

Investigating the state of culture economy in Ilam province and ways to strengthen it; by emphasizing the identification of local capacities

Aziz Kalantari

Director of Pemayish Gostar Ilam cultural-artistic institute, Ilam, Iran
(Corresponding author).

kalantari.aziz@gmail.com

Ali Hashemi

Master Of Cultural Studies, Tehran, Iran.

alhashemi91990@gmail.com

Abstract

The present research aims to investigate the state of the economy of culture in Ilam province and ways to strengthen it; it has been done by emphasizing the identification of local capacities in the qualitative paradigm and by thematic analysis method. The target community included all activists and experts in the field of culture and art in Ilam province, and sampling was done based on theoretical saturation with 35 samples. A semi-structured interview was used to collect data. The results showed that the most important areas with investment capacity based on the culture economy model in Ilam province are: literature area, handicraft area, visual arts area, customs area, theater area and music area. Currently, except for the field of drama and to some extent in the field of music, there is an unfavorable situation in other fields in the province. Obstacles and restrictions, including economic barriers; Organizational and managerial obstacles; social structural barriers; cultural structural barriers; barriers to marketing and advertising; Visible weaknesses in artists and... have been the most important obstacles in the way of improving the situation. In order to overcome these limitations, solutions can be proposed, including: 1-Change in management methods and policies, 2-Creating the necessary background and platform, 3-Financial support for the production of cultural and artistic works, 4-Improving the quality of artists' works, and 5-Adequate advertising and marketing and practical measures to sell works, including the establishment of various markets, the launch of various festivals and exhibitions, etc.

Keywords: Culture Economics, Culture and Art, Local Capacities, Ilam Province.

بررسی وضعیت اقتصاد فرهنگ در استان ایلام و راهکارهای تقویت آن؛ با تأکید بر شناسایی ظرفیت‌های محلی

عزیز کلانتری

دکترای جامعه‌شناسی اقتصاد توسعه، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
kalantari.aziz@gmail.com

علی هاشمی

کارشناس ارشد رشته مطالعات فرهنگی، تهران، ایران.
alihazemi91990@gmail.com

چکیده

اقتصاد فرهنگ امروزه نقش مهمی در توسعه پایدار داشته و بسیاری از کشورها توانسته‌اند به مدد بهره‌جستن از رویکردهای اقتصاد فرهنگ ضمن بهبود وضعیت اقتصادی فعالان فرهنگی – در راستای رسیدن به توسعه پایدار قدم‌های مهمی بردارند. پژوهش حاضر با هدف بررسی وضعیت اقتصاد فرهنگ در استان ایلام و راهکارهای تقویت آن؛ با تأکید بر شناسایی ظرفیت‌های محلی – با استفاده از نظریه‌های اقتصاد فرهنگ در دو دیدگاه نظری و توسعه‌محور و در پارادایم کیفی و به روش تحلیل مضمون انجام گرفته است. جامعه هدف شامل کلیه فعالان و کارشناسان عرصه فرهنگ و هنر در استان ایلام بود که نمونه‌گیری بر مبنای اشباع نظری با ۳۵ نمونه انجام شد. برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه نیمه‌ساخت یافته استفاده شد. نتایج نشان داد که مهم‌ترین حوزه‌های دارای ظرفیت سرمایه‌گذاری براساس الگوی اقتصاد فرهنگ در استان ایلام عبارت‌اند از: حوزه ادبیات، حوزه صنایع دستی، حوزه هنرهای تجسمی، حوزه آداب و رسوم، حوزه نمایش و حوزه موسیقی. در حال حاضر به جز حوزه نمایش و تا حدودی در حوزه موسیقی، در سایر حوزه‌ها وضعیت نامناسبی در استان وجود دارد. موانع و محدودیت‌هایی از جمله موانع اقتصادی؛ موانع سازمانی و مدیریتی؛ موانع ساختاری اجتماعی؛ موانع ساختاری فرهنگی؛ موانع بازاریابی و تبلیغات؛ ضعف‌های قابل مشاهده در هنرمندان و... مهم‌ترین موانع در راه بهبود وضعیت بوده‌اند. برای غلبه بر این محدودیت‌ها، راهکارهایی می‌توان پیشنهاد داد؛ از جمله: ۱- تغییر در شیوه‌های مدیریت و سیاست‌گذاری‌ها، ۲- زمینه‌سازی و بسترسازی لازم، ۳- پشتیبانی مالی از تولید آثار فرهنگی و هنری، ۴- بهبود کیفیت آثار هنرمندان و ۵- تبلیغات و بازاریابی مناسب و اقدام‌های عملی برای فروش آثار از جمله تأسیس بازارهای گوناگون، راه‌اندازی جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های مختلف و...

کلیدواژه‌ها: اقتصاد فرهنگ، فرهنگ و هنر، ظرفیت‌های محلی، استان ایلام.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۱۱ تاریخ بازبینی: ۱۴۰۱/۰۹/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۱۲
فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال ۱۲، شماره ۲، پیاپی ۴۷، تابستان ۱۴۰۲، صص ۵۶۵-۶۰۴

مقدمه و بیان مسئله

یکی از مباحث مطرح در مطالعات توسعه اقتصادی جوامع که در دوره متأخر از رهگذر مواجهه با چالش‌ها و فرصت‌های جهانی شدن نمود بیشتری یافت و در کشور ما نیز - تحت تأثیر اقتضائات و الزام‌های خاص توسعه‌ای - وارد مباحث دستگاه‌های سیاست‌گذاری شده است، جست‌وجوی راهکارهای مقتضی جهت نیل به توسعه، بر مبنای فعال کردن ظرفیت‌ها و توانمندی‌های حوزه فرهنگ و هنر می‌باشد؛ که از آن تحت عنوان «اقتصاد فرهنگ» نام برده می‌شود. «امروزه نقش و اهمیت اقتصادی فعالیت‌های فرهنگی به میزانی است که این فعالیت‌ها را به یکی از شالوده‌های اساسی نظام اقتصادی تبدیل کرده است. سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در فرایند تولید، توزیع و مصرف محصولات فرهنگی از شناخته‌ترین و مهم‌ترین وظایف مدیران فرهنگی در سطح جهان بوده است؛ به طوری که از آن به عنوان محور اصلی در توسعه فرهنگی جوامع یاد می‌شود» (گنجی و حیدریان، ۱۳۹۳، ص. ۷۸). منظور از «اقتصاد فرهنگ» در نگاه اولیه یعنی اینکه ما بتوانیم از فرهنگ درآمدزایی داشته باشیم. متعاقب آشنایی اجمالی با نقش حائز اهمیتی که مدیریت فرهنگی در کشورهای موفق، با اعمال راهبرد توانمندسازی اقتصادی تولیدات فرهنگی؛ در توسعه فرهنگی و شکوفایی اقتصاد فرهنگ ایفا نموده است؛ این سؤال پیش می‌آید که وضعیت ما از این نظر چگونه است؟ در مقایسه با آنها در چه مرحله‌ای هستیم؟ چگونه و از چه طریقی (با رعایت چه شرایط و عواملی) می‌توانیم یک حرکت موفق به این سمت داشته باشیم؟ مدل مناسب برای گذار موفق به این سمت می‌بایست واجد چه ویژگی‌هایی باشد؟

پاسخ به این سؤال‌ها منوط به آن است که ابتدا مروری مختصر به وضعیت این مسئله در سطح کشور داشته باشیم، تا متعاقب آن نسبت به وضعیت و جایگاه اقتصاد فرهنگ در استان ایلام و ارائه راهکار برای آن چاره‌اندیشی و ارائه طریق نماییم. در یک جمع‌بندی کلی از جایگاه ایران در فرایند توسعه اقتصاد فرهنگ، دو دیدگاه وجود دارد:

الف. دیدگاهی که ایران را فاقد جایگاه مناسب ارزیابی می‌کند؛ به عنوان مثال



اردکانی و صیادی (۱۳۹۳) با تکیه بر کار اندرسون^۱ در یک جمع‌بندی و نتیجه‌گیری از طی سه دهه گذشته اقتصاد فرهنگ در کشور؛ به این نتیجه رسیده‌اند که اقتصاد فرهنگ در ایران: «هم از لحاظ کمی و هم از نظر کیفی وضعیت نامناسبی داشته و غفلت و بی‌توجهی به حوزه فرهنگ توسط کارشناسان مربوطه، باعث شده تا اهتمام جدی برای تخصیص منابع لازم برای بخش فرهنگ، صورت نگرفته باشد. همچنین به‌خاطر سلطه نگاه هزینه‌ای و فقدان وجود الگوی مناسب در اقتصاد فرهنگ - خسارت‌های بیشماری را در دهه‌های قبل به کشور وارد کرده است. خسارت‌هایی مانند افزایش در تعداد و تنوع محصولات فرهنگی کم‌ارزش یا بی‌ارزش، موازی‌کاری، ناتوان شدن سازمان‌های فرهنگی در حل نمودن معضلات فرهنگی، عدم توجه کافی به اولویت‌های فرهنگی جامعه، تخصیص و مصرف هزینه‌ها در مسائل سطحی و روبنایی و در خفا مانند مسائل اساسی و زیربنایی و تغییر رویه اقتصادی به اقتصاد مصرفی» (اندرسون، ۲۰۰۵؛ ر.ک: اردکانی ناظمی و صیادی، ۱۳۹۳، ص. ۲۲۲).

سربندی، حاجیانی و امیری صالحی (۱۳۹۹) نیز بر این باورند که در تمامی دولت‌های بعد از انقلاب خط‌مشی‌ها و سیاست‌های اقتصادی مربوط به فرهنگ براساس دیدگاه‌ها و افکار خاص هر دولت و حتی سلايق فردی اتخاذ شده و با تغییر افراد و دولت‌ها، به یکباره در خط‌مشی‌ها تغییر روی داده است. حتی در شاخص تولید نیز در برخی دوره‌ها کم‌توجهی و غفلت صورت گرفته است؛ بنابراین در حوزه اقتصاد فرهنگ خلأ وجود یک سیاست‌گذاری کلی و غالب وجود دارد که تمامی دولت‌ها و مسئولان در راستای تحقق اهداف آن فعالیت نمایند. به‌طور کلی سیاست‌های مغفول دوره‌های مختلف عمدتاً در بخش زیرساخت‌های اقتصاد فرهنگ بوده است. مسعودی‌نیا، رشیدپور و ابراهیم‌زاده (۱۳۹۷) نیز بر این باورند که نابسامانی واردات و صادرات، تضییع حقوق مادی و معنوی بخش خصوصی و نقش تعیین‌کننده سرمایه‌داران و واسطه‌ها مهم‌ترین دلایل نابسامانی وضعیت اقتصاد فرهنگ در ایران هستند.

ب. دیدگاهی که به‌رغم تأکید بر موانع و مشکلات، اقتصاد فرهنگ در ایران را در آستانه «تلاش برای الگوی ایرانی تولید فرهنگی» ارزیابی می‌کند: ارزیابی قائلان به این دیدگاه این است که اگرچه اقتصاد فرهنگ در کشور ما با توجه به تجربه کشورهای مختلف جهان کمتر مورد توجه قرار گرفته و از نواقص فراوانی در این خصوص رنج می‌برد؛ اما فرایند توجه به اقتصاد فرهنگ براساس الگوی خاص

1. Anderson

ایرانی آغاز شده است:

«در کشور ما سنت رایج در میان تولیدکنندگان محصولات فرهنگی این است که از توجه به مقوله‌ای به نام «کالای فرهنگی» واهمه دارند. این اجتناب ریشه در افکار چپ و اعتقاد به ابزار - گونه‌شدن فرهنگ در راستای منافع سرمایه‌داری دارد. ولی [اباین حال] واقعیت این است که روابط بین سرمایه‌گذار و تولیدکننده فرهنگی در کشور ما از مراحل الگوبرداری، بازتولید الگوها در قالب سنت‌های ایرانی عبور کرده و هم‌اکنون در آستانه «تلاش برای الگوی ایرانی تولید فرهنگی» است. در گذرگاه طولانی تقلید تا ابداع، در هر مرحله تغییری در تولید و مصرف ایجاد شده، ولی مانع مهم استقلال تولید فرهنگی و آزادی خلاقیت‌های تولید فرهنگی، وابستگی سرمایه‌گذاری‌های فرهنگی به حمایت‌های دولت است.» «نتیجه این امر رکود بازار کالاهای فرهنگی و نارسایی ذاتی این بازار به دلیل نبود نقش تعیین‌کننده رابطه عرضه و تقاضا است. یکی از تبعات این وضع بی‌میلی عمومی نزد تولیدکنندگان برای بسته‌بندی بهتر کالای فرهنگی و به‌کارگیری ابتکار در آن و بی‌انگیزگی برای بازاریابی و ایجاد در حلقه‌های واسطه میان تولیدکننده و مصرف‌کننده است» (خزایی، ۱۳۸۵، ص. ۱۸).

همچنین در این راستا، به نظر شش‌جوانی (۱۳۹۶) با اینکه اقتصاد فرهنگ هنوز در ایران به‌صورت ساختارمند و شبکه‌ای شکل نگرفته و ایرادها، نواقص و موانع زیادی در این راه وجود دارد؛ اما هم‌اکنون نیز کالاها و خدمات هنری و فرهنگی زیادی تولید و به بازار عرضه می‌شوند و از بازار فروش نیز برخوردار بوده و هواخواهان خاص خود را دارند. از این‌رو رفته‌رفته این ساختار به شیوه خاص ایرانی شکل می‌گیرد.

هر چند در قیاس با نتایج برگرفته از دیدگاه‌های اخیرالذکر، می‌توان چنین نتیجه گرفت که اوضاع اقتصاد فرهنگ و هنر در استان ایلام نیز از قاعده کلی حاکم بر اقتصاد فرهنگ و هنر کشور مستثناء نیست و هر گونه راهکار برای شناخت و سامان‌دهی اقتصاد فرهنگ کشور برای استان ایلام نیز قابل اعمال است؛ اما این بدان معنا نیست که ظرفیت‌ها، ویژگی‌ها، شرایط و امکانات خاص این استان را در موضوع یادشده نادیده انگاریم. شواهد اولیه حاکی از آن است که استان ایلام از قدیم‌الایام به‌عنوان یک منطقه باسابقه تاریخی دیرینه، دارای یک فرهنگ بومی متشکل از عناصر، مؤلفه‌ها و ظرفیت‌های گوناگون بوده است، که به اشکال و کارکردهای مختلف از توانمندی و کارایی لازم برای پاسخگویی و تأمین نیازمندی‌های فرهنگی و هنری اقشار مختلف جامعه خویش برخوردار بوده است. در

پژوهش حاضر فرض بر این است که استان ایلام، به‌عنوان یکی از مناطق دارای پیشینه کهن تاریخی - فرهنگی کشور، در بسیاری از زمینه‌های فرهنگی و هنری من جمله: آواها و نواهای محلی، رسوم، آیین‌ها، قصه‌ها و متل‌ها، ضرب‌المثل‌ها، بازی‌ها، تاریخ شفاهی، ادبیات عامه و بسیاری از زمینه‌های - قدیم و جدید - دیگر، دارای ظرفیت‌هایی است که کارکردهای مثبت و سالم فراوانی، اعم از: تفریحی - فراغتی، هویتی، انسجام‌بخشی و انگیزشی را برای مردم این منطقه، دربرداشته است. شادکامی، ساده‌زیستی، سخت‌کوشی، قناعت‌پیشگی، مهمان‌نوازی، دینداری، همسایه‌داری، تعاون و همیاری، دولتمندی و عزت‌نفس مردمان قدیم استان، تنها گوشه‌ای کوچک از ثمره جامعه‌پذیری و تربیت اجتماعی، درچنین بستر فرهنگی‌ای، بوده است.

در مطالعه‌ای که با هدف شناخت اجمالی مؤلفه‌های فرهنگ بومی منطقه عمومی سیمره و قابلیت‌های کارکردی آن، به‌منظور ارائه راهکار برای فعال‌سازی ظرفیت‌های محلی موجود در این زمینه، بر اساس رویکردهای توسعه مشارکتی توسط نگارنده انجام شد نیز اطلاعاتی به‌دست‌آمده که دال بر صحت مدعای بالا است. استناد به پژوهش‌های انجام‌شده در خصوص جایگاه استان ایلام در رتبه‌بندی توسعه فرهنگی کشور، بیانگر آن است که علی‌رغم ظرفیت‌های موجود، درحال حاضر از لحاظ شاخص‌های توسعه فرهنگی، در وضعیت «بسیار محروم» و یا با اندکی تسامح در مراحل آغازین و اولیه «شکل‌گیری اقتصاد فرهنگ» بر پایه ظرفیت‌های بومی خود به‌سر می‌برد. براین اساس ضرورت دارد بر پایه شناخت و ملاحظه وضعیت موجود، اقدام‌های لازم برای توسعه و تقویت اقتصاد فرهنگ استان ایلام مورد چاره‌اندیشی و مطمح‌نظر قرار گیرد.

مطابق مطالب مندرج در سند «توسعه فرهنگی شهرستان‌های محروم و کمتر توسعه‌یافته» (روشنای مشرق زمین، ۱۳۹۷، صص. ۷-۸)، و دو مطالعه ارجاعی ذیل همین مطالعه (کاظم‌زاده و کوهی، ۱۳۸۹، ص. ۱۸۲ و تقوایی و قائدرحمتی، ۱۳۸۵، ص. ۱۱۷)، و به‌خصوص داده‌های پیمایش ملی ارزش‌های نگرش ایرانیان - در استان ایلام (۱۳۹۸) و پیمایش ملی مصرف کالاهای فرهنگی - در استان ایلام (۱۳۹۹) در بررسی وضعیت موجود استان ایلام، نشان می‌دهد که این استان علی‌رغم برخورداری از پیشینه غنی فرهنگی و هنری - درحال حاضر، به جز در حوزه «فیلم» و تا حدودی «شعر و موسیقی»، از لحاظ بهره‌برداری از ظرفیت‌های فرهنگ بومی و ورود به بازار «اقتصاد فرهنگ»، با وضعیت ایدئال، فاصله زیادی دارد. بسیاری از زمینه‌های مستعد

همچون صنایع دستی بلااستفاده، مغفول و معطل مانده است و یا از وضعیت ایدئال دور است. چنانچه در شرایطی که حدود ۴۹ درصد از مردم ایلام کتاب نمی‌خوانند، حدود ۶۵ درصد از کتابخوان‌ها کمتر از ۲ ساعت در هفته کتاب می‌خوانند. خرید صنایع دستی تنها در ۱۰ درصد از مردم وجود داشته و تنها ۱۵ درصد از مردم در کنسرت‌های موسیقی شرکت کرده‌اند (پیمایش ملی مصرف کالاهای فرهنگی، ۱۳۹۹). همچنین مطابق «گزارش توصیفی و تحلیلی وضعیت فرهنگی و هنری استان ایلام» (۱۴۰۰) نتایج بخش «تحلیل وضعیت فرهنگی و هنری استان» نشان می‌دهد که: ۱. نقاط قوت: وضعیت فرهنگی و هنری استان عبارت‌اند از: محسوس بودن انتشار کتاب به‌ویژه آثار بومی و محلی، وصل شدن سینمای استان به شبکه توزیع فیلم کشوری و مفید بودن این هنر برای قشر جوان، پیوند شعر و ادبیات با جریان سیال شعر معاصر در سطح ملی و درخشش هنرمندان در طراز ملی؛ ۲. نقاط ضعف: عبارت‌اند از: عدم رغبت بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری و حمایت از مطبوعات، نبود سازوکار برای فعالیت در فضای مجازی، کم‌کاری در حوزه ثبت و ضبط فرهنگ عامه؛ ۳. فرصت‌ها: عبارت‌اند از: تشویق بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در حوزه چاپ و نشر، ارائه خدمات چاپی به مردم استان‌های مرزی عراق «همجوار ایلام»؛ ۴. تهدیدها: عبارت‌اند از: انتشار بخشی از آثار فرهنگی در چاپخانه‌های خارج از استان، نبود زیرساخت و تعطیلی برخی از چاپخانه‌ها؛ ۵. خواست‌ها: عبارت‌اند از: تخصیص اعتبار برای آغاز عملیات اجرایی تالار مرکزی ایلام، کمک به ساخت دو مجتمع فرهنگی هنری نیمه‌تمام در شهرهای مهران و آسمان‌آباد، کمک به تجهیز چهار مجتمع فرهنگی هنری در شهرهای ایلام، دهلران، دره‌شهر و سرابله؛ کمک به احداث ساختمان خانه مطبوعات استان؛ ۶. ظرفیت‌های فرهنگی و هنری: عبارت‌اند از: زندگی مسالمت‌آمیز و بدون تنش چهار قوم بزرگ کرد، لر، لک و عرب و یکپارچگی مذهبی مردم استان؛ هم‌مرز بودن استان با سه استان شیعه‌نشین واسط، میسان و دیالی در کشور عراق و پیوندهای فرهنگی مشترک؛ ارائه راهکارهای کوتاه‌مدت و بلندمدت با نگاه فراگیر و عدالت‌محور برای حل مسائل و بهره‌گیری از فرصت‌ها (نیاکان، ۱۴۰۰، ص. ۱).

طبق مطالعات انجام شده (ذکر شده در بالا)، استان ایلام، برحسب شاخص‌های موجود، از لحاظ توسعه فرهنگی، در وضعیت «محروم» ارزیابی شده است. کمترین پیامد منفی چنین وضعیتی در موضوع پژوهش حاضر، رکود بازار اقتصاد فرهنگ و هنر در استان و عقب‌ماندگی آن از بازارهای مشابه در سطح ملی و وابستگی



روزافزون آن به منابع مالی دولتی - با پیامدهای منفی اقتصاد رانتی مترتب بر آن - در درازمدت است. فرسایش سرمایه‌ها و نیروهای خلاق فرهنگی و اجتماعی، ظهور و گسترش بدل کاران فرهنگی و در نتیجه، گسترش انواع مسائل و آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی، از جمله دیگر پیامدهای منفی آن در ابعاد مختلف است که در صورت تداوم، در آینده هزینه‌های هنگفتی را بر حرکت رو به جلوی جامعه محلی ما، تحمیل خواهد کرد. بر این اساس ضرورت دارد تا نسبت به شناسایی و زمینه‌یابی ظرفیت‌های فرهنگی قابل سرمایه‌گذاری در استان ایلام و همچنین راهکارهای توسعه و تقویت پایدار آنها، به منظور گشایش در کسب و کارهای فرهنگی و رونق بازار «اقتصاد فرهنگ»، چاره‌اندیشی و اقدام‌های لازم و مقتضی به عمل آید.

۱. اهداف پژوهش

- ۱- شناخت ظرفیت‌های فرهنگی قابل سرمایه‌گذاری در حوزه اقتصاد فرهنگ در استان ایلام؛
- ۲- توصیف وضعیت موجود ظرفیت‌های شناسایی شده استان ایلام از نظر شاخص‌های اقتصاد فرهنگ؛
- ۳- شناخت مهم‌ترین موانع بهره‌برداری از ظرفیت‌های موجود استان ایلام در حوزه اقتصاد فرهنگ؛
- ۴- ارائه راهبردها و سیاست‌های اقتصادی - توسعه‌ای مناسب برای تقویت ظرفیت‌های استان در حوزه اقتصاد فرهنگ.

۲. سؤال‌های پژوهش

- ۱- ظرفیت‌های قابل سرمایه‌گذاری - در زیرمجموعه فرهنگ و هنر بومی استان ایلام - که قابلیت ورود به بازار اقتصاد فرهنگ و هنر را دارند، مشتمل بر چه موارد و مؤلفه‌هایی هستند؟
- ۲- وضعیت فعلی استان ایلام از نظر چشم‌اندازهای اقتصاد فرهنگ و به‌طور خاص از نظر تولید، توزیع و فروش آثار چگونه است؟ به عبارت دیگر ظرفیت‌های شناسایی شده پژوهش حاضر در استان ایلام در چه وضعیتی قرار دارند؟
- ۳- مهم‌ترین موانع بهره‌برداری از ظرفیت‌های موجود استان ایلام در حوزه اقتصاد فرهنگ کدامند؟ این موانع شامل چه مؤلفه‌هایی هستند؟
- ۴- چگونه و از طریق کدام راهبردها و سیاست‌های اقتصادی و توسعه‌ای می‌توان

برنامه‌ریزی و اقدام‌های لازم را برای توسعه و تقویت ظرفیت‌های محلی اقتصاد فرهنگ و هنر در استان ایلام فراهم ساخت؟

۳. مروری بر پیشینه پژوهش

در جدول (۱) مهم‌ترین پیشینه‌های تجربی پژوهش ارائه شده است.

جدول (۱): پیشینه تجربی پژوهش

پژوهشگر	روش پژوهش	یافته‌ها
(انتظاری و درخشان، ۱۴۰۱)	تحلیل محتوای کیفی	از میان مؤلفه‌های سیاست‌گذاری در اقتصاد فرهنگ، در سیاست‌های کلان کشور، به بخش تولید بیش از توزیع و مصرف توجه شده است. همچنین تولید محصولات فرهنگی متناسب با بازارهای جهانی و منطقه‌ای و ارائه آن در این بازارها کمتر مورد توجه، و اکثر سیاست‌ها در سطح ملی تنظیم شده است؛ بنابراین پیشرفت اقتصاد فرهنگ در گرو توجه و رشد متعادل همه بخش‌های آن اعم از تولید، توزیع و مصرف است و توجه یکسان به بخش‌ها و سطوح مختلف اقتصاد فرهنگ در تدوین سیاست‌ها ضروری است.
(مسعودی‌نیا؛ رشیدپور و ابراهیم‌زاده، ۱۴۰۰)	گراند تئوری	عوامل علی رونق اقتصاد فرهنگ عبارت‌اند از: تقویت دانش و ارائه نظام جامع فرهنگی، نگاه اقتصادی و فرهنگی به اقتصاد فرهنگ، هزینه پایین راه‌اندازی مصرف ابداعی فرهنگ و قطع وابستگی دولت‌ها از اقتصاد نفتی. راهبردها: تدوین سیاست‌های کارآمد، گفتمان‌سازی، بهبود فضای کسب و کار فرهنگی، اصلاح قوانین حق مالکیت و تعهدات اجرایی، مداخله قاعده‌مند دولت و واگذاری به بخش خصوصی، قاعده‌مند شدن حمایت‌های کارشناسی‌شده، ایجاد پایگاه داده‌های دقیق، شریان‌سازی سالم اقتصادی و شکل‌گیری بازار، برندسازی شبکه‌ای، شبکه‌سازی سالم غیردولتی تولید و توزیع، راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و ایجاد شهرهای خلاق. شرایط مداخله‌گر: آشنایی عوامل فرهنگی با روابط اقتصادی و مهارت‌های فرهنگی، تبلیغات و آموزش. شرایط زمینه‌ای: نابسامانی واردات و صادرات، تضییع حقوق مادی و معنوی بخش خصوصی و نقش تعیین‌کننده سرمایه‌داران و واسطه‌ها و پیامدها: تأثیرات اقتصادی، حفظ، پیشبرد و انتقال فرهنگ، تقویت اقتدار و امنیت و حفظ محیط زیست.
(انتظاری و ...)	تحلیل تطبیقی -	اقتصاد فرهنگ ایران و شاخص‌های حکمرانی خوب فاصله



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران



پژوهشگر	روش پژوهش	یافته‌ها
درخشان، ۱۴۰۰	کمی	زیادی با کشورهای توسعه‌یافته و رشدیافته دارد و این معرف توسعه‌نیافتگی اقتصاد فرهنگ در ایران است. همچنین نتایج تحلیل همبستگی و رگرسیون چندگانه نشان می‌دهد که میان شاخص حکمرانی خوب و توسعه اقتصاد فرهنگ این کشورها رابطه مستقیم و با شدت قابل قبولی ($R^2=0.50$) وجود دارد.
(سربندی؛ حاجیانی و امیری صالحی، ۱۳۹۹)	تحلیل محتوای کیفی	در تمامی دوره‌ها و دولت‌ها خط‌مشی‌ها و سیاست‌ها براساس دیدگاه‌ها و افکار خاص هر دولت و حتی سلیق فردی اتخاذ شده و با تغییر افراد و دولت‌ها، به یکباره در خط‌مشی‌ها تغییر روی داده است. تنها خط‌مشی و سیاستی که در تمامی دوره‌ها به آن تداوم بخشیده شده است، کاهش اکران فیلم خارجی و افزایش تعداد جشنواره‌های داخلی بوده است. حتی در شاخص تولید نیز در برخی دوره‌ها کم‌توجهی و غفلت صورت گرفته است؛ بنابراین در حوزه اقتصاد سینما خلأ وجود یک سیاست‌گذاری کلی و غالب وجود دارد که تمامی دولت‌ها و مسئولان در راستای تحقق اهداف آن فعالیت نمایند. به‌طور کلی سیاست‌های مغفول دوره‌های مختلف عمده‌تاً در بخش زیرساخت‌های اقتصاد سینمای کشور بوده است.
(مسعودی‌نیا؛ رشیدپور و ابراهیم‌زاده، ۱۳۹۷)	پدیدارشناسی	«تدوین سیاست‌های کارآمد»، «گفتمان‌سازی»، «بهبود فضای کسب‌وکار فرهنگی»، «اصلاح قوانین حق مالکیت و تعهدات اجرایی»، «مداخله قاعده‌مند دولت و واگذاری به بخش خصوصی»، «قاعده‌مندشدن حمایت‌های کارشناسی شده»، «یجاد پایگاه داده‌های دقیق»، «یجاد نهاد متولی و به‌کارگیری مدیران کارآمد»، «شریان‌سازی سالم اقتصادی و شکل‌گیری بازار»، «بهره‌گیری از ظرفیت‌های متنوع داخلی»، «برندسازی شبکه‌ای»، «شبکه‌سازی سالم تولید و توزیع»، «راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک»، «نظارت کارآمد»، «فراهم‌آوردن زیرساخت» «یجاد شهرهای خلاق».
(بیرانوندزاده؛ درویشی و خداداد، ۱۳۹۵)	اسنادی	در سال ۱۳۹۰ شاخص توسعه انسانی در ایران، ۰,۷۴۲ بوده است. شاخص توسعه انسانی در استان ایلام برابر با ۰,۶۹۳ می‌باشد. شاخص رفاه اجتماعی روستایی در استان‌های سیستان و بلوچستان، خراسان جنوبی و ایلام (۷/۸، ۱۱/۳ و ۱۱/۶ میلیون ریال) پایین‌تر از سایر استان‌ها می‌باشد. بالاترین میزان شاخص رفاه اجتماعی شهری در سال ۱۳۹۰

پژوهشگر	روش پژوهش	یافته‌ها
		به استان‌های تهران، قزوین و مازندران (۳۳/۲، ۲۸/۳ و ۲۸/۲ میلیون ریال) و پایین‌ترین میزان نیز به استان‌های سیستان و بلوچستان، خراسان جنوبی و کرمان (۱۴، ۱۷/۷ و ۱۸/۲ میلیون ریال) تعلق دارد. وضعیت شاخص رفاه شهری در استان ایلام برابر با ۱۸۰۷ میلیون ریال می‌باشد.
(تقوایی و قائدرحمتی، ۱۳۸۵)	پیمایش	بین استان‌های کشور از نظر بهره‌مندی از فضاها و امکانات فرهنگی تفاوت چشمگیری وجود دارد. در این بین، استان تهران به‌عنوان تنها استان بسیار توسعه‌یافته و استان‌های ایلام، بوشهر، چهارمحال و بختیاری، زنجان، سمنان، سیستان و بلوچستان، قزوین، کهگیلویه و بویراحمد، گلستان، هرمزگان به‌عنوان استان‌های بسیار محروم شناخته شده‌اند.
(حسین‌زاده دلیر و ملکی، ۱۳۸۵)	اسنادی	استان ایلام با رتبه ۲۲ در بین استان‌های کشور در جایگاه نامطلوب و نامناسبی قرار گرفته است. از مهم‌ترین دلایل آن می‌توان به متوسط امید به زندگی (۶۴ سال) با رتبه ۲۵، نرخ سواد بزرگسالان (۶۷ درصد) با رتبه ۲۲ و هزینه سرانه ناخالص (۱۴۰۹ هزار ریال) رتبه ۲۳ در سطح کشور اشاره کرد. شاخص دیگر، توسعه وابسته به جنس، که معادل ۰/۵۲ می‌باشد، در رتبه هجدهم قرار گرفته است. از مهم‌ترین دلایل پایین بودن این شاخص نسبت به متوسط کشور، تفاوت زیاد بین نرخ باسوادی بزرگسالان مرد (۷۴/۴ درصد) و بزرگسالان زن (۵۸/۴ درصد) می‌باشد
(Pratt, 2016)	کتابخانه‌ای	یکی از مهم‌ترین راه‌های فروش مداوم آثار فرهنگی و هنری و ایجاد درآمد پایدار برای هنرمندان و همچنین رونق تجارت فرهنگی - احداث خیابان‌های صنایع هنری و صنایع دستی است.
(Duffy, 2009)	پیمایش	بازاریابی مکان از طریق صدا به یک راهبرد مهم برای بازسازی اقتصادی تبدیل شده است. بسیاری از مکان‌ها از ساختار جشنواره موسیقی به‌عنوان وسیله‌ای برای برندسازی یک جامعه محلی استفاده کرده‌اند، به این امید که از طریق فروش بلیت و فعالیت‌های مرتبط با آن درآمد ایجاد کنند، که پس از آن مزایای اقتصادی برای جوامع محلی فراهم می‌کند. در احداث این مکان‌ها باید به پیوندهای ساخته شده اجتماعی بین مردم و صنایع توجه داشت.



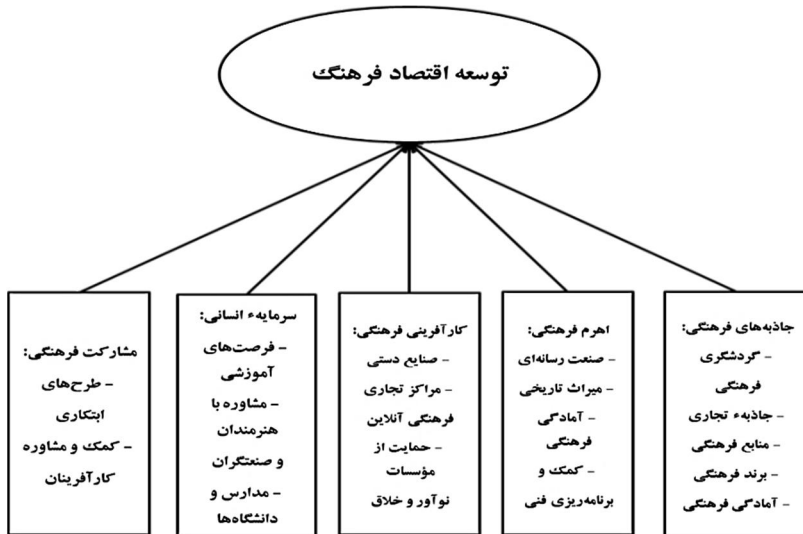
در جمع‌بندی پیشینه پژوهش می‌توان گفت که غالب کارهای انجام شده به وضعیت کنونی اقتصاد فرهنگ در جوامع موردنظر خود پرداخته و به‌سختی بتوان پژوهشی یافت که وضعیت کنونی، تشریح ظرفیت‌های اقتصاد فرهنگ، مشخص کردن موانع رشد اقتصاد فرهنگ، و راهکارهای رفع موانع پیشرفت در حوزه اقتصاد فرهنگ را همزمان مورد پژوهش و بررسی قرار داده باشد. پژوهش حاضر سعی کرده است ابعاد مختلف اقتصاد فرهنگ را در جامعه مطالعه و حتی‌المقدور به ارائه راهکارهای عملی برای تغییر و بهبود وضعیت فعلی اقتصاد فرهنگ در استان ایلام بپردازد.

۴. ملاحظه‌های نظری

۴-۱. تعریف مفاهیم

حوزه معنایی اقتصاد فرهنگ دربرگیرنده بُعد اقتصادی تولید آثار فرهنگی و هنری است. درواقع اقتصاد فرهنگ با این امر سروکار دارد که آثار فرهنگی نیز می‌بایست در یک فرایند بازارمحور به فروش رسیده و سود و درآمد نسبتاً پایداری نصیب تولیدکنندگانشان سازند. اردکانی و صیادی (۱۳۹۳) حیطه موضوعی اقتصاد فرهنگ را شامل مواردی از جمله؛ ۱- کاربرد اصول، ۲- مفاهیم و نظریه‌های علم اقتصاد، ۳- تبیین و تحلیل مسائل اقتصادی بخش فرهنگ و ۴- ارائه خط‌مشی سیاسی به‌منظور ارتقای مدیریت اقتصادی فعالیت‌های فرهنگی. اقتصاد فرهنگ در نظر آنان برگرفته از راهبرد توسعه اقتصاد فرهنگِ آندرسون است. راهبرد تدوین‌شده در دپارتمان هال^۱ شامل پنج بُعد بر اساس شکل ۱ طبقه‌بندی شده است» (آندرسون، ۲۰۰۵، ر.ک: اردکانی ناظمی و صیادی، ۱۳۹۳، ص. ۲۰۱).

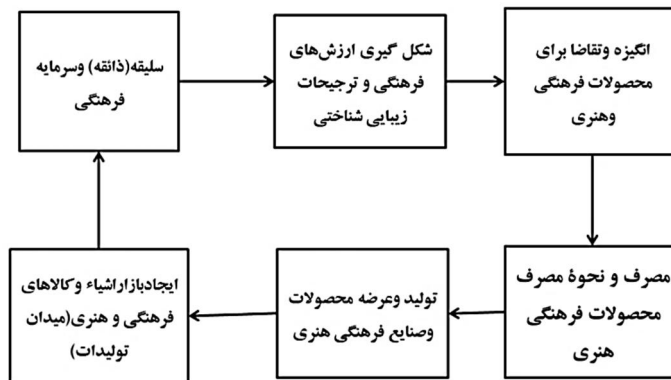




منبع: (اردکانی ناظمی و صیادی، ۱۳۹۳، ص. ۲۰۱)

شکل (۱): مؤلفه‌های توسعه اقتصاد فرهنگ بر اساس مدل آندرسون (۲۰۰۵)

گنجی و حیدریان (۱۳۹۳) با تأکید بر نظریه سرمایه پیر بوردیو^۱ و دیوید تراسبی^۲ به دنبال نقش عوامل تأثیرگذار بر اقتصاد فرهنگ پرداخته و مطابق شکل ۲، یک چرخه پیوند میان سرمایه فرهنگی و اقتصاد فرهنگ ترسیم نموده‌اند.



منبع: (گنجی و حیدریان، ۱۳۹۳، ص. ۹۴)

شکل (۲): چرخه پیوند میان سرمایه فرهنگی و اقتصاد فرهنگ

1. Pierre Bourdieu
2. David Throsby

۲-۴. مبانی نظری

نظریه‌هایی که بر توسعه اقتصاد فرهنگ تمرکز کرده‌اند معمولاً به رویکردهای توسعه‌محور تمایل دارند. رویکردهای توسعه‌محور بیشتر از منظر نظریه‌ها و راهبردهایی همانند: کارآفرینی، شکوفایی و نوآوری، بهبود فضای کسب‌وکارهای نوین، توسعه مشارکتی، توسعه پایدار، توسعه متوازن و نهادگرایی نوین، به ارائه راهبرد برای توسعه فعالیت‌های تولیدی - صنعتی در مناطق درحال توسعه پرداخته‌اند. یکی از این نظریه‌ها نظریه اقتصاد توسعه دایانا هانت^۱ است. برخی نظریه‌ها و سیاست‌گذاری‌هایی که هانت، در چهارچوب مفهومی بالا برای رسیدگی و سامان‌دهی مسائل مبتلا به اقتصاد توسعه در کشورهای درحال توسعه مناسب ارزیابی کرده، به شرح ذیل قابل استناد است:

تأکید بر سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی که در آن ادعا شده است - فقیران نیز به اندازه ثروتمندان می‌توانند رفتار عقلایی اقتصادی داشته باشند و همچنان که فرصت‌ها و مهارت‌های آنان افزایش می‌یابد، بهره‌وری‌شان نیز بیشتر می‌شود. آزادسازی بازارها و حذف اختلال قیمت‌ها به‌طور مستقیم در افزایش بهره‌وری و به‌طور غیرمستقیم در افزایش فرصت‌ها و مهارت‌های فقیران تأثیرگذار است (هانت، ۱۳۸۶، ص. ۳۸۴).

حال اگر مشکل اقتصاد ایران را درحال حاضر، عدم اشتغال و استفاده بهینه از ظرفیت‌های بالقوه آن در بسیاری از زمینه‌ها من جمله - موضوع حاضر، یعنی اقتصاد فرهنگ و هنر در سطح ملی و منطقه‌ای - بدانیم که مشخصه بارز آن سرانه تولید کم در زمینه‌های یادشده می‌باشد، به‌نظر می‌رسد که راهبردهای نئوکلاسیک و نیازهای اساسی لوپس^۲ (۱۹۸۴) که طبق روایت هانت به آن‌ها اشاره شد، به ما کمک می‌کند تا از طریق اتخاذ راهکارهایی به شرح ذیل بر مشکل ظرفیت‌های مغفول اقتصاد فرهنگ در استان ایلام فائق آییم:

- ۱- کاربست راهبرد نئوکلاسیک در رابطه با تأکید بر سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی، مشتمل بر مواردی همچون: افزایش فرصت‌ها و مهارت‌های شغلی در زمینه‌های اقتصاد فرهنگ و هنر بومی؛
- ۲- آزادسازی بازارها و حذف اختلال قیمت‌ها در حوزه اقتصاد فرهنگ و هنر استان، متعاقب تشکیل و رونق بازار کالاها و تولیدات فرهنگی در استان؛

1. Hunt
2. Lewis

۳- توسعه قابلیت‌های انسانی در زمینه اقتصاد فرهنگ و هنر استان برای تضمین افزایش یکنواخت و پایدار قابلیت‌های مغفول در این زمینه، از طریق دخالت بیشتر دولت در ایجاد دسترسی عادلانه‌تر به وسایل زندگی و ارائه فراگیرتر خدمات اساسی برای نیروهای مستعد در حوزه یاد شده؛

۴- کاربست راهبرد نیازهای اساسی از طریق تمرکز شدید بر بخش‌ها و ظرفیت‌های بومی موجود در زمینه اقتصاد فرهنگ و هنر، تأمین نیازهای اساسی شاغلان در این بخش از طریق تلاش برای افزایش درآمدزایی و تقاضای مصرف تولیدهای آنان؛

۵- گسترش شایستگی‌ها (استحقاق‌ها) و قابلیت‌های موجود و آنچه نیروهای مستعد استان در زمینه فعالیت‌های فرهنگ و هنری قادر به انجام آن هستند.

یکی از مصادیق مهم نقش دولت‌ها در فراهم‌آوردن شرایط مناسب جهت بهبود فضای کسب‌وکار تسهیل در ورود بخش خصوصی و گروه‌های کارآفرین در کسب‌وکارهای نوین است. صاحب‌نظران در این موقف از مفهوم «دولت کارآفرین» نام می‌برند. «ماریانا مازوکاتو»^۱ (۱۳۹۵) معتقد است دولت کارآفرین به روش‌های متعدد کارآفرینی می‌کند؛ دولت پژوهش‌ها را انجام می‌دهد و هزینه تحقیق و توسعه و ریسک آن را تقبل می‌کند، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اصلی را تأمین مالی می‌کند و تجاری‌سازی فناوری یا محصول می‌کند. دولت ریسک را تقبل می‌کند، هزینه را انجام می‌دهد ولی منافع آن را بخش خصوصی می‌برد. بخش خصوصی که نماینده آن در آمریکا شرکت‌های بزرگ هستند به‌واسطه آن سرمایه‌گذاری اولیه و عظیم دولت شکل گرفتند. به‌طور مشخص، مازوکاتو انبوهی از شواهدی را ذکر می‌کند که نظریه دولت کارآفرین را تقویت می‌کند» (پاداشی، ۱۳۹۷). حال چنانچه بخواهیم بر اساس ایده دولت کارآفرین آن‌چنان که حمید پاداشی (۱۳۹۷) در وصف این دولت گفته برای توسعه و تقویت اقتصاد فرهنگ و هنر در استان ایلام به ارائه راهبرد بپردازیم، راهکارها عبارت‌اند از:

۱- ایجاد هزینه و نهادهایی از طرف دولت، شرکت‌ها بتوانند برای کشور خود سرمایه ایجاد کنند؛

۲- کمک به ظهور و توسعه شرکت‌ها از طریق: تسریع برآیند توسعه و تجاری‌سازی؛ ایجاد فرصت‌های جدید فناوری و ایجاد شبکه غیرمتمرکزی از بازیگران؛

۳- کمک به شکل‌گیری بازار و ایجاد نهادهای بازار؛



۴- کمک به شکل‌گیری و شکل‌دهی به یک محیط کارآفرینی جهت پیدایش و تقویت رفتارهای کارآفرینانه؛

۵- دخالت موفق دولت در راه‌اندازی و پشتیبانی از شرکت دانش‌بنیانی که سهام آن توانایی عرضه شدن را داشته باشند (نقل به مضمون از یادداشت پاداشی، ۱۳۹۷). در مکتب توسعه پایدار که می‌توان آن را مفهومی برای نقد فرایندهای توسعه مخرب پیشین و درعین حال اصولی برای سنجیدن میزان فاصله روال‌های جاری با مطلوب‌ها (فاضلی، ۱۳۸۹، ص. ۳۲) قلمداد کرد، فرض بر این است که اقدام‌های توسعه‌ای اعم از سیاست‌های کلان، برنامه‌ها و طرح‌های توسعه‌ای که از جانب کارگزاران توسعه طراحی و اجرا می‌شوند، هنگامی مؤثر و کارآمدتر هستند که از پایداری اقتصادی، زیست‌محیطی، انسانی، اجتماعی، سیاسی - امنیتی، منافع محلی، فرابخشی و جلب و تداوم مشارکت مردم و ویژگی‌های مترتب بر هر یک از آنها برخوردار باشند (فاضلی، ۱۳۸۹، صص. ۳۲-۳۹) که در همین موقف و در موضعی قابل تلفیق با توسعه پایدار، رویکرد توسعه مشارکتی را داریم. رویکردهای مشارکتی بر اقناع طرفین دخیل در فرایندهای توسعه‌ای تأکید دارند (فاضلی، ۱۳۸۹، ص. ۱۱۶). طبق این گفتمان، دولت زمانی می‌تواند وظایف اصلی خود را در زمینه اصلاح موانع توسعه، اصلاحات نهادی و... به‌درستی انجام دهد که از حکمرانی خوب و ویژگی‌های آن شامل جلب مشارکت مردمی، پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری برخوردار باشد (عنبری، ۱۳۹۰، ص. ۳۰۳). نوابخش و ارجمند سیاه‌پوش نیز با برشمردن نوعی صورت‌بندی از الزام‌های توسعه پایدار، من جمله تأکید بر مؤلفه‌های آموزش، علم، مشارکت و حکمرانی خوب این سنخ از توسعه را الگوی مناسب‌تری برای پیشبرد تحولات توسعه‌ای معرفی می‌کنند (فاضلی، ۱۳۸۹، ص. ۳۱). مرور مطالعات پیشین بیانگر آن است که موضوع توسعه و تقویت اقتصاد فرهنگ، در کل از دو منظر مورد توجه قرار گرفته است.

اول. دیدگاه‌های مبتنی بر رویکرد نظری اقتصاد فرهنگ: مطالعات و نظریه‌های برگرفته از این دیدگاه، به فرهنگ و هنر به‌مثابه صنایع خلاق فرهنگی قابل عرضه در بازار و یک منبع بالقوه پویایی در سطح محلی، ملی و بین‌المللی مصرف نگاه می‌کنند. این دیدگاه که بیشتر از سوی اقتصاددانان با گرایش مطالعاتی اقتصاد فرهنگ - با محوریت نظریه اقتصاد فرهنگ دیوید تراسبی - مطرح شده است، بهترین راهبرد برای توسعه و تقویت فعالیت‌های فرهنگی هنری، راهبرد تبدیل سرمایه فرهنگی و هنری به سرمایه اقتصادی و یا توانمند

ساختن اقتصادی تولیدات فرهنگی به منظور تولید محصول، اشتغال، درآمد و پاسخ به نیازهای مصرف‌کننده - با این فرض که فعالیت هنری نقش مهمی در اقتصاد دارد - می‌دانند. عمده راهکارهایی که طبق این دیدگاه برای شکل‌دادن به چرخه اقتصادی تولیدات فرهنگی و توسعه و تقویت اقتصاد فرهنگ راهگشا هستند، عبارت‌اند از: شناخت جایگاه کالاهای فرهنگی در سبد و هزینه مصرفی خانوار، شناخت جایگاه فرهنگ در اشتغال‌زایی و جذب سرمایه بخش خصوصی، تولید آثار و خدمات فرهنگی که با نیاز مخاطبان متناسب باشد، شناسایی عرضه‌کنندگان آثار فرهنگی - هنری، تدوین سیاست‌های کارآمد، گفتمان‌سازی، بهبود فضای کسب‌وکارهای فرهنگی، مداخله قاعده‌مند دولت و واگذاری به بخش خصوصی، قاعده‌مندشدن حمایت‌های کارشناسی‌شده، ایجاد پایگاه داده‌های دقیق؛ ایجاد نهاد متولی و به‌کارگیری مدیران کارآمد؛ شریان‌سازی سالم اقتصادی و شکل‌گیری بازار، بهره‌گیری از ظرفیت‌های متنوع داخلی، برندسازی شبکه‌ای، شبکه‌سازی سالم تولید و توزیع، راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک، نظارت کارآمد، فراهم‌آوردن زیرساخت، ایجاد شهرهای خلاق، تقویت جاذبه‌های فرهنگی، اهرم فرهنگی، تقویت کارآفرینی فرهنگی، تقویت سرمایه انسانی، تقویت مشارکت فرهنگی، تقویت منابع فرهنگی، تقویت فعالیت‌های فرهنگی و... (مسعودی‌نیا؛ رشیدپور و ابراهیم‌زاده، ۱۳۹۷).

دوم. دیدگاه‌های توسعه‌محور: بر اساس نظریه‌های برگرفته از این دیدگاه‌ها، فعالیت‌های فرهنگی و هنری را می‌توان به‌مثابه ظرفیت‌های قابل‌گسترش و سرمایه‌گذاری تلقی کرد، که نقش حائز اهمیتی را در توسعه اقتصادی کشورها در سطوح مختلف ایفا می‌نمایند. اهم راهکارهای برگرفته از مطالعات منطبق بر این دیدگاه، که می‌توان از آنها به نفع توسعه و تقویت اقتصاد فرهنگ بهره گرفت، به شرح ذیل قابل احصاء است:

- ۱- تقویت کارآفرینی مردمی و خودانگیزی جامعه برای تولید فرهنگی؛
- ۲- تقویت تولید و فعال‌سازی ظرفیت‌های مردمی در حوزه فرهنگ؛
- ۳- برجسته‌کردن نقش دولت در تسهیل‌گری و هموارسازی مسیر کسب‌وکارهای نو و نظارت بر فعالیت آنها؛
- ۴- تغییر رویکرد هزینه‌ای به رویکرد درآمدی به عرصه فرهنگ و...؛
- ۵- اتخاذ راهبرد توسعه فرهنگی بر پایه کارآفرینی و رونق اقتصاد فرهنگ و هنر؛
- ۶- شناسایی مسائل بومی هر استان برای دستیابی به توسعه فرهنگی پایدار؛

- ۷- ترسیم فرایند گام به گام توسعه فرهنگی با توجه به زمینه اجتماعی؛
 - ۸- شناسایی ظرفیت‌های قابل سرمایه‌گذاری برای تسهیل روند توسعه فرهنگی درون‌زا؛
 - ۹- اولویت‌سنجی در تأکید بر بهبود شاخص‌های توسعه فرهنگی، متناسب با ظرفیت‌های بومی؛
 - ۱۰- تأمین زیرساخت‌های رسانه‌ای جدید، برای بهبود روند توسعه کمی و کیفی فرهنگی؛
 - ۱۱- شناسایی خدمات دولتی لازم برای آموزش و توانمندسازی منابع انسانی و متولیان محلی فرهنگ؛
 - ۱۲- فعال‌سازی ظرفیت‌های مردمی برای تولید و گسترش کسب‌وکارهای فرهنگی مبتنی بر رویکردهای مشارکتی؛
 - ۱۳- شناسایی مفاخر و کاربلدهای محلی در هر یک از زمینه‌های هفت‌گانه شناسایی شده و زمینه‌های فرعی ذیل هر یک از آنها؛
 - ۱۴- شناسایی مسائل و مشکلاتی که این قبیل افراد برای توسعه کسب‌وکارهای خود و روزآمد کردن آن در حال حاضر با آنها مواجه هستند و ارائه راه‌حل‌ها؛
 - ۱۵- آموزش و توانمندسازی نیروهای علاقه‌مند به ورود به صحنه کسب‌وکارهای نوین فرهنگی و تسهیل زمینه فعالیت و مهارت‌افزایی برای آنها؛
 - ۱۶- برگزاری نشست‌های تخصصی با مشارکت و هم‌اندیشی متولیان محلی فرهنگ، فعالان فرهنگی، سرمایه‌گذاران محلی، صاحب‌نظران دانشگاهی و مقامات دستگاه‌های اجرایی استان...؛
 - ۱۷- ایفای نقش‌های چهارگانه دولت در پیشبرد تحولات توسعه‌ای مشتمل بر:
 - نقش تولی‌گری که دولت قوانین و مقررات را تعیین می‌کند.
 - نقش تصدی‌گری؛ یک جاهایی است که دولت می‌آید و انجام بعضی کارها را برعهده می‌گیرد.
 - نقش قابلیت‌گری؛ از لابه‌لای طرح‌های مشترکی که دولت با همکاری بخش خصوصی اجرا می‌کند، بنگاه‌ها و نهادهایی شکل می‌گیرند که هم روی پای خودشان می‌ایستند،
 - نقش پرورش‌گری؛ این است که، دولت بیاید همان شرکت‌ها را در مسیری هدایت کند که بتوانند در فضای اقتصاد جهانی رقابت کنند (ر.ک: عنبری، ۱۳۹۰؛ فاضلی، ۱۳۸۹).
- در مطالعه حاضر، باتوجه به اینکه هدف اصلی پژوهشگران - توصیف وضعیت

موجود، شناسایی ظرفیت‌ها - موانع و راهکارهای بهبود وضعیت اقتصاد فرهنگ با نگاه توسعه‌محور بوده است، علی‌رغم استفاده از هر دو دیدگاه ذکر شده - بیشتر به رویکرد دیدگاه توسعه‌محور متمایل بوده است. اصولاً نقش اقتصاد فرهنگ در توسعه و به‌ویژه توسعه پایدار - محرک اصلی پژوهشگران بوده و بنابراین مطابق دیدگاه توسعه‌محور؛ بر ابعادی چون سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی، به‌کارگیری نخبگان و فعالان فرهنگی، آموزش، بازاریابی، توسعه زیرساخت‌ها و... بها داده شده است.

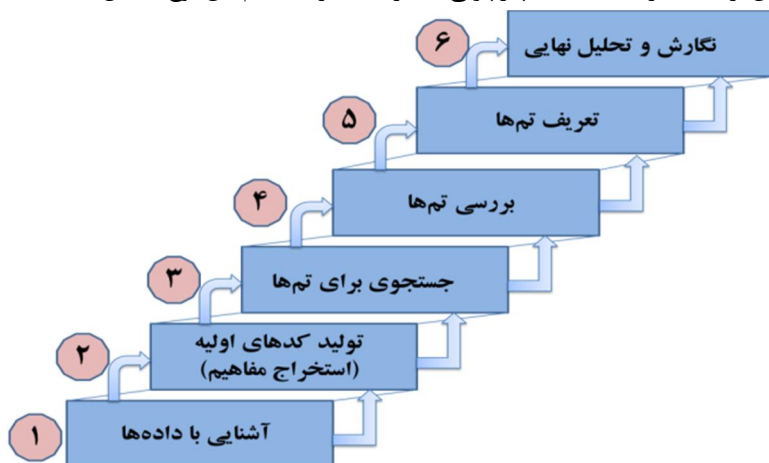
۵. روش پژوهش

پژوهش حاضر یک مطالعه کیفی است که به روش تحلیل مضمون انجام گرفته است. جمعیت مورد مطالعه شامل مسئولان اجرایی و کارشناسان دستگاه‌های فرهنگی مرتبط، فرهیختگان، صاحب‌نظران و اهالی فرهنگ و هنر ساکن استان ایلام در سال ۱۳۹۹ می‌باشد. افراد واجد شرایط بر اساس روش نمونه‌گیری غیراحتمالی تعیین شدند. یکی از روش‌های مورد استفاده در این نوع نمونه‌گیری، انتخاب هدفمند یا قضاوتی است یعنی اینکه باید دنبال افرادی بگردیم که با موضوع مسئله آشنایی دارند. ملاک تعیین حجم نمونه نیز اشباع نظری در پاسخگویی به پرسش‌های پژوهش بوده است که با ۳۰ نمونه اشباع حاصل شد؛ اما جهت اطمینان از تمام شمولی داده‌ها مصاحبه‌ها تا ۳۵ نفر ادامه یافت. به‌منظور استخراج نظرها و دیدگاه‌های جمعیت مورد مطالعه، فرم مصاحبه پژوهش، حاوی مجموعه‌ای از سؤال‌های باز در قالب مصاحبه نیمه‌ساختار یافته (مجموعه مشخص و هدفمند از سؤال‌های با قابلیت کم و زیاد کردن سؤال‌ها ضمن انجام مصاحبه‌ها - در صورت نیاز) در مورد مسائل موردنظر تهیه و برای تمام اطلاع‌رسان‌های موردنظر ارسال شد تا بتوان به حداکثر اطلاعات موجود درباره موضوع مورد پژوهش نائل آمد.

در راستای کیفیت‌بخشی به نقطه‌نظرات دریافتی از پاسخگویان راجع به ابعاد کیفی‌تر مسئله مورد بررسی در مواردی مثل شناسایی مصادیق ظرفیت‌های فرهنگی، هنری بومی - محلی و ارائه راهبرد و تعیین سیاست‌ها و غیره، مصاحبه حضوری با پاسخگویان (که از آن به‌عنوان مصاحبه قوم‌نگاری (اتنوگرافیک) نیز یادشده) و در صورت نیاز اجرای میزگرد و طوفان مغزی (گروه‌های کانونی)، نیز به‌عنوان روش‌های مکمل ارسال مصاحبه از طریق پست الکترونیک استفاده شده است.

برای تحلیل داده‌ها از روش شش‌مرحله‌ای براون و کلارک^۱ (۲۰۰۶) تعدیل‌شده

توسط قاسمی؛ سپیدنامه و هاشمی، ۱۳۹۸ استفاده شده است. براون و کلارک راهنمای شش مرحله‌ای ارائه داده‌اند که چارچوبی بسیار مفید برای انجام این نوع تحلیل است.



منبع: (قاسمی و هاشمی، ۱۳۹۸)

شکل (۳): چهارچوب شش مرحله‌ای براون و کلارک برای انجام تحلیل مضمون

در این شش مرحله مراحل کار به این صورت انجام گرفته است:

- ۱- آشنایی با داده‌ها: آشنایی با داده‌ها از طریق مطالعه و نگارش عبارات معنایی به دست آمده از مصاحبه‌ها؛
- ۲- تولید کدهای اولیه: استخراج مفاهیم اولیه از عبارات معنایی بیان شده توسط مصاحبه‌شوندگان؛
- ۳- جستجوی موضوع‌های اصلی: کنکاش برای یافتن موضوع‌هایی (فرعی) که یک یا دسته‌ای از مفاهیم استخراجی را دربرگیرد و سپس یافتن موضوع‌های اصلی که یک یا چند موضوع فرعی را پوشش دهد؛
- ۴- بررسی موضوع‌های اصلی: بررسی اینکه آیا موضوع‌های فرعی ایجاد شده به خوبی مفاهیم تحت شمول خود را پوشش می‌دهند یا خیر و اینکه آیا موضوع‌های اصلی مناسب قیومیت موضوع‌های فرعی تحت شمول خود هستند یا خیر؛
- ۵- تعریف موضوع‌های اصلی: تعریف هر کدام از موضوع‌ها (معمولاً موضوع‌های اصلی) با توجه به تعاریف احتمالی نظریه‌پردازان و نیز براساس یافته‌های محقق؛
- ۶- نگارش و تحلیل نهایی: نگارش گزارش نهایی حاصل از تحلیل مضمون و ارائه یافته‌ها (کلارک و براون، ۲۰۱۳، به نقل از: هاشمی، ۱۳۹۸، ص. ۶۶).

در این مطالعه تماتیک بعد از انجام مصاحبه‌ها بر اساس اهداف و پرسش‌های پژوهش، مرتب‌سازی آنها آغاز شده و پس از آن مفاهیم و موضوع‌های اصلی عمده مطابق آنچه در بالا ذکر شد، استخراج شده و مورد تفسیر و نتیجه‌گیری قرار گرفته است.

۶. یافته‌ها

یافته‌های پژوهش در قالب چهار بخش ارائه شده است:

- ۱- شناخت ظرفیت‌های موجود؛
- ۲- وضعیت فعلی استان از نظر چشم‌اندازهای اقتصاد فرهنگ؛
- ۳- مهم‌ترین موانع و محدودیت‌های موجود؛
- ۴- راهکارهای بهبود وضعیت.

۶-۱. شناخت ظرفیت‌های موجود

جدول (۲): ظرفیت‌های موجود قابل سرمایه‌گذاری برای ورود به بازار اقتصاد فرهنگ

تم اصلی	تم فرعی	مفهوم
وجود نیروی انسانی علاقه‌مند کافی و ماهر	هنرمندان مجرب و خیره	وجود هنرمندان توانمند و هنرهای خوب در استان وجود هنرمندان خیره و توانمند در استان
	تعدد هنرمندان و صنعتکاران	داشتن هنر و هنرمندان متنوع و ماهر وجود هنرمندان و هنرآفرینان زیاد در سطح استان
	گرایش و علاقه جوانان	گرایش جوانان به توسعه کسب‌وکار
	پیشینه فرهنگی و میراث	پیشینه میراث فرهنگی
پیشینه فرهنگ و صنایع غنی		پیشینه غنی صنایع دستی در استان وجود فرهنگ غنی و کهن در استان
سبک زندگی سنتی		سبک زندگی سنتی به‌مثابه یک ظرفیت بالقوه
وجود مکان‌های طبیعی و توریستی		طبیعت زیبای هنرپرور
	وجود مکان‌های توریستی	وجود مکان‌های توریستی به‌عنوان فضایی برای ایجاد فروش آثار هنری و فرهنگی
حوزه ادبیات	ظرفیت در شعر و	ظرفیت در شعر و داستان‌نویسی



تم اصلی	تم فرعی	مفهوم	
	داستان	ظرفیت در ترانه‌سرایی	
	ادبیات شفاهی	چهل‌سرو، تمثیل و ضرب‌المثل‌ها	
صنایع دستی	صنایع بافتنی	تابلوفرش	
		حصیربافی	
		جاجیم‌بافی، چیت‌بافی، سیاه‌چادر	
		گلیم‌بافی، گلیم نقش برجسته	
	صنایع غیربافتنی	آهنگری، معرق‌کاری و منبت‌کاری	
		سفالگری	
صنایع دستی	ابزارآلات اسب‌سواری	افسار، یراق، زین، لگام	
		گردله اسب	
	البسه و پوشاک	طراحی متنوع پوشش محلی	
		عبابافی	
		چرم‌دوزی، گیوه‌بافی	
		طراحی پوشاک و برندسازی از طرح‌های سنتی	
	ظروف و لوازم خانگی	قندان	
		غریال و ویزن	
		ظروف خانگی چوبی	
		ظروف خانگی فلزی	
	هنرهای تجسمی	هنرهای سنتی	خوشنویسی
			نقاشی
هنرهای نمایشی		عکاسی	
		ساخت سریال، مستندسازی، فیلم‌های سینمایی	
هنرهای دیجیتال		تئاتر و نمایش	
		پویانمایی‌سازی گرافیک، نقاشی دیجیتال	
آداب و رسوم	آداب و سنن	مراسم و آیین‌های محلی مانند چل‌سرو	
		بازی‌های محلی مانند قپان، دارپلان	
		طبخ و آموزش غذای محلی مانند شله‌کینه و ماساو	
		پخت شیرینی بژی برساق، نان خرما	
موسیقی	قطعات موسیقی	ساخت و اجرای موسیقی محلی	
		هنرهای آوایی، هوره و مویه	

تم اصلی	تم فرعی	مفهوم
		لالایی و نواهای کودکانه
	ابزارآلات موسیقی	ساخت سازها و ابزارآلات موسیقی
کیفیت نیروی انسانی متخصص	وجود نیروی انسانی مجرب	وجود اساتید هنرهای دستی و هنری به‌مثابه رونق‌بخش هنرها و صنایع وجود هنرمندان و کارآفرینان مشهور و مجرب
	خلاقیت هنرمندان	داشتن هنرمندان مستعد و خلاق
	ذوق هنری بالای جوانان	ذوق هنری بالای جوانان امروزی
	عدم نیاز به سواد	عدم نیاز صنایع دستی به سواد و مدرک تحصیلی
	محرومیت اقتصادی هنرمندان	محرومیت اقتصادی هنرمندان شایسته
کم‌وکیف تولید	وجود مواد اولیه	وجود مواد اولیه کافی برای صنایع و هنرها
	کیفیت آثار تولیدشده	کسب جوایز ملی توسط نویسندگان و هنرمندان ایلامی
زمینه و پیشینه استان	بافت فرهنگی و سنتی استان	منشأ فرهنگی و بومی فعالیت‌های هنری و فرهنگی
		کاربرد صنایع دستی در بافت ایلپاتی استان
		وجود بستر فرهنگی لازم
	پیشینه طولانی و غنی فرهنگی و هنری استان	پیشینه تاریخی چندهزار ساله
	تمدنی غنی استان	
سبک زندگی مصرفی	اقتضای سبک زندگی مردم	اقتضای سبک زندگی مردم
سبک زندگی مصرفی	گرایش به مصرف در مردم	گرایش به مصرف در طبقات متوسط و بالا
	تنوع نیازهای انسان	تنوع نیازهای انسان و نیاز به آثار هنری و فرهنگی
	علاقه مردم به آثار فرهنگی و صنعتی	علاقه مردم استان به آثار فرهنگی و هنری و صنایع دستی
	تقاضا در بازار	وجود تقاضا در جامعه
ظرفیت اقتصادی	ظرفیت اقتصادی	ظرفیت قابل مشاهده برای خرید کالاهای هنری و فرهنگی
		ظرفیت صادراتی آثار هنری و دستی



مطابق جدول ۲، مهم‌ترین این زمینه‌ها عبارت‌اند از: وجود نیروی انسانی علاقه‌مند کافی و ماهر (مشمتمل بر: وجود هنرمندان مجرب و خیره، تعدد هنرمندان و صنعتکاران، گرایش و علاقه جوانان)، پیشینه فرهنگی و میراث (مشمتمل بر: پیشینه میراث فرهنگی، پیشینه فرهنگ و صنایع غنی، سبک زندگی سنتی)، و وجود مکان‌های طبیعی و توریستی (مشمتمل بر: طبیعت زیبای هنرپرور و وجود مکان‌های توریستی). وجود این زمینه‌ها و بسترها خود نشانگر این امر است که در چنین زمینه‌ای غنی و مستعد آثار فرهنگی و هنری خوبی می‌تواند آفریده شود. سایر حوزه‌های دارای ظرفیت عبارت‌اند از: حوزه ادبیات؛ مشتمل بر شعر، داستان و ادبیات شفاهی. حوزه صنایع دستی؛ مشتمل بر صنایع بافتنی مانند جاجیم‌بافی، تابلوفرش، حصیربافی، گلیم نقش‌برجسته و... صنایع غیربافتنی مانند آهنگری، منبت‌کاری، سفالگری و معرق‌کاری، ابزارآلات اسب‌سواری مانند یراق، افسار، زین و لگام، البسه و پوشاک سنتی، و ظروف و لوازم خانگی است. حوزه هنرهای تجسمی؛ مشتمل بر هنرهای سنتی، هنرهای نمایشی و هنرهای دیجیتال است. حوزه آداب و رسوم؛ مشتمل بر آداب و مناسک و طبخ خوراکی‌هاست. حوزه موسیقی؛ مشتمل بر قطعات و مقام‌های موسیقی و ساخت سازها و ابزارآلات موسیقی است. کیفیت نیروی انسانی متخصص؛ مشتمل بر وجود نیروی انسانی مجرب، خلاقیت هنرمندان، ذوق هنری جوانان، عدم نیاز این حوزه به سواد تخصصی و محرومیت اقتصادی هنرمندان. کم‌وکیف تولید؛ مشتمل بر وجود مواد اولیه و کیفیت آثار تولیدشده. زمینه و پیشینه استان؛ مشتمل بر بافت فرهنگی سنتی استان و پیشینه تاریخی و تمدنی غنی. سبک زندگی مصرفی مردم؛ مشتمل بر اقتضای سبک زندگی مردم، گرایش به مصرف در مردم، تنوع نیازهای انسان، علاقه مردم به آثار فرهنگی و صنعتی و تقاضا در بازار. دلایل اقتصادی؛ مشتمل بر ظرفیت صادرات و فقدان سرمایه‌گذاری در استان. با توجه به این ظرفیت‌ها، می‌توان مدعی بود که استان ایلام ظرفیت سرمایه‌گذاری برای راه‌اندازی بازار فروش را دارا می‌باشد.

۶-۲. وضعیت فعلی استان از نظر چشم‌اندازهای اقتصاد فرهنگ

جدول (۳): وضعیت فعلی استان از نظر چشم‌اندازهای اقتصاد فرهنگ

تم اصلی	تم فرعی	مفهوم
عملکرد سازمان‌های مرتبط	عدم حمایت دولت	عدم حمایت از تولیدات فرهنگی در استان
		تولید محدود هنرمندان استان و عدم حمایت‌های لازم توسط سازمان‌ها
	بی‌توجهی دولت به کیفیت و کمیت آثار به‌دلیل بی‌توجهی دولت به کیفیت و کمیت	
	عدم توجه به زمینه‌های دارای ظرفیت	
	عدم توجه به حوزه هنر و فرهنگ	
وضعیت هنرمندان	اوضاع نامناسب هنرمندان	سهم پایین هنرمندان استان از بازار هنر
		وضعیت درآمدی نامناسب هنرمندان
		اوضاع نامناسب و اسفناک هنر و هنرمند
		بیکاری گسترده هنرمندان استان
	واگرایی هنرمندان در خلق اثر	
	فقدان انگیزه و خلاقیت	نبود انگیزه به‌دلیل رکود اقتصادی
		فقدان خلاقیت هنرمندان
	عدم بروز استعدادها و توانایی‌ها	عدم بروز استعدادها و توانایی‌های هنرمندان
	جایگاه نامناسب هنرمندان	جایگاه نامناسب هنرمندان در جامعه
وابستگی هنرمندان به دولت	وابستگی هنرمندان به دولت	
وضعیت آثار تولیدی	تولید آثار فاقد اصالت	تولید صنایع و آثار هنری و دستی فاقد اصالت و روح توسط غیربومی‌ها
		عدم بهبود کیفی آثار
	ضعف کیفی آثار	وضعیت متغییر و ضعیف و تولید آثار تقلیدی
تلنبار شدن آثار تولیدی	عدم فروش تلنبار شدن آثار تولیدی	
وضعیت بازار آثار	ضعف در چرخه تولید - توزیع - فروش	وضعیت ضعیف هنر و تولید و فروش آثار هنری در استان
	بازار نابسامان و سنتی	وضعیت نابسامان در نتیجه اتکا به روش‌های سنتی
	تسلط سوداگران بر بازار	تسلط سوداگران بر بازار فرهنگ و هنر



تم اصلی	تم فرعی	مفهوم
	عدم خرید آثار توسط مردم	وضعیت اقتصادی بد مردم و عدم خرید آثار
ساختار فرهنگی و هنری	خلأ و گسست در ساختار فرهنگی	گسست‌ها و سرگیجه‌ها در حیطه فرهنگ کاستی‌ها و خلأهای زیاد در ساختارهای فرهنگی و هنری
	عدم استقبال از آثار فرهنگی و هنری	عدم استقبال جوانان از آثار هنری و فرهنگی
	مهاجرت هنرمندان قابل از استان	مهاجرت هنرمندان توانمند به خارج از استان
	رواج موفقیت‌های فردی	موفقیت‌های فردی هنرمندان در فعالیت‌های فرهنگی و هنری

در ارزیابی وضعیت فعلی در استفاده از ظرفیت‌های موجود فرهنگی و هنری استان ایلام طبق اظهار نظر فعالان فرهنگی و هنرمندان استان ظرفیت سرمایه‌گذاری و ورود به عرصه اقتصاد فرهنگ را دارا هستند. این ارزیابی در پنج عرصه:

۱- عملکرد سازمان‌های مرتبط با فرهنگ و هنر؛ مشتمل بر عدم حمایت دولت، بی‌توجهی دولت به کیفیت و کمیت آثار، عدم توجه به ظرفیت‌ها، حمایت محدود از هنرمندان و عدم توجه کافی به فرهنگ و هنر؛

۲- وضعیت فعلی هنرمندان استان به‌طور کلی؛ مشتمل بر اوضاع نامناسب هنرمندان، واگرایی در خلق اثر، فقدان انگیزه و خلاقیت، عدم بروز استعدادها و توانایی‌ها، جایگاه نامناسب هنرمندان، وابستگی هنرمندان به دولت؛

۳- وضعیت آثار تولیدی؛ مشتمل بر ضعف کیفی آثار، تولید آثار فاقد اصالت، تلبارشدن آثار تولیدی؛

۴- وضعیت بازار آثار؛ مشتمل بر ضعف در چرخه تولید - توزیع - فروش، بازار نابسامان و سنتی، تسلط سوداگران بر بازار، و عدم خرید آثار توسط مردم؛

۵- وضعیت ساختار فرهنگی و هنری جامعه؛ مشتمل بر خلأ و گسست در ساختار فرهنگی، عدم استقبال کافی از آثار فرهنگی و هنری، مهاجرت هنرمندان قابل از استان و رواج موفقیت‌های فردی.

این موارد تصویری کلی از وضعیت فعلی حوزه فرهنگ و هنر در استان ایلام بود که نیازمند تغییر و تحولات اساسی است تا بتواند از پوسته کسادت خارج گشته و به رونق بیفتد.

۳-۶. موانع و محدودیت‌های موجود

جدول (۴): موانع و محدودیت‌های موجود

تم اصلی	تم فرعی	مفهوم
موانع اقتصادی	کمبود امکانات و تجهیزات	نبود امکانات و کارگاه‌های مجهز و معتبر
	فقدان حمایت مالی دولتی و اسپانسرینگ	عدم حمایت مالی دولتی و غیردولتی
		نبود سرمایه‌گذار و حامی مالی
	رکود اقتصادی جامعه	رکود اقتصادی جامعه و سطح درآمد پایین مردم
		قیمت بالای مواد اولیه
	ضعف مالی هنرمندان	عدم بیمه هنرمندان
دستمزدهای ناچیز و ضعف مالی هنرمندان		
موانع سازمانی و مدیریتی	دولتی بودن مراکز هنری و انجمن‌ها	دولتی بودن مراکز هنری و انجمن‌ها
	فقدان شایسته‌سالاری	فقدان شایسته‌سالاری در انتخاب مدیران فرهنگی
		نفوذ هنرمند - نماها و میدان‌داری افراد غیرشایسته
	ضعف برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری	عدم برنامه‌ریزی نهادها
		عدم سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی صحیح
	عدم حمایت از نیروهای فعال	عدم حمایت از نیروهای مشتاق و فعال
	عدم حمایت از استعدادها	عدم استقبال و حمایت نهادهای مرتبط از استعدادها
		ضعف مدیریتی جامعه
	متولیان کم‌سواد و غیرمتخصص	فقدان متولی و یا متولیان کم‌سواد
		نبودن متولی مشخص در استان در این حوزه
ناآشنایی مدیران با ظرفیت‌ها و شاخص‌ها	عدم تعریف ظرفیت‌ها و توانمندی‌ها توسط نهادها	
	بی‌توجهی مسئولان به شاخصه‌های هنری و شخصیت‌های فرهنگی	
موانع ساختاری اجتماعی	ضعف انجمن‌ها	فقدان اعتبار انجمن‌های فرهنگی و هنری استان
		ناهماهنگی و عدم انسجام انجمن‌ها
	ضعف زیرساخت‌ها	نبود زیرساخت‌های لازم در استان
		نبود مکان مناسب مانند فرهنگسرا

تم اصلی	تم فرعی	مفهوم	
	ضعف در چرخه تولید - توزیع - مصرف استان	در اولویت نبودن توسعه فرهنگی در استان	
		نبود صنایع تبدیلی در استان	
		عدم توازن چرخه تولید - توزیع - مصرف	
	محرومیت منطقه‌ای	محرومیت منطقه‌ای	محرومیت منطقه‌ای
		محرومیت منطقه‌ای	کمبود مواد اولیه، نبود بازار فروش
		محرومیت منطقه‌ای	مهاجرت هنرمندان توانمند و فاخر به خارج از استان
موانع ساختاری فرهنگی	سرمایه فرهنگی ضعیف جامعه	عدم آشنایی با بازار در زمینه فرهنگ و هنر	
		ناآشنایی جوانان با تاریخ و فرهنگ بومی	
		بیگانگی نسل جدید با صنایع بومی و سنتی	
	سبک زندگی و ذائقه مردم	رواج هنر غیراصیل در جامعه	
		لوکس‌پسندی مردم استان و عدم علاقه به آثار هنری	
		نبود کالاهای فرهنگی در سبد خرید مردم	
مسائل مذهبی	تضاد برخی صنایع هنری مانند موسیقی و رقص با برداشت رسمی از مذهب		
موانع تبلیغاتی و بازاریابی	معرفی نامناسب آثار	معرفی نادرست و کم محصولات به مردم	
		عدم معرفی آثار فرهنگی - هنری استان به سایر استان‌ها	
	عدم حمایت رسانه‌های استان	بی‌توجهی رسانه‌های استانی	
		تبلیغات و بازاریابی نامناسب	
روش‌های نامناسب تبلیغات و بازاریابی	روش‌های نامناسب تبلیغات و توزیع		
	فقدان تشکیلات بازاریابی و فروش		
ضعف‌های هنرمندان	ضعف خلاقیت، پشتکار و خودباوری	ضعف خلاقیت و به‌روز نبودن هنرمندان	
		عدم خودباوری هنرمندان	
		نبود پشتکار در هنرمندان و فعالان فرهنگی	
	ضعف مالی و فقدان انگیزه	فقدان انگیزه	
		ضعف مالی هنرمندان و فعالان فرهنگی	
	ضعف در آموزش	فقدان آموزش‌های لازم و به‌روز	
	گمنامی هنرمندان	گمنامی و عدم شناخت هنرمندان	
دغدغه‌مند نبودن هنرمندان	دغدغه‌مند نبودن هنرمندان استان		

مطابق جدول ۴، مهم‌ترین موانع و محدودیت‌های موجود در استفاده از ظرفیت‌های ذکر شده عبارت‌اند از:

- موانع اقتصادی؛ مشتمل بر: ۱- کمبود امکانات و تجهیزات، ۲- فقدان حمایت مالی دولتی و اسپانسرینگ، ۳- رکود اقتصادی جامعه، ۴- ضعف مالی هنرمندان.
- موانع سازمانی و مدیریتی؛ مشتمل بر: ۱- دولتی بودن مراکز هنری، ۲- فقدان شایسته‌سالاری، ۳- ضعف برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری، ۴- عدم حمایت از نیروهای فعال، ۵- عدم حمایت از استعدادها، ۶- ضعف مدیریتی، ۷- متولیان کم‌سواد و غیرمتخصص، ۸- ناآشنایی مدیران با ظرفیت‌ها و شاخص‌ها.
- موانع ساختار اجتماعی؛ مشتمل بر: ۱- ضعف انجمن‌ها، ۲- ضعف زیرساخت‌ها، ۳- ضعف در چرخه تولید - توزیع - مصرف استان، ۴- محرومیت منطقه‌ای.
- موانع ساختار فرهنگی؛ مشتمل بر: ۱- سرمایه فرهنگی ضعیف جامعه، ۲- سبک زندگی و ذائقه مردم، ۳- مسائل مذهبی و به‌طور خاص تعارض هنرهای مانند موسیقی و رقص با قرائت رسمی از مذهب.
- موانع بازاریابی و تبلیغات؛ مشتمل بر: ۱- معرفی نامناسب آثار، ۲- عدم حمایت رسانه‌های استان، ۳- روش‌های نامناسب تبلیغات و بازاریابی.
- ضعف‌های قابل مشاهده در هنرمندان؛ مشتمل بر: ۱- ضعف خلاقیت، پشتکار و خودباوری، ۲- ضعف مالی و فقدان انگیزه، ۳- ضعف در آموزش، ۴- گمنامی هنرمندان، ۵- دغدغه‌مند نبودن هنرمندان.

۳-۶. راهکارهای بهبود وضعیت

مهم‌ترین راهکارهایی که در این حوزه‌ها قابل ارائه و پیشنهاد بوده عبارت‌اند از:

- ۱- مدیریت و سیاست‌گذاری، ۲- زمینه‌سازی و بسترسازی، ۳- پشتیبانی مالی، ۴- تبلیغات و بازاریابی، ۵- راهکارهایی درباره هنرمندان، و ۶- اقدام‌های عملی برای فروش آثار. در حوزه مدیریت و سیاست‌گذاری نیاز است تا مدیران و سیاست‌گذاران این اقدام‌ها را انجام دهند: جذب فعالان و هنرمندان در بدنه مدیریتی، شناسنامه‌کردن آثار، درج فعالیت‌های فرهنگی و هنری در اولویت‌ها، ورود رسانه، دولت و دانشگاه، حمایت معنوی و حق نشر، شناساندن فرهنگ، هنر و هنرمندان بومی، پشتیبانی و توسعه توسط میراث فرهنگی، آسیب‌شناسی حوزه فرهنگ و هنر، خصوصی شدن مراکز فرهنگی و هنری. در حوزه زمینه‌سازی و بسترسازی نیاز است



تا این اقدام‌ها صورت گیرد: فراهم کردن بستر فرهنگی، فراهم کردن بستر کارآفرینی، ثبت انجمن‌ها، آموزش هنرمندان، فراهم کردن مواد اولیه، بیمه کردن هنرمندان، ایجاد کارگاه تولید و صنایع تبدیلی، آماده‌سازی تفرجگاه‌ها و جذب توریسم، استقبال از خلاقیت و تنوع، جلب اعتماد هنرمندان، و تضمین خرید آثار. از نظر پشتیبانی مالی نیاز است تا اقدام‌های زیر صورت گیرد: حمایت مالی نهادها و اختصاص بودجه، حمایت بانک‌ها، جذب سرمایه و اسپانسرینگ. از لحاظ تبلیغات و بازاریابی نیز به اقدام‌هایی چند نیاز است از جمله: تبلیغات در شبکه‌های مجازی، توجه به فرهنگ و سنت در تبلیغات، تبلیغات با شیوه‌های نوین، تبلیغات مناسب آثار، به‌کارگیری رسانه‌های دیداری و شنیداری، تبلیغات در اماکن و انجمن‌ها، تبلیغات در صداوسیما، تبلیغات عادلانه و فراگیر. هنرمندان نیز خود بایست اقدام‌هایی انجام دهند از جمله: به‌روز کردن آثار تولیدی، کار با انگیزه و اعتمادبه‌نفس، ورود به گفتمان فرهنگی جامعه، ارتباط با مردم و دغدغه‌مندی، تنوع و خلاقیت در طراحی، بسته‌بندی مناسب آثار تولیدشده، قیمت‌گذاری آثار توسط افراد خبره. درنهایت بعد از انجام این اقدام‌ها می‌توان با فراغ بال بیشتر به اقدام‌های عملی برای فروش آثار فرهنگی و هنری پرداخت که مهم‌ترین راهکارهای فروش عبارت‌اند از: تأسیس بازارها و بازارچه‌های فروش گوناگون حقیقی و مجازی، راه‌اندازی جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های مختلف، برگزاری مسابقه‌های و اردوهای فرهنگی - هنری، رونق صادرات و استفاده از مرزی بودن استان، استفاده از هنرمندان در ارگان‌های مختلف. انتظار می‌رود بعد از مجموعه این اقدام‌ها به یک تصویر نسبتاً مطلوب از اجرای اقتصاد فرهنگ و توسعه اقتصادی بخش فرهنگی و هنری استان ایلام دست یافت. درنهایت با توجه به یافته‌ها، نقشه تماتیک پژوهش به شرح شکل ۴ ترسیم شده است.



۱- تغییر در شیوه‌های مدیریت و سیاست‌گذاری‌ها؛

۲- زمینه‌سازی و بسترسازی لازم؛

۳- پشتیبانی مالی از تولید آثار فرهنگی و هنری؛

۴- تبلیغات و بازاریابی مناسب و گسترده؛

۵- راهکارهایی درباره بهبود کیفیت آثار هنرمندان؛

۶- اقدامات عملی برای فروش آثار مانند تأسیس بازارها و بازارچه‌های فروش

گوناگون حقیقی و مجازی، راه‌اندازی جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های مختلف، برگزاری

مسابقات و اردوهای فرهنگی - هنری، رونق صادرات و استفاده از مرزى بودن

استان، استفاده از هنرمندان در ارگان‌های مختلف.

نتیجه‌گیری

در این بخش، بحث و نتیجه‌گیری پیرامون پاسخگویی به سؤال‌های پژوهش ارائه شده است.

ظرفیت‌های قابل سرمایه‌گذاری - در زیرمجموعه فرهنگ و هنر بومی استان

ایلام - که قابلیت ورود به بازار اقتصاد فرهنگ و هنر را دارند، مشتمل بر چه

موارد و مؤلفه‌هایی هستند؟

مطابق یافته‌های پژوهش، زمینه‌های بالقوه فرهنگی مستعد تولید آثار فرهنگی و

هنری در استان ایلام عبارت‌اند از: وجود نیروی انسانی کافی علاقه‌مند و ماهر،

پیشینه فرهنگی و میراث غنی و وجود مکان‌های طبیعی و توریستی، که وجود این

زمینه‌ها و بسترها خود نشانگر این امر است که در چنین زمینه‌ای غنی و مستعد آثار

فرهنگی و هنری خوبی می‌تواند آفریده شود. مهمترین حوزه‌های دارای ظرفیت

عبارت‌اند از: حوزه ادبیات، حوزه صنایع دستی، حوزه هنرهای تجسمی، حوزه

هنرهای نمایشی، حوزه آداب و رسوم و حوزه موسیقی.

وضعیت فعلی استان ایلام از نظر چشم‌اندازهای اقتصاد فرهنگ و به‌طور

خاص از نظر تولید، توزیع و فروش آثار چگونه است؟ به‌عبارت‌دیگر

ظرفیت‌های شناسایی‌شده پژوهش حاضر در استان ایلام در چه وضعیتی

قرار دارند؟

ارزیابی وضعیت فعلی در استفاده از ظرفیت‌های موجود فرهنگی و هنری استان ایلام

نشان می‌دهد که عملکرد سازمان‌های مرتبط با فرهنگ و هنر مانند فرهنگ و ارشاد

اسلامی، حوزه هنری، میراث فرهنگی و سایر سازمان‌هایی که در این حوزه برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری و فعالیت دارند - نامناسب بوده است. مهم‌ترین عامل این عملکرد نامناسب غفلت نهادهای متولی امر فرهنگ و هنر در استان ایلام است. این غفلت ناشی از دغدغه‌مندی اندک متولیان این حوزه، گزارش‌زدگی و بیلان‌کارنویسی، هراس از تولید رقیبی که ممکن است پست آنان را تصاحب کند، درک نادرست از فرهنگ و هنر، تخصص‌اندک در زمینه سیاست‌گذاری فرهنگی و هنری، گروه‌گرایی و کادرسازی‌ها برای بقا در پست، و نیز در حاشیه بودن حوزه فرهنگ و هنر در تشکیلات وزارت کشور که نمود آن را می‌توان در خلأ وجود معاون فرهنگی و هنری در استانداری‌ها مشاهده نمود. همچنین براساس یافته‌ها و نیز مشاهده‌های میدانی پژوهشگر، وضعیت فعلی هنرمندان استان از لحاظ اقتصادی و به‌طور خاص فروش آثار و دسترسی به بازارهای مناسب برای این کار مساعد نیست، و بسیاری از آثار تولیدی نیز کمیت و کیفیت قابل تعریفی ندارند. از طرفی وضعیت بازار فعلی آثار تولید شده هم نابسامان بوده و ساختار کنونی فرهنگی و هنری جامعه که با ویژگی‌هایی مانند مصرف فرهنگی پایین، عدم تخصص‌گرایی در حوزه فرهنگ و هنر در سطوح مدیریتی و نیروی انسانی فعال، بها ندادن به اساتید خلاق و نوآور، چشم و هم‌چشمی، تنگ‌نظری - حسادت و رقابت‌های ناسالم، پارتی‌بازی و رابطه‌بازی، طایفه‌گرایی، تعصبات سنتی و دیگرستیزی، و غیره - مشخص می‌شود - نیز این وضعیت را بدتر نموده است.

مهم‌ترین موانع بهره‌برداری از ظرفیت‌های موجود استان ایلام در حوزه اقتصاد فرهنگ کدامند؟ این موانع شامل چه مؤلفه‌هایی هستند؟

در راه بهبود وضعیت ذکر شده موانع و محدودیت‌های زیادی وجود دارد. موانع و محدودیت‌هایی از جمله موانع اقتصادی؛ موانع سازمانی و مدیریتی؛ موانع ساختار اجتماعی؛ موانع ساختار فرهنگی؛ موانع بازاریابی و تبلیغات؛ ضعف‌های قابل مشاهده در هنرمندان و... مهم‌ترین موانع در راه بهبود وضعیت ذکر شده بوده‌اند. برای غلبه بر این محدودیت‌ها و بهبود وضعیت نابسامان ذکر شده، راهکارهایی می‌توان پیشنهاد داد از جمله: ۱- تغییر در شیوه‌های مدیریت و سیاست‌گذاری‌ها، ۲- زمینه‌سازی و بسترسازی لازم، ۳- پشتیبانی مالی از تولید آثار فرهنگی و هنری، ۴- تبلیغات و بازاریابی مناسب و گسترده، ۵- راهکارهایی درباره بهبود کیفیت آثار هنرمندان و ۶- اقدامات عملی برای فروش آثار مانند تأسیس بازارها و بازارچه‌های فروش گوناگون حقیقی و مجازی، راه‌اندازی جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های مختلف، برگزاری مسابقات و

اردوهای فرهنگی - هنری، رونق صادرات و استفاده از مرزی بودن استان، استفاده از هنرمندان در ارگان‌های مختلف. در انطباق با این یافته پژوهش، انتظاری و درخشان (۱۴۰۱) دریافتند که مهم‌ترین موانع توسعه اقتصاد فرهنگ این است که از میان مولفه‌های سیاست‌گذاری در اقتصاد فرهنگ، در سیاست‌های کلان کشور، به بخش تولید بیش از توزیع و مصرف توجه شده است. همچنین تولید محصولات فرهنگی متناسب با بازارهای جهانی و منطقه‌ای و ارائه آن در این بازارها کمتر مورد توجه، و اکثر سیاست‌ها در سطح ملی تنظیم شده است.

چگونه و از طریق کدام راهبردها و سیاست‌های اقتصادی و توسعه‌ای می‌توان برنامه‌ریزی و اقدام‌های لازم را برای توسعه و تقویت ظرفیت‌های محلی اقتصاد فرهنگ و هنر در استان ایلام فراهم ساخت؟

به نظر می‌رسد نهادهای متولی، اصحاب فرهنگ و هنر می‌توانند با ترکیب رویا و حقیقت در بازیابی در ایجاد کسب‌وکارهای مرتبط با فرهنگ و هنر نقش ویژه‌ای داشته باشند. چنانچه مقام‌های تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر صنایع فرهنگی و هنری را بخشی از «روح» فرد و جامعه بدانند، آنها را عاقلانه و اندیشمندانه برنامه‌ریزی می‌نمایند. اگر فرهنگ بتواند برای جامعه شادابی و تفریح ایجاد کند آنگاه می‌توان گفت مستعد تبدیل به ارزش مادی و مالی است و اقتصاد فرهنگ متولد شده است. باتوجه به یافته‌های مطالعه حاضر، ترسیم چشم‌انداز روشن از اقتصاد فرهنگ در استان ایلام قبل از هرچیز نیازمند سیاست‌گذاری مناسب و هدفمند توسط مدیران فرهنگی و هنری است. آنگاه با تخصیص بودجه و سرمایه‌گذاری دولتی مقداری بهبود ایجاد کرد تا بتوان به مدد آن به جذب سرمایه بخش خصوصی نیز اقدام کرد. زیرا بخش خصوصی تا زمینه را مستعد سود و بازدهی نبیند اقدام به سرمایه‌گذاری نخواهد کرد. در تمامی جوامع کسب‌وکار فرهنگی و هنری با سرمایه‌گذاری بخش خصوصی تحقق یافته است و حاکمیت باید بسترهای لازم را فراهم نماید. بسترسازی نیازمند همکاری نهادهای اجرایی است. تا زمانی که متولیان فرهنگی از ایده‌های جدید حمایت نکنند و همچنین زیرساخت‌های لازم را برای اشتغال و درآمد فراهم نکنند و حوزه فرهنگ و هنر را به یک حوزه جذاب و جاذب تبدیل نکنند، سرمایه‌های بخش خصوصی در بازار هنر انباشته نخواهد شد. از طرف دیگر کسب‌وکار هنری از سرمایه اجتماعی هنر تولید می‌گردد. یکی از نهادهایی که تولید و عرضه محصولات فرهنگی هنر می‌تواند مؤثر باشد شهرداری‌ها هستند، در استان ایلام

شهرداری‌ها می‌بایست در احداث سالن‌های سخنرانی عمومی، کتابخانه، احداث پاتوق‌ها، حمایت از هنرمندان و آثار هنری، تولید نمادها و تندیس‌ها و... کوشا باشند. استفاده از هنرمندان استان در طراحی و ساخت نمادهای فرهنگی - هویتی - هنری ضمن زیباسازی و شناسنامه‌سازی برای شهر و روستا می‌تواند در اشتغال‌زایی اهل هنر نیز مؤثر باشد. این یافته پژوهش با نتایج مطالعه مسعودی‌نیا؛ رشیدپور و ابراهیم‌زاده (۱۴۰۰) همخوانی دارد که دریافتند تدوین سیاست‌های کارآمد، گفتمان‌سازی، بهبود فضای کسب‌وکار فرهنگی، اصلاح قوانین حق مالکیت و تعهدات اجرایی، مداخله قاعده‌مند دولت و واگذاری به بخش خصوصی، قاعده‌مند شدن حمایت‌های کارشناسی‌شده و... نقش مهمی در توسعه اقتصاد فرهنگ دارند. همچنین پرات (۲۰۱۶) دریافت یکی از مهم‌ترین راه‌های فروش مداوم آثار فرهنگی و هنری و ایجاد درآمد پایدار برای هنرمندان و همچنین رونق تجارت فرهنگی - احداث خیابان‌های صنایع هنری و صنایع دستی است. در انطباق با پژوهش حاضر، اردکانی و صیادی (۱۳۹۳) نیز با استناد به تعاریف آندرسون معتقدند تقویت مکان‌ها و سازه‌ها و تفرج‌گاه‌ها با توانایی جذب و نگهداشتن اشخاص و کسب‌وکارها، تعیین میراث فرهنگی محلی یا منطقه‌ای، جذب گردشگر، دارایی‌های فرهنگی، رشد اقتصادی بیشتر را تسهیل می‌کند. این قبیل دارایی‌های فرهنگی به منطقه هویت بخشیده و گردشگران را به سمت خود می‌کشاند و روند رشد اقتصادی را هرچه بیشتر هموار می‌کند. این بخش مشتمل است بر گردشگری فرهنگ، جاذبه تجاری، برند فرهنگی، منابع فرهنگی و برنامه‌ریزی و پشتیبانی فنی جهت حفظ آثار تاریخی در کشور. به باور خزائی (۱۳۸۵) شکوفایی و رونق فرهنگی در حوزه عمومی و در سطح فراگیر و گسترده منوط به عصر رفاه اجتماعی و متعلق به جوامع برخوردار است. از طرفی در اقتصاد توسعه، میزان مصرف کالاها و خدمات فرهنگی یکی از شاخص‌های اصلی سنجش توسعه‌یافتگی نظام فرهنگی محسوب می‌شود. تحقق اقتصاد فرهنگ قبل از هر چیز نیازمند ساختارهای اقتصادی قوی در استان و شهرستان‌های تابع آن است. پیر بوردیو جامعه‌شناس فرانسوی نیز از جمله نظریه‌پردازانی است که دیدگاه‌های جالب‌توجهی درباره ارتباط اقتصاد و فرهنگ دارد. او به کنش و واکنش و دیالکتیک بین میدان‌های اقتصاد، فرهنگ، سیاست و... معتقد است. از نظر وی همان‌طور که اقتصاد شکوفا می‌تواند زمینه‌ساز فرهنگ شکوفا و توسعه‌یافته شود، فرهنگ شکوفا نیز به نوبه خود اقتصاد را شکوفاتر کرده و به عبارت دیگر اقتصاد را بازتولید می‌کند؛ بنابراین با تحقق اقتصاد فرهنگ و رونق

اقتصادی تولیدات فرهنگی در منطقه مستعدی مانند استان ایلام، ضمن شکوفا کردن تولیدات فرهنگی و ایجاد درآمد ثابت برای فعالان این عرصه، می‌توان در راستای دستیابی به توسعه پایدار قدم برداشت به‌خصوص که رونق فرهنگ خود تثبیت رونق اقتصادی را به دنبال دارد.

فهرست منابع

اردکانی ناظمی، مهدی و صیادی، محمد (۱۳۹۳). بررسی وضعیت مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ در ایران؛ مقایسه تطبیقی با کشورهای منتخب دنیا و ارائه راهکارهای بهبود وضعیت اقتصاد فرهنگ در کشور. *راهبرد اجتماعی و فرهنگی*، (۱۳)، ۱۹۱-۲۲۵.

انتظاری، ادشیر و درخشان، فاطمه (۱۴۰۰)، حکمرانی و توسعه اقتصاد فرهنگ؛ مقایسه ایران و کشورهای پیشرفته، *فصلنامه علوم اجتماعی (دانشگاه علامه طباطبائی)*، (۹۳)، ۳۳-۸۴.

بیرانوندزاده، مریم؛ درویشی، هدایت‌اله و خداداد، مهدی (۱۳۹۵). بررسی وضعیت توسعه اجتماعی - فرهنگی در استان ایلام در مقایسه با دیگر استان‌های کشور. *دهمین کنگره پیشگامان پیشرفت*. تهران.

پاداشی، حمید (۱۳۹۷). «دولت کارآفرین» عنصر گوهری توسعه/ حضور دولت در اقتصاد از دلایل موفقیت بخش خصوصی آمریکا است. تهران: <https://www.atnanews.ir/archives/203459>

پیمایش ملی مصرف کالاهای فرهنگی در ایران (۱۳۹۹). *گزارش‌های استانی پیمایش ملی مصرف کالاهای فرهنگی ۱۳۹۸ (موج سوم)*. تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

تقوایی، مسعود و قائدرحمتی، صفر (۱۳۸۵). تحلیل شاخص‌های توسعه فرهنگی استان‌های کشور. *جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، (۷)۴، ۱۱۷-۱۳۲.

حسین‌زاده دلیر، کریم و ملکی، سعید (۱۳۸۵). بررسی وضعیت شاخص‌های توسعه انسانی در استان ایلام. *جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، (۶)۴، ۱-۲۶.

خزایی، محسن (۱۳۸۵). *رکود در اقتصاد فرهنگ*. تهران: مگیران.
روشنای مشرق زمین (۱۳۹۷). *سند توسعه فرهنگی شهرستان‌های محروم و کمتر توسعه یافته، به سفارش وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی*. تهران: وزرات

فرهنگ و ارشاد اسلامی.

- سربندی، فرناز؛ حاجیانی، ابراهیم و صالحی امیری، سیدرضا (۱۳۹۹). تحلیل سیاست‌های اقتصاد سینما در دولت‌های پس از انقلاب اسلامی. *مطالعات بین‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ*، ۱۰(۱)، ۱۰۱-۱۳۲.
- شش‌جوئی، حمیدرضا (۱۳۹۶). *بررسی اجمالی موانع برآورد سهم بخش فرهنگ در اقتصاد*. تهران: مؤسسه فرهنگی هنری پویه مهر اشراق.
- عنبری، موسی (۱۳۹۰). *جامعه‌شناسی توسعه از اقتصاد تا فرهنگ*. تهران: سمت.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۹). *ارزیابی تأثیرات اجتماعی*. تهران: جامعه‌شناسان.
- قاسمی، یارمحمد و هاشمی، علی (۱۳۹۸). انجام پژوهش به روش تحلیل مضمون: راهنمای عملی و گام به گام برای یادگیری و آموزش (مورد مطالعه: مصرف موسیقی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه ایلام). *فرهنگ/ایلام*، ۲۰(۶۴) و ۳۳-۷، (۶۵).
- کاظم‌زاده، موسی و کوهی، کمال (۱۳۸۹). نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی، موانع و راهکارها. *نامه فرهنگی*، ۱۲(۱۲)، ۱۸۲-۲۱۲.
- گنجی، محمد و حیدریان، امین (۱۳۹۳). سرمایه فرهنگی و اقتصاد فرهنگ (با تأکید بر نظریه‌های پی‌یر بوردیو و دیوید تراسی). *راهبرد*، ۲۳(۷۲)، ۷۷-۹۷.
- مازو کاتو، ماریانا (۱۳۹۵). *دولت کارآفرین*. ترجمه حمید پاداشی و علی نیکونسبتی، تهران، نشر چشمه.
- مسعودی‌نیا، زهرا؛ رشیدپور، علی و ابراهیم‌زاده، رضا (۱۳۹۷). راهبردهای مؤثر بر تقویت ساختار اقتصاد فرهنگ ایران. *راهبرد اجتماعی*، ۲۷(۲۷)، ۱۰۳-۱۳۸.
- مسعودی‌نیا، زهرا؛ رشیدپور، علی و ابراهیم‌زاده، رضا (۱۴۰۰). عوامل مؤثر بر رونق اقتصاد فرهنگ در ایران. *فصلنامه علمی پژوهشی راهبرد فرهنگ*، ۱۴(۵۳).
- نیاکان، محمد (۱۴۰۰). *گزارش توصیفی و تحلیلی وضعیت فرهنگی و هنری استان ایلام*. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- هانت، دایانا (۱۳۸۶). *نظریه‌های اقتصادی توسعه (تحلیلی از پارادایم‌های رقیب)*. ترجمه غلامرضا آزاد ارمکی، تهران: نشر نی.
- هاشمی، علی (۱۳۹۸). *مطالعه ذات‌فهم مصرف موسیقی در بین دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان ایلامی)*. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). رشته مطالعات فرهنگی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران.



- Anderson, W. M. (2005). *Cultural Economic Development*. Michigan Department of History, Arts and Libraries.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006), Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, (3), 77-101.
- Clarke, V. & Braun, V. (2013). Teaching thematic analysis: Overcoming challenges and developing strategies for effective learning. *The Psychologist*, 26(2), 120-123.
- Duffy, M. (2009). *Sound and Music: Economies of Sound*, in International Encyclopedia of Human Geography.
- Lewis, W. A. (1984). The state of development theory. *American Economic Review*, 74(1).
- Pratt, A. C. (2016). *Cultural economy*, *The International Encyclopedia of Geography: People, the Earth, Environment, and Technology*. Publisher: Wiley Editors: D. Richardson.

References

- Anbari, M. (2010). Sociology of development from economy to culture. Tehran: Side. (In Persian)
- Anderson, W.M. (2005). Cultural Economic Development, Michigan Department of History, Arts and Libraries.
- Ardakani Nazimi, M. & Sayadi, M. (2013). Investigating the status of cultural economy components in Iran; A comparative comparison with selected countries of the world and providing solutions to improve the state of culture economy in the country. Social and cultural strategy, 191-225. (In Persian)
- Biranvanzadeh, M.; Darvishi, H. A. & Khodadad, M. (2015). Investigating the status of socio-cultural development in Ilam province compared to other provinces of the country. The 10th Congress of Pioneers of Progress. Tehran. (In Persian)
- Braun, V. & Clarke, V. (2006), Using thematic analysis in psychology, *Qualitative Research in Psychology*, (3), 77-101.
- Clarke, V. & Braun, V. (2013), Teaching thematic analysis: Overcoming challenges and developing strategies for effective learning. *The Psychologist*, 26(2), 120-123.
- Duffy, M. (2009), *Sound and Music: Economies of Sound*, in International Encyclopedia of Human Geography.
- Enteziri, A. & Derakhshan, F. (2020), governance and cultural economic development; Comparison of Iran and advanced countries, *Social Sciences Quarterly (Allameh Tabatabai University)*, (93), 33-84. (In Persian)
- Fazeli, M. (2009). Social impact assessment. First edition, Tehran: Sociologists. (In Persian)
- Ganji, M. & Heydarian, A. (2013). Cultural capital and the economy of culture: with an emphasis on the theories of Pierre Bourdieu and David Thrasby. *Strategy*, 77-97. (In Persian)

- Ghasemi, Y. & Hashemi, A. (2018). Conducting research using thematic analysis method: a practical and step-by-step guide for learning and teaching (case study: music consumption of master's students of Ilam University). *Farhang Elam*, 20th period, (64 and 65), 7-33. (In Persian)
- Hashemi, Ali (2018). study of music consumption taste among students (case study: Ilami students), m.a thesis in the cultural studies, Ilam University. (In Persian)
- Hosseinzadeh Dalir, K. & Maleki, S. (2006). Investigating the status of human development indicators in Ilam province. *Geography and Regional Development*, 4(6) . (In Persian)
- Hunt, D. (2007). *Economic theories of development (an analysis of competing paradigms)*, translated by Gholamreza Azad Ermaki, second edition. Tehran: Ney Publishing. (In Persian)
- Kazemzadeh, M. & Kohi, K. (2009). The role of new means of mass communication in cultural development, obstacles and solutions. *Cultural Letter*, (12), 182-212. (In Persian)
- Khazai, M. (2006). *Stagnation in the economy of culture*. Tehran: Magiran. (In Persian)
- Lewis, W.A. (1984). the state of development theory, *American Economic Review*, 74(1) . (In Persian)
- Masoudinia, Z., Rashidpour, A. & Ebrahimzadeh, R. (2017). Effective strategies on strengthening the structure of Iran's cultural economy. *Social Strategy*, (27), 103-138. (In Persian)
- Masoudinia, Z.; Rashidpour, A. & Ebrahimzadeh, R. (2020). Factors affecting the prosperity of the culture economy in Iran, *Scientific Research Quarterly of Culture Strategy*, 14(53) . (In Persian)
- Mazzucato, Mariana (2016). *The Entrepreneurial State*, translated by Hamid Farari and Ali Nikonsabati, Tehran, Cheshme Publishing House. (In Persian)
- National survey of consumption of cultural goods in Iran (2019). *Provincial reports of the national survey of consumption of cultural goods 2018 (third wave)*. Tehran, Research Institute of Culture, Art and Communication. First Edition. (In Persian)
- Niakan, A.M. (2020). *Descriptive and analytical report on the cultural and artistic situation of Ilam province*, Tehran, Culture, Art and Communication Research Institute. First Edition. (In Persian)
- Padashi, H. (2017). "Entrepreneurial government" a key element of development/government presence in the economy is one of the reasons for the success of the American private sector. Tehran: <https://www.atnanews.ir/archives/203459>. (In Persian)
- Pratt, A.C. (2016), *Cultural economy*, *The International Encyclopedia of Geography: People, the Earth, Environment, and Technology*, Publisher: Wiley Editors: D. Richardson.
- Roshanaye Mashreghzamin (2017). *Document of cultural development of disadvantaged and less developed cities*, commissioned by the Ministry



of Culture and Islamic Guidance. Tehran: Ministries of Islamic Guidance. (In Persian)

Sarbandi, F.; Hajiani, A. & Salehi Amiri, S.R. (2019). Analysis of cinema economy policies in post-Islamic revolution governments, *Interdisciplinary Studies in Media and Culture*, 10(1), 101-132. (In Persian)

Sheshjavani, H. (2016). an overview of obstacles to estimate the contribution of the culture sector in the economy, Tehran; Mehr Eshraq Cultural and Artistic Institute, first edition. (In Persian)

Taghvai, M., Rahmati, P. (2006). Analysis of the cultural development indicators of the country's provinces. *Geography and Regional Development*, 4(7), 117-132. (In Persian)



