

فصلنامه ژئوپلیتیک - سال ششم، شماره دوم، تابستان ۱۳۸۹

صص ۵۶-۳۱

الگوی شبکه‌ای ترسیم نقشه فرهنگی مبتنی بر ارتقاء موقعیت ژئوکالچر مطالعه موردی: کلان شهر تهران

دکتر محمد اخباری* - دانشیار جغرافیای سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی
دکتر محمدهادی مؤذن جامی - دانش آموخته دکتری مدیریت راهبردی، دانشگاه عالی دفاع ملی

تاریخ پذیرش: ۱۳۸۹/۳/۲۱

تاریخ دریافت: ۱۳۸۷/۱۱/۱۵

چکیده

مهندسی فرهنگی از ضروریات ارتقای موقعیت ژئوکالچر ایران اسلامی است که مبدع نظریه حکومتی در دنیای معاصر یعنی مردم‌سالاری دینی بر پایه ولایت فقیه است. مهندسی فرهنگی و نقشه فرهنگی کشور می‌تواند ارائه‌کننده الگویی بومی و کارآمد برای تهیه نقشه فرهنگی باشد.

کلان شهر تهران به‌عنوان ام‌القرای جهان اسلام از جایگاه ویژه‌ای در زمینه مسائل فرهنگی برخوردار است. در نتیجه تهیه نقشه فرهنگی می‌تواند به‌عنوان نقشه راهنما و مبنای اطلاعاتی و ابزار سنجش، جهت‌های کلی توسعه تهران را به‌عنوان شهر نمونه اسلامی مشخص و به‌عنوان راهنمای عمل مدیریت شهری عمل کند. روش تحقیق این پژوهش توصیفی و موردی - زمینه‌ای است و امید می‌رود که با گسترش مقیاس تحقیق از کلان‌شهر تهران به سطح کشور و تبدیل گزینه شهروندان به هم‌میهنان، الگوی مذکور به‌عنوان الگوی راهبردی تدوین نقشه فرهنگی ایران بر اساس ارزش‌های اسلامی به‌منظور ارتقای موقعیت ژئوکالچر کشورمان تبدیل گردد.

در نهایت از مقایسه نتایج آماری آزمون‌ها با مقادیر استاندارد، فرضیه‌های تحقیق تأیید شد و الگوی شبکه‌ای جامعه‌نگر، مناسب طراحی الگوی نقشه فرهنگی شهر تهران برای ارتقای موقعیت ژئوکالچر کشور قرار گرفت.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ، الگوی نقشه فرهنگی، ژئوکالچر، ارزش‌های اسلامی، تهران.

۱- مقدمه

اندیشه ژئوپلیتیک و ژئوکالچر و پرداختن به فرهنگ در پهنه جغرافیا و در رابطه با امر سیاسی، امری است که از دیرباز مطرح بوده است و صاحب نظران زیادی در مورد آن اظهار نظر کرده و به تحقیق پرداخته‌اند. امروزه با فراگیر شدن اقتصاد سرمایه‌داری در تمامی دنیا توجه به ژئواکونومی و رابطه اقتصاد و سرزمین در درجه اهمیت بسیاری قرار گرفته و در نزد بسیاری از اندیشمندان بر ژئوپلیتیک و ژئوکالچر برتری یافته است، اما این مباحث، چیزی از اهمیت مباحث کلاسیک نکاسته و ژئوکالچر و سیاست جغرافیایی از اهمیت خود برخوردار است.

در حال حاضر تعاملات پیچیده‌ای از قدرت و فرهنگ، در محیط جغرافیایی پیرامون ما به وجود آمده است. بدون شک همان‌طور که عوامل جغرافیایی در فرایندهای سیاسی نقش داشته و مفهوم قدرت را تحت تأثیر قرار می‌دهند به همان ترتیب مقوله فرهنگ را نیز به‌عنوان یک پدیده اجتماعی متأثر ساخته و از آن تأثیر می‌گیرند. درک مکانیسم‌های اثرگذار بر فرهنگ و روابط فیما بین کشورهای منطقه و تأثیر ژئوکالچر در تعاملات سیاسی فرهنگی منطقه از مهمترین مسائل می‌باشد.

ژئوکالچر یا ژئوپلیتیک فرهنگی فرآیندی پیچیده از تعاملات قدرت، فرهنگ و محیط جغرافیایی است که طی آن فرهنگ‌ها همچون سایر پدیده‌های نظام اجتماعی همواره در حال شکل‌گیری، تکامل، آمیزش و جابه‌جایی در جریان زمان و در بستر محیط جغرافیایی کره زمین‌اند. واژه ژئو^۱ در ابتدای این مفهوم دارای بار ارزنده جغرافیایی است که پرداختن به آن مستلزم گشودن بحث در خصوص مفاهیم «فرهنگ» در جغرافیای سیاسی است، چرا که محور بحث درباره اصلاح پیوندهای فرهنگی و سیاسی می‌باشد.

واژه کالچر^۲ از ریشه لاتین و در دو معنی متفاوت اما نزدیک به هم به‌کار گرفته شده است. از یک‌سو در لغت به معنی کیش و آیین آمده که منظور از آن شاید شکل‌گیری آیین‌هایی بوده که یونانیان باستان به‌منظور بزرگداشت خدایان در معابر برپا می‌داشتند. منظور از واژه تمدن

1- Geo

2- Culture

که معنی دیگری از این واژه است نیز آداب و روش‌هایی است که معمولاً مردم شهرنشین در مناسبات با یکدیگر و به‌منظور اداره امور شهر یا کشور به‌کار می‌گیرند. ریچارد مویر به‌عنوان یک جغرافیدان سیاسی پیرو مکتب انسان‌گرا، فرهنگ را میراث اجتماعی یک جامعه معرفی می‌کند و آن را نه تنها شامل کلیه کالاها و ابداعات مادی، بلکه تولیدات فکری و روحی مانند عقاید و ارزش‌ها و باورها و تمایلات آن جامعه می‌داند.

موقعیت ژئوکالچر^۱ و تأثیرگذاری فرهنگی ایران به خاطر حیات سیاسی جمهوری اسلامی ایران که قلب سیاسی جهان اسلام به‌شمار می‌رود و فرهنگ سیاسی مخالف با رژیم‌های استکباری را ارائه کرده، تبدیل به یک ساختار سیاسی مبتنی بر مردم‌سالاری دینی شده است و روزه‌روز مهمتر می‌شود. از نظر فرهنگی، موقعیت ژئوکالچر ایران بسیار ممتاز است. ایران امروز با یک دامنه فرهنگی فارسی‌زبانان از کردستان عراق تا افغانستان و قلب آسیای مرکزی، نفوذ فرهنگی دارد. همچنین با یک دامنه فرهنگی شیعی، از افغانستان و پاکستان در شرق، تا عراق و لبنان در غرب و آذربایجان در شمال و بحرین در جنوب، نفوذ مذهبی چشمگیری دارد. تأثیر این نفوذ را می‌توان در معادلات فرهنگی، سیاسی و نظامی منطقه جنوب غرب آسیا دید.

موقعیت ژئوکالچر ایران امروز، عمیقاً متأثر از فرهنگ شیعی ایران است. اگر این فرهنگ نبود، انقلاب اسلامی ایران نیز نبود و حداکثر در حد یک انقلاب ملی رقم می‌خورد. اگر فرهنگ ایرانی شیعی نبود، نظام نوین قدرت در جهان شکل نمی‌گرفت.

حوزه فرهنگی، یکی از مهم‌ترین بستری است که ایران می‌تواند با ارتقای سطح و حجم همکاری با کشورهای منطقه، ضمن ارتقای ژئوکالچر خود در سایر جنبه‌های

۱- از انطباق قدرت موضوعی سیاست با جغرافیا، ژئوپلیتیک شکل می‌گیرد. هنگامی که از ژئوپلیتیک یک کشور سخن به میان می‌آید، منظور انطباق قدرت سیاسی با قدرت جغرافیایی آن کشور است. از انطباق قدرت موضوعی اقتصاد، با جغرافیا، ژئواکونومی پدید می‌آید. از انطباق قدرت موضوعی فرهنگی با جغرافیا، ژئوکالچر به‌وجود می‌آید. موقعیت ژئواستراتژیک، در سطح‌بندی محیط مطرح است. یعنی یک موقعیت محیطی، «استراتژیک» است یا غیراستراتژیک، در واقع این سطح‌بندی، شاخه سوم مطالعات محیطی را در کنار دو شاخه قدرت محیطی (زمین، دریا، هوا) و قدرت موضوعی (سیاست، اقتصاد، فرهنگ، نظامی و اجتماعی) شکل می‌دهد. اهمیت ژئواستراتژیک ایران در جهان از این‌روست که نه تنها خود یک قطب این نظام نوین است، بلکه خود این نظام را شکل داده است.

قدرت، موفقیت کسب کند. ایران از نظر ژئوپلیتیکی، ژئوکالچر و ژئواکونومی، اشتراکات زیاد با کشورهای منطقه برای اتحاد دارد. در ژئوکالچر، فرهنگ ما اسلامی است و این فرهنگ می‌تواند مبنا و راهنمای اتحاد باشد.

شاید به جرات بتوان گفت که کمتر می‌توان ردپای متغیرهای فرهنگی را در نظریه‌پردازی‌های روابط بین‌الملل جستجو کرد (<http://www.csr.ir/departments.aspx?lng=fa&abtid=07&depid=44&semid=1351>). البته بیش از یک دهه است که حرکت‌هایی در این راستا آغاز شده است. برای نمونه نظریه‌های برخورد تمدن‌ها و گفتگوی تمدن‌ها خود منعکس کننده نقش‌آفرینی فرهنگ در روابط و مناسبات ابناء بشر و خلق الگوهای جنگ و عداوت یا صلح و دوستی بین آنها می‌باشد (حافظ‌نیا، ۱۳۸۵: ۱۰۶). همچنین می‌توان به کتاب «ژئوپلیتیک و ژئوکالچر» امانوئل والرستین و نیز مقالات گالتونگ، میشل فوکو و همچنین کتاب «پایان تاریخ» فوکویاما اشاره کرد. پیشتر نیز آنتونیو گرامشی، عامل فرهنگی را در نظریه هژمونی خود مورد توجه قرار داده بود. از دیدگاه این دسته از نظریه‌پردازان که البته به مکاتب مختلفی نظیر واقع‌گرایی و نظریه‌های مارکسیستی، وابستگی دارند، متغیرهای فرهنگی، سهم عمده‌ای را در ایجاد و شکل‌گیری تحولات بین‌المللی برعهده دارند. ویژگی مشترک هر دو نظریه، نظریه برخورد تمدن‌های هانتینگتون - به‌عنوان یک دیدگاه رئالیستی با محور فرهنگی - و پایان تاریخ فوکویاما - دیدگاهی آرمان‌گرایانه با مشخصه خوش‌بینانه پیروزی جهانی لیبرال دموکراسی برای آمریکا و توجه خاص به متغیرهای فرهنگی است. این موضوع در نظریه ژئوکالچر والرستین نیز از اهمیت به‌سزایی برخوردار است.

سخن‌نمایی هانتینگتون آن است که آمریکا باید نسبت به خیزش و سپس چالشگر شدن فرهنگ‌ها و تمدن‌های جهانی و عمدتاً اسلام توجه نشان دهد و این آگاهی را بنیاد سیاست‌گذاری‌های خارجی خود قرار دهد. از نظر او زنده شدن تمدن‌های کهن و سیاسی شدن آنها یک واقعیت است. هانتینگتون به غرب می‌گوید احیای سیاسی فرهنگ‌ها را به فال نیک بگیرند و آن را همچون یک فرصت تلقی کنند. علاوه بر هانتینگتون، بسیاری دیگر از اندیشمندان نیز بر این باورند که متغیر فرهنگ بویژه با توجه به رویداد اخیر، به مسأله بسیار مهمی برای فهم تحولات جهان امروز تبدیل شده است (Mamdani, 2001: 1).

در هر حال این تحقیق از آنجا ضرورت می‌یابد که در دو دهه اخیر جامعه جهانی دستخوش تغییرات بنیادینی شده و سرعت و شتاب خصیصه اصلی فرهنگی جوامع متعدد گردیده و از این رهگذر تغییر و سیالیت، عنصری اساسی در زندگی روزمره شده است و در این شرایط فقدان شناختی جامع از فرهنگ و نقشه فرهنگی، به سردرگمی مسئولان، سیاست‌گذاران و پژوهشگران می‌انجامد. بر این اساس، طراحی الگوی نقشه فرهنگی و به تبع آن ترسیم و تدوین نقشه فرهنگی به‌عنوان مقدمه مهندسی فرهنگی یکی از ضرورت‌ها و مباحث‌حائز اهمیت در کشور و به تبع آن در شهرها؛ بویژه تهران به‌عنوان مرکز و الگوی سایر شهرهای کشور است.

۲- مبانی نظری

تعاریف و دیدگاه‌های مرتبط با فرهنگ، ژئوکالچر، الگو و نقشه فرهنگی و سپس دسته‌بندی آنها در سه بخش نقشه‌کشی‌های فرهنگی - روانی و نقشه‌کشی‌های فرهنگی - اجتماعی و نقشه‌کشی‌های ابعاد فرهنگی و فرهنگ سازمانی و همچنین نظریات مربوط به الگوهای نقشه‌کشی فرهنگی در این قسمت مورد بررسی قرار می‌گیرد است.

۱- فرهنگ: واژه فرهنگ مانند برخی واژه‌های اجتماعی و سیاسی دیگر، مانند ارزش و امنیت حاوی نوعی ابهام ذاتی و دارای تعاریف و معانی مختلف است (Parsons, 1951: 38). گی‌روشه استاد دانشگاه مونترال کانادا درباره فرهنگ می‌گوید: به واژه‌ی فرهنگ که از زبان فرانسه گرفته شده و از آلمانی به انگلیسی ترجمه شده، هر بار معانی جدید افزوده شده است، به طوری که از مزرعه شخم زده و بذر پاشیده که در فرانسه قدیم معنا می‌داده، تا مفهوم جامعه‌شناسی نوین که وارد زبان فرانسه شده، بسیار فاصله است (روشه، ۱۳۶۷: ۳۵). به نظر اندیشمندان مختلف در عرصه فرهنگ، فرهنگ مثل پیاز، لایه لایه است. بر این اساس در این تعاریف، فرهنگ به‌عنوان لایه‌هایی مجزاء در نظر گرفته می‌شود که از سطح مادی و جسمانی تا سطح ذهنی‌تر کشیده می‌شود. بر طبق تعاریف یونسکو و بسیاری از اندیشمندان می‌توان فرهنگ را ترکیبی از سه سطح دانست که عبارتند از: سطح فرهنگ محسوس، نامحسوس و ساختارهایی که بر آن حکم

فرما است. کروبر^۱ معتقد است «فرهنگ شامل الگوها، رفتارهای آشکار آموخته شده و انتقال داده شده به وسیله‌نمادها است، که دستاوردهای متمایزی را از گروه‌های انسانی برمی‌سازد، مانند مصنوعات آنها؛ نقطه‌ی کانونی و مرکزی فرهنگ نظرات سنتی و به‌ویژه ارتباط آن‌ها ارزش‌ها است؛ نظام فرهنگی ممکن است، از سوی دیگر، به‌مثابه ثمره‌ی کنش و از سوی دیگر به‌مثابه عناصر موقعیتی کنش‌های بعدی در نظر گرفته شوند (Lederach, 1995: 9). «کلاکپون» و «کلی» نیز معتقدند منظور ما از فرهنگ همه مخلوقات تاریخی است که برای زندگی، عقلانی یا غیرعقلانی، در گستره‌ی زمان به‌مثابه رهنمونی برای رفتار بشر امتداد می‌یابند، ایجاد شده‌اند» (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۱۵۰).

امری که تقریباً همه تعاریف فرهنگ در آن مشترک‌اند، این است که می‌توان باورها، ارزش‌ها و نگرش‌ها را جزئی از فرهنگ قلمداد کرد. البته برخی از دانشمندان، این سه عنصر را تنها عناصر تشکیل دهنده فرهنگ قلمداد می‌کنند.

۲- فرهنگ سازمانی: یکی از مشتقات فرهنگ، فرهنگ سازمانی است که پیوندی نزدیک با فرهنگ عمومی جامعه دارد و عامل مهمی در شکل‌دهی به رفتار سازمانی محسوب می‌شود. فرهنگ سازمانی نقش مهمی در پدیدآوردن دگرگونی در رفتارهای نامطلوب و ایجاد ثبات در رفتارهای موردنظر سازمان دارد. می‌توان گفت: «فرهنگ سازمانی عبارت است از مجموعه‌ای از صفات ویژه کلیدی که سازمان به آن ارجح می‌نهد» (رایبیز، ۱۳۷۶: ۸۶). به‌عبارت دیگر فرهنگ سازمانی «مجموعه‌ای از دریافت‌ها و تفاهم‌های مشترک برای سازمان دادن کنش‌ها است که زبان و دیگر محمل‌های نمادین را برای بیان این تفاهم‌های مشترک به‌کار می‌گیرند» (Lewis, 1983: 251).

۳- ژئوکالچر: از انطباق قدرت موضوعی فرهنگی با جغرافیا، ژئوکالچر به‌وجود می‌آید. به‌طور کلی مطالعه رابطه بین فرهنگ با همه عمق و وسعت آن با سیاست و قدرت موضوعی است که می‌تواند مورد توجه ژئوپلیتیک قرار گیرد، هرچند مدتی است که عبارت ژئوکالچر وارد ادبیات ژئوپلیتیک گردیده است (حافظ‌نیا، ۱۳۸۵: ۱۰۶).

۴- الگو: الگو ما را در درک مسائل پیچیده و توضیح دادن و اصلاح رفتار یاری می‌کند و نشان

می‌دهد که پدیده‌ها یا مسائل چگونه هستند یا باید باشند (Checkland, 1999: 20). مدل یا الگو یک نمونه ساده شده از واقعیت است و تمام الگوها انتزاعی و خیالی هستند و برخی از عوامل در آنها وارد و برخی دیگر خارج نگه داشته می‌شوند. الگوها می‌توانند شامل تصویرهای ذهنی، نمایش‌های گرافیکی، نمایش‌های بیانی یا نمایش‌های ریاضی از واقعیت باشند. پس الگوها اشاره‌ای ضمنی به تصویر ایستای واقعیت می‌کنند، با ترکیب مفاهیم الگو ما به نمایش خیالی و انتزاعی یک سیستم دستیابی پیدا می‌کنیم که از آن می‌توانیم رفتار سیستم را استنباط کنیم. الگوسازی نیز روشی تجربی و کاربردی است به منظور توصیف رفتار سیستم‌ها، ساختن نظریه‌ها یا فرضیه‌هایی برای بیان علت رفتار مشاهده شده، پیشگویی رفتار آینده در صورت تغییر.

۵- نقشه‌کشی فرهنگی: نقشه‌کشی‌هایی را که به باورها، ارزش‌ها و جهت‌گیری‌های ارزشی و نیز ابعاد فرهنگ‌های سازمانی و ملی می‌پردازند، می‌توان در راستای نقشه‌کشی فرهنگی قلمداد کرد. از این‌رو این الگوی تحقیق را می‌توان در طبقه‌بندی نقشه‌کشی‌های فرهنگی مورد استفاده قرار داد، یعنی در ابتدا نقشه‌کشی‌های روانی قرار می‌گیرد، سپس نقشه‌کشی‌های اجتماعی و در نهایت نقشه‌کشی‌های ابعاد فرهنگی و فرهنگ سازمانی.

۵-۱- نقشه‌کشی فرهنگی - روانی: این نوع نقشه‌کشی‌ها بیشتر به جدول‌بندی، مقوله‌بندی یا نقشه‌کشی نیازها، انگیزه‌ها، نگرش‌های انسانی می‌پردازند و بیشتر با جنبه‌های روانی وی سر و کار دارند. در این قسمت می‌توان به نظریه‌های انگیزش (محتوایی: آبراهام مازلو، ماری و اتیکسون، هرزبرگ، مک کله لند، گریوز، کلایتون آلدرفر؛ نظریه‌های فرآیندی: استی. سی. آدامز، نظریه‌اسناد، انتظارات ادوار تالمن و کرت لوین و ویکتور رووم، پوتر و ولالر؛ و نظریه‌های تقویت: بی اف اسکینر) نظریه‌میلتون روکیچ و در نهایت نقشه‌ارزشی اینگلهارت اشاره کرد. نقشه‌ فرهنگی اینگلهارت به‌عنوان اصلی‌ترین نظریه‌پرداز این بخش به این امر اشاره دارد که ما در جوامع سنتی و به‌لحاظ اقتصادی غیرصنعتی و در حال توسعه و عقب مانده، به دلیل کمبودهای مادی، ارزش‌های مادی و میل به بقا را حاکم می‌بینیم و این امر در کشورهای توسعه‌یافته برعکس است و ما ارزش‌های فرامادی و معنوی و انسان‌گرایانه را می‌بینیم

۵-۲- نقشه‌کشی‌های فرهنگی - اجتماعی: این دسته بر اساس نظام شخصیتی و اجتماعی انسان، ویژگی‌های وی را مشخص و نقشه‌برداری می‌کنند. از این گروه می‌توان به تالکوت

پارسونز، آلن بیرو، آلپورت و در نهایت شوارتز اشاره کرد. شوارتز محوری‌ترین اندیشمند در این دسته است، شوارتز نوعی الگوی سنجش ارائه می‌دهد و این سؤال را مطرح می‌سازد که ارزش‌ها کدام‌اند؟ رابطه‌همبستگی بین آنها بر چه اساسی است و آیا می‌توان آن را به‌عنوان الگویی فراگیر برای همه‌ارزش‌ها در همه‌فرهنگ‌ها مطرح کرد یا خیر؟ (وی ده ارزش را بازشناسی می‌کند که هر کدام از این ده ارزش می‌توانند با توضیح اهداف عاطفی اصلی‌شان توصیف گردند: خودگردانی یا خود فرمانی، محرک، لذت‌جویی، دستاورد، قدرت، امنیت، همنوایی، سنت، خیرخواهی و عام‌گرایی).

بر اساس یافته‌های شوارتز، این الگوی ارزشی نسبت به تغییرات در سن، تحصیلات و جنس حساسیت نشان می‌دهد. بر این اساس این نظریه می‌تواند به‌خوبی در سنجش ارزش‌ها در سطح یک منطقه مفید باشد، زیرا سنجش یک گویه برای یک ارزش به تمامی گویه‌ها و ارزش‌های دیگر نیز قابل تعمیم است.

۳-۵- نقشه‌کشی‌های فرهنگی، ابعاد فرهنگی و فرهنگ سازمانی: اندیشمندان سعی دارند رابطه جامعه، سازمان و فرد را با فرد مشخص کنند. از اندیشمندان این نظریه می‌توان رابرت پالمر، استیفن رابینز، دانی سان، کلاکھون، ویلیام اوچی، لیت وین و استرینگر، کرت لوین، پیترز و واترمن، شرکت مکینزی، دیویس، کلب و هافستد را نام برد. هافستد مهمترین اندیشمند در این بخش و حتی در هر سه گروه نقشه‌کشی فرهنگی است، الگوها و متغیرهای دو وجهی را رسم می‌کند که بر اساس آن می‌توان سازمان‌ها یا جوامع را با هم مقایسه کرد.

۶- نظام شبکه‌ای جامعه‌نگر: بر اساس تفکر شبکه‌ای، نظامی از عوامل، شرایط و موضوعات که با یکدیگر دارای روابط و مناسبات متقابل هستند، طراحی می‌شود. این نظام می‌تواند یک نقشه راهنمای الگو باشد که به‌لحاظ نظری کاربردی است و در عین حال نیز انتقادات وارد بر نظریات دیگر را برطرف می‌کند. الگوی سه بعدی حاصل از این نظام دارای ویژگی‌هایی است که عبارتند از:

۱- توجه به عوامل درونی پدیده‌ها؛ دقت در شرایط بیرونی پدیده‌ها؛ بررسی و روابط بین عوامل درونی و شرایط بیرونی؛ تجزیه عوامل، شرایط و موضوعات ارتباطی (یعنی لایه نخست) به صفت‌ها؛ قابلیت تکثیر و ضرب صفت‌ها؛ ترکیب منطقی صفت‌ها با یکدیگر (با

قابلیت جابه‌جایی؛ تطبیق ترکیب‌های حاصل؛ تقدم صفت‌ها نسبت به یکدیگر؛ قابلیت تکثیر صفات به صورت نسل به نسل؛ دربردارنده موضوعات اجزای خرد و کوچک؛

۲- ارتباط منطقی بین تفکرات، ایده‌ها و بخش‌های اجرایی؛ چنان‌چه الگوی مذکور در سطح انسانی و اجتماعی به‌کار گرفته شود، جامعه‌نگر است. در مجموع شبکه جامعه‌نگر مجموعه‌ای نظام‌مند از عوامل، شرایط و موضوعات که با یکدیگر در مقیاس انسانی دارای روابط و مناسبات شبکه‌ای متقابل هستند و مؤلفه‌های آن عبارتند از:

الف: مؤلفه‌های درونی: فعل و کارکرد اصلی پدیده‌ها که دلیل وجودی آنها می‌باشد. در الگوی شبکه‌ای جامعه‌نگر عوامل درونی شامل نظام احتمالات، نظام تحلیل، تبیین و نظام انتخاب است.

ب: مؤلفه‌های بیرونی: محدوده و شرایط بیرونی که دامنه اثر عوامل درونی پدیده است که توسط ساختار اجتماعی ایجاد می‌شود. مؤلفه‌های بیرونی شامل انسان‌ها، کالبد و فضای زندگی انسان و کار او می‌باشد.

ج: مؤلفه‌های ارتباطی: پیونددهنده بین عوامل درونی و شرایط بیرونی پدیده‌ها یا مجموعه سلسله مراتب فاعلی عوامل درونی در محدوده شرایط بیرونی است. مؤلفه‌های ارتباطی شامل: نظام اداره و رهبری، نظام بررسی، ارزشیابی و نظام منابع است.

۷- الگوی نقشه فرهنگی: این الگو دارای سه مرحله به هم پیوسته و شبکه‌ای است. الگویی پویا، متقارن و سه بعدی که هر یک از ابعاد آن دارای ویژگی‌هایی است. هر سه مرحله با هم دارای ارتباطات معنادار بوده که یک مجموعه نظام‌مند را تشکیل می‌دهند. رفتار الگو از معلوم به مجهول، از وضع موجود به مطلوب، از جزء به کل و تحقق اهداف به صورت مرحله‌ای و تدریجی است.

هر پدیده‌ای با نگاهی راهبردی و در تحلیلی ذهنی، دارای سه بعد است: بعد عوامل درونی که آن را فرآیند می‌نامیم. بعد محیطی یا شرایط بیرونی که آن را با واژه‌هایی چون دامنه، مقیاس و سطوح نیز می‌توان بازشناسی کرد؛ و سرانجام بعد ارتباطی که آن را ساختار می‌نامیم. الگو نیز به تبع اصل وجود پدیده‌ها و راهبردی دارای ابعاد سه‌گانه و متمایز از یکدیگر می‌باشد. ابعاد

سه‌گانه الگو از نظر موضوعی متقارن بوده، از نظر صفات و ویژگی‌ها دارای قابلیت تکثیر، تجزیه و ترکیب است. بررسی موضوعات گوناگون، تابع رفتارهای الگو است و تأثیر متقابل بین همه اجزای الگو، دارای تحلیل منطقی است و می‌بایست آن را با وضع موجود تطبیق داد.

۳- روش تحقیق

نوع تحقیق کاربردی- توسعه‌ای و روش تحقیق توصیفی و موردی- زمینه‌ای است. برای جمع‌آوری اطلاعات به‌منظور انجام این تحقیق، تلفیقی از روش‌ها و ابزارهایی زیر به کار گرفته می‌شود که عبارتند از: روش کتابخانه‌ای شامل: بررسی اسناد و مدارک، کتاب و آرشیو؛ روش میدانی شامل: مشاهده، مصاحبه و پرسشنامه.

۴- یافته‌های تحقیق

بررسی‌ها نشان می‌دهد که تاکنون نه تنها نقشه فرهنگی جامعه برای کلان‌شهر تهران بر اساس ارزش‌های اسلامی تدوین نشده، بلکه در بخش توسعه فیزیکی و سخت‌افزاری هم تنها به ابعاد خاصی در حد اماکن (آن هم نه در حد ابداع و تولید معماری طراز انقلاب و معرف اندیشه اسلام ناب محمدی که در سطح بازتولید معماری قاجار و صفویه یا آثار تقلیدی مدرن) و برخی فعالیت‌های فرهنگی (سینما و سایر هنرهای زیبا، خطاطی و نقاشی) توجه شده است. به‌رغم تأکیدهای مسئولان و قوانین و برنامه‌های متعدد در کشور بر انجام این مهم، هنوز در آغاز راه شناخت و مدیریت فرهنگی کشور هستیم و از واقعیت‌های فرهنگی جامعه و متغیرهای فرهنگ شناخت دقیقی نداریم.

همان‌گونه که از عنوان این تحقیق پیداست، تهران به‌عنوان قلمرو تحقیق برای طراحی الگوی نقشه‌کشی فرهنگی برگزیده شده است؛ شهر تهران با پیشینه سکونتگاهی ۳۰۰۰ ساله از ۲۰۰ سال قبل تاکنون (در زمانی که به‌عنوان پایتخت انتخاب گردید) از شهری سنتی و تاریخی

به کلان‌شهری نوین و نیز تجهیز شده‌ترین و رشد یافته‌ترین شهر ایران بدل گردیده است. تهران اگرچه از نظر مناطق شهرداری، به ۲۲ محدود می‌گردد، لیکن تأثیرپذیری و تأثیرگذاری تهران به‌عنوان پایتخت کشور در محدوده کل مملکت و به‌عنوان پایتخت جمهوری اسلامی ایران، فرامنطقه‌ای نیز عمل می‌کند. به‌طور کلی تأثیرپذیری تهران از طریق مهاجرت‌های عمدتاً داخلی ایران از طرفی و از طرفی دیگر نشأت گرفته از ارتباطات گسترده جهانی تعریف می‌گردد. مهاجرت‌های داخلی، تهران را مأمن و ملجاء تنوع فرهنگی کشورمان می‌سازد. ارتباطات گسترده جهانی به‌نوبه خود مباحثی چون تهاجم فرهنگی را از جانبی و از جانبی دیگر گفتگوی تمدن‌ها را به‌عنوان ایده مسالمت‌آمیز نجات فرهنگ‌های بومی و محلی مطرح می‌سازد.

مشارکت فرهنگی مردم تهران در انقلاب اسلامی و دوران دفاع مقدس کم‌نظیر و شاید بی‌نظیر بوده است ولی با گذشت زمان به علت کم‌رنگ شدن یا بی‌اثر شدن ارزش‌های انقلاب اسلامی و بی‌عدالتی‌ها موجب بی‌اعتمادی مردم شده است. این امر گویای این است، در صورتی که مسئولان امر به سرعت درباره تغییرات فرهنگی - اجتماعی متناسب با تغییرات کالبدی - اجتماعی برنامه‌ریزی صحیح و سریع و اقدامی عملی نداشته باشند، جامعه در اندک زمانی دیگر دچار آشفتگی‌ها و نابسامانی‌ها می‌شود، گرایش به نظم کاهش بیشتری می‌یابد و اقدامات رادیکال معتقد به تغییرات بنیادین و براندازانه نظام قوت می‌گیرند. از این‌رو توصیه می‌شود، قانون اساسی، سند چشم‌انداز، حفظ آرمان‌های انسان‌دوستانه و وفاداری به شعارها و اهداف انقلاب یا حداقل به طرزی اِبرازی برای حفظ منافع نظام و دست‌اندرکاران نظام و حکومت‌مداران، تغییرات بنیادین در سطح مدیریت فرهنگی، به‌سرعت پذیرفته و به اجراء گذاشته شود. این تغییرات به مهندسی فرهنگی و پیش از آن نقشه فرهنگی و مقدم بر این دو، الگویی برای ترسیم نقشه فرهنگی بر اساس ارزش‌های اسلامی نیاز دارد.

تغییرات اجتماعی، کالبدی، فرهنگی تهران امروز و لزوم مدیریت فرهنگی

به‌طور کلی برای برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک نقشه‌کشی فرهنگی- اجتماعی شهر تهران، ابتدا باید سه سؤال اساسی مطرح کنیم:

✓ کجا هستیم؟ یعنی اکنون از نظر فرهنگی اجتماعی در شهر تهران در چه وضعیتی قرار داریم؟

✓ به کجا می‌خواهیم برویم؟ یعنی آینده مطلوب فرهنگی اجتماعی که برای شهر تهران تصویر می‌کنیم، کدام است؟

✓ چگونه می‌خواهیم به آنجا برسیم؟ یعنی چه راهبردهایی (چه راههایی) را برای رسیدن از وضعیت فرهنگی اجتماعی کنونی به آینده مطلوب می‌خواهیم، برگزینیم؟

ما در کل برآنیم که این مدل می‌تواند، قالبی ساختاری را برای رسیدن به این سه سؤال فراروی ما قرار می‌دهد.

در فاصله دو دهه پس از انقلاب (۱۳۵۵-۱۳۷۵)، به دلیل تنگناها و نارسایی‌های اساسی موجود در اقتصاد روستایی و مناطق کمتر توسعه‌یافته کشور، حدود ۱۴/۳ میلیون نفر به شهرهای میانی و بزرگ کشور کوچ کردند. پراکندگی زمین‌های اندک بهره‌برداران کوچک زراعی، بالا بودن نسبت کشاورزان بدون زمین یا کم زمین، ضعیف بودن بنیان فعالیت‌های جنبی کشاورزی و در نهایت عدم گسترش هماهنگی اراضی زیر کشت و بازدهی تولید در واحد سطح، با افزایش طبیعی جمعیت در روستاها، موجب شد که مناطق روستایی با انبوهی از مازاد جمعیت و لاجرم برون‌کوچی آنان مواجه شود.

آمارها مهاجرت‌هایی را نشان می‌دهد که بیشتر ناظر به برون‌کوچی جمعیت پانزده تا سی ساله و غالباً، جوانان باسواد روستایی بود که به‌طور معمول به شهرهای بزرگی مانند تهران، کرج، قم، مشهد، تبریز، اصفهان، شیراز، کرمانشاه و اهواز یا دیگر مراکز استانی کوچ می‌کردند. این امر نشان می‌دهد که جمعیت روستایی به‌رغم باروری به نسبت بالا در برابر شهرها، ثابت مانده است و حتی در دهه اخیر رو به کاهش نهاده که این امر گویای این است که جمعیت

جوان روستایی که به شهرها یورش برده و بافت جمعیت روستا را پیر و بافت جمعیتی شهرها را جوان‌تر کرده است و به همین دلیل، باعث ترویج بیش از پیش مشاغل کم‌بازده و کاذب خدماتی، حاشیه‌نشینی و ناپایداری زیستی حاشیه‌نشینان مهاجر شدند.

این امر باعث به‌وجود آمدن رشد ناموزون کلان‌شهر تهران است که فاصله جمعیتی آن با شهر بعدی بیش از سه برابر است. در حالی که همین میزان در کشورهای پیشرفته ۱/۳ برابر گزارش شده است. رشد شهرک‌های اقماری اطراف کلان‌شهر تهران (کرج، شهریار و پاکدشت) به آسیب‌های شهری زیادی دامن زده است. همین مسأله در طولانی مدت باعث شده که حاشیه‌نشینی در اطراف شهرهای بزرگ بویژه تهران به‌عنوان مسئله بحران‌زا در آید و برای جرائم و فسادهای شهری کانون‌امنی شود.

در این اثنا ما با تغییر گسترده در ریخت اجتماعی خانواده‌ها مواجه بوده‌ایم. به‌طوری که خانواده هسته‌ای بخش عظیمی از خانواده‌های ایران را تشکیل می‌دهد و حتی در روستاها نیز شاهد رشد خانواده هسته‌ای به بیش از پنجاه درصد از خانواده‌ها بوده‌ایم. افزایش روزافزون نرخ طلاق نیز از تغییرات عمده در جامعه بوده، به‌طوری که هم‌اکنون در ازای هر ده ازدواج، شش طلاق صورت می‌گیرد. تغییر در ارزش‌ها، الگوهای رفتاری و هنجاری در سطح کلان جامعه نیز در اینجا قابل بررسی است. در مورد تغییر ارزش‌ها در این دوره (از ۵۷ تا ۷۱) از گرایش به دین و خدا به طرف پول، در سال ۶۵، ۸۱/۶ درصد مردم معتقد بودند، دین و خدا مهمتر از پول است، این رقم در سال ۷۱، به ۲۸/۳ درصد افزایش پیدا می‌کند، درحالی‌که این رقم در سال ۱۳۵۶ کمتر از ۱۸/۶ درصد است. بنا بر تحقیقات جامعه‌شناسان این رقم در سال ۷۳ و ۷۵ تشدید شده است.

احساس نابرابری رو به تزاید نهاده است، طی برآوردی (تاجیک ۱۳۸۳) عنوان شده که احساس بی‌عدالتی در بین شهروندان بر احساس عدالت در نزد آنها غلبه دارد. یعنی احساس بی‌عدالتی از ۵۳ تا ۶۴ درصد نوسان داشته است. در این بین، ما شاهد بروز شرایط مبتنی بر عدم تعلق گروهی و روند رو به رشد آن هستیم (به‌عنوان مثال، کاهش همبستگی اجتماعی، درباره همبستگی بالا، از ۶۰ درصد در سال ۱۳۶۶ به ۲۰ درصد در سال ۱۳۷۱، رفیع‌پور، ۱۳۷۷). بنابراین، طبق آمار موجود با توجه به این‌که در بعد عینی نابرابری و در بعد ذهنی و

احساس نابرابری که افراد را به سوی دوری از جامعه، عدم تعلق گروهی و عمل بر اساس منافع فردی سوق می‌دهد، فزونی یافته است، می‌توان نتیجه گرفت که در ایران عوامل تشدیدکننده عدم تعلق گروهی رو به فزونی نهاده است (تاجیک، ۱۳۸۳)، از این رو، تعلق گروهی هم رو به نقصان نهاده است.

بررسی انزوای اجتماعی و خودبیگانگی فردی و کاهش احساس امنیت و کاهش احساس امیدواری افزایش این معضلات را در جامعه نشان می‌دهد، در حالی که در سال ۱۳۶۶ تنها ۳۰ درصد از افراد تحت مطالعه، از ساده‌زیستی روی گردان بودند و تجمل‌گرایی را می‌پسندیدند، این نرخ در سال ۱۳۷۱ به ۴۵ درصد رسید، یعنی چیزی حدود ۱/۵ برابر. تغییر ارزش‌ها در این بعد از جمع‌گرایی به فردگرایی خودخواهانه در تغییر ارزش افراد ترجیح پول به خدا نمایان است. در این مورد، تغییر ارزشی از دین و خدا به طرف پول از ۸۱/۶ درصد ترجیح دین و خدا به پول در سال ۱۳۶۵ به ۲۸/۳ درصد ترجیح خدا به پول در سال ۱۳۷۱ در این مورد قابل توجه است (رفیع‌پور، ۱۳۷۷: ۱۶۴). درباره تغییر ارزش‌های مذهبی در ایران، ما با تغییر وسیع ارزش‌های مذهبی - فرهنگی - اخلاقی روبه‌رو می‌شویم. در این سطح در ایران جدایی از ارزش‌ها و تغییر ارزش‌ها را می‌توان نام برد، کاهش ارزش‌های مذهبی از ۸۹/۳ درصد در سال ۱۳۶۵ به ۴۳/۲ درصد در سال ۱۳۷۱، کاهش علاقه به روحانیت از ۸۶/۷ درصد در سال ۱۳۶۵ به ۳۳/۳ درصد در سال ۱۳۷۱.

همان‌گونه که بیان شد، شرایط اجتماعی مانند نابرابری و احساس بی‌عدالتی، موجب بروز بی‌اعتمادی و عدم تعلق گروهی ملایم آن در میان خود مردم و نیز افزایش بی‌اعتمادی در بین مردم و افزایش بی‌اعتمادی و قانون‌گریزی در نهادهای رسمی و غیررسمی می‌شود. در مجموع این امر گویای این است، در صورتی که مسئولان امر به سرعت درباره تغییرات فرهنگی - اجتماعی متناسب با تغییرات کالبدی - اجتماعی برنامه‌ریزی صحیح و سریع و اقدامی عملی نداشته باشند، جامعه در اندک زمانی دیگر دچار آشفتگی‌ها و نابسامانی‌ها می‌شود، گرایش به نظم کاهش بیشتری می‌یابد و اقدامات رادیکال معتقد به تغییرات بنیادین و براندازانه نظام قوت می‌گیرند. از این رو توصیه می‌شود، برای عمل به دستور صریح مقام رهبری، قانون اساسی، سند چشم‌انداز، حفظ آرمان‌های انسان‌دوستانه و وفاداری به شعارها و

اهداف انقلاب یا حداقل به طرزى ابزارى برای حفظ منافع نظام و دست‌اندرکاران نظام و حکومت‌مداران، تغییرات بنیادین در سطح مدیریت فرهنگی، به‌سرعت پذیرفته و به اجراء گذاشته شود. این تغییرات به مهندسی فرهنگی و پیش از آن نقشه فرهنگی و مقدم بر این دو الگویی برای ترسیم نقشه فرهنگی بر اساس ارزش‌های اسلامی نیاز دارد.

۵- تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق بر اساس روش میدانی

برای رسیدن به اهداف تحقیق، نظرات افراد مورد مطالعه از طریق پرسش‌نامه و به‌صورت حضوری درباره متغیرهای تحقیق جمع‌آوری و داده‌های به‌دست آمده در چهار قسمت، تجزیه و تحلیل می‌شوند. قبل از ورود به بحث ذکر این نکته لازم است که با توجه به موضوع تحقیق، جامعه آماری تحقیق را باید افرادی تشکیل می‌دادند که بر موضوع تحقیق اشراف داشته باشند. بنابراین، جامعه آماری تحقیق، آن دسته از اعضای هیأت علمی دانشگاه‌های مستقر در تهران، خبرگان و متخصصان شورای اسلامی شهر و شهرداری تهران، مراکز تحقیقاتی آنها، شورای عالی انقلاب فرهنگی و نهادهای ذیربط در سه قوه در نظر گرفته شدند که بر موضوع تحقیق از جنبه موضوع طراحی الگو یا نقشه‌کشی فرهنگی یا موضوع فرهنگ اشراف داشته و یا موضوع فعالیت سازمان‌های متبوع آنها با موضوع تحقیق ارتباط داشته باشد. از این استادان و کارشناسان مدیریت، جامعه‌شناسی و معارف اسلامی دانشگاه‌های مستقر در تهران؛ کارشناسان و متخصصان ارشد نهادهای ذکر شده و خبرگان آشنا به موضوع خارج از اینها به‌عنوان جامعه آماری تحقیق انتخاب شدند.

✓ تحلیل توصیفی خصوصیات افراد نمونه آماری: در این قسمت ویژگی‌های افراد مورد

مطالعه، از نظر میزان تحصیلات، سن و تجربه کاری مورد بررسی قرار می‌گیرند.

✓ تحلیل توصیفی سؤالات پرسشنامه: در قسمت تحلیل توصیفی سؤالات پرسش‌نامه،

نظرات، افراد نمونه آماری درباره رابطه متغیرهای مستقل تحقیق، یعنی نظام ادراکات

شهروندان و نظام‌های ساختاری و مقیاسی مرتبط با الگوی نقشه‌کشی بررسی شده است.

✓ تحلیل استنباطی داده‌ها و اثبات فرضیه‌های پژوهش: در این قسمت برای آزمون انتخاب

تصادفی و آگاهانه گزینه‌های پاسخ سؤالات توسط افراد مورد مطالعه، از آزمون یکنواختی توزیع «کای اسکویر» و برای به دست آوردن اینکه رابطه معنی‌دار بین متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق وجود دارد یا خیر، از آزمون میانگین (t-student) و آزمون نسبت‌ها p استفاده شده است.

✓ فرآیند تأیید طراحی الگو بر پایه داده‌های پژوهش: در این قسمت از یافته‌های تحقیق و نظرات ارائه شده توسط افراد نمونه آماری و سایر صاحب‌نظران برای تأیید طراحی الگو استفاده شده است.

۱- تحلیل توصیفی خصوصیات افراد نمونه آماری

بیشترین افراد با ۴۷/۷ درصد فراوانی در گروه سنی ۴۶ تا ۵۰ سال هستند. گروه بعدی سنی ۵۱ سال و بالاتر، دارای درصد فراوانی ۲۳/۱ درصد می‌باشد. کمترین تعداد، مربوط به گروه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال با فراوانی ۷/۹ درصد است. در مجموع افراد نمونه آماری ۴۰ سال به بالا ۹۲ درصد می‌باشد و مدرک تحصیلی افراد نمونه ۴/۶ درصد لیسانس، ۴۴/۷ درصد فوق‌لیسانس و ۴۹/۲ درصد دکتری می‌باشد.

تجربه کاری افراد مورد مطالعه با فراوانی ۵۶/۹ درصد دارای سابقه بین ۲۶ تا ۳۰ سال بوده‌اند. سابقه ۱۶ تا ۲۰ و ۲۱ تا ۲۵ سال با فراوانی ۷/۷ و ۲۷/۷ درصد در گروه بعدی قرار دارند. در مجموع ۹۷ درصد افراد مورد مطالعه سابقه کار بالای ۱۵ سال داشته‌اند.

۲- تحلیل توصیفی سؤالات پرسشنامه

جدول خلاصه تحلیل توصیفی برخی از پرسشهای پرسشنامه

پرسشها	کاملاً موافق یا موافق	مخالف یا کاملاً مخالف	بی نظر
۱- الگوسازی شبکه‌ای جامعه‌نگر با لحاظ سه بعد اساسی مناسب الگوی نقشه فرهنگی تهران است.	۹۶/۹	۳	مخالف و بی نظر و هیچ یک از افراد کاملاً مخالف نبوده‌اند.
۲- مؤلفه‌های درونی یا فرایند فرهنگ از ابعاد اساسی الگوی نقشه فرهنگی است.	۹۲/۳	۴/۶	۳/۱
۳- عوامل ارتباطی یا نظام ساختاری فرهنگ از ابعاد اساسی الگوی نقشه فرهنگی است.	۹۰/۸	۷/۷	۱/۵
۴- نظام محیطی مقیاسی فرهنگ از ابعاد اساسی الگوی نقشه فرهنگی است.	۹۵/۴	۴/۶	-
۹- هدف‌گذاری، سیاست‌گذاری و سازماندهی مؤلفه‌های مدیریت، در بعد ساختار و در الگوی نقشه فرهنگی مؤثرند.	۹۰/۸	۶/۱	۳/۱
۱۰- قوانین، آیین‌نامه‌ها و دستورالعملها مؤلفه‌های کارشناسی در بعد ساختار و در الگوی نقشه فرهنگی مؤثرند.	۹۲/۳	۶/۱	۱/۵
۱۳- شهروندان از مؤلفه‌های بعد محیطی مقیاسی فرهنگ و شامل فرد و خانواده و گروه است و در الگوی نقشه فرهنگی مؤثرند.	۹۸/۵	۱/۵	-
۱۴- فعالیتها از مؤلفه‌های بعد محیطی مقیاسی فرهنگ و شامل فعالیتهای سیاسی و اقتصادی و فرهنگی است و در الگوی نقشه فرهنگی نقش دارند.	۹۸/۵	-	۱/۵
۱۵- اماکن از مؤلفه‌های بعد محیطی مقیاسی فرهنگ و منقسم به اماکن خصوصی و عمومی و دولتی است و در الگوی نقشه فرهنگی نقش دارند.	۹۸/۵	-	۱/۵
۱۶- ارزشهای اسلامی ربطی به قانون اساسی و سند چشم‌انداز ندارند. (مراد ما از ارزشها در پرسشهای حاضر در مقدمه ذکر شد: آنچه مهم و مؤثر در تصمیم‌گیری و اساس آن و به پیش‌برنده ما در تصمیمات است نه ارزشهای اخلاقی بدون کارکرد اجتماعی).	۹/۲	۸۷/۷	۳/۱
۱۷- قانون اساسی و سند چشم‌انداز تبلور ارزشهای اسلامی هستند و در الگوی نقشه فرهنگی مؤثرند.	۹۶/۹	۱/۵	مخالف
۱۸- قانون اساسی و سند چشم‌انداز در بعد ساختاری (کارشناسی-قوانین) الگوی نقشه فرهنگی نقش دارند.	۹۸/۵	-	۱/۵
۱۹- مدیریت تصمیم‌گیری و انتخاب پیرامون مسائل عمده در سبک زندگی شهروندان به‌الگوی نقشه فرهنگی نیاز دارد. (مسائل عمده زندگی عبارتند از: اخلاق، معنویت، شغل و درآمد مناسب، سلامتی، تفریحات سالم، عدالت، امنیت، آزادی، مشارکت، مسکن، ازدواج، تحصیل، مصرف، ارتباط و مراد و مانند آن).	۹۵/۴	۱/۵	مخالف

۶/۲	۸۶/۲	۷/۷	۲۰- بدون الگوی نقشه فرهنگی، توسعه و تعالی فرهنگی شهر میسر است.
۳/۱	۳	۹۳/۸	۲۱- انسان، محور و هدف اصلی توسعه پایدار شهر و مهمترین عامل در نقشه‌کشی و الگوی آن است.
۳/۱	۸۷/۷	۹/۲	۲۲- قوانین موجود برای ارتقای فرهنگی و توسعه شهر جامعیت دارد.
۶/۲	۸۷/۷	۶/۲	۲۳- دستورالعمل‌های فعلی برای ارتقای فرهنگی و توسعه شهر مطلوبیت دارد.
۶/۲	۸۷/۷	۶/۲	۲۴- آیین‌نامه‌های موجود برای ارتقای فرهنگی و توسعه شهر کارآمد و مؤثر است.
۳/۱	۹۰/۸	۶/۲	۲۵- فعلاً نیروی انسانی شاغل در بخش فرهنگی شهر توانمندی لازم را داراست.
۳/۱	۹۰/۸	۶/۲	۲۶- ابزارهای موجود در بخش فرهنگی شهر مناسب و اثربخش است.
۳/۱	۹۰/۸	۶/۲	۲۷- میزان اعتبارات فعلی فعالیتهای فرهنگی در شهر کافی است.
۳/۱	۹۰/۸	۶/۲	۲۸- مهندسی فرهنگ و مهندسی فرهنگی به نقشه فرهنگی و الگوی نقشه‌کشی فرهنگی نیازی ندارند.
۳/۱	مخالف ۳	۹۳/۸	۲۹- توسعه و تعالی فرهنگی شهر به نقشه فرهنگی و الگوی نقشه‌کشی فرهنگی نیاز دارد.
۳/۱	مخالف ۳	۹۳/۸	۳۰- توسعه پایدار شهر به مهندسی فرهنگی و نقشه فرهنگی و الگوی نقشه‌کشی فرهنگی نیاز دارد.
-	۱۰۰	-	۳۱- نقشه‌کشی فرهنگی شهر ممکن نیست چرا که فرهنگ قابلیت نقشه‌کشی و مهندسی ندارد.
۶/۲	۸۶/۱	۷/۷	۳۲- اعتبارات مهمترین عامل در الگوی نقشه‌کشی و اساس توسعه فرهنگی است.
۱/۵	۹۰/۸	۷/۷	۳۳- در الگوی نقشه فرهنگی توجه به امکان و معماری شهری مقدم بر سایر ابعاد است.
۴/۶	۸۷/۷	۷/۷	۳۴- نیازی به ارزشهای اسلامی در طراحی الگوی نقشه فرهنگی نمی‌باشد.

۳- تحلیل استنباطی داده‌ها و اثبات فرضیه‌های تحقیق:

سؤالات پرسش‌نامه هم به‌منظور بررسی فرضیه‌های تحقیق و هم برای ارائه الگو مورد استفاده قرار گرفته است. پاسخ سؤالاتی که در پرسشنامه متناظر به فرضیه‌های اصلی و فرعی تحقیق در نظر گرفته شده، در ادامه تحلیل توصیفی شده‌اند.

فرضیه اصلی: الگوی شبکه‌ای جامعه‌نگر با الگوی نقشه فرهنگی رابطه معنی‌دار دارد.

با استفاده از آزمون یکنواختی χ^2 به‌عنوان نخستین روش، نتایج حاصل را در قالب H_0 که همان فرضیه صفر بوده و در این آزمون یعنی پاسخ دهندگان، گزینه‌ها را به‌طور یکنواخت انتخاب کرده‌اند و H_1 که فرضیه رد H_0 است و به‌معنای انتخاب غیریکنواخت، آگاهانه و از روی اراده گزینه‌هاست، بررسی می‌کنیم. آزمون میانگین به‌عنوان روش دوم برای معنی‌دار بودن روابط بین متغیرهای وابسته و مستقل فرضیه‌های تحقیق به‌کار می‌رود.

روش اول: آزمون یکنواختی χ^2

با استفاده از این روش، $H_0: P_1 = P_2 = P_3 = P_4 = P_5$ به عنوان فرضیه صفر و H_1 با این فرض که حداقل یکی از گزینه‌ها بیشتر از بقیه انتخاب شده‌اند، مورد بررسی قرار می‌گیرند.

آماره آزمون $\chi^2 = \sum_i \frac{(F_{oi} - F_{ei})^2}{F_{ei}}$ برای نتایج پرسش فوق با استفاده از نرم‌افزار SPSS

محاسبه شده که $\chi^2 = 230.93$ به دست آمده است. (جدول شماره ۱)

جدول شماره ۱: اطلاعات مربوط به آماره آزمون χ^2 سؤال ۱

سؤال ۱	F_{oi} (مشاهده شده)	F_{ei} (پروآوردی)	$(F_{oi} - F_{ei})$	$(F_{oi} - F_{ei})^2$	$\frac{(F_{oi} - F_{ei})^2}{F_{ei}}$
کاملاً موافقم	۶۲	۱۳	۴۹	۲۴۰۱	۱۸۴/۶۹
موافقم	۱	۱۳	-۱۲	۱۴۴	۱۱/۰۸
نظری ندارم	۱	۱۳	-۱۲	۱۴۴	۱۱/۰۸
مخالفم	۱	۱۳	-۱۲	۱۴۴	۱۱/۰۸
کاملاً مخالفم	۰	۱۳	-۱۳	۱۶۹	۱۳
					$\chi^2 = 230.93$

مقدار χ^2 که از جدول مقادیر توزیع مربع کای به دست آمده برابر ۹/۴۹ (درجه آزادی ۴

است چون ۵ گزینه داریم $df = 5 - 1 = 4$ سطح معناداری ۰/۰۵) است (وایل، ۱۳۷۴: ۴۱۵).

مقایسه مقدار χ^2 به دست آمده از آماره آزمون (۲۳۰/۹۳) و χ^2 به دست آمده از جدول شماره ۱ (۹/۴۹) نشان می‌دهد که آماره آزمون بسیار بیشتر از مقدار جدول است ($9/49 >$

۲۳۰/۹۳)، بنابراین H_0 به شدت رد می‌شود.

در این حالت نتیجه‌گیری می‌شود که گزینه‌های کاملاً موافقم و موافقم، از بقیه گزینه‌ها بیشتر انتخاب شده و نشان‌دهنده انتخاب غیریکنواخت گزینه‌های سؤال توسط پاسخ‌دهنده است. به عبارت دیگر، گزینه‌ها آگاهانه و از روی قصد انتخاب شده‌اند.

روش دوم: با استفاده از آزمون میانگین (t-student)

مرحله اول: تعیین آزمون فرض

$$H_0: \mu \leq 3$$

$\mu > 3$: H_1 که توسط محقق در نظر گرفته می شود قابل انتظار (امید) میانگین

مرحله دوم: آماره آزمون $t = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s/\sqrt{n}}$ با استفاده از نرم افزار SPSS محاسبه شده و برابر ۱۹/۲۱۳

به دست آمده است.

مرحله سوم: مقدار t که از جدول توزیع مربوط به آن $t_{\alpha}^{(n-1)} = t_{0/05}^{(64)} \approx 1/671$ برداشته شده است (همان: ۴۱۴).

مرحله چهارم: مقایسه: مقدار t به دست آمده از جدول بسیار کمتر از t حاصل از آماره آزمون است، بنابراین H_0 رد می شود.

مرحله پنجم (نتیجه گیری): میانگین بیشتر از سه پذیرفته شده که نشان می دهد انتخاب گزینه های زیاد و خیلی زیاد بیشتر از بقیه گزینه ها است؛ پس استفاده از الگوی شبکه ای جامعه نگر با الگوی نقشه فرهنگی رابطه معنی داری دارد، یعنی H_1 پذیرفته می شود. روش های پیش را برای فرضیه های فرعی تحقیق درباره اجزای الگو به کار می بریم:

مؤلفه های درونی یا فرآیند فرهنگ از ابعاد اساسی الگوی نقشه فرهنگی است.

به منظور بررسی این هدف با کمک آزمون های آماری به شرح ذیل عمل می کنیم:

$$\left\{ \begin{array}{l} \text{روش اول: آزمون یکنواختی } \chi^2 \\ H_0: P_1 = P_2 = P_3 = P_4 = P_5 \end{array} \right.$$

H_1 : حداقل یکی از گزینه ها بیشتر از بقیه انتخاب شده است

مرحله اول: تعیین نوع آزمون فرض

مرحله دوم: آماره آزمون $\chi^2 = \sum (F_{oi} - F_{ei})^2$ با استفاده از نرم افزار SPSS محاسبه شده و

مقدار آن برابر ۲۰۳/۵۵ به دست آمده است (جدول شماره ۲).

جدول شماره ۲: اطلاعات مربوط به آماره آزمون χ^2 سؤال ۲

سؤال ۲	F_{oi} (مشاهده شده)	F_{ei} (برآوردی)	$(F_{oi} - F_{ei})$	$(F_{oi} - F_{ei})^2$	$\frac{(F_{oi} - F_{ei})^2}{F_{ei}}$
کاملاً موافقم	۵۹	۱۳	۴۶	۲۱۱۶	۱۶۲۷۷
موافقم	۱	۱۳	-۱۲	۱۴۴	۱۱/۰۸
نظری ندارم	۲	۱۳	-۱۱	۱۲۱	۹/۳۱
مخالقم	۲	۱۳	-۱۱	۱۲۱	۹/۳۱
کاملاً مخالفم	۱	۱۳	-۱۲	۱۴۴	۱۱/۰۸
				$\chi^2 = ۲۰۳/۵۵$	

مرحله سوم: مقدار به دست آمده از جدول توزیع $\chi_{\alpha}^2(n-1) = \chi_{0.05}^2(5-1) = 9/49$

مرحله چهارم: پس از مقایسه مقدار حاصل از جدول با حاصل آماره آزمون، چون مقدار حاصل از آماره آزمون خیلی بیشتر از مقدار به دست آمده از جدول شماره ۲ است، بنابراین H_0 رد می‌شود.

مرحله پنجم: با توجه به رد H_0 نتیجه می‌گیریم؛ حداقل یکی از گزینه‌ها بیشتر از بقیه انتخاب شده است و این نشان‌دهنده انتخاب غیریکنواخت گزینه‌های سؤال توسط پاسخ‌دهنده است. به عبارتی، گزینه‌ها آگاهانه و از روی اراده انتخاب شده‌اند.

روش دوم: آزمون میانگین (t-student)

$$\begin{cases} H_0: \mu \leq 3 \\ H_1: \mu > 3 \end{cases}$$

مرحله اول: تعیین نوع آزمون فرض

مرحله دوم: آماره آزمون $\bar{x} - \mu_n$ است که با استفاده از نرم افزار SPSS برابر ۱۲/۶۲۴

حاصل شده است.

مرحله سوم: مقدار به دست آمده از جدول توزیع محاسبه شده است.

مرحله چهارم: با مقایسه مقدار جدول و آمار آزمون H_0 رد می‌شود.

مرحله پنجم (نتیجه‌گیری): با رد فرض H_0 به این نتیجه می‌رسیم که میانگین بیشتر از سه (میانگین پیش فرض) است. بنابراین گزینه‌های کاملاً موافقم و موافقم بیشتر از بقیه انتخاب شده و این بیانگر آن است که بین مؤلفه‌های درونی یا فرآیند فرهنگ با الگوی نقشه فرهنگی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

روش‌های پیشین را برای بعد ساختاری و بعد محیطی مقیاسی الگوی نقشه فرهنگی به کار می‌گیریم.

روش اول: با استفاده از آزمون یکنواختی χ^2 بررسی شده است که به ترتیب ۱۹۵/۲۳۱ و ۱۵۷/۰۹۲ می‌باشد.

مرحله دوم: مقدار جدول با استفاده از توزیع $\chi_{0.05}^2 = 9/49$ به دست می‌آید.

مرحله سوم: مقایسه مقدار جدول با آماره آزمون نشان می‌دهد، آماره آزمون بیشتر از مقدار جدول است، پس H_0 رد می‌شود.

مرحله چهارم (نتیجه‌گیری): گزینه‌های کاملاً موافقم و موافقم بیشتر از بقیه و به گونه صحیح انتخاب شده‌اند و بیانگر انتخاب غیریکنواخت گزینه‌های سؤال توسط پاسخ‌دهنده است. یعنی گزینه‌ها آگاهانه و از روی اراده انتخاب شده‌اند.

روش دوم: با استفاده از آزمون میانگین (t-student)

$$\begin{cases} H_0: \mu \leq 3 \\ H_1: \mu > 3 \end{cases}$$

مرحله اول: تعیین آزمون فرض

مرحله دوم: آماره آزمون $t = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s/\sqrt{n}}$ با استفاده از نرم‌افزار SPSS محاسبه شده و برابر

۱۱/۶۲۱ و ۱۲/۱۷۷ به دست آمده است.

مرحله سوم: مقدار جدول $t_{0.05}^{(64)} = t_{0.05}^{(64)} \approx 1/671$ محاسبه شده است.

مرحله چهارم مقایسه: مقدار به دست آمده از جدول کمتر از حاصل آماره آزمون است، بنابراین H_0 رد می‌شود.

مرحله پنجم (نتیجه‌گیری): چون فرضیه H_1 پذیرفته می‌شود، پس بین الگوی نقشه فرهنگی و ابعاد ساختاری و محیطی مقیاسی فرهنگ رابطه معنی‌دار وجود دارد.

داده‌های ۹ سؤال دیگر پرسش‌نامه را که با مؤلفه‌های لایه دوم و سوم ابعاد الگوی نقشه

فرهنگی مرتبط است، برای رد یا تأیید فرضیه‌های فرعی با دو روش قبلی آزمون می‌کنیم. این سؤال‌ها عبارتند از:

- ۱- گمانه‌زنی، پردازش و گزینش مؤلفه‌های فرآیند فرهنگند و در الگوی نقشه فرهنگی مؤثرند.
 - ۲- هدفگذاری، سیاستگذاری و سازماندهی مؤلفه‌های مدیریت در بعد ساختارند و در الگوی نقشه فرهنگی مؤثرند.
 - ۳- قوانین، آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌ها مؤلفه‌های کارشناسی در بعد ساختارند و در الگوی نقشه فرهنگی مؤثرند.
 - ۴- منابع انسانی، ابزار و اعتبارات مؤلفه‌های اجراء در بعد ساختارند و در الگوی نقشه فرهنگی مؤثرند.
 - ۵- شهروندان از مؤلفه‌های بعد محیطی مقیاسی فرهنگ و شامل فرد و خانواده و گروه است و در الگوی نقشه فرهنگی مؤثرند.
 - ۶- فعالیت‌ها از مؤلفه‌های بعد محیطی مقیاسی فرهنگ و شامل فعالیت‌های سیاسی و اقتصادی و فرهنگی است و در الگوی نقشه فرهنگی نقش دارند.
 - ۷- اماکن از مؤلفه‌های بعد محیطی مقیاسی فرهنگ و منقسم به اماکن خصوصی، عمومی و دولتی است و در الگوی نقشه فرهنگی نقش دارند.
 - ۸- قانون اساسی و سند چشم‌انداز تبلور ارزش‌های اسلامی هستند و در الگوی نقشه فرهنگی مؤثرند.
 - ۹- قانون اساسی و سند چشم‌انداز در بعد ساختاری (کارشناسی - قوانین) الگوی نقشه فرهنگی نقش دارند.
- نتایج آزمون کای اسکوتر برای داده‌های حاصل از سؤالات فوق به‌ترتیب ۲۰۳/۵۳۸، ۱۹۴/۹۲۳، ۲۰۳/۶۹۲، ۱۱۸/۲۷۷، ۱۰۷/۲۰۰، ۹۱/۹۶۹، ۱۷۱/۷۳۸، ۱۱۲/۶۴۶ به‌دست آمده است، که همه آنها از عدد جدول شماره ۲ () بزرگ‌تر بوده و نشان می‌دهد گزینه‌ها غیریکنواخت، به‌طور صحیح و از روی قصد و آگاهی توسط خبرگان انتخاب شده‌اند.

نتایج آزمون میانگین (t-student) برای داده‌های حاصل از سؤالات فوق به ترتیب ۱۲/۶۲۴، ۱۲/۰۱۱، ۱۲/۱۹۰، ۱۲/۱۰۸، ۱۹/۵۵۶، ۲۷/۰۰۶، ۲۴/۱۲۵، ۱۹/۲۱۳، ۲۸/۵۴۳ به دست آمده است. چنین حالتی برای پرسش‌های پیچیده‌تر ۶ تا ۸ هم مطرح است:

- گمانه زنی، نظام تخمین و احتمالات اولیه یا تصورات و تصویرسازی ذهنی افراد و مؤثر درالگو است. (گمانه زنی شامل تکلیف برای پیدایش اولیه یک گمانه، تمثیل بمعنی تصورات ابتدایی از گمانه و در نهایت تخمین و احتمالات درخصوص گمانه است)

- پردازش، نظام مشاهده و مقایسه و تحلیل و آزمون گمانه‌زنی‌های افراد و مؤثر در الگو است.

- گزینش، نظام تطبیق و استنتاج و انتخاب پردازش‌های افراد و تصمیم‌گیری آنها و مؤثر در الگو است.

نتایج آنها هم چون موارد پیش‌گفته بیشتر از مقدار جدول ($t_{\alpha}^{(n-1)} = t_{0.05}^{(64)} \approx 1/671$) است و از سوی دیگر میانگین حاصل از آزمون (t-student) برای سؤالات انتخابی مربوط به فرضیه اصلی به‌وضوح بیش از میانگین جدول آزمون T است که نشان می‌دهد: بین الگوی شبکه جامعه‌نگر برای طراحی نقشه فرهنگی شهر تهران و ابعاد سه‌گانه فرهنگ و مؤلفه‌های آن و ارزش‌های اسلامی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

۵- نتیجه‌گیری

مهندسی فرهنگی از ضروریات ارتقای موقعیت ژئوکالچر ایران اسلامی است که مبدع نظریه حکومتی در دنیای معاصر یعنی مردمسالاری دینی بر پایه ولایت فقیه است.

از طرف دیگر با توجه به اینکه کلان شهر تهران به‌عنوان ام‌القرای جهان اسلام از جایگاه ویژه‌ای در زمینه مسائل فرهنگی برخوردار است تهیه نقشه فرهنگی این کلان شهر به‌عنوان نقشه راهنما و مبنای اطلاعاتی و ابزارسنجش، در جهت ارتقای موقعیت ژئوکالچر کشور در منطقه عمل می‌نماید.

صاحب‌نظران مورد پرسش در این پژوهش، الگوی شبکه‌ای جامعه‌نگر نقشه فرهنگی تهران با سه بعد فرآیندی، ساختاری و محیطی - مقیاسی و مؤلفه‌های آنها را (شامل گمانه‌زنی،

پردازش و گزینش برای فرآیند فرهنگ، مدیریت، کارشناسی و اجراء برای ساختار فرهنگ و شهروندان، فعالیت‌ها و اماکن برای مقیاس و محیط فرهنگ و نسل بعدی آنها) با تلقی کاملاً موافق یا موافق پذیرفته‌اند. این افراد با این فرض که قانون اساسی و سند چشم‌انداز به‌عنوان نماد ارزش‌های اسلامی - به معنی آنچه مهم و مورد تأکید است نه صرف ارزش‌های اخلاقی بدون کاربرد اجتماعی - در بعد ساختاری الگو لحاظ شود نیز موافقت داشته‌اند. از این بررسی‌ها نتایج زیر حاصل گردیده است که عبارتند از:

- الگوی شبکه‌ای جامعه‌نگر مناسب طراحی الگوی نقشه فرهنگی شهر تهران بر اساس ارزش‌های اسلامی است؛

- فرآیند فرهنگ و مؤلفه‌های آن شامل گمانه‌زنی، پردازش و گزینش و نسل بعد آنها در طراحی الگوی نقشه فرهنگی لازم و مؤثر هستند؛

- عوامل محیطی مقیاسی فرهنگ و مؤلفه‌های آن شامل شهروند، فعالیت‌ها و اماکن و نسل بعد آنها در طراحی الگوی نقشه فرهنگی ضروری هستند.

- نظام ساختاری فرهنگ و مؤلفه‌های آن شامل مدیریت، کارشناسی و اجراء و نسل بعد آنها، برای مدیریت، کارشناسی و برای اجراء در طراحی الگوی نقشه فرهنگی لازم بوده است.

- ارزش‌های اسلامی که موارد مهم و مؤثر در تصمیم‌گیری و تصمیمات است به قانون اساسی و سند چشم‌انداز مربوط است و این دو تبلور ارزش‌های اسلامی و در الگوی نقشه فرهنگی در بخش ساختار تأثیرگذار هستند.

- بدون الگوی نقشه فرهنگی، توسعه فرهنگی شهر میسر نیست؛

- انسان، محور و هدف اصلی توسعه پایدار شهر و مهمترین عامل در نقشه‌کشی و الگوی فرهنگی است.

منابع

۱. اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳)؛ تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته، ترجمه حسن پویان، تهران، چاپخش.
۲. تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۳)؛ تخمین‌ها و تدبیرها، چاپ اول، ج ۱، تهران، فرهنگ گفتمان.
۳. حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۸۵)؛ اصول و مفاهیم ژئوپلیتیک، مشهد: نشر پاپلی.
۴. ریشه، گی (۱۳۶۷)؛ کنش اجتماعی، ترجمه‌ها زنجانی‌زاده، مشهد، دانشگاه فردوسی مشهد.
۵. رابینز، استیفن (۱۳۷۶)؛ مدیریت رفتار سازمانی. ترجمه پارسائیان و اعرابی، تهران، مؤسسه مطالعات و تحقیقات بازرگانی.
۶. رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۷)؛ توسعه و تضاد، چاپ سوم، تهران، شرکت سهامی انتشار.
۷. واپل، رونالد، ای (۱۳۷۴)؛ مقدمه‌ای بر احتمالات و آمار کاربردی، مترجمان میربهدرقلی آریانزاد و محمد ذهبیون، تهران، انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران، چاپ هشتم.
8. Checkland, Peter (1999); *Systems Thinking, Systems Practice: Includes a 30 year retrospective*, chichester, UK. John Wiley and sons Ltd.
9. Alexander, K. C Bkumpana K. p (1992); *Culture and Development*, Sage Publication, Inc.
10. Parsons, Talcott (1951); *The social system*, New york The Free Press.
11. Lederach, J. P (1995); *Preparing for peace: Conflict transformation across cultures*. Syracuse, NY: Syracuse University Press.
12. Lewis A. Coser and Bernard Rosenberg (1969); *Sociological Pres.*
13. Mamdani Mahmood (2001); "Good Muslim: An Africa Perspective" SSRC P.1
14. <http://www.csr.ir/departments.aspx?lng=fa&abtid=07&depid=44&semid=1351>