آشنایی با فعالیت های فرهنگی

مرکز آموزش عالی علمی – کاربردی

سازمان همیاری شهرداریهای استان گیلان

مدرس :شاهین جهانگیربلورچیان

به نام خداوند جان آفرین

**آموزش و فرهنگ**

فرهنگ امری تعلیمی- تربیتی و اکتسابی است، یعنی غریزی و توارثی نیست ،اما فقط با تعلیم وتعلم ارادی وکسب و اکتساب اختیاری بوجود نمی آید بلکه القائات وتأثیر گذاری های خود به خودی ناشی از محیط زندگی و نشو ونمای آدمی پدید می آید،لذا می توان گفت که فرهنگ میراث اجتماعی است .

فرهنگ ، شاخص نحوه زندگی است که هر جامعه ای برای رفع نیازهای اساسی خود از حیث دوام و بقا و انتظام امور اجتماعی اختیار می کند . به بیان دیگر ، فرهنگ به ابزارها و رسوم ها و معتقدات و علوم و سایر هنرها و سازمان های اجتماعی دلالت می کند یا آنچه جامعه می آفریند و به انسان ها وا می گذارد ، فرهنگ نام دارد.

چون فرهنگ ذاتی نیست ، لازم است که به هر نسل جدیدی آموخته شود . در همه جامعه ها ، میراث فرهنگی مورد اعتناست و چون بر اثر غفلت ممکن است از میان رود ، از این رو ، انتقال آن به افراد جامعه ، به ویژه نسل های جدید ، اهمیت خاصی پیدا می کند .

از فرهنگ تعاريف متعددي ارايه شده است كه متجاوز از 160 تعريف مي باشد كه بعضي از اين تعاريف مفهوم عام و برخي ديگر مفهوم خاصي از اين واژه را به دست مي دهند.

يكي از اولين تعاريف نسبتاً جامع از فرهنگ در سال 1871 توسط تايلور (E.B.Taylor) ارايه شده است. (همايون، 1358).

 اين مردم شناسي انگليسي اعتقاد داشت كه فرهنگ عبارت است از مجموعه پيچيده اي از علوم، دانش ها، هنرها، افكار، اعتقادات، قوانين و مقررات، آداب و رسوم، سنت ها و به طور خلاصه كليه آموخته ها و عاداتي كه يك انسان به عنوان عضو جامعه اخذ مي كند.

به اعتقاد «سمئر» جامعه شناس امريكايي، فرهنگ مجموعه آداب و رسوم و سنت ها و نهادهاي اجتماعي است.

اسپنسر در كتاب اصول جامعه شناسي خود از فرهنگ به عنوان محيط فوق جسماني انسان ياد مي كرد و درصدد جدا ساختن فرهنگ از عوامل جسماني و طبيعي است. وي اعتقاد داشت كه محيط فوق جسماني خاص انسان است در حالي كه انسان از لحاظ دو محيط ديگر (طبيعي و جسماني) با حيوان داراي وجه مشترك است (محسني، 1375).

شايد لازم باشد تعاريف گوناگوني را كه از فرهنگ ارايه گرديده است عنوان كرد، تا مفهوم دقيق تري از اين پديده ذهني و ناملموس به دست آيد.
از تعاريف فوق يك وجه مشترك مي توان يافت و آن وجود سلسله اي از باورها و اعتقادات عجين شده در انسان است كه ضمير ناخودآگاه او را هدايت مي كند و به قول «ادگار شاين» لايه مصنوعات و ابداعات، ارزش ها و مفروضات اساسي وجود انسان را اشغال كرده است.

فرهنگ سخت افزاري و فرهنگ نرم افزاري

گروهي از جامعه شناسان از فرهنگ تقسيم بندي متفاوتي تحت عنوان فرهنگ سخت افزاري و نرم افزاري مطرح كرده اند و آن را داراي دو جنبه اساسي دانسته اند.

1. فرهنگ سخت افزاري: شامل ابزارها و اشيايي كه ساخته اند و به ارث گذارده اند.

2.فرهنگ نرم افزاري: شامل رسم ها، اعتقادات، علوم و هنر كه عمدتاً محصول زبان و خط است و كودك ابتدا با فرهنگ سخت افزاري يعني اشيا و ابزارهايي كه هر كدام معنايي دارند سر و كار مي يابد و پس از رشد عقلي با فرهنگ غير سخت افزاري يعني مفاهيم انتزاعي چون اخلاق، نژاد، طبقه، آداب و رسوم و ... آشنا مي شود و آنها را مي پذيرد و تاثير اين دو جنبه در شخصيت افراد و رفتارهاي آنان انكارناپذير است.

مثلاً در اختراع ابزارهاي دقيقي مانند ساعت و امروزه اختراع كامپيوترها ، مردم دانسته و يا ندانسته به علت ارتباطي كه با اين ابزارها دارند دچار حساسيت نسبت به زمان و مكان شده اند.

از سوي ديگر پاره اي اعتقادات فرهنگي نرم افزاري نيز موجب پيدايش پديده هاي فرهنگي سخت افزاري مي شوند. مثلاً در جوامع ابتدايي ياحتي جوامع روستايي زمان حاضر، اعتقاد به نيروهاي غيبي كه محافظ جان و مال آدمي اند موجب شده است كه مردم اين جوامع ابزارهايي از قبيل انواع نذر قرباني، رمز، انگشتر، گلوبند و دستبند را به عنوان نشانه هاي فرهنگ سخت افزاري براي مصونيت از آن نيروهاي غيبي با خود حمل كنند يا بر سر در خانه يا مزرعه خود نصب كنند. به هر حال يافتن نقطه اتصال فرهنگ سخت افزاري و نرم افزاري جامعه در بهره برداري آن و در جهت توسعه يا تكميل و يا حتي تصحيح جامعه نقش مهمي دارند.

**كاركردهاي فرهنگ**

فرهنگ داراي كاركردهاي ويژه اي است و آن را «اخلاق انسان» ناميده اند. فرهنگ مشخص مي كند كه خانواده چه ساختي بايد داشته باشد، يك مرد چند زن مي تواند بگيرد و آيا رابطه قبل از ازدواج را بايد به حساب يك مرحله آماده سازي در ازدواج تلقي كرد و يا عملي مخالف با اخلاق.

 فرهنگ ضابطه هايي در جهت اجتماعي كردن و مراقبت از فرزندان برقرار مي كند: چه وقت كودكان را بايد از شير گرفت، چگونه بايد آنها را پرورش داد و تا چه حد بايد به آنها استقلال بخشيد. فرهنگ به وجود آورنده نظام آموزشي است و مشخص مي كند كه كودك چه بايد بداند و چه بايد انجام بدهد. فرهنگ فراهم آورنده ارزش ها است تا كودك صحيح وغلط را تشخيص دهد و بتواند در آينده هدف هايي براي خود برگزيند.

فرهنگ از :

1. از نسلي به نسل ديگر انتقال مي يابد.

2. حالت انباشته دارد.

3. از محلي به محل ديگر مي رود.

4. در پذيرش و نگهداري چيزها انتخاب مي كند.

5. ماهيتي پيچيده دارد.

فرهنگ داراي كاركردهاي زير است:

1.اجتماعي كردن افراد

2. آموزش و پرورش

3. ارزش هاي درست و غلط

4. نظارت اجتماعي

5. هنجارها، آداب و رسوم

6. اعتقادات و باورها

7. نظام زندگي خانوادگي

**خاستگاه فرهنگ**

در پاسخ به اين سوال كه فرهنگ از كجا تغذيه مي شود؟ خاستگاه فرهنگ كجاست؟ چگونه ارزش ها، سنت ها و باورها شكل مي گيرد؟ پنج عامل به شرح ذيل در ميان جامعه شناسان مطرح مي باشد. زبان و ادب، دين و آيين، معيشت و اقتصاد، تاريخ و رويداد، پيرامون و جغرافيا.

در واقع فرهنگ در ميان پنج عامل فوق شكل مي گيرد و آنچه را كه مطابق با ميل خويش است برمي گزيند و مي سازد.

**ويژگي هاي فرهنگ**

1. فرهنگ آموختني است: فرهنگ را بايد از ديگران آموخت. فرهنگ در واقع ميراث جغرافيايي، محلي و زيستي آدم است. انسان در هر كجا كه زندگي مي كند بايد فرهنگ آنجا را بياموزد و به فرزندان آموزش دهد.

2. فرهنگ خشنودي بخش است: هر بخشي از فرهنگ كه در جامعه باقي مي ماند باعث خشنودي مي گردد و مضافاً هر شخصي كه مطابق با ارزش ها و هنجارهاي پذيرفته شده در جامعه عمل مي كند براي او لذت بخش است و خشنودي مي آورد.

3. فرهنگ وحدت و يگانگي مي آفريند: فرهنگ موجب مي گردد كه همه افرادي كه در يك قلمرو زندگي مي كنند، يكسان رفتار كنند. برهمين اساس فرهنگ موجب اتحاد و يگانگي مي گردد.

4. فرهنگ امري اجتماعي است: فرهنگ در ميان جمع به وجود مي آيد. در واقع مطابق با اين تعريف، فرهنگ در خلاء به وجود نمي آيد. بايد گروهي از افراد باشند كه فرهنگ را به وجود بياورند و موجب تقويت آن گردند.
5. فرهنگ امري ذهني و تصويري است: بسياري از پندارهاي فرهنگي قابليت پياده شدن را ندارند و فقط در ذهن و تصور انسان ها جاي دارند. براين اساس فرهنگ امري است كه در ذهن و گمان و تصور انسان قرار دارد. حتي مانند علم در بوته آزمايش قرار نمي گيرد.

6. فرهنگ سازگاري مي آورد: فرهنگ ويژگي خود تطبيقي دارد. اگر فرهنگ درجايي قرار گرفت، تلاش مي كند كه محيط را با خود سازگار و همراه كند و در مقابل تغييرات مقاومت نمي كند و بيشتر قابليت انعطاف دارد. البته با اين توضيح كه فرهنگ سنتي در مقابل تغيير، بيشتر مقاومت مي كند، منتها فرهنگ پيشرفته در مقابل تغييرات داراي انعطاف پذيري بيشتري است.

**انتقال فرهنگی**

فرایندی است که بوسیله آن ، فرهنگ از طریق آموزش از نسلی به نسل دیگر منتقل می شود. هر نسلی فرهنگ خویش را می آموزد وسپس آن را همراه با تغییراتی که در عصر خود حاصل شده به نسل بعد از خود می آموزاند.انتقال فرهنگی تداوم فرهنگ را امکان پذیر میسازد. در واقع تا زمانی که عوامل تغییر ودگرگونی فرهنگ، قوی وقدرتمند نباشد، اعضای جامعه در برابر دگرگونی فرهنگ مقاومت ومخالفت میکنند و آموزش به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر فرهنگ میتواند در انتقال صحیح فرهنگ ایفای نقش کند.

 **آموزش** چیزی است که شخص با انس گرفتن با یک فرهنگ آن را دریافت میکند نه با مطالعه رسمی آن.

پس آموزش یک فعالیت فرهنگی است که در طول زمان شکل گرفته است وارتباط محکمی با باورها واعتقادات دارد که بخشی از فرهنگ است و از طرفی با توجه به رابطه علت ومعلولی که میان آموزش وپرورش وفرهنگ وجود دارد، لذا آموزش وپرورش ارزش های فرهنگی را منتقل می کند.

**ملاحظاتی درباره فرهنگ و آموزش**

هر فرهنگی تلاش می‌کند تا دنیایی از گفتگو برای اعضایش خلق کند. روشی که در آن انسان‌ها می‌توانند تجربیاتشان را تفسیر کنند و آنرا در اختیار دیگران قرار دهند. بدون داشتن یک سیستم مشترک از احساسات که براساس قوانین خاص تنظیم شده‌ است زندگی بی‌معنی می‌شود و تمام تلاش‌ها جهت رسیدن به مفاهیم مشترک به شکست می‌انجامد.

تاثیرات فراگیر فرهنگ: فرهنگ به‌عنوان مجموعه‌ای از عقاید و افکار ثابت

مسلم است که فرهنگ به شدت بر افکار، احساسات و رفتارهای ما تاثیر می‌گذارد. در حقیقت، فرهنگ ابتدا بر لایه‌های ذهنی، ادراکی و انگیزشی تاثیر می‌گذارد. فرهنگ بخش مهمی از خط مشی ما است (چه چیزی را می‌توانیم بدست بیاوریم وچگونه)، براساس همین خط مشی در دنیای اجتماعی و مادی‌مان عمل می‌کنیم. ما انسان‌ها موجودات متزلزلی هستیم و فرهنگ از طریق قوانین استاندارد فکری، احساسی و رفتاری از اضطراب ما می‌کاهد.

در دنیایی که اغلب غیر قابل پیش‌بینی است فرهنگ قابلیت پیش بینی کردن را به ما ارزانی می‌کند.ما از دریچه فرهنگ به همه چیز می‌نگریم، فرهنگی که درک ما را رنگ ولعاب می‌دهد، بزرگ و کوچک می‌کند، ودر یک کلام به آن شکل می‌دهد. فرهنگ یک شیوه فکری ویکسری عقاید ثابت است که ما از کودکی در طی فرایند اجتماعی شدن با آن بزرگ می‌شویم. درستی، یکپارچگی وثبات ساختار شخصیت ما ریشه در فرهنگمان دارد.

به این دلیل وبرخی دلایل دیگر است که تقابل فرهنگی می‌تواند ایجاد عصبیت کند و احساسات را برانگیزد .وقتی مردمانی از فرهنگ‌های متفاوت به‌هم برخورد می‌کنند؛ قوانین مربوط به روابط متقابل می‌تواند باعث تردید وسردرگمی شود. بسیاری از فرضیات اساسی ما غلط از آب در می‌اید. افکار، احساسات ورفتارهای ما که معمولا نتیجه موفقیت آمیزی دارند و بازخوردهایی که به‌ انها عادت کرده‌ایم دراینجا دیگرصادق نیستند. برخی از توقعات ما درمورد نتیجه و مفهوم روابط متقابل اجتماعی با یکدیگر مطابقت نمی‌کند و وقتی درموقعیت فرهنگ دیگری قرار می‌گیریم در پی یک رابطه اجتماعی ممکن است فکر، احساس و رفتار ما به‌همان شیوه که بدان عادت کرده‌ایم باشد و سپس در می‌یابیم که این شیوه اینجا موثر نیست؛ یا اصلا جوابی نمی‌گیریم و یا با پاسخی کاملا دور از انتظارروبرو می‌شویم. ممکن است حتی باعث سوتفاهم شویم و احساسات را جریحه دار کنیم، باعث خشم و عصبانیت طرف مقابل شویم ویا چنین سوتفاهماتی در خودمان ایجاد شود.در چنین موقعیتی، حتی اگر چنین شرایطی را تجربه نکنیم قطعا دچار نوعی سردرگمی وآشفتگی از وضعیت موجود هستیم.

**عصر ارتباطات و جهانی شدن فرهنگ**

روزگاری وظیفه اطلاع رسانی با کبوتران نامه رسان بود. کبوترانی که بیشتر لانه بر بام پادشاهان داشتند تا هنگام نیاز، نامه های حکومتی را به این جا و آن جا ببرند، و امروز، شاهد ورود انواع وسایل ارتباطی به خانه های آحاد مردمیم. در همان زمان، بسیاری از مردم، همه دنیا را در اندازه روستا یا شهر خود می دیدند و عادات، آداب و رسوم، شیوه زندگی و نگرشی را که به آنها تعلق داشت، تنها فرهنگ و برترین فرهنگ موجود می پنداشتند و تصور این که مردمانی دیگر با فرهنگی متفاوت از فرهنگشان نیز وجود دارند، برایشان دشوار بود ؛ اما امروزه، مشکل مردم دنیا در درک این نیست که مردمانی وجود دارند با فرهنگ هایی متفاوت از فرهنگ آنها ؛ بلکه مشکل در این است که چگونه باید با این فرهنگ های متفاوت، کنار بیایند.

وسایل ارتباطیِ بسیار محدود آن زمان، فرهنگی آن گونه را می طلبید ؛ اما ابزارهای ارتباطی پیشرفته و همگانی شده امروز، اقتضای فضای فرهنگی جدیدی را دارد که این نوشتار، عهده دار بررسی همین مسئله است.

**عصر ارتباطات**

برخی می گویند: «از جادوگریِ تلویزیون نیست که همه جهان را در جعبه کوچک خود جا می دهد ؛ بلکه این، واقعیت عصر جدید است که جهان را بدون هیچ چشم بندی، به غایت کوچک ساخته است». این نظر را یک رؤیا بدانیم یا واقعیت، دیر زمانی است که جهان در حال کوچک شدن است و این کوچک شدن از آن وقت آغاز شد که صنعت چاپ به راه افتاد ؛ کتاب ها و روزنامه ها همگانی شد ؛ تلگراف و تلفن به زندگی انسان ها وارد گردید ؛ رادیو امواج خود را به همه جا روانه کرد و تلویزیون توانست روزی چند ساعت از وقت مردم را مال خود سازد، تا به امروز که انواع شبکه های ماهواره ای در حال پخش برنامه اند و کامپیوتر و اینترنت به گونه ای انفجارآمیز، اطلاعات را در اختیار کاربران خود قرار می دهد.

**نظریه «دهکده جهانی»**

در این فضای جدید، روابط بین انسان ها در حال پشت سرگذاشتن تحولات شگرفی است که نتیجه این تغییر و تحول در روابط انسانی، نزدیک تر شدن ساکنین کره زمین به یکدیگر، پیدا کردن شناختی دقیق تر از مردمان دیگر کشورها، برقراری ارتباط های گسترده تر بین انسان ها و گروه های انسانی صرف نظر از ملیت آنها، و... است. این فضا، نظریه «دهکده جهانی» مارشال مک لوهان را به ذهن، خطور می دهد. به اعتقاد وی، «رشد و پیشرفت تکنولوژی در دنیا سبب شده است که زمان و مکان، کارکرد گذشته خود را در جلوگیری از گسترش ارتباطات، از دست بدهند. در نتیجه، جهان، به سان دهکده ای است که هر حادثه و رخدادی در آن، سریعا به سایر نقاط، انتشار می یابد».

در این دهکده یا در فضای جدید پیش آمده، انواع وسایل ارتباطی، جهان را زیر نفوذ خود قرار داده اند. هر کجای این جهان باشیم، از هر کجای دیگرش می توانیم کسب خبر کنیم. آگاهی از یک پدیده در زمان وقوع آن رخ می دهد و این امکان را، پخش های زنده تلویزیونی ـ ماهواره ای، برای همگان فراهم کرده اند.

وسایل ارتباطی، ما را قادر ساخته اند تا علاوه بر آن که از دیگر نقاط جهان کسب اطلاع می کنیم، اطلاعات خود را نیز در سریع ترین زمان ممکن به دورترین نقاط آن گسیل داریم.

**نقد این نظریّه**

اما توضیحات پیش گفته درباره رسانه، تنها بیانگر بخشی از واقعیات مربوط به آن است که نتیجه یکی از روش های مطالعه در رسانه به نام «مطالعات تجربی» است. در این روش به نحوه تأثیرگذاری رسانه و کارکردهای آن می پردازند. بحث «دهکده جهانی» نیز در همین مقوله می گنجد. در مقابل این روش، شیوه های دیگری برای پژوهش درباره وسایل ارتباطی وجود دارد که با نگاهی انتقادی به رسانه می نگرند. از جمله آنها مکتب انتقادی فرانکفورت است که به اعتقاد صاحبان این مکتب، رسانه ها مردم را در سراسر جهان به توده های عظیمی تبدیل می کنند که هویت و اندیشه مستقلی از خود ندارند. مردمی که از رسانه های جمعی استفاده می کنند در واقع، آن گونه می فهمند و آن گونه عمل می کنند که رسانه ها می خواهند. مثلاً همین بحث دهکده جهانی را در نظر بگیرید. چرا این قدر زیاد بر سر زبان ها افتاده و همه لااقل، نامی از آن شنیده اند؟ پاسخش روشن است. چون رسانه ها این گونه خواسته اند. آنها تلاش کرده اند دهکده جهانی را به عنوان یک واقعیت مسلّم و البته مثبت به ذهن مردم القا کنند و واضح است تحقیقاتی که به روش مطالعه تجربی صورت می گیرد ـ همچون تحقیق درباره دهکده جهانی ـ با منافع رسانه ها سازگاری بیشتری دارد تا تحقیقاتی که دارای نگاهی انتقادی به رسانه ها هستند.

**جهانی شدن فرهنگ**

بیشترین نشانه های جهانی شدن را در عرصه اقتصاد می توان مشاهده کرد و شاید کم ترین علائم جهانی شدن را در عرصه فرهنگ بتوان رصدیابی کرد ؛ زیرا فرهنگ، رابطه تنگاتنگی با هویّت فردی و ملّی افراد دارد و انسان ها به دلایل مختلف، به آسانی حاضر به از دست دادن هویت خویش نیستند.

**درباره جهانی شدن فرهنگ، دو دیدگاه کلّی وجود دارد:**

الف) زوال فرهنگ های بومی و محلّی و به وجود آمدن یک فرهنگ عام جهانی متفاوت با فرهنگ های سابق ؛ فرهنگی که در آن، تمایلات، ارزش ها، شیوه های پر کردن اوقات فراغت و... برای همه یکسان است. زوال فرهنگ های بومی به زوال هویت و سنّت ها می انجامد و بافت اجتماعی جوامع را متلاشی می کند.

ب) با وجود همگرایی محدودی که در زمینه رفتار و ارزش های جوامع گوناگون رخ خواهد داد، تنوّع فرهنگی در آینده ای قابل پیش بینی همچنان در سراسر جهان پایدار خواهد ماند و ملت ها توانایی آن را خواهند داشت که با درک و پذیرش ارزشهای فرهنگی و هویت های گوناگون، با فشار روزافزون رسانه ها برای یگانه سازی فرهنگی و تحمیل «فرهنگ واحد جهانی» مقابله کنند و بر توانایی فرهنگ سازی غرب، چیره گشته، در نگاهداری هویت و حقوق فرهنگی خویش توفیق یابند. ژاپنی ها بدون شک به پیروزی های صنعتی و فنیِ برجسته ای دست یافته اند، بدون آن که بسیاری از ویژگی های ملّی و شرقی خود را از دست بدهند.

**اسلام و فرهنگ واحد جهانی**

در این رهگذر، اسلام، نظر میانه ای دارد. سرانجام بشر از منظر اسلام، رسیدن به جامعه جهانی موعود است که با فرهنگی واحد بر مبنای «خداپرستی» و «عدالت» شکل گرفته باشد ؛ جامعه ای که در آن، مرزبندی های جغرافیایی کم اهمیت باشد و فرهنگ جهانی با محوریت اسلام، سامان یابد، و البته می توان حدس زد که در عصر موعود نیز به سان عصر بعثت و روزگار پیامبر(ص)، برخی خُرده فرهنگ های دینی و قومی نیز در سایه محوریت اسلام به حیات خود ادامه می دهند. بنابراین، در این جامعه موعود، شاهد یک «فرهنگ جهانی واحد» خواهیم بود ؛ ولی در شعاع آن، برخی خُرده فرهنگ ها نیز وجود خواهند داشت.

**انواع صنایع دستی و ماهیت و ویژگی های آن**

صنايع دستي ايران، به عنوان يکي از عوامل تامين کننده وسايل روزمره زندگي از گذشته‌هاي دور در کشورمان رونق و رواج داشته و عده کثيري از صنعتگران در مناطق شهري،روستايي و عشايري به کمک ابزار و وسايل بسيار ساده و ابتدايي و با بهره‌گيري از مواد اوليه‌اي که به فراواني و با قيمت ارزان و حتي در مواردي به رايگان در اختيارشان قرار داشته به توليد انواع و اقسام فرآورده‌هاي مصرفي پرداخته‌اند.

به دليل وابستگي قشرهاي عظيمي از عشاير و روستاييان ايران به آداب و رسوم و سنن بومي،علي‌رغم محروميت‌هاي بسيار و جاذبه‌هاي مهاجرت ، دست اندرکار تهيه و توليد انوع مصنوعات دست ساز هستند.

امکانات بالقوه ايران براي رشد صنايع دستي بسيار متنوع و گسترده است ، زيرا از سويي قسمت اعظم مواد اوليه مصرفي در صنايع دستي يا حاصل فعاليت‌هاي کشاورزي و دامپروري است و يا آنکه تهيه و تامين آن از مناطق روستايي کشور ميسر است و در مواردي نيز که نياز به مواد اوليه کمکي باشد اين گونه مواد نقش چندان تعيين کننده‌اي را ندارد و به همين جهت در اکثر موارد بهايي که صرف تهيه مواد مي‌شود بسيار کم و ناچيز است و از طرف ديگر نيروي انساني متخصص (در حد توليد کننده) به ميزان کافي در دسترس است و ديگر اينکه به دليل وجود سابقه توليد در بيشتر مناطق کشور، توان توليد و استعداد فراگيري در اکثر سکنه شهري ، روستايي و عشايري کشور وجود دارد و مي‌تواند به آساني آموزش ديده و جذب کار توليد شوند.

افزون بر آن،بايد توجه داشت که صنايع دستي ايران به دليل خصلت کارطلب بودن خود نياز به سرمايه‌گذاري چنداني از نظر تهيه ابزار کار و تامين مواد اوليه و احداث واحد توليدي ندارد و آن چه به محصول ساخته شده ارزش مي‌بخشد بيشتر هنر صنعتگر است که به عنوان ارزش افزوده متجلي و بطور معمول 75 درصد و در مواردي حتي بيش از 80 درصد قيمت تمام شده محصول را تشکيل مي‌دهد.

صرف نظر از عوامل اقتصادي و اجتماعي که به طور مختصر به آن اشاره شد ، صنايع دستي به علت قابليت‌هاي فرهنگي که دارد نيز مي تواند کاملا مدنظر قرار گرفته و مورد توجه واقع شود،چرا که محصول صنايع دستي به علت برخورداري از طرح‌هاي اصيل و سنتي، بازگو کننده آداب و رسوم ، سنت و به طور کلي فرهنگ محل توليد خود است و عوامل مذکور خود جاذبه‌هاي فراواني را براي خريداران ايجاد مي‌کند و از اين رهگذر صنايع دستي مي‌تواند نقش مهمي از نظر تامين بخشي از درآمدهاي ارزي مورد نياز کشور را نيز ايفا کرده و موجب افزايش ميزان صادرات فرآورده‌هاي غير نفتي باشد.

صنايع دستي مي‌تواند هم حالت کارگاهي و هم حالت خانگي داشته باشد ، همانند صنايع کوچک قابليت استقرار در شهر و روستا را دارد و بدون نياز به تکنولوژي پيشرفته بيشتر متکي به تخصص بومي و سنتي است و قسمت اعظم مواد اوليه مورد مصرف آن از داخل کشور قابل تهيه است.

افزون براين ، صنايع دستي داراي ويژگي هنري و مصرفي به طور توامان بوده و علاوه بر داشتن جنبه‌هاي مصرفي قوي ، برخوردار از بينش ، ذوق و انديشه و فرهنگ توليد کننده است و در مجموع مي‌توان آن را يک هنر- صنعت ناميد ، چرا که هم ويژگي يک صنعت را دارا است و هم ضمن برخورداري از خصوصيات هنري ، هنر محض محسوب نمي‌شود و به پشتوانه کارآيي‌هاي مصرفي و با توجه به اينکه که قابليت توليد و تکرار دارد بيشتر جز گروه هنرهاي کاربردي است.

**ماهيت صنايع دستي**

صنايع دستي از نظر ماهيت ، يکي از انواع فعاليت‌هاي اقتصادي است که منجر به توليد کالاهاي جديد مي‌شود، آميختگي شديد اين فعاليت با سنت‌ها ، عادات و بينش سازنده و همچنين تاثير فوق العاده محيط جغرافيايي در اين صنعت ويژگي خاص به آن داده است.به طوري که برخلاف مصنوعات کارخانه‌اي که در مقياس زياد و به طور يک شکل توليد مي‌شود، فرآورده‌هاي دستي هر منطقه و حتي هر صنعتگر از نظر طرح ، شکل، اندازه و غيره ، از اشياء مشابه، کاملا متمايز و قابل تشخيص است.

**جايگاه صنايع دستي در نظام برنامه‌ريزی**

يکي از اصول اساسي در تدوين برنامه‌هاي توسعه اقتصادي و اجتماعي ، شناخت و تعيين نقش هر يک از عوامل تاثيرگذار بر روند توسعه ، ظرفيت‌هاي صادراتي ، نيازهاي ارزي جامعه و بالاخره تحولات تکنولوژي است.صنايع دستي از جمله عواملي است که به علت داشتن پيوندي نزديک با هريک از متغيرهاي فوق مي‌تواند بر روند توسعه ، در بعد روستايي آن تاثيري انکار ناپذير داشته باشد. البته اين ارتباط يا پيوند شايد در برخورد نخست چندان قابل رويت نبوده ولي تحليل و بررسي هر يک از متغيرهاي مذکور وجود ارتباط و لزوم تعيين نقشي شايسته را براي آن تاييد مي‌کند.

**انواع صنایع دستی**

در این بخش ابتدا به شرح و توضیح مفاهیم صنایع گوناگون می‌پردازیم و سپس صنایع‌دستی ایران از قبیل نگارگری، سفال و سرامیک، کاشی‌سازی، آرایه‌‌های تزئینی معماری، سنگ‌تراشی، نساجی سنتی، بافته‌های داری، شیشه‌گری، هنرهای مرتبط با فلز، هنرهای مرتبط با چوب، رنگرزی و چاپ سنتی و رودوزی‌های سنتی را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

به گروهی از فنون و صنایع که ذوق، مهارت، هنر و بینش انسان سازنده‌اش در تولید آن نقش اساسی داشته و نیز متکی به تخصص‌های بومی و سنتی باشد، صنایع‌دستی گفته می‌شود. ارزش و اعتبار صنایع‌دستی به دلیل انجام قسمت عمده‌ی کار توسط هنرمند می‌باشد که به این وسیله در یک اثر هنری شاهد تجلی ذوق و ابتکار، سلیقه و فکر هنرمند هستیم. علاوه بر آن تخصص‌های بومی و سنتی در هر منطقه نیز در شکل‌گیری این هنر-صنعت نقش اساسی دارد. هنرمند سازنده علاوه بر انجام مراحل فنی، به جنبه‌های تاریخی، فرهنگی و هنری کار نیز آشنایی دارد و از آن تبعیت می‌کند. همه عوامل ذکر شده در کنار هم اثری بدیع به وجود می‌آورد که کاملاً با مصنوعات ماشینی متفاوت است. مزیتی که تولید دست‌ساز بر تولید ماشینی دارد در این است که استادکار، ممکن است، در حین ساخت و تولید، تغییراتی برای بهتر شدن اثر به وجود بیاورد. بدین وسیله عناصر غریزه، قریحه و الهام که در آفرینش هنری نقش به سزایی دارند، در کار مورد توجه قرار می‌گیرد. در حالی که تولیدات ماشینی اشیایی با قیمت کمتر و سرعت بیشتر تولید می‌کنند که فاقد هویت، قریحه و ارزش هنری هستند.

امروز مفهوم صنایع‌دستی در کشورهای صنعتی به هر نوع کاردستی بدون در نظر گرفتن جنبه‌های فرهنگی‌-تاریخی و حتی هنری آن گفته می‌شود، خواه جنبه‌ی هنری یا کاربردی یا حتی تعمیراتی داشته باشد. اما در کشورهای مشرق زمین استادکار صنایع‌دستی کسی است که علاوه بر استقلال در همه مراحل کار و تولید یا لااقل مراحل اساسی تولید، یعنی ساخت ابزار، انتخاب و آماده کردن مواد اولیه و انجام مراحل فنی، به جنبه‌های تاریخی، فرهنگی و هنری کار نیز آشنایی کافی داشته باشد و از آن تبعیت کند.

در بررسی و تحلیل صنایع‌دستی دیدگاه‌های متفاوتی وجود دارد. برخی به این دلیل که صنایع‌دستی مواد خام و نیمه خام اولیه را به آثاری ارزشمند تبدیل می‌کنند آن را شاخه‌ای از صنعت می‌دانند که در پیشبرد اقتصاد جامعه نقش اساسی دارد. به همین دلیل بخشی از هنرهای سنتی را می‌توان به عنوان هنرهای صناعی مورد توجه قرار داد زیرا علاوه بر جنبه فرهنگی و هنری، فن و صنعت به کار رفته در آن نیز دارای اهمیت می‌باشد.

آخرین تعریف صنایع‌دستی که توسط گروهی از کارشناسان سازمان صنایع‌دستی ایران ارائه شده چنین است: صنایع‌دستی به مجموعه‌ای از هنر-صنعت‌ها اطلاق می‌شود که به طور عمده با استفاده از مواد اولیه‌ی بومی و انجام قسمتی از مراحل اساسی تولید به کمک دست و ابزار دستی موجب تهیه و ساخت محصولاتی می‌شود که در هر واحد آن ذوق هنری و خلاقیت فکری صنعتگر سازنده به نحوی تجلی یافته است و همین عامل وجه تمایز اصلی این‌گونه محصولات از مصنوعات مشابه ماشینی و کارخانه‌ای می‌باشد.

با توجه به تعریف فوق، یکی از مهمترین نکات در صنایع‌دستی ایران تاکید بر ذوق هنری و خلاقیت هنرمند و صنعتگر است که صنایع‌دستی ایران را در سطح جهان کم‌نظیر می‌سازد و هر یک محصولی فرهنگی و حامل پیامی است که استادان هنرمند این میراث گرانبها را سینه به سینه به نسل‌های بعد می‌سپارند و هر نسل به سهم خود چیزی بر این میراث افزوده، در جهت تعالی آن می‌کوشد.

همچنین می‌توان گفت که محصولات صنایع‌دستی ایران دارای ویژگی‌هایی است که آن را از صنایع‌دستی کشورهای دیگر جدا می‌کند.

**صنایع‌دستی ایران**

همان‌گونه که در قبل اشاره شد، شرایط زندگی و زیست محیطی، آداب و رسوم، اعتقادات و فرهنگ در به وجود آمدن صنایع‌دستی هر کشوری نقش اساسی دارند. با اندک توجهی به صنایع‌دستی ایران می‌توان دریافت که نقوش ساده شده‌ی حیوانات و پرندگان و اشیاء بر سفال‌ها، گلیم‌ها و زیراندازها، نقوش بته جقه بر پارچه، نقش‌های انتزاعی اسلیمی و ختایی بر قالی، گچ‌بُری و کاشی‌کاری و ... همگی تحت تاثیر فرهنگ‌های گوناگون در نقاط مختلف کشورمان پدیدار شده‌اند.

در ایران با وجود فرهنگ‌های پراکنده‌ی بسیار غنی و متفاوتی که در شهر و روستاها و در میان عشایر وجود دارد و همچنین با وجود شرایط آب و هوایی و زیست محیطی متفاوت، با گستردگی و وسعت رشته‌های صنایع‌دستی روبرو هستیم. این گستردگی و تنوع، طبقه‌بندی صنایع‌دستی را بسیار مشکل کرده است. به همین دلیل دسته‌بندی این صنایع بر اساس دیدگاه‌ها و نقطه‌ نظرات گوناگون است و بر اساس رشته، مواد اولیه یا نوع مصرف و کاربرد آن متفاوت می‌باشد.

**ویژگی‌های صنایع‌دستی ایران**

عمده‌ترین ویژگی‌های صنایع‌دستی ایران را می‌توان در فهرست زیر تقسیم‌بندی کرد:

۱. صنایع‌دستی ایران محملی برای میراث فرهنگی و هنری این مرز و بوم است که ریشه در اعتقادات مذهبی و باورهای قومی و نیز قوه ابتکار و خلافیت استادکاران ایرانی دارد. هنرمندان و استادکاران ایرانی تجارب، راز و رمز و فنون کار خود را سینه به سینه به شاگردان می‌آموزند و به این طریق هنرشان را زنده نگه می‌دارند. امروزه نیز این هنرها در دانشگاه‌ها تدریس می‌شود.

۲. عدم نیاز به متخصصان خارجی.

۳. قابلیت توسعه در مناطق شهری، روستائی و عشایری.

۴. امکان تأمین ۹۰ درصد مواد اولیه‌ی مصرفی از منابع داخلی.

۵. عدم تشابه فرآورده‌های تولیدی به یکدیگر.

۶. انجام قسمت عمده‌ای از مراحل اساسی تولید به وسیله‌ی دست و ابزار و وسایل دستی. به همین دلیل صنایع‌دستی دارای ارزش زیادی می‌باشند.

۷. خود مصرفی بودن بخش عمده‌ی تولید و برآورده ساختن نیازهای داخلی.

۸. قابل عرضه بودن در سطح جهانی به عنوان یک محصول فرهنگی و هنری.

۹. جذب هنر دوستان از سراسر جهان و در نتیجه توسعه ایرانگردی و مبادلات فرهنگی و صادرات و تامین ارز.

۱۰. عدم نیاز به سرمایه‌گذاری هنگفت و سهولت در ایجاد مراکز تولید.

۱۱. اشتغال‌زا بودن این هنر-صنعت.

۱۲. داشتن ارزش افزوده‌ی زیاد در مقایسه با صنایع سنگین و سبک.

۱۳. استفاده از عناصر فرهنگی همچون رنگ، طرح، نقش و ... در ایجاد و تولید آنها و گسترش فرهنگ بومی، محلی و منطقه‌ای به سایر نقاط کشور و جهان.

**تعریف فعالیت‌های فرهنگی**

درباره‌ی مفهوم فعالیت فرهنگی به دلیل گستردگی و تنوع این گونه اقدامات و همچنین گستره‌ی وسیع معنای فرهنگ و کلیتی که بر تعاریف و نظریه‌های گوناگون حاکم است، تعریف جامع، مانع، عینی و قابل قبول عموم اندیشمندان این حوزه از دانش بشری کمتر به چشم می‌خورد.

صنعتی شدن جوامع و سپس ورود به عصر پساصنعتی، عصر اطلاعات، تقسیم فزاینده کار و گسترش پُرشتاب شهرنشینی، موجب پدید آمدن اوقات معینی در روز و در خلال سال تحت عنوان «وقت آزاد» یا «وقت فراغت» شده است. البته همیشه در طول تاریخ، ایامی به عنوان «اوقات بیکاری» و «استراحت» وجود داشته است، ولی هیچ گاه تا این حد منظم و زبان بندی شده و قابل پیش بینی نبوده. اوقات فراغت زمانی است که افراد می‌توانند به میل و دلخواه خود نسبت به گذران آن تصمیم گیری نمایند. البته با توجه به حجم فعالیت‌های روزمره، اوقات فراغت زمانی ارزشمند است که بتوان به بهترین نحو از آن استفاده کرد.

فعالیتی که افراد جامعه در اوقات فراغت انجام می‌دهند، عموماً فعالیتی فرهنگی است؛ اعم از اینکه دید و بازدید باشد، یا صرف وقت در مقابل تلویزیون و یا حضور در یک کلاس آموزش هنری، یا کتابخوانی و یا پیاده روی در بوستان.

پدیده‌ی «اوقات فراغت» پدیده‌ای جهان شمول است و در تمام کشورها و به ویژه کشورهایی که جمعیت آن‌ها جوان است، مورد توجه و تأکید خاص قرار دارد. دولت‌ها علاقه مندند که چارچوب فعالیت‌های متعارف در اوقات فراغت را معین کنند و به عنوان مثال با نظارت بر برنامه‌های رادیو و تلویزیون، سینما، تئاتر و مطالب نشریات و کلاً رسانه‌های مکتوب، ذوق و سلیقه مردم را در جهتی که مطلوب می‌دانند پیش ببرند و شهروندانی پایبند به هنجار و جامعه پذیر بسازند. بنابراین منظور از فعالیت فرهنگی، مجموعه‌ای از فعالیت‌هاست که افراد یک جامعه عموماً در اوقات فراغت به آن می‌پردازند.

البته به تبع تعاریف متعدد فرهنگ، تعاریف متنوعی هم از فعالیت فرهنگی، ارائه شده که تعدادی از آن‌ها در ذیل آورده شده است:

1. فعالیت‌های فرهنگی صرف نظر از ارزش مادی و تجاری آن‌ها، می‌توانند در نهایت به تولید کالاها و یا خدمات فرهنگی نیز کمک کنند.
2. مجموعه‌ای از تجارب، اتفاقات، مراسم و غیره که دانش افراد یا علاقه آن‌ها را نسبت به خود و یا دیگر گروه‌های فرهنگی، اجتماعی، فکری یا میراث فرهنگی افزایش می‌دهد.
3. کار (فعالیت) فرهنگی، فعالیتی است که تمام شئون زندگی فردی و اجتماعی بشر را دربر می‌گیرد. کاری است که همه افراد جامعه را متأثر می‌سازد و این با نفوذ در ارتباطات و روابط علت و معلولی و تأثیر و تأثرات افراد جامعه بر یکدیگر، شدنی خواهد بود.
4. فعالیت فرهنگی، فعالیتی است که موجبات این را فراهم آورد که افراد بتوانند در تمام ابعاد زندگی روزانه خود، چه به طور انفرادی و چه جمعی، خود را به دیگران بفهمانند.
5. فعالیت فرهنگی عبارت است از مجموعه اقداماتی که برای تغییر در مجموعه توان انسانی یک جامعه صورت می‌گیرد.
6. فعالیت فرهنگی به آن دسته از فعالیت‌هایی گفته می‌شود که اعضای یک جامعه در آن شرکت داشته و به وسیله آن شخصیت و توانایی‌های خود را بسط و گسترش می‌دهند .

در مجموع می‌توان این تعریف را ارائه کرد که فعالیت‌های فرهنگی، فعالیت‌هایی هستند که هدف آن‌ها تغییر، تقویت و یا توسعه ارزش‌ها، بینش‌ها و دانش‌های (اطلاعات) جامعه و در نتیجه روابط اجتماعی جامعه باشد.

بر پایه این تعریف، افراد و سازمان‌های بی‌شماری را می‌توان نام برد که با فعالیت‌های خود بر حوزه‌های فوق، تأثیرات مختلفی بر جای می‌گذارند. اما در میان این سازمان‌ها فقط تعدادی از آن‌ها با هدف انجام فعالیت فرهنگی تأسیس شده‌اند. به عبارت دیگر، فلسفه وجودی برخی از سازمان‌ها (نظیر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، صدا و سیما، سازمان تبلیغات اسلامی و ...) ایجاد تغییر در ساختار ارزشی، بینشی و رفتاری مردم و جامعه است.

با شناخت فعالیت‌های فرهنگی می‌توان به شناخت «بخش فرهنگ» به عنوان مجموعه‌ای از فعالیت‌های فرهنگی پرداخت. با نزدیک شدن به دوره‌ی معاصر و حاکمیت یافتن اقتصاد صنعتی و بسط شهرنشینی و لزوم حفظ شادابی، تندرستی و باسوادی شهروندان، علاوه بر وظایف دولت‌های سنتی، موضوعات مربوط به آموزش و پرورش، بهداشت و درمان و تأمین اجتماعی نیز در دستور کار دولت‌ها قرار گرفت.

بدین ترتیب بخشی دیگر از فرهنگ نیز موضوع برنامه ریزی‌های جامع شد. در نهایت اینکه مجموعه فعالیت‌های هنری و فرهنگی معینی با عنوان بخش فرهنگ مورد توجه قرار گرفته است و به طور رسمی برای آن سیاست گذاری‌ها، برنامه ریزی و هدف گذاری می‌شود.

به نظر می‌رسد تعریف ارائه شده از فعالیت فرهنگی- که ملاک تمایز فعالیت‌های فرهنگی از فعالیت‌های غیرفرهنگی در سازمان‌های مورد بررسی خواهد بود- می‌تواند مرز نسبتاً مشخصی بین فعالیت‌های دیگر عرصه‌های اجتماعی و اقتصادی ترسیم نماید .

**تعریف محصولات و خدمات فرهنگی**

پس از ارائه تعاریف متعددی از فعالیت فرهنگی لازم است در ارتباط با محصولات و خدمات فرهنگی که در حقیقت در درون مفهوم فعالیت‌های فرهنگی قرار می‌گیرند نیز توضیحات مختصری ارائه کرد. در خصوص محصولات فرهنگی نوعی ابهام واژه شناسانه در مورد معنی آن وجود دارد. از یک سو، این واژه را می‌توان معادل کالاهای فرهنگی به کار برد و از سوی دیگر غالباً واژه محصولات فرهنگی به عنوان یک واژه فراگیر برای کالاها و خدمات فرهنگی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

در عرصه تجارت جهانی بین محصول و خدمات فرهنگی تفاوت‌های زیادی قائلند، به خصوص در ارتباط با محصولات فرهنگی که قوانین و مقررات بیشتری نسبت به خدمات فرهنگی دارند. تعیین اینکه یک اقدام مربوط به یک محصول فرهنگی، یا یک کالا و یا یک خدمت زمینه ساز است مشکلات فراوانی وجود دارد. یونسکو در تلاش برای تعریف و ایجاد تمایز بین کالاهای فرهنگی و خدمات فرهنگی چنین اعلام داشته است:

کالای فرهنگی عموماً به کالاهای مصرفی دربردارنده‌ی اندیشه‌ها، نمادها و شیوه‌های زندگی اشاره دارد. آن‌ها اعلام کننده، پرورنده و کمک کننده به شناخت هویت جمعی بوده و بر رویه‌های فرهنگی تأثیر می‌گذارند. در حالی که خدمات فرهنگی آن دسته از فعالیت‌هایی هستند که هدف از آن‌ها برآوردن علائق و نیازهای فرهنگی است .

در تعاریف دیگر نیز بین محصول فرهنگی و خدمات فرهنگی تمایز قائل شده‌اند که در ادامه به تعریف برخی از آن‌ها اشاره می‌کنیم.

محصولات و خدمات فرهنگی دربرگیرنده ارزش‌های اخلاقی، سمبلیک، هنری و زیباشناختی‌اند. از جمله ویژگی‌هایی که محصولات فرهنگی را از خدمات آن متمایز می‌سازد سیستم قیمت گذاری آن‌هاست .

محصولات فرهنگی به عنوان کالاهای مصرفی تعریف می‌شوند که به وسیله آن‌ها ایده‌ها، سمبل‌ها و شیوه‌های مختلف زندگی از طریق کالاهایی نظیر کتاب، مجله، محصولات چند رسانه‌ای، نرم افزار، ضبط، فیلم‌ها، برنامه‌های سمعی و بصری، صنایع دستی و مُد انتقال پیدا می‌کنند .

محصولات فرهنگی آن دسته از فعالیت‌هایی هستند که عمدتاً در محصولاتی دیده می‌شوند که ارزش اقتصادی آن‌ها از ارزش فرهنگی به دست آمده باشد .

خدمات فرهنگی، فعالیت‌هایی هستند که نمی‌توانند به صورت کالاهای فرهنگی به صورت قابل مشاهده و ملموس توزیع شوند ولی می‌توانند کار تولید و توزیع محصولات فرهنگی را تسهیل کنند. به عنوان مثال خدمات فرهنگی شامل فعالتی‌های اخذ مجوز، خدمات کپی رایت، فعالیت‌های توزیع و ترویج هنرهای نمایشی و رویدادهای فرهنگی و همچنین خدمات اطلاع رسانی فرهنگی و حفظ آثار ضبط شده و آثار باستانی در کتابخانه‌ها، مراکز اسناد، موزه‌ها و ... می‌باشند .

فعالیت‌های فرهنگی بر حسب نسبت ارتباط با فرهنگ به سه دسته قابل تفکیک هستند. این سه دسته فعالیت فرهنگی مورد نظر عبارتند از:

الف- بخش‌های هنرهای زیبا: این بخش با رشته‌های هنری رسمی، حفظ میراث ملی، موزه‌ها، تئاترهای سیار تا کمک به آفرینش‌های در حال انجام سروکار دارد.

ب- بخش‌های سنتی: بخش‌هایی که به طور سنتی مرتبط با فرهنگ در نظر گرفته می‌شوند. مانند آموزش و پرورش، آموزش‌های بزرگسالان؛ بخش اطلاعات، شامل ارتباطات، رادیو و تلویزیون.

ج- بخش‌های مرتبط با محیط زندگی: خدماتی وجود دارد که در اصل به کار اشاعه و ارتقاء فرهنگ مربوط نمی‌شود، اما در شکل دادن به محیط زندگی کمک کرده و در توسعه فرهنگی مؤثر است

از منظر دیگر فعالیت‌های فرهنگی که توسط سازمان‌ها و مراکز فرهنگی انجام می‌گیرد به پنج دسته قابل تفکیکند:

الف- تولیدکنندگان محصولات فرهنگی، نظیر فیلم سازان، نویسندگان

ب- پخش یا عرضه محصولات فرهنگی، نظیر کتابفروشی‌ها، سینماها و ...

ج- هم افزایی و نوآوری، فعالیت‌هایی نظیر اقدامات رسانه‌های گروهی

د- انتخاب و نقد محصولات فرهنگی: نظیر نخبگان فرهنگ و نقادان

هـ- بازرسی و کنترل فرآورده‌های فرهنگی: کارشناسان و مسئولان فرهنگی

در یک دسته بندی نسبتاً جامع در تدوین نظام آماری برای برنامه ریزی‌های فرهنگی در آسیا، واژه‌های طبقه بندی شده در مقوله فرهنگ (از جمله فعالیت‌های فرهنگ) را به شرح زیر معرفی می‌کند:

الف- فعالیت‌های فرهنگی: هنرهای زیبا، تئاتر، سینما، ورزش، فرهنگ عامه

ب- میراث‌های فرهنگی: موزه، موسیقی، ادبیات، ساختمان‌های فرهنگی، فرهنگ شفاهی، برنامه‌های یادبود تاریخی، آثار عتیقه، آثار باستانی، فرهنگ عامه و تالار هنری

**طبقه بندی بر حسب نوع محصولات فرهنگی:**

الف- محصولات شنیداری (نظیر موسیقی و سخنرانی)

ب- محصولات دیداری (نظیر مطالب مطبوعات، عکس، نقاشی)

ج- محصولات دیداری و شنیداری (نظیر تئاتر، فیلم سینمایی و تلویزیونی)

**طبقه بندی بر حسب ارتباط با مخاطبین:**

الف- فعالیت‌های فرهنگی غیرمستقیم یا پشتیبانی کننده، نظیر ساخت مدارس، سینماها و امور تدارکات

ب- فعالیت‌های فرهنگی زمینه ساز یا بنیادین، نظیر تحقیق، امور تربیت بدنی

ج- فعالیت‌های فرهنگی مستقیم، نظیر فیلم، سخنرانی، جشنواره.

**طبقه بندی بر حسب موضوع فعالیت:**

الف- فعالیت‌های حوزه هنر.

ب- فعالیت‌های حوزه تاریخ و میراث فرهنگی

ج- فعالیت‌های حوزه علم و دانش و آگاهی‌ها

د- فعالیت‌های حوزه زبان و ادبیات

هـ- فعالیت‌های حوزه مذهب

و- فعالیت‌های حوزه آداب و رسوم و سنن

**معرفی هشت حوزه اصلی فعالیت های فرهنگی معرفی شده توسط یونسکو در سال 2009**

**1. میراث فرهنگی و طبیعی**

میراث فرهنگی شامل آثار باستانی، آثار تاریخی و گروهی از ساختمان‌ها و مکان‌هایی است که دارای تنوعی از ارزش‌های مختلفی از جمله ارزش‌های نمادین، تاریخی، اهمیت هنری، زیبایی شناختی، قوم شناسی یا انسان شناسی، علمی و اجتماعی می‌باشند.

مناظر فرهنگی که همان کارهای ترکیبی ساخته شده در طبیعت، توسط انسان است و نشان دهنده ارتباط طولانی بین مردم و محیط زیست طبیعی اطراف آن‌هاست .

میراث طبیعی متشکل از ویژگی‌های طبیعی، زمین شناسی، جغرافیای طبیعی و مناطق مشخصی است که زیستگاه گونه‌های متنوعی از حیوانات و گیاهان بوده و همچنین مکان‌هایی که دارای زیبایی طبیعی مثل پارک طبیعی و ذخایر، باغ وحش‌ها، آکواریوم‌ها و باغ گیاه شناسی است.

2**. مراسم و جشن‌ها**

مراسم و جشن‌ها شامل تمام عبارات از وقایع زندگی فرهنگی است. هنرهای نمایشی شامل هر دو فعالیت هنری حرفه‌ای و آماتور مانند تئاتر، اپرا و خیمه شب بازی است. همچنین جشن‌ها و مراسم سنتی شامل جشن‌ها و رویدادهای فرهنگی نظیر جشنواره‌ها و نمایشگاه‌هایی است که می‌تواند به صورت محلی و غیررسمی در محیط طبیعی انجام گیرد.

**3. هنرهای تجسمی و صنایع دستی**

هنرهای تجسمی، اشکال هنری مختلف و متنوعی هستند که بر اساس تجسم فرد از تصویری که در طبیعت وجود دارد خلق می‌شوند. اگرچه باید پذیرفت که برخی از هنرهای بصری معاصر ممکن است ترکیبی از چند شکل هنری باشد که از جمله می‌توان به هنر مجازی ( فرم هنری در حوزه الکترونیکی و صوتی و بصری و تعاملی رسانه‌ها) اشاره کرد.

حوزه‌ی هنرهای تجسمی و صنایع دستی شامل هنرهای زیبا مانند نقاشی، مجسمه سازی، صنایع دستی و عکاسی، همچنین اماکن تجاری که در آن اشیا به نمایش گذاشته می‌شوند، از جمله گالری‌های هنری تجاری می‌باشد.

**4. کتاب و مطبوعات**

این حوزه دربرگیرنده چاپ و نشر در همه شکل‌های مختلف مانند کتاب‌ها، روزنامه‌ها، نشریات و مجلات است. همچنین شامل اشکال نشریات الکترونیکی یا مجازی مانند روزنامه‌های آنلاین، کتاب الکترونیکی و توزیع دیجیتالی کتاب‌ها، کتابخانه‌های فیزیکی و مجازی نیز می‌باشد.

**5. صوتی، تصویری و رسانه‌های تعاملی**

اصلی‌ترین عناصر مربوط به این حوزه رادیو و تلویزیون است. این حوزه فیلم‌ها، کلیپ‌ها، رادیو و تلویزیون‌های اینترنتی، بازی‌های ویدئویی و اشکال جدید فرهنگی آن یعنی وب سایت‌های ارائه کننده‌ی بازی‌های آنلاین، پورتال‌های وب، وب سایت‌ها برای فعالیت‌های مربوط به شبکه‌های اجتماعی مانند فیس بوک، توییتر و ... را نیز شامل می‌شود.

**6. طراحی و خدمات خلاقانه**

این حوزه، فعالیت‌ها، کالاها و خدمات نشأت گرفته از طراحی‌های خلاقانه، هنری و زیبا از اشیا، ساختمان‌ها و چشم انداز را پوشش می‌دهد. همچنین این حوزه شامل مد، گرافیک و طراحی داخلی، طراحی مناظر و چشم اندازها، خدمات معماری و خدمات تبلیغاتی نیز می‌باشد. البته نباید فراموش کرد که خدمات معماری و تبلیغات بخشی از اصلی‌ترین بخش‌های این حوزه‌ی منتهی در بُعد خدمات است.

**7. توریسم و گردشگری**

توریسم و گردشگری نسبت به سایر حوزه‌های فرهنگ معرفی شده تفاوتی کیفی دارد. بنابراین نمی‌توان آن را در حوزه‌های قدیمی و سنتی حوزه‌های فرهنگی قرار داد. بنابراین بهتر است گردشگری به عنوان یک فعالیت و حوزه تقاضا محور (مشتری محور) تعریف شود. به همین دلیل، توریسم و گردشگری رابطه بسیار نزدیکی با دیگر حوزه‌های معرفی شده در بخش فرهنگ دارد.

**8. ورزش و تفریح**

در این تقسیم بندی حوزه ورزش دامنه تعریف گسترده‌تری دارد و شامل ورزش‌های رقابتی، آمادگی جسمانی و فعالیت‌های تفریحی سازمان یافته است. لازم به ذکر است که این تعریف شامل هر دو نوع ورزش حرفه‌ای و آماتور می‌شود. ورزش در بعضی کشورها با آداب و رسوم سنتی آن‌ها پیوند خورده، مثل ورزش کریکت در پاکستان. این حوزه همچنین شامل تفریحات و سرگرمی‌هایی می‌شود که برای لذت، سرگرمی یا آرامش جسمی و روحی فرد تعریف شده است.

**طبقه بندی توصیه نامه یونسکو**

طبقه بندی دیگری که بیش از سایر طبقه بندی‌ها به شناخت حدود بخش فرهنگ یاری می‌رساند، طبقه بندی‌ای است که یونسکو در جزوه‌ای تحت عنوان «توصیه نامه‌ای در مورد استاندارد کردن آمار هزینه‌های دولتی فعالیت‌های فرهنگی» منتشر ساخته است.

در این توصیه نامه، حوزه فرهنگ به مقوله‌های فرهنگی که در «چارچوب آماری فرهنگی» یونسکو مشخص شده تأکید دارد.

در جزوه تهیه شده توسط یونسکو فعالیت‌های سازنده بخش فرهنگ و زیرفعالیت‌های هر یک به ترتیب زیر مشخص شده است. شماره گذاری مقولات از صفر شروع شده.

مقوله 0- میراث فرهنگی

فعالیت‌هایی که با هدف حفظ و توسعه میراث فرهنگی و ساختارهای فرهنگی صورت می‌گیرد و شامل نگهداری یادمان‌ها و ذخیره سازی و جمع آوری میراث و گنجینه‌های گذشته و دربرگیرنده مصادیق ذیل است:

- یادمان‌ها و مکان‌های تاریخی

- بایگانی‌ها

- موزه‌ها

- حفاری‌های باستان شناسی

- آموزش‌های غیررسمی مربوط به این امور

مقوله 1- مواد چاپی و ادبیات

فعالیت‌هایی که با هدف خلق، تولید و توزیع آثار مکتوب به صورت چاپی صورت می‌گیرد، شامل کتاب‌ها، گاه نامه‌ها، روزنامه‌ها و نظیر آن‌ها و تأسیس و بهره برداری از کتابخانه‌ها. فعالیت‌های مربوط به این بخش عبارتند از:

- خلق و آفرینش ادبی

- چاپ و نشر ماهنامه‌ها

- عرضه و فروش کتاب‌ها و روزنامه‌ها

- کتابخانه‌ها

- پژوهش و آموزش‌های غیررسمی مربوط به این امور

- فعالیت‌های یارانه‌ای لازم برای تولید و چاپ آثار مکتوب

مقوله 2- موسیقی

فعالیت‌هایی که با هدف خلق، تولید و عرضه آثار موسیقیایی به صورت قطعات موسیقی، نوارهای موسیقی و کنسرت‌ها صورت می‌گیرد و شامل موارد ذیل است:

- آفرینش و اجرای موسیقی

- انتشارات موسیقی به صورت چاپی

- اجرای موسیقی

- انتشار موسیقی ضبط شده (دیسک، کاست، نوار مغناطیسی)

- توزیع و فروش آلات موسیقی و تجهیزات تکثیر موسیقی

- پژوهش و آموزش‌های غیررسمی در این امور

- فعالیت‌های لازم برای آفرینش و تولید موسیقی و تجهیزات موسیقی.

مقوله 3- هنرهای نمایشی

فعالیت‌هایی که با هدف خلق، تولید و عرضه‌ی آثار نمایشی صورت می‌گیرد. این آثار نمایشی دربرگیرنده جنبه‌های ادبی، موسیقیایی و تجسمی به صورت همزمان بوده و شامل موارد زیر است:

- تولید آثاری برای نمایش

- نمایش‌های تئاتری

- سیرک‌ها

- تالارهای نمایشی

- پژوهش و آموزش‌های غیررسمی در این امور

- فعالیت‌های یارانه‌ای لازم مانند اجاره تالارها، خرید خدمات، تولید و فروش تجهیزات

مقوله 4- هنرهای تجسمی

فعالیت‌هایی با هدف خلق، تولید و عرضه هنرهای تجسمی به صورت نقاشی، مجسمه سازی، تزیین، با صنایع دستی، و شامل موارد ذیل است:

- خلق آثار تجسمی

- انتشار و تولید آثار تجسمی

- کارهای نمایشگاهی مربوط به آثار تجسمی

- عرضه و فروش آثار تجسمی

- پژوهش و آموزش‌های غیررسمی مربوط به این امور

- فعالیت‌های یارانه‌ای لازم برای خلق، تولید و عرضه آثار تجسمی

مقوله 5- سینما و عکاسی

فعالیت‌هایی که با خلق و تولید آثار سینمایی صورت می‌گیرد و عبارتند از:

- تولید فیلم سینمایی

- عرضه و توزیع و نمایش فیلم‌ها

- عکاسی

- آموزش غیررسمی و پژوهش مربوط به این امور

- فعالیت‌های یارانه‌ای لازم برای تولید، عرضه و نمایش‌های سینمایی

مقوله 6- رادیو و تلویزیون

فعالیت‌هایی که با هدف خلق، تولید و عرضه آثار رادیویی و تلویزیونی صورت می‌گیرد و شامل موارد زیر است:

- رادیو

- تلویزیون

- آموزش‌های غیررسمی مربوط به رادیو و تلویزیون

- فعالیت‌های یارانه‌ای برای پخش برنامه‌ها

مقوله 7- فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی

فعالیت‌هایی که با هدف کمک به مردم برای بیان خواسته‌های خود به صورت فردی یا جمعی در کلیه جنبه‌های زندگی روزانه آن‌ها صورت می‌گیرد و شامل فعالیت‌های زیر می‌شود:

- طرح‌ها و برنامه‌های فرهنگی، اجتماعی

- مراکز فرهنگی و هنری

- غنی سازی فعالیت‌های غیرحرفه‌ای

- انجمن‌های مدنی و حرفه‌ای

- سایر فعالیت‌های فرهنگی- اجتماعی (مراسم و اعیاد، کارکردهای اجتماعی مربوط به باورهای دینی و اخلاق)

- آموزش‌های غیررسمی و پژوهش‌های مربوط به این امور

- فعالیت‌های یارانه‌ای برای فعالیت‌های فرهنگی- اجتماعی.

مقوله 8- ورزش و بازی‌ها

این مقوله شامل موارد زیر می‌شود:

- تولید تجهیزات ورزشی

- احداث و نگهداری ورزشگاه‌ها و سایر تسهیلات ورزشی (زمین ورزشی، استخر و ...)

- فعالیت‌های مرتبط با سازمان ورزشی بازی‌ها (انجمن‌های ورزشی، مسابقات و غیره)

- آموزش‌های غیررسمی و پژوهش‌های مربوط به این امور

مقوله 9- طبیعت و محیط زیست

فعالیت‌هایی که با هدف فراهم آوردن و نگهداری تأسیسات و خدمات مرتبط با طبیعت و محیط زیست صورت می‌گیرد و شامل فعالیت‌های زیر می‌شود:

- فعالیت‌های تفریحی مرتبط با طبیعت (پارک‌های ملی، جاذبه‌های طبیعی، سواحل حفاظت شده برای شنای عموم، پارک‌های جنگلی) و فعالیت‌های مرتبط با کیفیت زندگی شهری (پارک‌ها، بیشه‌ها و پارک‌های بازی کودکان).

مقوله 10- مدیریت عمومی فرهنگ

این فعالیت‌ها با هدف نگهداری، تجهیز و مدیریت خدمات و فعالیت‌های چند منظوره‌ای که نمی‌توان آن‌ها را در یکی از مقولات فوق الذکر جای داد، صورت می‌گیرد و شامل موارد زیر می‌شود:

- مدیریت دولتی فرهنگ

- سایر فعالیت‌هایی که در مقولات 0 تا 9 جای نمی‌گیرند.

از بین طبقه بندی‌های مذکور، طبقه بندی توصیه نامه یونسکو از دقت و جامعیت بالاتری برخوردار است، به خصوص که در عمل نیز جوابگوی نیازهای وسیع سازمان فرهنگی یونسکو بوده و از طرفی این طبقه بندی، از انطباق مناسبی با فعالیت‌های سازمان‌های فرهنگی در ایران برخوردار است .