

طبقه‌بندی فرهنگ و فراغت ایران

شیرین جعفری،* سمیه رجبی، زهرا نجفی، علی پژهان

مرکز آمار ایران

چکیده. رشد علم در هر حوزه نیازمند آمار و اطلاعات است. داشتن تصویری دقیق از حوزه‌ی فرهنگ و فراغت نیز نیازمند آمار و اطلاعات بهنگام و منطبق با واقعیت‌های هر کشور است. رعایت استانداردها در تولید آمار در حوزه‌ی فرهنگ شرایطی را فراهم می‌آورد که بتوان با استناد به آن‌ها برنامه‌ریزی‌های کلان و خرد جامعه در بخش فرهنگ و هنر را با دقت و صحت بالاتری تنظیم کرد. این امر با استفاده از یک طبقه‌بندی جامع از عناوین فعالیت‌ها، محصولات و مشاغل فرهنگی به‌عنوان چارچوبی برای گردآوری آمار و اطلاعات محقق می‌شود. وجود طبقه‌بندی منسجم منجر به ارتقا، یکپارچگی اطلاعات آماری و کاهش دوباره‌کاری‌ها و فعالیت‌های موازی می‌شود. با تأسیس مرکز آمار ایران و بر اساس بند «و» ماده‌ی ۳ قانون تأسیس مرکز آمار ایران، تهیه‌ی تعاریف، تعیین مفاهیم، معیارها و طبقه‌بندی‌های آماری بر عهده‌ی این مرکز گذاشته شده و بر اساس ماده‌ی ۸ همان قانون تمامی دستگاه‌های اجرایی ملزم به تبعیت از آن‌ها می‌باشند. این مقاله با هدف اجرای قوانین مربوط و بر اساس تدوین طبقه‌بندی فرهنگ و فراغت ایران، ضمن بررسی تعاریف، مفاهیم و مطالعات تطبیقی و در نهایت با تنظیم طبقه‌بندی در سه بخش مجزای فعالیت‌های فرهنگی، محصولات فرهنگی و مشاغل فرهنگی تنظیم شده است.

واژگان کلیدی: طبقه‌بندی؛ فرهنگ؛ فراغت؛ فعالیت؛ محصول؛ شغل.

* نویسنده‌ی عهده‌دار مکاتبات

۱- مقدمه

شناخت و آگاهی از ویژگی‌های فرهنگ و اوقات فراغت از اهمیت بسزایی برخوردار است و بر جنبه‌های اجتماعی و اقتصادی زندگی تأثیرات مطلوب و نامطلوب دارد. حوزه‌ی فرهنگ علاوه بر این که با ایجاد فرصت شغلی، تولید و کسب درآمد به اقتصاد یاری می‌رساند بلکه منافع اجتماعی مهمی را برای مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان کالا و خدمات فرهنگ و اوقات فراغت به همراه دارد، از طرفی فعالیت‌های فرهنگی و هنری عاملی برای دستیابی به آرامش ذهنی و روحی به شمار می‌آیند.

استفاده از آمار و اطلاعات موجود در زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی زمانی میسر است که داده‌ها در قالب نظامی منظم و منطقی طبقه‌بندی شوند. طبقه‌بندی‌های آماری به‌عنوان چارچوبی استاندارد و مقایسه‌پذیر به‌مثابه ابزاری مطمئن برای نشان دادن وضعیت آمارها، کمبودها و نقایص آمار و اطلاعات به کار می‌روند و ارائه‌کننده‌ی جریان‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی می‌باشند.

کشف شباهت و اختلاف‌های پدیده‌های مختلف فرهنگی در نظام منطقی طبقه‌بندی امکان‌پذیر است. طبقه‌بندی به شناخت واقعیت‌ها کمک می‌کند و با نظم‌دهی به مقولات مختلف منجر به کاهش بی‌نظمی و اغتشاشات فکری می‌شود. شناخت نگرش‌ها، فعالیت‌ها، مشاغل و محصولات فرهنگی نیازمند آمارگیری و جمع‌آوری اطلاعات در این خصوص است که طبقه‌بندی‌ها در کامل شدن آن بسیار کارگشا هستند.

مطالعه و اجرای طبقه‌بندی فرهنگ و اوقات فراغت نخستین گام برای ساختن چارچوبی گسترده به‌منظور توسعه و مدیریت داده‌های فرهنگ و اوقات فراغت محسوب می‌شود. این طبقه‌بندی مبنایی را برای گردآوری آمارها در حوزه‌ی فرهنگ و اوقات فراغت فراهم می‌آورد و داشتن تصویری دقیق از حوزه‌ی فرهنگ و بسترسازی مناسب برای تولید آمارهای دقیق در زمینه‌های مختلف فرهنگی و اوقات فراغت از اهداف عمده‌ی آن به شمار می‌آید.

تنوع مقوله‌های فرهنگی ریشه در تاریخ کهن ایران دارد. در ایران داده‌های موجود در خصوص اقلام آماری فرهنگ و اوقات فراغت توسط مرکز آمار ایران یا سایر دستگاه‌های اجرایی گردآوری می‌شود. آنچه مسلم است و ایدئال به نظر می‌رسد اطلاعات منابع

مختلف در حوزه‌ی فرهنگ باید قابل مقایسه و مکمل یکدیگر باشند. یکسان نبودن تعاریف و مفاهیم در این حوزه، عاملی جهت ناهماهنگی آمارها است. اما حتی در مواردی که تعاریف استاندارد نیز وجود دارد به دلیل کمبود چارچوبی منسجم و ساختاری کلی در منابع مختلف فرهنگی، ناهماهنگی‌ها کماکان وجود دارد؛ به همین علت به منظور ارتقا، یکپارچگی اطلاعات آماری و کاهش اغتشاشات موجود در این حوزه، برای اولین بار مطالعات در راستای تدوین طبقه‌بندی فرهنگ و فراغت ایران^۱ (ICLC) انجام گرفته است.

از آنجایی که در برنامه‌های سوم و چهارم توسعه‌ی دولت جمهوری اسلامی ایران نیز بر جنبه‌های اقتصادی و اجتماعی بخش فرهنگ تأکید بسیار شده است لذا دستیابی به این اهداف، مستلزم داشتن چارچوب آماری جامعی می‌باشد. از سویی نیازهای آماری دستگاه‌های اجرایی مبنی بر اجرای سرشماری و آمارگیری‌های فرهنگی، عاملی تأثیرگذار و مهم برای مطالعه و تدوین این طبقه‌بندی به شمار می‌آید.

این مقاله شامل بخش‌های مختلف از جمله تعاریف و مفاهیم طبقه‌بندی، فرهنگ و فراغت و ارتباط این دو مفهوم با یکدیگر، مطالعات انجام‌شده توسط سازمان‌های بین‌المللی و سایر کشورها، تنظیم طبقه‌بندی در کشور ایران با توجه به شرایط و ویژگی‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی و در نهایت ساختار طبقه‌بندی و تدوین آن به رده‌ها و بخش‌های عمده در سه بخش متفاوت فعالیت‌های فرهنگی، محصولات فرهنگی و مشاغل فرهنگی است.

۲- تعاریف و مفاهیم

به منظور آماده‌سازی چارچوب باید موضوعات به‌روشنی تعریف شوند و دامنه‌ی کاری مشخص شود. مفهوم فرهنگ و فراغت موضوعی است که از سال‌ها پیش در ایران مورد بحث قرار گرفته، و همواره توافق بر سر تعریف واحدی برای اصطلاح پیچیده و فوق‌العاده مهم فرهنگ، کاری بسیار دشوار بوده است.

۱-۲- طبقه‌بندی

طبقه‌بندی، تحت نظم درآوردن منطقی عناصر مختلف بر اساس یک یا چند صفت قابل تمییز از یکدیگر به شکل جامع و مانع است و داده‌های گزارش شده یا اندازه‌گیری شده برای یک متغیر خاص را به رده‌هایی^۲ مطابق با ویژگی‌های مشترک تخصیص می‌دهد؛ لذا گروه‌بندی و سازمان‌دهی معنی‌دار و سیستماتیک اطلاعات را به یک چارچوب استاندارد بر عهده دارد. دو واژه‌ی Classification و Nomenclature اغلب به جای یکدیگر به کار برده می‌شوند در حالی که تعریف «فهرست موضوعی» نسبت به طبقه‌بندی محدودتر است [۶].

تهیه‌ی یک طبقه‌بندی به معنی ایجاد یک مجموعه‌ی جامع، سازمان‌یافته، تعریف‌شده و متقابلاً منحصر به فرد از رده‌ها می‌باشد و اغلب به صورت سلسله‌مراتبی^۳ با کدهای عددی یا الفبایی ارائه می‌گردند [۶].

طبقه‌بندی‌ها ممکن است برای حمایت اجرایی قوانین سیاستی، همانند قوانین گمرکی یا قوانین کیفری تشکیل گردد یا برای استاندارد کردن مفاهیم خدمات عمومی از قبیل تعیین شغل، آموزش، رفاه، بهداشت عمومی و تشریح پدیده‌های اقتصادی، اجتماعی و طبیعی مورد استفاده قرار گیرند. زمانی که این طبقه‌بندی‌ها به‌طور کلی استفاده شوند «طبقه‌بندی استاندارد» نامیده می‌شوند.

- طبقه‌بندی استاندارد: این طبقه‌بندی از قوانین تأیید شده‌ای پیروی کرده و پذیرفته و سفارش شده می‌باشد و هدف از آن حصول اطمینان از رده‌بندی سازگار اطلاعات، صرف‌نظر از زمان، منبع جمع‌آوری و ... می‌باشد [۶].
- طبقه‌بندی استاندارد آماری: این طبقه‌بندی بیانگر زیرمجموعه‌ای از طبقه‌بندی‌ها با رده‌های مجزا بوده که به یک متغیر خاص ثبت شده در بررسی‌های آماری یا پرونده‌های اداری تخصیص داده می‌شود و برای تولید و ارائه‌ی آمارها استفاده می‌گردد [۶].
- ساختار طبقه‌بندی: به چگونگی مرتب شدن رده‌های یک طبقه‌بندی مربوط می‌شود و به دو صورت سلسله‌مراتبی یا یکنواخت می‌باشد. در طبقه‌بندی

سلسله مراتبی، رده‌ها از وسیع‌ترین سطح (بخش) تا جزئی‌ترین سطح (طبقه) مرتب می‌شوند. در طبقه بندی یکنواخت این سلسله مراتب وجود ندارد و تنها از یک سطح تشکیل شده است؛ همانند طبقه بندی جنسیت [۶].

۲-۲- فرهنگ

جامعه‌شناسان و انسان‌شناسان شیوه‌ی زندگی مردم و الگوی رفتار جمعی را به‌عنوان فرهنگ توصیف می‌کنند. شیوه‌های زندگی، ویژگی‌های رفتاری و عملکرد انسان‌ها در زندگی روزمره، فعالیت‌های بسیاری را شامل می‌شود که در زمینه‌های مختلف مانند کار، تحصیل، زندگی خانوادگی، مدیریت اجتماعی، بازی و سرگرمی‌ها دیده می‌شود. داستان‌ها، اسطوره‌ها، هنرها، موسیقی‌ها، مراسم و سنت‌ها از مواردی هستند که بیانگر فرهنگ و موجب ازدیاد همبستگی جوامع می‌گردند [۸].

آداب و رسوم جزو ذات فرهنگ به شمار می‌آید و در واقع فرهنگ در ذهن، حافظه و درک مردم جای دارد. مردمی با فرهنگ یکسان شباهت‌های زیادی به یکدیگر دارند زیرا فهم و درک مشترکی از روش زندگی و نمادهای زندگی دارند و در واقع آهنگ و سبک زندگی آن‌ها یکسان است. مردم با فرهنگ‌های متفاوت مجبور به یادگیری فرهنگ یکدیگر نیستند اما از طریق نمادهای فرهنگ از جمله زبان می‌توانند درک بهتری از یکدیگر داشته باشند و این نماد یعنی زبان (گفتمان) باعث افزایش تجربیات شخصی در زندگی می‌شود. به عبارتی فرهنگ، حس مشترک گروهی از انسان‌ها است که این حس مشترک، روش زندگی توده‌ی مردم را تعیین می‌کند [۸].

فرهنگ عام در جامعه در سراسر مرزهای جغرافیای وجود دارد ولی فرهنگ‌های خاص نظیر فرهنگ‌های ملی و گروه‌های قومی، متعلق به مکان‌های خاص و محدودتر است. محیط‌های متفاوت، فرهنگ‌های متفاوت را به همراه دارد و زندگی اجتماعی، مردم را ناچار به مشارکت در فرهنگ‌های متفاوت می‌کند نظیر فرهنگ خانواده، فرهنگ کار و فرهنگ مذهبی.

فرهنگ، دستخوش گذار زمان است. سبک لباس، موسیقی و معماری که ما در گذشته قبول داشتیم متفاوت از آن است که امروز ترجیح می‌دهیم زیرا فرهنگ، جذابیت و نوع

لذت بردن برای ما تغییر کرده است. فعالیت‌های گوناگون انسان‌ها در زندگی بیانگر نوع فرهنگ است، میراث فرهنگی، هنرها، ورزش‌ها و فعالیت‌های مذهبی، سنت‌ها و مراسم و آیین‌ها همگی بیانگر فرهنگ انسان‌ها است.

عمده‌ترین تعاریف ارائه‌شده در مستندات داخلی و خارجی از دیدگاه نظریه‌پردازان در خصوص فرهنگ به شرح زیر می‌باشند [۱]:

- فرهنگ شامل الگوهایی است آشکار و ناآشکار از رفتار و برای رفتار که به واسطه‌ی نمادها حاصل می‌شود و انتقال می‌یابد، نمادهایی که دستاوردهای متمایز گروه‌های انسانی و از جمله تجسم‌های آن‌ها را تشکیل می‌دهند. هسته‌ی اصلی فرهنگ شامل عقاید سنتی (یعنی نشئت‌گرفته و انتخاب‌شده در سیر تاریخ) و به‌خصوص ارزش‌های وابسته به آن‌هاست. نظام‌های فرهنگ را می‌توان از سویی فراورده‌های عمل و از سویی دیگر مشروط‌کننده‌ی عناصر عمل بعدی تلقی کرد.
- مجموعه‌ی هر نوع رفتاری که از جانب هر گروهی ابراز گردد فرهنگ آن گروه نامیده می‌شود.
- فرهنگ، مجموعه‌ای است از الگوهای رفتار و الگوهایی برای رفتار که در دوره‌ی مشخصی از زمان در میان گروهی از افراد انسانی غلبه دارد.
- فرهنگ عبارت است از دانش، ادب، علم، معرفت، تعلیم و تربیت، آثار علمی و ادبی یک قوم یا ملت.
- فرهنگ، مجموعه‌ای از رفتارهای پیچیده‌ی انسانی شامل افکار، گفتار، اعمال و آثار هنری است و با توانایی انسان برای یادگیری و انتقال به نسل دیگر تعریف می‌شود.
- فرهنگ عبارت است از اندیشه‌ی مشترک اعضای یک گروه یا طبقه که آن‌ها را از دیگر گروه‌ها مجزا می‌کند و در جایی دیگر، فرهنگ به‌صورت مجموعه‌ای از الگوهای رفتار اجتماعی، هنرها، اعتقادات، رسوم و سایر محصولات انسان و ویژگی‌های فکری یک جامعه یا ملت تعریف می‌شود.

- فرهنگ، مجموعه‌ای پیچیده از خصوصیات احساسی فکری و غیر مادی است که به‌عنوان شاخص جامعه یا گروهی اجتماعی مطرح می‌شود.
- فرهنگ، مجموعه‌ای است از عقاید، آداب و رسوم و سایر جنبه‌هایی که بیش‌تر بر جنبه‌های معنوی و معرفتی وجود انسان توجه دارند.
- فرهنگ، مجموعه‌ای است از دانستنی‌ها، معارف، هنر، اعتقادات، آداب و رسوم و یادگاری‌های یک تمدن.
- فرهنگ، عبارت است از ارزش‌هایی که اعضای یک گروه معین دارند، هنجارهایی که از آن پیروی می‌کنند و کالاهای مادی که تولید می‌کنند.
- فرهنگ، مجموعه‌ی ویژگی‌های رفتاری و عقیدتی اکتسابی اعضای یک جامعه‌ی خاص می‌باشد.
- فرهنگ، سازوکاری است کمابیش منسجم، مشتمل بر اجزای مادی و غیرمادی که در یکی از سه بخش شناختی، هنجاری و مادی قرار گرفته‌اند و با درجات آزادی مختلف بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند تا در نهایت تعادل فرد، جامعه و محیط برقرار شود.
- فرهنگ، نظامی است کمابیش منسجم که از دو بخش مادی (تکنولوژی و محصولات تولید شده) و غیر مادی (باورها و اعتقادات) تشکیل می‌گردد.

۳-۲- فراغت

فراغت، به‌معنای نوین کلمه، مقوله‌ای جدید است، اما از نظر تاریخی مفهومی به قدمت انسان دارد. اوقات فراغت انسان اولیه صرف جمع‌آوری میوه، پرورش دام و کاشت زمین‌های مختلف می‌شد.

ساعاتی را که فرد بعد از کار روزانه‌ی تولیدی، خواه تولید مادی و خواه تولید فکری، با آزادی و اختیار به‌مقتضای شرایط فرهنگی و اقتصادی خود، به‌تنهایی یا با دیگران، در خانه یا در خارج از خانه، در محدوده‌ی شهری یا در طبیعت، با صرف هزینه یا بدون هزینه، به‌منظور سرگرم شدن، لذت بردن، استراحت کردن و تمدید قوای جسمی یا ذهنی از دست

رفته، و از روی برنامه و نظم خاص از پیش تعیین شده صرف می‌کند فراغت نامیده می‌شود [۱۴].

گذران اوقات فراغت امروز به‌مثابه حق برای فرد مطرح می‌شود که بتواند در طول زمان فراغت به کاری آزادانه برای تفریح، لذت و تمديد نیروی از دست رفته بپردازد. امروزه فراغت در تفریح خلاصه نمی‌شود. این مقوله شامل فعالیت‌هایی است که افراد بر اساس علاقه‌ی خویش و پس از انجام تکالیف و الزامات زیستی، خانوادگی، شغلی و اجتماعی به‌طور دلخواه انتخاب می‌کنند و انجام می‌دهند.

فراغت موضوعات متعددی را در بر می‌گیرد و در واقع فعالیت‌هایی را فراهم می‌سازد که طراوت، شادابی و خوشی را به دنبال دارد. مفاهیم مربوط به فراغت عموماً جنبه‌ی ذهنی دارد و اندازه‌گیری‌های آماری آن‌ها به‌آسانی انجام نمی‌گیرد. فراغت، زمانی است خارج از زمان کار، نگهداری از خانه، محافظت‌های شخصی و غیره و در واقع زمانی است که فرد برای انتخاب آن آزاد است.

تفریحات، هنر، ورزش، و رفتن به تعطیلات، سینما، رستوران، کلوب‌ها، گالری‌های هنری و موزه‌ها از فعالیت‌های اوقات فراغت است. همچنین فعالیت‌هایی مانند تماشای تلویزیون، بازی‌های کامپیوتری و گیم‌نت‌ها^۲ که در میزان آرامش‌پذیری افراد تأثیرگذار است از فعالیت‌های اوقات فراغت به شمار می‌رود [۲] اما افراط در برخی از این فعالیت‌ها با به خطر انداختن سلامت افراد همراه است و دارای آثار و پیامدهای منفی است مانند استفاده از داروهای انرژی‌زا. بنا بر این فعالیت‌های اوقات فراغت دارای تأثیرات مثبت و منفی است.

پدیده‌ی صنعتی شدن، اوقات فراغت و گذران وقت را مانند بیش‌تر مقوله‌های اجتماعی به مقوله‌ای جمعی و اجتماعی تبدیل کرده به‌طوری که فراغت بیش از پیش تحت تأثیر صنعت قرار گرفته است. گذران اوقات فراغت به‌نوعی با زندگی فرهنگی، مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی و هنری و تمتع از فنون و هنرها و حق استفاده از منافع معنوی و مادی آثار علمی در پیوند تنگاتنگ می‌باشد (اعلامیه‌ی جهانی حقوق بشر).

۳- تعیین حد و مرز بین فراغت و کار

بین فعالیت‌های فراغت و فعالیت‌هایی که به شکل وظیفه است حد و مرز شفاف و مشخصی وجود ندارد. برای مثال بعضی از فعالیت‌ها برای بعضی از افراد به عنوان فراغت محسوب می‌شود در صورتی که همان فعالیت‌ها برای عده‌ای دیگر اجبار و وظیفه است. مثلاً زمانی که والدین کودکان خود را به پارک یا تماشای فیلم می‌برند با وجود آن که یکی از وظایف خود در زمینه‌ی نگهداری کودک را انجام می‌دهند اما این فعالیت برای کودک فراغت است. تمایز بین کار و زمان آزاد^۵ اغلب بسیار مشکل و ناممکن است، برای مثال برخی از مردم تمایل دارند زمانی را که برای کار خود اختصاص می‌دهند از بخشی یا از تمام آن زمان لذت ببرند از سویی دیگر برخی از فعالیت‌های خانگی (نظیر باغبانی، آشپزی، تعمیر و بازسازی منزل و خرید) به نوعی با اوقات فراغت همپوشانی دارند و از پیچیدگی‌های زیادی برخوردارند. بنا بر این تمایز بین کار و اوقات فراغت کاملاً ساختگی و قراردادی است [۱۴].

با رفتن جوامع از سنتی به مدرنیته (فراصنعتی) افراد، زمان زیادی را به کار و اشتغال در خارج از خانه و اجتماعات محلی اختصاص می‌دهند. از سویی افراد برای وقت‌های آزاد خود نیاز به منابع مادی و هزینه‌های بیش‌تری دارند و در واقع رشد ثروت مادی و افزایش قدرت خرید با زمان آزاد فرد رابطه‌ی مستقیم و معناداری دارد. به همین دلیل می‌توان گفت از اواخر قرن بیستم در جوامع مختلف شکل‌های جدیدی از فراغت به وجود آمده است. آنچه مسلم است، مقدار و میزان فعالیت‌های فراغت افراد با منابع اقتصادی و میزان دسترسی آنها کاملاً مرتبط است اما زمان اختصاص داده شده و فعالیت انتخاب شده برای آن زمان کاملاً اختیاری است. این زمان می‌تواند برای یک فعالیت هنری سپری شود و یا در کنش‌های منفی اعتیادآور نظیر قمار و استفاده از داروهای انرژی‌زا به کار گرفته شود. با وجود این با تمام سختی‌ها در تعیین حد و مرز این فعالیت‌ها، چارچوب گذران وقت به عنوان راهنمای مفید برای فعالیت‌های وقت آزاد است، چرا که بسیاری از فعالیت‌های وقت آزاد، فراغت به شمار می‌آید.

۴- رابطه‌ی بین فرهنگ و فراغت

در بسیاری از موارد، فرهنگ و فراغت مشترک و یکسان به نظر می‌رسند. خیلی از فعالیت‌ها توأمأً فعالیت فرهنگی و فعالیت فراغت محسوب می‌شوند (مانند دیدار از موزه). حد و مرز این دو را با واقع شدن فعالیت به‌منظور خاص می‌توان تفکیک کرد. توضیح بیش‌تر این‌که، فعالیت هنری نظیر نقاشی هرگاه به‌عنوان یک هنر تخصصی و حرفه‌ای دیده شود و برای معاش زندگی باشد اوقات فراغت نیست. از طرفی بسیاری از مردم به‌منظور دستیابی به آرامش نقاشی می‌کشند و در زمان‌های آزاد بدون فکر کردن و در نظر گرفتن فروش نقاشی در گالری‌های هنری به این فعالیت می‌پردازند که اوقات فراغت است. در واقع برخی از فعالیت‌های فرهنگی ممکن است فعالیت فراغت به‌شمار آید یا فراغت نباشد که بستگی به هدف و محتوای آن فعالیت دارد. همین موضوع در خصوص فعالیت‌های ورزشی به‌شکل حرفه‌ای یا تفریحی نیز کاملاً صادق است. فرهنگ و فراغت در بسیاری از موارد در جهت رشد و تأثیر و تأثر بر یکدیگر حرکت می‌کنند. خرده‌فرهنگ‌ها اغلب از فعالیت‌های اوقات فراغت شکل می‌گیرند و فعالیت‌های فرهنگی در نهایت از دل خرده فرهنگ‌ها استخراج می‌شوند. از سویی فعالیت‌های فراغت از نظر جامعه‌پذیری، مرکز تعاملات و تبادلات فرهنگی به‌شمار می‌آیند. به هر حال آنچه مسلم است دامنه‌ی وسیعی از گزینه‌های فراغت برای عموم وجود دارد از جمله فیلم دیدن، تماشای تئاتر، بازدید از موزه، مسابقات فوتبال و غیره، که این فعالیت‌ها به‌شکل چرخشی و در طول زمان تبدیل به فعالیت فرهنگی می‌شوند [۱۴].

بنابراین در فعالیت فرهنگی از هر نوع آن، یکی از عوامل عمده، زمان فراغت است. به بیان دیگر، با فرض وجود زمان فراغت است که فعالیت فرهنگی امکان‌پذیر است. فعالیت‌هایی که اعضای جامعه، فارغ از اجبارهای محیط کار و الزامات زندگی، از طریق آن استعدادها را توسعه بخشیده و شخصیت خود را گسترش می‌دهند، فعالیت‌هایی که هدف اقتصادی ندارند و بیش‌تر در راستای پیوند با دیگران (نفس رابطه‌ی اجتماعی)، تحقق امری اخلاقی، هنری، عام‌المنفعه، دینی و غیره به‌صورت اختیاری انجام می‌شوند. در مجموع اوقات فراغت در مقابل زمانی قرار می‌گیرد که فرد در الزامات اجتماعی نظام تقسیم کار درگیر است [۱۶].

۵ - پیشینه‌ی تحقیق و مطالعات تطبیقی

۱-۵- مستندات مجامع بین‌المللی و سایر کشورها

مفاهیم مرتبط با چارچوب آمارهای فرهنگی به همراه توصیه‌های کنفرانس فرهنگی یونسکو^۶ در سال ۱۹۷۲ در اروپا مطرح شد که تهیه‌ی آمارهای جامع و کامل در حوزه‌ی فرهنگ از توصیه‌های این گردهمایی است و دو سال پس از آن در سپتامبر ۱۹۷۴ در اولین نشست تخصصی گروه کاری یونسکو، پیشنهادهایی در خصوص چارچوب آمارهای فرهنگی ارائه شد که سه محور عمده در خصوص چارچوب آمارهای فرهنگی در نشست مذکور عبارت‌اند از [۱۸]:

آ) چارچوب آمارهای فرهنگی لازم است از انسجام و یکپارچگی بالایی برخوردار باشد و وجوه اجتماعی، اقتصادی و پدیده‌های فرهنگی مانند تولید، توزیع، مصرف و خدمات فرهنگی را شامل شود.

ب) چارچوب آمارهای فرهنگی لازم است از منطق و قواعد مشخصی پیروی کند به‌گونه‌ای که امکان برقراری ارتباط با سایر نظام‌های آماری از جمله نظام حساب‌های ملی و نظام آمارهای جمعیتی و اجتماعی وجود داشته باشد.

پ) چارچوب آمارهای فرهنگی باید به‌گونه‌ای باشد که تمامی نیازهای برنامه‌ریزی، نظارت، مطالعات و سیاست‌های فرهنگی کشور را برآورده سازد و پوشش کاملی از پدیده‌های این حوزه را ارائه کند.

بر اساس موارد مطرح شده در سال ۱۹۷۸ اولین پیش‌نویس حاصل از مطالعات مقدماتی حوزه‌های مختلف فرهنگ توسط یونسکو تهیه شد و در سال ۱۹۸۰ در کنفرانس ژنو در نشست یونسکو چارچوب در نظر گرفته شده برای آمارهای فرهنگی در ده طبقه به شرح ذیل ارائه شد:

چارچوب آمارهای فرهنگی (یونسکو):^۷

طبقه‌ی ۰- میراث فرهنگی،

طبقه‌ی ۱- مطبوعات، کتاب‌ها و موضوعات چاپی،

طبقه‌ی ۲- موسیقی،

- طبقه‌ی ۳- هنرهای نمایشی،
- طبقه‌ی ۴- هنرهای تصویری و تجسمی،
- طبقه‌ی ۵- سینما و فیلم‌برداری،
- طبقه‌ی ۶- رادیو و تلویزیون
- طبقه‌ی ۷- فعالیت‌های اجتماعی- فرهنگی،
- طبقه‌ی ۸- ورزش و سرگرمی،
- طبقه‌ی ۹- محیط زیست و طبیعت.

این طبقه‌بندی به عنوان پایه و پیش‌زمینه‌ی مطالعات کارشناسان و استادان در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه قرار گرفت. دفتر آمار استرالیا^۸ با همکاری نیوزیلند با الهام گرفتن از توصیه‌های یونسکو در سال ۲۰۰۱ پس از مطالعات و تحقیقات بسیار، گزارشی تحت عنوان طبقه‌بندی فرهنگ و اوقات فراغت استرالیا^۹ (ACLC) ارائه کرد. این گزارش در قالب سه بخش مجزای فعالیت‌های فرهنگی، محصولات فرهنگی و مشاغل فرهنگی در سال ۲۰۰۲ منتشر شده است و به عنوان الگوی کاری از طریق یونسکو به سایر کشورهای متقاضی و علاقه‌مند معرفی می‌شود.

۲-۵- مستندات داخل کشور

۲-۵-۱- یافته‌های طرح آمارگیری جامع فرهنگی کشور- فضاهای فرهنگی ایران
 « طرح آمارگیری جامع فرهنگی کشور » به‌عنوان نخستین حرکت پژوهشی گسترده در حوزه‌ی فرهنگ شکل گرفت، نیاز مبرم و روزافزون به اطلاعات مستند به‌منظور برنامه‌ریزی‌های فرهنگی از ضروریات این طرح به شمار می‌رود. مطالعات امکان‌سنجی این طرح از سال ۱۳۷۶ در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی آغاز شد و پس از تحلیل نتایج مطالعات، این طرح در سال ۱۳۷۹ به اجرا درآمد. طبقه‌بندی موضوعی فعالیت‌ها، واحدها و مراکز فرهنگی در قالب شوراها و کمیته‌های تخصصی انجام شد که بیش از ۱۱۰ نوع واحد فرهنگی گوناگون تحت پوشش این کار پژوهشی قرار گرفته است. هدف اصلی این

طرح، آمارگیری از امکانات و فعالیت‌های بخش فرهنگ است که این گروه‌ها عبارتند از [۹]:

- ۱- مطبوعات (نشریات ادواری)،
- ۲- کتابخانه،
- ۳- نشریات غیر ادواری (کتاب)،
- ۴- موسیقی،
- ۵- تئاتر،
- ۶- هنرهای تجسمی،
- ۷- گردشگری،
- ۸- سینما، ویدئو و عکس،
- ۹- موج‌افشانی،
- ۱۰- مجتمع‌های فرهنگی چندمنظوره،
- ۱۱- فعالیت‌های دینی،
- ۱۲- میراث فرهنگی،
- ۱۳- ورزش،
- ۱۴- محیط زیست،
- ۱۵- آموزش‌های فرهنگی و هنری،
- ۱۶- پژوهش‌های فرهنگی.

چارچوب آماری در این طرح، اماکن و مراکز فرهنگی است که فعالیت‌هایی مشخص در یکی از حوزه‌های فرهنگی، هنری، تربیت بدنی، اطلاع‌رسانی، انجام اعمال و مناسک دینی و تفریحی یا مرتبط با میراث فرهنگی و گردشگری ارائه می‌دهند. همچنان که مشخص است الگوی توصیه‌شده از سوی سازمان‌های بین‌المللی (یونسکو) در این چارچوب مشاهده نمی‌شود. از سویی محصولات فرهنگی و مشاغل فرهنگی با توجه به اهداف طرح، مورد بررسی قرار نگرفته‌اند.

« گزارش فرهنگی کشور » در حال حاضر کامل ترین منبع اطلاعات فرهنگی در کشور به شمار می رود که در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تهیه می شود و زیربخش های مختلف فرهنگ را در بر می گیرد. این گزارش دارای چهارده بخش می باشد که عبارت اند از [۱۰]، [۱۲]:

- ۱- فرهنگ مکتوب،
- ۲- رادیو و تلویزیون،
- ۳- سینما، ویدئو و عکس،
- ۴- نمایش (تئاتر)،
- ۵- موسیقی،
- ۶- ادبیات،
- ۷- معارف،
- ۸- میراث فرهنگی،
- ۹- ورزش،
- ۱۰- گردشگری (توریسم)،
- ۱۱- هنرهای تجسمی،
- ۱۲- محیط زیست،
- ۱۳- فعالیت های فرهنگی خارج از کشور،
- ۱۴- بودجه ی فرهنگی.

این گزارش نیز صرفاً فعالیت های فرهنگی و هنری را پوشش می دهد و در آن به مشاغل و محصولات فرهنگی اشاره ای نشده است.

« سالنامه ی آماری کشور » که توسط مرکز آمار ایران منتشر می شود مأخذ و منبع خوبی برای اطلاعات فرهنگی به شمار می آید اما از جامعیت لازم برخوردار نیست. نبود چارچوب یکسان و کامل در این نشریات، منجر به ناهماهنگی در ارائه ی اقلام اطلاعاتی در سال های مختلف می گردد. این بی ثباتی، پژوهشگران را در بررسی های سری زمانی دچار سردرگمی می نماید.

« رفتارهای فرهنگی ایرانیان » که در پژوهشکده‌ی فرهنگ و ارتباطات اسلامی شکل گرفته است بیانگر یافته‌های طرح پژوهشی فعالیت و مصرف کالاهای فرهنگی به تفکیک استان‌ها می‌باشد. طرح پژوهشی فعالیت و مصرف کالاهای فرهنگی از نخستین پژوهش‌های ملی در عرصه فرهنگ است که مطالعات اولیه آن در سال ۱۳۷۴ در چند شهر اجرا شد و بر اساس تجربیات به دست آمده به صورت ملی در سطح مراکز استان‌ها انجام شد. شناخت فعالیت‌های فرهنگی و کالاهای فرهنگی از اهداف عمده‌ی این طرح به شمار می‌رود که دارای هفده فصل به شرح زیر می‌باشد [۱۱]:

- ۱- زمان فراغت ایام هفته،
- ۲- کتاب و کتاب‌خوانی،
- ۳- روزنامه و مجله‌خوانی،
- ۴- استفاده از رادیو،
- ۵- استفاده از تلویزیون،
- ۶- استفاده از ویدیو،
- ۷- استفاده از ضبط صوت،
- ۸- رفتن به سینما و تئاتر،
- ۹- فعالیت‌های مذهبی،
- ۱۰- فعالیت‌های اجتماعی،
- ۱۱- فعالیت‌های هنری و دستی،
- ۱۲- گردش و تفریح،
- ۱۳- مسافرت،
- ۱۴- ورزش،
- ۱۵- بازی،
- ۱۶- تسهیلات فرهنگی،
- ۱۷- تقاضای فرهنگی.

۶- تنظیم طبقه‌بندی فرهنگ و فراغت ایران

ساختار طبقه‌بندی فرهنگ و فراغت ایران بر اساس تجربیات طبقه‌بندی‌های گذشته و با توجه به ویژگی‌های فرهنگی ایران طراحی شده است. چارچوب یونسکو برای آمارهای فرهنگی (UNESCO1986) و طبقه‌بندی فرهنگ و فراغت استرالیا و سایر طبقه‌بندی‌های مرتبط از منابع عمده در تنظیم این طبقه‌بندی محسوب می‌شود.

ICLC شامل سه بخش است که عبارت‌اند از:

- طبقه‌بندی فعالیت‌های فرهنگی که بر اساس فعالیت‌های مرتبط فرهنگ در طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی رشته فعالیت‌های اقتصادی^{۱۰} (ISIC)، ویرایش ۲۰۰۲:۳/۱ تنظیم شده است [۳].
- طبقه‌بندی محصولات فرهنگی که بر اساس محصولات فرهنگی در طبقه‌بندی محوری محصولات^{۱۱} (CPC)، ویرایش ۲۰۰۲:۱/۱ تنظیم شده است [۴].
- طبقه‌بندی مشاغل فرهنگی که بر اساس مشاغل فرهنگی و مرتبط با فرهنگ در طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی مشاغل^{۱۲} (ویرایش ۱۹۸۸) تدوین شده است [۵].

در مواردی که ممکن است کاربران و پژوهشگران، عناوین خاص و جزئیات فرهنگ و فراغت را نیاز داشته باشند و سه طبقه‌بندی ISIC، CPC، ISCO، جوابگوی نیاز آن‌ها نباشد، ICLC، نارسایی‌ها و کمبودهای سایر طبقه‌بندی‌ها را تکمیل می‌کند و اطلاعات تکمیل‌کننده‌ای در خصوص مشاغل، محصولات و فعالیت‌های فرهنگی ارائه می‌دهد.

در طبقه‌بندی فعالیت‌ها برای آمارهای گذران وقت ایران (ICATUS) مواردی از جمله خوردن و نوشیدن به عنوان فعالیت‌های شخصی به شمار می‌آید اما در ICLC، غذا خوردن در بیرون خانه و صرف نوشیدنی در قهوه‌خانه‌ها و کافی‌شاپ‌ها به صورت دسته‌جمعی از فعالیت‌های فراغت به شمار می‌آید. بنا بر این واحدهای کسب و کار که با این خدمات درگیر هستند و مشاغل خدماتی در این زمینه، در حوزه‌ی طبقه‌بندی محصولات و مشاغل فرهنگی قرار می‌گیرند [۷].

هنر گرافیک، تصویرگری و نقاشی یک فعالیت هنری و فراغت است اما نقاشی ساختمان‌ها که هدف عمده‌ی آن‌ها کسب و کار به شمار می‌رود حتی اگر توأم با سبک‌های هنری باشد خارج از حوزه‌ی این طبقه‌بندی است.

تلویزیون به‌عنوان یک محصول در این طبقه‌بندی قرار دارد، زیرا یکی از فعالیت‌های عمومی اوقات فراغت را شامل می‌شود اما فعالیت‌های کسب و کار در رابطه با تولید تلویزیون و لوازم مورد نیاز تلویزیون خارج از حوزه‌ی ICLC است. آنچه مسلم است این طبقه‌بندی اولین قدم در خصوص تهیه و ارائه‌ی چارچوبی جامع در حوزه‌ی فرهنگ و فراغت است و انجام آمارگیری‌ها در تکمیل آن بسیار مؤثر خواهد بود.

۱-۶- طبقه‌بندی فعالیت‌های فرهنگی و فراغت

این طبقه‌بندی شامل مراکز و سازمان‌هایی است که فعالیت اصلی آن‌ها تولید و ارائه‌ی کالا و خدمات فرهنگی و فراغت است. سازمان‌ها و دستگاه‌های دولتی، مؤسسات خصوصی و غیرانتفاعی، انجمن‌ها و مراکز تجاری در این بخش قرار می‌گیرند. ملاک اصلی برای قرار گرفتن سازمانی در این طبقه‌بندی، توجه به فعالیت اصلی آن است یعنی هیچ سازمانی تنها به‌صرف داشتن کتابخانه یا سالن آمفی‌تئاتر درون سازمانی در این طبقه‌بندی قرار نمی‌گیرد بلکه باید فعالیت اصلی آن، انجام کارهای فرهنگی باشد. ساختار طبقه‌بندی به‌شکل سلسله‌مراتبی استاندارد بوده، با طبقه‌بندی استاندارد رشته‌فعالیت‌های اقتصادی ایران ۱۳۸۵ بر اساس (ISIC, ۳/۱) هماهنگ است.

۲-۶- طبقه‌بندی محصولات فرهنگی و فراغت

این طبقه‌بندی شامل فهرستی از کالاها و خدمات (محصولات) فرهنگ و فراغت است. این محصولات، خروجی‌ها و پیامدهای بخش اول (فعالیت‌های اقتصادی) هستند. طبقه‌بندی محصولات فرهنگی هماهنگ با طبقه‌بندی محصولات محوری ایران-بازنگری سال ۱۳۸۶ بر اساس (CPC, Rev 1/1) است و سعی شده است مطابقت آن با طبقه‌بندی CPC حفظ شود [۱۵].

۳-۶- طبقه‌بندی مشاغل فرهنگی

طبقه‌بندی مشاغل فرهنگی، فهرستی از مشاغلی را که عمدتاً در بخش فرهنگ و فراغت قرار دارند شامل می‌شود. طبقه‌بندی مشاغل فرهنگی، هماهنگ با طبقه‌بندی استاندارد مشاغل ایران بر اساس ISCO-88 است و سعی شده است مشاغل زیادی از این حوزه پوشش داده شود اما دارای پوشش کامل نیست. در بخش فعالیت‌ها و محصولات فرهنگی، با هدف موضوع فرهنگ در گذشته، مطالعاتی انجام شده و مصادیق جمع‌آوری شده است ولی در بخش مشاغل تا کنون این عمل انجام نشده است. مشاغل این بخش دارای مزد یا بدون مزد می‌باشند و مشارکت در تفریحات شخصی و فعالیت‌های تفریحی، در این گروه جای نمی‌گیرند [۱۷].

۷- اصول مورد استفاده در تدوین طبقه‌بندی فعالیت‌های فرهنگ و فراغت

۷-۱- معیارهای مربوط به بخش‌ها و گروه‌ها

- معیار عمده‌ی به کار رفته در تعیین حدود بخش‌ها و گروه‌ها (به ترتیب رده‌های دورقمی و سه‌رقمی) مربوط می‌شود به خصوصیات فعالیت‌های واحدهای تولیدکننده‌ای که در تعیین درجه‌ی تشابه در ساختار واحدها و برخی روابط معین در فرهنگ از اهمیت استراتژیک برخوردارند. ICLC به صورت جزئی‌تر در حوزه‌ی فرهنگ، گروه‌بندی‌های مختلف و متنوعی را نسبت به سایر طبقه‌بندی‌ها ارائه می‌کند.
- هر طبقه ممکن است واحدهای تجاری‌ای را که ترکیبی از سازمان‌های خصوصی، دولتی، انجمنی و شخصی است شامل شود.
- واحدهای بازرگانی‌ای وجود دارند که فعالیت‌های فرهنگی و اوقات فراغت انجام می‌دهند اما این فعالیت‌ها تنها بخش کوچکی از تمام فعالیت آن‌ها را تشکیل می‌دهد و فعالیت عمده‌ی آن‌ها در رابطه با فرهنگ نیست. مثلاً کتابخانه‌هایی که در داخل سازمان‌ها قرار دارند، در این حالت این سازمان

خارج از دامنه‌ی طبقه‌بندی قرار می‌گیرد. به عبارتی دیگر فعالیت عمده‌ی این سازمان باید در راستای فرهنگ یا اوقات فراغت باشد.

- در خصوص کارگاه‌هایی که فعالیت آن‌ها به صورت اینترنتی است (مانند انتشار نشریات ادواری اینترنتی) طبقه‌ی خاصی در نظر گرفته نشده است و نشریات چاپی و اینترنتی در طبقه‌ی یکسان قرار می‌گیرند.

۲-۷- ساختار و سیستم کدگذاری طبقه‌بندی فعالیت‌های فرهنگی و فراغت

- طبقه‌بندی فعالیت‌های فرهنگی یک ساختار سلسله‌مراتبی با سه سطح را دارا می‌باشد که عبارت‌اند از: قسمت (کد یک‌رقمی)، گروه (کد دورقمی) و طبقه (کد سه‌رقمی).
- قسمت‌های طبقه‌بندی فعالیت‌های فرهنگی و اوقات فراغت به صورت زیر تعریف شده است:

۱- میراث فرهنگی،

۲- هنر،

۳- ورزش و ورزش‌های تفریحی،

۴- سایر فعالیت‌های فرهنگی و اوقات فراغت.

به جز میراث فرهنگی، هنر و ورزش، قسمت چهارم شامل فعالیت‌هایی است که در فرهنگ ایران جایگاه خاصی دارند و به دلیل متفاوت بودن با سه قسمت قبلی نمی‌توانند با آن‌ها هم‌رده شوند. سایر سطوح شامل گروه‌ها و طبقات به تشریح بیشتر رده‌ها می‌پردازند. هر گروه به وسیله‌ی یک کد دورقمی و هر طبقه به وسیله‌ی یک کد سه‌رقمی نشان داده شده است. در مجموع ۴ قسمت، ۲۱ گروه و ۷۵ طبقه درون ICLC وجود دارد.

۳-۷- قسمت‌ها و گروه‌های فعالیت‌های فرهنگی

- ۱- میراث فرهنگی
 - ۱۱- موزه‌ها، عتیقه‌ها و کلکسیون‌ها
 - ۱۲- میراث محیط زیست
 - ۱۳- کتابخانه‌ها و آرشیوها
- ۲- هنر
 - ۲۱- ادبیات و رسانه‌های چاپی
 - ۲۲- هنرهای نمایشی
 - ۲۳- ساخت و انتشار موسیقی
 - ۲۴- صنایع و هنرهای بصری
 - ۲۵- طراحی
 - ۲۶- پخش برنامه، فیلم و رسانه‌های الکترونیکی
 - ۲۷- سایر هنرها
- ۳- ورزش و ورزش‌های تفریحی
 - ۳۱- مسابقه اسب‌دوانی
 - ۳۲- محل انجام ورزش و ورزش‌های تفریحی
 - ۳۳- خدمات ورزشی و ورزش‌های تفریحی
 - ۳۴- ساخت و فروش کالاهای ورزشی و ورزش‌های تفریحی
- ۴- سایر فعالیت‌های فرهنگی و اوقات فراغت
 - ۴۱- فعالیت‌های تفریحی
 - ۴۲- مهمان‌نوازی
 - ۴۳- فعالیت‌های اوقات فراغت فضای آزاد
 - ۴۴- سازمان‌های اجتماعی و انجمنی
 - ۴۵- سایر خدمات فرهنگی و اوقات فراغت

- ۴۶- ساخت تسهیلات فرهنگی و اوقات فراغت
- ۴۷ ساخت و فروش سایر کالاهای فرهنگی و اوقات فراغت

۸- اصول مورد استفاده در تدوین طبقه بندی محصولات فرهنگی و فراغت

۸-۱- معیارهای مربوط به بخش ها و گروه ها

- اطلاعات محصولات در این بخش با توجه به مصرف نهایی محصول نیست. در واقع ممکن است محصول مورد نظر در نهایت مورد مصرف فرهنگی یا اوقات فراغت نداشته باشد ولی در این بخش جمع آوری شده است. برای مثال کفش ورزشی یک محصول فرهنگی است که با هدف شرکت در فعالیت های ورزشی تولید و طراحی می شود اما بدون در نظر گرفتن نوع مصرف آن، کفش ورزشی در طبقه ی کفش های ورزشی یا کفش های تفریحی قرار می گیرد.
- محصول « خدمات کتابخانه » اگر توسط هر واحد اقتصادی تولید شود در حوزه ی طبقه بندی محصولات فرهنگی قرار می گیرد.

۸-۲- ساختار و سیستم کد گذاری طبقه بندی محصولات فرهنگی

- طبقه بندی محصولات فرهنگی دارای یک ساختار سلسله مراتبی با دو سطح است. سطح اول « گروه » با کدهای دورقمی می باشد و سطح دوم آن « طبقه » با کدهای چهاررقمی تعیین شده است. محصولات در ۲۶ گروه و ۱۹۷ طبقه تنظیم شده که دو رقم اول از کد ۰۱ تا ۲۶ بیانگر گروه و کدهای چهار رقمی بیانگر طبقه می باشند.

۸-۳- گروه های عمده ی محصولات فرهنگی

- ۱- خدمات میراث فرهنگی
- ۲- خدمات آموزشی هنر و هنرمندان

- ۳- کتاب‌ها، مجله‌ها، روزنامه‌ها و سایر جزوه‌های چاپی
- ۴- خدمات مربوط به سمعی و بصری
- ۵- رسانه‌های صوتی و تصویری
- ۶- خدمات رادیو و تلویزیون و دستگاه‌های ضبط صدا یا تصویر یا پخش آن‌ها
- ۷- خدمات تهیه و ارائه‌ی اطلاعات
- ۸- خدمات عکاسی (و فرایند عکاسی)
- ۹- وسایل دوربین فیلم‌برداری، عکس‌برداری و کارهای هنری
- ۱۰- خدمات طراحی، معماری و تبلیغاتی
- ۱۱- ابزارآلات موسیقی و سایر تجهیزات هنرهای نمایشی
- ۱۲- خدمات ترویج و ارائه‌ی سایر تفریحات سرگرم‌کننده و هنرهای نمایشی
- ۱۳- حیوانات زنده
- ۱۴- خدمات ورزشی و ورزش‌های تفریحی
- ۱۵- ابزار به‌کار رفته در ارائه‌ی سرگرمی‌ها یا ورزش‌های دارای تماشاچی
- ۱۶- لوازم اردوگاهی (کمپ‌ها)، ورزش‌های تفریحی و ورزش‌ها
- ۱۷- وسایل نقلیه‌ی ورزش‌های تفریحی و ورزش‌ها
- ۱۸- خدمات اوقات فراغت و سرگرمی‌های طبقه‌بندی‌نشده در جای دیگر
- ۱۹- انواع وسایل بازی و اسباب‌بازی
- ۲۰- خدمات سرو غذا و نوشیدنی
- ۲۱- خدمات انجمنی
- ۲۲- خدمات اوقات فراغت خارج از منزل
- ۲۳- ملزومات و تجهیزات عکاسی
- ۲۴- خدمات کرایه‌ی کالاهای فرهنگ یا اوقات فراغت
- ۲۵- سایر خدمات فرهنگ یا اوقات فراغت
- ۲۶- تسهیلات و امکانات مکان‌های فرهنگ یا اوقات فراغت

۹- اصول مورد استفاده در تدوین طبقه‌بندی مشاغل فرهنگی

۹-۱- معیارهای مربوط به بخش‌ها و گروه‌ها

- در این طبقه‌بندی به‌طور عمده، مشاغلی مطرح شده است که ماهیت فرهنگ یا فراغت دارند، مشاغلی که شیئی را خلق می‌کنند مانند مجسمه‌ساز، یک فعالیت ورزشی را معرفی می‌کنند مانند بازیکن فوتبال، مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی دارند مانند کتابدار، و مشاغلی که در تجارت فرهنگ و اوقات فراغت نقش دارند مانند متصدی چاپ یا متصدی جمع‌آوری بلیت‌های سالن نمایش.
- تمامی مشاغل مرتبط اعم از این که بابت آن‌ها دستمزد پرداخت شود یا دستمزدی نداشته باشد در گروه‌های مختلف لحاظ شده است.
- این طبقه‌بندی، مشاغلی را در بر می‌گیرد که کار محسوب می‌شود. مثلاً بازیکنان حرفه‌ای تنیس در این طبقه‌بندی دیده شده‌اند اما اگر فعالیت فرد صرفاً جنبه‌ی سرگرمی داشته باشد و وجه سرگرمی آن بر کار و شغل ترجیح داده شود در این گروه قرار نمی‌گیرد.

۹-۲- ساختار و سیستم کدگذاری طبقه‌بندی مشاغل فرهنگی

- طبقه‌بندی مشاغل فرهنگی از نظام و ساختار سلسله‌مراتبی طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی مشاغل (ISCO-88) تبعیت کرده و ساختار آن از کدهای یک‌رقمی (گروه‌های عمده) و کدهای چهاررقمی (گروه‌های شغلی) تشکیل شده است. این طبقه‌بندی شامل ۹ گروه عمده به شرح زیر می‌باشد. گروه‌های عمده عبارت‌اند از:

۱- قانون‌گذاران، مقامات عالی‌رتبه و مدیران مؤسسات فرهنگی

۲- متخصصان فرهنگی

- ۳- تکنسین‌ها و دستیاران فرهنگی
- ۴- کارمندان امور اداری و دفتری فرهنگی
- ۵- کارکنان خدماتی و فروشندگان مرتبط فرهنگی و فراغت
- ۶- کارکنان ماهر کشاورزی، جنگلداری و شکار مرتبط به فراغت
- ۷- صنعتگران و مشاغل مرتبط فرهنگی و فراغت
- ۸- متصدیان و مونتاژکاران ماشین‌آلات و دستگاه‌های مرتبط فرهنگی و فراغت
- ۹- کارگران ساده‌ی مرتبط فرهنگی و فراغت

کد ۱- قانون‌گذاران، مقامات عالی‌رتبه و مدیران: این گروه شامل مشاغلی است که وظایف اصلی آن‌ها تعیین و تنظیم سیاست‌های دولتی، قوانین و مقررات، نظارت بر اجرای آن‌ها، برنامه‌ریزی، هدایت و هماهنگ کردن سیاست‌ها و فعالیت‌های مؤسسات فرهنگی و سازمان‌ها می‌باشد. در صورتی که وظایف اصلی یک شغل، برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، کنترل و مدیریت فعالیت‌های یک مؤسسه باشد در این گروه طبقه‌بندی می‌شود.

کد ۲- متخصصان: این گروه شامل مشاغلی است که وظایف اصلی آن‌ها نیاز به دانش تخصصی بالا و تجربه در زمینه‌ی علوم اجتماعی و فرهنگی دارد. وظایف اصلی این گروه، افزایش دانش موجود، کاربرد نظریه‌ها و تئوری‌ها برای حل مشکلات و آموزش موارد فوق به شکل سیستماتیک است.

کد ۳- تکنسین‌ها و دستیاران: این گروه شامل مشاغلی است که وظایف اصلی آن‌ها نیاز به دانش فنی و تجربه‌ی علوم اجتماعی و فرهنگی دارد. وظایف اصلی این گروه اجرای کارهای فنی مربوط به کاربرد نظریه‌ها و روش‌های عملی در زمینه‌های مختلف علوم و آموزش آنان در سطوح خاص آموزشی می‌باشد.

کد ۴- کارمندان امور اداری و دفتری: این گروه شامل مشاغلی است که وظایف اصلی آن‌ها نیاز به دانش و تجربه‌ی لازم برای سازمان‌دهی، ثبت، محاسبه و اصلاح اطلاعات دارد. وظایف اصلی این گروه انجام وظایف منشی‌گری، کاربری نرم‌افزارهای نگارشی و ماشین‌های دفتری، محاسباتی و انجام امور دفتری مربوط به خدمات فرهنگی می‌باشد.

کد ۵- کارکنان خدماتی و فروشندگان: این گروه شامل مشاغلی است که وظایف اصلی آن‌ها نیاز به دانش و تجربه‌ی لازم در فروش کالا در فروشگاه دارد. وظایف اصلی آن ارائه‌ی خدمات فرهنگی و فراغت، فروش کالا در فروشگاه‌ها و بازارها می‌باشد.

کد ۶- کارکنان ماهر جنگلداری و شکار: این گروه شامل مشاغلی است که نیاز به دانش و تجربه‌ی لازم در تولید محصولات جنگلداری و شکار دارند. و مشاغلی در زمینه‌ی اوقات فراغت در این گروه قرار می‌گیرند.

کد ۷- صنعتگران و کارکنان مشاغل مربوط: این گروه شامل مشاغلی است که نیاز به دانش و تجربه‌ی لازم در حرفه‌های تخصصی و صنایع دستی دارند. در این گروه فرد باید شناخت کامل از مواد و ابزار مورد استفاده در فرایند تولید محصول و همچنین موارد استفاده‌ی محصول نهایی را داشته باشد. وظایف اصلی این گروه، استخراج و تهیه‌ی مواد خام، ساخت و تهیه‌ی انواع محصولات و ارائه‌ی خدمات فرهنگی می‌باشد.

کد ۸- متصدیان و مونتاژکاران ماشین‌آلات و دستگاه‌ها: این گروه شامل مشاغلی است که نیاز به دانش و تجربه برای راه‌اندازی و نظارت بر کارکرد ماشین‌آلات و تجهیزات صنعتی مرتبط با فرهنگ اتوماتیک دارند. وظایف اصلی این گروه راه‌اندازی و نظارت بر کارکرد ماشین‌آلات و تجهیزات، هدایت دستگاه‌های متحرک یا مونتاژ است.

کد ۹- کارگران ساده: این گروه شامل مشاغلی است که کارهای ساده و روزمره، با استفاده از ابزار دستی که عمدتاً نیاز به قدرت دارد، انجام می‌دهند. وظایف اصلی این گروه فروش کالا در خیابان، نگهبانی، درباری و سایر است.

۱۰- نتیجه‌گیری

جمع‌آوری آمار و اطلاعات در هر حوزه، نیازمند چارچوب منسجم، دقیق و کاملی است که طبقه‌بندی‌ها این امکان را فراهم می‌سازند. بر اساس قانون، تدوین طبقه‌بندی‌ها بر عهده‌ی مرکز آمار ایران و به‌کارگیری آن‌ها توسط دستگاه‌های اجرایی از الزامات است، اما آنچه مسلم است این عمل بر مبنای اعلام نیاز دستگاه‌های اجرایی انجام می‌پذیرد. نابسامانی و ناهماهنگی در حوزه‌ی فرهنگ و فراغت تا حدی با غیر متمرکز بودن و گسترده بودن دستگاه‌های اجرایی متولی فرهنگی مرتبط است و تا حدی با کمبود مطالعات

و تحقیقات چارچوب‌های فرهنگی در ارتباط است. مقایسه‌ی اطلاعات فرهنگی و هنری در سطوح ملی و بین‌المللی زمانی امکان‌پذیر است که علاوه بر استفاده از تعاریف و مفاهیم یکسان از طبقه‌بندی‌های استاندارد نیز استفاده شده باشد. مشکل عمده‌ی موجود در آمارهای فرهنگی کشور فقدان یک وحدت مفهومی در خصوص فرهنگ و نبود یک چارچوب مقایسه‌پذیر در آمارگیری‌ها و پژوهش‌ها است به این معنا که فرهنگ یا فراغت در تحقیقات و مطالعات و آمارگیری‌ها به شیوه‌های مختلف تعریف و طبقه‌بندی می‌شوند و از آن‌جا که نتایج آمارگیری‌ها اساساً تابع تعریف و نحوه‌ی طبقه‌بندی است، ناهماهنگی در تعریف و شیوه‌ی طبقه‌بندی باعث ناهماهنگی و عدم امکان مقایسه‌ی آمارهای تولید شده‌ی فرهنگی می‌شود. پیامدهای فقدان یک نظام مشترک در امور فرهنگی عبارت‌اند از:

- عدم تشخیص فعالیت‌ها، محصولات و مشاغل فرهنگی؛
- عدم قابلیت مقایسه‌پذیری آمارهای فرهنگی در کشورهای مختلف جهان؛
- عدم قابلیت مقایسه‌پذیری آمارهای فرهنگی در یک کشور بین سرشماری‌ها، آمارگیری‌های نمونه‌ای و آمارهای ثبتی؛
- عدم قابلیت مقایسه‌پذیری آمارهای فرهنگی در یک کشور به صورت سری زمانی؛
- فقدان زبان مشترک و عدم امکان تفاهم آماری در میان تولیدکنندگان آمارهای فرهنگی

علاوه بر این موارد برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران به علت نبود آمارهای صحیح و قابل اعتماد با مشکلات متعددی روبه‌رو می‌شوند.

با توجه به ضرورت فوق مرکز آمار ایران برای تأمین نیازهای اعلام‌شده طرح استانداردسازی طبقه‌بندی فرهنگ و فراغت ایران را در برنامه‌ی کاری خود قرار داده و با تشکیل گروه کاری کارشناسی و به‌کارگیری مستندات ملی و بین‌المللی اقدام به تدوین این طبقه‌بندی نموده است.

امید است با تدوین طبقه‌بندی فرهنگ و فراغت ایران، بتوان بستری مناسب برای آمارگیری‌ها و گزارش‌های آماری در حوزه‌ی فرهنگ و فراغت ایجاد کرد به‌گونه‌ای که تمامی آمارها از یک نظام استاندارد پیروی کنند و امکان مقایسه‌پذیری آن‌ها در سطوح ملی و بین‌المللی وجود داشته باشد. ویژگی عمده‌ی این طبقه‌بندی در نظر گرفتن شرایط

اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی کشور است که سعی شده این شرایط در مصادیق مربوط لحاظ شود.

توضیحات

- ¹ Iran Cultural and Leisure Classification
- ² Categories
- ³ Hierarchical
- ⁴ Game Net
- ⁵ Free time
- ⁶ United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
- ⁷ The Framework for Cultural Statistics (FCS)
- ⁸ Astralian Bureau of Statistics
- ⁹ Astralian Culture and Leisure Classification
- ¹⁰ International Standard Industrial Classification of all Economic Activities
- ¹¹ Central Product Classification
- ¹² International Standard Classification of Occupations

مرجع‌ها

- [۱] جولیوس گولد، ویلیام ل. لوکب (۱۳۷۶). فرهنگ علوم اجتماعی، ویراستار محمدجواد زاهدی مازندرانی، انتشارات مازیار، تهران.
- [۲] قره‌باغی، علی‌اصغر (۱۳۸۲). واژگان و اصلاحات فرهنگی، شرکت انتشارات سوره‌ی مهر، تهران.
- [۳] مرکز آمار ایران (۱۳۸۶). طبقه‌بندی فعالیت‌های اقتصادی ایران بر اساس طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی رشته فعالیت‌های اقتصادی (ISIC)، ویرایش ۳/۱، ۲۰۰۲، مرکز آمار ایران، تهران.
- [۴] مرکز آمار ایران (۱۳۸۶). طبقه‌بندی محوری محصولات ایران بر اساس طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی محصولات (CPC)، ویرایش ۱/۱، ۲۰۰۲، مرکز آمار ایران، تهران.
- [۵] مرکز آمار ایران (۱۳۸۵). طبقه‌بندی مشاغل ایران بر اساس طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی مشاغل (ISCO1988)، ویرایش اول، مرکز آمار ایران، تهران.
- [۶] مرکز آمار ایران (۱۳۸۳). شناسایی طبقه‌بندی‌های موجود و تاریخچه‌ی تحولات آن‌ها

- در عرصه‌ی ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی، مرکز آمار ایران، تهران.
- [۷] مرکز آمار ایران (۱۳۸۶). طبقه‌بندی فعالیت‌ها برای آمارهای گذران وقت در ایران (ICATUS)، ویرایش اول، مرکز آمار ایران، تهران.
- [۸] محسنی، منوچهر (۱۳۷۹). بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی در تهران، انتشارات زهد، تهران.
- [۹] وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۸۲). طرح آمارگیری جامع فرهنگی فضاهای فرهنگی ایران، دفتر طرح‌های ملی، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- [۱۰] وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۸۰). گزارش فرهنگی کشور، انتشارات صبح صادق، قم.
- [۱۱] وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۸۱). یافته‌های طرح پژوهشی فعالیت و مصرف کالاهای فرهنگی رفتارهای فرهنگی ایرانیان، دفتر طرح‌های ملی، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- [۱۲] وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۸۲). شاخص‌های فرهنگی، دفتر طرح و برنامه‌ریزی، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- [۱۳] وحدتی، مهرداد (۱۳۸۰). صنایع فرهنگی مانعی بر سر راه آینده‌ی فرهنگ، انتشارات مؤسسه‌ی پژوهشی نگاه معاصر.
- [14] Australian Bureau of Statistics (2001). Australian Culture and Leisure Classification, August 2001.
- [15] Alonso, G. and Deloumeaux, L. (2004). A note on the List of Cultural Good and Servise, September 2004, Paris.
- [16] Australian Bureau of Statististics (2001). Framework for Australian Social Statististics, <http://www.abs.gov.av/AUSSTATS>.
- [17] Draft Proposed Strcture of ISCO, United Nations Expert Group meeting- gune 2005 Bureau of Statistics, International Labour Office.
- [18] The UNESCO Framfork for Cultural Statistics (FCS) Paper Prepared by the office of Statistics, UNESCO 1990 GE: 86-30333.