

تأثیر آشنایی با میراث فرهنگی بر مدیریت توسعه سرمایه فرهنگی جوانان شهر تهران

پیمان‌ه عسگری^۱
محمود گودرزی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۵/۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۷/۲۱

از آنجا که سرمایه فرهنگی یکی از عوامل توسعه پایدار شناخته شده است، شناخت و آشنایی با میراث فرهنگی که یکی از مولفه‌های توسعه سرمایه فرهنگی می‌باشد، می‌تواند به عنوان عاملی هویت ساز سطح فرهنگی جوانان را ارتقا بخشد و مسیر رسیدن به توسعه پایدار را تسهیل نماید. هدف این مقاله، مدیریت توسعه سرمایه فرهنگی در جوانان است که در پی تأثیر معنی دار شناخت از تاریخ فرهنگی ایران می‌باشد. روش پژوهش از نظر هدف، کاربردی و روش گردآوری اطلاعات، توصیفی-پیمایشی است. جامعه نمونه ۳۸۵ نفر از جوانان شهر تهران است که در بازه سنی ۱۸ تا ۳۵ سال از طریق نمونه گیری خوشه ای تصادفی انتخاب شده‌اند. ابزار اصلی پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته است که پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ، بالای ۰/۷ تایید شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها در سطح آمار توصیفی از نرم افزار Spss ۳۲ و در سطح آمار استنباطی از نرم افزار PLS^۳ استفاده گردیده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که میان متغیر شناخت میراث فرهنگی و توسعه سرمایه فرهنگی در جوانان همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد و آشنایی با میراث فرهنگی بدرستی می‌تواند توسعه سرمایه فرهنگی را در جوانان پیش بینی و تبیین نماید.

واژگان کلیدی: توسعه سرمایه فرهنگی، میراث فرهنگی و جوانان

E-mail: Peymanehasgari@gmail.com

۱. استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، ایران (نویسنده مسئول)

۲. استاد تمام، دانشگاه تهران، تهران، ایران

مقدمه

یکی از مهمترین عناصر توسعه پایدار در هر کشور، توسعه سرمایه‌های فرهنگی افراد آن کشور است. از آنجا که جوانان در هر جامعه، آینده سازان آن جامعه هستند، مدیریت توسعه سرمایه فرهنگی جوانان می‌تواند یکی از عناصر تاثیر گذار بر توسعه پایدار باشد. مدیریت توسعه سرمایه فرهنگی در جوانان می‌تواند به توسعه پایدار یک کشور کمک کند (یونسکو^۱، ۲۰۱۱). در حقیقت توسعه سرمایه فرهنگی به عنوان نیروی محرک در تجدید و تعالی حیات فرهنگی در تمامی حوزه‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی تاثیرگذار است و با تکیه بر آن می‌توان به مزیت مادی و معنوی جامعه رسید (کالی^۲، ۲۰۰۵). توسعه سرمایه فرهنگی سبب بروز موفقیت‌هایی در بعد اجتماعی می‌شود و با ایجاد هویت فرهنگی باعث افزایش سلامت رفتاری و روانی افراد جامعه می‌گردد. همچنین موجبات ارتقای سرمایه اجتماعی را فراهم می‌آورد (بورديو^۳، ۲۰۰۷). «سند چشم انداز بیست ساله نظام جمهوری اسلامی ایران»، سندی جهت تبیین توسعه ایران در زمینه‌های مختلف است. سال ۱۴۰۴ خورشیدی (۲۰۲۵ میلادی) افق چشم انداز است و بر اساس آن یکی از وظایف مهم فراروی سیاستگذاری و خط مشی گذاری فرهنگی، توسعه و ارتقای کشور در ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، حقوقی و علمی است تا مسیر رسیدن به توسعه پایدار را طی کند. توسعه سرمایه فرهنگی نیازمند سیاست گذاری‌های فرهنگی و برنامه ریزی در قلمرو فرهنگ می‌باشد (صالحی امیری، ۲۰۰۷). جامعه همیشه در حال تغییرات اجتماعی است که از درون و برون اتفاق می‌افتد و این جریان به طور اجتناب ناپذیری صورت می‌گیرد (ساروخانی، ۲۰۱۴). امروزه در جامعه جوانان ایرانی، علاقمندی بیشتری به موضوعات بازتولید فرهنگی و آگاهی از سیر تاریخ فرهنگی ایران دیده می‌شود. در همین راستا، تبادل اطلاعات در زمینه وقایع تاریخی و فرهنگی ایران در شبکه‌های اجتماعی رو به افزایش است. عدم آگاهی افراد به خصوص جوانان در شناخت درست و کافی از رخدادهای تاریخی و فرهنگی و میل جوانان به شناخت و آگاهی بیشتر برای یافتن هویت فرهنگی و ملی محسوس است. شناخت صحیح میراث فرهنگی می‌تواند به آگاهی درست و نهادینه تاریخ و اسطوره‌های فرهنگی ایران به صورت ملموس کمک کند و هویت فرهنگی جوانان را قوت بخشد. همچنین، از سوء استفاده‌های ابزاری فرهنگی که جوانان را مورد هدف قرار داده است، جلوگیری نماید. توسعه سرمایه فرهنگی باعث ایجاد جامعه‌ای با کاهش جرم و بزه (والدورن^۴، ۲۰۰۹ و جانسون^۵، ۱۹۹۵)، تولید نظم و رفاه اجتماعی (فانینگ^۶، ۲۰۱۰)، افزایش سلامت جسمانی و روانی (آبل^۷، ۲۰۱۲) و افزایش امنیت

1. UNESCO

2. Kuly

3. Bourdieu

4. Waldron

5. Johnson

6. Fanning

7. Abel

اجتماعی می‌گردد. امروزه از توسعه سرمایه فرهنگی به عنوان یک عامل مهم جهت توسعه پایدار (یونسکو^۱، ۲۰۱۱) و هویت بخشی و ارزش آفرینی (کلارک^۲، ۲۰۱۱) نام برده می‌شود. تراسبی^۳، شناخت میراث فرهنگی را توسعه دهنده سرمایه فرهنگی می‌داند و در کتابش به نام «اقتصاد فرهنگ» به نقش ارزش آفرینی فرهنگی به کمک میراث فرهنگی اشاره می‌کند (تراسبی، ۲۰۰۱). هدف شناخت درست از میراث فرهنگی علاوه بر بودن آن به عنوان یک شاهد فیزیکی فرهنگی، استفاده از مفاهیم معنوی هویت بخشی و ایجاد ارزش‌های اجتماعی و روانی و ایجاد غرور آفرینی ملی در ناخودآگاه جمعی است. به عبارت دیگر، می‌توان گفت شناخت میراث فرهنگی با ایجاد آگاهی جمعی و هویت بخشی ملی می‌تواند باعث توسعه سرمایه فرهنگی گردد (مک کرچر^۴، ۲۰۰۴). چارچوب نظری این مقاله بر اساس نظریات پیر بوردیو است و بر اساس نظریه وی، مولفه‌های سرمایه فرهنگی در سه بعد متجسم، عینی و ضابطه‌ای مطرح می‌شوند. در مقاله حاضر سعی گردیده است با توجه به ابعاد گوناگون سرمایه فرهنگی بر اساس زیست بوم فرهنگی ایران، تاثیر آشنایی با میراث فرهنگی در جوانان بر مدیریت توسعه سرمایه فرهنگی آنان مشخص گردد. این مقاله به بررسی شناخت میراث فرهنگی ایران به عنوان یکی از شاخص‌های مدیریت توسعه سرمایه فرهنگی می‌پردازد.

مبانی نظری پژوهش سرمایه فرهنگی

سرمایه فرهنگی به عنوان شکلی از سرمایه ارزشی و فرهنگ برجسته است که با وجود تفاوت با سرمایه اقتصادی و اجتماعی، ولی در نهایت به هر دوی این سرمایه‌ها قابل تبدیل می‌باشد (بوردیو^۵، ۱۹۹۰). انتقال سرمایه اقتصادی از نسلی به نسل دیگر و از طریق ارث و میراث صورت می‌گیرد؛ در حالی که انتقال سرمایه فرهنگی امری پیچیده‌تر است (تیلور^۶، ۱۹۹۷). در مدیریت توسعه سرمایه فرهنگی کشور ضروری است تا با نفوذ فرهنگ در رویه‌های مدیریتی، بتوان بهترین عملکرد را به دست آورد (جمی و اعتباریان، ۱۳۹۵). محققان باور دارند افرادی که نسبت به مطرح کردن ایده‌ها تشویق می‌شوند، به مدیریت سازمان‌ها در به دست آوردن دانش در فرآیند تصمیم‌گیری کمک می‌کنند (سیبستوا و ریلکوا^۷، ۲۰۱۱). شناخت فرهنگی از مهمترین عوامل مؤثر بر کارکرد نهادهای کشور است. شناخت عوامل فرهنگی در جامعه، یکی از ضروریات است تا مدیران و مسئولان

1. UNESCO
2. Clarke
3. Throsby
4. Mckercher
5. Bourdieu
6. Taylor
7. Šebestová & Rylková

جامعه از این رهگذر بتواند سرمایه‌های فرهنگی را به بهترین نحو مدیریت کند و تصمیم‌گیری‌ها و سیاستگذاری‌های صحیح را انجام دهند (هارگی^۱، ۲۰۱۶؛ رامینگونگ و سانسینگ^۲، ۲۰۱۳ و اوزکان^۳، ۲۰۰۷). از نظر بوردیو سرمایه فرهنگی به سه حالت می‌تواند وجود داشته باشد:

۱. حالت تجسد یافته^۴: این نوع سرمایه به بدن و ذهن افراد پیوسته است. به تلاش‌ها و شناخت و آگاهی افراد وابسته است و به وسیله خود فرد به دست می‌آید. کسب علم و شناخت، تلاش برای کسب سرمایه تجسیدی است. درونسازی در قالب گرایش‌های دیرپای انسان که در راستای تداوم تلاش‌های اولیه فرد بوجود می‌آید و به مفهوم عادت واره نزدیک است. مجموعه توانایی‌ها و دانایی‌ها که در افراد تجلی پیدا می‌کند (بوردیو، ۲۰۰۸). جوانان با شناخت و آگاهی صحیح از میراث فرهنگی ایران می‌توانند به این نوع از سرمایه فرهنگی دست یابند.

۲. حالت عینیت یافته^۵: اشیای مادی، کالاها، فرهنگی و رسانه‌هایی مانند میراث فرهنگی، نوشته‌ها، کتاب‌ها، نقاشی‌ها و ابزارهای موسیقی جزو سرمایه فرهنگی عینیت یافته هستند. بهره‌گیری از سرمایه فرهنگی عینیت یافته وابسته به سرمایه فرهنگی تجسیدی فرد است (بوردیو، ۲۰۰۸). سرمایه فرهنگی می‌تواند عینیت یابد و به شکل دارایی فرهنگی مطرح شود که در واقع، اثر یا حاصل فعالیت‌های فرهنگی هستند (شامپین^۶، ۲۰۱۲). سرمایه فرهنگی عینی به شکل اشیای مادی مانند نوشته‌ها، نقاشی‌ها، بناهای تاریخی، ابزارها و غیره عینیت پیدا می‌کنند و فقط کسانی که سرمایه فرهنگی تجسم یافته را در اختیار دارند، می‌توانند سرمایه فرهنگی عینیت یافته را نیز به دست آورند (تاجبخش، ۲۰۰۵).

۳. حالت نهادی شده^۷: سرمایه فرهنگی نهادی یا ضابطه‌ای، عینیت بخشیدن به سرمایه فرهنگی از طریق مدارک و مستندات رسمی و غیر رسمی می‌باشد که خارج از دارایی‌های تجسیدی و عینی واقعیت پیدا می‌کنند؛ مانند عناوینی که به صورت قانونی و نهادی حاصل می‌گردند (بوردیو، ۲۰۰۸). میراث فرهنگی ایران از طرف سازمان‌های بین‌المللی فرهنگی مورد توجه بسیاری قرار دارد و این میراث می‌تواند هرچه بیشتر به عنوان سرمایه فرهنگی ضابطه‌ای در شبکه جهانی مطرح گردد. حتی می‌توان نرخ تبدیل این نوع سرمایه فرهنگی را به سرمایه اقتصادی بر حسب ارزش پولی برآورد کرد. تبدیل این نوع سرمایه فرهنگی به سرمایه‌های اقتصادی، وابسته به کمبایی آن است (جعفری، ۲۰۰۸).

1. Hargie

2. Ramingwong & Snansieng

3. Uysal & Öner-Özkan

4. Embodied state

5. Objectified state

6. Shampaen

7. Institutionalized state

توسعه سرمایه فرهنگی^۱

امروزه در شبکه جهانی، سرمایه فرهنگی نه در قالب فردی، بلکه در بعد اجتماعی و به عنوان شاخصی مؤثر در توسعه ملی در نظر گرفته شده است (صالحی امیری، ۱۳۸۶). با ارتقای دانش افراد می توان به توسعه سرمایه های فرهنگی هر جامعه دست یافت (فیلیپس^۲، ۲۰۱۰). توسعه در سرمایه فرهنگی برای رسیدن به توسعه پایدار فرهنگی در جوامع مورد نظر است. در حوزه علوم اجتماعی، مولفه های متعددی برای توسعه سرمایه فرهنگی ارائه شده است.

مولفه های توسعه سرمایه فرهنگی^۳

محققان جامعه پذیری، انتقال فرهنگی، دستیابی به امکانات آموزشی و تحرک اجتماعی را از مولفه های توسعه سرمایه فرهنگی می دانند. شاخص هایی می توانند منجر به توسعه سرمایه فرهنگی گردند که بتوانند جامعه پذیری و درونی سازی ارزش ها و هنجارها و انتقال فرهنگی را سبب گردند. «انتقال فرهنگی» حتی می تواند سطوح دستیابی به امکانات آموزشی را تعیین نماید (اسچرگر^۴، ۲۰۱۰).

۱. جامعه پذیری: نوعی کنش اجتماعی است که افراد، هنجارها و ارزش های یک جامعه را درونی و نهادینه می سازند. از نظر بلومر، اجتماعی شدن یا جامعه پذیری همان ذوب شدن، یکی شدن و جابجایی در فرهنگ یک جامعه است (هربرت بلومر، ۲۰۰۸).

۲. انتقال فرهنگی: انتقال سرمایه موروثی بر مبنای سرمایه های فرهنگی موجود در یک جامعه که سبب بروز انگیزه و تحرک رو به جلو در افراد می شود (اسچرگر، ۲۰۱۰).

۳. افزایش دستیابی به امکانات آموزشی: امکان دستیابی به آموزش و آگاهی جمعی، رشد و تعالی سطح فرهنگ جامعه را در پی خواهد داشت و این مهم به توسعه سرمایه فرهنگی یک جامعه کمک می کند (اسچرگر، ۲۰۱۰). آموزش در راستای شناخت صحیح تاریخ میراث فرهنگی می تواند منجر به توسعه سرمایه فرهنگی جوانان گردد.

۴. تحرک اجتماعی: توسعه سرمایه فرهنگی به عنوان نیروی محرک در تغییر طبقه اجتماعی در تمامی حوزه های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی می تواند دیده شود. تحرک اجتماعی نیز می تواند منجر به تجدید حیات فرهنگی گردد و با تکیه بر آنها به منفعت طلبی مادی و معنوی دست یافت (کالی، ۲۰۰۵).

این تحقیق با بررسی میزان جامعه پذیری، دستیابی آموزشی، انتقال فرهنگی و تحرک اجتماعی و ارتباط آنها با شناخت میراث فرهنگی به ارزیابی توسعه سرمایه فرهنگی در جوانان پرداخته است.

میراث فرهنگی

میراث فرهنگی در هر جامعه، زمانی می تواند هویت بخش باشد و باعث انسجام گردد که افراد

1. promotion of cultural capital

2. Phillips

3. promotion of cultural capital

4. Scherger

یک جامعه، شناخت و آگاهی کافی از میراث فرهنگی خود داشته باشند و نقش میراث فرهنگی را در هویت بخشی خود بدانند. شناخت از تاریخ و میراث فرهنگی، با آموزش رسمی و غیررسمی به نسل بعد انتقال می یابد (تراسبی، ۲۰۰۱). میراث فرهنگی می تواند منتقل کننده ارزش های فرهنگی از نسلی به نسل دیگر در طول تاریخ باشد. در این حالت، خوانش و تفسیری که از میراث فرهنگی می شود اهمیت دارد. دولت ها وظیفه دارند که در راستای ایجاد هویت جمعی و تقویت فرهنگ عمومی مشترک، برای ایجاد ارزش مشترک که قدرت آفرین است، این ارزش ها را در میراث فرهنگی بیابند و به بازشناسی و شناخت آنها کمک کنند. از این منظر، میراث فرهنگی هر کشور می تواند نقش مهمی در تولید سرمایه فرهنگی در آن جامعه داشته باشد، مشروط به اینکه سیاست فرهنگی بتواند میراث فرهنگی را به شیوه ای کارآمد به افراد آن جامعه بشناساند و نحوه استفاده از آنها را آموزش دهد. پیر بوردیو، جامعه شناس فرانسوی با طرح مفهوم سرمایه فرهنگی نشان می دهد که جوامع در کنار سرمایه های اقتصادی و انسانی، نیازمند سرمایه فرهنگی می باشند که بتوانند به توسعه پایدار دست یابند (بوردیو، ۲۰۰۸).

جوانان

قطعنامه عمومی سازمان ملل متحد، واژه «جوان» را برای سن ۱۸ تا ۲۴ سال برگزیده است، اما در جلسه «شورای عالی جوانان» در سال ۱۳۹۷، بازه سنی ۱۸ تا ۳۵ برای تعریف جوان تصویب شده است. این پژوهش با توجه به بازه سنی ۱۸ تا ۳۵ سال برای در نظر گرفتن جامعه نمونه انجام شده است. **رابطه شاخص های توسعه سرمایه فرهنگی با شناخت میراث فرهنگی^۵**

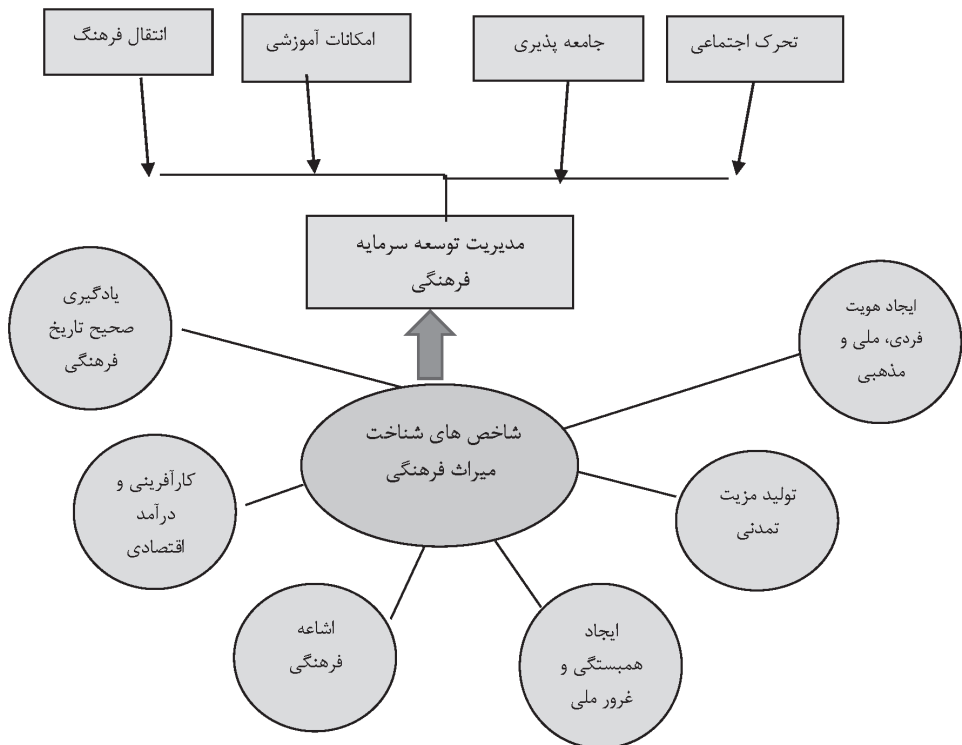
سرمایه فرهنگی، نوعی سرمایه ارزشی از نوع سرمایه فکری یا سرمایه مادی است که قابلیت انتقال از نسل های گذشته به نسل های آتی را دارد و باعث ایجاد ارزش های فرهنگی و هویت فرهنگی در افراد جامعه می شود. ایران از جمله معدود سرزمین هایی با تاریخی کهن در حوزه تمدن و مدنیت است. تمدن در ادوار تاریخی ایران، به شکل میراث فرهنگی بجا مانده است. میراث فرهنگی که نشانه تمدن و تمدن که همانا ظهور و بروز فرهنگ است، نشان از نوع نگرش و اندیشه مردمان این سرزمین دارد و سرمایه فرهنگی عینیت یافته ای است که می تواند با مدیریت توسعه سرمایه فرهنگی باز تولید گردد. باز تولید این سرمایه فرهنگی می تواند از طریق شناخت صحیح و کامل از پیشینه تاریخ فرهنگی صورت پذیرد و توسعه سرمایه فرهنگی متجسم را در افراد جامعه تجلی دهد (مک کرچر، ۲۰۰۲).

آموزش رسمی توسط نهادهای آموزشی و آموزش غیر رسمی توسط گروه های غیر رسمی در جامعه، خانواده، دوستان و رسانه های مختلف (رادیو، تلوزیون، اینترنت، کتاب و مجلات...) صورت می پذیرد (مکلن توش، ۱۹۹۹). شناخت صحیح و کافی از میراث فرهنگی برای حفظ و نگهداشت از میراث هویت بخش فرهنگ می تواند در مسیر توسعه فرهنگی یک جامعه نقش مهمی ایفا کند، با انسجام بخشی به جامعه و ارزش آفرینی فرهنگی، در راستای تولید و حفظ امنیت فرهنگی نیز مثمر

5. preserving cultural heritage

ثمر واقع شود و در توریسم فرهنگی با جذب منافع اقتصادی نیز در زمینه توسعه پایدار فرهنگی نقش آفرین باشد (تراسبی^۱، ۲۰۰۱). به دلیل نقش های چندگانه، میراث فرهنگی هم می تواند شکل ارتقایافته سرمایه فرهنگی محسوب شود و هم خود یکی از مولفه های توسعه سرمایه فرهنگی در نظر گرفته شود. شناخت میراث فرهنگی می تواند با بررسی شاخص های زیر میسر گردد (ریچارد^۲، ۱۹۹۶):

۱. ایجاد هویت فردی، ملی و مذهبی
۲. یادگیری صحیح تاریخ فرهنگی
۳. ایجاد همبستگی و غرور ملی
۴. تولید مزیت تمدنی
۵. انتقال و اشاعه فرهنگی
۶. کارآفرینی و کسب درآمد اقتصادی



شکل ۱: رابطه شناخت میراث فرهنگی و مدیریت توسعه سرمایه فرهنگی

1. Throsby
2. Richard

روش شناسی پژوهش

این پژوهش به لحاظ استفاده از نتایج، کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی می‌باشد. این تحقیق به شیوه ترکیبی صورت پذیرفته و از روش‌های کمی و کیفی جهت گردآوری اطلاعات استفاده شده است. پرسشنامه محقق ساخته، با ۶۰ سوال بین خبرگان توزیع گشت و در نهایت روایی و پایایی ۳۵ سوال تایید شد. در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آمار استنباطی تحلیل عاملی و روش حداقل مربعات جزئی (PLS)^۱ و نرم افزار spss ۲۳ استفاده شده است. پرسشنامه محقق ساخته، بین ۳۸۵ نفر از جوانان شهر تهران به روش نمونه گیری خوشه ای تصادفی توزیع گردید. در جامعه‌های آماری که تعداد آنها خیلی زیاد است، برای تعیین حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران، جامعه نمونه را ۳۸۵ در نظر می‌گیرند (n=۳۸۵). این پرسشنامه با طیف لیکرت سنجیده شده است. پایایی^۲ (قابلیت اعتماد) پرسشنامه بعد از تایید روایی صوری، با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ اندازه گیری شد و پایایی آن تایید گردید. مقادیر ضریب آلفای کرونباخ در گویه‌ها بالاتر از معیار قابل قبول ۰/۷ است. این پژوهش در شهر تهران انجام شد و جوانان را در پنج منطقه شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز تهران، مورد بررسی قرار داد.

جدول ۱: مشخصات مناطق تهران

مناطق تهران	شماره مناطق
منطقه شمال	مناطق ۱، ۲، ۳، ۴
منطقه جنوب	مناطق ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰
منطقه شرق	مناطق ۸، ۱۳، ۱۴
منطقه غرب	مناطق ۵، ۹، ۲۱، ۲۲
منطقه مرکز	مناطق ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۲
کل مناطق	۲۲

1. Partial Least Squares
2. Reliability



شکل ۲: مناطق ۲۲ گانه شهر تهران

یافته‌های پژوهش

با توجه به شاخص‌های توسعه سرمایه فرهنگی و شاخص‌های شناخت میراث فرهنگی، نتایج بارهای عاملی در جدول ۲ مشخص شده است. روشی که در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آن استفاده شد، روش مبتنی بر واریانس است و معادلات با یکی از روش‌های تحلیل آن با عنوان «حداقل مربعات جزئی» (PLS) بررسی گردید. این روش برخلاف مدل یابی معادلات ساختاری مبتنی بر کواریانس، بر حداکثر کردن واریانس متغیرهای وابسته توسط یک متغیر مستقل تمرکز دارد. یک مدل حداقل مربعات جزئی همانند همه روش‌های مدل یابی معادلات ساختاری شامل یک جزء ساختاری است که روابط میان متغیرهای پنهان و یک جزء اندازه‌گیری که بیانگر چگونگی ارتباط متغیرهای پنهان و مولفه‌های آن است را منعکس می‌کند. این روش جزء سومی نیز دارد که عبارت است از روابط وزنی برای برآورد بارهای عاملی متغیرهای پنهان. روش حداقل مربعات جزئی، کارش را با محاسبه بارهای عاملی آغاز می‌کند. به همین منظور متغیرهای مشاهده شده را به عنوان ترکیبات خطی دقیق مولفه‌های تجربی در نظر می‌گیرد. وزن‌های استفاده شده برای برآورد این بارهای عاملی به نحوی برآورد می‌شوند که بارهای عاملی به دست آمده، بیشتر واریانس متغیرهای مستقل را به دست آورند- این کار برای پیش‌بینی متغیر وابسته مفید است. با به کارگیری این وزن‌ها این امکان بوجود می‌آید که با محاسبه میانگین موزون مولفه‌های هر متغیر پنهان، برای آن یک ارزش خاص برآورد شود. در واقع، ایده اصلی روش حداقل مربعات جزئی این است که اول روابط وزنی را که مولفه‌های

یک متغیر پنهان را به آن مربوط می‌کند، برآورد و سپس بارهای عاملی هر متغیر پنهان را با به کارگیری روابط وزنی و بر اساس میانگین موزون مولفه‌های آن محاسبه نماید و در نهایت این بارهای عاملی را برای برآورد پارامترهایی برای روابط ساختاری در مجموعه‌های معادلات رگرسیون به کار برد. روش PLS برای ارزیابی مدل‌های اندازه‌گیری معادلات ساختاری، سه قسمت را تحت پوشش قرار می‌دهد:

۱. بخش مربوط به مدل‌های اندازه‌گیری
۲. بخش ساختاری
۳. بخش کلی مدل

محققانی که از روش PLS و نرم افزارهای مرتبط با آن مثل Smart PLS استفاده می‌کنند، باید در ابتدا از صحت روابط موجود در مدل‌های اندازه‌گیری با استفاده از معیارهای پایایی و روایی اطمینان حاصل کنند و سپس به بررسی و تفسیر روابط موجود در بخش ساختاری بپردازند. ذکر این نکته ضروری است که تنها در صورتی روابط بخش ساختاری معنادار و قابل تفسیر هستند که روابط بخش‌های مدل اندازه‌گیری در حد قابل قبول باشند. اگر پژوهشگر با مقادیر پایین تر از حد قابل قبول در بخش‌های مدل اندازه‌گیری روبه رو شود، باید ابتدا به اصلاح بخش مدل‌های اندازه‌گیری بپردازد و سپس روابط بخش ساختاری مدل خود را بررسی و تفسیر نماید.

جدول ۲: نتایج بارهای عاملی مدل تحقیق

اعتبار	آماره تی	بار عاملی	شاخص	
supported	۱۲	۰/۷۱	تحرک پذیری	شاخص‌های توسعه سرمایه فرهنگی
supported	۱۶/۱	۰/۷۵	انتقال فرهنگی	
supported	۱۰/۳	۰/۷۲	دستیابی به امکانات آموزشی	
supported	۴/۳۹	۰/۵۳	جامعه پذیری	
supported	۱۵/۷	۰/۸۰	تولید مزیت تمدنی	شاخص‌های شناخت میراث فرهنگی
supported	۲۸/۸	۰/۸۶	انتقال و اشاعه فرهنگی	
supported	۴۵/۴	۰/۸۹	کارآفرینی و کسب درآمد اقتصادی	
supported	۱۷/۳	۰/۸۰	یادگیری صحیح تاریخ فرهنگی	
supported	۳۵/۴	۰/۸۷	ایجاد همبستگی و غرور ملی	
supported	۱۸/۳	۰/۸۰	ایجاد هویت فردی، ملی و مذهبی	

جدول ۳: ضرایب‌های مسیر آزمون فرضیه‌ها

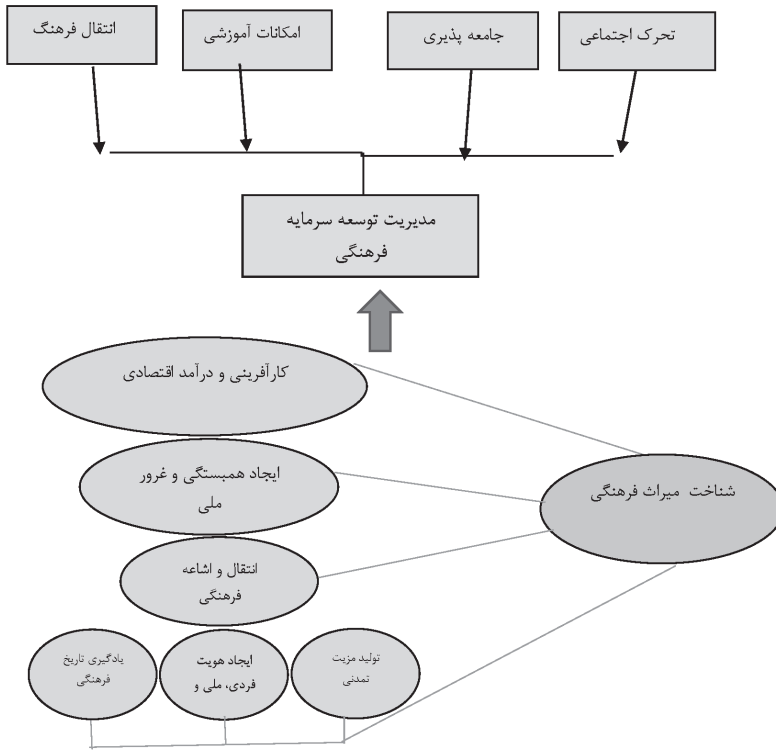
نتیجه آزمون	Sig.	ضرایب معنی داری t	ضرایب مسیر b	مسیر
رد فرض صفر	۰/۰۳۱	۲/۱۵	۰/۱۱	ایجاد هویت فردی، ملی و مذهبی - توسعه سرمایه فرهنگی
رد فرض صفر	۰/۰۳۳	۲/۱۳	۰/۱۱	یادگیری صحیح تاریخ فرهنگی - توسعه سرمایه فرهنگی
رد فرض صفر	۰/۰۰۱	۳/۲۱	۰/۱۵	ایجاد همبستگی و غرور ملی - توسعه سرمایه فرهنگی
رد فرض صفر	۰/۰۲۱	۲/۳۲	۰/۱۱	تولید مزیت تمدنی - توسعه سرمایه فرهنگی
رد فرض صفر	۰/۰۰۲	۳/۰۷	۰/۱۲	انتقال و اشاعه فرهنگی - توسعه سرمایه فرهنگی
رد فرض صفر	۰/۰۰۰	۳/۸۰	۰/۲۰	کارآفرینی و کسب درآمد اقتصادی - توسعه سرمایه فرهنگی

بر اساس جدول ۳ و تجزیه و تحلیل ضرایب t-values به وجود ارتباط مثبت و معنی دار بین شاخص‌های شناخت میراث فرهنگی و شاخص‌های توسعه سرمایه فرهنگی پی می‌بریم. ضرایب معنی داری t^۱ معیار باری سنجش رابطه بین متغیرهاست و برازش ساختاری پژوهش را بعهدہ دارد. در صورتی که مقدار این اعداد از ۱/۹۶ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین متغیرها و در نتیجه تایید فرضیات پژوهش در سطح اطمینان ۰/۹۵ می‌گردد؛ به این معنی که شاخص‌های در نظر گرفته شده از متغیر شناخت میراث فرهنگی با شاخص‌های توسعه سرمایه فرهنگی رابطه مثبت و معنی داری دارند. بر اساس جدول فوق ضرایب مسیر b^۱، همگی مثبت هستند و اعداد وزن رابطه بین متغیرها را توضیح می‌دهند. بر اساس وزن شاخص‌های شناخت میراث فرهنگی، به ترتیب کارآفرینی و کسب درآمد اقتصادی بالاترین وزن، سپس ایجاد همبستگی و غرور ملی در رتبه پایین تر و سپس انتقال و اشاعه فرهنگی و سه گویه یادگیری صحیح تاریخ فرهنگی، تولید مزیت تمدنی و ایجاد هویت فردی ملی و مذهبی با یک وزن در یک سطح از اهمیت قرار می‌گیرند.

1. t-values

2. Path Coefficients

● تاثیر آشنایی با میراث فرهنگی بر مدیریت توسعه سرمایه فرهنگی جوانان شهر تهران

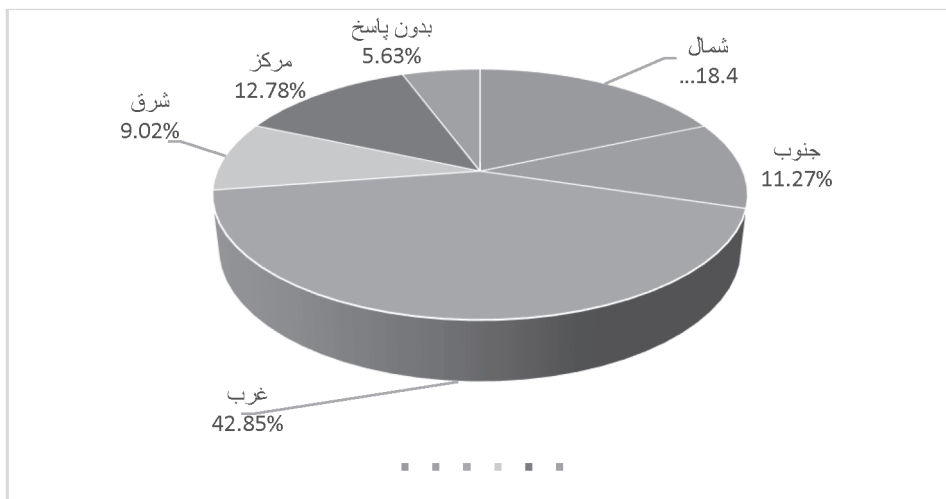
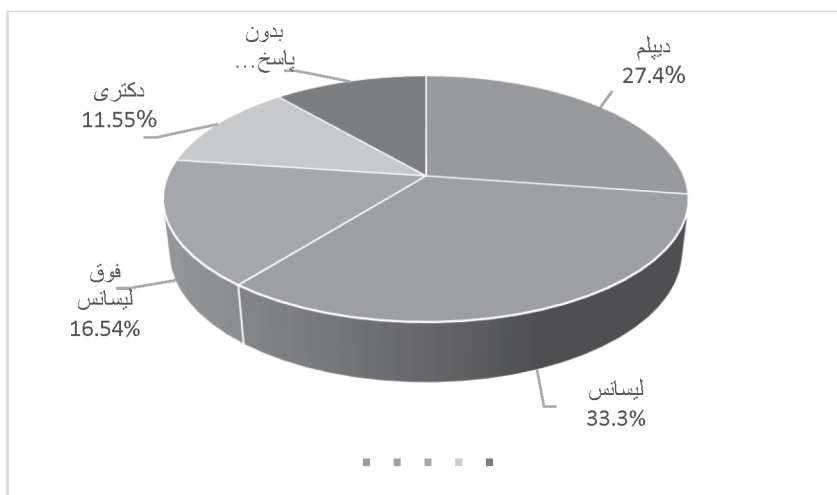
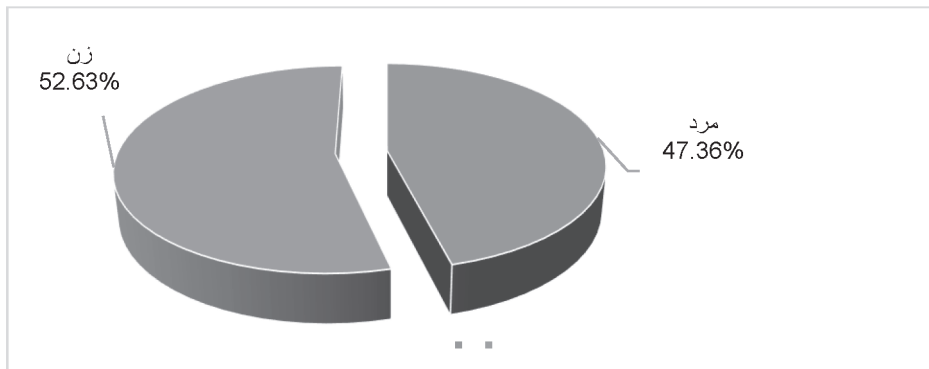


شکل ۳: مدل پژوهش

جدول ۴: شاخص های کلی توسعه سرمایه فرهنگی

آموزش	طراحی آموزش های فرهنگی؛ استفاده از روش های یاددهی موثر در آموزش؛ استفاده از شیوه های جذاب در آموزش؛ تناسب محتوای آموزشی و دانش افراد و انتقال مفاهیم آموزشی توسط متخصصان	شاخص های بعد متجسم توسعه سرمایه فرهنگی
دانش سلامتی	میزان خود اظهاری سلامت؛ آگاهی از دانش بهداشت عمومی و اهمیت وجود سلامتی در نسل بعدی	
دموکراسی	اعتقاد به گفتگو و تفاهم؛ اعتقاد به حقوق مساوی زن و مرد؛ حق انتخاب روش مناسب زندگی؛ پیروی از تصمیم گیری های عقلایی و عدم تبعیض اقتصادی	
هویت فرهنگی	ایجاد هویت ملی با نمادسازی از میراث فرهنگی؛ ایجاد هویت دینی و اهمیت ترمیم و بازسازی میراث تمدنی	
طبقه اجتماعی	میزان مصرف کالاهای فرهنگی (بازدید از موزه ها، خرید کتاب، رفتن به سینما، تئاتر و کنسرت و...)؛ میزان تحصیلات؛ میزان درآمد و سرانه مطالعه	

وجود دانش فرهنگی؛ عادت واره‌ها برای شرکت در برنامه‌های فرهنگی (رفتن به سینما، تئاتر، کنسرت موسیقی، نمایشگاه‌های هنری؛ کتابخانه‌ها، موزه‌ها و...؛ حضور در مراسم ملی؛ حضور در مراسم مذهبی و عضویت در مراکز فرهنگی	مشارکت فرهنگی	
میزان امکانات فرهنگی موجود؛ میزان دستیابی به منابع فرهنگی؛ تخصیص هزینه برای مصارف فرهنگی؛ تناسب درآمد با هزینه‌های استفاده از امکانات فرهنگی و مقدار بودجه دولتی که برای ایجاد امکانات فرهنگی در نظر گرفته می‌شود	امکانات و منابع فرهنگی	شاخص‌های بعد عینی توسعه سرمایه فرهنگی
ویژگی‌های کالاهای فرهنگی مورد نیاز افراد خانواده (ارزانی و فراوانی کالا، کیفیت و تبلیغات، انطباق با فرهنگ بومی)؛ ویژگی‌های کالاهای فرهنگی در ارتباط با هنجارهای اجتماعی خانواده‌ها و مد؛ اهمیت رضایت خانواده در مصرف کالاهای فرهنگی؛ ایجاد تمایز اجتماعی خانواده‌ها با بهره‌گیری از برندهای تجاری و اهمیت تبلیغات برای مصرف کالاهای فرهنگی	مصرف فرهنگی	
بالا بردن دانش به منظور ارتباط با شبکه‌های جهانی؛ ایجاد شبکه‌های اجتماعی جهت تسهیل تبادل اطلاعات و فرصت‌های فرهنگی؛ میزان دسترسی به شبکه‌های اینترنتی (شبکه‌های اجتماعی، بانک‌های اطلاعات داخلی و خارجی و...؛ استفاده صحیح از محتوای شبکه‌های مجازی و تخصیص هزینه برای اتصال به شبکه اینترنت جهانی	دسترسی به اطلاعات و شبکه جهانی	
شناخت جاذبه‌های گردشگری؛ تشویق به گردشگری و معرفی فرهنگ و تمدن کشور؛ باز تولید ارزش‌های ملی و دینی با استفاده از گردشگری؛ ایجاد کارآفرینی در صنعت گردشگری و تولید ارزش اقتصادی و سودآوری از صنعت گردشگری بومی	گردشگری	
مدارک تحصیلی و دانشگاهی؛ گواهی نامه‌های فنی و حرفه‌ای؛ تقدیرنامه‌ها و تشویق نامه‌ها؛ میزان ارزش اجتماعی مدارک تحصیلی و حرفه‌ای و میزان ارزش اقتصادی مدارک تحصیلی و حرفه‌ای	مدارک تحصیلی و حرفه‌ای	شاخص‌های بعد ضابطه‌ای توسعه سرمایه فرهنگی
اهمیت ارزش اجتماعی مشاغل؛ میزان درآمد از اشتغال؛ میزان امنیت شغلی؛ وجود بیمه‌های کار و پرداخت مالیات بر درآمد	اشتغال	



نمودار ۱-۳: توزیع فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب جنس، سطح تحصیلات و محل سکونت

بحث و نتیجه گیری

نتایج پژوهش در بخش آمار توصیفی نشان می‌دهد که در بررسی نمونه آماری جوانان شهر تهران، متغیر جنسیت زنان را ۵۲/۶۳ درصد و مردان را ۴۷/۳۶ درصد نشان می‌دهد. در متغیر سطح تحصیلات، سطح کارشناسی با ۳۳/۳ درصد، بیشترین سطح تحصیلی را به خود اختصاص داده است. متغیر محل سکونت، ۴۲/۸۵ درصد از شرکت کنندگان را در منطقه غرب تهران نشان می‌دهد که بیشترین درصد را به خود اختصاص داده است.

نتایج پژوهش در بخش آمار استنباطی نشان می‌دهد بر اساس بارهای عاملی و ضرایب مسیر مولفه‌های مدل تحقیق، آشنایی و شناخت میراث فرهنگی ایران، می‌تواند یکی از ابعاد توسعه سرمایه فرهنگی را در جوانان ایرانی ارتقا بخشد. در واقع مولفه شناخت میراث فرهنگی متغیر تاثیرگذاری بر مدیریت توسعه سرمایه فرهنگی جوانان است که در نهایت منجر به توسعه یکی از عناصر مهم توسعه پایدار در کشور خواهد شد.

پیشنهادها

با توجه به یافته‌های پژوهش پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- استفاده از شیوه‌های جذاب در آموزش مفاهیم تاریخی و ایجاد علاقه به یادگیری تاریخ فرهنگی ایران؛ چنان که آموزش و یادگیری تاریخ فرهنگی باید به دور از غرض ورزی و جهت گیری‌های خاص صورت پذیرد؛
- ایجاد غرور آفرینی ملی در جوانان با علاقمندی به شخصیت‌های بزرگ تاریخ فرهنگی ایران به شکلی که از سیاه نمایی چهره‌های تاریخی پرهیز و هر گونه قضاوت به خود افراد واگذار شود؛
- نمادسازی از میراث فرهنگی ایرانی و اسلامی به منظور هویت سازی در جوانان؛
- ترمیم و بازسازی میراث تمدنی کشور و تشویق جوانان به شناخت تاریخ فرهنگی و بازدید از آثار باستانی کشور؛
- اختصاص بیشتر منابع مالی به منظور ارتقای سطح نگهداری از میراث فرهنگی؛
- افزایش سرانه مطالعه در جوانان؛
- ایجاد تسهیلات برای افزایش بازدید از آثار باستانی کشور و موزه‌ها؛
- افزایش سطح دسترسی به اطلاعات شبکه‌های جهانی به همراه فراگیری کسب اطلاعات صحیح از دنیای مجازی؛
- ایجاد عادت واره‌های فرهنگی برای رسیدن به غرور ملی؛
- شناخت جاذبه‌های گردشگری به تناسب زیست بوم و بوم شناسی فرهنگی؛
- تشویق جوانان به گردشگری و معرفی فرهنگ و تمدن دست کم ده هزار ساله ایران؛
- ایجاد کارآفرینی و تولید ثروت از میراث فرهنگی.

منابع

- تاج بخش، کیان. (۱۳۸۴). سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه. افشین خاکباز و حسن پویان. تهران: نشر شیرازه
- جنکینز، ریچارد و بوردیو، پی. (۱۳۸۵). لیلا جو افشانی و حسن چاوشیان. تهران: نشر نی
- جمی، مجتبی و اعتباریان، اکبر. (۱۳۹۵). «مدیریت به اقتضای فرهنگ در سازمان‌های ایرانی بر اساس شاخص‌های فرهنگی هافستد (مورد مطالعه: ادارات مرکزی مخابرات استان‌های اصلی ایران)». مدیریت فرهنگ سازمانی. ۱۴(۴)، صص ۱۱۱۰-۱۰۹۱.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۸۰). مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی خانواده. تهران: انتشارات سروش
- صالحی امیری، سید رضا. (۱۳۸۶). مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی. تهران: نشر ققنوس
- Abel, T. (2015a). "Cultural capital and social inequality in health. *Journal of Epidemiology & Community Health*". 62, e13–e13. doi:10.1136/jech.2007.066159.
- Abel, Thomas. (2015b). "Cultural Capital in Health Promotion". *Health and Modernity*, pp. 43–73. New York, NY: Springer New York. Retrieved from file:///C:/Users/home/Desktop/springer/2.htm.
- Al Ariss, A., & Syed, J. (2011). "Capital Mobilization of Skilled Migrants: A Relational Perspective". *British Journal of Management*, 22, 286–304. doi:10.1111/j.1467-8551.2010.00734.x.
- Abel, Thomas. (n.d.). "Cultural Capital in Health Promotion". *Health and Modernity*, New York, pp. 43–73.
- Bourdieu, P. (2008). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge
- Bourdieu, P. (2007). "The Forms of Capital. In J. G. Richardson" (Ed.). *In Handbook of Theory and Research for Sociology of Education*. New York: Greenwood Press
- Bourdieu, P. & Passeron, J. C. (1990). *Reproduction in education, society, and culture*. Vol. 4. Sage Publications Ltd
- Clarke, P., & Eastgate, A. (2011). "Cultural capital, Life Course Perspectives and Western Front battlefield tours". *Journal of Tourism and Cultural Change*, 9, 31–44. doi:10.1080/14766825.2010.527346.
- Fanning, B., Haase, T., & O'Boyle, N. (2010). "Well-being, Cultural Capital and Social Inclusion: Immigrants in the Republic of Ireland". *Journal of International Migration and Integration, Revue de l'integration et de la migration internationale*, 12, 1–24. doi:10.1007/s12134-010-0166-0.
- Hargie, O. (2016). "The importance of communication for organisational effectiveness". *Mayis*, 2, 2017.

- Jaeger, M. M. (2009). **“Equal Access but Unequal Outcomes: Cultural Capital and Educational Choice in a Meritocratic Society”**. *Social Forces*, 87, 1943–1971. doi:10.1353/sof.0.0192.
- Johnson, J. H., Bienenstock, E. J., & Stoloff, J. A. (1995). **“An empirical test of the cultural capital hypothesis”**. *The Review of Black Political Economy*, 23, 7–27. doi:10.1007/BF02689909
- Kuly, Michelle, Stewart, Etoile, & Dudley, Michael. (2005). **“Enhancing Cultural Capital: The Arts and Community Development in Winnipeg”**. Page 33-38. Article Retrieved November 26, 2011, from <http://winnspace.uwinnipeg.ca/handle/10680/314>.
- McKercher, B., Ho, P. S. Y., & du Cros, H. (2004). **“Attributes of popular cultural attractions in Hong Kong”**. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 393–407.
- Phillips, R., & Shockley, G. (2010). **“Linking Cultural Capital Conceptions to Asset-Based Community Development”**. *Mobilizing communities: asset building as a community development strategy*, 92.
- Ramingwong, S., & Snansieng, S. (2013). **“A survey on mum effect and its influencing factors”**. *Procedia Technology*, 9, 618-626.
- Richards, G. (1996). **“Production and consumption of European cultural tourism”**. *Annals of tourism research*, 23(2), 261–283.
- -Scherger, S., & Savage, M. (2010). **“Cultural transmission, educational attainment and social mobility”**. *The Sociological Review*, 58(3), 406–428. doi:10.1111/j.1467-954X.2010.01927. x.
- McIntosh, A. J., & C Prentice, R. (1999). **“Affirming authenticity: Consuming cultural heritage”**. *Annals of tourism research*, 26(3), 589–612.
- Šebestová, J., & Rylková, Ž. (2011). **“Competencies and innovation within learning organization”**. *Economics and Management*, 16, 954-960.
- Taylor, P. (1997). **“Investigating Culture and Identity”**. London: Collins quoted in *Communication Studies: The essential Resource: Cultural, Communication and Context*. pp. 199-200.
- Throsby, C. D. (2001). **Economics and culture**. Cambridge Univ Press.
- Tramonte, L., & Willms, J. D. (2010). **“Cultural capital and its effects on education outcomes”**. *Economics of Education Review*, 29(2), 200–213. doi: 10.1016/j.econedurev.2009.06.003.
- UNESCO ORG. (2011). **Selection Criteria**. Retrieved December 9, file:///D:/backup/cultural.
- Uysal, A., & Öner-Özkan, B. (2007). **“A self-presentational approach to transmission of good and bad news”**. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 35(1),

63-78.

- Waldron, L. M. (2009). “**Cultural Approaches to Understanding School Violence**”. *Sociology Compass*, 3(4), 595–615. doi:10.1111/j.1751-9020.2009.00222.x.