - فعالیتهای موزه‌ها و حفاظت از اماکن و ساختمانهای

تاریخی

۹۲۳۳ - باغهای گیاه‌شناسی، جانورشناسی و فعالیتهای

مربوط به ذخایر طبیعت

۹۲۴ - فعالیتهای ورزشی و سایر فعالیتهای تفریحی

۹۲۴۱ - فعالیتهای ورزشی

۹۲۴۹ - سایر فعالیتهای تفریحی

هر کدام از این کدها در نشریه ستاد سرشماری باز شده و به فعالیتهای کوچکتر و مشخص‌تر خرد شده است. به‌عنوان نمونه فقط فعالیتهای کد ۹۲۱۱ یعنی تولید و توزیع فیلم سینمایی و نوار ویدئویی به ۱۵ بخش تقسیم شده تا تمام مؤسسات و فعالیتهای شغلی انفرادی مربوط به این فعالیتها را به هنگام سرشماری دربرگیرد.

گزارش بانک جهانی تحت عنوان «راهنمای آمار مالییه دولتی» بدون توجه به مؤسسات مسئول فعالیتهای طبقه‌بندی زیر آمده است (۸: ص ۸).

سایر خدمات اجتماعی و محلی

الف - خدمات تفریحی و سایر خدمات اجتماعی

شامل تأسیس و نگهداری تسهیلاتی مثل پارکها، زمینهای بازی، سواحل، استخرهای شنا، اردوگاهها و سایر مکانهای اقامتی، باغهای گیاه‌شناسی و جانورشناسی، کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مؤسسات مشابه، ساختمانهای تاریخی، تالارهای موسیقی، تالارهای اپرا، ارکستر و گروههای هنری.

ب - موج‌فشان‌ها (رادیو و تلویزیون) و مطبوعات

شامل نظارت و حمایت از مطبوعات و رادیو و تلویزیون

ج - خدمات مذهبی

شامل هزینه‌های مذهبی برای حمایت از سازمانهای مختلف مذهبی و فعالیتهای مذهبی سایر سازمانها

یکی دیگر از بحث‌هایی که به تعیین حدود بخش فرهنگ (یا فرهنگ به معنای خاص) مربوط می‌شود، بحث کالاهای فرهنگی (Cultural Goods) است. با توجه به این توضیحات حال به طبقه‌بندی SITIC که طبقه‌بندی استاندارد جهانی از کالاهای فرهنگی است، نگاه می‌کنیم. این طبقه‌بندی براساس طبقه‌بندی یونسکو از فعالیتهای فرهنگی تنظیم شده است و در مورد هر فعالیت کالاهای مرتبط را آورده است. البته این نوع تقسیم‌بندی مرتب مورد تجدیدنظر قرار می‌گیرد و ممکن است نسخه‌های جدیدتری از آن نیز منتشر شده باشد که در دسترس ما نبود.

۱ - کدهای ۹۲۱۵ تا ۹۲۱۸ در نشریه مرکز آمار حذف شده است.

طبقه‌بندی SITIC از کالاهای فرهنگی

کد SITIC	مطالب چاپ شده و ادبیات (مقوله یک FCS)	کد SITIC	ادامه موسیقی (مقوله دو FCS)
۸۹۲-۱	۱- کتاب	۸۹۱-۸۵	- آلات موسیقی برقی
۸۹۲-۱۱	- کتابها، جزوات و... چاپ شده	۸۹۱-۸۹	- سایر آلات موسیقی
۸۹۲-۱۲	- کتابهای نقاشی و مصور کودکان	۸۹۱-۹	- قطعات و ضمایم آلات موسیقی (بجز سیم)
۸۹۲-۲	۲- روزنامه‌ها و مجلات		هنرهای اجرایی و نمایش (مقوله سه FCS)
۸۹۲-۳	۳- سایر مطالب چاپ شده		...
۸۹۲-۱۳	- نقشه‌ها، نقشه‌های آب‌شناسی و غیره		هنرهای دیداری (مقوله چهار FCS)
۸۹۲-۴۱	- صفحات شفاف		۱- نقاشی، به‌طور کامل با دست
۸۹۲-۳۲	- کارت پستال‌های مصور، کارتهای تبریک و غیره چاپ شده	۸۹۶-۰۱	(منهای نقاشیهای صنعتی یا تجاری)
۸۹۲-۹۴	- تقویم‌ها	۸۹۶-۰۲	۲- سنگبری، لیتوگرافی و چاپ
۸۹۲-۹۹	- سایر مطالب چاپ شده (از جمله نقاشی‌ها و عکسهای چاپ شده)	۸۹۶-۰۳	۳- پیکرتراشی و مجسمه‌سازی
	موسیقی (مقوله دو FCS)		سینما و عکاسی (مقوله پنج FCS)
۸۹۱-۱	۱- گرامافون، ضبط صوت و سایر دستگاههای تکثیر صوتی	۸۶۱-۴	۱- دوربین‌های عکاسی
۸۹۱-۱۱	- گرامافون، ضبط صوت و غیره		(بجز دوربین‌های فیلمبرداری) و فلاش
۸۹۱-۱۲	- ضمایم و بخشهای اضافی گرامافون، ضبط صوت و سایر دستگاههای تکثیر صوتی	۸۶۱-۵	۲- دوربین‌های سینمایی، پروژکتور، میکروفون‌های ضبط صدا و ابزار پخش آن
۸۹۱-۲	۲- صفحه‌های گرامافون، نوارهای ضبط صوت، صفحه‌های نشرده و همه وسایل آماده برای ضبط صدا	۸۶۲-۳	۳- ضمایم عکاسی و فیلمبرداری
۸۹۱-۳	۳- آلات موسیقی		- مواد شیمیایی و نورانشان که در عکاسی به کار می‌رود و خرده‌فروشی می‌شود.
۸۹۱-۴۱	- پیانو و سایر آلات دارای صفحه کلید و چنگ	۸۶۲-۴۱	- صفحات عکاسی و فیلم، حساس و نورنبدیده (به صورت ورقه)
۸۹۱-۴۲	- سایر آلات زهی	۸۶۲-۴۲	- فیلم (به صورت حلقه) حساس و نورنبدیده
۸۹۱-۴۳	- سیم آلات زهی	۸۶۲-۴۴	- کاغذ مقوا و پارچه، حساس و ظاهر نشده
۸۹۱-۸۱	- فلوت و آلات نای (هارمونیم و مشابه)	۸۶۲-۴۵	- صفحه، فیلم غیر سینمایی، نورنبدیده و ظاهر شده
۸۹۱-۸۲	- آکاردئون و سازهای دهانی		رادیو و تلویزیون (مقوله شش FCS)
۸۹۱-۸۳	- سایر آلات موسیقی بادی	۷۲۴-۱	۱- گیرنده‌های تلویزیونی
۸۹۱-۸۴	- آلات موسیقی ضربی	۷۲۴-۲	۲- گیرنده‌های رادیویی

مأخذ: (۱: ص ۳۹)

شورای عالی انقلاب فرهنگی به عنوان یکی از عالی‌ترین شوراهای سیاستگذار در عرصه فرهنگ در جلسه پانصد و سی‌ام خود در تاریخ ۱۳۸۲/۹/۲۵ به پیشنهاد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ارزشهای اساسی نظام جمهوری اسلامی و شاخص‌های فرهنگی متناسب با آن را در سه حوزه ۱- تغییرات فکری، بینشی و رفتاری ۲- مصرف کالاها و خدمات فرهنگی ۳- نیروی انسانی، فضاها و تجهیزات فرهنگی دولتی و غیردولتی به شرح ذیل تصویب کرد:

همان‌طور که ملاحظه می‌شود طبقه‌بندی‌های مطرح شده در باب فرهنگ، کالاها و خدمات آن بیشتر به بعد ابزاری فرهنگ تأکید کرده‌اند. اما همان‌طور که قبلاً مطرح شده شعاع دایره فرهنگ فراتر از بعد ابزاری است.

در جامعه ایران موضوع و صنعت فرهنگی و سنجش آن از جمله مقولاتی است که بیشتر مورد توجه بوده است. گرچه میزان توجه محافل اجرایی نسبت به مراکز علمی بیشتر بوده است. شاید یکی از مهمترین فقرهای دانشگاهی در حیطه فرهنگ شفاهی همین موضوع باشد.



- ۱- شاخص‌های تحولات فکری، بینشی، رفتاری
- ۱-۱- میزان اعتقاد به خدا و روز جزا
 - ۲-۱- میزان پایبندی به شعایر فردی و اجتماعی دین اسلام
 - ۳-۱- میزان اعتقاد و التزام به ویژگیهای انسان کامل از نظر دین
 - ۴-۱- میزان اعتقاد و التزام به ویژگیهای اقتصاد اسلامی
 - ۵-۱- میزان پایبندی به هویت ملی و دینی
 - ۶-۱- میزان پایبندی به روابط شرعی میان زن و مرد
 - ۷-۱- میزان پایبندی به قانون
 - ۸-۱- میزان پایبندی به شیوه‌های ارتقای اجتماعی بهنجار
 - ۹-۱- میزان اعتماد مردم به یکدیگر، به گروهها، اقشار، اقوام، نخبگان و دولت
 - ۱۰-۱- میزان اعتقاد و التزام به حاکمیت ضوابط بر روابط
 - ۱۱-۱- میزان اعتقاد به نفس عمل و نه صرفاً عامل عمل
 - ۱۲-۱- میزان پرهیز از توجیه اعمال نابهنجار و فرار از مسؤولیت
 - ۱۳-۱- میزان اعتقاد گروهها و اقشار مختلف اجتماعی به دخالت دین در امور سیاسی
 - ۱۴-۱- میزان مشارکت سیاسی، اجتماعی
 - ۱۵-۱- میزان اعتقاد به تعهد در واگذاری مسؤولیتها (التزام به ارزشهای ملی و دینی)
 - ۱۶-۱- میزان خوشبینی و امید نسبت به اوضاع آینده کشور
 - ۱۷-۱- میزان اعتماد متقابل میان نخبگان سیاسی، اجتماعی
 - ۱۸-۱- میزان وجدان کار
 - ۱۹-۱- میزان مطابقت کالاها و خدمات فرهنگی تولید شده با ارزشهای نظام جمهوری اسلامی

- ارزشهای اساسی نظام جمهوری اسلامی
- ۱- مشروعیت الهی نظام اسلامی
 - ۲- اولویت حفظ نظام اسلامی
 - ۳- کارآمدی نظام اسلامی
 - ۴- عمل به تکلیف
 - ۵- استقلال طلبی، ظلم‌ستیزی و استکبارستیزی
 - ۶- آزادی مشروع
 - ۷- مشارکت سیاسی، اجتماعی و فرهنگی
 - ۸- بسط و گسترش عدالت اجتماعی و حمایت از محرومان
 - ۹- وحدت کلمه آحاد ملت و دولت و ملت
 - ۱۰- خودکفایی علمی و نهضت نرم‌افزاری
 - ۱۱- التزام عملی به دین اسلام
 - ۱۲- ایثارگری و شهادت طلبی
 - ۱۳- وجدان کار و مسؤولیت‌پذیری
 - ۱۴- پیوند دین و سیاست و جدا نبودن آنها
 - ۱۵- حفظ و احیای هویت دینی و ملی و مبارزه با تهاجم فرهنگی بیگانه
 - ۱۶- احترام به قانون و انضباط اجتماعی
 - ۱۷- حفظ و احیای معنویات و اخلاق اسلامی و نفی مادی‌گری و تجمل‌گرایی
 - ۱۸- خردورزی و منطق‌گرایی، پایبندی به عقل و تجربه و مبارزه با خرافات و عوام‌فریبی
 - ۱۹- خدمت‌رسانی به مردم
 - ۲۰- اسلامی شدن مراکز آموزشی و فرهنگی
 - ۲۱- حفظ کیان خانواده و تأکید بر جایگاه زنان، جوانان و نخبگان در جامعه

۲۰-۱- میزان اعتقاد و اعتماد به توان خودی در توسعه علمی، صنعتی کشور و نداشتن اعتماد به بیگانگان
 ۲۱-۱- میزان خدمات رسانی به مردم
 ۲۲-۱- میزان پایبندی به سنت‌های مقبول شرعی و عرفی
 ۲۳-۱- میزان پایبندی به موازین عقلی و دوری از خرافات
 ۲۴-۱- میزان اعتقاد به دفاع از کیان اسلامی و دفع تهاجم بیگانگان از جمهوری اسلامی
 ۲۵-۱- میزان اعتقاد به سهم کشور در تولید علم و اطلاعات و پژوهش‌های علمی در عرصه‌های جهانی

۲- شاخص‌های مصرف کالاها و خدمات فرهنگی

۱-۲- سرانه مطالعه کتب غیردرسی
 ۲-۲- سرانه مطالعه روزنامه
 ۳-۲- سرانه استفاده از رسانه‌های سمعی و بصری
 ۴-۲- سرانه استفاده از هنرهای نمایشی (سینما، تئاتر و موسیقی زنده)
 ۵-۲- سرانه شرکت در مراسم و مجالس مذهبی
 ۶-۲- سرانه بازدید از نمایشگاه‌های فرهنگی و هنری
 ۷-۲- سرانه بازدید از موزه‌ها، اماکن و آثار تاریخی (میراث فرهنگی)
 ۸-۲- سرانه مسافرت‌های سیاحتی و زیارتی
 ۹-۲- سرانه فعالیت‌های ورزشی بر حسب ساعت (فردی و همگانی)
 ۱۰-۲- میزان برخورداری خانوار از رایانه
 ۱۱-۲- میزان بهره‌مندی افراد از رسانه‌های مکتوب و صوتی، تصویری خارجی
 ۱۲-۲- میزان استفاده از برنامه‌های رادیو و تلویزیون (به تفکیک)

۳- شاخص‌های توسعه فرهنگی، نیروی انسانی، فضاها و تجهیزات فرهنگی

الف - کتاب

۱-۲- شمارگان کتاب
 ۲-۲- سهم عناوین کتابهای چاپ اول به کل عناوین
 ۳-۲- سهم عناوین کتابهای تألیف شده به کل عناوین منتشر شده
 ۴-۲- نسبت عناوین کتابهای ترجمه شده به کل عناوین
 ۵-۲- مصرف کل کاغذ فرهنگی (چاپ و نشر)
 ۶-۲- نسبت شمارگان کتابهای دینی به کل شمارگان کتابها
 ۷-۲- نسبت عناوین کتابهای دینی به کل عناوین کتاب
 ۸-۲- نسبت شمارگان قرآن کریم به کل کتابهای منتشره و کتابهای دینی
 ۹-۲- تعداد مؤلفان و مترجمان
 ۱۰-۲- تعداد تشکلهای صنعتی، حرفه‌ای در بخش کتاب
 ۱۱-۲- تعداد کتابفروشی‌ها
 ۱۲-۲- سرانه زیربنای کتابخانه‌های عمومی (کتابخانه‌های عمومی شهری، مساجد و روستایی)

۱۳-۲- نسبت کتابهای امانت داده شده به کل موجودی کتاب در کتابخانه‌های عمومی
 ۱۴-۲- تعداد مراجعان به کتابخانه‌های عمومی
 ۱۵-۲- تعداد مراجعان به کتابخانه‌های مراکز آموزشی (مدارس و مراکز آموزش عالی)
 ۱۶-۲- تعداد کتابخانه‌های مجهز به فناوری اطلاعات و ارتباطات
 ۱۷-۲- تعداد ناشران کشور به تفکیک فعال و غیرفعال
 ۱۸-۲- ظرفیت چاپخانه‌ها به تفکیک ورق

ب - مطبوعات

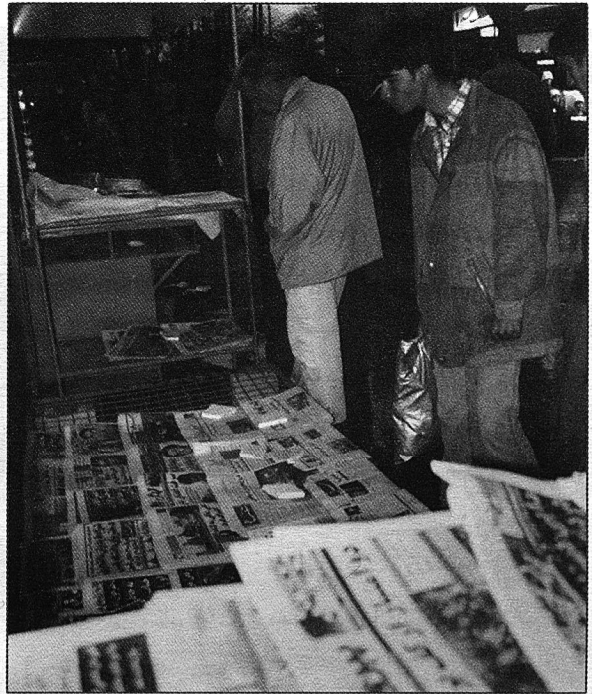
۱-۲- سرانه شمارگان مطبوعات (بجز روزنامه) به ازای هر ده هزار نفر
 ۲-۲- عناوین مطبوعات بجز روزنامه
 ۳-۲- سرانه شمارگان روزنامه
 ۴-۲- عناوین روزنامه
 ۵-۲- عناوین مطبوعات غیرفارسی داخلی به کل عناوین مطبوعات
 ۶-۲- تعداد نشریات الکترونیکی
 ۷-۲- تعداد مطبوعات حوزه دین به کل مطبوعات
 ۸-۲- تعداد ده‌ها و مراکز تک‌فروشی مطبوعات
 ۹-۲- تعداد اعضای شاغل در هیأت تحریریه مطبوعات
 ۱۰-۲- تعداد تشکلهای صنعتی، حرفه‌ای در بخش مطبوعات

پ - سینما

۱-۲- سرانه ظرفیت سالن‌های سینما (صندلی / سالن)
 ۲-۲- تعداد فیلم‌های سینمایی تولید شده
 ۳-۲- تعداد فیلم‌های وارداتی بر پرده آمده
 ۴-۲- تعداد تماشاگران فیلم‌های داخلی
 ۵-۲- تعداد تماشاگران فیلم‌های خارجی
 ۶-۲- تعداد تشکلهای صنعتی، حرفه‌ای در حوزه سینما
 ۷-۲- نسبت فیلم‌های مذهبی تولید شده به کل فیلم‌ها
 ۸-۲- نسبت فیلم‌های تاریخی-ملی تولید شده به کل فیلم‌ها

ت - موسیقی، تئاتر و سایر فعالیت‌های هنری

۱-۲- سرانه صندلی مراکز اجرای برنامه موسیقی و تئاتر
 ۲-۲- عنوانهای موسیقی تولید شده به تفکیک موضوع
 ۳-۲- شمارگان موسیقی تولید شده
 ۴-۲- تعداد نمایشهای اجرا شده
 ۵-۲- نسبت نمایشنامه‌های مذهبی تولید شده به کل نمایشنامه‌ها
 ۶-۲- نسبت نمایشنامه‌های تاریخی، ملی تولید شده به کل نمایشنامه‌ها
 ۷-۲- تعداد تماشاگران برنامه‌های هنری
 ۸-۲- شمارگان نوارهای صوتی تولید شده به تفکیک موضوع
 ۹-۲- تعداد فروشگاههای عرضه محصولات هنری



- ۵-۳- تعداد دفاتر خبرگزاری ایران در خارج از کشور
- ۶-۳- تعداد خبرنگاران خبرگزاری‌های داخلی
- ۷-۳- تعداد خبرنگاران خارجی شاغل در کشور

ح - سایر رسانه‌های صوتی، تصویری

- ۱-۳- تعداد سایت‌های اینترنتی فارسی‌زبان داخلی
- ۲-۳- تعداد ویلاک‌ها و آی‌اس‌پی‌های فارسی‌زبان
- ۳-۳- تعداد نرم‌افزارهای چند رسانه‌ای تولید شده داخلی به تفکیک موضوع

خ - امور مذهبی

- ۱-۳- نسبت مساجد دارای امام جماعت به کل مساجد
- ۲-۳- نسبت مساجد دارای کتابخانه و محل اجتماعات فرهنگی به کل مساجد
- ۳-۳- نسبت مساجد مجهز به فناوری اطلاعات و ارتباطات به کل مساجد

- ۴-۳- تعداد زائران اماکن مذهبی خارج از کشور
- ۵-۳- تعداد کانونهای قرآنی موجود در کشور
- ۶-۳- تعداد موقوفات جدید ثبت شده (در طی سال)
- ۷-۳- تعداد رقبات به تفکیک نوع
- ۸-۳- تعداد مدارس دینی به تفکیک جنسیت
- ۹-۳- تعداد مؤسسات آموزشی و پژوهشی دینی
- ۱۰-۳- تعداد طلاب کشور

- ۱۱-۳- نسبت روحانیون کشور به ازای هر هزار نفر جمعیت
- ۱۲-۳- نسبت تشکلهای و هیأت‌های دینی به تشکلهای غیردولتی
- ۱۳-۳- نسبت تشکلهای و هیأت‌های دینی بانوان به کل تشکلهای دینی
- ۱۴-۳- نسبت مجتمع‌های در اختیار تشکلهای دینی به کل مجتمع‌ها

- ۱۵-۳- تعداد حسینیه‌های موجود در کشور
- ۱۶-۳- تعداد سایت و نرم‌افزارهای دینی
- ۱۷-۳- تعداد سخنرانی‌های مذهبی
- ۱۸-۳- تعداد مؤسسات خیریه ثبت شده
- ۱۹-۳- تعداد اماکن مذهبی اقلیت‌های دینی
- ۲۰-۳- تعداد نمازخانه‌ها
- ۲۱-۳- تعداد آگهی‌های فرهنگی، مذهبی در رسانه‌ها و تبلیغات شهری به کل آگهی‌ها

د - میراث فرهنگی و امور سیاحتی

- ۱-۳- تعداد آثار تاریخی ثبت شده (منقول و غیرمنقول)
- ۲-۳- تعداد اماکن تاریخی مکشوفه
- ۳-۳- تعداد آثار تاریخی مرمت شده به کل آثار تاریخی
- ۴-۳- تعداد موزه‌ها

- ۵-۳- تعداد تخت‌های اماکن اقامتی عمومی
- ۶-۳- تعداد بازدیدکنندگان از موزه‌ها و آثار تاریخی
- ۷-۳- ضریب اشغال اماکن اقامتی عمومی (نفر / تخت)
- ۸-۳- تعداد سفرها به خارج از کشور (به استثنای زائران اماکن مذهبی)

- ۱۰-۳- تعداد ناشران آثار صوتی، تصویری
- ۱۱-۳- تعداد نگارخانه‌ها
- ۱۲-۳- تعداد تشکلهای صنفی، حرفه‌ای در بخش هنر

ث - ورزش

- ۱-۳- ظرفیت اسمی سالن‌ها و میدانهای ورزشی (تماشاگران)
- ۲-۳- تعداد تماشاگران مسابقات ورزشی
- ۳-۳- سرانه مساحت اردوگاههای فرهنگی - تفریحی به کل دانش‌آموزان
- ۴-۳- سرانه فضاهای ورزشی ثبت شده به تفکیک عمومی و دانشجویی
- ۵-۳- سرانه فضاهای ورزشی مدارس
- ۶-۳- تعداد ورزشکاران فعال در ورزشهای قهرمانی
- ۷-۳- تعداد ورزشکاران شرکت کننده در مسابقات بین‌المللی
- ۸-۳- تعداد باشگاههای ورزشی
- ۹-۳- تعداد تشکلهای صنفی، حرفه‌ای در بخش ورزش
- ۱۰-۳- تعداد مسابقات ورزشی بین‌المللی برگزار شده در داخل

ج - رادیو، تلویزیون

- ۱-۳- میزان تولید و پخش برنامه‌های رادیویی
- ۲-۳- میزان تولید و پخش برنامه‌های تلویزیونی
- ۳-۳- گیرنده‌های رادیویی و تلویزیونی به ازای هر خانوار

چ - خبرگزاری

- ۱-۳- تعداد خبرهای تولید شده بر حسب کلمه و به تفکیک موضوع و زبان
- ۲-۳- تعداد مشترکان اخبار خروجی
- ۳-۳- تعداد خبرگزاری‌های داخلی
- ۴-۳- تعداد دفاتر خبرگزاری‌های خارجی در ایران

- ۹-۳- تعداد گردشگران داخلی به اماکن زیارتی و سیاحتی
 ۱۰-۳- تعداد گردشگران وارد شده به کشور
 ۱۱-۳- نسبت شرکت‌کنندگان در اردوهای دانشجویی و دانش‌آموزی به کل گردشگران داخلی

ذ- اقتصاد فرهنگ، پژوهش و مشارکت فرهنگی

- ۱-۳- ضریب جینی
 ۲-۳- درآمد سرانه
 ۳-۳- نسبت بودجه فرهنگی دولت به کل بودجه عمومی
 ۴-۳- سهم اعتبارات پژوهشی فرهنگی به کل اعتبارات پژوهشی
 ۵-۳- تعداد واگذاری مدیریت مراکز فرهنگی، هنری و ورزشی دولتی به بخشهای غیردولتی
 ۶-۳- تعداد سازمانهای فرهنگی، هنری غیردولتی (NGOها)
 ۷-۳- تعداد انجمن‌های فرهنگی، هنری غیردولتی
 ۸-۳- میزان تقدیر از پدیدآورندگان کالاها و خدمات فرهنگی
 ۹-۳- میزان یارانه اختصاص یافته به کالاها و خدمات فرهنگی
 ۱۰-۳- تعداد مراسم برگزار شده برای تجلیل از مشاهیر دینی، علمی و فرهنگی

ر- مبادلات فرهنگی

- ۱-۳- تعداد دفاتر نمایندگی فرهنگی ایران در خارج از کشور
 ۲-۳- تعداد کرسی‌های زبان و ادبیات فارسی در خارج از کشور
 ۳-۳- تعداد مبلغان مذهبی اعزام شده به خارج از کشور
 ۴-۳- تعداد دانشجویان و طلاب خارجی شاغل به تحصیل در داخل
 ۵-۳- تعداد فیلم‌های ایرانی به روی پرده آمده در خارج از کشور
 ۶-۳- تعداد نمایشنامه‌های ایرانی اجرا شده در خارج از کشور
 ۷-۳- دفعات اجرای برنامه موسیقی زنده در خارج از کشور
 ۸-۳- تعداد بازدیدکنندگان خارجی از کشور
 ۹-۳- تعداد همایشهای برگزار شده در خارج از کشور به همت ایرانی‌ها
 ۱۰-۳- تعداد مراکز اسلامی خارج از کشور که ایرانی‌ها اداره می‌کنند.
 ۱۱-۳- تعداد مراکز ایران‌شناسی خارج از کشور که ایرانی‌ها اداره می‌کنند.
 ۱۲-۳- تعداد کتابهای فارسی ترجمه شده به زبانهای دیگر
 ۱۳-۳- تعداد کتابها به زبان غیرفارسی که ایرانیان نوشته و منتشر کرده‌اند.

ز- وسایل ارتباطی

- ۱-۳- سرانه خط تلفن به ازای هر ۱۰۰۰ نفر
 ۲-۳- تعداد دفاتر پست به ازای هر ۱۰۰۰۰۰ نفر
 ۳-۳- تعداد مشترکان تلفن همراه به ازای هر ۱۰۰۰۰ نفر
 ۴-۳- تعداد مشترکان اینترنت

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری از بحث

فرهنگ و توسعه آن از جمله مقولاتی است که همواره مورد توجه اندیشمندان، سیاستگذاران و مدیران جامعه بوده است. مقوله فرهنگ در دوره‌های گوناگون تاریخی اهمیت مختلف داشته است. در برخی از زمانها به عنوان متغیر توصیف‌کننده جوامع و رفتارهای اعضای آن مورد استفاده واقع شده و در برخی از دوره‌های زمانی دیگر به عنوان متغیر مهم در زندگی فردی و اجتماعی و پیشرفت و توسعه کشورها مورد توجه واقع شده است. وزن و شدت تأثیر فرهنگ در سطح کلان زندگی اجتماعی و لایه‌های آن مشتمل بر اقتصاد، سیاست و جامعه در دهه‌های اخیر نزد صاحب‌نظران و کارگزاران اجرایی مهمتر ارزیابی شده است. گنجاندن دهه توسعه فرهنگی در سالهای پایانی قرن بیستم نشان از این موضوع دارد.

در سطح خرد یعنی افراد و گروههای اجتماعی مقوله فرهنگ به عنوان متغیر تأثیرگذار پنداشته شده است. همچنین در این سطح پیامدهای موضوع فرهنگ بر آینده فرد و روابط اجتماعی دلمشغولی اندیشمندان حوزه فرهنگ با رویکرد رفتارگرایی هم بوده است.

علاوه بر جایگاه فرهنگ و رابطه آن با جامعه و عناصر تشکیل‌دهنده آن، موضوع فرهنگ همواره به عنوان یک بحث نظری مورد توجه نظریه‌پردازان قرار داشته است. گرچه این بخش از «فرهنگ‌شناسی» به اندازه کافی غنی نیست و شاید بسیاری از ابهامات در زمینه مؤلفه‌ها و عناصر فرهنگ و ارتباط آن با سایر قلمروهای زندگی ناشی از ضعف‌های نظری در این عرصه باشد.

در باب روش پژوهش و روش‌شناسی مطالعات فرهنگی در قرن اخیر شاهد تلاشهای ارزنده‌ای بوده‌ایم که به‌طور عمده مردم‌شناسان انجام داده‌اند. آنان با استفاده از شیوه‌های مشاهده توأم با مشارکت توانسته‌اند سطوحی از زندگی فرهنگی را آشکار سازند که برای هر یک از خوانندگان آثارشان جالب بوده است. در دهه‌های میانی نیمه دوم قرن بیستم با تفوق روشهای کمی جامعه‌شناختی شاهد افول روشهای کیفی در عرصه فرهنگ بوده‌ایم. اما در پایان قرن بیستم، روشهای کیفی بازگشتی قدرتمندانه به عرصه روش‌شناسی داشته‌اند. در نتیجه روشهای پژوهش در فرهنگ نه تنها هویت جدیدی یافته است، بلکه سایر شاخه‌های علوم انسانی را نیز تحت تأثیر خود قرار داده است. به طوری که سیطره روش کمی در حوزه علوم رفتاری از بسین رفته است. اما با وجود این انسجام بخشی و واضح‌سازی و کامل کردن آن از جمله ضروریات حیطه روش‌شناسی فرهنگ است.

یکی از مقوله‌های مهم که حلقه اتصال بین روش و نظریه در فرهنگ به شمار می‌رود بحث مؤلفه‌های فرهنگ است. بحث مؤلفه‌ها هنگامی مطرح می‌شود که با موضوع پیچیده‌ای سروکار داشته باشیم و بخواهیم سیاستهای

یعنی فرهنگ و جامعه برقرار می‌گردد. برای مشخص کردن مؤلفه‌های فرهنگ راهی جز نگرستن به فرهنگ از زاویه زندگی اجتماعی نیست. فرهنگ در جامعه به دلیل ماهیت سیال آن به مانند خونی است که در شریان اجتماع جریان دارد. به همین دلیل دسته‌بندی و تعیین قلمروهای مشخص برای فرهنگ دشوار است. زیرا جامعیت مقوله فرهنگ موجب می‌شود که قلمروهای تعیین شده با یکدیگر تداخل داشته در نتیجه صفت مانعیت که برای طبقه‌بندی ضروری است با مشکل مواجه است. علاوه بر تعیین قلمروهای فرهنگ، تعیین ابعاد فرهنگ نیز دشوار است. براساس مباحث مطرح شده مهمترین عناصر تشکیل دهنده مفهوم فرهنگ دانش (اطلاعات)، ارزشها و هنجارهاست.

هنجار به‌عنوان یک مفهوم مرکزی و هسته‌ای در حوزه فرهنگ مطرح است. فضای مفهومی این واژه با توجه به کاربرد بسیار زیاد آن مشخص نیست. لاوتمن (Loutman) (1961) در یک بررسی عمیق از ۱۶۸ دانشمند علوم اجتماعی، تفاوتها و وجوه اشتراک مفاهیم ارزش و هنجار را تشریح کرد و نشان داده است که این واژه‌ها، هر بار از سوی دانشمندان مختلف با فضای مفهومی نسبتاً متفاوت استفاده شده است (۳: ص ۱۷۸).

هنجار واژه‌ای است که برای کلمه norm به کار برده می‌شود. این واژه در زبان لاتین و یونانی به معنای «مقیاس» است. با این مفهوم که هر جزئی که بخواهد در یک شبکه کلی‌تر قرار گیرد، باید با آن شبکه «جور» و مقیاسش با آن متناسب باشد. هنجارها در زندگی اجتماعی دارای مشخصه‌هایی هستند. هنجارها، مقیاس و قاعده‌هایی هستند برای رفتار و تنظیم روابط که اکثریت از آنها پیروی می‌کنند و پیروی نکردن از آنها مجازات دارد (۳: ص ۱۸۵). هنجارها به گونه‌های مختلف قابل طبقه‌بندی هستند.

ملاک‌های این طبقه‌بندی عبارت‌اند از:

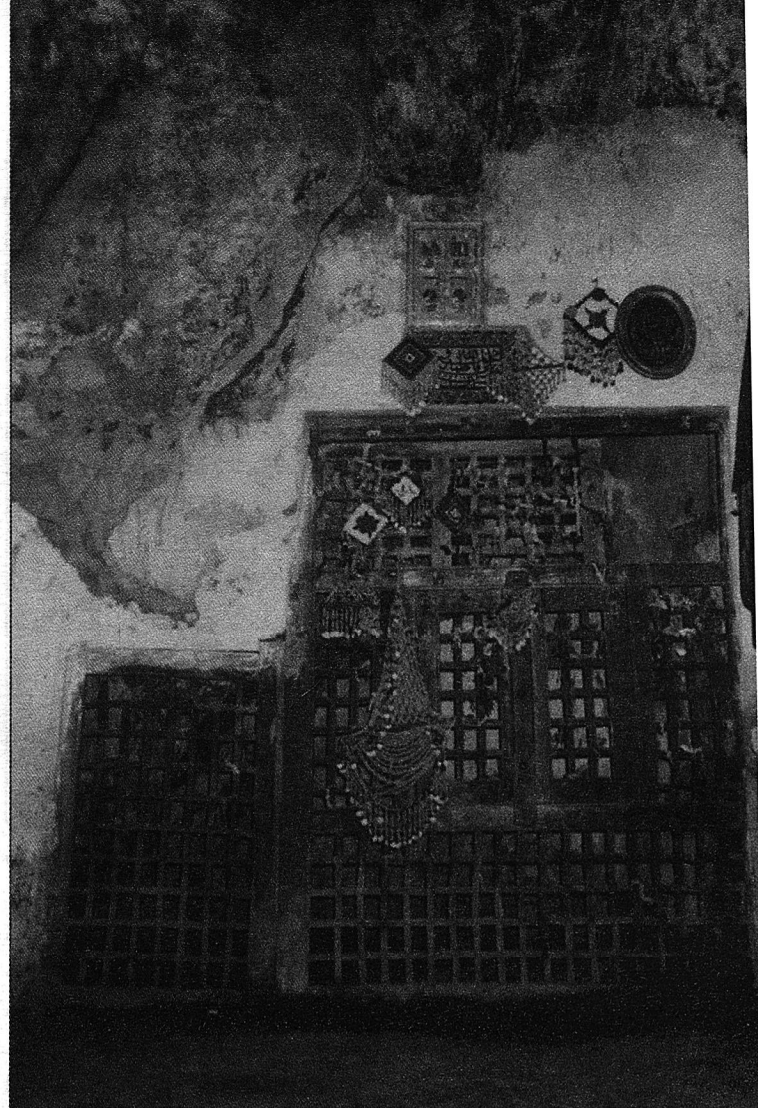
۱- میزان آگاهی مردم از هنجارها: در این ملاک هنجارها را می‌توان به شرح ذیل برشمرد:

- عادات: بسیاری از قاعده‌مندی رفتارهای اجتماعی که بر اثر تکرار به وجود می‌آیند مثل دست دادن افراد هنگام ملاقات

- آداب و رسوم: این نوع هنجار به لحاظ زمانی نوعی هنجار تلقی می‌شود که مردم مدت بیشتری به آن عمل کرده‌اند.

- قوانین، مقررات و قراردادهای اجتماعی: هنجارهایی هستند که برای تأمین منافع و خواسته‌های مردم وضع می‌شوند.

۲- میزان درونی شدن هنجارها: در این طبقه‌بندی، هنجارها به دو دسته هنجارهای درونی شده و هنجارهای بیرونی تقسیم می‌شوند. هنجارهای بیرونی از جانب قدرت مافوق برای اعضای جامعه نوشته شده و در قالب قوانین و آیین‌نامه‌ها تعیین می‌شود بدون آنکه اعضای جامعه در تعیین هنجارها دخالت داشته باشند. به طوری که قبل از



آنرا مشخص کرده، برنامه‌ها را طراحی و اجرا کنیم. همچنین چگونگی اجرا و تأثیرات آنرا اندازه‌گیری کرده و کم و کیف آنرا مشخص نماییم. به بیان ساده‌تر یک نوع مهندس فرهنگ داشته باشیم.

با قاطعیت می‌توان گفت که مقوله فرهنگ یکی از مفاهیم پیچیده است. برای توصیف دقیق و تبیین علمی این پدیده چاره‌ای جز ارائه تعریف روشن و عملی نیست. با وجود تنوع تعاریف مطرح شده در باب فرهنگ و عناصر تشکیل دهنده آن این اجماع وجود دارد که بخش مهم فرهنگ عناصر معنوی است. گرچه برخی از فرهنگ‌شناسان و از جمله سازمان فرهنگی و آموزشی ملل متحد (یونسکو) عناصر مادی را همراه با عناصر معنوی جزو فرهنگ دانسته است، فصل مشترک تعاریف مطرح شده در باب فرهنگ، فرهنگ معنوی است. کوچکترین واحد فرهنگ، عنصر فرهنگی است که دربردارنده معنی و منظوری است. از ارتباط و اتصال معانی و مجموعه معانی حول یک موضوع که عده‌ای از افراد پذیرفته‌اند، مجموعه فرهنگی شکل می‌گیرد.

مجموعه فرهنگی از آن هنگامی که مورد پذیرش و حمایت گروهی از افراد قرار می‌گیرد به عرصه جامعه وارد می‌شود و بدین ترتیب اتصال دو بخش مهم نظام اجتماعی

هنجار	ارزش	معنای اصلی مجموعه فرهنگی	مؤلفه‌های فرهنگ عناصر فرهنگ
عبادت تمرین، آمادگی، رقابت آفرینش و تولید آفرینش، خلاقیت تجربه و آزمایش رقابت، انتخابات، جایگزینی راه‌حل‌های عملی و عمل‌گرایی در حل مسائل	ایمان، تعالی و رستگاری سلامتی، با نشاطی زیبایی احساس و درک شناخت، دانایی نظم، عدالت، امنیت، رفاه کاربرد عملی اطلاعات و آگاهی لذت، باز توانی جسمی و روحی و شادمانی استمرار حیات آرامش آموختن هویت تاریخی حمایت و مراقبت ناسازگاری تغییر تساوی‌گرایی تفکر اعتراض	فلسفه بودن و زیستن قوت جسمانی آفرینشگری خلاقانه بیان کشف مجهولات قدرت و اثرگذاری مهارت و توانمندی پیام انبساط روحی پایداری محیط‌زیست سکونت و اقامت یاددهی و یادگیری دستاوردهای پیشینیان تمایز از دیگران لازم‌التوجه نامتعادل تغییر شرایط متفاوت ایده وضع موجود و موقعیت فردی و اجتماعی استفاده بهینه از امکانات	فرهنگ و مذهب فرهنگ و ورزش فرهنگ و هنر فرهنگ و ادبیات فرهنگ و علم فرهنگ و سیاست فرهنگ و فناوری فرهنگ و رسانه فرهنگ و فراغت فرهنگ و محیط‌زیست فرهنگ و مسکن فرهنگ و آموزشی فرهنگ و میراث‌گذشتگان فرهنگ و گروه‌های اجتماعی زنان و جوانان فرهنگ و معضلات اجتماعی فرهنگ، تغییرات و تحولات اجتماعی فرهنگ و جنسیت فرهنگ و نظام اندیشه فرهنگ و جرم فرهنگ و نگهداری تجهیزات فرهنگ و مصرف فرهنگ و تولید فرهنگ و بهداشت و درمان فرهنگ و سنتها فرهنگ و قومیت فرهنگ و سازمانها فرهنگ و زبان فرهنگ و اقلیتهای دینی فرهنگ دفاع و جنگ فرهنگ و مدیریت فرهنگ و حقوق فرهنگ و خانواده
انجام ورزش همکاری با منابع طبیعی آموزش رسمی و غیررسمی انتقال و آشناسازی توانمندسازی، باز تعریف موقعیتهای هنجارشکنی تغییر نقشها و ساختارها باز تعریف نقشها و نگرشها بررسی، نقد، آکادمی اتاق فکر تخریب، به هم زدن تعادل حفظ و نگهداری مصرف بهینه پاسخگویی به نیازها بیشگیری و درمان برگزاری سنتها، آیینها و مراسم محلی‌گرایی روابط سازمانی سخن و گفت‌وگو مقاومت و نبرد قانون همکاری	عقل معاش، افزایش حس تعلق، مالکیت همگانی ذخیره انرژی کشف و اختراع سلامت و تندرستی نظم و استمرار گذشته قوم‌گرایی به‌حداکثر رساندن انرژی جمعی فهم تنوع فرهنگی و اجتماعی پایداری نتیجه‌گیری عدالت وفاداری، صداقت	بهره‌برداری ایجاد و افزایش حفظ و مراقبت عادت، تکرار هویت خدمت‌سازمانی ارتباط و معنا تمایز با اکثریت ماندگاری هدایت و سازماندهی برابری آرامش و یگانگی	

تعیین زمان زیادی به بحث و جدل درباره نیاز و اهمیت هنجار گذاشته شده و با ایجاد وحدت نظر و سپس در قالب نظرخواهی از مردم این هنجار به عنوان قانون وضع می شود. مردم عموماً از هنجارهای بیرونی تبعیت نمی کنند و در برخی از مواقع تبعیت نکردن به انزجار از تعیین کنندگان هنجارها تبدیل می شود. هر چند که آن هنجارها با نظر خیرخواهانه برای مردم وضع شده و برای جامعه مفید باشند.

۳- مدت زمان یا پایداری هنجارها: از نظر زمانی برخی از هنجارها عمری طولانی تر دارند تا جایی که عمر آنها از عمر انسانها یا حتی چند نسل بیشتر است و برخی دیگر بسیار کوتاه و زودگذرند. مد از نوع هنجارهای زودگذر و سنت از نوع هنجارهای پایدار است.

۴- تعداد افراد پیروی کننده: برخی از هنجارها پیروان زیادی دارد و برخی از هنجارها فقط در گروههای کوچک رایج هستند. مثل هنجارهای کبوتربازی در بین کفتربازها
۵- میزان الزامی بودن هنجارها: هنجارها بر حسب الزام یا نداشتن الزام به رعایت آن دسته بندی های مختلف دارد. برخی حتماً باید رعایت شوند و برخی قاعداً رعایت می گردند. در حوزه هنجارهای مذهبی طیف هنجارها نشان دهنده اهمیت به لحاظ الزام می باشد.

حرام — مکروه — مباح — مستحب — حلال یا ثواب
دانش ها در حیطه فرهنگ آکاهیهایی است که فرد در فرایند آموزش رسمی و غیر رسمی کسب کرده است. مدرسه و دانشگاه از عوامل رسمی فرهنگ پذیری است. تعامل اجتماعی و رسانه های ارتباط جمعی از عوامل فرهنگی پذیر غیررسمی هستند. فرد با تعامل با هموعان خود، گروههای اجتماعی، سازمانها و مؤسسات و به طور کل محیط اجتماعی، اطلاعات مورد نیاز را کسب کرده و به تبادل داده ها و اطلاعات می پردازد.

در فرایند جامعه پذیری و زندگی اجتماعی برخی از امور برای افراد مهمتر محسوب می شود و به اصطلاح نظام ارزشی شکل می گیرد. ارزشها به لحاظ فرهنگی و اجتماعی اموراتی هستند انتزاعی که برای فرد مهم است. طیف و دامنه ارزشها بر حسب حیطه های مختلف زندگی گسترده است. در جهان مذهبی فرد، ارزشهای مذهبی جای گرفته و نوع و الگوی زندگی فرد را معین می سازد. در عرصه فعالیت اقتصادی و تأمین معاش ارزشهای اقتصادی نقش تعیین کننده دارد. در عرصه سیاسی، ارزشهای سیاسی الگو دهنده زندگی فرد در تعاملات سیاسی است. در عرصه زندگی جمعی نظیر خانواده تعاملات با انجمنها و تشکلهای اجتماعی، ارزشهای اجتماعی، سنت و آیینهای اجتماعی راهنمای عمل قرار می گیرد. در حوزه علم ارزشهای علمی چون کشف و شناخت اصل قرار می گیرد و در عرصه ارتباط با محیط زیستی و جغرافیایی نظام ارزشی زیست محیطی مهم است.

نکته پایانی

در جمع بندی باید گفت که عرصه فرهنگ میدان وسیعی از زندگی فردی و اجتماعی را شامل می شود. برای مطالعه فرهنگ چاره ای جز محدود کردن آن به زندگی اجتماعی نیست. دایره زندگی اجتماعی قلمروهای گسترده ای دارد که هر کدام به نحوی از انحاء تحت تأثیر فرهنگ هستند.

با توجه به مطالعات پیشین و شاخص های پیشنهادی در عرصه جهانی و ملی می توان نتیجه گرفت که مقوله فرهنگ قلمروهای متعددی را دربر گرفته و شامل مجموعه های مختلفی است. بدون شک پرداختن به تمامی قلمروها و عناصر تشکیل دهنده آن به سهولت امکان پذیر نبوده و مستلزم تکمیل، در گذر زمان است.

جدول ذیل، مؤلفه ها و هسته اصلی معنایی و ارزش مهم مجموعه های فرهنگی اصلی را نشان می دهد.

منابع

- ۱- اجلالی، پرویز. سیاستگذاری و برنامه ریزی فرهنگی در ایران، انتشارات آن، تهران، ۱۳۷۹.
- ۲- رجب زاده، احمد. رفتارهای فرهنگی ایرانیان، دفتر طرحهای ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران، ۱۳۸۱.
- ۳- رفیع پور، فرامرز. آنا تومی جامعه، انتشارات شرکت انتشار، تهران، ۱۳۷۹.
- ۴- شورای فرهنگ عمومی، سیاست فرهنگی و الگوی ارائه گزارش در فعالیتهای فرهنگی، انتشارات باز، تهران، ۱۳۷۸.
- ۵- طبرسا، غلامعلی و فاطمه گل حسینی. تبیین شاخصهای فرهنگی، بخش سینما، معاونت طرح و برنامه ریزی و تحول اداری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران، ۱۳۸۴.
- ۶- ماتیو، ال. تی. نظام آماری برای برنامه ریزی فرهنگی در آسیا، ترجمه شهلا اشرف، ویکتوریا منصوره مؤید، وزارت برنامه و بودجه، تهران، ۱۳۶۳.
- ۷- هانتینگتون، ساموئل و لارنس هریسون. اهمیت فرهنگ، ترجمه انجمن توسعه مدیریت ایران، انتشارات امیرکبیر، تهران، ۱۳۸۳.
- ۸- یونسکو، فرهنگ و توسعه، ترجمه نعمت الله فاضلی، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران، ۱۳۷۶.
- ۹- یونسکو، گزارش جهانی فرهنگ، گروه مترجمان، انتشارات کمیسیون ملی یونسکو در ایران، تهران، ۲۰۰۰.
- 10- Unesco (1982). cultural statistic and cultural deretopment, Jeneral policies.
- 11- Unesco (1980). guide for drawing up cultural acaaccounts and the class is ation of statistic on public expend diture on cultural activities, belgrade, oct (jeneral conference of unesco).