

نیازسنجی فرهنگی هنری شهروندان و مخاطبان سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران

زهرا خدائی

استادیار گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهر ری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

zahrakhodaee@iaui.ir

چکیده

هدف پژوهش: مبنا و پایه اصلی هرگونه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در حوزه فرهنگی و هنری، شناسایی نیازهای فرهنگی هنری در جامعه مربوطه می‌باشد و تنها براساس نیازسنجی است که می‌توان سیاست‌های مناسبی برای مدیریت در حوزه فرهنگ اتخاذ نمود. لذا در این راستا این پژوهش با هدف احصای نیازهای فرهنگی هنری شهروندان و مخاطبان سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران انجام گردید.

روش پژوهش: این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر نوع پژوهش توصیفی پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش ۳۸۴۰ نفر از شهروندان و مخاطبان بالای ۱۵ سال مناطق ۲۲ گانه تهران می‌باشند که به صورت تصادفی انتخاب گردیده‌اند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته بر پرسشنامه‌های استاندارد موجود و نظر خبرگان امر خصوصاً نظرات خبرگان سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران بوده است. اطلاعات گردآوری شده با روش‌های آمار توصیفی (میانگین، نمودارها و...) و آمار استنباطی (آزمون تی، آزمون آنالیز واریانس، رتبه‌بندی فریدمن، ماتریس همبستگی، معادلات ساختاری و...) تحلیل و نیازهای فرهنگی هنری مخاطبان و شهروندان احصاء، اولویت‌بندی و در قالب مدل ارائه گردید.

یافته‌ها: در این پژوهش به ارائه مدلی در جهت ارائه برنامه‌های عملیاتی به سازمان فرهنگی هنری شهرداری در جهت تقویت فعالیت‌های فرهنگی هنری شهرداری تهران ارائه شد.

بحث و نتیجه‌گیری: نتایج پژوهش حاضر حاکی از آن است که نشان داد سازمان فرهنگی هنری ضمن توفیق در دستیابی به شناسایی و اقدام به رفع برخی از نیازهای فرهنگی هنری شهروندان می‌بایست در خصوص سایر نیازهای شناسایی شده اولویت‌دار سیاست‌گذاری‌های لازم را به عمل آورد.

کلید واژه‌ها: سازمان فرهنگی هنری، سیاست‌گذاری فرهنگی، شهروندان و مخاطبان مناطق ۲۲ گانه شهر تهران، نیازسنجی فرهنگی - هنری

مقدمه

نگرش سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران معطوف به دورنمای اصلی توسعه فرهنگی است. تلاش برای تقویت فرهنگ ملی و اسلامی کلان‌شهر تهران با توجه به خصلت‌های ویژه شهری‌اش و طراحی و تبیین مبانی لازم برای آن، عمده‌ترین چالش فراوری سازمان است. سازمانی که پاسخگویی به مخاطبان را ضامن بقا و توسعه خود می‌داند و در تعامل با مخاطبان، به برقراری ارتباطات دوسویه و همچنین ارائه خدمات به صورت متنوع و متناسب با نیاز گروه‌های مخاطب، توجه خاصی دارد. در این میان، رشد و توسعه کلان‌شهرها و از جمله کلان‌شهر تهران که در دهه‌های اخیر با ابعادی شتابان و گسترده به وقوع پیوسته نیازمند توسعه بیش‌ازپیش در وجوه فرهنگی و نرم‌افزاری است، به طوری که همگام با آن سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران موظف به شناخت وسیع و عمیق از نیازهای عرضه خدمات و کالاهای فرهنگی و (هنری) در ابعاد زیر می‌باشد:

- نیازسنجی کالبدیها و فضاهای عرضه فرهنگی (فرهنگسراها، خانه‌های فرهنگ و اتاق‌های فرهنگی و ...)
- نیازسنجی محتوای فرهنگی (کالاهای فرهنگی و برنامه‌های فرهنگی و هنری)؛
- نیازسنجی ساز و کارهای عرضه محتوای فرهنگی و هنری (نمایش، مشاوره، همایش، نشست و ...)
- نیازسنجی معیارهای ساز و کارهای فرهنگی و هنری (سن، جنس، تحصیلات، اقشار اجتماعی و ...).

از این رو، اولین قدم در نیازسنجی عناصر فرهنگی و هنری شهروندان مناطق ۲۲ گانه شهر تهران، تبیین و تعریف عناصر و شاخص‌های فرهنگی و هنری جهت بررسی وضعیت عوامل مؤثر فرهنگی در کلان‌شهر تهران و شناخت اهمیت و اولویت هر یک از این عناصر و شاخص‌ها و رابطه آن‌ها با یکدیگر است. در این تحقیق سعی بر آن است که با توجه به وظایف سازمان فرهنگی - هنری شهرداری تهران در زمینه پاسخگویی به نیازهای

فرهنگی هنری مخاطبان و شهروندان نسبت به نیازسنجی از ابعاد فرهنگی و هنری اقدام نموده و شاخص‌هایی جهت سنجش وضعیت موجود و راهکارهایی جهت دستیابی به عملکرد مطلوب ارائه نماید.

در این راستا سوالی که مطرح می‌شود این است که نیازهای فرهنگی و هنری شهروندان و مخاطبین سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران چه هستند و چگونه می‌توان نسبت به برآوردن این نیازها پاسخی مناسب داد. در این پژوهش، سؤال اصلی آن است که شهروندان مناطق ۲۲ گانه شهر تهران در عرصه‌های فرهنگی و هنری چه نیازهای دارند و چگونه می‌توان به نیازهای شهروندان و مخاطبین پاسخی مناسب داد؟

با انجام این پژوهش و نیاز مبرم سازمان فرهنگی هنری جهت طراحی، هدایت برنامه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی و هنری؛ فراهم‌سازی اطلاعات برای کارشناسان و برنامه‌ریزان فرهنگی و هنری و نیازسنجی محتوای فرهنگی (کالاهای خدمات و برنامه‌های فرهنگی)، کمک به افزایش کارایی و اثربخشی اقدامات فرهنگی و هنری، سازمان‌دهی ارتقاء کیفیت محصولات و عرضه کالاهای خدمات فرهنگی و هنری و نیاز به بهینه‌سازی تولید و عرضه کالاهای خدمات فرهنگی، گامی اساسی در افزایش مخاطبان برنامه‌های فرهنگی و هنری و دانستن نیازهای اصلی و اساسی فرهنگی و هنری شهروندان مناطق ۲۲ گانه کلان‌شهر تهران برداشته می‌شود که از این رهگذر می‌توان کمک شایانی به بهره‌برداری از حداکثر ظرفیت این نوع مراکز فرهنگی کرد و نتایج این تحقیق می‌تواند مبنایی برای برنامه‌ریزی‌های فرهنگی و هنری ارائه شده از جنبه مسئولین فرهنگی باشد.

ادبیات نظری و تجربی

افراد دارای نیازهای متنوع و گسترده‌ای هستند. شناخت نیازها و گروه‌بندی آن‌ها همواره مورد توجه اندیشمندان حوزه‌های مختلف علمی بوده است. پیمایشی بودن این پژوهش ایجاب می‌نماید تا

پاسخگویان، نیازهای احساس شده خود را مطرح کنند. به همین دلیل در مدل نظری این پژوهش، هسته اصلی مفهوم نیاز، یعنی «احساس کمبود»، ملاحظه شده است و پاسخگویان نیازهای احساس شده خود را بر حسب اولویت مطرح کرده‌اند.

نیازهای اظهار شده در زمینه‌ها و فضاهای خاصی پدیدار می‌شوند. نخستین زمینه تأثیرگذار، زمینه روان شناختی فرد می‌باشد. روان‌شناسان، واحد تحلیل خود را تبیین نیاز فرد می‌دانند و در تکوین نیازها، انگیزه‌های درونی و عوامل بیرونی (محرك‌ها) را مورد توجه قرار می‌دهند.

زمینه دیگر بروز نیازها، شرایط محیطی است که فرد در آن زندگی می‌کند. خانواده و محیط‌های اجتماعی، مهم‌ترین فضاهایی هستند که نیازها در آن پدیدار می‌شوند. اگر چه نیازها دارای خاستگاه زیستی و زیست بوم فرد می‌باشند؛ لیکن خانواده، مهم‌ترین زمینه بروز نیازها را فراهم می‌آورد. زمینه دیگر بروز نیازها که شکل نیازها را تغییر داده، ظهور پدیده جدیدی به نام «فضای مجازی» است که موجب از میان رفتن بسیاری از محدودیت‌های زمانی و مکانی و تغییر شدید شیوه‌های زندگی و پیدایش سبک‌های زندگی جدید، تکثر نمادها، تغییر در ذائقه‌ها، رشد توقعات و انتظارات و تغییر نیازها شده است. به وجود آمدن این هویت مجازی، تغییراتی را بر هنجارها، باورها و هویت اجتماعی و دینی افراد داشته است و اینترنت به عنوان ابزار اصلی فضای مجازی، موجبات تغییرات فرهنگی را ایجاد نموده است.

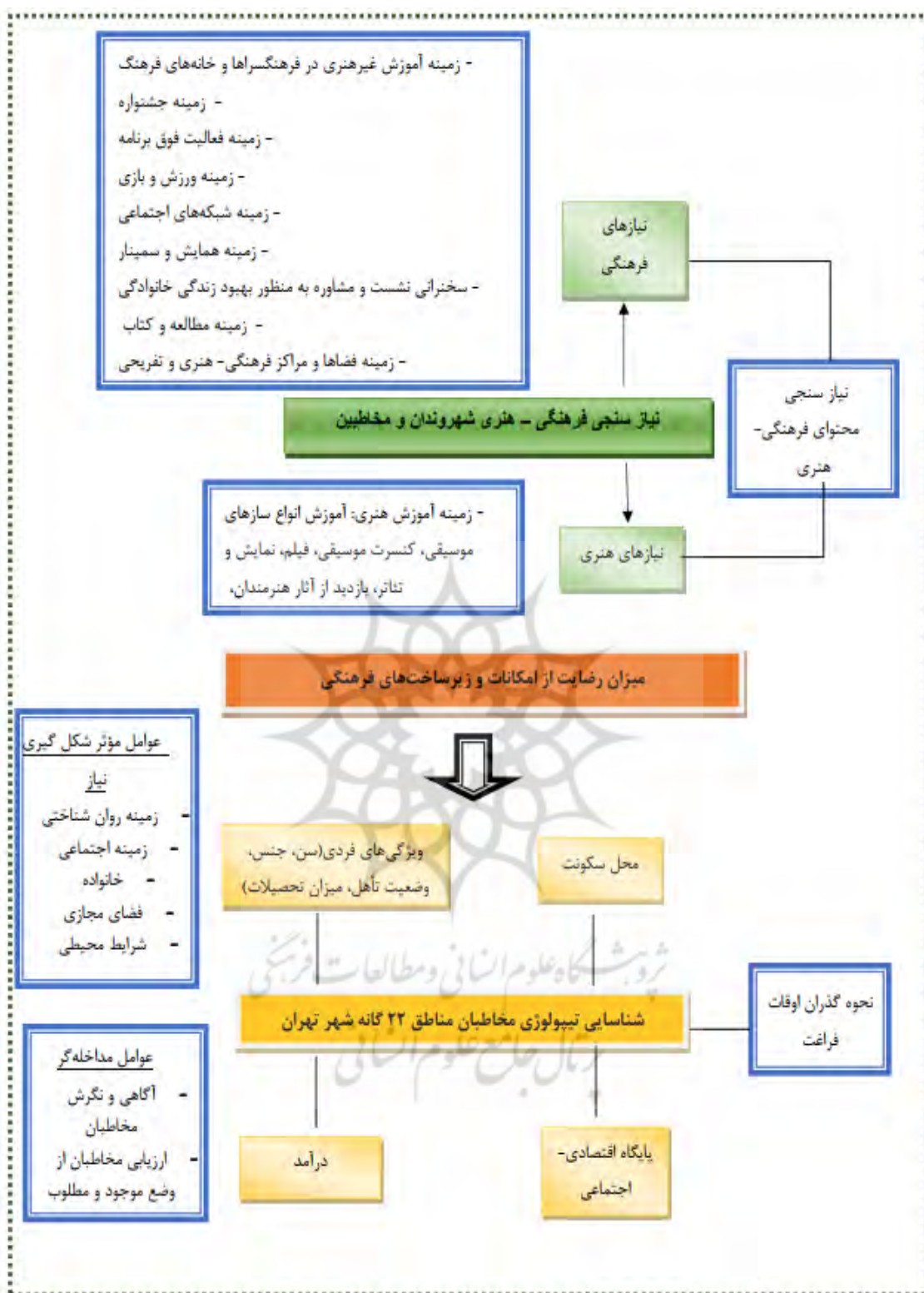
نیازها بر حسب شرایط محیطی، زمان، مکان، شرایط فنی، سطوح فرهنگ‌ها و ... متنوع هستند. آگاهی و نگرش مخاطبان و ارزیابی مخاطبان از وضع موجود و

وضع مطلوب در عوامل مختلف به عنوان عوامل مداخله گر و شرایط گوناگون و متفاوتی که شخص در آن حضور دارد بر نوع، میزان و شیوه ارضاء نیازهای وی تأثیرگذار است.

بدین سبب در میان نظریه‌پردازانی که به مبحث نیازهای افراد انسانی پرداخته‌اند، بسیاری همچون پارسونز بر این نکته تأکید ورزیده‌اند که شرایط گوناگونی که افراد در آن حضور دارند و با توجه به برخی خصوصیات فردی، سیستم ارزشی، اجتماعی و فرهنگی افراد و گروه‌های مختلف، نوع و اولویت نیازمندی‌ها و همچنین نحوه پاسخگویی به این نیازها می‌تواند متفاوت از همدیگر باشد.

در این پژوهش، جهت طبقه‌بندی انواع نیاز از رویکرد تلفیقی نظریه «پارسونز» و «الگوی استقرایی کافمن» استفاده شده است. از نظر پارسونز^۲، شیوه یا طریق ارضای نیازها، توسط نظام هنجاری جامعه وضع می‌شود؛ به همین دلیل، در عین تشابه نیازهای انسانی در نظام‌های مختلف اجتماعی، طبقه تأمین نیازها با یکدیگر تفاوت دارد. در الگوی استقرایی کافمن^۳، عملکرد و رفتار فعلی از طریق پرسشنامه، مصاحبه و همچنین مشاهده فعالیت‌های افراد مورد نظر شناسایی می‌گردد. از طرف دیگر عملکرد و رفتار مورد انتظار از طریق پرسش از مدیران و کارشناسان زبده ترسیم می‌شود. آن گاه با استفاده از تجزیه و تحلیل تفاوت‌های آن دو عملکرد، نیازهای فرهنگی و هنری مشخص می‌شود.

بنابراین با توجه به سخن نظریه‌پردازان فوق که شرایط گوناگونی که افراد در آن به سر می‌برند را بر نیازهای آنان و احساسشان در این زمینه تأثیرگذار می‌دانند. مدل مفهومی زیر این بحث را در قالب شکل نشان می‌دهد:



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش (نگارنگان، ۱۴۰۲)

روش انجام پژوهش، جامعه آماری و گردآوری و روش پیمایشی و کمی است. از آن جا که این پژوهش تحلیل داده‌ها

در نظر دارد نیازهای فرهنگی و هنری شهروندان ساکن مناطق ۲۲ گانه کلان شهر تهران را در بازه زمانی سال ۱۴۰۰ بررسی کند و چون در تحقیقات زمینه‌یابی، روش پیمایشی به عنوان بهترین روش معرفی شده است، (دلاور، ۱۳۸۰)؛ بنابراین، تحقیق حاضر روش پیمایشی را به منظور ارزیابی موضوع مورد مطالعه‌اش بر می‌گزیند.

همچنین از لحاظ زمان، مطالعه از نوع مقطعی است زیرا پدیده مورد پژوهش را در زمان مشخصی بررسی می‌کند. به لحاظ سطح تحقیق، مطالعه از نوع «پهنانگر»، «بیرونی» و «انبوه» است چرا که با استفاده از روش نمونه‌گیری و شیوه آماری پدیده مورد نظر را ارزیابی و شناسایی می‌کند و در نهایت این تحقیق به لحاظ نگرش به موضوع مورد مطالعه، از نوع توصیفی است.

جامعه آماری پژوهش شامل شهروندان ساکن شهر تهران در سال ۱۴۰۱-۱۴۰۰ و مخاطبان سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، ۱۵ سال به بالای ساکن پهنه شمالی (مناطق ۱، ۲، ۳، ۶ شهری)؛ پهنه جنوبی (مناطق ۲۰ و ۱۹، ۱۸، ۱۷، ۱۶، ۱۵ شهری)، پهنه غربی (مناطق ۵، ۹، ۲۱ و ۲۲ شهری)؛ پهنه شرقی (مناطق ۴، ۷، ۱۳، ۱۴ شهری) و پهنه مرکزی (مناطق ۱۰، ۱۱، ۱۲ شهری) است.

حجم نمونه قابل قبول برابر با ۳۸۴۰ نفر تعیین گردید که شامل مخاطبین و شهروندان پردیس‌های سینمایی، باغ کتاب و فرهنگ‌سراها، کانون‌ها و خانه‌های فرهنگ و براساس پنج پهنه مشخص شده فوق و برای هر پهنه ۳۸۴ نفر (۲*۵*۳۸۴) می‌باشند که مطابق با جامعه آماری و بصورت تصادفی انتخاب شدند. در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردیده است.

برای تدوین پرسشنامه ابتدا تمامی پژوهش‌هایی که به نوعی به موضوع سنجش نیازهای فرهنگی هنری مربوط می‌شد مورد بررسی قرار گرفت. سپس با برخی از

مدیران سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران و مراکز وابسته مصاحبه و اصلاحات انجام و در نهایت با هماهنگی ناظر محترم پروژه پرسشنامه‌ها متناسب با فعالیت‌های مراکز وابسته به سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران نهایی شد. از مجموع این بررسی‌ها اطلاعات مربوط به نیازهای فرهنگی هنری استخراج گردید و آماده قرار دادن در پرسشنامه شدند. ضمناً به منظور تکمیل و بهینه‌تر شدن سؤالات پرسشنامه با مدیران حوزه مختلف سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران هم در ستاد و هم در واحدهای صف (فرهنگسراها، خانه‌های فرهنگ، مراکز آموزشی و ...) مصاحبه‌هایی صورت پذیرفت و در نهایت به توجه به نظر خبرگانی، مجریان، اندیشمندان، اسناد و منابع علمی نسبت به تدوین پرسشنامه مناسب با لحاظ متغیرها اقدام شد.

اطلاعات گردآوری شده با روشهای آمار توصیفی (میانگین، نمودارها و ...) و آمار استنباطی (آزمون تی، آزمون آنالیز واریانس، رتبه‌بندی فریدمن، ماتریس همبستگی، معادلات ساختاری و ...) تحلیل و نیازهای فرهنگی هنری مخاطبان و شهروندان احصا، اولویت‌بندی و در قالب مدل ارائه گردید.

تحلیل یافته‌ها و داده‌های تحقیق

پس از جمع‌آوری اطلاعات و تحلیل داده‌ها، متناسب با نیازهای فرهنگی هنری و فعالیت‌های انجام شده در مراکز وابسته به سازمان فرهنگی هنری با روش‌های توصیفی نسبت به تحلیل دموگرافیک و جمعیت‌شناختی مخاطبان و شهروندان جامعه آماری اقدام و در ادامه با روش‌های تحلیل استنباطی نسبت به شناسایی نیازهای مخاطبان و شهروندان در هر مرکز، ضریب و میزان رضایت - عملکرد مخاطبان و شهروندان و مراکز، رتبه‌بندی نیازها و سپس ارائه مدل نیازسنجی و اجرایی نمودن آن به ریز و تفصیل اقدام شد.

الف) خلاصه یافته‌های سؤالات باز

- در بحث تولید محصولات فرهنگی و هنری سازمان برای برطرف کردن نیاز فرهنگی و هنری مخاطبان و شهروندان، طبق بررسی‌های انجام شده مشخص گردید در گروه مخاطب اکثر افراد نمونه پهنه شمالی اولویت اول نیاز فرهنگی و هنری را "تسلط به فناوری‌های روز" معرفی کرده‌اند، در پهنه جنوبی "سلامت رو و روان"، پهنه غربی "بهبودسازی اوقات فراغت"، پهنه شرقی "تسلط به فناوری‌های روز" و در پهنه مرکزی افراد نمونه معتقدند تولید محصولات فرهنگی و هنری سازمان برای برطرف کردن نیاز "توسعه اخلاق شهروندی" ضرورت دارد.

- در گروه شهروند اکثر افراد نمونه پهنه شمالی اولویت اول نیاز فرهنگی و هنری را "ارتقاء استعداد هنری" معرفی کرده‌اند، در پهنه جنوبی "افزایش مشارکت اجتماعی"، پهنه غربی "سلامت روح و روان"، پهنه شرقی "اشتغال و کارآفرینی" و در پهنه مرکزی افراد نمونه معتقدند تولید محصولات فرهنگی و هنری سازمان برای برطرف کردن نیاز "تسلط به فناوری‌های روز" ضرورت دارد.

- در خصوص نوع محصول فرهنگی هنری استفاده شده، طبق بررسی‌های انجام شده مشخص گردید در گروه مخاطب اولویت اول اکثر افراد نمونه پهنه شمالی استفاده از "کلاس‌های آموزشی" است، در پهنه جنوبی "تابلوهای هنری"، پهنه غربی "بازارچه‌های خوداشتغالی"، پهنه شرقی "آثار خطی" و در پهنه مرکزی اکثر افراد نمونه از "صنایع دستی" استفاده کرده‌اند. در گروه شهروند اولویت اول اکثر افراد نمونه پهنه شمالی استفاده از "بازارچه‌های خوداشتغالی" است، در پهنه جنوبی "آثار خطی"، پهنه غربی "کلاس‌های آموزشی"، پهنه شرقی "فیلم" و در پهنه مرکزی اکثر افراد نمونه از "بازارچه‌های خوداشتغالی" استفاده کرده‌اند.

در مورد مطلوب نظر بودن محصولات فرهنگی هنری سازمان‌ها، طبق بررسی‌های انجام شده مشخص گردید

در گروه مخاطب اولویت اول اکثر افراد نمونه پهنه شمالی محصولات فرهنگی هنری سازمان "باغ کتاب" است، در پهنه جنوبی "کانون"، پهنه غربی "فرهنگسرا"، پهنه شرقی "خانه فرهنگ" و در پهنه مرکزی اکثر افراد نمونه از "فرهنگسرا" استفاده کرده‌اند. در گروه شهروند اولویت اول اکثر افراد نمونه پهنه شمالی محصولات فرهنگی هنری سازمان "فرهنگسرا" است، در پهنه جنوبی "خانه فرهنگ"، پهنه غربی "باغ کتاب"، پهنه شرقی "پردیس" و در پهنه مرکزی اکثر افراد نمونه از "فرهنگسرا" استفاده کرده‌اند.

ب) یافته‌های مرتبط با میانگین رضایتمندی گروه مخاطب و شهروند

- طبق یافته‌های تحقیق در گروه مخاطب میزان رضایت از "نگارخانه فرهنگسراها و عملکرد آن"، "کتابخانه"، "دوره و کلاس‌های آموزشی"، "کیفیت پردیس سینمایی در اکران فیلم" در حد متوسط و میزان رضایت از "عضویت در کانون‌های سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران" در حد زیاد است.

- در گروه شهروند میزان رضایت افراد از "نگارخانه فرهنگسراها و عملکرد آن"، "کتابخانه"، "عضویت در کانون‌های سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران"، "دوره و کلاس‌های آموزشی"، "کیفیت پردیس سینمایی در اکران فیلم" در حد متوسط است.

ج) یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل اهمیت، عملکرد (IPA)

نتایج محاسبات نشان داد کلیه واحدها با متغیر کیفیت کلی، همبستگی معنی‌دار دارند. در گروه شهروندان و مخاطبین تمام مولفه‌ها همبستگی معنی‌دار دارند، زیرا سطح معناداری در تمام واحدها ۰.۰۰۰ کمتر از ۰.۰۵ می‌باشد. لذا بهره‌گیری از آنها در روش IPA، جهت تضمین کیفیت فعالیت واحدهای مختلف سازمان فرهنگی هنری شهرداری، مناسب می‌باشد.

نتایج آزمون t همبسته در هر دو گروه شهروند و

مخاطب، بیانگر آنست که تفاوت بین سطح عملکرد و اهمیت، معنی‌دار می‌باشد. از سوی دیگر، براساس محاسبات، در همه مؤلفه‌ها، میانگین عملکرد از میانگین اهمیت، کمتر است. این اطلاعات اگرچه نشانگر آنست کیفیت واحدها، از سطح ایده‌آل فاصله داشته است. لیکن جهت ارزیابی عمیق‌تر، نیاز است از ماتریس IP استفاده شود.

در گام نهایی، برای ترسیم نقشه یا ماتریس اهمیت عملکرد رویکردهای مختلفی وجود دارد، در این پروژه از رویکرد مقیاس محور استفاده شده است، یعنی خط تقاطع، نشان دهنده میانگین مقادیر اهمیت و عملکرد ابعاد است.

با نگاهی به ماتریس ترسیم شده این نتیجه به دست می‌آید که:

مراکز کانون، پردیس سینمایی، موزه باغ و باغ کتاب و کتابخانه در ربع دوم و در منطقه قابل قبول قرار داشته و به نظر می‌رسد رضایت افراد از وضعیت این مولفه‌ها نسبتاً تأمین شده است؛ از این‌رو، مولفه‌های مذکور، جهت اقدام اصلاحی از اولویت بالا برخوردار نمی‌باشند. نمایشگاه، نگارخانه و آثار هنری در ربع اول قرار دارد که این نشان دهنده آن است که اهمیت شاخص بالا، لیکن عملکرد آن پایین است. این ربع، نشان دهنده آن

است که شاخص واقع شده در این ناحیه، نیازمند به اقدام اصلاحی فوری بوده و از این لحاظ در اولویت بالایی قرار دارد. دوره‌های آموزشی در ربع سوم قرار دارد و نیازمند به اصلاح فوری نیست.

طبق نمودارهای مندرج در فصل ۴ تحقیق که مطالعات پیشتر در گزارش اصلی موجود است، نمایشگاه، نگارخانه و آثار هنری، پردیس سینمایی، موزه باغ و باغ کتاب در ربع دوم و در منطقه قابل قبول قرار داشته و به نظر می‌رسد رضایت افراد از وضعیت این فعالیت‌ها نسبتاً تأمین شده است؛ از این‌رو، فعالیت‌های مذکور، جهت اقدام اصلاحی از اولویت بالا برخوردار نمی‌باشند.

کتابخانه و کانون در ربع اول قرار دارد که این نشان دهنده آن است که اهمیت شاخص بالا، لیکن عملکرد آن پایین است. این ربع، نشان دهنده آن است که شاخص واقع شده در این ناحیه، نیازمند به اقدام اصلاحی فوری بوده و از این لحاظ در اولویت بالایی قرار دارد. دوره‌های آموزشی در ربع سوم قرار دارد و نیازمند به اصلاح می‌باشد.

د) نتیجه یافته‌ها در خصوص علاقه‌مندی به برگزاری دوره‌ها و کلاس‌های آموزشی مختلف فرهنگسراها و کانون‌های مناطق مختلف شهر:

جدول ۱- اولویت علاقه‌مندی آموزشی (نگارندگان، ۱۴۰۲)

مناطق	اولویت اول	اولویت دوم	اولویت سوم
منطقه ۱	مشاوره حقوقی، خانواده و روانشناسی	مهارت‌های فنی و کامپیوتری	مهارت‌های زندگی و شهروندی
منطقه ۲	مهارت‌های فنی و کامپیوتری	مشاوره حقوقی، خانواده و روانشناسی	بهداشت، تغذیه و محیط سالم
منطقه ۳	مهارت‌های زندگی و شهروندی	بهداشت، تغذیه و محیط سالم	مهارت‌های فنی و کامپیوتری
منطقه ۴	مشاوره حقوقی، خانواده و روانشناسی	زبان‌های خارجی	مهارت‌های فنی و کامپیوتری
منطقه ۵	زبان‌های خارجی	مهارت‌های فنی و کامپیوتری	بهداشت، تغذیه و محیط سالم
منطقه ۶	مهارت‌های زندگی و شهروندی	مشاوره حقوقی، خانواده و روانشناسی	زبان‌های خارجی
منطقه ۷	بهداشت، تغذیه و محیط سالم	مهارت‌های زندگی و شهروندی	مهارت‌های فنی و کامپیوتری
منطقه ۸	مهارت‌های فنی و کامپیوتری	مهارت‌های زندگی و شهروندی	مشاوره حقوقی، خانواده و روانشناسی
منطقه ۹	مهارت‌های زندگی و شهروندی	مشاوره حقوقی، خانواده و روانشناسی	زبان‌های خارجی
منطقه ۱۰	مهارت‌های فنی و کامپیوتری	زبان‌های خارجی	مشاوره حقوقی، خانواده و روانشناسی
منطقه ۱۱	بهداشت، تغذیه و محیط سالم	مهارت‌های فنی و کامپیوتری	زبان‌های خارجی
منطقه ۱۲	مهارت‌های زندگی و شهروندی	زبان‌های خارجی	مهارت‌های فنی و کامپیوتری
منطقه ۱۳	مشاوره حقوقی، خانواده و روانشناسی	بهداشت، تغذیه و محیط سالم	زبان‌های خارجی
منطقه ۱۴	زبان‌های خارجی	مهارت‌های فنی و کامپیوتری	مهارت‌های زندگی و شهروندی
منطقه ۱۵	مهارت‌های فنی و کامپیوتری	زبان‌های خارجی	مهارت‌های زندگی و شهروندی
منطقه ۱۶	زبان‌های خارجی	بهداشت، تغذیه و محیط سالم	مشاوره حقوقی، خانواده و روانشناسی
منطقه ۱۷	مهارت‌های فنی و کامپیوتری	زبان‌های خارجی	مهارت‌های زندگی و شهروندی
منطقه ۱۸	بهداشت، تغذیه و محیط سالم	مشاوره حقوقی، خانواده و روانشناسی	زبان‌های خارجی
منطقه ۱۹	مهارت‌های زندگی و شهروندی	بهداشت، تغذیه و محیط سالم	مهارت‌های فنی و کامپیوتری
منطقه ۲۰	مشاوره حقوقی، خانواده و روانشناسی	مهارت‌های زندگی و شهروندی	بهداشت، تغذیه و محیط سالم
منطقه ۲۱	بهداشت، تغذیه و محیط سالم	مهارت‌های فنی و کامپیوتری	زبان‌های خارجی
منطقه ۲۲	مهارت‌های زندگی و شهروندی	بهداشت، تغذیه و محیط سالم	مشاوره حقوقی، خانواده و روانشناسی

ه) نتیجه یافته‌ها در خصوص علاقه‌مندی به برگزاری فرهنگ‌های هنری در طول سال: کارگاه‌ها و کلاس‌های هنری مختلف توسط مراکز

جدول ۲- اولویت علاقه‌مندی مهارت‌ها و کارگاه‌ها (نگارندگان، ۱۴۰۲)

مناطق	اولویت اول	اولویت دوم	اولویت سوم
منطقه ۱	هنرهای تصویری	هنرهای نمایشی، تئاتر و بازیگری	هنرهای خانگی
منطقه ۲	هنرهای تجسمی و گرافیک	موسیقی و آواز	هنرهای ادبی، رمان و شعر
منطقه ۳	موسیقی و آواز	هنرهای تصویری	هنرهای نمایشی، تئاتر و بازیگری
منطقه ۴	هنرهای تجسمی و گرافیک	هنرهای خانگی	موسیقی و آواز
منطقه ۵	هنرهای خانگی	هنرهای تجسمی و گرافیک	موسیقی و آواز
منطقه ۶	هنرهای تصویری	هنرهای خانگی	هنرهای تجسمی و گرافیک
منطقه ۷	هنرهای تجسمی و گرافیک	هنرهای نمایشی، تئاتر و بازیگری	موسیقی و آواز
منطقه ۸	هنرهای خانگی	هنرهای ادبی، رمان و شعر	هنرهای تصویری
منطقه ۹	هنرهای نمایشی، تئاتر و بازیگری	هنرهای تصویری	هنرهای خانگی
منطقه ۱۰	هنرهای تصویری	هنرهای خانگی	هنرهای تجسمی و گرافیک
منطقه ۱۱	هنرهای نمایشی، تئاتر و بازیگری	موسیقی و آواز	هنرهای ادبی، رمان و شعر
منطقه ۱۲	هنرهای خانگی	هنرهای تصویری	هنرهای نمایشی، تئاتر و بازیگری
منطقه ۱۳	هنرهای تصویری	هنرهای خانگی	هنرهای نمایشی، تئاتر و بازیگری
منطقه ۱۴	هنرهای نمایشی، تئاتر و بازیگری	هنرهای ادبی، رمان و شعر	هنرهای خانگی
منطقه ۱۵	هنرهای تجسمی و گرافیک	هنرهای خانگی	هنرهای ادبی، رمان و شعر
منطقه ۱۶	هنرهای خانگی	هنرهای نمایشی، تئاتر و بازیگری	هنرهای تصویری
منطقه ۱۷	هنرهای تصویری	موسیقی و آواز	هنرهای خانگی
منطقه ۱۸	هنرهای خانگی	هنرهای نمایشی، تئاتر و بازیگری	هنرهای تجسمی و گرافیک
منطقه ۱۹	هنرهای تصویری	هنرهای خانگی	هنرهای تصویری
منطقه ۲۰	هنرهای نمایشی، تئاتر و بازیگری	هنرهای تجسمی و گرافیک	هنرهای خانگی
منطقه ۲۱	هنرهای تصویری	هنرهای ادبی، رمان و شعر	هنرهای ادبی، رمان و شعر
منطقه ۲۲	هنرهای تجسمی و گرافیک	هنرهای خانگی	هنرهای نمایشی، تئاتر و بازیگری

ی) نتایج یافته‌ها در خصوص کمبود فضاها و مراکز سکونت. فرهنگی هنری و تفریحی مورد نیاز در منطقه محل

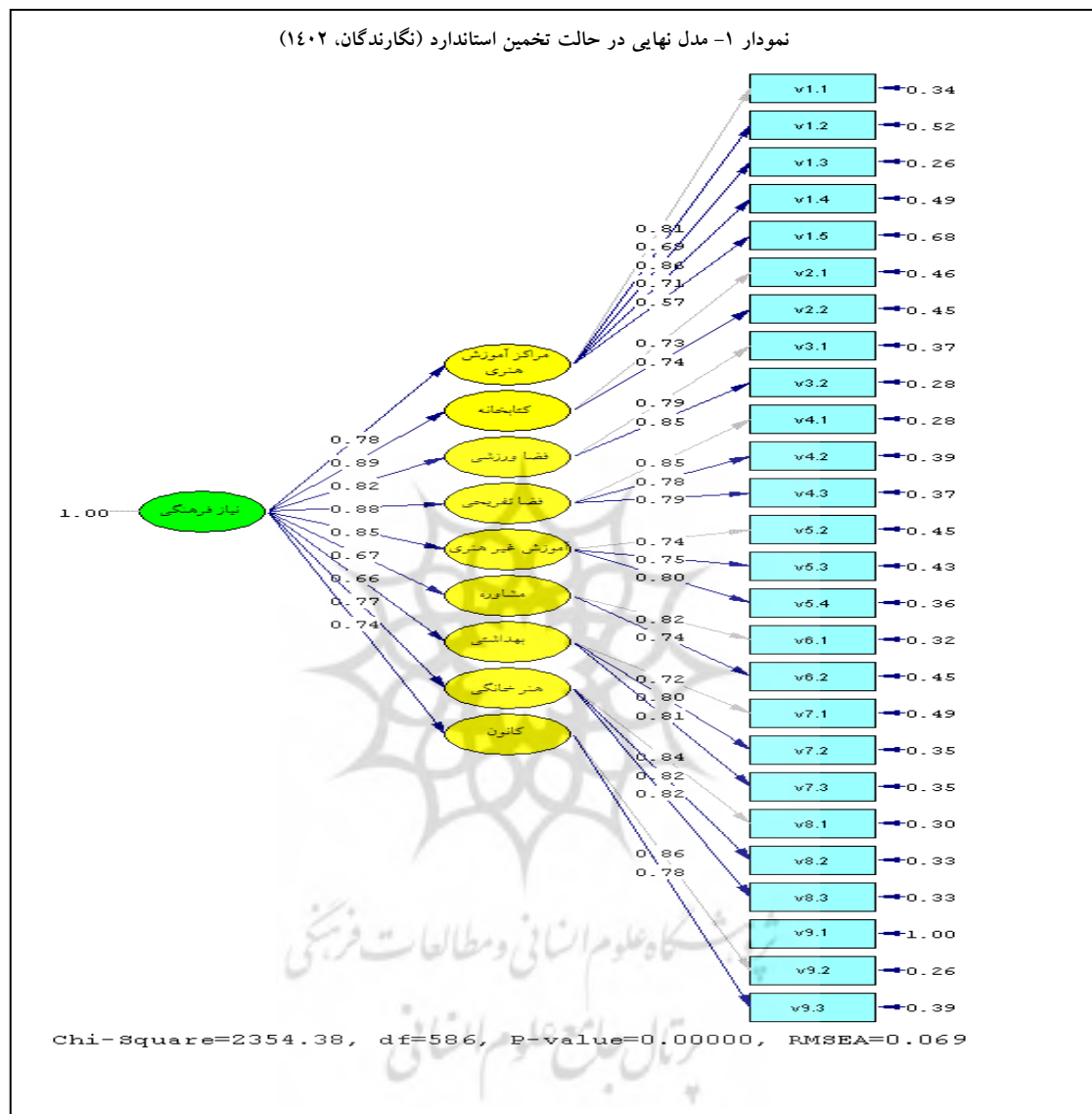
جدول ۳- اولویت کمبودها (نگارندگان، ۱۴۰۲)

مناطق	اولویت اول	اولویت دوم	اولویت سوم
منطقه ۱	مراکز آموزش هنری	سالن سینما و آمفی تئاتر	کانون‌های پرورش فکری کودکان و نوجوانان
منطقه ۲	کتابخانه	مراکز آموزش هنری	سالن سینما و آمفی تئاتر
منطقه ۳	سالن سینما و آمفی تئاتر	کانون‌های پرورش فکری کودکان و نوجوانان	کتابخانه
منطقه ۴	کتابخانه	مراکز آموزش هنری	فضاهای ورزشی
منطقه ۵	کانون‌های پرورش فکری کودکان و نوجوانان	کتابخانه	مراکز آموزش هنری
منطقه ۶	مراکز آموزش هنری	کانون‌های پرورش فکری کودکان و نوجوانان	کتابخانه
منطقه ۷	کتابخانه	کانون‌های پرورش فکری کودکان و نوجوانان	مراکز آموزش غیرهنری
منطقه ۸	کتابخانه	مراکز آموزش هنری	فضاهای ورزشی
منطقه ۹	مراکز آموزش هنری	کانون‌های پرورش فکری کودکان و نوجوانان	کتابخانه
منطقه ۱۰	کتابخانه	فضاهای ورزشی	کانون‌های پرورش فکری کودکان و نوجوانان
منطقه ۱۱	کانون‌های پرورش فکری کودکان و نوجوانان	مراکز آموزش هنری	فضاهای ورزشی
منطقه ۱۲	مراکز آموزش هنری	کتابخانه	کافی نت و گیم نت
منطقه ۱۳	کتابخانه	مراکز آموزش هنری	فضاهای ورزشی
منطقه ۱۴	کانون‌های پرورش فکری کودکان و نوجوانان	مراکز آموزش غیرهنری	مراکز آموزش هنری
منطقه ۱۵	سالن سینما و آمفی تئاتر	فضاهای ورزشی	کتابخانه
منطقه ۱۶	مراکز آموزش هنری	کانون‌های پرورش فکری کودکان و نوجوانان	کافی نت و گیم نت
منطقه ۱۷	فضاهای ورزشی	کافی نت و گیم نت	مراکز آموزش غیرهنری
منطقه ۱۸	کافی نت و گیم نت	مراکز آموزش هنری	کانون‌های پرورش فکری کودکان و نوجوانان
منطقه ۱۹	کتابخانه	سالن سینما و آمفی تئاتر	فضاهای ورزشی
منطقه ۲۰	فضاهای ورزشی	کتابخانه	مراکز آموزش هنری
منطقه ۲۱	مراکز آموزش هنری	فضاهای ورزشی	سالن سینما و آمفی تئاتر
منطقه ۲۲	سالن سینما و آمفی تئاتر	کانون‌های پرورش فکری کودکان و نوجوانان	کتابخانه

مدل‌سازی معادلات ساختاری پژوهش توسط نرم‌افزار لیزرل ۸/۵ مدل‌سازی گردیده است. مدل معادلات ساختاری یک رویکرد آماری جامعی برای آزمون روابط بین متغیرهای مشاهده شده و متغیر مکنون است. نتایج مدل معادلات ساختاری به شکل نمودار مسیر ارائه می‌گردد.

مدل تعیین تاثیر متغیرها براساس معادلات ساختاری و الگوی نیاز سنجی برآمده از تحقیق

در شمایل زیربیزی‌ها، متغیرهای مکنون یا عامل‌ها و آشکار تشکیل شده است. پیکان‌های کوچک واریانس مستطیل‌ها مولفه‌ها را نشان می‌دهد. همان طور که مشاهده می‌شود مدل مسیر از ۹ متغیر پنهان و ۳۶ متغیر می‌شود.



همچنین براساس مصاحبه‌ها و بررسی‌های انجام شده و یافته‌های پژوهش الگوی برآمده از تحقیق براساس مدل اشتراوس کوربین به شرح زیر تعیین گردید:

بارهای عاملی مدل در حالت تخمین استاندارد میزان تاثیر هر کدام از متغیرها را در توضیح و تبیین واریانس نمرات متغیر یا عامل اصلی نشان می‌دهد. به عبارت دیگر بار عاملی نشان دهنده میزان همبستگی هر متغیر مشاهده گر با متغیر مکنون (عامل‌ها) می‌باشد.

نمودار ۲- الگوی برآمده از یافته‌های تحقیق براساس مدل اشتراوس کوربین (نگارندگان، ۱۴۰۲)



نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادات براساس شرح خدمات و

خروجی تعیین شده پروژه

بررسی پژوهش‌های انجام شده در داخل و خارج از کشور نشان می‌دهد که اکثریت پژوهش‌های انجام شده در این زمینه مبنای نظری با تفکر غریبومی داشته و در شاخص‌سازی‌ها، تعیین متغیرهای اصلی و تنظیم سؤالات به نوعی به دام مبانی فکری فکری و فلسفی غریبومی افتاده‌اند. اکثریت نظریه‌های مطرح در زمینه نیازسنجی خصوصاً فرهنگی اجتماعی مانند نظریه پارسونز، سلسله مراتب نیازهای مازلو، نظریه ERG آلدرفر و ... براساس نگاه غربی به انسان و براساس سیر تحولات صنعت در آمریکا و اروپا بوجود آمده و تقریباً متأثر از آثاری چون کتاب ایمان پروتستانیزم و روح سرمایه‌داری وبر و فلسفه کانت و ... قرار دارند. گرچه به جرات می‌توان عنوان نمود که بسیاری از شاخص‌های مطرح شده در نظریه‌ها و پژوهش‌ها به عنوان شاخص‌های سنجش نیازهای فرهنگی اجتماعی در سایر جوامع و از جمله ایران نیز تسری دارد ولی با توجه به

تفاوت‌های فرهنگی بسیار زیاد بین مبادی نظریه‌پردازی با فرهنگی ایران اسلامی از یک طرف و زمینه‌های محیطی و زمان ارائه نظریات از طرف دیگر موجب می‌شود که نتوان عیناً نتایج سایر پژوهش‌ها و یا سنجه‌های مورد نظر آنان را عیناً در تمامی جوامع به صورت یکسان بکار برد و نتایج یکسانی هم گرفت.

در راستای حل این معضل در این پروژه سعی گردید ضمن استفاده از نظریه‌ها، نتایج پژوهش‌های انجام شده داخلی و خارجی، به نوعی با توجه به اسناد بالادستی فرهنگی کشور، شهرداری تهران و سازمان و مصاحبه عمیق با متخصصان سازمان فرهنگی هنری از یک طرف و پی بردن به نیازهای فرهنگی هنری مخاطبان و شهروندان با مصاحبه همراه با پرسشنامه‌های متعدد و متناسب با فعالیت‌های فرهنگی هنری در سطح سازمان‌های کشور و سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران برای اولین بار در داخل و خارج از کشور و تأیید و اعتبارسنجی مجدد این شاخص‌ها و نیازها به نوعی به نیازهای واقعی فرهنگی

هنری بپردازد که خود می‌تواند به نوعی نوآوری لین پژوهش نیز محسوب شود.

پیشنهادهای کاربردی و راهکارهای اجرایی متناسب با آنها به منظور بهبود برنامه‌ها و فعالیت‌های مدیریت فرهنگی هنری براساس اولویت‌بندی، علائق و نیازهای فرهنگی و هنری شهروندان مناطق ۲۲ گانه شهر تهران

ارائه راهکارهای اجرایی به سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران

- سازمان فرهنگی - هنری شهرداری تهران با همکاری سازمان مدیریت و سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران ضمن تدوین شاخصهای کمی و کیفی مربوط به اوقات فراغت و نیازهای فراغتی شهروندان و مخاطبان طرف مدت مشخص، اقدامات اجرایی مربوط به هر یک از برنامه‌های فراغتی را به همراه تقسیم کار سازمانی پیشنهادی تهیه و به تصویب ستاد مربوطه برساند.

- مراکز فرهنگی هنری مرتبط با برنامه فراغتی شهروندان و مخاطبان در چارچوب استراتژی‌ها، سیاست‌ها، خط مشی‌ها و سازمان اجرایی برنامه، با محوریت برنامه اصلاح نگرش و فرهنگ سازی، برنامه تقویت نقش خانواده، نهادهای مدنی و بخش خصوصی در برنامه‌های فراغتی، برنامه بهینه‌سازی زیرساخت‌های فراغتی، برنامه توسعه کمی و کیفی برنامه‌های فراغتی و برنامه توانمندسازی ساختارهای اجرایی مرتبط با اوقات فراغت شهروندان و مخاطبان، ضمن انجام فعالیت‌ها و اقدامات لازم به منظور تحقق اهداف برنامه، حداکثر ۶ ماه پس از تصویب اقدامات اجرایی مربوط به برنامه‌ها و تقسیم کار در سازمان فرهنگی هنری، پروژه‌های مربوط را در سطح کلان شهر تهران تدوین و جهت تصویب به دبیرخانه ارایه دهند.

- مراکز مرتبط با برنامه‌های فراغتی شهروندان و مخاطبان باید با محوریت تقویت نقش خانواده‌ها، نهادهای مدنی و سازمان‌های غیردولتی شهروندان و مخاطبان و بخش خصوصی در برنامه‌های فراغتی موجبات کاهش تصدی‌گری دولت و افزایش مشارکت بخش‌های غیردولتی در برنامه‌های

فراغتی را فراهم آورند.

- سازمان فرهنگی هنری با همکاری سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران ضمن تولید برنامه‌های رسانه‌ای در زمینه اهمیت و ضرورت گذاران صحیح اوقات فراغت شهروندان و مخاطبان به عنوان یک نیاز اساسی و همچنین فرهنگ‌سازی و جریان سازی در زمینه برنامه‌های فراغتی و گردشگری، برنامه اصلاح نگرش و فرهنگ‌سازی در زمینه گذاران اوقات فراغت را به همراه تقسیم کار منطقه‌ای پیشنهادی، تهیه و جهت تصویب به ستاد سازمان فرهنگی - هنری ارایه نمایند.

- سازمان فرهنگی - هنری شهرداری تهران لازم است اقدامات اجرایی مربوط به برنامه بهینه‌سازی زیرساخت‌های فراغتی، برنامه توسعه کمی و کیفی برنامه‌های فراغتی و برنامه توانمندسازی ساختارهای اجرایی مرتبط با اوقات فراغت شهروندان و مخاطبان را به همراه تقسیم کار منطقه‌ای پیشنهادی، تهیه و جهت تصویب به ستاد ارایه نمایند.

- سازمان فرهنگی هنری با مراجع بالادستی رایزنی نماید تا وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات با بهره‌گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات در فضای مجازی و شبکه‌های اطلاعاتی و ارتباطی برنامه‌ها و سیاست‌های گسترش فرهنگ استفاده از اوقات فراغت، برنامه‌های اوقات فراغت و توسعه کمی و کیفی برنامه‌های فراغتی شهروندان و مخاطبان را با همکاری سازمان فرهنگی - هنری شهرداری تهران در بستر IT را حمایت نماید.

- سازمان فرهنگی - هنری با همکاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان تبلیغات اسلامی در چارچوب سیاست‌ها، خط‌مشی‌ها و برنامه‌های اجرایی سازمان، اقدامات لازم را به منظور تقویت و فعال‌سازی و بهره‌گیری مطلوب از مساجد، فضاها و اماکن مذهبی و فرهنگی در راستای توسعه کمی و کیفی برنامه‌های فراغتی و گردشگری مرتبط انجام دهند.

- سازمان فرهنگی - هنری با همکاری سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، زمینه بهره‌گیری رایگان شهروندان و

مخاطبان از اماکن تحت مدیریت سازمان میراث فرهنگی و گردشگری را به منظور پشتیبانی و حمایت از سازمان‌های ذی‌ربط در امور گردشگری شهروندان و جلب مشارکت سازمان‌های غیردولتی آنان در زمینه فعالیت‌های گردشگری، را فراهم نماید.

- سازمان فرهنگی - هنری با همکاری سازمان تربیت بدنی، به منظور بهره‌مندی مناسب شهروندان از امکانات و برنامه‌های ورزشی، ضمن تشویق و ترغیب بخش خصوصی در ارائه خدمات ویژه و مناسب به آنان در زمینه گذاران اوقات فراغت، منابع و امکانات خود را در این زمینه برای ارائه خدمات به مناطق کمتر برخوردار کلان شهر تهران اختصاص دهد.

- سازمان فرهنگی - هنری شهر تهران، به عنوان ناظر بر فرآیند تدوین و اجرای برنامه‌ها و اقدامات اجرایی ساماندهی اوقات فراغت با همکاری سازمان‌های ذیربط پیگیری‌های لازم را به منظور انجام وظایف محوله دستگاه‌های دولتی و غیردولتی به عمل آورد.

ارائه راهکارهایی در جهت شناسایی تقویت اثرگذاری اقدامات فرهنگی سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران از طریق مصاحبه با مدیران و کارشناسان سازمان

پیشنهادهای اجرایی

- توجه به فعالیت‌های کتابخانه‌ای، آموزشی، هنری مثل شعر و فیلم و... و فعالیت‌های مربوط به سبک زندگی، آسیب‌های اجتماعی، فقدان غلبه مطالعه کتاب و رها بودن فضای مجازی

- توجه به بخش آموزش و خدمات فرهنگی هنری، مشکلات عدیده در جامعه و خانواده‌ها، نیاز آموزشی سبک زندگی سالم و صحیح ایرانی، ارائه و اجرای پکیج انگیزشی، موفقیت، افزایش نرخ امید به زندگی و حل مشکلات روحی و روانی

- شناخت تیپولوژی و ذائقه و نیاز مخاطب و همچنین آشنایی با پروسه تعالی نیاز مخاطب.

- برگزاری دوره‌های علمی و تقویتی، تولید محتوا در

شبکه‌های اجتماعی، خدمات مشاوره، گرامیداشت یادواره شهدا، برگزاری برنامه‌های مناسبی و موضوعی، حوزه کتاب و کتابخوانی، کمک‌های مؤمنانه و جهادی.

- توجه به مسابقات، کلیپ‌های آموزشی و نشست با موضوعات مختلف.

- توجه به مراسمات مذهبی (جشنواره‌ها و سوگواره‌ها).

- توجه به حوزه تحکیم روابط خانوادگی، مسابقات، پوشش‌ها و اردوهای خانوادگی.

- توجه به نیاز به مشاوره‌های فردی، خانوادگی و شغلی، نیاز به برنامه‌های شاد و مفرح در اجتماع‌های کوچک، نیاز جوانان، با توجه به افزایش اعتیاد در قشر جوان به اعتیادهای جدید، آموزش‌های غیرمستقیم.

- توجه به مهارت آموزی نیروهای فرهنگسراها در فضای دیجیتال، تولید محتوای روزانه بصورت پادکست، محتوای مناسب اینستاگرام و...، افزایش دنبال کنندگان صفحات مجازی فرهنگسراها و تأمین نیازهای فرهنگی از این طریق آموزش‌های مجازی به شهروندان با پشتیبانی‌های انفرادی

- توجه به حوزه کودک (پیش دبستانی - قرآن - نقاشی و ..)

- برگزاری دوره‌های علمی و تقویتی.

- تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی.

- خدمات مشاوره.

- توجه به برنامه‌هایی چون گرامیداشت یادواره شهدا.

- برگزاری برنامه‌های مناسبی و موضوعی

- توجه به حوزه کتاب و کتابخوانی

- کمک‌های مؤمنانه و جهادی

- در حال حاضر با توجه به شرایط کرونایی کشور بیشتر فعالیت‌های سازمان در فضای مجازی بخصوص اینستاگرام بصورت پست، استوری، لایو که شامل پوشش، مسابقات، کلیپ‌های آموزشی و نشست با موضوعات مختلف می‌باشد برگزار می‌گردد که لازم است نظرات شهروندان را در این حوزه بدانیم.

- بخش وسیعی از فعالیت‌های سازمان مرتبط با مراسمات مذهبی (جشنواره‌ها و سوگواره‌ها) می‌باشد. نحوه و میزان

- اثربخشی اگر مورد سنجش قرار گیرد برای سیاستگذاری‌های بعدی سازمان مفید می‌باشد.
- در حوزه تحکیم روابط خانوادگی فقط نشست‌ها و مشاوره مورد سنجش قرار گرفته است
- با توجه به اهمیت حوزه خانواده پرسش‌های طراحی گردد در جهت پیشنهاد برنامه‌های که موجب تقویت روابط خانوادگی گردد یا نظر سنجی در حوزه اثربخشی مسابقات، پویش‌ها و اردوهای خانوادگی که در سازمان برگزار می‌گردد مناسب می‌باشد.
- حل مشکل کمبود بودجه.
- حل مشکل فرسودگی ساختمان‌ها.
- حل مشکل کمبود امکانات و منابع در مقابل ظرفیت‌ها.
- استخدام نیروهای متعهد، متخصص و با کفایت چون استخدامی جدید در سازمان اتفاق نیافتاده و نیروی کار کافی موجود نیست.
- حل همپوشانی‌های با سراهای محله چون رقیب جدی بنام سرای محله که از طرف شهرداری تأمین اعتبار می‌گردند.
- توجه به نیازهای فرهنگی جدید از نگاه مدیران که به دو بخش تقسیم می‌شود:
- الف) تغییر شرایط به دلیل کرونا در زندگی شهروندان و به وجود آمدن نیازهای جدید که شامل:
- نیاز به مشاوره‌های فردی، خانوادگی و شغلی.
- نیاز به برنامه‌های شاد و مفرح در اجتماع‌های کوچک.
- نیاز توجه به جوانان، با توجه به افزایش اعتیاد در قشر جوان به اعتیادهای جدید.
- آموزش‌های غیر مستقیم.
- ب) توجه به تغییر فرهنگ جامعه به دلیل پلتفرم‌های مجازی و به وجود آمدن نیازهای فرهنگی جدید که شامل:
- مهارت‌آموزی نیروهای فرهنگسراها در فضای دیجیتال.
- تولید محتوای روزانه بصورت پادکست، محتوای مناسب اینستاگرام و ...
- افزایش دنبال کنندگان صفحات مجازی فرهنگسراها و تأمین نیازهای فرهنگی از این طریق.
- آموزش‌های مجازی به شهروندان با پشتیبانی‌های انفرادی.
- پیشنهادات مدیران جهت عملکرد بهتر در سازمان فرهنگی و هنری:
- استخدام نیروهای جوان و جدید.
- جانشین پروری مدیران با توجه به نزدیک شدن بازنشستگی مدیران با تجربه.
- هم‌گام‌سازی نیازهای فرهنگی با نیازهای جدید شهروندان.
- مدیریت معماری و سیستم‌ها در سازمان فرهنگی و هنری.
- ارائه برنامه‌های عملیاتی به سازمان فرهنگی هنری شهرداری در جهت تقویت فعالیت‌های فرهنگی هنری شهرداری تهران**
- (برنامه‌ریزی عملیاتی یا همان برنامه‌ریزی اجرایی، پیش‌بینی برنامه‌ها یا پروژه‌هایی برای رسیدن به اهداف راهبردی می‌باشد.)
- با توجه به پایین بودن مصرف فرهنگی در بین شهروندان تهرانی، تأکید می‌شود مسئولان و سیاستگذاران فرهنگی ضمن بررسی عمیق این مسأله، به نیازهای فرهنگی شهروندان توجه ویژه‌ای داشته باشند و محتوای محصولات و تمام تولیدات فرهنگی می‌بایست براساس خواسته‌ها و نیازهای شهروندان بر حسب گروه‌های مختلف جنسی، سنی و تحصیلی باشد. عدم توجه به این مهم، به تزلزل و دوگانگی فرهنگی و نیز به بحران هویت و تضعیف فرهنگ دامن خواهد زد. از آنجایی که اوقات فراغت به عنوان بخشی از سبک زندگی و جزء جدایی‌ناپذیر زندگی افراد شده، لازم است سیاستگذاران و برنامه‌ریزان نسبت به سیاست‌گذاری درباره فراغت با توجه به خواسته‌های شهروندان، اقدامات لازم را انجام دهند. دسترسی منصفانه به برنامه‌های فراغتی، سهم اساسی در بهبود کیفیت زندگی افراد دارد. همچنین، تسهیلات و خدمات لازم باید در اختیار تمامی شهروندان در مناطق مختلف شهر قرار گیرد.

- علاوه بر توسعه مراکز ورزشی، تفریحی و فرهنگی در مناطق مختلف شهری که باید مورد توجه بیشتری قرار گیرد این توسعه باید براساس جمعیت مناطق شهری توزیع شود. با توجه به همگانی شدن و ضرورت اوقات فراغت در زندگی اجتماعی افراد در عصر حاضر، ضروری است تا هزینه‌های تفریحات و سایر الگوهای گذران اوقات فراغت کاهش یابد تا همهی افراد و گروه‌های مختلف اجتماعی بتوانند از امکانات سالم فراغتی برای پرورش استعدادهای خودشان استفاده کنند. ایجاد و توسعه‌ی مراکز فرهنگی هنری برای همه اقشار جامعه از جمله احداث فضاهای ورزشی، پارک و بوستان و مراکز تفریحی، کتابخانه، سالن سینما و آمفی تئاتر باید در اولویت توسعه مراکز فرهنگی باشد که این فضاها از مهم‌ترین مراکز مورد نیاز شهروندان می‌باشد.

- مهمترین نیازهای شهروندان به دوره‌های آموزشی، زبان‌های خارجی، مهارت‌های فنی و کامپیوتری، مشاوره حقوقی، خانواده و روان‌شناسی بوده است که مراکز فرهنگی و علمی لازم است در خصوص این دوره‌ها، خدمات بیشتری را ارائه دهند.

- تماشای تلویزیون شبکه استانی در بین شهروندان خیلی پایین است که این مسأله می‌تواند نوعی اعتراض به محتوای برنامه‌های شبکه استانی باشد. میزان استفاده زیاد شهروندان از ماهواره نیز یکی از این موارد اعتراض می‌تواند تلقی گردد. بنابراین برنامه‌های تلویزیون باید به نیازهای شهروندان توجه بیشتری کند.

- با توجه به اینکه، فعالیت ورزشی در بین شهروندان بندرت دیده می‌شود پیشنهاد می‌شود علاوه بر رفع کمبود فضاهای ورزشی، نسبت به برگزاری برنامه‌ها و مسابقات ورزشی و تشویق همگانی به سوی انواع ورزش‌ها بویژه بدنسازی و پیاده‌روی توجه ویژه‌ای شود. مراجعه شهروندان به سینما و تئاتر بسیار پایین می‌باشد که با ساماندهی فضاهای هنری و سینمایی و با تولید فیلم‌های اجتماعی (ازدواج، طلاق و اعتیاد) و فیلم‌های کمدی و هیجانی می‌توان در این عرصه

موفق عمل کرد. با توجه به نیازهای هنری شهروندان در خصوص موسیقی و آواز، هنرهای تصویری هنرهای ادبی، رمان و شعر، لازم است مسئولان برنامه‌ریزی و اقدامات لازم را در این خصوص انجام دهند.

- ترویج فرهنگ مطالعه از طریق کارت هدیه برای خرید کتاب به کارمندان، اجرای طرح‌هایی چون ببر، بخوان، بیار در مدارس و پارک‌ها و دیگر اماکن عمومی.

- مشکلات مالی، کم‌حوصلگی، کمبود امکانات در جامعه و کمبود وقت از جمله دلایلی است که شهروندان نمی‌توانند به فعالیت‌های فرهنگی از قبیل ورزش کردن، مطالعه و مسافرت بپردازند. آموزش‌های لازم به شهروندان و تولید برنامه‌های تصویری در خصوص نحوه گذران اوقات فراغت و کارکردهای آن، می‌تواند به کاهش برخی از این موانع کمک کند. هر چند که در خصوص مشکلات مالی و کمبود امکانات در جامعه، اقدامات اساسی باید صورت گیرد.

- ارائه واحد درسی آموزش اوقات فراغت در مدارس و دانشگاه‌ها نیز می‌تواند به نهادینه شدن فراغت در خانواده‌ها کمک شایانی نماید. زمینه‌های پذیرش اجتماعی شهروندان در جامعه و فراهم کردن حضور اجتماعی شهروندان از طریق توجه به نظرات و نگرش‌های آنان و عملی ساختن مشارکت اجتماعی، می‌تواند در حل برخی از این مسائل به مسئولان کمک کند.

- کانون‌های مشارکت مردمی یکی از بازوهای قدرتمند سازمان‌اند که نقش ویژه‌ای در طراحی و اجرای برنامه‌های فرهنگی هنری موثر و هم راستا با نیاز و خواسته‌های شهروندان تهرانی ایفا می‌کنند. کانون‌های مردم نهاد، گروه‌های غیرسیاسی، غیرانتفاعی و غیردولتی‌اند که با توجه به توان، ظرفیت و دغدغه‌مندی در خصوص مسائل و موضوعات پیرامون خود، فعالیت‌شان را آغاز می‌کنند. گستره فعالیت کانون‌ها یا منطقه‌ای است یا فرامنطقه‌ای (شهری). فعالیت کانون‌های شهری توسط مرکز مشارکت‌های فرهنگی هنری و فعالیت کانون‌های منطقه‌ای توسط مدیریت‌های فرهنگی هنری مناطق و فرهنگ سراهای خاص تحت

نظارت قرار می‌گیرد.

ارائه راهکارهای سیاستی در جهت شناسایی تقویت اثرگذاری اقدامات فرهنگی سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهران

مأموریت‌های سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، در سطح مناطق ۲۲ گانه و در قالب مجموعه‌هایی از قبیل فرهنگ‌سراها، خانه‌های فرهنگ، نگارخانه‌ها، کتابخانه‌ها، مراکز مشارکتی، کانون‌های مشارکت مردمی، پردیس‌های سینمایی، مؤسسات و ... دنبال می‌شود.

سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی کلان فرهنگی هنری شهر، در سطح ستاد سازمان انجام و به مدیریت‌های فرهنگی هنری مناطق ۲۲ گانه اعلام می‌شود. مدیریت فرهنگی هنری منطقه نماینده سازمان در هر منطقه است که وظیفه نظارت و هماهنگی فعالیت‌های آموزشی، خدماتی و برنامه‌ای منطقه تحت پوشش خود را برعهده دارد.

مدیریت‌های فرهنگی هنری مناطق ۲۲ گانه براساس سیاست‌های ابلاغی ستاد سازمان و نیازهای موجود در سطح منطقه، برنامه‌ها را با بودجه مشخص طراحی و برنامه‌ریزی می‌کنند. برنامه‌های مورد نظر مناطق از سوی مدیریت هر منطقه به ستاد سازمان اعمام شده و پس از تصویب بودجه، برای اجرا به مناطق ابلاغ می‌شود. مسئولیت اجرایی در هر منطقه به مدیریت فرهنگی هنری آن منطقه واگذار شده است.

در برخی از مناطق شهرداری، بیش از یک فرهنگ‌سرا وجود دارد. در چنین مناطقی، مدیر در بزرگترین فرهنگ‌سرا که فرهنگ‌سرای اصلی قلمداد می‌شود، مستقر بوده و فرهنگ‌سرای دیگر که کوچکتر است، فرهنگ‌سرای تابعه نامیده.

می‌شود. فرهنگ‌سرای خاص نیز به فرهنگ‌سراهایی گفته می‌شود که اقدام به فعالیت در یک حوزه تخصصی و تعریف شده در سطح شهر تهران می‌کنند و از نظر ساختار اداری زیرمجموعه مدیریت فرهنگی هنری منطقه نیستند. به جز فرهنگ‌سراها، خانه‌های فرهنگ، مجتمع‌های فرهنگی

هنری، نگارخانه‌ها و کتابخانه‌ها نیز توسط مدیریت‌های فرهنگی هنری مناطق اداره می‌شوند که در ادامه به اهم راهکارهای سیاستی در جهت شناسایی تقویت اثرگذاری اقدامات فرهنگی سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهران اشاره می‌شود:

- ایجاد سازگاری، هماهنگی و همسویی میان سیاست‌های فرهنگی سازمان فرهنگی هنری در عرصه فرهنگی (بخش دولتی و غیردولتی) در سطوح مناطق ۲۲ گانه شهرداری تهران؛

- تدوین شاخص‌های دقیق و قابل رصد، جامع، صریح، روشن و هدفمند برای ارزیابی و نظارت بر سیاست‌های فرهنگی براساس سیاست‌های کلان و واقعیات فرهنگی کلان شهر تهران؛

- ارتقای انگیزه و تشویق فعالیت‌های فرهنگی سازمان فرهنگی هنری در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، راهبردی و رسانه‌ای به منظور زمینه‌سازی برای بروز ابتکارات، نوآوری‌ها، خلاقیت‌ها و سیاست‌های نوین فرهنگی؛

- ایجاد تفاهم و وفاق میان نخبگان فکری، فرهنگی و سیاسی در خصوص سیاست‌های فرهنگی براساس چارچوب نظری و منظومه فکری سیاست‌های کلان ترسیم شده سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران؛

- مشخص کردن ضوابط و قوانین اجرایی حاکم بر سیاست‌های فرهنگی سازمان فرهنگی هنری و کارآمدسازی و اصلاح ساختار و کارکرد بخش‌های فرهنگی سازمان در تبدیل سیاست‌های کلان به سیاست‌های خرد؛

- ترجیح کیفیت و اصالت دادن به آن با توجه به نیازسنجی، مخاطب‌شناسی و میزان اثربخشی فعالیت‌های فرهنگی و شناخت ابعاد آگاهی‌بخشی و اندیشه‌ورزی در سیاست‌های فرهنگی سازمان فرهنگی هنری به منظور بسترسازی برای تسهیل و تقویت امور برنامه‌ریزی، نظارت و ارزیابی فعالیت‌های فرهنگی متنوع و متکثر و افزایش تحرک فرهنگی؛

- گسترش میزان تبادل فرهنگی میان بخش‌های دولتی و غیردولتی در جهت افزایش تحرک فرهنگی- اجتماعی و ارتباط فرهنگی میان نهادهای دولتی و غیردولتی؛

- شکل‌گیری و اولویت‌بخشی به پیوست فرهنگی در تمامی سیاست‌گذاری‌های فرهنگی و اجتماعی سازمان فرهنگی هنری از طریق ایجاد همبستگی نزدیک میان سیاست‌های فرهنگی و دیگر حوزه‌های سیاست‌گذاری از قبیل توسعه ملی، آموزش و پرورش، نظام ارتباطات و اطلاع‌رسانی، ملاحظات زیست‌محیطی و

- اهتمام به نقش نهادهای واسطه اجتماعی و فرهنگی و نهادینه شدن مشارکت فرهنگی و فرهنگ مشارکت به عنوان مشارکت جمعی و سرمایه اجتماعی در سیاست‌های فرهنگی سازمان فرهنگی هنری؛

- ایجاد سامانه‌ای برای نظارت دقیق و به موقع بر سیاست‌های فرهنگی با تأکید بر نظارت همگانی و خودکنترلی در اجرای سیاست‌های فرهنگی سازمان فرهنگی هنری؛ در این میان، توجه به شرکت‌ها و مؤسسات وابسته همچون مؤسسات سازمان که به ارائه خدمات تخصصی در حوزه‌های گوناگون می‌پردازند و این مؤسسات، عمدتاً در حوزه‌هایی فراتر از حوزه محله‌ای منطقه‌ای و فراتر از ساختار فرهنگ‌سرای فعالیت می‌کنند، بسیار حائز اهمیت است.

- تقویت تعامل و همکاری سازمان فرهنگی - هنری شهرداری تهران با آموزش و پرورش و استفاده از ظرفیت دانش‌آموزان برای پیش برد برنامه‌های سازمان؛

- تهیه و تدوین کتاب آداب و رسوم شهر با همکاری قلم به دستان و بزرگان این عرصه شهر بنام شهرداری و کمیسیون فرهنگی شورای اسلامی شهر؛

- برگزاری برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی در مناسبت‌های ملی و مذهبی با بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های فرهنگ بومی شهر، جشن معراج، جشن برات، جشن رمضان، جشن قربان، جشن مولود پیامبر (ص)، جشن

نوروز و مناسبت‌های ملی و مذهبی با همراهی سایر دستگاه‌های متولی؛

- تقویت ارتباط بیشتر هنرمندان و فرهیختگان شهر با سازمان فرهنگی - هنری شهرداری تهران و استخراج ایده‌ها و برنامه‌های آنها برای اقدامات فرهنگی سازمان و تشکیل اتاق فکر فرهنگی؛

- تقویت ارتباط با دانشگاهیان شهر در حوزه برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی و انجام تحقیقات و نظرسنجی‌های علمی در راستای استخراج نیازها و خواسته‌های حوزه فرهنگی و اولویت‌بندی فعالیت‌های کمیسیون فرهنگی سازمان فرهنگی و معاونت فرهنگی شهرداری جهت هدایت افکار عمومی شهروندان در مسیر برنامه‌های سازمان فرهنگی - هنری شهرداری تهران؛

- تهیه و تدوین سند راهبردی برنامه‌های فرهنگی سازمان فرهنگی - هنری شهرداری تهران و کمیسیون فرهنگی شورای اسلامی شهر و استراتژی برنامه‌های کوتاه مدت (فصلی)، میان مدت (یک‌ساله) و طولانی مدت (پنج ساله) از سوی صاحب‌نظران و علاقمندان این عرصه؛

- برگزاری جلسات مردمی با حضور دانشگاهیان، دانشجویان و افراد صاحب نظر شهر، تحت عنوان خواسته‌های فرهنگی و اجتماعی شهروندان در راستای بهره‌گیری از استعدادها و ایده‌های کاربردی و خواسته‌های شهروندان و تقویت ارتباط مردم با شهرداری و مدیریت افکار عمومی در برنامه‌های عمومی؛

- تدوین تقویم سالانه برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی شهر تهران در راستای ایجاد شور و نشاط در جامعه متناسب با مناسبت‌های ملی و مذهبی و وضعیت آب و هوایی در فضاهای باز و بسته و ورزشگاه‌ها و برگزاری برنامه‌های تلویزیونی زنده مانند مسابقه محله شبکه دو برای معرفی بهتر شاخص‌های فرهنگی شهر تهران؛

- همکاری و حمایت از سازمان‌های غیردولتی و NGOهای سطح شهر از سوی اداره کل امور اجتماعی سازمان فرهنگی هنری جهت مشارکت آنها در راستای

موسیقی، کارگروه مطالعات و پژوهش، کارگروه فرهنگ فلکلور و کارگروه آموزش و...

- تهیه و تدوین بانک اطلاعاتی جامع و کامل از فعالان فرهنگی ویژه و بهره‌گیری از سیستم اطلاع‌رسانی فرهنگی سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران.

- راه‌اندازی سرای محله در محله‌های شناسایی شده شهر و تعیین شهردار محله با همکاری شورای اسلامی شهر تهران؛
- برگزاری دوره‌های آموزشی برای اوقات فراغت جوانان و نوجوانان شهر طی تفاهم‌نامه‌ای با جهاد دانشگاهی و اهدای مدرک به این افراد با نظارت سازمان فرهنگی هنری؛

- برگزاری کنگره و همایش‌های تخصصی برای شخصت‌های بزرگ عرصه‌های دینی، علمی و هنری شهر تهران؛

- راه‌اندازی تئاتر خیابانی در پارک‌ها و اماکن تفریحی و عمومی شهر با همکاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با محوریت ارتقای فرهنگ شهروندی و زنده کردن ادب و رسوم فرهنگی در شهر تهران؛

- تشکیل کمیته تخصصی خادمان مسایل فرهنگی و اجتماعی در شهر متشکل از کارشناسان دستگاه‌های فرهنگی شهرستان و هدایت و مدیریت فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی شهر براساس خواسته کمیسیون فرهنگی سازمان فرهنگی هنری شهر تهران به عنوان پارلمان محلی تصمیم‌گیری حوزه فرهنگ و هنر شهر.

- برگزاری جشنواره سراسری کاریکاتور با موضوع فرهنگ شهروندی و برگزاری نمایشگاه آثار این جشنواره برای مخاطبین در رده‌های سنی مختلف برای فصل تابستان؛

- تهیه پیوست اجتماعی برای طرح‌های عمرانی بزرگ شهرداری و بررسی موضوع در سه زمان پیش از اجراء، زمان اجراء و بعد از اجرای طرح در جهت رفع مسایل و مشکلات اجتماعی طرح‌ها و اعمال نظر شهروندان و صاحب‌نظران در طرح‌ها؛

در ادامه ضمن تبیین خلاصه مهم‌ترین نیازهای احصا شده مخاطبان و شهروندان، به مهم‌ترین راهکارهای عملیاتی در

اهداف سازمان و برون‌سپاری بخشی از فعالیت‌های اجتماعی؛

- تهیه و تدوین طرح‌های توجیهی برای ایجاد فرهنگسرا، کتابخانه، ایستگاه‌های مطالعه، ایستگاه نقاشی و بهره‌گیری از فضاهای سبز و اماکن تفریحی؛

- مشخص کردن سرانه فرهنگی و تلاش و پیگیری امور برای رساندن این سرانه به استانداردهای کشوری و تعیین یک فرهنگسرای مرکزی با مشخصات کامل در شهر و فرهنگسراهای کوچک در نواحی منفصل شهری با همکاری کمیسیون فرهنگی با شورای سرمایه‌گذاری سازمان فرهنگی هنری شهرداری به عنوان فرهنگسرا در سطح شهر؛

- پیگیری راه‌اندازی گالری عکس شهر در بخش‌های فرهنگی، زیبا شناختی، معرفی شهر با کمک آرشیو عکس‌های قدیمی شهر و اختصاص بخشی به عکس‌های خبری سال از سوی خبرنگاران؛

- برنامه‌ریزی و تدوین طرحی برای استفاده بهینه از حمام شیشه‌ای جهت فعالیت‌های فرهنگی برای هنرمندان شهر با همفکری کمیسیون فرهنگی شورای شهر و سازمان فرهنگی هنری با محور خوشنویسان و فعالان عرصه موسیقی و عکاسان و ایجاد نگارخانه دائمی شهر؛

- تهیه و تدوین طرحی جامع برای احیای برنامه‌های فرهنگ بومی و بازی‌های محلی شهر و برگزاری جشنواره بازی‌های بومی محله‌ای شهر؛

- بهره‌گیری بیشتر از سایت اطلاع‌رسانی شهرداری، تلویزیون شهری و سینمای برای پخش فیلم‌ها و نوشته‌های نیازهای فرهنگی هنری شهروندان و اختصاص یک ستون ثابت از نشریات محلی به این موضوع و تجلیل از نویسندگان و خبرنگاران این موضوع از سوی سازمان فرهنگی - هنری شهرداری تهران؛

- تشکیل کارگروه‌های تخصصی حوزه فرهنگ و هنر با مشارکت صاحب‌نظران این عرصه و عضویت هر یک از اعضای محترم کمیسیون فرهنگی شورا در هر یک از این کارگروه‌ها مثلاً کارگروه فرهنگ معنوی و دینی، کارگروه

جهت تقویت برنامه‌های فرهنگی هنری سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران اشاره می‌شود:

جدول ۴- خلاصه مهم‌ترین نیازها و پیشنهادهای اجرایی متناسب با یافته‌ها و نیازهای مخاطبان			
ردیف	نیازهای مخاطبان	پیشنهاد اجرایی	مسئول اجرای پیشنهاد
۱	مهارت‌های هنری	برگزاری دوره‌های آموزش مهارت‌های هنری	فرهنگسراها و مراکز وابسته و مراکز آموزشی
۲	آشنایی یا صنایع خلاق	برگزاری دوره‌های کارآفرینی در صنایع فرهنگی	فرهنگسراها و مراکز وابسته و مراکز آموزشی و پردیس‌ها
۳	آشنایی با فرهنگ جهان	برگزاری دوره‌های آموزشی فرهنگی	فرهنگسراها و مراکز وابسته و مراکز آموزشی و پردیس‌ها
۴	تقویت معارف و اعتقادات	ارتباط با مساجد محلات و استفاده اساتید و روحانیت محترم در مراکز فرهنگی به منظور آموزش نظری و عملی	فرهنگسراها و مراکز وابسته و مراکز آموزشی و پردیس‌ها
۵	تورهای گردشگری در همه زمینه‌ها	برگزاری تورهای گردشگری مذهبی، تفریحی، سیاحتی، زیارتی و ...	فرهنگسراها و مراکز وابسته و مراکز آموزشی
۶	مهارت‌های فناوری روز	ایجاد دفاتر و مراکز افزایش مهارت‌های فناوری خصوصاً در شبکه‌های اجتماعی هم حضوری و هم مجازی	فرهنگسراها و مراکز وابسته و مراکز آموزشی
۷	مهارت‌های مدیریت خانواده	ایجاد دفاتر ارتباط با خانواده‌ها در محلات و تدوین سرفصل‌های آموزشی مناسب و متناسب با ویژگی‌های دموگرافیک خانواده‌ها	فرهنگسراها و مراکز وابسته و مراکز ورزشی
۸	تعاملات با افراد	برگزاری کارگاه‌های مهارتی، فیلم‌های پکیج‌های رایگان آموزشی و ...	فرهنگسراها و مراکز وابسته و مراکز آموزشی و پردیس‌ها
۹	ایجاد ارتباط با صنعت و معرفی مخاطبان برای کارآموزی	استقرار دفتر ارتباط با مراکز حرفه‌ای و صنعتی به منظور کارآموزی	همه مراکز فرهنگی وابسته
۱۰	ارتقای کیفیت خدمات و فعالیتهای حوزه‌ها و مراکز فرهنگی ورزشی تهررداری	لزوم تدوین برنامه نظارتی و بازرسی مناسب به صورتهای هفتگی، ماهانه و سالانه از مراکز فرهنگی ورزشی و رصد کیفیت خدمات و فعالیتهای و اتخاذ تدابیر مناسب برای بهبود	همه مراکز فرهنگی وابسته
۱۱	تأمین وسایل ایاب و ذهاب	لزوم هماهنگی با حوزه‌های حمل و نقل عمومی و اضافه نمودن خطوط عمومی به مراکز فرهنگی هنری یا داشتن سرویس از نقاط مختلف شهر چند بار در روز خصوصاً روزهای پنجشنبه و جمعه	همه مراکز فرهنگی وابسته
۱۲	اعطای گواهینامه‌های معتبر و قابل قبول سازمانها و ...	فراهم نمودن شرایط امکان اعطای گواهینامه‌های مناسب و قابل قبول به مخاطبان یا هماهنگی با مراکز مجوز دهنده مانند سازمان مدیریت و برنامه ریزی، دانشگاه‌ها و ... یا فراهم نمودن شرایطی دانشجویان بتوانند بخشی از دروس خود را در مراکز فرهنگی هنری پاس نمایند	فرهنگسراها و مراکز وابسته و مراکز آموزشی
۱۳	ارتباط بیشتر مراکز با محلات و خانواده‌ها	لزوم استقرار واحد و یا حوزه‌ای با عنوان ارتباط مؤثر یا محله اجتناب ناپذیر است چرا که اکثر مخاطبان این ارتباط را بسیار ضعیف می‌دانند.	فرهنگسراها و مراکز وابسته و پردیس‌ها

جدول ۵- خلاصه مهم‌ترین پیشنهادهای اجرایی متناسب با یافته‌ها و نیازهای شهروندان

ردیف	نیازهای شهروندان	پیشنهاد اجرایی	مسئول اجرای پیشنهاد
۱	وجود سرویس‌های حمل و نقل عمومی	تدارک سرویس‌های مخصوص مراکز فرهنگی ورزشی برای همه بصورتی که حداقل روزی یکبار از مسیرهای مختلف متلاً صبح‌ها به سمت مراکز و عصر برعکس شهروندان را جابجا نمایند؛ اختصاص یک واگن از مترو به مخاطبان و شهروندان مراکز؛ افزایش تعداد سرویس‌های عمومی منتهی به مراکز و...	همه مراکز فرهنگی
۲	وجود برنامه‌های مشارکت جوانان	کارآفرینی و اشتغالزایی با جوانان در قالب شرکت‌های دانش بنیان و یا ... می‌تواند یحرائهای زیادی از جوانان را حل کند	همه مراکز فرهنگی
۳	شرایط مناسب استفاده از اینترنت (اینترنت پرسرعت)	تدارک مکانی در فرهنگسراها و مراکز تحت عنوان اطاق مجازی یا سایت و یا پاتوق مجازی و ... یا اینترنت مناسب می‌تواند در جذب شهروندان بسیار مؤثر باشد	همه مراکز فرهنگی
۴	وجود کتابخانه‌های عمومی	تقویت کتابخانه‌های موجود و یا راه اندازی کتابخانه‌ها مجازی و واقعی	فرهنگسراها و مراکز وابسته
۵	شرایط مناسب استفاده از فضای مجازی	راه اندازی شبکه‌های اجتماعی، به روز رسانی سایت‌ها و ایجاد بستر برای تعامل یا شهروندان	فرهنگسراها و مراکز وابسته و مراکز آموزشی
۶	وجود کلاس‌های هنری (آموزش موسیقی، بازیگری، اجرا و ...)	متنوع سازی کلاسهای آموزشی با هزینه‌های مناسب در همه رشته‌ها که بخشی از اوقات فراغت مخاطبان و شهروندان را پر نموده و پس از جاذبه‌هایی ایجاد شود که ضریب ماندگاری در مراکز افزایش یابد	فرهنگسراها و مراکز وابسته و مراکز آموزشی
۷	وجود کانون‌های فرهنگی جوانان	کانون‌های شعر و ادب، علمی، فرهنگی، هنری و ... در جذب شهروندان بسیار مؤثر است	فرهنگسراها و مراکز وابسته
۸	وجود کنسرت موسیقی و تئاتر	برگزاری کنسرت‌های ارزان قیمت و تئاترهای فاخر مورد تقاضای اکثریت شهروندان است که باید تمهیدات لازم در اینخصوص اتخاذ شود.	فرهنگسراها و مراکز وابسته و پردیس‌ها
۹	وجود گالری‌های هنری	تقویت گالری‌ها و یا راه اندازی در مراکز که وجود ندارند و به روز رسانی و متنوع سازی آثار آن	فرهنگسراها و مراکز وابسته
۱۰	وجود استخر	در مجموعه مراکز که امکان دارد راه اندازی استخر، سونا و ... در دستور کار قرار گیرد	مراکز ورزشی
۱۱	وجود پارک‌ها و بوستان‌های مخصوص بانوان	افزایش بوستانها و مراکز تفریحی فرهنگی مخصوص بانوان و یا تیفیتی کردن و نوبتی کردن برخی مراکز	مراکز تفریحی و ورزشی
۱۲	وجود زمین‌های فوتبال و والیبال و...	استفاده از زمین‌ها و فضاهای باز شهرداری که در اکثر نقاط بلا استفاده مانده‌اند برای زمین ورزشی رویاز	مراکز ورزشی
۱۳	وجود توره‌های گردشگری	راه اندازی و متنوع سازی توره‌های گردشگری در همه زمینه‌های مذهبی، تفریحی، سیاحتی، تاریخی و ...	فرهنگسراها و مراکز وابسته
۱۴	وجود فضاهای مخصوص دوچرخه‌سواری	ایجاد و محفوظ نمودن قسمتهایی از پارک‌ها برای مسیر دوچرخه سواری	مراکز تفریحی و ورزشی و بوستانها
۱۵	وجود انجمن‌های کوهنوردی، کویرنوردی و ...	راه اندازی انجمن‌های علمی، ورزشی، هنری و ...	فرهنگسراها و مراکز وابسته

نیازهای فرهنگی هنری آینده احصا شده از مصاحبه‌ها و تحلیل‌های انجام شده

- نیازهای فرهنگی هنری جوانان در حوزه‌های فناوری آینده مثل متاورس، شبکه‌های مجازی نوین.
- هنر دیجیتال.
- فرهنگ تعامل در دنیای آینده.
- کانون‌های تعاملات گفتمانی برای جوانان.
- مجموعه‌های تخلیه انرژی‌های جسمی، فکری و روانی و ...
- ایجاد سمن‌ها (NGO) در تمامی حوزه‌های فرهنگی و هنری.

- فعالیت‌های فرهنگی هنری و فراغتی تیمی مثل ورزش همگانی و ...
- فعالیت‌های فرهنگی هنری تقویت کننده تفکر انتقادی.
- فعالیت‌های فرهنگی هنری تقویت کننده مهارت‌های متناسب با نیاز روز.
- فعالیت‌های منجر به افزایش نشاط و امید.
- اقتصاد فرهنگ و هنر.
- اردوهای فرهنگی هنری با رویکرد جامع نگر.
- تولیدات فیلم و آثار هنری.
- آموزش‌های فرهنگی متناسب جوامع و شغل‌های آینده.
- افزایش هوش فرهنگی هنری.
- نیازهای روحی، روانی و معنوی.
- رفع شبهات دینی و تقویت باورها.

پیشنهادهای اصلی متناسب با تحلیل یافته‌ها و نیازهای مخاطبان و شهروندان

- یکی از نیازها و دغدغه‌های مخاطبان و شهروندان استفاده از آنان برای تصمیم‌گیری در محلات بود و با توجه به اینکه کانون‌های مختلف در حوزه مشارکت مردمی در مراکز فرهنگی سازمان وجود دارد و این در حالی است که مخاطبان و شهروندان اکثرا از وجود آنها اظهار بی‌اطلاعی می‌کنند. البته این بحث در مورد اکثر فعالیت‌های مراکز صدق می‌کند. لذا در این راستا پیشنهاد

می‌شود سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران حتما در خصوص امکان حضور در کانون‌های مشارکت به نحو شایسته از طریق اطلاع‌رسانی و آموزش در صدا و سیما- پخش بروشور در محلات- فضای مجازی دعوت از ساکنین برای حضور در یک رویداد خاص و اطلاع‌رسانی و ... استفاده نمایند.

- ایجاد یک ساختار پروژه محور و موقتی به منظور ارتباط با مردم در محلات با حضور کارشناسان و متخصصین می‌تواند به نحو شایسته‌ای ارتباط موثری را بین ساکنان محلات و مراکز برقرار کند. اکثر مراکز عنوان داشتند که نیروی انسانی کافی برای این کار ندارند.

- با توجه به نیازهای روزافزون مخاطبان و شهروندان در زمینه‌های مالی، اکثر پاسخگویان تمایل دارند در کنار فعالیت‌های فرهنگی کسب درآمد داشته باشند. لذا پیشنهاد می‌شود در کانون‌های کسب و کار علاوه بر آموزش به نوعی شرایطی فراهم گردد که شهروندان و مخاطبان علاوه بر فرهنگ و هنرآموزی هم برای خود و هم مرکز درآمدی ایجاد نمایند. راه‌اندازی واحد تولیدات هنری و ایجاد بازارچه‌های فروش صنایع حاصل از این فعالیت‌ها بسیار موثر است.

- هیچکدام از پاسخگویان و شهروندان از نحوه واگذاری یا راه‌اندازی کانون‌های مشارکت مردمی با اخذ مجوز از سازمان اطلاعی نداشتند و به محض پرسش با انگیزه بسیار پی‌جویی می‌کردند. این موضوع استفاده سازمان فرهنگی هنری از تمام پتانسیل‌های موجود اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی جمعی متناسب با همه محلات و همه سنین با توجه به تنوع جمعیتی را می‌طلبد.

- طبق وظایف و مأموریت‌های سازمان ارتباط با فرهیختگان و سرآمدان محلات یکی از مهمترین رسالت مراکز فرهنگی هنری است و این در حالی است که بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر حتی شناسنامه‌ای از این افراد در مراکز تهیه نشده است

چه رسد به ارتباط موثر. لذا پیشنهاد می‌گردد که ابتدا در قالب یک پروژه نسبت به شناسایی سرآمدان هر محل اقدام و سپس با روش‌های مختلف نسبت به برقراری ارتباط موثر با آنان اقدام شود

- آنچه بسیار مهم و قابل توجه بود میزان دغدغه بسیار زیاد شهروندان و مخاطبان مناطق ۱-۲-۳ نسبت به سایر مناطق به آموزش‌های دینی و توجه به اخلاقیات و باورها برای خانواده خصوصاً فرزندان بود. جالب است در سایر مناطق به دلیل اینکه فرزندان از مراکز دینی مانند حضور در کلاس‌های قرآن و مساجد و ... استفاده می‌نمودند خیلی دغدغه این مهم را بدون توجه به اثربخشی این مباحث نداشتند ولی این سه منطقه دغدغه اصلی در این حوزه داشتند. لذا لازم است حتماً مراکز فرهنگی بصورت ویژه با شناسایی نیازهای واقعی و تفصیلی این حوزه متناسب با هر محله، اقدامات لازم در این زمینه را بعمل آورند. البته با توجه به بررسی‌های انجام شده در این حوزه در این سه منطقه و نیازسنجی دینی، توجه به کلاس‌های رفع شبهات، آموزش نماز، آموزش فلسفه عبادت، کلاس‌های روحوانی و روان‌خوانی قرآن و تفسیر به روز آن، بحث‌های تطبیقی ادیان، معرفی فرقه‌های نوظهور و آسیب‌های آن و ... از اهمیت بالایی برخوردار است.

- با توجه به اینکه براساس یافته‌های تحقیق یکی از نیازهای شهروندان و مخاطبان لمس و حسی فعالیت‌های فرهنگی مراکز در محلات است لذا پیشنهاد می‌شود ترتیبی اتخاذ شود که این مراکز نسبت به فضاسازی‌های فرهنگی، تبلیغات مناسبی، اطلاع‌رسانی حضوری و مجازی، ارتباطات تلفنی و ... اقدام نمایند.

- بررسی نیازهای فرهنگی هنری مخاطبان و شهروندان نشان می‌دهد که دو دسته نیازهای اساسی وجود دارد:

الف) نیازهای فرهنگی هنری که به صورت کلی متناسب با نیازها ساختارها و سازوکارهای مناسب برای

اکثر این نیازها در مراکز وابسته به سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران مهیا شده است.

ب) نیازهای فرهنگی و هنری که در برخی از مراکز و یا بعضاً در هیچ مرکزی ساز و کاری برای آن تبیین نگردیده است مانند رفع نیازهای فرهنگی هنری جوانان در حوزه‌های فناوری آینده مثل متاورس، شبکه‌های مجازی نوین، هنر دیجیتال، فرهنگ تعامل در دنیای آینده، کانون‌های تعاملات گفتمانی برای جوانان، مجموعه‌های تخلیه انرژی‌های جسمی، فکری و روانی و

برای دسته الف بهترین راهکار اطلاع‌رسانی شبکه‌ای از طریق رسانه‌ها، مخاطبان و ... و ایجاد ارتباط موثر بین حلقه‌های اساسی مسجد، مدرسه، منزل و محله و مراکز فرهنگی هنری است. چرا که اکثر شهروندان و حتی برخی مخاطبان خاص از اکثر فعالیت‌های موجود و یا پتانسیل‌های مراکز بی‌اطلاع هستند.

برای دسته دوم پیشنهاد می‌شود ضمن مقایسه فعالیت‌های مراکز فرهنگی هنری مناطق ۲۲ گانه با هم و با مأموریت‌ها، اهداف و استراتژی‌های سازمان اولاً نسبت به آسیب‌شناسی ساختارهای موجود اقدام و نوعی همسان‌سازی و یکسان‌سازی حداقل از نظر ساختارها و سازوکارهای مراکز ایجاد شود تا همه مناطق بتوانند نیازهای فرهنگی هنری مخاطبان را برآورده نمایند و برای نیازهای جدید و آینده‌ای که ساختار و سازوکاری تبیین نشده لازم است در همه مراکز اصلی ساختاری تحت عنوان مرکز آینده‌پژوهی و نیازهای فرهنگی هنری آینده ایجاد و متعاقباً ضمن جذب نیروهای خبره و یا اساتید این حوزه به صورت پاره وقت در راستای رفع نیازهای متناسب با هر محل اقدام نمود. پیشنهاد می‌شود از اساتید و خبرگان بازنشسته هر محل که انصافاً بدون دریافت هیچ هزینه تمایل به همکاری دارند در قالب کارگروه‌های فرهنگی هنری محلات و مناطق اقدام شود.

- نیازسنجی فرهنگی هنری به طور تخصصی در فضای مجازی و راه اندازی مراکز فرهنگی هنری مجازی مانند فرهنگسراهای مجازی و ... می تواند به شدت در اثربخش بودن فعالیت های سازمان و شناسایی و رفع نیازهای فرهنگی هنری مردم موثر باشد.

منابع

آشوری، داریوش (۱۳۸۱). فرهنگ علوم انسانی، تهران: نشر مرکز.

اجلالی، پرویز (۱۳۷۹). سیاست گذاری و برنامه ریزی فرهنگی در ایران، تهران: انتشارات آن.

احمدی، اصغر (۱۳۸۳). «بررسی نیازهای فرهنگی دانشجویان»، طرح پژوهشی، مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران.

احمدی، اصغر (۱۳۸۳). «بررسی نیازهای فرهنگی دانشجویان»، طرح پژوهشی، مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران.

اشرف الکتابی، منوچهر (۱۳۷۹). بررسی تغییرات نحوه گذران اوقات فراغت در خانواده های شهر تهران طی سه نسل، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

اینگلهارت، رونالد (۱۳۸۳). تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، تهران: انتشارات روزنه.

بابایی، محمود (۱۳۸۷). نیازسنجی اطلاعات، مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران، تهران.

بتیس، دانیل؛ پلاگ، فرد (۱۳۸۷). انسان شناسی فرهنگی، ترجمه محسن ثلاثی، چاپ ششم، تهران: انتشارات علمی فرهنگی.

پژوهش میدانی (۱۳۷۸). نظر سنجی از مردم تهران درباره زمینه یابی تولید و عرضه محصولات فرهنگی (۲)، مرکز تحقیقات صدا و سیما.

جزایری، مریم (۱۳۹۲). نیازسنجی فرهنگی شهروندان اهواز، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت فرهنگی، تهران: دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات.

حسینی پور سی سخت، نیکنام (۱۳۹۰). فرهنگ، فعالیت فرهنگی، صنایع فرهنگی، تهران: انتشارات زیتون سبز.

خادمیان، طلعه (۱۳۹۰). سبک زندگی و زندگی مصرفی (مطالعه در حوزه جامعه شناسی فرهنگی و دیباچه ای بر سبک زندگی ایرانیان)، تهران: جهان کتاب.

خمسه، سمیرا؛ رضاییان، مجید (۱۳۸۶). بررسی نیازهای فرهنگی مردم شهر کرج در سال ۱۳۸۶، فصلنامه رهپویه هنر، دوره دوم، پیش شماره چهارم.

خیری، الهام (۱۳۹۵). بررسی مقایسه ای وضعیت توسعه فرهنگی و سرمایه فرهنگی در شهر جدید پرند و رباط کریم، پایان نامه کارشناسی ارشد برنامه ریزی و توسعه منطقه ای، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم اجتماعی.

دولتی، محمدعلی (۱۳۹۰). نیازسنجی فرهنگی دانش آموزان پسر دوره متوسطه در منطقه ۱۶ شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت امور فرهنگی، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.

رزاقی، حمید (۱۳۸۷). نیازسنجی فرهنگی هنری از شهروندان ساکن غرب تهران، سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، مرکز مطالعات فرهنگی شهر تهران.

رستمی، سهیلا (۱۳۹۰). نیازسنجی فرهنگی هنری زنان مناطق ۱۸ و ۱۹ شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت فرهنگی گرایش برنامه ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات.

روح الامینی، محمود (۱۳۸۲). زمینه فرهنگ شناسی، تألیفی در انسان شناسی فرهنگی و مردم شناسی، تهران: انتشارات عطار.

صالحی امیری، سیدرضا (۱۳۸۶). مفاهیم و نظریه های فرهنگی، تهران: ققنوس.

- صالحی امیری، سیدرضا (۱۳۹۳). آسیب شناسی فرهنگی در ایران، تهران: ققنوس.
- صالحی امیری، سیدرضا (۱۳۹۴). الگوی ارتقای سرمایه فرهنگی در ایران، تهران: ققنوس.
- صالحی امیری، سیدرضا؛ عظیمی دولت آبادی (۱۳۸۷). مبانی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی.
- صالحی، اسماعیل (۱۳۷۹). نیازسنجی شهری معرفی نظریه لئوناردی دهل، فصلنامه مدیریت شهری، شماره اول.
- طرزی، اکرم (۱۳۹۶). نیازسنجی مخاطبان برنامه‌های سیمای قرآن و مقایسه آن با نگرش مدیران و برنامه‌سازان، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت رسانه، دانشکده فرهنگ و ارتباطات، تهران: دانشگاه سوره.
- عباس‌زادگان، محمد؛ ترک‌زاده، جعفر (۱۳۷۹). نیازسنجی آموزشی در سازمان‌ها، تهران: نشر انتشار.
- عباس‌پور، عباس (۱۳۹۳). در جستجوی شناسایی نیازهای فرهنگی نسل جوان و ارائه الگوی انطباقی، فصلنامه روان‌شناسی تربیتی، شماره سی و سوم، سال دهم.
- عباس‌زادگان، مصطفی؛ ترک‌زاده، جعفر (۱۳۷۹). نیازسنجی آموزشی در سازمان‌ها، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- عصاره، علیرضا و دیگران (۱۳۹۱). شناسایی نیازهای فرهنگی، آموزشی و پژوهشی دانشجویان کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی، مجله یافته‌های نو در روان‌شناسی، سال هفتم، شماره ۲۱.
- فتحی و اجارگاه، کورش (۱۳۸۱). نیازسنجی آموزشی (الگوها و فنون)، تهران: آبیژ.
- کوش، دنی (۱۳۹۲). مفهوم فرهنگ در علوم اجتماعی. ترجمه فریدون وحید. چاپ سوم، تهران: انتشارات
- سروش و مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.
- کوزر، لوئیس آلفرد؛ روزنبرگ، برنارد (۱۳۹۳). نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناختی، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران: نشر نی، چاپ ششم.
- کیاسری، محمد (۱۳۹۶). نیازسنجی و تدوین دوره آموزشی ضمن خدمت مطلوب معلمان ابتدایی منطقه چهاردانگه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
- معیدفر، سعید (۱۳۸۸). بررسی فعالیت و مصرف کالاهای فرهنگی شهروندان تهران، دفتر مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران.
- میرزایی مقدم، داود (۱۳۸۸). بررسی و ارزیابی نیازهای فرهنگی دانشجویان (دختر و پسر) دانشگاه آزاد اسلامی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک.
- نظریور، کوثر (۱۳۸۴). نظرسنجی فرهنگی جهت تأسیس یک فرهنگسرا در شهر بابلسر، به راهنمایی مجید رضاییان، موسسه آموزش عالی سوره، واحد تهران.
- نیازی، محسن؛ گنجی، محمد (۱۳۹۱). نیازسنجی فرهنگی و اولویت‌الگویی در میان شهروندان کاشانی، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی- فرهنگی، دوره دوم، شماره اول.
- وحدتی، مهرداد (۱۳۸۸). صنایع فرهنگی (مانعی بر سر راه آینده فرهنگ)، نشر نگاه معاصر.
- Arnone, M. P, Reynolds, R & Marshall, T (2009) The effect of early adolescent's psychological needs satisfaction upon their perceived competence in information skills and intrinsic motivation for research. School Libraries Worldwide.
- Bukodi E (2007). Social Stratification and cultural consumption in Hungary: Book readership, European University. Institute, Florence, Italy, Poetics.

Stoner, James. A.F, R. Edward Freeman and Daniel R. Gilbert, Jr (1995). Management. US.

Torche F (2007). Social status and cultural consumption: The case of reading in Chile. Poetics.

UNDP (2013). Creative Economy Report, New York, UNESCO: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>.

UNESCO (2006). "Understanding Creative Industries; Cultural Statistics for Public Policy making": http://portal.unesco.org/culture/es/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf

UNESCO (2005). International Flows of Selected Cultural Goods, 1994-2003, Institute for Statistics, Canada.

Chan T, Goldthrope JH (2007). Social stratification and cultural Consumption. The visual arts in England. Poetics.

Chan, T. & et al. (2007). Social stratification and cultural Consumption. The visual arts in England. Poetics.

Deci, E. L & Ryan, R. M (2008). Facilitating optimal motivation and psychological well-being across life's domains. Canadian Psychology, Vol. 49 (1).

Galloway, Susan & Stewart Dunlop (2007). "A Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy", International Journal of Cultural Policy, Vol. 13, No. 1.

Koenig, H. G, King, D. E & Carson, V. B (2012). Handbook of religion and health (2nd ed.). NY: Oxford University Press.

