

باسمہ تعالیٰ



وزارت فرهنگ، سز و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

کاربرگ طرحنامه پژوهشی

(Proposal)

تکمیل این کاربرگ هیچگونه حق مادی برای پژوهشگر ایجاد نمی کند، ولی پژوهشگاه خود را موظف به حفظ حقوق معنوی وی می داند.

عنوان طرح: نقشه برداری فرهنگی

ارائه‌دهنده: مریم حسین یزدی

خلاصه طرح:

پیوند بین نقشه و فرهنگ، در نظر گرفتن نقشه به عنوان زبان ارتباط و ابزار قدرت و پیوند بین ادراک، منطق و یادگیری از موضوعات مهمی هستند (جیکوب، ۱۹۹۶) که در تحقیقات نقشه نگاری فرهنگی باید مورد توجه فرا بگیرد.

نقشه‌ها به عنوان مصنوعات بصری در نظر گرفته می‌شوند و مطالعه آنها از جنبه‌های زیبایی شناختی، نکات ساختاری و دیدن آنها به عنوان معماری پیچیده‌ای از نشانه‌ها و معماری بصری از فضای بازنمایی شده اهمیت دارد؛ البته همه نقشه‌ها اهداف یکسانی ندارند و برخی از آنان به شناخت جنبه‌های جامعه شناختی و فرهنگی نیز می‌پردازند. برای درک فرهنگ نقشه برداری باید هدف نقشه‌ها و راههایی که آنها در جامعه‌ی معین مورد استفاده قرار می‌گیرند، فهمیده شود. نقشه‌ها همچنین کارایی ایدئولوژیک نیز دارند؛ به گفته هارلی، نقشه، ظاهر عینی و طبیعی به آنچه که بیشتر ساختار فرهنگی و اجتماعی است، می‌دهد. به ظاهر اطلاعات واقعی و توپوگرافی، عینی و غیرقابل انکار ارائه می‌دهد اما فراتر از این نما و ظاهر، لفاظی مفصل از قدرت که با شمایل نگاری، فیلتر اجتماعی و ساختار قلمرو و گفتمان نام مکان‌ها سازمان دهی می‌شود، ارائه می‌دهد (جیکوب، ۱۹۹۶).

در طراحی نقشه برداری فرهنگی، شاخص‌های زیادی باید در نظر گرفته شود تا اطلاعات جامع و کاملی از بستر فرهنگی ارائه بشود؛ مهاجرت نیز از جمله مسائلی است که اهمیت بسزایی در برنامه ریزی نقشه‌های فرهنگی دارند.

مهاجرت بین‌المللی و جابجایی جمعیت در حال تغییر ساختار اجتماعی و چشم‌انداز جمعیت کشورها و شهرهای بزرگ در سراسر جهان است، به ویژه در کشورهای توسعه یافته که هدف گردشگران، دانشجویان، مشاغل و پناهنجویان هستند (سگال^۱ و همکاران، ۲۰۰۹). این بدان معنی است که ترکیب جمعیتی و چشم‌انداز فرهنگی شهرها هر روز در حال تغییر است و شهرها از نظر پیشینه فرهنگی ساکنانشان متنوع‌تر میشوند (ربیعی دستجردی و همکاران، ۲۰۲۲). در حالی که مفهوم تنوع از بوم‌شناسی می‌آید

(اودوم^۲، ۱۹۵۳)، در رشته های وسیع تری از علوم اجتماعی گرفته تا علم اطلاعات برای اندازه گیری تنوع فرهنگی و جمعیتی نیز استفاده می شود (استیرلینگ^۳، ۲۰۰۷). تنوع فرهنگی یا چندفرهنگی از نظر ملیت، مفهوم مهمی در تحقیقات اجتماعی است و محققان نگران تفکیک مهاجران با پیشینه های مختلف هستند (مورن آلگرت و ولادیکا^۴، ۲۰۲۰) تنوع فرهنگی معمولاً با نظرسنجی ها و داده های رسمی سرشماری سنجیده می شود.

تلاش های زیادی برای اندازه گیری تنوع فرهنگی در مقیاس های مختلف با استفاده از منابع داده های مختلف صورت گرفته است (فیرون^۵، ۲۰۰۳؛ سیمون و پیچه^۶، ۲۰۱۲). برخی از افراد به دلیل ارزش های فرهنگی، سن و سبک زندگی شان در حالی که از داده ها و پلتفرم های تولید شده توسط کاربر استفاده می کنند، نظرات خود را ارائه نمی کنند (ویلسون و همکاران، ۲۰۱۲؛ ادلمن، ۲۰۱۳) لذا دستیابی به داده های حقیقی به آسانی امکان پذیر نیست و گاهی تحقیقات میدانی نیاز است تا محققین در بستر فرهنگی بتوانند اطلاعات جامع و کاملی کسب کنند.

نقشه برداری فرهنگی یک ابزار سیستماتیک است که سبب مشارکت و درگیر شدن جوامع در شناسایی و ثبت دارایی های فرهنگ محلی می شود، با این مفهوم که این دانش برای استراتژی های اطلاع رسانی جمعی، فرایندهای برنامه ریزی یا ابتکارات دیگر استفاده خواهد شد. نقشه برداری فرهنگی روش های جدیدی را برای توصیف، حسابداری، کنار آمدن با امور فرهنگی، منابع جوامع و مکان ها را نوید می دهد. این منابع هم محسوس و هم کمی و هم ناملموس و کیفی هستند (داکسبری^۷، ۲۰۱۵).

منابع فرهنگی می توانند بخش جدایی ناپذیر از سطح چشم انداز در برنامه ریزی حفاظتی باشند (ساتر فیلد، گریگوری، کلاین، رابرتز و چان^۸، ۲۰۱۳). این دارایی های نشان دهنده ارتباط بین مردم و مکان ها است جاییکه آنها زندگی می کنند، کار میکند و بازآفرینی می کنند. آنها همچنین نشان دهنده ارتباط بین جامعه امروزی و افراد و رویدادهای گذشته هستند. گره و اتصال مکان و تاریخ می تواند انگیزه ای قوی برای حفاظت از سرزمین و مشارکت ذینفعان در برنامه ریزی حفاظت، باشد اما اغلب در تلاش های برنامه ریزی نادیده گرفته می شود (برایان، ریموند، کراسمن و مکدولان^۹، ۲۰۱۰). این حذف کلی است که دلیل مشکل بودن شناسایی منابع فرهنگی و اهمیت نسبی آن در چشم انداز بزرگتر انجام می شود (چان و همکاران، ۲۰۱۱).

فاکتورهای مهاجرت و تراکم جمعیت، قومیت، تحصیلات، اقتصاد، بازار، مسکن، مناطق حاشیه ای، تکنولوژی و فناوری و بسیاری از عوامل دیگر نیز باید عمیقاً مطالعه شود تا بتوان نقشه فرهنگی جامعی را طراحی کرد. لذا بسیار مهم است تا منابع فرهنگی شناسایی

² Odum

³ Stirling

⁴ Morén-Alegret and Wladyka

⁵ Fearon

⁶ Simon and Piché

⁷ Duxbury

⁸ Satterfield, Gregory, Klain, Roberts, &

Chan

⁹ Bryan, Raymond,

Crossman, & Macdonald

شوند. در این پژوهش تلاش می شود تا چارچوبی برای نقشه برداری از منابع فرهنگی ارائه شود یعنی ویژگی های اجتماعی فرهنگی در ابزارهای برنامه ریزی مورد توجه قرار بگیرد.

تکمیل توسط پژوهشگر

تاریخ ارائه: مدت اجرا: بودجه پیشنهادی:

ویرایش اول: دوم: سوم: چهارم:

پژوهشگر: گروه پژوهشی:

محور پژوهشی مرتبط با طرح (بر اساس برنامه پژوهشی سال جاری)

موضوع مرتبط با محور (بر اساس برنامه پژوهشی سال جاری)

* نوع پژوهش: بنیادی کاربردی توسعه ای

* پژوهش بنیادی: پژوهشی است که در جهت گسترش مرزهای دانش بدون در نظر گرفتن استفاده عملی خاص برای کاربرد آن انجام می گیرد. پژوهش کاربردی: پژوهشی است که استفاده عملی خاصی برای نتایج آن منظور می شود و غالباً هم جنبه تجربی و هم جنبه نظری دارد. پژوهش توسعه ای: پژوهشی است که بیشتر جنبه تجربی دارد و به نوآوری یا بهبود در روش ها و مکانیزم ها و محصولات منجر می شود.

۱. مشخصات مجری یا مدیر طرح:

نام و نام خانوادگی: نام پدر: شماره شناسنامه: محل تولد:

محل صدور: سال تولد: روز ماه سال آخرین مدرک تحصیلی (دانشگاهی / حوزوی):

رتبه علمی (دانشگاهی / حوزوی): پایه استخدامی:

کد ملی:

نشانی محل کار: کد پستی:

نشانی منزل: کد پستی:

تلفن منزل: تلفن محل کار: تلفن همراه: نامبر:

آدرس پست الکترونیک:

سوابق تحصیلی از لیسانس به بعد:

ردیف	مقطع تحصیلی	رشته تحصیلی	محل تحصیل	نام کشور	سال اخذ مدرک
۱	کارشناسی	علوم اجتماعی - مردم شناسی	دانشگاه تهران	ایران	۱۳۹۱
۲	کارشناسی ارشد	علوم اجتماعی - مردم شناسی	دانشگاه تهران	ایران	۱۳۹۳
۳	دکتری	علوم اجتماعی - مردم شناسی	دانشگاه تهران	ایران	۱۳۹۷
۴					

سوابق شغلی و تجربی (به ترتیب از حال حاضر به قبل):

ردیف	محل کار	سمت	مدت	شهر - کشور
۱	دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران	هیات علمی	یک سال	تهران - ایران
۲				
۳				
۴				
۵				
۶				

طرح‌های تحقیقاتی انجام داده و یا در حال اجرا:

ردیف	پروژه	محل اجرا	سال اجرا	وضعیت	نوع همکاری	مبلغ
۱						
۲						
۳						
۴						
۵						
۶						
۷						
۸						
۹						
۱۰						

دیگر فعالیت‌های پژوهشی (کتاب، مقاله و ...):

ردیف	عنوان فعالیت پژوهشی	محل	ناشر	سال
۱	هویت مکانمند و بی هویتی در فضای شهری: مطالعه موردی دو مجتمع مسکونی در شهر تهران	تهران	مجله پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران	۱۳۹۲
۲	علائق زیبایی شناختی در فضای شهری: زیبایی شناسی مسکن در شهر تهران	تهران	مطالعات جامعه‌شناختی	۱۳۹۷
۳	- مطالعه انسان‌شناسی عملکرد مسجد در زندگی روزمره زنان سالمند در شهر تهران	تهران	مجله پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران	۱۳۹۸
۴	- An Anthropological Study on Female Peddlers' Lingual and Paralingual Advertising in the Subway in Tehran,	مالزی	Pertanika	۱۳۹۷
۵	مطالعه روابط زمانی و مکانی زنان سالمند در بستر فرهنگی و زندگی روزمره شان	تهران	فصلنامه مطالعات راهبردی زنان	۱۴۰۰
۶	فصل هشتم کتاب «انسان‌شناسی فرهنگی شهر تهران» با عنوان "گم شدن در شهر"	تهران	معاونت امور اجتماعی و فرهنگی اداره کل استان تهران	۱۳۹۵
۷	تعامل لباس و بدن در بازنمایی هویت سالمندان	تهران	پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات	۱۴۰۱

۲. بیان مسأله (معرفی دقیق ابعاد موضوع و سؤال(های) تحقیق):

ادبیات توسعه فرهنگی جامعه، بدلیل تعاریف گسترده ای که از آن شده است، به ندرت به نقشه برداری فرهنگی به عنوان بخشی از میدان می پردازد. برای اهداف تحقیق نقشه برداری فرهنگی، فرایند شناسایی و بیان، در یک فهرست نوشتاری یا تصویری که همه دارایی های فرهنگی در یک منطقه جغرافیایی خاص انجام شده است، ضروری است. نقشه برداران فرهنگی بدون اینکه بدانند دارایی ها چگونه با جامعه ارتباط دارند، فهرست هایی را خودشان تولید می کنند. این عمل، نقشه های خودشان را فقط برای کسانی که بیرون از جامعه به آن نگاه می کنند، نه برای اعضای داخل جامعه، مفید ارائه می دهد، بنابراین نقشه برداری فرهنگی در وهله اول به همین دلیل تولید شده است (مور، ۲۰۱۱).

نواک^{۱۰} (۲۰۰۷) اشاره می کند که پروژه های توسعه اجتماعی پررونق، بر اساس دارایی ها و نقاط قوت موجود در یک جامعه ساخته شده اند و کرتزمن و مک نایت^{۱۱} (۱۹۹۶) نیز نسبت به این موضوع موافق هستند. آنها بیان می کنند: "فرایند شناسایی ظرفیت ها و دارایی ها، اعم از فردی و سازمانی، اولین گام در مسیر بازآفرینی جامعه است" (ص ۵). بسیاری از پروژه ها با نقشه دارایی غیررسمی شروع می شوند که صورت شخصی برای همکاران ایجاد شده است؛ نقشه برداری دارایی فرهنگی، این فرایند غیر رسمی را انجام میدهد و تلاش می کند تا فهرست یا نقشه کامل از جامعه را ایجاد کند. رهبران در این زمینه توافق دارند که دسته های اولیه اطلاعاتی که باید جمع آوری شوند عبارتند از ظرفیت های فردی و ظرفیت های سازمانی (نگاه کنید به کرتزمن و مک نایت، ۱۹۹۶؛ کرتزمن و مک نایت، ۱۹۹۳؛ استرن و سیفرت^{۱۲}، ۲۰۰۷).

در تلاش برای تعریف ظرفیت های فردی و سازمانی، کرتزمن و مک نایت (۱۹۹۶) به طور کامل دسته بندی های فراگیر را ایجاد کرده اند که باید در نظر گرفته شوند: سهل الوصول ترین دارایی ها یا بلوک های ساختمانی، آنهایی هستند که در محله قرار دارند و توسط کسانی که در محله زندگی می کنند، کنترل می شوند؛ سپس دارایی هایی هستند که در محله و همسایگی قرار دارند اما در جایی دیگر کنترل می شوند؛ در نهایت کمترین دسترسی، بلوک های ساختمانی بالقوه ای هستند که در خارج از محله قرار دارند و توسط افراد خارج محله کنترل می شوند (ص ۵).

این تمایز برای توسعه نقشه برداری فرهنگی و جامعه بسیار مهم است. اگر یک متخصص فقط با مجموعه هایی از دارایی های دست دوم و سوم ارتباط برقرار کند، آنها مشارکت عمومی برقرار نخواهند کرد و پروژه پایدار نخواهد بود (مور، ۲۰۱۱).

بسیاری از محققان، مانند جکسون و هرانز^{۱۳} (۲۰۰۲)، کرتزمن و مک نایت (۱۹۹۳) و استرن و سیفرت^{۱۴} (۲۰۰۷) احساس می کنند تأکید بیش از حد بر، بلوک های ساختمانی ثانویه - دارایی هایی که در جامعه واقع شده اند اما توسط فرد خارجی کنترل می شوند - هنگام اجرای نقشه برداری فرهنگی است. تأکید بر دارایی هایی که مستقیماً در جامعه مستقر نیست، باعث می شود تا ساختن هویت جامعه مشکل شود. برای نقشه برداری فرهنگی، برای ایجاد و تقویت جامعه قوی، باید ظرفیت های فردی و سازمانی از درون جامعه را همه با هم شود. بنابراین سوال های تحقیق عبارتند از:

^{۱۰} Nowak

^{۱۱} Kretzmann and McKnight

^{۱۲} Stern & Seifert

^{۱۳} Jackson and Herranz

^{۱۴} Stern and Seifert

سوال اصلی تحقیق

چگونه نقشه برداری فرهنگی در سطح محلی می تواند جامعه قوی را ایجاد و پرورش دهد؟

سوالات فرعی

شاخص های نقشه برداری فرهنگی چیست و چگونه تعیین می شوند؟

نقشه برداری فرهنگی چگونه بر توسعه جامعه فرهنگی و نظریه های برنامه ریزی فرهنگی تاثیر می گذارد؟

چه ابزارها و سازه هایی در نقشه برداری فرهنگی در سطح محلی مؤثر هستند؟

چه کسانی و چگونه باید در فرایند نقشه برداری فرهنگی مشارکت داشته باشند؟

اهداف و موضوعات نقشه برداری فرهنگی چیست؟

اهمیت ، ضرورت و اهداف تحقیق:

نقشه برداری فرهنگی شیوه ای از تحقیق و ابزار روش شناختی است که هدف آن نشان دادن راه هایی است که داستان ها، شیوه ها، روابط، خاطرات و آیین های محلی مکان ها را به عنوان مکان های معنادار تشکیل بدهد. اگر چه هنوز در مرزهای این حوزه ابهامی وجود دارد، اما نقشه برداری فرهنگی عموماً در امتداد دو شاخه اصلی تکامل یافته است: ابتدا با سرمایه های (دارایی های) فرهنگی، آغاز می شود، به دنبال شناسایی و مستندسازی از سرمایه های مشهود و نامشهود مکان برای توسعه منبع فرهنگی یا نقشه برداری از سرمایه فرهنگی است. شاخه دوم با رویکرد انسانی فرهنگی آغاز می شود، بدنبال بیان "حس مکان"، "معانی مردم-مکان" و عناصر متمایز است. رویکرد اول بر مستند سازی اطلاعات تأکید می کند و رویکرد دوم بیشتر بر "مشارکت" و "معنا" تمرکز دارد، آنها به طور فزاینده ای رویکردهای اطلاع رسانی متقابل دارند. نقشه برداری / کارتوگرافی فرهنگی با نقشه برداری عمیق، نقشه برداری جامعه، نقشه برداری سرمایه مشارکتی، نقشه برداری متقابل، GIS کیفی و نقشه برداری احساسی همراه و متحد شده است. اینها از طریق تمرکز بر فرایندهای پایین به بالا برای قابل مشاهده کردن دانش شهروندان/ ساکنان، و موضوعات مشترک از روایت ها، هویت، تاریخ ها، و شیوه های محلی که به مکان ها معنا می دهند، مرتبط می شوند. نقشه برداری فرهنگی از تمرکز بر سرمایه و دارایی های فرهنگی ملموس به جنبه های ناملموس مکان تغییر کرده است، با هدف کشف آنچه که یک مکان را متمایز می سازد. محصولات فرهنگی مانند ادبیات، فیلم و موسیقی از معانی فرهنگی یک مکان می آیند و به آن کمک می کنند؛ و نقشه برداری از اینها بر روی یک قلمرو نیز شاخه ای نقشه برداری فرهنگی را شکل می دهد. این اثر همچنین در زمینه های جغرافیا یافت می شود (به مقالات جداگانه آکسفورد کتاب شناسی در جغرافی، "جغرافیا و ادبیات"، "جغرافیا و فیلم"، "جغرافیای موسیقی، صدا و فرهنگ شنیداری"، گردشگری و علوم انسانی مراجعه کنید. سنت های نقشه هنرمندان همچنین بر حوزه نقشه برداری فرهنگی تأثیر می گذارند) به بخش "هنر نقشه" در مقاله جداگانه "نقشه برداری جامعه" در کتاب شناسی آکسفورد در جغرافیا مراجعه کنید) با هنرمندانی که نقش رهبری را در بسیاری

از طرح های نقشه برداری فرهنگی درگیر جامعه به عهده می گیرند. نقشه برداری فرهنگی از طریق جامعه بین المللی با فرمول بندی ضعیف متشکل از محققان، متخصصان در جامعه، و آژانس های سیاست/ حکومت (مانند یونسکو، وزارتخانه های فرهنگی ملی، مقامات محلی) به طور مشترک توسعه یافته است (Duxbury ۲۰۲۰).

اهمیت موضوع از این جهت است که می بایست مدخلی قوی از نقشه برداری فرهنگی توسط متخصصان ایجاد شود؛ به گونه ای که همه سرمایه های فرهنگی و اجتماعی را شامل شود. داکسبری برای شکل گیری مدخلی کامل از نقشه برداری فرهنگی پیشنهاد می دهد که باید این مدخل با توجه به مرورهای کلی، مسائل مجلات ویژه، روش شناسی، و زیربنای نظری این حوزه، بر اساس هفت حوزه پژوهش و عمل نقشه برداری فرهنگی معاصر سازمان دهی شود: مشارکت جامعه، مشارکت، و توانمندسازی؛ نقشه برداری فرهنگی بومی، نقشه برداری صنایع فرهنگی و خلاق؛ برنامه ریزی فرهنگی محلی و حکمروایی؛ رویکردهای هنری؛ نقشه برداری ادبی و فیلم؛ و رویکردهای فناوری (Duxbury ۲۰۲۰).

۳. بررسی ادبیات موضوع (پیشینه تحقیق و نوآوری تحقیق حاضر):

در مقاله به سوی "تاریخ فرهنگی نقشه نگاری"^{۱۵} (۲۰۲۳) جیکوب نویسنده پژوهش از نقشه های "شفاف" و نقشه های "مات" صحبت می کند و این مفاهیم را از نظر ساختاری (استاندارد های نمایش گرافیکی، طراحی، هندسه، متن)؛ هم چنین از طریق جامعه شناسی نقشه (نقشه سازان، نهادها، مردم) و از طریق دیدن نقشه ها در بافت فرهنگی و تاریخی آنها (رویکردی که مسائل مربوط به مرزهای تعریفی تاریخ نقشه کشی مطرح می کند و مسلماً یکی از محرک ترین دیدگاه های امروزی است که به ویژه توسط مشارکت کنندگان در تاریخ نقشه نگاری تقویت شده است)، مورد بررسی قرار می دهد. در نهایت، توجه به سه موضوع مهم برای دستور کار تحقیق جلب میشود: پیوند بین نقشه ها و فرهنگ؛ نقشه ها به عنوان زبان ارتباط و ابزار قدرت؛ و پیوندهای بین ادراک، منطق و یادگاری.

در پژوهش دیگری به نام "چارچوبی برای منابع نقشه برداری فرهنگی در چشم انداز برنامه ریزی حفاظت"^{۱۶} نویسنده تلاش میکند تا چارچوبی برای نقشه برداری از منابع فرهنگی ارائه بدهد یعنی ویژگی های اجتماعی فرهنگی در ابزارهای برنامه ریزی مورد توجه قرار بگیرد. در واقع بیان می شود که منابع فرهنگی می تواند ابزار مهمی از ارتباط مردم برای تلاش های حفاظتی باشد. در حال حاضر شناسایی و ترسیم جنبه های ملموس و ناملموس چشم انداز مشکل است؛ لذا نویسنده چارچوبی را برای گنجاندن منابع فرهنگی در برنامه ریزی حفاظت فضایی که مقیاس های مختلف از اهمیت و مدیریت سایت ها را تصدیق می کند، پیشنهاد می دهد. از طریق طبقه بندی و نقشه برداری سایت های ملی، ایالتی، محلی، گروه ذینفع و مدیریت جامعه، منابع فرهنگی می تواند اندازه گیری شده و در ابزارهای

¹⁵ Toward a Cultural History of Cartography

¹⁶ A framework for mapping cultural resources in landscape conservation planning

برنامه ریزی موجود، گنجانده شده باشد. داده های منابع فرهنگی، محدودیت اولیه بدلیل در دسترس بودن و پراکندگی را دارا می باشند. نویسندگان معتقد است که تا زمانی که منابع داده بهبود یابد، چارچوب ما نقطه توقف فراهم می کند که اجازه می دهد به منابع فرهنگی تا در تلاش های برنامه ریزی حفاظتی گنجانده شوند.

مقاله ای با عنوان "داده های تولید شده توسط کاربر در نقشه برداری فرهنگی: تجزیه و تحلیل بررسی نقاط مورد علاقه گوگل در دوبلین"¹⁸ در سال ۲۰۲۲ توسط ربیعی دستجردی و همکارانش انجام شده است. در این پژوهش مطرح می شود که مهاجرت بین المللی در حال تغییر ساختار اجتماعی و چشم اندازهای فرهنگی کشورها و شهرهای بزرگ در سراسر جهان است، بویژه کشورهای توسعه یافته که هدف کار و پناهجویان هستند. از طرف دیگر، تنوع فرهنگی از منظرهای مختلف مانند تقویت نوآوری و تفکیک فضایی در برنامه ریزی و مطالعات شهری در حال تبدیل شدن به یک مفهوم مهم است. داده نقاط مورد علاقه گوگل، به عنوان نوع تجاری از داده های مکانی تولید شده توسط کاربر، یک منبع ثانویه است که می تواند در مورد جنسیت و ملیت بازبین کنندگان ارائه دهد و این اطلاعات می تواند به عنوان نمایه شاخص فرهنگی و تنوع پس زمینه استفاده شود. با این حال، کاربرد بالقوه داده های نقاط مورد علاقه گوگل، در اندازه گیری فرهنگی و تنوع شهری مورد بررسی قرار نگرفته است. در این پژوهش از هوش مصنوعی و روش های تجزیه و تحلیل متن برای شناسایی ملیت و جنسیت بازبین کنندگان نقاط مورد علاقه گوگل در منطقه شهری دوبلین استفاده شده است. هدف این مطالعه برجسته کردن کاربرد بالقوه داده های فضایی تولید شده توسط کاربر در نقشه برداری فرهنگی است. نتایج با داده های رسمی در ایرلند نسبتاً سازگار است. علاوه بر این، نتایج نشان می دهد که ممکن است تعداد بازبین های مرد به طور قابل توجهی بیشتر از داوران زن باشد و این تفاوت ممکن است به دلیل شکاف دیجیتالی جنسیتی باشد. در نهایت، این مقاله چالش های بالقوه استفاده از داده های نقاط مورد علاقه گوگل و روش شناسی و ابزارهای پیاده سازی شده برای نقشه برداری و اندازه گیری فرهنگی و تنوع فرهنگی را مورد بحث قرار می دهد. داده های پیشنهادی و روش های اجرا شده در این مطالعه ممکن است برای اهداف دیگر در مطالعات شهری نیز کاربرد داشته باشد.

"جاده های فرعی و گنجینه های پنهان: نقشه برداری دارایی های فرهنگی در منطقه ای استرالیا"¹⁹ نام پژوهش دیگری است که در سال ۲۰۱۵ توسط اشتون انجام شده است. در واقع بر اساس یک پروژه پنج ساله برای تعیین چگونگی بهترین نقشه برداری از فرهنگ منطقه ای در استرالیا معاصر به منظور ارزیابی ارزش آن فرهنگ توسعه یافته است. فصل های کتاب، فرهنگ و ارتباط آن با جامعه، به ویژه در شرایط منزوی را مورد بحث قرار می دهند. میراث فرهنگی و استعماری منطقه ای استرالیا؛ و روشهای نوین برای اندازه گیری دارایی های فرهنگی شرح داده می شود.

¹⁸ USER-GENERATED DATA IN CULTURAL MAPPING: ANALYZING GOOGLE POINT OF INTEREST REVIEWS IN DUBLIN

¹⁹ *By-roads and hidden treasures: Mapping cultural assets in Regional Australia*

"نقشه برداری فرهنگی"^{۲۰} تحقیق دیگری است که داکسبری در سال ۲۰۲۰ انجام داده است که مقدمه و مروری بر حوزه بین رشته ای نقشه برداری فرهنگی ارائه می دهد. فصل‌ها به موضوعات، فرآیندها، رویکردها و روش‌های تحقیق می‌پردازند که نمونه‌هایی در استرالیا، کانادا، استونی، بریتانیا، مصر، ایتالیا، مالزی، مالت، فلسطین، پرتغال، سنگاپور، سوئد، سوریه، امارات متحده عربی، ایالات متحده و اوکراین را اشاره می کند.

همانطور که ملاحظه شد منابع یا به صورت جزئی بر روی یک شاخص از نقشه برداری فرهنگی تمرکز کرده اند و یا یک شاخص را به صورت مقایسه ای در چندین فرهنگ مورد تحقیق قرار داده اند. اما در پژوهش حاضر تلاش می شود تا شاخص های فرهنگی برای نقشه بردای فرهنگی در کشور شناسایی و مورد بررسی قرار بگیرند. در واقع منابع ذکر شده و بسیاری از منابع دیگر که استفاده خواهند شد، به شاخص فرهنگی اشاره کرده اند و نحوه مطالعه قرار دادن آن نیز با روش نقشه بردای فرهنگی را شرح داده اند. لذا از یک طرف در این پژوهش شاخص هایی که به آن پرداخته شده را شناسایی می کند و از طرفی شاخص های جدیدی را که کمتر به آن پرداخته شده است، معرفی می کند.

چهار چوب نظری، فرضیه‌ها یا ابعاد پژوهش:

ارتباط و عدم ارتباط بین نقشه برداری فرهنگی، توسعه فرهنگی جامعه و برنامه ریزی فرهنگی نیاز به مطالعه دارد. بسیاری از محققین از نقشه برداری فرهنگی به عنوان گامی بزرگتر در طرح فرهنگی یا ابتکار توسعه استفاده می کنند و نقشه فرهنگی به عنوان پروژه در داخل و خارج نباید تلقی شود. چارچوب مفهومی برای این پروژه نشان می دهد که چگونه توسعه فرهنگی جوامع و نقشه برداری فرهنگی اطلاع می دهد که نقشه برداری فرهنگی برای ایجاد جامعه قوی است با ارجاع به گلدبارد^{۲۱} (۲۰۰۶) هفت اصل وحدت بخش:

- ۱- مشارکت فعال در زندگی فرهنگی از اهداف اساسی توسعه فرهنگی جامعه است.
- ۲- تنوع، سرمایه اجتماعی، بخشی از مشترک المنافع فرهنگی، مستلزم حفاظت و تغذیه است.
- ۳- همه فرهنگ ها اساسا برابر هستند و جامعه نباید هیچ یک را برتر از دیگری بداند.
- ۴- فرهنگ بوته مؤثری برای تحول اجتماعی است که می تواند کمتر قطبی باشد و پیوندهای عمیق تر از سایر عرصه های تغییر اجتماعی ایجاد کند.
- ۵- بیان فرهنگی وسیله رهایی است نه هدف اولیه. فرایند به اندازه محصول مهم است.
- ۶- فرهنگ پویا است و در ایجاد مرزهای مصنوعی درون آن ارزشی نیست.
- ۷- هنرمندان نقش هایی به عنوان عوامل دگرگونی دارند که از نظر اجتماعی ارزش بیشتری نسبت به نقش های جریان اصلی جهان هنر دارند- و قطعاً از نظر مشروعیت برابر است (ص ۴۳).

این هفت اصل ارزش های عمده ای هستند که محققین هنگامی که تعریف و در کار خودشان بررسی می کنند، استفاده می کنند. برنهام، دورلند و ایول^{۲۲} (۲۰۰۴) و کلیولند^{۲۳} (۲۰۰۵؛۲۰۰۲) هنگام نقشه برداری میدان، کار توسعه جوامع فرهنگی را به بسیاری از این اصول اساسی متصل کنید. این ارتباط برای آگاهی محققین فرهنگی است و مبنایی برای گونه شناسی رو به رشد در تلاش های جامعه فرهنگی توسعه ارائه می دهد.

(مور^{۲۴}) این اصول را به پنج هدف اصلی برای پروژه نقشه برداری فرهنگی تقطیر کرده است. باور دارد که با توسعه فرهنگی جامعه و نظریه برنامه ریزی فرهنگی در هسته مرکزی، ۱- نقشه برداری فرهنگی ۲- ترویج تنوع ۳- ساختن هویت جامعه ۴- ترویج برابری ۵- توسعه پایداری فرهنگی؛ فهرستی از سرمایه های اجتماعی را ایجاد می کند. این چارچوب مفهومی این امکان را می دهد تا درک عمیق تری از میدان و اینکه چگونه جوامع مجموعه ای از دانش در طول فرایند نقشه برداری فرهنگی ایجاد می کنند.

^{۲۱} Goldbard's

^{۲۲} Burnham, Durland, and Ewell

^{۲۳} Cleveland

^{۲۴} Stephanie Moore

۴. متغیرها یا مفاهیم اساسی تحقیق و تعریف عملیاتی آنها:

فرهنگ به هنرها، میراث، باورها و محیط‌هایی که هویت فرد را می‌سازند، اطلاق می‌شود.

جامعه به گروهی از مردم که درون یک منطقه جغرافیایی خاص هستند، اطلاق می‌شود؛ یعنی شهرها، محله‌ها، ایالات یا مناطق.

سرمایه‌ها امکانات، سازمان‌ها، مردم، ایده‌ها و آداب و رسوم هستند که به یک شیوه زندگی در یک مکان خاص کمک می‌کنند.

نقشه برداری فرهنگی، فرایند شناسایی و بیان، در یک فهرست نوشتاری یا تصویری، همه دارایی‌های فرهنگی در یک منطقه جغرافیایی خاص.

توسعه فرهنگی جامعه، به فرایند شناسایی، حمایت محلی و توانمندسازی همه افراد که برای هدایت جامعه خود اقدام می‌کنند، اشاره دارد.

برنامه ریزی فرهنگی، یکپارچگی در سطح جامعه از هنر و منابع فرهنگی در برنامه ریزی شهری است و از منابع برای توسعه هویت جامعه استفاده می‌کند.

۵. واژه‌های کلیدی (متفاوت از واژه‌های مندرج در عنوان طرح):

نقشه برداری فرهنگی، فرهنگ، جامعه، سرمایه، توسعه فرهنگی جامعه، برنامه ریزی فرهنگی

۶. نقاط تمرکز تحقیق (موضوعی، مکانی، زمانی):

۷. روش شناسی پژوهش:

۹-۱. روش تحقیق:

[کیفی]

[کمی]

[تحلیلی]

[توصیفی]

توضیح:

۹-۲. شیوه گردآوری اطلاعات:

کتابخانه‌ای مشاهده مصاحبه پرسشنامه

سایر لطفاً ذکر شود.

۹-۳. فنون توصیف داده‌ها (آمار توصیفی):

۹-۴. فنون تحلیل داده‌ها (آمار استنباطی):

۹-۵. جامعه آماری: (این تحقیق با بررسی یا مطالعه یا مشاهده چه اسناد، مدارک، افراد یا اشیایی اجرا می‌شود؟)

۹-۶. نمونه‌گیری: تمام شماری می‌شود انجام نمی‌گیرد انجام می‌گیرد
نمونه‌گیری به روش با حجم یا تعداد نمونه انجام می‌پذیرد.

۸. سازماندهی پژوهش (فصل بندی):

۹. حجم کمی (تقریبی) گزارش نهایی: صفحه ۳۰۰ کلمه‌ای

۱۰. نتایج قابل انتظار از طرح:

- ۱. رفع مشکل اصلی دستگاه متبوع
- ۲. فراهم آوردن دانش فنی کاربردی
- ۳. تهیه سند راهبردی
- ۴. تهیه آیین نامه، دستورالعمل یا استاندارد
- ۵. تدوین طرح جامع
- ۶. سایر موارد ذکر شود:

Ashton, Paul, Chris Gibson, and Ross Gibson, eds. 2015. *By-roads and hidden treasures: Mapping cultural assets in Regional Australia*. Crawley: Univ. of Western Australia Press.

Ballatore, A., Sabbata, S. de, 2020. Los Angeles as a digital place: The geographies of user-generated content. *Transactions in GIS* 24 (4), 880–902

Bryan, B. A., Raymond, C. M., Crossman, N. D., & Macdonald, D. H. (2010). Targeting the management of ecosystem services based on social values: Where, what, and how? *Landscape and Urban Planning*, 97(2), 111–122.

Burnham, L. F., Durland, S., & Ewell, M. G. (2004). *The CAN report: The state of the field of community cultural development: Something new emerges*. Saxapahaw, NC: Art in the Public Interest.

Cleveland, W. (2005). *Making exact change: How U.S. arts-based programs have made a significant and sustained impact on their communities*. Saxapahaw, NC: Art in the Public Interest.

Cleveland, W. (2002). *Mapping the field: Arts-based community development*. Retrieved from http://www.communityarts.net/readingroom/archivefiles/2002/05/mapping_the_fie.php

Chan, K. M. A., Goldstein, J., Satterfield, T., Hannahs, N., Kikiloi, K., Naidoo, R., ... Woodside, U. (2011). Cultural services and non-use values. In P. Kareiva, H. Tallis, T. Ricketts, G. Daily, & S. Polasky (Eds.), *Natural capital*. Oxford, England: Oxford University Press.

Duxbury, N. and E. Redaelli (Forthcoming in 2020). "Cultural Mapping." Annotated bibliography for Oxford

Bibliographies in Communication (Patricia Moy, Ed.). New York: Oxford University Press

Edelmann, N., 2013. Reviewing the definitions of "lurkers" and some implications for online research. *Cyberpsychology, behavior and social networking* 16 (9), 645–649.

Evans, G. (2001). *Cultural planning, an urban renaissance?*. London: Routledge.

Evans, G., & Foord, J. (June 01, 2008). Cultural mapping and sustainable communities: planning for the arts revisited. *Cultural Trends*, 17, 2, 65-96.

Fearon, J.D., 2003. Ethnic and cultural diversity by country. *Journal of Economic Growth* 8 (2), 195–222.

Goldbard, A. (2006). *New creative community: The art of cultural development*. Oakland, CA: New Village Press.

Jacob, Christian (1996) *Toward a Cultural History of Cartography*, Published by: Imago Mundi, Ltd , Vol. 48, pp. 191-198 .

Jackson, M.-R., & Herranz, J. (2002). *Culture counts in communities: A framework for measurement*. Washington, D.C.: Urban Institute.

Kretzmann, J. P., & McKnight, J. (1996). *Mapping community capacity*. Evanston, IL: Center for Urban Affairs and Policy Research, Neighborhood Innovations Network, Northwestern University.

Kretzmann, J. P., & McKnight, J. (1993). *Building communities from the inside out: A path toward finding and mobilizing a community's assets*. Evanston, IL: Center for Urban Affairs and Policy Research, Neighborhood Innovations Network, Northwestern University.

Morén-Alegret, R., Wladyka, D., 2020. *International Immigration, Integration and Sustainability in Small Towns and Villages*. Palgrave Macmillan UK, London.

Moore, Stephanie (2011) *Cultural Mapping: Building and Fostering Strong Communities*, University of Oregon.

Nowak, J. (2007). *Creativity and neighborhood development: Strategies for community involvement*. Philadelphia: University of Pennsylvania, Social Impact of the Arts Project.

Odum, E.P., 1953. *Fundamentals of ecology*. xii, 387 pp. W. B. Saunders Co., Philadelphia, Pennsylvania, and London, England

								۳
								۴
								۵
	جمع هزینه							

*براساس ضوابط آئین نامه های پژوهشی

۱۳. سایر هزینه ها (تهیه منابع، چاپ و انتشار، مسافرت و...):

ردیف	شرح	هزینه	ردیف	شرح	هزینه
۱			۵		
۲			۶		
۳			۷		
۴			۸		
مبلغ کل هزینه های اجرای طرح					

۱۴. مراحل، زمانبندی اجرای تحقیق و شرح خدمات :

نحوه ارائه گزارش	درصد پرداخت	پیش‌بینی زمان و درصد پیشرفت کار		شرح خدمات	عنوان مرحله	ردیف
		درصد پیشرفت کار	زمان لازم (روز)			
بدون ارائه گزارش	۲۰*	۰	۰		۵	۱
	۳۰			ارائه گزارش مرحله اول	شرح خدمات گزارش مرحله اول طبق نظر مجری (۳۰ درصد از تحقیق)	۲
	۳۰	۱۰۰		ارائه گزارش نهایی	شرح خدمات گزارش مرحله اول طبق نظر مجری (۵۰ درصد از تحقیق)	۳
	۲۰				ارائه گزارش نهایی	۴

* پرداخت ۲۰٪ از کل اعتبار قرارداد با اخذ تضمین به عنوان پیش پرداخت.