

واکاوی مفهومی فعالیت فرهنگی، مبتنی بر هستارهای عملیات فرهنگی

علی اکبر بقایی

دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

عباسعلی قیومی

دانشیار گروه مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده

مسئول). ghaiyoomi@gmail.com

سیدرضا صالحی امیری

دانشیار گروه مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: یکی از مهم‌ترین تلاش‌ها در هر عرصه علمی و عملی، ابهام‌زدایی و صراحت‌بخشی مفاهیم و واژگان آن حوزه است. چرا که وقتی مفاهیم و مصادیق ذیل یک موضوع، دارای ابهام باشد، احکام توصیفی و تشریحی، احکام تبیینی و تنقیهی و احکام تجویزی آن حوزه نیز مبهم، کم‌فایده و بلکه بی‌فایده خواهد بود. بر همین اساس، یکی از چالش‌های اساسی شاخه مدیریت فرهنگی، تعریف مفهوم فعالیت فرهنگی است. این نوشتار نیز با پذیرش این اهمیت، تلاش می‌کند با ابتناء بر تلاش‌های هستی‌شناسانه عملیات فرهنگی، به واکاوی مفهومی فعالیت فرهنگی بپردازد.

روش پژوهش: این پژوهش مبتنی بر رویکرد پژوهشی کیفی با اتخاذ استراتژی تجزیه و ترکیب انجام گردید. در عملیاتی‌نمودن این استراتژی، برای مرحله گردآوری و گزینش داده‌ها از روش کتابخانه‌ای و مرور نظام‌مند، برای مرحله تجزیه و تحلیل و ترکیب داده‌ها، از روش فراترکیب، برای اجرای روش فراترکیب، از الگوی هفت مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو، برای طی پیاده‌سازی این الگو از تکنیک کدگذاری و برای پیاده‌سازی این تکنیک از ابزار نرم‌افزاری مکس کیودی‌ای استفاده شده است.

یافته‌ها: از بین مدل‌ها، روش‌ها و روش‌شناسی‌های بررسی‌شده، در مجموع، ۱۰ گزینه برای انجام فراترکیب برگزیده شد. اجرای فراترکیب، به احصای ۱۲ هستار یا موجودیت اصلی برای عملیات فرهنگی منجر گردید. هستارهای احصا شده، از حیث قابلیت تمییزبخشی فعالیت فرهنگی از غیر آن تحلیل گردید و پنج هستار مسئله، راهبردی، مخاطب، محصول و ارزش واجد این قابلیت تشخیص داده شد.

نتیجه‌گیری: با تحلیل و مقابله ساختار تعریفی هستارهای منتخب، در نهایت با پیوند و تجمیع متناسب، سه شناسه هدف-مسئله، انسان-مخاطب و محصول-ارزش، به عنوان شناسه‌های ممیز فعالیت فرهنگی معرفی شده است.

کلید واژه‌ها: هستی‌شناسی؛ فعالیت فرهنگی؛ عملیات فرهنگی؛ پروژه فرهنگی؛ فراترکیب.

مقدمه

هر حوزه علمی و میدان عملی، شامل واژگانی است که عهده‌دار انتقال مفاهیم، اندیشه‌ها و آعلام آن عرصه است. اهمیت این واژه‌ها به حدی است که بدون استفاده از آنها و بدون درک مشترک از مفهوم متناظر آنها، اساساً امکان گفتگو در میان اندیشمندان و فعالان آن عرصه فراهم نمی‌شود یا به سختی انجام می‌گیرد. چرا به گفته مک‌کلند^۱ (۱۹۵۱)، مفهوم راه کوتاهی برای تعریف و توصیف واقعیات است (سلتیز^۲ و دیگران، ۱۳۴۶). واژگان نه تنها امکان گفتگو بین انسان‌ها در امتداد زمان را فراهم می‌سازند، بلکه به رشد علم و میدان‌های عملی نیز کمک می‌کنند. از آنجائی که زبان و اندیشه، پشت و روی یک سکه‌اند و هر دو فرآورده پیشرفت پیوندهای اجتماعی هستند، و از آنجائی که اصطلاحات و واژگان، ابزار زبان و الفبای آن محسوب می‌گردند، انتقال اندیشه‌ها چه به صورت نوشته و چه به صورت سخن، باعث پیشرفت علوم می‌گردد. به این ترتیب که انسان‌ها با مدد گرفتن از تجارب و اندیشه‌های پیشینیان به ترویج و توسعه علوم همت می‌گمارند (طالب، ۱۳۶۸).

واژه‌ها مانند فرهنگ، جامعه‌پوی‌اند و بر همین اساس، معیار اعتبار آنها میزان پیوند و اتصال با مردمی است که آنها را به کار می‌برند. علاوه بر آن، اعتبار یک عرصه نظری و عملی نیز وابسته به تعریف و توجیه واژگان و مفاهیمی است که در آن عرصه استفاده می‌شود، به گونه‌ای که هیچ بدفهمی و یا نافهمی برای فعالان آن عرصه پدید نیاید؛ آنسان که در ارتباطات انسانی، فهم مشترک واژه‌ها و مفاهیم، کلید تأثیر و تداوم است.

مفاهیم، واژگان و اصطلاحات به کار برده شده در عرصه‌های مختلف را می‌توان در دو دسته جای داد: یک دسته، واژگان مورد استفاده در سایر حوزه‌ها که به عرصه مورد نظر وارد شده است. دوم، واژگان و اصطلاحاتی که با توجه به نیاز و اقتضائات عرصه مدنظر وضع شده است. بدیهی است «اشتراک لفظ» در دسته اول و «ابهام بداعت» در دسته دوم، مانعی در ارتباط بهینه و تفهیم و تفهم مطالب

است. چراکه در بسیاری از موارد، مفاهیم برگرفته از سایر حوزه‌ها، با تعبیری محدودتر یا فراخ‌تر و یا حتی در مواردی، متفاوت با آنچه که از آن در خاستگاه خودش استفاده می‌شود، به کار می‌رود. وضع و جعل اصطلاحات جدید نیز پیش از فراگیری، با مشکل عدم تطبیق مصداقی و ارجاع مفهومی مواجه است و مخاطب را پیش از درک عبارات، در فهم مفهوم متوقف می‌کند.

به هر تقدیر، یکی از مهم‌ترین تلاش‌ها در هر عرصه علمی و عملی، ابهام‌زدایی و صراحت‌بخشی مفاهیم و واژگان آن حوزه است. چراکه وقتی مفاهیم و مصداق ذیل یک موضوع، دارای ابهام باشد، احکام توصیفی و تشریحی، احکام تبیینی و تنقیحی و احکام تجویزی آن حوزه نیز مبهم، کم‌فایده و بلکه بی‌فایده خواهد بود.

در همین راستا، یکی از چالش‌های اساسی شاخه مدیریت فرهنگی، ابهام در مفهوم فعالیت فرهنگی است. با این حال، فعالان و کنشگران عرصه مدیریت فرهنگی، مبتنی بر یک فهم درونی و شخصی از این مفهوم، مشغول فعالیت‌اند و نمی‌توان عدم اشتراک معنایی از فعالیت فرهنگی را یک پارامتر به‌شدت مؤثر در کیفیت اجرا و اثربخشی آن فعالیت‌ها در نظر گرفت. ولی یقیناً تنقیح معنای این مفهوم بر توسعه نظری و عملی و ارتقای اثربخشی فعالیت‌های فرهنگی و بهره‌وری بهینه گفتگوهای فعالان فرهنگی مؤثر است.

مسیر پژوهش

برای این مفهوم‌پردازی و تنقیح معنایی، نخستین مسیر قابل تصور، تحلیل محتوای کیفی تعاریف موجود از فعالیت فرهنگی و ترکیب‌بندی یک تعریف برابندی است. طی این مسیر که به تعبیری، فراترکیب مطالعات واکاوی مفهومی فعالیت فرهنگی است، مستلزم تعدد و تنوع منطقی و عمق و غنای علمی منابع مطالعاتی است. متأسفانه جستجوی پژوهشگر برای گردآوری و انتخاب مطالعات و تعاریف مبنای، به نتیجه قابل اعتنائی نینجامید. بر خلاف مقوله فرهنگ که به دلیل تکثر تعاریف و عمق علمی آنها، امکان تحلیل محتوای کیفی تعاریف را فراهم می‌سازد، برای فعالیت

فرهنگی، فقر کمی و کیفی تعاریف، حاکم است و عملاً تحلیل محتوای کیفی تعاریف موجود، نتیجه معتبری را رقم نمی‌زند.

با این وصف، مسیر ذکر شده از دایره انتخاب پژوهشگر خارج شده و مسیری دیگر بررسی گردید. مسیر جایگزین، تحلیل کیفی ساختار وجودی فعالیت فرهنگی و احصای ترکیب‌های مختلف برای تعریف این مفهوم است. این مسیر، مبتنی بر مطالعات هستی‌شناسی^۳ فعالیت فرهنگی است. حلقه اول مطالعات هستی‌شناسی، احصای هستارها یا موجودیت‌های اصلی^۴ پدیده است. این هستارها بن‌مایه‌های مفهوم‌پردازی فعالیت فرهنگی است. تفاوت این دو مسیر در این است که در مسیر نخست، تحلیل‌ها متناظر با فرازاها و گزاره‌های متنی تعاریف منتخب است. درحالی‌که در مسیر دوم، به دلیل مقدمه بودن مطالعه هستی‌شناسی، تحلیل‌ها متناظر با تعاریف هستارهای احصا شده، برگرفته از نتایج مطالعه هستی‌شناسانه است. بنابراین، این نوشتار با ابتناء بر تلاش‌های هستی‌شناسانه نویسندگان در شناسایی و تعریف هستارهای عملیات فرهنگی، به واکاوی مفهومی فعالیت فرهنگی پرداخته است. امید که این تلاش، به رشد و ارتقای فعالیت‌های فرهنگی و اثربخشی آنها بیانجامد.

سؤال پژوهش

سؤالات اصلی، به هم پیوسته و بر هم استوار این پژوهش عبارت است از:

(۱) سؤال اول که در سطح هستی‌شناسی عملیات فرهنگی مطرح می‌شود، عبارت است از: «موجودیت‌های اصلی یا ارکان ساختاری یک عملیات فرهنگی چیست؟»

(۲) سؤال دوم که مبتنی بر پاسخ سؤال اول دنبال می‌شود، چنین است: «کدام یک از موجودیت‌های اصلی احصا شده، قابلیت شناسگی و تمییز فعالیت فرهنگی از دیگر انواع فعالیت را داراست؟». به عبارتی دیگر، «فعالیت فرهنگی در اتصاف به کدام ویژگی‌ها هویت می‌یابد و فصول ممیزه فعالیت فرهنگی از غیر آن چیست؟».

(۳) سؤال سوم که انتظار می‌رود در مقام نتیجه‌گیری از پاسخ

دو سؤال قبل به آن پاسخ داده شود، از این قرار است: «فعالیت فرهنگی مبتنی بر شناسه‌های تعیین شده، چگونه تعریف می‌شود؟».

ادبیات تحقیق و مبانی نظری

تعریف مفاهیم اصلی

موضوعی که محور تمرکز این پژوهش قرار دارد، مفهوم‌شناسی «فعالیت فرهنگی» با تکیه بر هستارهای احصا شده در هستی‌شناسی «عملیات فرهنگی» است. این تبیین، بر تعریف مفهوم بنیادی «فرهنگ»، «پیشرفت فرهنگی» و تعریف اولیه «عملیات فرهنگی» استوار است.

فرهنگ

تاکنون برای فرهنگ و حتی متعلقات آن، تعاریف متعدد و متنوعی ارائه شده است که مرور، واکاوی، تشریح و تحلیل آنها مطالعه‌ای دیگر و پژوهشی مجزا می‌طلبد. لیکن این پژوهش، مجاز و بلکه ملزم به انتخاب و گزینش تعاریف مورد نیاز از منابع معتبر و مورد توافق و استفاده از آنها در فرایند استحصال نتیجه است.

در مجموع، با توجه به جستجوهای گسترده و مطالعه منابع و اسناد گوناگون، برای پرهیز از سردرگمی در دایره تعاریف متعدد و رویکردهای متفاوت، در نهایت «سند الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت» به عنوان محل رجوع برای تعریف مفاهیم انتخاب گردید. این سند بالاترین سند جهت‌بخش کشور و نقطه اتکای حرکت‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی محسوب می‌شود.

سند الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت (۱۳۹۷)، فرهنگ را «منظومه‌ای منسجم از باورها و بینش‌ها، اخلاقیات و ارزش‌ها، علائق و سلائق، آداب و رسوم و الگوهای هنجاری دیرپا که در بازه زمانی و بستر زمینی معینی، صورت بسته، به انسان‌ها هویت می‌بخشد و به سبک زندگی آنها جهت می‌دهد.» تعریف کرده است.

پیشرفت فرهنگی

سند الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، پیشرفت فرهنگی را این‌گونه توصیف می‌کند: «پیشرفت فرهنگی، فرایند تعمیق

باورهای دینی و ارزش‌های الهی و انسانی و نهادهای سازنده‌ی هنجارهای مدنی و اخلاقی متعالی است که به نیازهای هویتی و معنوی فردی و اجتماعی انسان‌ها پاسخ می‌دهد و از طریق گسترش صنایع خلاق فرهنگی و ادبی و هنر قدسی، حفظ، صیانت و در محیط واقعی و مجازی تثبیت می‌شود.^۸

عملیات فرهنگی

از آنجا که محور این پژوهش، واکاوی مفهومی فعالیت فرهنگی مبتنی بر هستارهای عملیات فرهنگی است. به دلیل تداخل معنایی واژه عملیات در حوزه مدیریت و دایره واژگانی فعالان فرهنگی کشور، در ادامه به منظور همگرایی و هم‌ترازی برداشت‌ها از این مفهوم، تعریف این پژوهش از عملیات فرهنگی در قالب یک عبارت کوتاه بیان می‌گردد:

در اصطلاح‌شناسی^۹ مدیریت، واژه پروژکت^۶ برای اشاره به کارهای موقتی و واژه آپریشن^۷ برای اشاره به کارهای مستمر به کار برده می‌شود. در برگردان این دو واژه، عموماً واژه «پروژکت» بدون بازگردان، همان «پروژه» و «آپریشن» نیز «عملیات» ترجمه می‌شود. از آنجا که «عملیات» در اصطلاح‌شناسی فعالان فرهنگی کشور معادل «پروژه» در اصطلاح‌شناسی عام مدیریت است، در این نوشتار برای برگردان «پروژکت» از واژه «عملیات» استفاده شده است. طبق تعریف راهنمای «پیکره دانش مدیریت پروژه»^۹ یا «پی‌ام‌باک»^{۱۰}، پروژه یا آنچه در این نوشتار عملیات نامیده می‌شود، تلاشی است موقتی که برای تولید محصول، خدمات یا نتیجه‌ای منحصربه‌فرد انجام می‌شود (پی‌ام‌باک-ویرایش ۶، ۲۰۱۷: ۴). بر همین اساس، تعریف اولیه این نوشتار از عملیات فرهنگی چنین است: «تلاشی بازه‌مند که برای حل مسئله‌ای در مسیر پیشرفت فرهنگی، از طریق خلق و عرضه محصولی منحصربه‌فرد، انجام می‌شود.»

پیشینه تحقیق

در جستجوی منابع مختلف، متأسفانه برای واکاوی مفهومی فعالیت فرهنگی، همچنین پیرامون شناسایی و صورت‌بندی ارکان ساختاری و ابعاد هستی‌شناسی عملیات فرهنگی، پژوهش و مدل قابل اعتنایی که مبتنی بر پشتوانه و روش‌های

علمی استحصال شده باشد، دیده نشد. مشاهدات و رصد میدانی پژوهشگر هم مدل منسجم و استواری که کنشگران فرهنگی مورد استفاده قرار دهند را گزارش نمی‌کند.

پژوهشی که این نوشتار مبتنی بر آن تدوین یافته، تلاشی برای شناسایی و صورت‌بندی ساختاری هستارهای عملیات فرهنگی بر اساس رویکرد سیستمی بوده است و عملیات فرهنگی نیز طبق تعریف ارائه‌شده، عیناً با حل مسئله است. با این وصف، چهار کلیدواژه «هستی‌شناسی»، «مدیریت عملیات»^{۱۱}، «حل مسئله»^{۱۲} و «رویکرد سیستمی»^{۱۳}، به عنوان نواحی جست‌وجو برای احصاء پیشینه و پشتوانه‌های نظری پژوهش انتخاب گردید. در ادامه، گزارش اجمالی بررسی مدل‌های هر ناحیه بیان می‌شود.

ناحیه اول: هستی‌شناسی

هستی‌شناسی مشخصاً شاخه‌ای از علم فلسفه است که به مطالعه ماهیت چستی و ساختار واقعیت می‌پردازد (ژاکوب^{۱۴}، ۱۳۸۴). هستی‌شناسی در فلسفه، یک شاخه شناخته شده است که آنچه موجود است و آنچه باید فرض شود که وجود دارد را به منظور نائل آمدن به یک توصیف متقاعد کننده از واقعیت مطالعه می‌کند (صنعت‌جو، ۱۳۸۴). متأسفانه در جست‌وجوی پژوهشگر، هیچ پژوهشی ناظر به هستی‌شناسی عملیات فرهنگی مشاهده نشد. البته در حوزه کسب‌وکار، پایان نامه دکترای الکساندر استروالدر^{۱۵} که در سال ۲۰۰۴ تحت نظارت پروفسور ایو پیگنیور^{۱۶} با عنوان «هستی‌شناسی مدل کسب‌وکار، پیشنهادی در رویکرد علم طراحی»^{۱۷} انجام گرفته است، پژوهش قابل تأملی است که از مدل‌ها و منابع نظری این پژوهش است.

ناحیه دوم: مدیریت عملیات

متأسفانه برای «مدیریت عملیات فرهنگی» نیز پژوهش و مدل قابل اعتنایی که مبتنی بر پشتوانه و روش‌های علمی استخراج شده باشد، مشاهده نشد. ولی برای «مدیریت پروژه»، روش‌شناسی‌ها و روش‌هایی نظیر پی‌ام‌باک، پرینس‌دو^{۱۸}، اجایل^{۱۹}، توسعه سیستم‌های پویا^{۲۰}، ناب^{۲۱}، ایکس‌پی^{۲۲}، اسکرام^{۲۳}، کانبان^{۲۴}، چارچوب کریستال^{۲۵}،

توسعه ویژگی محور^{۲۶}، تفکر طراحی^{۲۷}، مهندسی ارزش^{۲۸} و شش سیگما^{۲۹} مواردی از این ناحیه است که مطالعه و بررسی گردید.

ناحیه سوم: میان رشته‌ای سیستمی

ناحیه سوم، مدل‌های مبتنی بر رویکرد سیستمی را شامل می‌شود. مدل‌هایی نظیر تفکر سخت سیستمی^{۳۰}، پویایی‌شناسی سیستم‌ها^{۳۱}، روش‌شناسی سیستم‌های نرم^{۳۲}، روش‌های دیالکتیکی تحقیق^{۳۳}، گفتگوهای حلقوی^{۳۴}، همپارچگی تیمی^{۳۵}، تحلیل سناریو^{۳۶}، جست‌وجوی ابتکاری^{۳۷}، سایبرنتیک سازمانی^{۳۸}، نظریه پیچیدگی^{۳۹}، نگاشت پیامدها^{۴۰}، برنامه‌ریزی مبتنی بر مفروضات^{۴۱}، پایش فرایندی تأثیرات^{۴۲}، آشکارسازی و آزمودن مفروضات راهبردی^{۴۳}، ارزیابی حوزه استراتژیک^{۴۴}، برنامه‌ریزی تعاملی^{۴۵}، مدل سی‌دی‌ای^{۴۶}، تمرکز بر راهکار^{۴۷}، مدل سیستم مانا^{۴۸}، نظریه فعالیت تاریخی فرهنگی^{۴۹}، سیستم‌های ابتکاری انتقادی^{۵۰}، مداخله سیستمی جامع^{۵۱} و عمل انتقادی سیستمی^{۵۲} از جمله مواردی است که در این ناحیه مطالعه و بررسی گردید.

ناحیه چهارم: میان رشته‌ای حل مسئله

حل مسئله مانند تفکر سیستمی در شاخه‌ای خاص از علوم محدود نمی‌شود، بلکه تعریف آن به عنوان یک ناحیه میان رشته‌ای، دقیق‌تر است. مدل‌های نظیر دیویی^{۵۳}، مدل آسبورن-پارنز^{۵۴}، مدل ایساکسن-تری‌فینگر^{۵۵}، چرخه

دمینگ^{۵۶}، تکنیک پولیا^{۵۷}، حل مسئله پنج مرحله‌ای^{۵۸}، کانوین^{۵۹}، نظریه نیوئل و سایمون^{۶۰}، مجموعه تریز^{۶۱} (تحلیل تناقض^{۶۲}، تحلیل ماده-میدان^{۶۳}، آریز^{۶۴}، تکامل سیستم^{۶۵}، طرح ایده‌آل^{۶۶}، شناخت موقعیت‌های نوآوری^{۶۷}، تحلیل منابع^{۶۸}، ازیت^{۶۹}، یوزیت^{۷۰}) و تکنیک اسکمپر^{۷۱} از جمله مواردی است که در این ناحیه مطالعه گردید.

با توجه به حصر موضوعی تعریف شده، این پژوهش را تا زمان انجام آن و تدوین این نوشتار، می‌توان منحصر به فرد دانست. البته، مطالعات و مدل‌هایی در حوزه‌های عام مرتبط، انجام شده است که منتخب آنها به عنوان بن‌مایه‌های نظری پژوهش انتخاب شده است.

مبانی نظری

همانگونه که ذکر شد، این نوشتار در پی واکاوی مفهومی فعالیت فرهنگی، مبتنی بر هستارهای احصا شده برای عملیات فرهنگی در یک پژوهش هستی‌شناسانه است. برای انجام این پژوهش هستی‌شناسانه، مدل‌ها، روش‌ها و روش‌شناسی‌های گوناگون، بررسی گردید و در مجموع، ۱۰ مدل مطابق

جدول ۱، به عنوان مبانی نظری پژوهش، برای انجام پژوهش برگزیده شد. در ادامه، به اقتضای محدودیت‌های حجمی مجلات، این مدل‌ها به اجمال در ۱۰ پاراگراف، صرفاً در حد مختصات شناسنامه‌ای معرفی می‌شود.

جدول ۱- مدل‌های منتخب برای انجام فراترکیب

ردیف	عنوان فارسی مدل	عنوان انگلیسی مدل
۱	روش‌شناسی سیستم‌های نرم	Soft Systems Methodology
۲	نظریه فعالیت تاریخی فرهنگی	Cultural Historical Activity Theory
۳	نگاشت پیامدها	Outcome mapping
۴	پایش فرایندی تأثیرات	Process Monitoring of Impact
۵	برنامه‌ریزی مبتنی بر مفروضات	Assumption Based Planning
۶	ارزیابی حوزه استراتژیک	Strategic Area Assessment
۷	برنامه‌ریزی تعاملی	Interactive planning
۸	هستی‌شناسی کسب‌وکار/ بوم مدل کسب‌وکار	Business / Business Model Canvas Ontology

Lean Canvas	بوم ناب	۹
PMBOK project charter	منشور پروژه پی‌ام‌باک	۱۰

مطلوب و در جهت همکاری برای تحقق آن تغییر، هدایت می‌کند. نگاشت پیامدها در سال ۲۰۰۱ به عنوان پاسخی به ضعف‌ها و انتقادات بر دیگر چارچوب‌های نظارت و ارزیابی به ویژه در حوزه‌هایی که شامل فرایند پیچیده طبیعی است توسعه یافت. نگاشت پیامدها مبتنی بر سه مرحله و ۱۲ گام است.

«پایش فرایندی تأثیرات» روشی برای راهبری مداخله‌ها است. این روش توسط ریچارد هامبلرون^{۷۷} در سال ۲۰۰۵ به عنوان رویکردی برای نظارت بر برنامه‌های سرمایه‌گذاری ساختاری اتحادیه اروپا توسعه یافت. تجربه نشان می‌دهد که استفاده از شاخص‌ها، صرفاً ارزش محدودی برای «راهبری» دارد. زیرا داده‌های هر شاخص یا خیلی دیر به دست می‌آیند که فایده خود را از دست می‌دهد، یا اطلاعات اندکی برای بهبود یک مداخله فراهم می‌کنند. بنابراین کنشگران برنامه می‌توانند (و باید) نه در قبال دستیابی عملی به نتایج و تأثیرات، بلکه در برابر کوشش‌ها و عملکرد خود مسئول باشند. پایش فرایندی تأثیرات، تلاشی برای صورت‌بندی این نوع پایش و ارزیابی است.

«برنامه‌ریزی مبتنی بر مفروضات» در جایی مابین برنامه‌ریزی و استراتژی قرار می‌گیرد و دیدگاه هنری مبتنیزیرگ^{۷۸} مبتنی بر اینکه بیشتر فرایندهای برنامه‌ریزی استراتژیک منجر به برنامه‌های ناجور و استراتژی ضعیف می‌شود را مدنظر قرار داده و در جهت رفع این معضل بر می‌آید. این روش اعتقاد بر این دارد که برنامه‌ها به دلیل عدم توجه کافی به مفروضات زیربنایی خود شکست می‌خورند. در روش برنامه‌ریزی مبتنی بر مفروضات، پنج گام وجود دارد: ۱- شناسایی مفروضات پراهمیت، ۲- شناسایی نقاط آسیب‌پذیری مفروضات، ۳- تعیین علائم راهنما، ۴- اقدامات سازنده و ۵- تعریف اقدامات تأمینی (حفاظتی). «ارزیابی حوزه استراتژیک» ابزاری برای توسعه محلی و منطقه‌ای، با شناسایی و ترکیب محتمل‌ترین استراتژی‌های

«روش‌شناسی سیستم‌های نرم» توسط پیتز چکلند^{۷۲} در اواخر دهه ۱۹۶۰ در دانشگاه لنکستر^{۷۳} انگلستان توسعه یافته است. روش‌شناسی سیستم‌های نرم با اینکه در ابتدا به عنوان ابزاری برای حل مسئله در نظر گرفته می‌شد، در ادامه، توسعه یافته و بیشتر به سوی یادگیری و آگاهی گرایش پیدا کرده است. رویکرد سیستم‌های نرم یک روش‌شناسی است. با این حال این رویکرد معمولاً در قالب یک روش هفت مرحله‌ای تشریح می‌شود. رویکرد تثبیت‌شده هفت مرحله‌ای، مفاهیم زیربنایی این روش را به روشن‌ترین حالت بیان می‌کند. پنج مرحله از این مراحل بر موقعیت واقعی تمرکز می‌کند و دو گام دیگر کاملاً به تفکر سیستمی و مفهومی درباره موقعیت وابسته است. موفقیت این رویکرد، بستگی به توانایی در مجزا کردن مراحل تفکر سیستمی از مراحل جهان واقعی دارد. «نظریه فعالیت تاریخی فرهنگی» توسط فیلسوف تاریخ، الکسی لیونتوف^{۷۴} در دانشگاه ایالتی مسکو در دهه ۱۹۶۰ توسعه یافت. این رویکرد بر نظریه‌های لیو ویگوتسکی^{۷۵} در مورد شناخت و یادگیری استوار است. ویگوتسکی معتقد بود که یادگیری به صورت یک فرایند اجتماعی در «منطقه تقریبی رشد»^{۷۶} اتفاق می‌افتد.

یک تحقیق مبتنی بر نظریه فعالیت تاریخی فرهنگی متشکل از سه مؤلفه است: یک مؤلفه سیستمی که به ایجاد معنا از موقعیت‌ها کمک می‌کند. یک مؤلفه یادگیری که روشی برای آموختن از آن معناها است. یک مؤلفه توسعه‌ای که امکان گسترش و توسعه این معناها به ساحت اقدام و عمل را برقرار می‌کند. این سه مؤلفه از هفت گزاره پایه‌ای تشکیل می‌شود. پنج گزاره به استقرار مؤلفه‌های سیستمی، یک گزاره مستقیماً به یادگیری و گزاره نهایی به توسعه و رشد مربوط است. «نگاشت پیامدها» رویکردی است برای برنامه‌ریزی، نظارت و ارزیابی برنامه‌های تغییر اجتماعی. این رویکرد مجموعه‌ای از ابزارها و راهنمایی‌ها است که تیم‌های پروژه را به واسطه یک فرایند تکرارشونده، به منظور شناسایی تغییر

ارتقاء نوآوری است. ابزار اصلی مورد استفاده در این روش، قطب‌نمای نوآوری^{۷۹} است. رابرت لوکش^{۸۰} این ابزار را متأثر از شرکت در یک تیم کارشناسی جهت اجرای برنامه انجمن اروپایی در توسعه روستایی و در یک پروژه تحقیقاتی برای ارزیابی پایداری در توسعه منطقه‌ای ایجاد کرد (اشلاشر-تاپسر^{۸۱} و همکاران، ۱۹۹۹).

برنامه‌ریزی تعاملی مشخصاً برای رویارویی با بی‌سامانی‌های ناشی از پیچیدگی، تغییر و تنوع که در دنیای امروز پیشاروی مدیران قرار دارد، طراحی شده است. به نظر ایکاف^{۸۲} (۱۹۸۱)، کسانی که در دنیای سخت‌سیستمی که تأکیدش بر بهینه‌سازی^{۸۳} و عینیت^{۸۴} است کار می‌کنند، بی‌تردید نسبت به موضوعات مهم عصر سیستمی بی‌علاقه‌اند. اصرار بر بهینه‌سازی در دنیای گوناگونی ارزش‌ها و تغییرات سریع، به معنای از دست دادن پیوند با واقعیت است. سمت‌وسوی فلسفه کلی ایکاف تأییدی است بر آنچه که چرچمن^{۸۵} مطرح می‌کرد. از نظر او دیدگاه متداولی که عینیت را ناشی از ساخت مدل‌هایی مستقل از ارزش‌ها می‌داند و صحت و سقم آن‌ها را جنبه‌های محدودی از دنیای واقعی می‌سنجد، منحرف‌کننده است. عینیت را در سیستم‌های اجتماعی تنها از طریق تعامل میان گروه‌ها و افراد دارای ارزش‌های گوناگون می‌توان مورد توجه قرار داد. به چنین عینیتی تنها از طریق علوم سیستم‌ها می‌توان نزدیک شد و نه توسط دانشمندان منفرد. عینیت در سیستم‌های اجتماعی ارزش‌مدار^{۸۶} است و نه ارزش‌رها^{۸۷}.

«بوم کسب‌وکار» یکی از پرکاربردترین مدل‌های حال حاضر، در عرصه کسب‌وکارهای نوپا است. به منظور شناسایی مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده مدل کسب‌وکار، تحقیقات مختلفی صورت گرفته که از این میان، کامل‌ترین تحقیق، پایان نامه دکترای الکساندر استروالدر است. این پژوهش تحت عنوان «هستی‌شناسی مدل کسب‌وکار، پیشنهادی در رویکرد علم طراحی^{۸۸}» در سال ۲۰۰۴ تحت نظارت پروفیسور ایو پیگنیور^{۸۹} با مطالعه روی کلیه نظراتی که قبل از آن در این حوزه ارائه شده، انجام گرفت. از دیدگاه فرو^{۹۰}

(۲۰۰۵)، یکی از محققین حوزه کسب‌وکار، مدل کسب‌وکار استروالدر به این دلیل که مجموعه‌ای از جامع‌ترین و مناسب‌ترین مؤلفه‌های اصلی و اجزاء فرعی کسب‌وکار را تعیین و تعریف کرده است و همچنین به این دلیل که یک طرح کلی از جزئیات روابط بین اجزا کلیدی و اجزاء فرعی مدل کسب وکار را فراهم می‌کند، به عنوان مناسب‌ترین هستی‌شناسی کسب‌وکار انتخاب شده است. این هستی‌شناسی پشتوانه بوم کسب‌وکار است.

«بوم ناب» به عنوان اقتباسی از «بوم مدل کسب‌وکار» اولین بار در سال ۲۰۱۰ توسط آش موری^{۹۱} ارائه شده است. مشکلی که در بوم مدل کسب‌وکار برای استارت‌آپ‌ها و کارآفرینان وجود دارد زمان‌بر بودن تهیه آن است. بوم ناب در مقایسه با نوشتن یک طرح کسب‌وکار که غالباً زمان‌بر است، تصویری از ایده تجاری اولیه را به سرعت حاصل می‌کند. بوم ناب نیز مانند بوم مدل کسب‌وکار دارای ۳ بخش است، با این تفاوت که بوم ناب به گونه‌ای تنظیم شده که پاسخگوی نیازهای یک استارت‌آپ ناب باشد.

«منشور پروژه»، یک ابزار برای ارزیابی این شاخص‌ها و مفاهیم مهم دیگری در هر پروژه محسوب می‌شود. منشور پروژه، سندی است که دلایل انجام پروژه، الزامات، اهداف و سطوح اختیارات مدیر پروژه^{۹۲} را مشخص و ذی‌نفعان اصلی را شناسایی می‌کند. راهنمای پی‌ام‌باک^{۹۳} (۲۰۱۷)، منشور پروژه را «سندی» تعریف می‌کند «که توسط طراح یا حامی پروژه انتشار یافته و به طور رسمی موجودیت پروژه را تصویب و اختیار به کارگیری منابع سازمانی را در جهت انجام فعالیت‌های پروژه، به مدیر پروژه واگذار می‌کند».

روش تحقیق

رویکرد تحلیل محتوا^{۹۴} یکی از رویکردهایی است که در چند دهه اخیر مورد اقبال جدی قرار گرفته و روزبه‌روز نیز در حال توسعه و ارتقا است. این رویکرد در ساده‌ترین بیان، به استخراج مفاهیم از بطن متون مورد مطالعه می‌پردازد. فرض مبنایی تحلیل محتوا این گزاره است که با تحلیل پیام‌های زبانی می‌توان به کشف معانی، اولویت‌ها، نگرش‌ها،

تشکیل‌دهنده شالوده نظریه‌ها و نیز تدوین و ارزیابی نظریه‌هاست (ریترز^{۱۴}، ۲۰۰۵).

فرانظریه به معنای قدم گذاشتن به آن سوی فرایند ایجاد نظریه است، به بیان دیگر فرانظریه به تحلیلی فراتر از خود نظریه می‌پردازد و در این مسیر ریشه‌های شکل‌گیری خود نظریه را مورد تحلیل قرار می‌دهد. بعلاوه این رهیافت قدم را فراتر از نظریه می‌گذارد تا ماهیت‌آموزه‌ها، ساختار، محیط و دیگر موارد مرتبط با نظریه یا نظریه‌ها را مورد مطالعه و بررسی قرار دهد (نیوفلد^{۱۵} و گورالینک^{۱۶}، ۱۹۹۴).

ریترز (۱۹۸۸) در مطالعه فرانظریه‌های جامعه‌شناسی، سه نوع فرانظریه را معرفی می‌کند: در گونه اول، فرانظریه به عنوان ابزاری برای دستیابی به فهم عمیق‌تر نظریه است. گونه دوم، فرانظریه به عنوان پیش‌درآمد بسط نظریه است که در برگزیده مطالعه حوزه مورد نظر نظریه به منظور ایجاد نظریه جدید است. گونه سوم فرانظریه به عنوان رهیافت که مجموعه‌ای از نظریات در کل حیطه مطالعاتی است و می‌توان گفت فرانظریه در این مفهوم دربرگیرنده بخش یا کل نظریات اجتماعی است (بوستانی، ۱۳۹۷: ۲۸).

همچنین به عقیده استابروکس^{۱۷} و همکاران (۱۹۹۴)، فراترکیب در مقایسه با مطالعات کیفی اولیه، به‌مراتب برای تولید نظریه مناسب‌تر است. این روش در پشتیبانی از نظریه‌های موجود، تفسیر و تشریح دقیق‌تر آن‌ها و نیز در تکمیل نظریه‌ها کاربرد دارد. فراترکیب همچنین به ارتقای تعمیم‌پذیری نظریه‌ها و درک جامع‌تر و عمیق‌تر از پدیده‌ها و موقعیت‌ها کمک می‌کند. ضمن اینکه فراترکیب غالباً بر محدودیت‌های عمومی مطالعات کیفی، از جمله انزوا و تعمیم‌پذیری محدود غلبه می‌کند و به تولید تفسیرها و خروجی‌های مترقی‌تری می‌انجامد.

با این توصیف، چنانچه مبانی نظری یا منابع فراترکیب، نظریه‌های علمی موجود باشد، فراترکیب در دامنه گونه دوم فرانظریه قرار می‌گیرد و در این شرایط، فراترکیب همان فرانظریه است. از آنجا که در این پژوهش، منابع فراترکیب، هرچند تماماً علمی ولی الزاماً نظریه علمی نیست، بلکه

شیوه‌های درک و سازمان‌یافتگی جهان دست یافت (ویلکینسون^{۱۸} و بیرمنگام^{۱۹}، ۲۰۰۳). به‌طور کلی می‌توان گفت تحلیل محتوا به هر رویه‌ای که برای تجزیه، تحلیل، تلخیص، طبقه‌بندی، استنباط و استخراج مفاهیم و معانی از متن می‌انجامد و حتی امکان مقایسه چندین متن را نیز فراهم می‌کند، اطلاق می‌شود.

در رویکردهای کیفی، غالب داده‌ها، حتی داده‌های غیرمتنی، ابتدا به متن تبدیل می‌شود و پس از آن از طریق تحلیل محتوا، تحلیل و بررسی می‌شوند.

رویکرد این پژوهش، تحلیل محتوای کیفی است، ولی صرفاً در تحلیل محتوا متوقف نمی‌شود و فرایند تحقیق با ترکیب تحلیل محتواهای انجام‌شده ادامه می‌یابد. به‌عبارتی تجزیه انجام‌شده مجدداً با ترکیب ادامه می‌یابد و به محصولی با هویت جدید تبدیل می‌شود.

یکی از روش‌هایی که در سال‌های اخیر برای بررسی، تجزیه، تحلیل و ترکیب مطالعات قبلی معرفی شده است، فرامطالعه است. فرامطالعه شامل روش‌هایی مانند فراترکیب^{۲۰}، فراترکیب^{۲۱}، فرانظریه^{۲۲} و فراروش^{۲۳} است. فراترکیب، نوعی فرامطالعه کمی است که صرفاً بر روی نتایج آماری پژوهش‌های گذشته تمرکز دارد و مبتنی بر روش‌های آماری، میزان تأثیر متغیرهای مطرح در تحقیقات قبلی را محاسبه می‌کند. فرانظریه، نوعی فرامطالعه است که صرفاً در حوزه الگوها، نظریه‌ها و چارچوب‌های پژوهش‌های گذشته انجام می‌شود و اگر فرامطالعه، متمرکز بر روش‌شناسی مطالعات اولیه باشد، فراروش نامیده می‌شود. فراترکیب نیز نوعی فرامطالعه است که به‌صورت کیفی بر روی مفاهیم و نتایج مورد استفاده در مطالعات گذشته، به شیوه کدگذاری^{۲۴} متداول در پژوهش‌های کیفی انجام می‌شود (پاترسون^{۲۵} و همکاران، ۲۰۰۱؛ بینچ^{۲۶} و دای^{۲۷}، ۲۰۱۰).

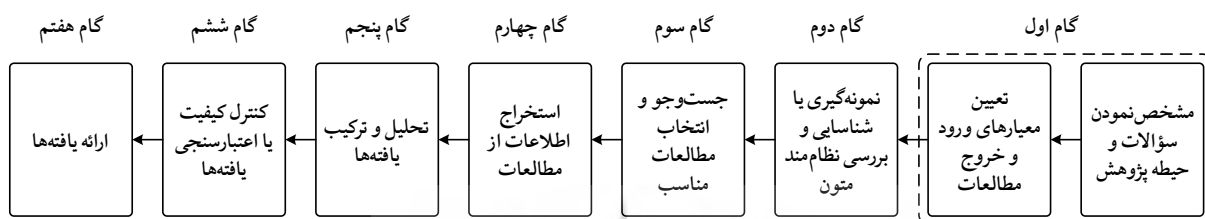
بازاندیشی ویژگی بارز فرامطالعه و به تبع آن فرانظریه است. فرانظریه ناظر به چستی نظریه در علوم اجتماعی و چگونگی شکل‌گیری نظریه است. فرانظریه، نظریه‌ای در مورد نظریه بوده و هدف آن تشریح و نقد فرض‌های فرانظری

چک‌لیست‌ها مانند منشور پروژه پی‌ام‌باک یا ابزارها مثل بوم کسب‌وکار یا بوم ناب را نیز شامل می‌شود، روش این پژوهش در شاخه فراترکیب از مجموعه روش‌های فرامطالعه قرار می‌گیرد.

الگوی مورد استفاده برای فراترکیب

با توجه به اینکه الگوی مختار برای انجام این پژوهش، الگوی هفت مرحله‌ای سندلوسکی^{۱۰۸} و باروسو^{۱۰۹} است، در ادامه، مراحل طی شده در این پژوهش معرفی می‌شود. تعیین

معیارهای شمول و خروج مطالعات، در برخی مدل‌ها از جمله در مدل نوبلت^{۱۱۰} و هیر^{۱۱۱} و مدل سنتزپژوهی گاف^{۱۱۲}، اولیور^{۱۱۳} و توماس^{۱۱۴}، به‌عنوان یک گام مستقل تعریف شده است. از آنجا که در مدل سندلوسکی و باروسو این گام در بطن گام اول قرار دارد، به دلیل اهمیت این بخش، در شکل ۱، گام یک به صورت باز شده و در دو بخش نمایش داده شده است که بخش دوم گام اول، تعیین معیارهای ورود و خروج مطالعات است.



شکل ۱- الگوی هفت مرحله‌ای فراترکیب سندلوسکی و باروسو (۲۰۰۶)

در مجموع، این پژوهش مبتنی بر رویکرد پژوهشی کیفی با اتخاذ استراتژی تجزیه و ترکیب انجام گردید. در عملیاتی نمودن این استراتژی، برای مرحله گردآوری و گزینش داده‌ها از روش کتابخانه‌ای^{۱۱۵} و مرور نظام‌مند^{۱۱۶}، برای مرحله تجزیه و تحلیل و ترکیب داده‌ها، از روش فراترکیب، برای اجرای روش فراترکیب، از الگوی هفت مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو، برای طی پیاده‌سازی این الگو از تکنیک کدگذاری و برای پیاده‌سازی این تکنیک از ابزار نرم‌افزاری مکس کیودی‌ای^{۱۱۷} استفاده شد.

گزارش فرایندی و یافته‌های تحقیق

در این بخش، گزارش فرایندی انجام پژوهش و یافته‌های آن، به تفکیک ارائه می‌شود.

گزارش فرایندی پژوهش

گام اول: مشخص نمودن سؤالات پژوهش

این پژوهش پاسخ به سؤالاتی را دنبال می‌کند که در پایان بخش مقدمه به تفکیک بیان شده است. همچنین، معیارهای درج شده در جدول ۲، برای انتخاب مطالعات تعیین گردید.

جدول ۲- معیارهای انتخاب مطالعات برای ورود به فرایند فراترکیب

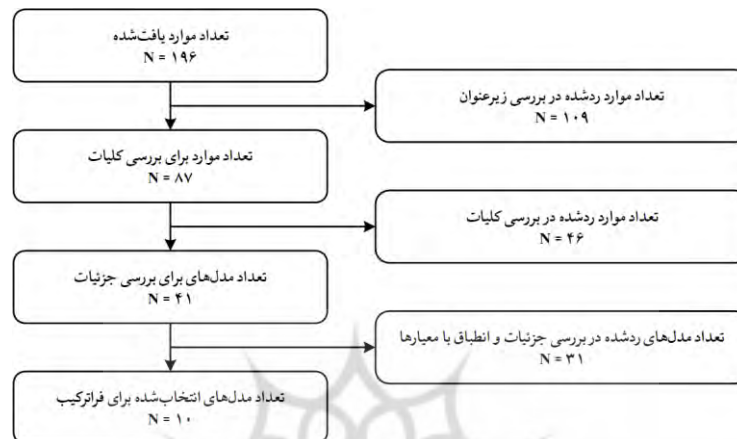
شماره	معیارهای انتخاب مطالعات برای ورود به فرایند فراترکیب و استخراج اطلاعات
۱	معرفی‌کننده ساختار هستی‌شناسی یک پدیده مشخص قابل اتصال به مفاهیم بنیادی عملیات فرهنگی باشد.
۲	در میدان عمل آزمون شده باشد.
۳	در شاخه‌ای از علوم به شکل عملی و مستمر مورد استفاده قرار گرفته باشد.
۴	توسط نخبگان علمی و معرفی و تأیید شده باشد. (مقبول نخبگان علمی و عملی باشد).
۵	برای موقعیت‌های نرم و انسانی یا قابل انطباق و تطبیق با موقعیت‌های نرم و انسانی باشد.
۶	مبتنی بر نگرش سیستمی یا رویکرد شبکه‌ای باشد یا شاخص‌های کلیدی این نگرش را تأمین کند.

گام دوم: نمونه‌گیری یا شناسایی و بررسی نظام‌مند متون

براساس جست‌وجوی اولیه، تعداد ۱۹۶ مورد، اعم از

و تعداد ورودی و خروجی هر بخش درج شده است.
گام سوم: جست‌وجو و انتخاب مطالعات مناسب
 در این گام، موارد شناسایی شده، طی گام‌های شکل ۲ و براساس معیارهای ذکرشده در جدول ۲ غربالگری شد.

روش‌شناسی، روش، مدل، الگو، تکنیک و ابزار تعریف و اجرای پروژه در نواحی چهارگانه‌ای که در ابتدای بخش پیشینه تحقیق ذکر گردید، شناسایی شد. این موارد با مطالعه عنوان و زیرعنوان که در حد معرفی اجمالی است، غربالگری شده و بخشی از این موارد برای مطالعه کلیات مدل انتخاب گردید. در نمودار شکل ۲، مراحل غربالگری



شکل ۲- گام‌های گزینش مطالعات فراترکیب

از مجموع مدل‌های بررسی‌شده، براساس معیارهای جدول ۲، ۱۰ مدل منتخب درج شده در جدول ۱، برای ورود به گام استخراج اطلاعات و انجام فرایند تلفیق و ترکیب، انتخاب شد.

گام چهارم: استخراج اطلاعات از مطالعات

برای اجرای فراترکیب، براساس جست‌وجوی اولیه، موارد متعددی اعم از روش‌شناسی، روش، مدل، الگو، تکنیک و ابزار تعریف و اجرای پروژه شناسایی شد. پس از طی مراحل مختلف غربالگری، ۱۰ مدل ذکر شده در جدول ۱ برای ورود به فرایند مطالعه عمیق و کدگذاری انتخاب گردید. سپس، منابع متنی مرتبط با مدل‌های منتخب به‌دقت مطالعه شد و ۳۲ کد احصاء گردید. پس از چند مرحله غربالگری برای حذف کدهای ضعیف یا تکراری و ادغام و خلاصه‌سازی آنها، در نهایت ۱۲ عدد کد باز که به ۲۸۹ فراز و گزاره از متون منبع نسبت داده شده بود، برای ادامه فرایند باقی ماند. این ۱۲ کد، هستارهای عملیات فرهنگی است که در بخش یافته‌های پژوهش ارائه شده

گام پنجم: تحلیل و ترکیب یافته‌ها
 برای خلق یک نظریه یا تولید یک مدل با استفاده از روش فراترکیب، لازم است پس از مرحله کدگذاری باز^{۱۸}، کدگذاری محوری^{۱۹} و سپس کدگذاری انتخابی^{۲۰} یا کدگذاری نظری^{۲۱} انجام شود. تلاش پژوهشگر در این مرحله، استخراج کدهای باز یا اولیه با هدف شناسایی و تعریف هستارهای یک عملیات فرهنگی بوده است. از آنجا که این کدها به سازه‌های شکل‌دهنده عملیات فرهنگی اشاره دارد، بیش از آنکه آنکه تبیینی باشد، توصیفی است و بیش از آنکه مصدري باشد، اسمی است.
 با عنایت به مأموریت این نوشتار در واکاوی مفهومی فعالیت فرهنگی مبتنی بر هستارهای عملیات فرهنگی، در این متن، مرحله کدگذاری محوری و انتخابی فراترکیب گزارش نمی‌شود و صرفاً به معرفی هستارهای احصاءشده و بخشی از تشریح و تبیین و تحلیل این هستارها، متناسب با مأموریت مذکور پراخته می‌شود. تشریح مراحل کدگذاری

محوری و نظری، در مقالات دیگری که با هدف ارائه صورت‌بندی ساختار هستی‌شناسی عملیات فرهنگی تدوین یافته، به طور کامل تبیین شده است.

گام ششم: کنترل کیفیت یا اعتبارسنجی یافته‌ها

روایی کدگذاری این پژوهش با روش روایی محتوای کیفی^{۱۲۲} با تأیید تناسب ابزار، روش، فرایند و فرآورده با هدف، توسط دو صاحب‌نظر تأمین گردید. برای سنجش پایایی نیز از ضریب کاپا^{۱۲۳} استفاده شد. برای این منظور

متون توضیحی منتخب در اختیار یک خبره آشنا با موضوع پژوهش و روش قرار گرفت و از ایشان درخواست گردید با نگاه تولید یک مدل تلفیقی، فرایند کدگذاری را انجام دهند.

پس از بررسی تطابق‌ها و تغایرها و مذاکرات توجیهی پژوهشگر و کدگذار ارزیاب، تعداد کدهای باز تعریف‌شده توسط دو کدگذار در جدول ۳ درج و مبنای محاسبه ضریب کاپا قرار گرفت.

جدول ۳- اطلاعات تطبیق مفهومی کدگذاری پژوهشگر و ارزیاب در فراترکیب

		نظر کدگذار (پژوهشگر)		
		بله	خیر	مجموع
نظر باز کدگذار (ارزیاب)	بله	A: ۹	B: ۲	۱۱
	خیر	C: ۳	D: ۰	۳
	مجموع	۱۲	۲	۱۴

تأمین شده است.

گام هفتم: ارائه یافته‌ها

بخش بعد، شرح گام هفتم فراترکیب است و به ارائه یافته‌های پژوهش، متناسب با سه سؤال مطرح شده در گام یک می‌پردازد.

یافته‌های پژوهش

ابتدا هستارهای احصا شده به صورت فهرست‌وار و در قالب درختواره معرفی می‌گردد، سپس ضمن شرح اجمالی هر هستار، ظرفیت شناسگی آن تحلیل می‌شود.

هستارهای عملیات فرهنگی

فهرست هستارهای عملیات فرهنگی، در جدول ۴ درج شده است.

$$\alpha = \frac{A + D}{N} = \frac{9 + 0}{14} = 0.643$$

توافقات تصادفی β

$$\begin{aligned} &= \frac{A + B}{N} \times \frac{A + C}{N} \times \frac{B + D}{N} \\ &\times \frac{C + D}{N} \\ &= \frac{11}{14} \times \frac{12}{14} \times \frac{2}{14} \times \frac{3}{14} \\ &= 0.021 \end{aligned}$$

$$\kappa = \frac{\alpha - \beta}{1 - \beta} = \frac{0.643 - 0.021}{1 - 0.021} = 0.635$$

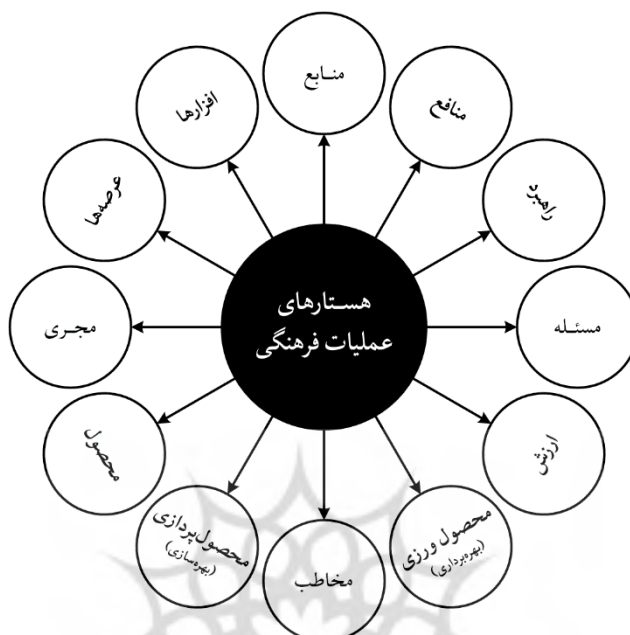
از آن‌جا که ضریب کاپای محاسبه‌شده بیش از ۰/۶ است و در بازه توافق معتبر قرار دارد، پایایی کدگذاری پژوهش

جدول ۴- فهرست هستارهای عملیات فرهنگی

ردیف	هستارهای عملیات فرهنگی	ردیف	هستارهای عملیات فرهنگی
۷	مجری	۱	مسئله
۸	محصول	۲	راهبرد
۹	محصول‌پردازی (بهره‌سازی)	۳	منافع
۱۰	مخاطب	۴	منابع
۱۱	محصول‌ورزی (بهره‌برداری)	۵	افزارها

ردیف	هستارهای عملیات فرهنگی	ردیف	هستارهای عملیات فرهنگی
۱۲	ارزش	۶	عرصه‌ها

درختواره سطح یک کدهای فراترکیب یا هستارهای عملیات فرهنگی، در شکل ۳ نشان داده شده است.



شکل ۳- هستارهای عملیات فرهنگی

شرح اجمالی و تحلیل شناسگی^{۱۲۴} هستارها

تعداد قابل اعتنایی از تعاریفی که امروز در علوم تجربی و مدیریتی مطرح می‌شود، مرکب از خصایص غیرمنحصربه‌فرد پدیده‌هاست. بدین معنا که هر کدام از خصایص مطرح شده، به تنهایی معرف پدیده مورد نظر نیست، ولی مجموع آنها، خاصه آن پدیده و معرفی‌کننده آن است. در این واکاوی مفهومی نیز تلاش شده است با ترکیب خصایصی برگرفته از هستی‌شناسی عملیات فرهنگی، تصویری قابل تمایز برای فعالیت فرهنگی ترسیم گردد. بر همین اساس، هستارهای احصاشده برای عملیات فرهنگی باید از حیث قابلیت تمییزبخشی فعالیت فرهنگی از غیر آن تحلیل شود. هستارهایی که واجد این قابلیت باشند را می‌توان به عنوان شناسه‌های ممیز فعالیت فرهنگی معرفی نمود.

به این نکته مقدماتی نیز باید توجه داشت که مفهوم فعالیت فرهنگی از حیث تطابق مصداقی، دامنه

گسترده‌ای از اجزای خرد یک عملیات فرهنگی، تا ترکیبی از عملیات‌های متعدد و متنوع فرهنگی را شامل می‌شود. به عبارتی، مفهوم فعالیت فرهنگی، هر نوع اقدام فرهنگی در هر سطح و مقیاسی را پوشش می‌دهد. لذا، در حالی که یکی از مصادیق فعالیت فرهنگی، عملیات فرهنگی است، اقدامات ذیل یک عملیات فرهنگی را نیز می‌توان فعالیت فرهنگی نامید.

در ادامه، شرح اجمالی و تحلیل شناسگی هستارها ارائه می‌شود:

مسئله

مسئله، بنیادی‌ترین مبدأ و خاستگاه عملیات است. عملیاتی که ناظر به مسئله مشخص و معینی نباشد، فاقد اعتبار، بی‌بنیان و توجیه‌ناپذیر است و به اقدام بی‌لانی و صرفاً گزارشی نزدیک‌تر است. اگر مسئله فرهنگی را به معنای اختلال ناشی از نبود آنچه باید باشد و بود آنچه نباید باشد، در مسیر پیشرفت، فراگیری، پایداری و تعین

و تبلور حقیقی یک اندیشه و فرهنگ بدانیم، هر فعالیتی که به حل این نوع مسئله کمک کند، فعالیت فرهنگی است.

با این توصیف، مسئله، وجه تمایز ناظر به اهداف فعالیت است. بر این اساس، فعالیتی که به تحقق اهداف خرد و کلان یک اندیشه و فرهنگ یا حل مسائل فراروی آن می‌پردازد، فعالیتی فرهنگی است. لذا فعالیت فرهنگی در دامنه‌ای وسیع از حل مسائل عینی و انضمامی نظیر کاهش میزان مطالعه یا افزایش قانون‌گریزی تا حل مسائل کلان و غایی آن فرهنگ امتداد دارد.

این وجه تمایز، هدف، انگیزه و نیت عامل را ملاک تمیز می‌داند. با این معیار، فعالیت‌ها با هر قالب و روشی که انجام شود، اگر به منظور پیشرفت فرهنگی یک جامعه یا پیشرفت یک فرهنگ باشد، فعالیت فرهنگی است. برای مثال، چنانچه در مقطعی، پیشرفت فرهنگی یک جامعه یا پیشرفت یک فرهنگ و گسترش قلمرو آن، متوقف بر اقدامی عمرانی، صنعتی یا اقتصادی باشد، انجام آن اقدام در زمره فعالیت فرهنگی قرار می‌گیرد.

منافع

منافع، هر ستانده‌ای فراتر از مسئله مرکزی و هدف اصلی ناظر به آن است. اگر منافع را ملاک تمیز فعالیت فرهنگی از غیر آن قرار دهیم، هر فعالیتی که به نحوی بر تحقق اهداف یک فرهنگ یا حل مسائل آن مؤثر باشد، حتی اگر اساساً برای چنین آثار و نتایجی طراحی و اجرا نشده باشد، فعالیت فرهنگی است.

این وجه ممیزه، دایره معنایی فعالیت فرهنگی را به گونه‌ای گسترش می‌دهد که هیچ فعالیتی خارج از این دامنه قرار نمی‌گیرد. توجه‌ها و اولویت تلاش‌ها در حوزه‌های مختلف موضوعی، متمرکز بر حل مسائل همان حوزه است و طبیعتاً حل مسائل فرهنگ نیست. ولی نتیجه تلاش‌ها برای هر مسئله‌ای در هر حوزه‌ای که باشد، بر تحقق اهداف فرهنگ یا مکتبی که آن تلاش ذیل آن تعریف می‌شود هم تأثیرگذار است. لذا از آنجا

که در قلمرو هر فرهنگی، هر نوع فعالیتی تشکیکاً بر تحقق اهداف آن اندیشه و فرهنگ اثر دارد، تمام فعالیت‌ها، فعالیت فرهنگی است، هرچند اثرش بر تحقق اهداف، ناچیز یا منفی باشد. این معیار باب تأمل برانگیز و قابل اعتنائی را در مواجهه با مفهومی به نام فعالیت فرهنگی می‌گشاید و مبتنی بر آن، دوگانه فعالیت فرهنگی و فعالیت غیرفرهنگی رنگ می‌بازد. این رنگ باختن، نشان می‌دهد که این هستار نمی‌تواند معیار تفکیک فعالیت فرهنگی از غیر آن باشد، چون اساساً هیچ غیریتی را بین فعالیت فرهنگی و دیگر فعالیت‌ها نمی‌پذیرد.

راهبرد

منظور از راهبرد، نقشه‌ای است که مبتنی بر تحلیل و تعلیل موقعیت مشکل‌زا، با جانمایی و نشانه‌گذاری اهدافی منتشر در توپوگرافی موقعیت مسئله، هدایت‌گر حل مسئله می‌شود. اگر راهبرد را ملاک تمیز فعالیت فرهنگی از غیر آن در نظر بگیریم، نوع مواجهه با مسائل و گزینش اهداف میانی، در فرهنگی بودن یا نبودن یک فعالیت مؤثر است. بر این اساس هر فعالیتی که حل یک مسئله را با راهبردی مبتنی و متکی بر ساحات وجودی انسان و جامعه، اعم از بینش، کشش یا کنش دنبال می‌کند، فعالیت فرهنگی است.

منابع

منظور از منابع هر آن چیزی است که در فرایند اجرای یک فعالیت و تولید محصول، به صورت مستقیم یا غیرمستقیم تبدیل می‌شود. از آنجا که نوع منابع در عملیات‌ها و فعالیت‌های فرهنگی، متنوع و متکثر است و حصر و محدودیتی برای آن وجود ندارد، منطقاً نمی‌توان منابع را ملاک تمیز فعالیت فرهنگی از غیرفرهنگی قرار داد.

یکی از معیارهای مطرح برای فعالیت‌های فرهنگی قدسی، طاهر و طیب بودن منابع آن است. بر این اساس، در تعریف مبتنی بر وجه سلبی، هر فعالیتی که منابع آن طاهر و طیب نباشد را نمی‌توان فعالیت فرهنگی قدسی

نامید. هرچند برای فعالیت‌های فرهنگی قدسی، طاهر و طیب بودن منبع، یک اصل ضروری و شرط خدشه‌ناپذیر است، ولی برای فعالیت فرهنگی در معنای عام، که فعالیت‌های غیرقدسی را نیز در برمی‌گیرد، این معیار قابل طرح نیست.

در مجموع، نه از حیث نوع و جنس، نه از حیث کیفیت، منبع، ملاک تمییز مناسبی برای تفکیک فعالیت فرهنگی از فعالیت غیرفرهنگی نیست.

افزارها

ملاک تفکیک منابع از ابزارها، تبدیل‌شوندگی است. ابزارها در فرایند اقدام، به کار گرفته می‌شوند، ولی بر خلاف منابع، تبدیل نمی‌شوند. ابزارها به سه دسته تقسیم می‌شود: مغزافزارها، نرم‌افزارها و سخت‌افزارها. توضیحات ذکر شده برای منابع، در مورد ابزارها نیز صدق می‌کند. لذا ابزارها نیز معیار مناسبی برای تمییز فعالیت فرهنگی از غیرفرهنگی نیست.

عرصه‌ها

مراد از عرصه‌ها، میدان‌های حرکت و عمل است. در یک تقسیم‌بندی، عرصه‌ها به زمانی، مکانی و اقتضایی تقسیم می‌شود. منظور از عرصه زمانی، تاریخ، ساعت یا دامنه زمانی‌ای است که اقدامی انجام می‌گیرد. عرصه مکانی نیز دامنه جغرافیایی اقدام را معرفی می‌کند که ساحت فیزیکی یا فضای دیجیتال را در بر می‌گیرد. عرصه اقتضایی هم برای مواردی است که اقدام، مشروط بر تحقق شرایطی که الزاماً به زمان و مکان معینی اشاره ندارد، انجام می‌شود.

واقعیت این است که برخی از فعالیت‌های فرهنگی کشور صرفاً برای عرصه‌های مکانی خاص و حجم بسیاری نیز بر مبنای عرصه‌های زمانی مشخص، تعریف و طراحی می‌شوند و به تعبیری فعالیت‌های مناسب محور هستند. این حصر اغراق‌آمیز شاید برخی فعالان و ناظران غیرمتخصص را به این باور برساند که فعالیت فرهنگی فعالیت‌ای است که در عرصه‌های زمانی مشخص

مانند مناسبت‌های دینی و ملی و محلی یا در عرصه‌های مکانی خاص مانند آمفی‌تئاترها و اماکن تفریحی یا ورزشی برگزار می‌شود. با این وصف، عرصه نیز مانند منبع و افزار، ملاک مناسبی برای تمییز فعالیت فرهنگی از غیرفرهنگی نیست.

مجری

مجری، دامنه‌ای از مالک موقعیت، کارفرما، صاحبان مسئله، چاره‌گر و حامی، کنش‌ساز، مدیر عملیات تا کنشگر، در هر سطح و شأنی را شامل می‌شود، مشروط بر اینکه واجد خاستگاه مشترک عمل و آگاهی متناظر، خودانگیختگی و التزام درونی به انجام عملیات باشد. مجری، عامل محصول‌پردازی یا بهره‌سازی است.

هر فعالیتی که فاقد اراده انسانی برای اجرا باشد را نمی‌توان فعالیت فرهنگی نامید. ولی این بدان معنا نیست که هر فعالیتی که دارای اراده انسانی برای اجرا باشد، فعالیت فرهنگی است. بر این اساس، وجود مجری یا اراده انسانی برای اجرای یک فعالیت، معیار تمییز فعالیت فرهنگی از غیر آن نیست.

محصول

محصول یا خروجی، آن چیزی است که تأمین ارزش برای مخاطب، وابسته به دریافت و مصرف آن است. محصول در عمومی‌ترین طبقه‌بندی به دو شاخه کالاها^{۱۲۵} و خدمات^{۱۲۶} تقسیم می‌شود. برای کالا و خدمت تا هفت تفاوت از جمله قابلیت لمس، انتقال مالکیت، پیوستگی، زنجیره و تعامل مصرف‌کننده ذکر شده است. در مجموع، به نظر پژوهشگر، ملاک تفکیک کالا از خدمت را باید در نسبت ماهیتی محصول و عمل تولید یافت. در مورد کالا، ماهیت عمل تولید متفاوت از ماهیت محصول است. ولی در مورد خدمت، بین ماهیت محصول و ماهیت عمل تولید تفاوتی وجود ندارد. یعنی در خدمت، همان عمل یا مجموعه اعمال تولید خدمت، خود خدمت است. بنابراین، از حیث مصداق، محصول دامنه گسترده‌ای را شامل می‌شود و هر نوع خروجی از افعال

ما و حتی بخش عمده‌ای از افعال و اعمال ما را می‌توان محصول نامید.

با عنایت به شمولیت معنایی خدمت و به تبع آن شمولیت معنایی محصول، شاید بتوان گفت محصول یکی از مفاهیمی است که پس از مفهوم «شیء» یا «چیز»، دایره مصادیق گسترده‌ای را برای موجودیت‌های مرتبط با انسان پوشش می‌دهد.

به هر تقدیر، یکی از ملاک‌های تفکیک فعالیت فرهنگی از غیر آن، صورت و قالب خروجی یا محصول فعالیت است. بدین معنا، فعالیت فرهنگی فعالیتی است که خروجی آن از حیث صورت و قالب، در دایره محصولات معروف و مألوف فرهنگی، اعم از کالا و خدمت، نظیر کتاب، نشریه، فیلم، کنسرت موسیقی، تئاتر، نمایشگاه، سخنرانی و... قرار داشته باشد.

محصول‌پردازی (بهره‌رسانی)

محصول‌پردازی عمل اصلی مجری فعالیت است. محصول‌پردازی در معنای عمومی ناظر به زنجیره محصول، مشتمل بر تولید، معرفی، فروش و تحویل محصول به مخاطب، ممیزه دقیقی برای تفکیک فعالیت فرهنگی از غیر فرهنگی نیست. چرا که این زنجیره برای تمام محصولات اعم از فرهنگی و غیر فرهنگی قابل مشاهده است. محصول‌پردازی در معنای اختصاصی، متناظر با ارائه خدمت فرهنگی به مخاطب، نظیر سخنرانی، مشاوره، اجرای موسیقی، نمایش و تدریس و... را می‌توان به عنوان ممیزه فعالیت فرهنگی از غیر آن در نظر گرفت. منتهی از آنجا که این نوع فعالیت، در زمره خدمات فرهنگی قرار دارد، تکرار آن به عنوان نوع فعالیت، به تداخل و تشّت تعریف می‌انجامد. لذا در مجموع، محصول‌پردازی را نمی‌توان به عنوان شناسه ممیزه برای فعالیت فرهنگی منظور نمود.

مخاطب

مخاطب، مرکز و گرانیگاه فعالیت فرهنگی است. مخاطب در یک معنا، عنصری انسانی است که فعالیت

فرهنگی برای تأثیر بر او انجام می‌شود. از سویی دیگر، مخاطب، عنصری انسانی است که محصول فعالیت را آگاهانه و هدفمند، برای رفع نیاز یا دریافت ارزشی مشخص مصرف می‌کند.

در رویکرد مخاطب‌محور، فعالیت فرهنگی الزاماً ناظر به مخاطب انسانی تعریف می‌شود. در این رویکرد، وجه ممیزه، نوع و موضوع مسئله نیست؛ بلکه چنانچه اقدامی ناظر به وجوه انسانی و اجتماعی هر نوع مسئله‌ای، فارغ از موضوع و مسیر آن انجام شود، آن اقدام در زمره فعالیت فرهنگی قرار می‌گیرد. لذا چنانچه حتی برای حل یک مسئله فنی و صنعتی، اقدامی در ارتباط با انسان و جامعه و ساحات مرتبط با آن انجام شود، آن اقدام در زمره فعالیت‌های فرهنگی قرار دارد.

با این وصف، فعالیت فرهنگی فعالیتی است که مشخصاً برای تأثیر بر ساحات بینشی، کششی یا کنشی عنصری انسانی و به منظور مخاطب مستقیم یا غیرمستقیم با او انجام می‌شود. در این معیار، اگر فعالیتی فاقد مخاطب انسانی باشد یا برای این مخاطب، طراحی و اجرا نشود، فعالیت فرهنگی نیست.

محصول‌ورزی (بهره‌برداری)

محصول‌ورزی، عمل اصلی مخاطب است و متناظر با شئون محصول‌پردازی، عبارت است از: شناخت، خرید، دریافت و مصرف محصول.

تلقی عمومی از فعالیت فرهنگی، غالباً ناظر به فعالیت‌های بهره‌رسانی است. به تعبیری، اقدامات سمت افاده فرهنگی را در زمره فعالیت فرهنگی قرار می‌دهند. ولی باید توجه داشت که فعالیت‌های سمت استفاده و مشخصاً مصرف محصول فرهنگی، نظیر شرکت در اکران‌های تئاتر، جلسات سخنرانی، کنسرت‌های موسیقی، تماشای فیلم، مطالعه کتاب و نشریه، بازدید از نمایشگاه‌های هنری و... نیز نوعی فعالیت فرهنگی تلقی می‌شود. بر این اساس، فعالیتی که در راستای مصرف محصولات فرهنگی اعم از کالاها و خدمات فرهنگی

انجام شود، فعالیت فرهنگی است.

باید توجه داشت که این ممیزه نسبت به دیگر شناسه‌های ذکرشده، در ساحت و سویی متفاوت قرار دارد. از آنجا که این نوشتار، شناسه‌گزینی و واکاوی مفهومی فعالیت فرهنگی را ناظر به ساحت افاده دنبال می‌کند، این شناسه در بخش جمع‌بندی و نتیجه‌گیری، در زمره شناسه‌های ممیزه فعالیت فرهنگی معرفی نمی‌شود.

ارزش

ارزش، ناظر به محصول تعریف می‌شود و به معنای ظرفیت محصول در تأمین نیازها، انتظارات و مطلوبیت‌های مخاطب یا مصرف‌کننده است. بنابراین، خلق ارزش برای مخاطب، معادل تولید و عرضه محصولی است که به واسطه مصرف آن، نیازی از نیازهای او برآورده شود و برای مخاطب نوعی مطلوبیت و رضایت ایجاد کند. کارکرد ارزش، رغبت‌آفرینی برای مخاطب در راستای دریافت و مصرف محصول است. بنابراین، هیچ محصولی خریداری نمی‌شود مگر اینکه دارای ارزش باشد. در واقع، هر مشتری در هر خریدی به دنبال خرید ارزش است و اگر محصولی را خریداری می‌کند، به دلیل دریافت ارزشی است که از مصرف محصول متصور است. فیلیپ کاتلر^{۱۲۷} (۱۳۹۳) «محصول» را این‌گونه تعریف می‌کند: «محصول هر چیزی است که برای تأمین خواسته یا نیاز در بازار عرضه می‌شود».

در اینجا طبقه‌بندی نیازها و ارزش‌های متناظر آن در تمیز فعالیت فرهنگی از غیر آن تعیین‌کننده است. چه بر اساس هرم سلسله مراتب نیازهای مازلو^{۱۲۸}، چه مبتنی بر نظریه انتخاب^{۱۲۹} ویلیام گلاسر^{۱۳۰} یا نظریه‌ها و مدل‌های دیگر این طبقه‌بندی را انجام دهیم، فعالیتی که خروجی آن، فراتر از رفع نیازهای بیولوژیک، ایمنی و امنیت، ارزش‌هایی ناظر به نیازهای تعلق، تعامل، رشد، قدرت، آزادی، تفریح و... را برای مخاطب انسانی تأمین کند،

فعالیت فرهنگی است.

این وجه ممیزه، فعالیت فرهنگی را در شکل و صورت محصول، محصور نمی‌کند؛ بلکه نتیجه حاصله برای مخاطب را ملاک تمیز قرار می‌دهد. لذا اگر مصرف محصول یک فعالیت، نیازهای بینشی، انگیزشی یا مهارتی مخاطب را تأمین کند یا حتی ظرفیت تأمین آن را دارا باشد، فعالیت فرهنگی است.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

براساس تحلیل ظرفیت شناسگی هستارهای عملیات فرهنگی، از ۱۲ هستار احصاشده، پنج هستار مسئله، راهبرد، محصول، مخاطب و ارزش، قابلیت شناسه بودن دارند. منتهی تحلیل و مقابله ساختار تعریفی این شناسه‌ها نشان می‌دهد که اولاً، شناسه «مسئله» عمیقاً از حیث معنایی به هدف گره خورده است. بدین صورت که مسئله اساساً در مسیر حرکت به سمت اهداف رخ‌نمایی می‌کند و تشخیص می‌یابد. اگر هدفی در کار نباشد، مسئله‌ای نیز در کار نیست. لذا در واژه‌یابی شناسه‌ها، می‌توان از ترکیب دواژه‌های ولی تک‌جهتی «هدف-مسئله» به جای مسئله استفاده کرد.

ثانیاً، دو شناسه «راهبرد» و «مخاطب» از قرابت ساختاری و معنایی محکمی برخوردارند. بدین صورت که هر دو بر ساحات بینشی، کششی و کنشی مخاطب انسانی تکیه دارند. لذا با تجميع دقایق این دو شناسه، ادغام آنها در یک شناسه منطقی‌تر است. بنابراین از آنجا که تکوین توأمان ساحات بینشی و کششی و کنشی، مختص انسان است، شناسه «انسان-مخاطب» جایگزین این دو شناسه می‌شود.

ثالثاً، دو شناسه «محصول» و «ارزش» ذاتاً در هم تنیده و به تعبیر دقیق‌تر، در هم عجین است. به‌گونه‌ای که ارزش، بدون محصول تحقق نمی‌یابد و محصول، بدون ارزش، موضوعیت ندارد. از همین رو، شناسه «محصول-ارزش» به عنوان شناسه معادل تعریف می‌شود.

با این توصیف، سه شناسه ذیل را می‌توان به عنوان

شناسه‌های تمایزبخش فعالیت فرهنگی از غیر آن معرفی نمود:

(۱) **هدف-مسئله:** فعالیتی که به تحقق اهداف خرد و کلان یک اندیشه و فرهنگ یا حل مسائل فراروی آن می‌پردازد، فعالیتی فرهنگی است.

(۲) **انسان-مخاطب:** فعالیت فرهنگی فعالیتی است که مشخصاً برای تأثیر بر ساحات بینشی، کششی یا کنشی عنصری انسانی و در تخاطب مستقیم یا غیرمستقیم با او انجام می‌شود.

(۳) **محصول-ارزش:** فعالیت فرهنگی فعالیتی است که خروجی آن از حیث صورت و قالب، در دایره محصولات معروف و مألوف فرهنگی نظیر کتاب، نشریه، فیلم، موسیقی، تئاتر، نمایشگاه، سخنرانی و... قرار داشته باشد یا نیازهای بینشی، انگیزشی یا مهارتی مخاطب را تأمین کند.

برای هر کدام از شناسه‌های سه‌گانه فوق، دو حالت متصور است: یک، الزام تحقق؛ دو، عدم الزام تحقق. بدین معنا که چنانچه شناسه مورد نظر برای اطلاق فعالیت فرهنگی به یک فعالیت لازم باشد، الزام تحقق حاکم است، و چنانچه آن شناسه برای اطلاق فعالیت فرهنگی لازم تشخیص داده نشود، عدم الزام تحقق جاری می‌شود. بر این اساس، تعاریف مختلفی برای فعالیت فرهنگی، با تغییر در وضعیت الزام و عدم الزام هر شناسه شکل می‌گیرد. از حیث حدی، در یک سمت، هر سه شناسه با الزام تحقق به شکل عطفی با یکدیگر ترکیب می‌شوند و در سمت حداقلی، تمام شناسه‌ها با عدم الزام تحقق به شکل فصلی با یکدیگر ترکیب می‌شوند، مشروط بر اینکه حداقل یکی از شناسه‌ها محقق باشد.

در ادامه، از باب نمونه، تعریف فعالیت فرهنگی بر اساس دو حالت حدی ترکیب صرفاً عطفی و صرفاً فصلی، بیان می‌گردد. واضح است که ترکیبات مختلف این شناسه‌ها، مبتنی بر رویکرد و زاویه دید پژوهشگران

مختلف و اقتضائات ناظر به جایابی موقعیت، قابل تعریف و صورت‌بندی است.

فعالیت فرهنگی در تعریف صرفاً عطفی شناسه‌های سه‌گانه، بدین شرح است: فعالیت فرهنگی فعالیتی است که به تحقق اهداف خرد و کلان یک اندیشه و فرهنگ یا حل مسائل فراروی آن می‌پردازد و مشخصاً برای تأثیر بر ساحات بینشی، کششی یا کنشی عنصری انسانی و در تخاطب مستقیم یا غیرمستقیم با او انجام می‌شود و خروجی آن از حیث صورت و قالب، در دایره محصولات معروف و مألوف فرهنگی قرار دارد یا نیازهای بینشی، انگیزشی یا مهارتی مخاطب را تأمین می‌کند.

فعالیت فرهنگی در تعریف صرفاً فصلی شناسه‌های سه‌گانه، بدین شرح است: فعالیت فرهنگی فعالیتی است که به تحقق اهداف خرد و کلان یک اندیشه و فرهنگ یا حل مسائل فراروی آن می‌پردازد یا مشخصاً برای تأثیر بر ساحات بینشی، کششی یا کنشی عنصری انسانی و در تخاطب مستقیم یا غیرمستقیم با او انجام می‌شود یا خروجی آن فعالیت از حیث صورت و قالب، در دامنه محصولات معروف و مألوف فرهنگی قرار دارد یا نیازهای بینشی، انگیزشی یا مهارتی مخاطب را تأمین می‌کند.

در پایان لازم به ذکر است، علاوه بر شناسه‌های ذکرشده که مربوط به ساحت «افاده» است، هستار «محصول‌ورزی یا بهره‌برداری» مشروط بر اینکه به مصرف محصول بیانجامد، در زمره شناسه‌های فعالیت فرهنگی برای ساحت «استفاده» است. لذا فعالیتی که در راستای مصرف محصولات فرهنگی اعم از کالاها و خدمات فرهنگی انجام شود نیز فعالیت فرهنگی تلقی می‌شود.

محدودیت‌ها

مهم‌ترین محدودیتی که پژوهشگر در انجام این

پژوهش با آن مواجه بود، کمبود و در واقع نبود مدل‌های فراگیر و معتبر در هستی‌شناسی و تعریف ساختار عملیات فرهنگی است. اساساً محدودیت اصلی در حوزه عملیات فرهنگی، فقر داده‌ای و دانشی است.

پیشنهادهای

زنجیره تلاش‌های هستی‌شناسانه، حداقل شامل دو حلقه است: اول، احصاء و تعریف موجودیت‌های اصلی یا همان هستارهای پدیده؛ دوم، تحلیل و تبیین نظام مناسبات حاکم بر این موجودیت‌ها. مکمل این زنجیره، تحلیل‌های مبتنی بر نتایج به دست آمده، از جمله واکاوی‌های مفهومی است.

همانگونه که در مقدمه بیان شد، این نوشتار متکفل واکاوی مفهومی فعالیت فرهنگی مبتنی بر احصای انجام شده در حلقه اول زنجیره هستی‌شناسی عملیات فرهنگی است. در همین راستا، پژوهشگر، موضوعات زیر را برای انجام پژوهش‌هایی مبتنی بر هستارهای احصا شده در این زنجیره، پیشنهاد می‌کند: «صورت‌بندی ساختار هستی‌شناسی فعالیت فرهنگی»، «تولید مدل‌های مدیریت عملیات فرهنگی» و «تولید مدل ارزیابی و اثربخشی فعالیت فرهنگی».

منابع

بوستانی، مهدی، پولادی، کمال و توسلی رکن‌آبادی، مجید (۱۳۹۷). فراتر از به عنوان ابزاری برای فهم جستارهای سیاسی معاصر.

DOI: 10.30465/cps.2019.3531

جکسون، مایکل سی (۱۳۹۵). تفکر سیستمی، کل‌گرایی خلاق برای مدیران. ترجمه تقی‌ناصر شریعتی. نشر سمت.

چکلند، پتر و پولتر، جان (۱۳۸۹). یادگیری برای عمل. ترجمه محمدرضا مهرگان و همکاران. تهران. مؤسسه کتاب مهربان نشر.

حبیبی یدالله، عیوضی یاور و معظمی گودرزی ابراهیم

(۱۳۹۶). مسئله فرهنگی و مسئله‌شناسی فرهنگی ایران (در دیدگاه نخبگان دانشگاهی و حوزوی داخلی). فرهنگ در دانشگاه اسلامی.

ژاکوب، الین ک (۱۳۸۴). هستی‌شناسی‌ها و وب معنایی. ترجمه فاطمه شیخ شعاعی، مطالعات کتابداری و سازماندهی اطلاعات.

سلتیز، کالیر، یهودا، مری، دش، مورتن و کوک، استوارت (۱۳۴۶). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی. ترجمه خسرو مهندس. تهران. انتشارات موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی.

سند الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت (۱۳۹۷).

شرکت اکسلوس (۱۳۹۹). مدیریت پروژه‌های موفق با پرنس ۲. ترجمه سیامک حاجی‌یخچالی و علی مقدسی بدر، تهران: نشر آدینه.

شعاری‌نژاد، علی‌اکبر (۱۳۷۵). فرهنگ علوم رفتاری. تهران. انتشارات امیرکبیر.

صنعت‌جو، اعظم (۱۳۹۱). عملکرد هستی‌شناسی‌ها در نظام‌های بازبازی اطلاعات. ماهنامه کتاب ماه کلیات. طالب، مهدی (۱۳۶۸). اهمیت مفاهیم و اصطلاحات در جامعه‌شناسی. رشد آموزش علوم اجتماعی.

فاضلی نعمت‌اله (۱۳۹۴). مسئله چیست؟ مسئله‌شناسی فرهنگی با رویکرد مطالعات فرهنگی. معاونت پژوهش‌های اجتماعی-فرهنگی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.

کاتلر، فیلیپ و آرمسترانگ، گری (۱۳۹۳). اصول بازاریابی. ترجمه فروزنده، بهمن. تهران: ادبیستان.

مؤسسه مدیریت پروژه پی‌ام‌آی (۱۳۹۸). راهنمای پیکره دانش مدیریت پروژه (ویرایش ششم). ترجمه ابراهیمی، مهدی و بیاتی، علی و صمیمی، محمدرضا. تهران. آریانا قلم.

ویلیامز، باب و هاملبرونر، ریچارد (۱۳۹۳). روش‌های کاربردی در تفکر سیستمی. ترجمه عادل آذر و سعید جهانیان، تهران: نشر صفار.

- Jackson, M. C (2003). *Systems Thinking: Creative holism for managers*. New York: Wiley.
- Jackson, M. C, Keys, P (1984). *Towards a System of Systems Methodologies*. The Journal of the Operational Research Society. DOI: 10.2307/2581795
- Maurya, A (2012). *Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works*. California: O'Reilly Media.
- Neufeldt, V, Guralnik, D. B (1994). *Webster's New World College Dictionary*. New York: prentice hall.
- Osterwalder, A (2004). *The Business Model Ontology-A Proposition in a Design Science Approach*. PhD Thesis. University of Lausanne, Switzerland.
- Osterwalder, A, Pigneur, Yves (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. New York: Wiley.
- Paterson, B. L (2001). *Meta-Study of Qualitative Health Research: A Practical Guide to Meta-Analysis and Meta-Synthesis*. United Kingdom: SAGE Publications.
- Pericles, S. G (2011). *Implementation Of Interactive Planning*. Master of Science Thesis. The University of Pennsylvania.
- Project Management Institute (2017). *Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide)-Sixth Edition*. Pennsylvania: Project Management Institute.
- Ritzer, George (2005). *Encyclopedia of Social Theory (Volume 2)*. India: Sage Publications.
- Roth, W, Radford, L, LaCroix, L (2012). *Working With Cultural-Historical Activity Theory. Qualitative Computing: Diverse Worlds and Research Practices*. 13(2). DOI: 10.17169/fqs-13.2.1814
- Sandelowski, M, Barroso, J (2006). *Handbook for synthesizing qualitative research*. New York: springer.
- Wilkinson, D, Birmingham, P (2003). *Using Research Instruments: A Guide for Researchers*. United Kingdom: Routledge Falmer.
- Barroso, J, Gollop, C. J, Sandelowski, M, Meynell, J, Pearce, P. F & Collins, L (2003). *The challenges of searching for and retrieving qualitative studies*. Western journal of nursing research, 25(2), 153-178. DOI:10.1177/0193945902250034
- Bench, S, Day, T (2010). *The user experience of critical care discharge: a meta-synthesis of qualitative research*. International journal of nursing studies. DOI:10.1016/j.ijnurstu. 2009.11.013
- Checkland, P (1999). *Systems Thinking, Systems Practice: Includes a 30-Year Retrospective*. New York: Wiley.
- Checkland, P, Poulter, J (2006). *Learning for Action: A Short Definitive Account of Soft Systems Methodology and Its Use for Practitioners, Teachers and Students*. New York: Wiley.
- Checkland, P, Scholes, J (1990). *Soft Systems Methodology in Action*. New York: Wiley.
- Cooper, H (2016). *Research Synthesis and Meta-Analysis: A Step-by-Step Approach*. London: SAGE.
- Daniels, H (2004). *Cultural historical activity theory and professional learning*. International Journal of Disability. DOI: 10.1080/10349120410001687391
- Estabrooks, C. A, Field, P. A, Morse, J. M (1994). *Aggregating Qualitative Findings: An Approach to Theory Development. Qualitative Health Research*. DOI: 10.1177/10497323940040041
- Estabrooks, C.A, Field, P.A & Morse, J (1994). *Aggregating Qualitative Findings: An Approach to Theory Development. Qualitative Health Research*. DOI: 10.1177/104973239400400410
- Foot, K.N (2013). *Cultural-Historical Activity Theory: Exploring a Theory to Inform Practice and Research*. Journal of Human Behavior in the Social Environment. DOI: 10.1080/10911359.2013.831011
- Jackson, M. C (1999). *Towards Coherent Pluralism in Management Science*. The Journal of the Operational Research Society,. DOI: 10.2307/3010384

- ¹McClelland
- ²Selltiz
- ³Ontology
- ⁴Main entities
- ⁵Terminology
- ⁶Project
- ⁷Operation
- ⁸Project
- ⁹Project Management Body Of Knowledge
- ¹⁰PMBOK
- ¹¹Project management
- ¹²Problem solving
- ¹³Systemic approach
- ¹⁴Elin, K. Jacob
- ¹⁵Osterwalder, Alexander
- ¹⁶Yves Pigneur
- ¹⁷The Business Model Ontology – A Proposition in a Design Science Approach
- ¹⁸Projects IN Controlled Environments 2 (PRINCE2)
- ¹⁹Agile
- ²⁰Dynamic Systems Development Method (DSDM)
- ²¹Lean
- ²²Extreme Programming (XP)
- ²³Scrum
- ²⁴Kanban
- ²⁵Crystal Framework
- ²⁶Feature-Driven Development (FDD)
- ²⁷Design thinking
- ²⁸Value Engineering
- ²⁹Six Sigma
- ³⁰Six Sigma
- ³¹System dynamics (SD)
- ³²Soft Systems Methodology (SSM)
- ³³Dialectical approaches to research
- ³⁴Circular dialogue
- ³⁵Team Syntegrity (TS)
- ³⁶Scenario analysis
- ³⁷Heuristic Search
- ³⁸Organizational cybernetics
- ³⁹Complexity theory
- ⁴⁰Outcome mapping
- ⁴¹Assumption Based Planning (ABP)
- ⁴²Process Monitoring of Impact
- ⁴³Strategic Assumptions Surfacing and Testing (SAST)
- ⁴⁴Strategic area assessment
- ⁴⁵Interactive planning
- ⁴⁶Containers, Differences, Exchanges (CDE)
- ⁴⁷Solution focus
- ⁴⁸Viable System Model (VSM)
- ⁴⁹Cultural Historical Activity Theory
- ⁵⁰Critical Systems Heuristics (CHS)
- ⁵¹Total system intervention (TSI)
- ⁵²Critical systems practice
- ⁵³Dewey
- ⁵⁴Osborn & Parnes
- ⁵⁵Isaksen & Treffinger
- ⁵⁶PDCA cycle
- ⁵⁷Polya's Problem Solving Technique
- ⁵⁸The 5 Steps of Problem Solving
- ⁵⁹Cynefin
- ⁶⁰Newell & Simon
- ⁶¹TRIZ
- ⁶²Contradiction analysis
- ⁶³Substance – Field Analysis (Vepol Analysis)
- ⁶⁴ARIZ
- ⁶⁵Evolution system
- ⁶⁶Ideal Design
- ⁶⁷Innovation Situation Questionnaire (ISQ)
- ⁶⁸Resources Analysis
- ⁶⁹Advanced Systematic Inventive Thinking (ASIT)
- ⁷⁰Unified Structured Inventive Thinking (USIT)
- ⁷¹SCAMPER
- ⁷²Checkland, P. B
- ⁷³Lancaster
- ⁷⁴Alexei Leontiev
- ⁷⁵Lev Vygotsky
- ⁷⁶Zone of proximal Development (ZPD) عبارت است از فاصله بین سطح رشد واقعی که از طریق حل مسئله به صورت مستقل و سطح رشد بالقوه که از طریق حل مسئله تحت راهنمایی افراد توانا تر تعیین می شود.
- ⁷⁷Hummelbrunner, Richard
- ⁷⁸Henry Mintzberg
- ⁷⁹Innovation compass
- ⁸⁰Robert lukesch
- ⁸¹Schleicher-Tappeser
- ⁸²Ackoff
- ⁸³optimization
- ⁸⁴objectivity
- ⁸⁵Churchman
- ⁸⁶Value full
- ⁸⁷Value free
- ⁸⁸The Business Model Ontology – A Proposition in a Design Science Approach
- ⁸⁹Yves Pigneur
- ⁹⁰frew
- ⁹¹Ash Maurya
- ⁹²Project manager
- ⁹³Content analysis
- ⁹⁴Wilkinson
- ⁹⁵Birmingham
- ⁹⁶Analysis-Meta
- ⁹⁷Meta-Synthesis
- ⁹⁸Theory-Meta
- ⁹⁹Method-Meta
- ¹⁰⁰Coding
- ¹⁰¹Paterson

¹⁰²Bench
¹⁰³Day
¹⁰⁴Ritzer
¹⁰⁵Neufeldt
¹⁰⁶Guralink
¹⁰⁷Estabrooks
¹⁰⁸Sandelowski
¹⁰⁹Barroso
¹¹⁰Noblit
¹¹¹Hare
¹¹²Gough
¹¹³Oliver
¹¹⁴Thomas
¹¹⁵Library research
¹¹⁶Systematic review

¹¹⁷MAXQDA
¹¹⁸Open coding
¹¹⁹Axial coding
¹²⁰Selective coding
¹²¹Theoretical coding
¹²²Qualitative content validity
¹²³kappa coefficient
¹²⁴شناسه بودن
¹²⁵Goods
¹²⁶Services
¹²⁷Philip Kotler
¹²⁸Maslow's hierarchy of needs pyramid
¹²⁹Choice Theory
¹³⁰William Glasser

