



## Investigating Dimensions and Elements of Astan Quds Razavi's Economics of Culture (With Emphasis on *'Uyūn Akhbār al Riḍā* and the Thoughts of the Late Supreme Leader Ayatollah Sayyed Ali Khamenei)

Mohammad Hossein Fotouhi Rashidi <sup>1</sup> Morteza Rojuee <sup>2</sup> Abdolhamid Talebi <sup>3</sup>

1. PhD student in business management at Imam Reza International University, Mashhad, Iran: mhfr110@gmail.com

2. Associate Professor of management department, Imam Reza International University, Mashhad, Iran (Corresponding Author): Mortezarojui@imamreza.ac.ir

3. Assistant Professor of the Department of Jurisprudence and Imamiya Law at the International University of Islamic Denominations, Qom, Iran: talebihamid90@gmail.com

### Article Info

### Abstract

**Article Type:**  
Research Article

**Article History:**

**Received:**  
July 24, 2024

**In Revised Form:**  
September 22, 2024

**Accepted:**  
September 22, 2024

**Published Online:**  
May 05, 2026

The field of cultural economy is one of the new and profitable fields that can provide good solutions to solve the financial problems of cultural organizations with scientific study. Astan Quds Razavi organization is one of the organizations that is active in the field of cultural economy; But it has not yet been able to use the many capacities it has. On the other hand, due to the lack of research in this field and considerations related to the Astan Quds Razavi organization; For example: the image and brand of Imam Reza (PBUH), there is no research that can solve this need. The current research tries to extract the components of the cultural economy in Astan Quds Razavi by using thematic analysis method by emphasizing the narrations of Oyyun Al-Akhbar Al-Reza (PBUH) and using the statements of the Supreme Leader Ali Khamenei, the macro policies of Astan Quds Razavi and theoretical literature. After extracting the texts related to the research from the mentioned sources, about 1200 initial codes were extracted. After screening and combining the initial codes, 99 basic themes, 20 Organizing themes and 6 global themes were extracted; global themes are including "productivity, cost reduction and revenue increase", "image and prestige of Astan Quds Razavi", "attention to synergy, coherence and coordination", "strategic planning, foresight, rationality, and scientific awareness", "creativity and innovation" and "contextual conditions and activity infrastructure". Finally, the network of themes presented in this research can help

Cite this The Author (s): Fotouhi Rashidi, MH; Rojuee, M; Talebi, A (2026). Investigating Dimensions and Elements of Astan Quds Razavi's Economics of Culture (With Emphasis on *'Uyūn Akhbār al Riḍā* and the Thoughts of the Late Supreme Leader Ayatollah Sayyed Ali Khamenei): Quarterly Scientific Journal of Farhang Razavi. Year 14, Issue 1, Spring 2026, Serial Number 53 – (131- 161)-



[DOI:10.22034/farzv.2024.447396.2025](https://doi.org/10.22034/farzv.2024.447396.2025)

policy makers of cultural economy in Astan Quds Razavi for successful planning in this field.

### **Keywords:**

Cultural economics, Creative industries, Razavi Culture, Astan Quds Razavi, Oyyun Al-Akhbar Al-Reza (PBUH) book, Thematic analysis.

### **Introduction**

In the cultural economy, an effort is made to establish a relationship between culture and economic output. The term "cultural economy" refers to a specific sub-sector of economic activity that relates to cultural products and activities (such as music, film and art) (Pratt, 2009). Regarding the importance of the cultural economy, it should be said that the effect of the cultural economy on increasing the speed of development and economic growth and even part of the development or lack of economic development has been proven (Boccella & Salerno, 2016; Koštis, 2021; Petrakis, 2014; Petrakis et al. 2015). Considering the importance of cultural economy and on the other hand the problems that have been in the way of these industries and related activities, there is a need to pay special attention to this issue.

Astan Quds Razavi is one of the largest non-governmental and non-profit organizations with huge cultural capacity and high social acceptability. Astan Quds Razavi has paid attention to the importance of cultural work and cultural products in his policies; But so far no successful planning has been done in this field and the plans made so far have failed.

This research is attempting to determine the components related to the cultural economy in the context of Astan Quds Razavi. In addition, it should be kept in mind that the final target level of this research is the level of policy making; Extracting and presenting the components of cultural economy in Astan Quds Razavi for the policy makers of this organization.

In this research, an attempt is made to extract the components related to this research using the theme analysis method; According to the previous explanations, it should be said that since this research has different dimensions; Therefore, it is necessary to use different sources.

Considering that the research site is Astan Quds Razavi, it is necessary to pay attention to the current policies in this organization. According to this previous explanations, there is a need to review the policies of Astan Quds Razavi.

Considering that the Astan Quds Razavi organization is known with the image and brand of Imam Reza (PBUH) and the macro policies of this organization also refer to this point (for example, the text of the mission of this organization);

Therefore, it is necessary to pay attention to the image and aspects related to Imam Reza (PBUH). To extract the image of Imam Reza (PBUH), the book *Ayun al-Akhbar al-Reza* (PBUH) is used.

Among the macro policies of Aṣṭan Quds Razavi, attention is paid to the foundations and discourse of the Islamic Revolution (Policy 6 of public policies), especially The Second Step Statement by the Supreme Leader Ali Khamenei (Policy 14 of the announced policies of Aṣṭan Quds Razavi Scientific and Cultural Organization); In order to do this, in this research, the cultural speech of the Supreme Leader Ali Khamenei, which are related to culture and fall under the executive scope of Aṣṭan Quds Razavi, are used.

Considering that the general atmosphere of this research is related to the field of cultural economy, it is obvious that the final output of this research should be strengthened with the real field and experimental issues of this field by using the experiences in this field. For this purpose, the theoretical findings of this field (national and international) are used to help increase the quality of the output of this research.

After analysing the related texts from various sources, this reaserch concluded that in the field of cultural economy, in addition to financial aspects such as “productivity, cost reduction, and revenue increase”, attention must also be given to non-financial aspects such as “contextual conditions and activity infrastructure”, “creativity and innovation”, “attention to synergy, coherence and coordination”, and “strategic planning, foresight, rationality, and scientific awareness”. Considering that the target organization of this research is Aṣṭan Quds Razavi, the “image and prestige of Aṣṭan Quds Razavi” must also be considered. In other words, an effective cultural economy policy to be implemented in Aṣṭan Quds Razavi should address the components identified in this research and, to fulfill each of these components, should consider the related subcategories (organizing themes) of each mentioned aspect.

For example, regarding the component of “the image and prestige of Aṣṭan Quds Razavi”, attention should be given to “creating a unique brand and appropriate image”, “preserving, developing, and transmitting (explaining) Iranian-Islamic culture and knowledge”, “maintaining the dignity and requirements of a religious-cultural organization (organizational culture)” and “exercising governance, supervision, and evaluation.”

The policy-making process does not include operational details; however, it should be noted that implementing the formulated policies requires further operational and detailed investigations, which involve additional processes. Utilizing the network of themes extracted by this research to formulate operational and

executive programs, it can be said that for each of the organizing and comprehensive themes, the related basic themes should be considered. For instance, concerning the component of “the image and prestige of Astan Quds Razavi” (comprehensive theme), attention can be given to “using Iranian-Islamic art and architecture and civilizational symbolism”, “based on endowments and donations and its popular characteristics”, “the spirituality and sanctity of the organization and the dignity of Islam and Shiism”, “the image and brand of Imam Reza and the centrality of the Imam Reza shrine,” “the culture of service and pilgrim-centricity”, and other basic themes in drafting operational programs to achieve the policies related to “the image and prestige of Astan Quds Razavi.” Ultimately, it is suggested to the managers and policymakers of Astan Quds Razavi to consider the extracted components for planning and policy-making in the field of the cultural economy to be able to formulate effective programs and policies.



## شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ در آستان قدس رضوی (با تأکید بر کتاب عیون اخبار الرضا علیه السلام و اندیشه‌های مقام معظم رهبری)

محمد حسین فتوحی<sup>۱</sup> مرتضی رجوعی<sup>۲</sup> عبدالحمید طالبی<sup>۳</sup>

mhfr110@gmail.com

Mortezaorojui@imamreza.ac.ir

talebihamid90@gmail.com

۱. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه بین‌المللی امام رضا علیه السلام، مشهد، ایران:

۲. دانشیار گروه مدیریت، دانشگاه بین‌المللی امام رضا علیه السلام، مشهد، ایران (نویسنده مسئول):

۳. استادیار گروه فقه و حقوق امامیه، دانشگاه بین‌المللی مذاهب اسلامی، تهران، ایران:

اطلاعات مقاله	چکیده
تاریخ دریافت:	حوزه اقتصاد فرهنگ از جمله حوزه‌های نو و سودآوری است که با مطالعه علمی می‌تواند راه‌حل‌های خوبی را برای حل مشکلات مالی سازمان‌های فرهنگی ارائه کند. سازمان آستان قدس رضوی از جمله سازمان‌هایی است که در زمینه اقتصاد فرهنگ فعالیت دارد؛ ولی هنوز نتوانسته است از ظرفیت‌های زیادی که در اختیار دارد، استفاده کند. از طرفی با توجه به کمبود پژوهشی که در این زمینه وجود دارد و نیز ملاحظات مربوط به سازمان آستان قدس رضوی مانند تصویر و برند امام رضا <small>علیه السلام</small> ، پژوهشی که بتواند این نیاز را مرتفع کند، وجود ندارد. این پژوهش تلاش می‌کند با تأکید بر روایات عیون اخبار الرضا <small>علیه السلام</small> و بهره‌گیری از فرمایش‌های مقام معظم رهبری، سیاست‌های کلان آستان قدس رضوی و نوشته‌های نظری، مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ در آستان قدس رضوی را با استفاده از روش تحلیل مضمون، استخراج کند. پس از استخراج متن‌های مربوط به پژوهش از منابع ذکر شده، حدود ۱۲۰۰ مضمون پایه اولیه استخراج شد. پس از غربال و ترکیب مضامین اولیه، ۹۹ مضمون پایه، ۲۰ مضمون سازمان‌دهنده و ۶ مضمون فراگیر استخراج شد؛ مضامین فراگیر شامل «بهره‌وری، کاهش هزینه و افزایش درآمد»، «تصویر و شأن آستان قدس رضوی»، «توجه به هم‌افزایی، انسجام و هماهنگی»، «برنامه‌ریزی راهبردی، آینده‌نگری، عقلانیت و آگاهی علمی»، «اخلاقیت و نوآوری» و «شرایط زمینه‌ای و بستر فعالیت» هستند. در نهایت، شبکه مضامین ارائه شده در این پژوهش می‌تواند به سیاست‌گذاران اقتصاد فرهنگ در آستان قدس رضوی برای برنامه‌ریزی موفق در این حوزه کمک کند.
تاریخ بازنگری:	
تاریخ پذیرش:	
تاریخ انتشار:	
کلیدواژه‌ها	اقتصاد فرهنگ، صنایع خلاق، فرهنگ رضوی، آستان قدس رضوی، عیون اخبار الرضا <small>علیه السلام</small> ، تحلیل مضمون.

استناد: فتوحی، محمد حسین؛ رجوعی، مرتضی؛ طالبی، عبدالحمید: (۱۴۰۵). شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ در آستان قدس رضوی (با تأکید بر کتاب عیون اخبار الرضا علیه السلام و اندیشه‌های مقام معظم رهبری). فصلنامه علمی پژوهشی فرهنگ رضوی، سال ۱۴، شماره ۱، بهار ۱۴۰۵، شماره پیاپی ۵۳ - (۱۳۱-۱۶۱).

DOI:10.22034/farzv.2024.447396.2025



ناشر: بنیاد بین‌المللی فرهنگی هنری امام رضا (علیه السلام)

## ۱. مقدمه

در اقتصاد فرهنگ<sup>۱</sup>، تلاش می‌شود بین فرهنگ و برون‌داد اقتصادی رابطه‌ای برقرار شود. اصطلاح «اقتصاد فرهنگ» نشان‌دهنده زیربخش خاصی از فعالیت‌های اقتصادی است که به محصولات و فعالیت‌های فرهنگی (مانند موسیقی، فیلم و هنر) مربوط می‌شود (پرت، ۲۰۰۹)<sup>۲</sup>. درباره اهمیت داشتن یا نداشتن اقتصاد فرهنگ به صورت کلی باید گفت که تأثیر اقتصاد فرهنگ بر افزایش سرعت توسعه و رشد اقتصادی و حتی بخشی از توسعه و یا عدم توسعه اقتصادی، اثبات شده است (بوکلا و سالرنو، ۲۰۱۶؛ کوستیس، ۲۰۲۱؛ پتراکیس، ۲۰۱۴؛ پتراکیس، کوستیس و والسامیس، ۲۰۱۵)<sup>۳</sup>. با توجه به اهمیت اقتصاد فرهنگ و از طرفی مشکلاتی که بر سر راه این صنایع و فعالیت‌های مربوطه بوده است، نیاز به اهتمام ویژه‌ای به این موضوع احساس می‌شود.

از بزرگ‌ترین سازمان‌های غیردولتی و غیرانتفاعی ولی دارای ظرفیت عظیم فرهنگی و مقبولیت اجتماعی بالا، می‌توان به آستان قدس رضوی اشاره کرد. آستان قدس رضوی در سیاست‌گذاری‌های خود به اهمیت مسئله کار فرهنگی و محصولات فرهنگی توجه داشته؛ ولی تاکنون برنامه‌ریزی موفق‌تری در این زمینه صورت نگرفته و طرح‌هایی مانند شرکت صنایع خلاق نشان طیب، سوغات زائر و... شکست خورده‌اند. اهمیت آستان قدس رضوی از چندین جهت قابل توجه است: الف. تشریف سالانه بیش از ۴۰ میلیون زائر به مشهد مقدس و فرصت بی‌نظیر شهیدالرضا به‌عنوان قطب فرهنگی جهان اسلام؛ ب. منابع انسانی و علمی آستان قدس رضوی.

با توجه به اینکه برخی سیاست‌های ابلاغی آستان قدس رضوی در بخش علمی و فرهنگی ناظر بر تعمیق باورها و اعتقادات زائران است، مانند: ۱۰۱۴ تبیین و ترویج معارف قرآن و مکتب اهل بیت (علیهم‌السلام) با تأکید بر ذائقه‌سازی سبک زندگی برگرفته از سنت و سیره رضوی با استفاده مؤثر و روزآمد از الگوها، قالب‌ها، ابزارها و فناوری‌های نوین علمی و فرهنگی (و سایر سیاست‌های مربوط) به‌علاوه، با توجه به اینکه برخی سیاست‌های ابلاغی آستان قدس رضوی در بخش علمی و فرهنگی مربوط به اقتصاد فرهنگ است، مانند: ۵۱۴ جریان‌سازی از طریق طراحی، اجرا و ترویج الگوها و ارائه محصولات و خدمات فرهنگی با کیفیت، اثربخش و دارای مقبولیت اجتماعی بالا و پرهیز از شتاب‌زدگی و فعالیت‌های سطحی؛ (و سایر سیاست‌های مربوط) (آستان قدس رضوی، ب)؛ بنابراین، به نظر می‌رسد که آستان قدس رضوی از جمله سازمان‌هایی است که در زمینه اقتصاد فرهنگ آرمان‌هایی دارد، ولی نیازمند برنامه‌ریزی است.

1. Cultural Economics

2. A.C. Pratt

3. Nicola Boccella, Irene Salerno, Pantelis C. Kostis, Panagiotis Petrakis, Dionysis Valsamis

با توجه به اهمیت مسئله اقتصاد فرهنگ، آثار مثبت کسب‌وکارهای اقتصاد فرهنگ بر توسعه و وضعیت اقتصادی کشور و نیز توانایی انتقال مفاهیم و معانی مدنظر در قالب محصولات و خدمات و از طرفی اهداف و سیاست‌های کلان ابلاغی آستان قدس رضوی در بخش علمی و فرهنگی و تأکید این سازمان بر ترویج معارف و تعمیق باورهای زائران و مسئله اقتصاد فرهنگ و درآمدزایی از محصولات فرهنگی و در نهایت، ظرفیت‌های بالقوه و موجود در آستان قدس رضوی، نیاز است تا در این زمینه مطالعه‌ای عمیق انجام شود.

در این پژوهش تلاش می‌شود مؤلفه‌های مربوط به حوزه اقتصاد فرهنگ در بستر آستان قدس رضوی مشخص شود؛ این مطلوب مستلزم توجه به سیاست‌های فعلی آستان قدس رضوی و مرکز توجه قرار دادن سیره و سنت امام رضا علیه السلام در طراحی الگوی نهایی است. به‌علاوه باید در نظر داشت که سطح هدف نهایی این پژوهش، سطح سیاست‌گذاری است؛ استخراج و ارائه مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ در آستان قدس رضوی برای سیاست‌گذاران این سازمان.

### ۱-۱. بیان مسئله

همان‌گونه که در مقدمه بیان شد، ظرفیت‌های استفاده نشده سازمان آستان قدس رضوی در حوزه سودآور اقتصاد فرهنگ و نیز، تجربیات ناموفق مربوط به اقتصاد فرهنگ این سازمان در کنار اهداف و آرمان‌های سازمان آستان قدس رضوی در این زمینه، خلأ تحقیقاتی را در این زمینه آشکار می‌کند؛ بنابراین نیاز است تا در این زمینه بر اساس شرایط خاص آستان قدس رضوی پژوهشی عمیق صورت گیرد. از جمله شرایط خاص آستان قدس رضوی می‌توان به انتساب به امام رضا علیه السلام اشاره کرد و نیز تأثیرات زمینه‌ای ملی و سازمانی حاکم بر آستان قدس رضوی تأثیر می‌گذارند. در نهایت، مباحث خاص مربوط به حوزه اقتصاد فرهنگ را نیز باید در نظر داشت برای تحقق این مهم به بررسی منابع متعددی نیاز است.

در زمینه انتساب به امام رضا علیه السلام نیاز است تا از منبعی استفاده شود که به نام امام رضا علیه السلام مربوط باشد. در این پژوهش تلاش می‌شود تا از کتاب عیون اخبار الرضا علیه السلام که مربوط به امام رضا علیه السلام است استفاده شود.

در زمینه مباحث مربوط به اقتصاد فرهنگ تلاش می‌شود از پیشینه نظری و ادبیات پژوهش مربوط به اقتصاد فرهنگ استفاده شود. در زمینه مباحث مربوط به بستر ملی تلاش می‌شود با بهره‌گیری از بیانات مقام معظم رهبری این مهم نیز محقق شود. همچنین در زمینه مباحث مربوط به مسائل سازمانی مربوط به آستان قدس رضوی تلاش می‌شود با بررسی سیاست‌های

کلان آستان قدس رضوی این مهم نیز محقق شود.

در نهایت باید به سطح سیاست‌گذاری این مقاله نیز توجه کرد که توضیحات بیشتر در قسمت مربوط به تعریف سیاست‌گذاری ارائه خواهد شد.

## ۲. ادبیات و مبانی نظری

### ۲-۱. پیشینه پژوهش

تعداد تحقیقات و پژوهش‌های انجام شده در زمینه اقتصاد فرهنگ چه در خارج و چه در داخل، حتی در مقایسه با حوزه فرهنگ یا اقتصاد، ناچیز است؛ بیشتر این تحقیقات و پژوهش‌ها زمینه‌ای و متناسب با بستر تحقیق و عموماً گزارشی از گذشته است. مثلاً سازمان آمار کانادا (۲۰۱۱)، تلاش کرده است تا چهار چوبی را برای اقتصاد فرهنگ متناسب با بستر کشور کانادا ارائه کند؛ کاتالوگی به‌روز نشده و متناسب با کشور کانادا که شرایط بومی ایران را نمی‌تواند پیش‌بینی کند. به‌صورت کلی در حوزه اقتصاد فرهنگ با توجه به شرایط بومی ایران، تحقیقات کمی صورت گرفته که تعداد همه آن‌ها به ۵۰ مقاله (در تمامی سال‌ها)، نمی‌رسد. اکثر این مقالات در سطوح ملی و برای پیشنهادها به حکمرانی یا سطح خرد تدوین شده است. تحقیقات داخلی و بومی صورت گرفته در ایران بیشتر حالتی گزارشی و انتقادی دارد؛ مثلاً تشکر (۱۳۸۳) در گزارشی برای مرکز پژوهش‌های مجلس، وضعیت اقتصاد فرهنگ ایران را بررسی کرده است؛ پژوهشی که بیشتر گزارش ایرادها و ارائه پیشنهادها به‌صورت کلی و کیفی و در سطح ملی برای حکمرانی است. هاشمی و کلانتری (۱۴۰۲) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی وضعیت اقتصاد فرهنگ در استان ایلام و راهکارهای تقویت آن؛ با تأکید بر شناسایی ظرفیت‌های محلی»، کمی به شرایط محلی هم اشاره می‌کنند، ولی باز هم مشکلات ذکر شده تا حد زیادی وجود دارد. در مجموع می‌توان گفت پژوهشی برای سطح سازمانی مانند آستان قدس رضوی برای ارائه مؤلفه‌های کلیدی که بتوان با استفاده از آن‌ها، کسب‌وکاری را راه‌اندازی کرد، وجود ندارد؛ در صورتی که سازمان آستان قدس رضوی را باید در سطحی پایین‌تر از ملی و بالاتر از خرد و شرایط زمینه‌ای خاص خود در نظر گرفت، به‌صورت دقیق‌تر باید گفت که برای سازمانی مذهبی و فرهنگی که تصویر و برند امام رضا (علیه‌السلام) در سرتاسر آن اهمیت دارد، نیاز است تا ملاحظات خاصی در پژوهش رعایت شود که در پژوهش‌های دیگر، به‌صورت خاص به این ملاحظات توجه نشده و هدف آن پژوهش‌ها هم چنین چیزی نبوده؛ مثلاً جانسون (۲۰۱۹) در مقاله‌ای با عنوان «مدل‌های مفهومی موجود هنر

و فرهنگ: مقدمه‌ای بر مدل‌های مفهومی هنر و فرهنگ<sup>۱</sup> با هدف تهیه مجموعه‌ای از مدل‌های مربوط به صنایع فرهنگی و هنری برای پژوهشکده سیاست روستایی<sup>۲</sup>، تلاش می‌کند تا ۲۲ مدل مربوط به این حوزه را جمع‌آوری کند و پس از کنار هم گذاشتن آن‌ها، در ابعاد بخشی، مکانی، زمانی و توزیعی، دسته‌بندی کند که این در این مقاله، مدل جدید و جامعی تولید نشده و صرفاً گزارشی از مدل‌های ساخته شده در گذشته است.

## ۲-۱-۱. تعریف اقتصاد فرهنگ

کلمه اقتصاد فرهنگ از ترکیب کلمات اقتصاد و فرهنگ تشکیل شده است. اقتصاد به معنای مطالعه چگونگی مدیریت منابع کمیاب جامعه است (منکیو، ۲۰۲۱)<sup>۳</sup>. کلمه فرهنگ نیز به معنای یک کل<sup>۴</sup> ایجاد شده توسط کار فیزیکی و فکری جامعه بشری تلقی می‌شود که شامل دانش، ایمان، هنر، اخلاق، قوانین و آداب و رسوم است (اسکوارچیان و آستیک، ۲۰۲۱)<sup>۵</sup>.

همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، بین نویسندگان درباره تعریف اقتصاد فرهنگ اتفاق نظر وجود ندارد. برخی نویسندگان تمایل دارند در مفهوم اقتصاد فرهنگ تأکید بیشتری بر فناوری‌های مبتنی بر علم داشته باشند، در حالی که برخی دیگر اشکال هنری را از طریق نهاد‌های فرهنگی برجسته می‌کنند. توصیفات جدول، نشان می‌دهد که مفهوم اقتصاد فرهنگ را می‌توان بسیار گسترده درک کرد؛ بنابراین، بسیاری از نویسندگان در پژوهش‌های خود با استفاده از آمارهای فرهنگی مختلف، اقتصاد فرهنگ را در یک جنبه انتخابی خاص بررسی می‌کنند؛ پس مفهوم اقتصاد فرهنگ را تنها با در نظر گرفتن موضوع مورد تجزیه و تحلیل هر پژوهش، می‌توان توسعه داد. با دقت در تعاریف اقتصاد فرهنگ که در ادامه می‌آیند مشخص می‌شود که کلمه اقتصاد فرهنگ، یک ترکیبی است که معنای آن، با کلمات اقتصاد و فرهنگ، متفاوت است. در ترکیب اقتصاد فرهنگ، اقتصاد صرفاً به تجاری‌سازی محصولات و خدمات فرهنگی اشاره دارد و فرهنگ نیز به آن بخشی از فرهنگ می‌پردازد که بتوان کسب درآمد کرد، نه تمام لایه‌های فرهنگ.

1. Existing Conceptual Models of Arts and Culture: An Inventory Introduction to Conceptual Models of Arts and Culture
2. RUPRU (Rural Policy Research Institute)
3. Nicholas Gregory Mankiw
4. Whole
5. Viktorija Skvarciany, Kristina Astike

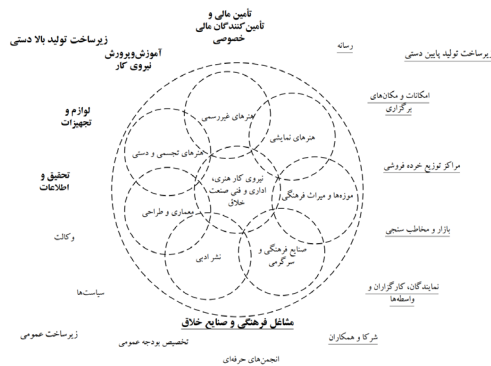
## جدول ۱. خلاصه‌ای از چند تعریف مختلف از اقتصاد فرهنگ در چند مقاله

نویسنده (سال)	مفهوم اقتصاد فرهنگ
(پرت، ۲۰۰۹)	اقتصاد فرهنگ، حاصل اقتصادی شدن <sup>۱</sup> فرهنگ و به صورت هم‌زمان فرهنگی شدن <sup>۲</sup> اقتصاد است؛ منظور از اقتصادی شدن فرهنگ، این تصور است که فرهنگ به تولید اقتصادی کشیده شده (و از هنر محض جدا شده است) و منظور از فرهنگی شدن اقتصاد، این ایده که اقتصاد به‌عنوان یک کل «فرهنگی‌تر» شده است، به این معنا که ارزش‌ها و طراحی به‌جای قیمت ساده، سیگنال‌های بازار هستند و باعث تشکیل بازارهای متفاوتی که فقط با قیمت‌ها قابل سنجش نیستند، شده‌اند.
(کورونیکوف، ۲۰۱۶) <sup>۳</sup>	اقتصاد فرهنگ حوزه‌ای است که رابطه اقتصادی با محیط فرهنگی ایجاد می‌کند.
(لیونگرن، ۲۰۱۶) <sup>۴</sup>	از دیدگاه محدودتر، اقتصاد فرهنگ را می‌توان مستقیم به‌عنوان مزایای اقتصادی محصولات ایجاد شده توسط گروه‌های فرهنگی خاص درک کرد.
(تارنوفسکی، ۲۰۱۸) <sup>۵</sup>	اقتصاد فرهنگ را می‌توان به‌عنوان روابط اقتصادی، حقوقی <sup>۶</sup> ، کار <sup>۷</sup> در حوزه فرهنگ و سازوکارهای حمایت دولتی از فرهنگ، تعریف کرد.
(کریم زادی، ۲۰۱۹) <sup>۸</sup>	اقتصاد فرهنگ به‌عنوان اقتصاد مبتنی بر مالکیت فکری <sup>۹</sup> ، خلاقیت <sup>۱۰</sup> ، فناوری‌های رقمی <sup>۱۱</sup> ، فرهنگ، هنر، کارآفرینی <sup>۱۲</sup> ، طراحی و دانش، توصیف می‌شود.
(بارادوتیمون، پالاکویوس وهیدالگو گیرالت، ۲۰۲۰) <sup>۱۳</sup>	مفهوم اقتصاد فرهنگ را باید به‌عنوان یک حوزه علمی مدرن دانست که مبتنی بر فناوری‌های رقمی است که توسعه آن با توسعه فناوری‌ها ارتباط مستقیم دارد.

1. Economization
2. Culturalization
3. N. A. Korovnikova
4. Jørn Ljunggren
5. V. V. Tarnovskii
6. Legal
7. Labour
8. Shahzavar Karimzadi
9. Intellectual property
10. Creativity
11. Digital technologies
12. Entrepreneurship
13. Diego Barrado-Timón, Antonio Palacios, Carmen Hidalgo-Giralt

به صورت کلی، در این پژوهش، به مسائل مربوط به محصولات و خدمات تولید شده توسط افراد و یا مؤسسات فرهنگی که این محصولات و خدمات به جنبه‌ای از جنبه‌های فرهنگ مرتبط باشند، در حوزه مربوط به اقتصاد فرهنگ در نظر گرفته می‌شود. طبق این تعریف، کلیدواژه‌های صنایع و اقتصاد فرهنگ، صنایع و اقتصاد خلاق مشمول این پژوهش می‌شوند. با جمع‌بندی تعاریف ارائه شده از فرهنگ، می‌توان گفت که فرهنگ به عنوان یک کل<sup>۱</sup> ایجاد شده توسط کار فیزیکی و فکری جامعه بشری تلقی می‌شود که شامل دانش، ایمان، هنر، اخلاق، قوانین و آداب و رسوم است (اسکوارچیان و آستیک، ۲۰۲۱).<sup>۲</sup> بر اساس این تعریف، می‌توان در حوزه اقتصاد فرهنگ، صنایع و محصولات زیادی را قرار داد؛ از کتاب و آثار هنری گرفته تا مشاغل موزه‌ها و میراث فرهنگی و حتی کسب‌وکارهای مربوط به صنعت گردشگری.

در زمینه اقتصاد فرهنگ، مدل‌های مفهومی زیادی وجود دارد. برخی از این مدل‌ها به گونه‌شناسی محصولات فرهنگی می‌پردازند؛ مانند مدل‌های ارائه شده توسط تروسبی<sup>۳</sup> (تروسبی، ۲۰۰۳؛ الف؛ ۲۰۰۸؛ ب؛ ۲۰۰۸؛ ۲۰۱۰). برخی دیگر از مدل‌های مفهومی، به مفاهیم تجاری و اقتصادی می‌پردازند؛ مانند مدل ارائه شده توسط تئودوری، و همکاران (۲۰۱۵).<sup>۴</sup> برخی دیگر از مدل‌ها، به ترکیبی از دو دسته قبلی پرداخته‌اند، مانند مدل ارائه شده توسط چربو و همکاران (۲۰۰۸)<sup>۵</sup> که در شکل ۲ ارائه شده است.



شکل ۲. مدل کارگران و صنایع خلاق (منبع: چربو و همکاران (۲۰۰۸)، شکل ۱-۱: ۱۴).

Figure ۲. The Model of Creative Workers and Industries (Source: Cherbo et al., 2008, Figure 1-1, p. 14.)

1. Whole
2. Viktorija Skvarciany, Kristina Astike
3. David Throsby
4. Gene L. Theodori, Cheryl L. Hudec, Charlotte Drumm
5. J Cherbo, H Vogel, M Wyszomirski

همان گونه که در شکل ۲ مشاهده می‌شود، مدل مد نظر علاوه بر دسته‌بندی رشته‌های مختلف فرهنگی و هنری، به زیر ساخت‌های تأثیرگذار بر فعالیت‌ها فرهنگی نیز پرداخته است که این زیرساخت‌ها بیشتر مربوط به بنگاه‌های اقتصاد فرهنگی می‌شوند که می‌خواهند در فضای اقتصاد فرهنگ، فعالیت کنند. به صورت کلی مدل‌های مفهومی متنوعی در زمینه اقتصاد فرهنگ تاکنون تدوین شده‌اند؛ علت این تنوع، نوع نگاه نویسندگان و اهداف متفاوتی است که آن‌ها داشته‌اند.

## ۲-۱-۲. سازمان آستان قدس رضوی

بر اساس گزارش‌های تاریخی، در دهه‌ها و سده‌های اولیه پس از شهادت امام رضا (علیه‌السلام)، خاندان‌های مختلف سادات از تبار امامان معصوم و اهل بیت (علیهم‌السلام) وظیفه مدیریت امور مضع مطهر امام علی بن موسی الرضا (علیه‌السلام) و سازه‌ها و موقوفات آن را بر عهده داشتند. مقام تولیت آستان و در مجموع، نظم سازمانی آستان قدس رضوی از دوره صفویه به وجود آمده است. شاه طهماسب، اولین تشکیلات اداری حرم مطهر را وضع و بر موقوفات و متولیان، ناظرانی منصوب کرد (۹۳۴ ق.۰). در سال‌های مختلف، وقایع مختلفی رخ داد؛ ولی از جمله تحولات سازمان آستان قدس رضوی مربوط به بعد از انقلاب اسلامی می‌شود که تولیت حرم مطهر رضوی و موقوفات آن بر عهده ولی فقیه قرار گرفت که با دادن اختیارات بی‌سابقه‌ای از سوی ولی فقیه، افراد مستقلی به مقام تولیت این آستان مقدس منصوب شدند و به‌طور کلی، امور آستان قدس رضوی توسط تولیت، راهبری و مدیریت می‌شود. تولیت با تعیین قائم مقام، امور اجرایی آستان را به وی تفویض کرده که زیر نظر تولیت انجام وظیفه نماید (آستان قدس رضوی، الف)؛ بنابراین، برای سازمان آستان قدس رضوی ملاحظات ویژه‌ای از جمله ظرفیت و شأنت حرم مطهر رضوی را باید در نظر گرفت.

## ۲-۱-۳. کتاب عیون الاخبار الرضا

با توجه به اینکه پژوهش ما به صورت تخصصی قصد بررسی روایات امام رضا (علیه‌السلام) را ندارد، به حداقل قابل قبولی اکتفا می‌شود. در این پژوهش، فقط از کتاب عیون الاخبار الرضا به عنوان منبع سنت و احادیث امام رضا (علیه‌السلام) استفاده خواهد شد. علت انتخاب این کتاب عبارت است از:

الف. این کتاب فقط به امام رضا (علیه‌السلام) و مباحث مربوط به امام رضا (علیه‌السلام) می‌پردازد؛ مانند صفات اخلاقی، روش و منش و... امام رضا (علیه‌السلام)؛ ب. شیخ صدوق این کتاب را که یکی از برجسته‌ترین و متبحرترین محدثان جهان اسلام به شمار می‌رود و بیش از ۳۰۰ کتاب نوشته است، تالیف کرده است؛ ج. کتابی مسند بوده و در ابتدای هر حدیث، سند آن را ذکر کرده است (مکارم شیرازی).

## ۲-۱-۴. سیاست‌گذاری

سیاست<sup>۱</sup>، به معنای یک طرح کلی سطح بالا که شامل اهداف کلی<sup>۲</sup> و رویه‌های<sup>۳</sup> قابل قبول است (مدخل لغت‌نامه مریم وبستر، الف)<sup>۴</sup>.

عبارت سیاست‌گذاری<sup>۵</sup> به فعالیت تصمیم‌گیری درباره سیاست‌های جدید (به‌ویژه توسط یک دولت یا حزب سیاسی) (مدخل لغت‌نامه کمبریج) یا به عبارتی، عمل ایجاد سیاست (مدخل لغت‌نامه مریم وبستر، ب. یا برنامه‌های اقدام<sup>۶</sup> (مدخل لغت‌نامه آکسفورد) می‌گویند.

عبارت سیاست‌گذاری، مربوط به رشته مدیریت راهبردی است. مدیریت راهبردی مجموعه‌ای از تصمیمات و اقدامات مدیریتی<sup>۷</sup> است که عملکرد بلندمدت یک سازمان (شرکت) را تعیین می‌کند. این مجموعه، شامل پویش محیطی<sup>۸</sup> (چه خارجی و چه داخلی)، تدوین راهبرد<sup>۹</sup> (برنامه‌ریزی راهبردی یا بلندمدت)، اجرای راهبرد<sup>۱۰</sup> و ارزیابی<sup>۱۱</sup> و کنترل<sup>۱۲</sup> است؛ بنابراین، مطالعه مدیریت راهبردی بر نظارت و ارزیابی فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی در پرتو نقاط قوت و ضعف یک شرکت تأکید دارد (ویلن و هانگر و هافمن و بامفورد و کانسال، ۲۰۱۸)<sup>۱۳</sup>.

در تعریف سیاست‌گذاری می‌توان به مرحله‌ای در زیر مجموعه راهبرد اشاره کرد. مثلاً می‌توان به تدوین سیاست‌ها به معنای مرحله‌ای از تدوین راهبرد اشاره کرد. در تدوین راهبرد، ابتدا مأموریت<sup>۱۴</sup> و سپس هدف‌های کلی<sup>۱۵</sup> و راهبردها<sup>۱۶</sup> و در نهایت سیاست‌ها<sup>۱۷</sup> تدوین می‌شود (ویلن و هانگر، ۲۰۱۱)؛ بنابراین، این پژوهش به دنبال ارائه برخی سیاست‌های موضوعی و سازمانی در حوزه اقتصاد فرهنگ است. به عبارتی، از قبل مأموریت و هدف‌های کلی موجود است و در ادامه

1. Policy
2. General Goals
3. Procedures
4. Merriam Webster
5. Policy Making
6. Plans of action
7. Managerial decisions and actions
8. Environmental scanning
9. Strategy formulation
10. Strategy implementation
11. Evaluation
12. Control
13. J. David Hunger, Alan N. Hoffman, Charles E. Bamford, Purva Kansal
14. Mission
15. Objectives
16. Strategies
17. Policies

بر اساس آن‌ها به دنبال تدوین سیاست‌هایی هستیم که جزئیات بیشتری از مأموریت و هدف‌های کلی را مشخص کند و راهنمایی برای نزدیک‌تر شدن به مرحله عملیاتی و اجرایی باشد، ولی به صورت مستقیم قابلیت اجرایی شدن ندارد.

## ۲-۲. روش‌شناسی

### ۲-۲-۱. روش پژوهش

روش استفاده شده در این پژوهش، تحلیل مضمون است. تحلیل مضمون روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است که کاربرد گسترده‌ای دارد (براون و کلارک، ۲۰۰۶؛ کیگر و وارپیو، ۲۰۲۰).<sup>۱</sup> تحلیل مضمون، تحلیل مبتنی بر استقرای تحلیلی است که در آن پژوهشگر از طریق طبقه‌بندی داده‌ها و الگویابی درون و برون داده‌ای به یک سنخ‌شناسی تحلیلی دست می‌یابد (محمدپور، ۱۳۹۲). راهبرد استقرایی، مبتنی بر هستی‌شناسی واقع‌گراست که تصور می‌کند واقعیتی با قانون‌مندی‌هایی که می‌تواند توصیف و تبیین شود، در بیرون از ما وجود دارد. در راهبرد استقرایی، پژوهشگر باید دقت داشته باشد که بینش وی با اندیشه‌های از پیش تصور شده، آلوده نشود. بعد از آن، منطق استقرایی می‌تواند آغاز به کار کرده و قوانین و اصول و روابط ضروری را آشکار سازد (مداوار، ۱۹۶۹: ۴۰).<sup>۲</sup> فرایند کامل تحلیل مضمون را می‌توان به سه مرحله کلان تقسیم کرد؛ الف. تجزیه و توصیف متن؛ ب. تشریح و تفسیر متن؛ ج. ادغام و یکپارچه کردن مجدد متن (بستان و همکاران، ۱۴۰۲). بر اساس این روش، ابتدا مضامین پایه استخراج می‌شود و با دسته‌بندی مضامین مشابه، مضامین سازمان‌دهنده و در نهایت، با دسته‌بندی مضامین سازمان‌دهنده، مضامین فراگیر شکل می‌گیرد (آنراید استرلینگ، ۲۰۰۱؛ عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۰).

### ۲-۲-۲. منبع متنی استفاده شده

در این پژوهش تلاش می‌شود با استفاده از روش تحلیل مضمون، مؤلفه‌های مربوط به این پژوهش، استخراج شود؛ با توجه به توضیحات قبلی باید گفت که از آنجا که این پژوهش دارای ابعاد مختلفی است، نیاز است تا از منابع مختلفی استفاده شود.

با توجه به اینکه بستر مطالعه شده این پژوهش، آستان قدس رضوی است، نیاز است به

1. Michelle E. Kiger, Lara Varpio, Virginia Braun, Victoria Clarke

2. P. B. Medawar

سیاست‌های جاری در این سازمان توجه و سیاست‌های کلان آستان قدس رضوی بررسی شود. با توجه به اینکه سازمان آستان قدس رضوی با تصویر و برند امام رضا علیه السلام شناخته می‌شود و سیاست‌های کلان این سازمان هم به این نکته اشاره دارد (مثلاً متن مأموریت این سازمان<sup>۱</sup>)؛ بنابراین نیاز است به تصویر و جنبه‌های مربوط به امام رضا علیه السلام نیز توجه شود. برای استخراج تصویر امام رضا علیه السلام از کتاب عیون الاخبار الرضا علیه السلام استفاده می‌شود.

از جمله سیاست‌های کلان آستان قدس رضوی، توجه به مبانی و گفتمان انقلاب اسلامی (سیاست ۶ از سیاست‌های عمومی<sup>۲</sup>) به‌ویژه بیانیه گام دوم (سیاست ۱۴ از سیاست‌های ابلاغی سازمان علمی فرهنگی آستان قدس رضوی<sup>۳</sup>) است؛ برای تطابق با این مهم، در این پژوهش از فرمایش‌های فرهنگی مقام معظم رهبری که در حیطه اجرایی آستان قدس رضوی قرار می‌گیرد، استفاده خواهد شد.

با توجه به اینکه فضای کلی این پژوهش مربوط به حوزه اقتصاد فرهنگ است، بدیهی است که باید با استفاده از تجربیات موجود در این حوزه، خروجی نهایی این پژوهش را با محیط واقعی و مسائل تجربی این حوزه تقویت کرد. به این منظور، از یافته‌های نظری این حوزه (داخلی و خارجی) که به افزایش کیفیت خروجی این پژوهش کمک کند، استفاده می‌شود.

## ۲-۳. تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، مراحل کلی زیر طی می‌شود:

الف. استخراج متون مرتبط از منابع متنی استفاده شده در این پژوهش؛

ب. استخراج مضامین پایه اولیه با استفاده از نرم افزار MAXQDA؛

ج. پالایش و ترکیب مضامین پایه و تشکیل شبکه مضامین مربوط به مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ در آستان قدس رضوی.

۱. متن مأموریت آستان قدس رضوی به شرح زیر است: «تهادای است اسلامی با محوریت حرم مطهر امام علی ابن موسی الرضا (علیه آلاف التحیه والثناء)، پشتیبان و الهام‌بخش شیعیان و محبان اهل بیت علیهم السلام در اعتلای کلمه توحید و تحکیم عهد امت با امام که با به‌کارگیری تمامی ظرفیت‌های درونی و محیطی ملی و بین‌المللی، به‌ویژه سرمایه انسانی مؤمن، کارآمد و انقلابی، به توسعه و تعالی زیارت، خدمتگزاری زائران و مجاوران آن حضرت، به‌ویژه نیازمندان، تبیین معارف اسلام ناب محمدی با تأکید بر آموزه‌های رضوی، اجرای کامل نیت واقفان و گسترش بهینه موقوفات و نذورات می‌پردازد» (آستان قدس رضوی، د)

۲. سیاست‌های عمومی آستان قدس رضوی: ۶. حاکمیت ارزش‌های بنیادین اسلامی و انقلابی بر فعالیت‌ها و موضع‌گیری‌های سیاسی، با رعایت کامل شئون آستان قدس رضوی و جذب حداکثری مخاطبان دارای سلیق متنوع فکری، سیاسی و اجتماعی (آستان قدس رضوی، ج)

۳. ۱۴.۱۴. گفتمان‌سازی و جریان‌سازی بیانیه گام دوم انقلاب و اقتصاد مقاومتی در فضای عمومی کشور (آستان قدس رضوی، ب)

در مرحله الف، دربارهٔ سیاست‌های کلان آستان قدس رضوی از تارنمای [policy.razavi.ir](http://policy.razavi.ir)، استفاده شد (از ۳۱۰ اصل و زیر موضوع، تقریباً ۱۷۵ مورد استخراج شد). دربارهٔ کتاب عیون الاخبار الرضا از ترجمه ارائه‌شده از این کتاب استفاده شد<sup>۱</sup>؛ تمام متن ترجمه مطالعه شد و در مرحله اول، موارد مربوطه که حدود ثلث کتاب می‌شد، استخراج شد تا در مراحل بعدی، پالایش شود. دربارهٔ بیانات مقام معظم رهبری از بررسی ۴۳ کلیدواژه مربوط به فرهنگ که در تارنمای [farsi.khamenei.ir](http://farsi.khamenei.ir) ثبت شده بود و بررسی ۱۲۹ سخنرانی، متن‌های مربوطه استخراج شد. دربارهٔ ادبیات نظری، با استفاده از پیشینه داخلی و خارجی، از حدود ۲۲۰ منبع استفاده شد که مطالب و مفاهیم استخراج شده از آن‌ها برای تقویت خروجی نهایی بسیار راهگشاست.

در مرحله ب، با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA، حدود ۱۲۰۰ مضمون پایه اولیه استخراج شد.

در مرحله ج، برای تشکیل شبکه مضامین، مضامین پایه اولیه، غربال و ترکیب شدند و به ۹۹ مضمون پایه، ۲۰ مضمون سازمان‌دهنده و ۶ مضمون فراگیر تبدیل شدند. در ادامه با توجه به این خروجی، شبکه مضامین تشکیل شد.

## ۲-۳. تحلیل داده‌ها

در این بخش تلاش می‌شود یافته‌های پژوهش ارائه شود؛ ابتدا، مضامین پایه به همراه متنی که مضامین پایه از آن‌ها استخراج شده گزارش می‌شود و در ادامه شبکه مضامین نهایی پژوهش ارائه می‌شود.

### ۲-۳-۱. مضامین پایه

بر اساس مراحل طی شده است و در بخش‌های قبلی توضیح داده شد، مضامین پایه مربوطه استخراج شده است؛ با توجه به حجم زیاد مضامین پایه و متن مربوط به هر کدام از مضامین پایه، فقط به ذکر مضامین مستخرج از کتاب عیون الاخبار الرضا (علیه السلام) پرداخته می‌شود و دربارهٔ بقیه منابع به ذکر نمونه‌ای از استخراج مضمون پایه از متون مربوطه، اکتفا می‌شود. همان‌گونه که در مقدمه ذکر شد، هدف این پژوهش، استخراج و ارائه مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ در آستان قدس رضوی برای سیاست‌گذاران این سازمان است؛ بدیهی است که جزئی‌نگری‌های مربوط به سطح عملیاتی، مقصود مطلوب این پژوهش نیست.

۱. این ترجمه از کتاب عیون الاخبار الرضا (علیه السلام) توسط علی اکبر غفاری و حمیدرضا مستفید ارائه شده و سال ۱۳۷۲ توسط انتشارات صدوق به چاپ رسیده است. این نسخه ترجمه شده به رایگان و برخط، توسط مؤسسه قائمیه اصفهان منتشر شده است.

## جدول ۲. مضامین پایه مربوط به کتاب عیون الاخبار الرضا

Table ۲. Basic themes from the Book of Oyyun Al-Akhbar Al-Reza (PBUH)

توجه به تنوع و تبادل فرهنگی و گفت‌وگوی میان ادیان	<p>* سیره و نوع رفتار امام رضا <small>علیه السلام</small> بر اساس روایات کتاب عیون الاخبار الرضا- مناظرات حضرت با دانشمندان و سخنوران ادیان دیگر و فرقه‌های دیگر اسلامی مانند عمران صابی (ابن بابویه، ۱۳۷۳، ج ۱: ۳۴۱-۳۴۵).</p> <p>امام رضا <small>علیه السلام</small> فرمودند: هر کس دینی را بپذیرد، احکام آن دین شامل حالش می‌شود (ابن بابویه، ۱۳۷۳، ج ۱: ۶۲۴).</p>
مبارزه با بدعت‌ها و خرافات	<p>* سیره و نوع رفتار امام رضا <small>علیه السلام</small> بر اساس روایات کتاب عیون الاخبار الرضا تبیین دین حقیقی برای مردم و اصلاح عقاید نادرست در موقعیت‌های مختلف مانند ابراهیم بن ابی محمود گوید: به حضرت رضا <small>علیه السلام</small> عرض کردم: نظر شما درباره حدیثی که مردم از حضرت رسول <small>صلی الله علیه و آله</small> نقل می‌کنند که حضرت فرمودند: «خدا هر شب جمعه به آسمان دنیا (پایین) می‌آید؟ چیست؟ امام <small>علیه السلام</small> فرمود: خدا لعنت کند کسانی را که کلمات را از محل خود جابه‌جا و تحریف می‌کنند. به خدا قسم، رسول خدا چنین سخنی نگفته است، بلکه فرموده‌اند: «خدا تعالی در ثلث آخر هر شب، و هر شب جمعه از اول شب، فرشته‌ای را به آسمان دنیا می‌فرستد و آن فرشته به فرمان خدا ندا می‌کند: آیا هیچ درخواست‌کننده‌ای هست تا خواسته‌اش را برآورم؟ آیا هیچ توبه‌کننده‌ای هست تا توبه‌اش را بپذیرم؟ آیا هیچ استغفارکننده‌ای هست تا او را بیامرزم؟ ای که طالب خیر هستی! به این سو بیا، ای که به دنبال شر هستی! دست نگهدار؛ و این فرشته تا طلوع فجر این ندا را ادامه می‌دهد و چون فجر طلوع کرد به محل خود در ملکوت آسمان باز می‌گردد» (ابن بابویه، ۱۳۷۳، ج ۱: ۲۵۴ و ۲۵۵).</p> <p>از آن دو امام <small>علیه السلام</small> (امام کاظم <small>علیه السلام</small> و امام رضا <small>علیه السلام</small>) روایت شده است که «هر گاه بدعت‌ها ظاهر شد، بر فرد عالم واجب است که دانسته خود را آشکار کند و اگر این کار را نکرد، نور ایمان از او سلب خواهد شد» (ابن بابویه، ۱۳۷۳، ج ۱: ۲۲۶).</p>
روشنگری و تبیین دین حقیقی	<p>یزید بن سلیمان زیدی گوید: «به امام صادق <small>علیه السلام</small>... فرمودند: بسیار خوب، اینان فرزندان من هستند و او از همه برتر است - و به فرزندشان حضرت موسی <small>علیه السلام</small> اشاره فرمود -... خدا فریادرس و غیاث این امت را و علم و فهم و نور و حکمت آن را، بهترین نوزاد و بهترین نوجوان را از او به وجود خواهد آورد، خدا توسط این مولود... مسائل مورد اختلاف مردم را برای آن‌ها بیان می‌نماید» (ابن بابویه، ۱۳۷۳، ج ۱: ۴۴ و ۴۵).</p>
استفاده از استدلال عقلی در کنار آیات و روایات	<p>* سیره و نوع رفتار امام رضا <small>علیه السلام</small> بر اساس روایات کتاب عیون الاخبار الرضا سیره حضرت در گفت‌وگوهای مختلف با افراد مختلف که از استدلال عقلی در کنار آیات و روایات، بهره می‌گرفتند؛ مانند عمران صابی (ابن بابویه، ۱۳۷۳، ج ۱: ۳۴۱-۳۴۵).</p>

<p>حفظ استقلال فرهنگی و مرزبندی با جبهه باطل</p>	<p>امام عسکری از پدران بزرگوارشان (علیه السلام) چنین نقل فرمودند: روزی رسول خدا (صلی الله علیه و آله) به یکی از اصحابش فرمود: برای خدا دوست مدار و برای خدا متنفر باش، برای خدا دوستی کن و برای خدا دشمنی کن؛ زیرا ولایت خدا جز از این راه به دست نمی آید و هیچ کس، هر قدر هم که نماز و روزه اش زیاد باشد، طعم ایمان را نمی چشد مگر این گونه باشد... آن شخص پرسید: چگونه بفهمم که دوستی و دشمنی ام برای خدا بوده و ولی خدا کیست که با او دوستی کنم و دشمن خدا کیست که با او دشمنی نمایم؟ حضرت رسول (صلی الله علیه و آله) به حضرت علی (علیه السلام) اشاره کرده فرمودند: آیا این را می بینی؟ عرض کرد: بله، فرمود: هر کس او را دوست ندارد، ولی خداست، پس با او دوستی نما، و دشمن او دشمن خداست، پس با دشمن او دشمن باش و با دوست او نیز دوست باش هر چند قاتل پدر و فرزندان باشد، و با دشمن او دشمن باش هر چند پدر و فرزندت باشد (ابن بابویه، ۱۳۷۳، ج ۱: ۵۹۰ م ۵۹۱).</p>
<p>اصل بودن موضوعات فرهنگی و دینی (ملاحظات شرعی)</p>	<p>* سیره و نوع رفتار امام رضا (علیه السلام) بر اساس روایات کتاب عیون الاخبار الرضا تأکید حضرت بر رعایت حدود شرعی و احکام دینی مانند خواندن نماز در میانه مناظره با عمران صابی (ابن بابویه، ۱۳۷۳، ج ۱: ۳۴۱-۳۴۵).</p>
<p>پیش بینی و آمادگی برای اتفاقات و حوادث آینده و افزایش تاب آوری</p>	<p>امام هشتم از پدرش موسی بن جعفر (علیه السلام) روایت کرده که فرمود: امام صادق (علیه السلام) مردی را که سخت بر مرگ فرزندش بی تابی می کرد دید و به او فرمود: ای مرد در مصیبت کوچکی بی تابی می کنی و از مصیبت بزرگتری غافل! و اگر خود را برای مصیبت فرزندت قبلاً آماده و مهیا می ساختی هرگز این چنین ناشکیبا نبود، پس مصیبت بر عدم آمادگی بزرگتر است از مصیبت فرزند (ابن بابویه، ۱۳۷۳، ج ۱: ۶۵۳).</p>
<p>به کارگیری نظام تصمیم گیری چابک، هوشمند و مؤثر با تکیه بر خرد جمعی</p>	<p>امام جواد (علیه السلام) فرمود: ... امیرمؤمنان (علیه السلام) فرمود: آن کس که به رأی خود اعتماد کند و خویش را از مشورت با دیگران بی نیاز بیند جان خود را به خطر انداخته است (ابن بابویه، ۱۳۷۳، ج ۲: ۸۳).</p>
<p>عاقبت اندیشی و برنامه ریزی</p>	<p>امام جواد (علیه السلام) فرمود: ... امیرمؤمنان (علیه السلام) فرمود: دقت قبل از کردار و عاقبت اندیشی پیش از انجام کار، انسان را از پشیمانی و ندامت دور و در امان می دارد (ابن بابویه، ۱۳۷۳، ج ۲: ۸۳).</p>

## جدول ۳. نمونه‌ای از فرایند استخراج مضامین پایه از نوشته مربوطه

Table ۳. An example of the process of extracting basic themes from the relevant text

*مقام معظم رهبری: با شیوه‌های سیاسی شیوه‌های سیاستگران و سیاستمداران نمی‌شود در عالم فرهنگ حرکت کرد، این خلاف شأن فرهنگ است (خامنه‌ای، ۱۳۸۸).
دوری از سیاسی کاری (مضمون پایه)، رعایت شأنیت و مقتضیات یک سازمان دینی فرهنگی (فرهنگ‌سازمانی) (مضمون سازمان‌دهنده)، تصویر و شأن آستان قدس رضوی (مضمون فراگیر)
*سیاست‌های کلان آستان قدس رضوی: ۱۴۰۱۴ گفتمان‌سازی و جریان‌سازی بیانیه‌گام دوم انقلاب و اقتصاد مقاومتی در فضای عمومی کشور؛ (آستان قدس رضوی، ب)
توجه به بیانیه‌گام دوم و اقتصاد مقاومتی (مضمون پایه)، رعایت شأنیت و مقتضیات یک سازمان دینی فرهنگی (فرهنگ‌سازمانی) (مضمون سازمان‌دهنده)، تصویر و شأن آستان قدس رضوی (مضمون فراگیر)
*نوشته‌های نظری: بسیاری از تحلیل‌های تأثیرات اقتصادی، هزینه‌های فرصت سرمایه‌گذاری‌ها و مخارج در هنر و فرهنگ را در نظر نمی‌گیرند، به این معنا که اگر این هزینه‌ها برای سرمایه‌گذاری‌ها و فعالیت‌های غیرفرهنگی انجام می‌شد، مزایای مشابه یا حتی بیشتر داشتند (جانسون، ۲۰۱۹).
توجه به هزینه‌ها (مضمون پایه)، بهره‌وری مالی و سود (درآمد به نسبت هزینه) (مضمون سازمان‌دهنده)، بهره‌وری، کاهش هزینه و افزایش درآمد (مضمون فراگیر)

## ۲-۳-۲. شبکه مضامین

در این بخش تلاش می‌شود مضامین پایه قبلی در قالب شبکه مضامین، کنار هم قرار بگیرد. شایان ذکر است که در این جدول در ستون منبع، برای ارجاع به منابع مضامین پایه، از نمادهای اختصاری استفاده شده است:

ک: کتاب عیون الاخبار الرضا؛

ب: بیانات مقام معظم رهبری؛

س: سیاست‌های کلان آستان قدس رضوی؛

پ: پیشینه و مبانی نظری اقتصاد فرهنگ.

## جدول ۴. شبکه مضامین نهایی مطالب جمع‌آوریشده

Table ۴. The final network of the themes of the collected texts

منبع	مضمون پایه	مضمون سازمان‌دهنده	مضمون فراگیر
س	توسعه، مدیریت و صیانت از موقوفات و نذورات	مدیریت بهینه و استفاده درست منابع	بهره‌وری، کاهش هزینه و افزایش درآمد
س پ	مدیریت و بهره‌گیری و توسعه منابع ناملموس		
س	مدیریت و توسعه سبد املاک و دارایی‌های سازمان (اراضی و املاک...)		
س	ظرفیت‌های در دسترس خارجی سازمان و *هم‌افزایی		
س	ظرفیت‌های سازمانی در زمینه‌های علمی، فرهنگی و...		
س	مصرف بهینه‌داری‌ها و منابع		
پ	توجه به هزینه‌ها	بهره‌وری مالی و سود (درآمد به نسبت هزینه)	
س	توسعه درآمدهای ارزی و صادرات بین‌المللی		
س	توجه اقتصادی فعالیت‌ها		
س	سودآوری و بهره‌وری موقوفات		
س	استفاده از هنر و معماری ایرانی اسلامی و نمادسازی تمدنی	ایجاد برند منحصر به فرد و تصویر مناسب	تصویر و شأن آستان قدس رضوی
س	مبتنی بر وقف و نذورات و ویژگی مردمی		
س	معنویت و قداست سازمان و عزت اسلام و تشیع		
س	تصویر و برند امام رضایی و محوریت حرم امام رضا (علیه‌السلام)		
س	فرهنگ خدمت و زائر محوری		
س	شفافیت، امین و کارآمد		
ک ب س	توجه به تنوع و تبادل فرهنگی و گفت‌وگوی میان ادیان مبارزه با بدعت‌ها و خرافات	صیانت، توسعه و انتقال (تبیین) فرهنگ و معارف ایرانی اسلامی	
ک س	انتقال مفاهیم مورد نظر برای بهبود، اصلاح و ارتقای فرهنگ عمومی		
پ	روشنگری و تبیین دین حقیقی		
ک ب	استفاده از استدلال عقلی در کنار آیات و روایات		
ک	حفظ استقلال فرهنگی و مرزبندی با جبهه باطل		
ک ب			

تصویر و شأن آستان قدس رضوی	رعایت شأنت و مقتضیات یک سازمان دینی - فرهنگی (فرهنگ‌سازمانی)	اصل بودن موضوعات فرهنگی و دینی (ملاحظات شرعی)	ک ب س
		توجه به بیانیه گام دوم و اقتصاد مقاومتی	س
		پیوست و پشتوانه علمی و فرهنگی فعالیت‌ها	ب س
		پیوست اجتماعی و توجه به اثرات اجتماعی فعالیت‌ها	ب
		قانون‌مداری و دوری از بهانه دهی به مخالفین	ب
		تناسب با انتظارات و شأن مخاطب	ب
		دوری از سیاسی‌کاری	ب
	اعمال حاکمیت، نظارت و ارزیابی	ارزیابی، به‌کارگیری، پرورش، شناسایی و جذب نیروی انسانی متناسب	ب س
		بهره‌گیری از نظارت مردمی و تأکید بر شفافیت با مردم	س
		تشکیل کارگروه یا واحد تخصصی برای این حوزه بدون تصدی‌گری کامل	س
		دریافت و جمع‌آوری بازخورد	پ
		شناسایی معیارهای مناسب و تدوین شیوه ارزیابی کمی و کیفی	پ
		پویایی و تحول‌پذیری سیستمی	س پ
		توجه به تکرارپذیری، قابلیت درجه‌بندی محصولات در کنار خلاقیت	س پ
اعمال حاکمیت و نظارت	س		
توجه به هم‌افزایی، انسجام و هماهنگی	هم‌افزایی درون‌سازمانی	تبادل اطلاعات و ارتباطات چندطرفه	پ
		مدیریت یکپارچه زنجیره تأمین	س
		اشتراک‌گذاری منابع مالی و سرمایه‌ای و مزیت‌های تخصصی	س
		هم‌افزایی در درون آستان قدس رضوی	س
	هم‌افزایی بیرون‌سازمانی	بقاع متبرکه سراسر ایران و جهان	س
		استفاده از ظرفیت‌ها و فعالیت‌های بین‌المللی	س
		هم‌افزایی با نهادها و افراد انقلاب اسلامی	س
		هم‌افزایی با خارج از سازمان آستان قدس رضوی	س

توجه به هم‌افزایی، انسجام و هماهنگی	شبکه‌سازی و بهره‌گیری از مشارکت مردمی	فعالیت‌های فراسازمانی، اعیاد و مناسبت‌های ملی و رخدادهای اجتماع	س
		توسعه و ارتقای آگاهی مردم	پ
		ظرفیت‌خادمین و خادم‌یاران و تعریف فرصت‌های خدمت جدید	س
		بهره‌گیری از مشارکت مردمی در تولید و توزیع	س
	توجه و ارتفاع تضاد منافع ذی‌نفعان مختلف	تضاد منافع ذی‌نفعان	پ
برنامه‌ریزی راهبردی، آینده‌نگری، عقلانیت و آگاهی علمی	تأکید بر اثربخشی و جریان‌سازی فرهنگی به‌جای سودمحوری صرف	تأکید بر رویکرد سرمایه‌گذاری زیرساختی	س پ
		تأکید بر اتخاذ رویکرد بلندمدت به‌جای رویکرد کوتاه‌مدت	ب س پ
		سرمایه‌گذاری در تولید فناوری محور و افزایش سهم تولید دانش‌بنیان	س
		جامع‌نگری و اولویت‌بندی راهبردی و جامع	ب
		استفاده از ابزار درست و محتوای مفید و اولویت‌دار	ب
		اثربخشی و جریان‌سازی فرهنگی	س
	نظام تصمیم‌گیری چابک و مؤثر و مبتنی بر خرد جمعی	پیش‌بینی و آمادگی برای اتفاقات و حوادث آینده و افزایش تاب‌آوری	ک ب
		برنامه‌ریزی برای جریان پیوسته منابع و تدارکات موردنیاز (ایجاد ثبات بین عرضه و تقاضا)	پ
		فراهم کردن پایگاه داده جامع و کسب اطلاعات	پ
		مشارکت اعضا و تبادل اطلاعات با تأکید بر ایجاد مفاهیم مشترک	پ
		بهره‌گیری از فناوری‌های روز در بخش‌های مختلف برای تسهیل فرایندها	س پ
	به‌کارگیری نظام تصمیم‌گیری چابک، هوشمند و مؤثر بانکیه بر خرد جمعی	ک ب س	
	برنامه‌ریزی و عقلانیت	فعالیت خردمندان و عاقلانه	ب
برنامه‌ریزی برای تحول		ب س	
عاقبت‌اندیشی و برنامه‌ریزی		ک ب	

خلاصیت و نوآوری	مخاطب پذیری خدمات و محصولات	ارتباط فکری، فرهنگی، معنوی برای افزایش آگاهی	س
		ارتباط و تعامل دوسویه و مستمر با مردم	ب س
		غنی‌سازی اوقات فراغت زنان، جوانان و نوجوانان	س پ
		مکان‌سازی خلاقانه و طراحی مناظر متمایز و بانشاط	س پ
		عملکرد غیر تکراری یا غیر یکنواخت و جدید	پ
		مخاطب پذیری خدمات و محصولات	ب س
		رعایت اصل جذابیت	ب
	ارائه خلاقانه و اشکال جدید تعامل، ترویج و تبلیغ	بهره‌گیری از فناوری‌های جدید اطلاعاتی، رسانه و شبکه‌های اجتماعی	ب س پ
		جذب مخاطبین بر خط و درآمدزایی مجازی	ب س پ
		باز طراحی مناسک، سنت‌ها و آیین‌های حرم مطهر	س
		بهره‌گیری از قالب‌های نوآورانه تبلیغی و ترویجی	ب س
	حمایت از طرح‌های نوآورانه و دانش‌بنیان	ابتکارات و نوآوری‌های ارزش افزا به‌ویژه دانش پایه	س
	شرایط زمینه‌ای و بستر فعالیت	سطح جهانی	فناوری‌های جدید
جهانی‌سازی و یکسان‌سازی فرهنگی			پ
اشباع شدن بازار و افزایش رقابت و خطر ورشکستگی			پ
سطح ملی		وضعیت قوانین و مجوزدهی	پ
		ویژگی‌های صنعت و ساختار صنعتی	پ
		شرایط شغلی و اشتغال	پ
		سطح کارآفرینی و جذابیت مکان و مشاغل برای طبقه خلاق	پ
		تعداد بنگاه‌های هنری	پ
		روندهای اقتصادی و وضعیت اقتصاد ملی (پویایی‌های اقتصادی، رفاه و سطح درآمد)	پ
		وضعیت زیرساخت‌ها و امکانات فراهم‌شده	پ
		رویکرد فرهنگی بخش دولتی و سیاست‌های حمایتی قانونی و مالی	پ
ویژگی‌های مکان و سکونتگاه	نوع و اندازه شهر یا روستا	پ	

شرایط زمینه‌ای و بستر فعالیت	ویژگی‌های مکان و سکونتگاه	دسترسی‌پذیری	پ
		امکانات طبیعی، دیدنی و مناظر باتوجه به آب‌وهوا	پ
		ویژگی‌های مکانی	پ
	ویژگی‌های جامعه مصرف‌کننده	سبک زندگی و مقدار اوقات فراغت	ب پ
		وضعیت مالی	پ
		مقدار تقاضا برای هنر و نوع نگرش	پ
		آگاهی و سواد فردی و اجتماعی	پ
		هویت و تنوع فرهنگی	پ
		ویژگی‌های روان‌شناسانه و روحی	پ
		تراکم و رشد جمعیت و ترکیب سنی	پ

### ۳. نتیجه‌گیری

اقتصاد فرهنگ از جمله حوزه‌های سودآوری است که می‌توان با توجه به آن، در کنار درآمدزایی، اهداف فرهنگی و انتقال معانی را نیز دنبال کرد. در این زمینه، پژوهش ما با استفاده از روایات کتاب عیون الاخبار الرضا، فرمایش‌های مقام معظم رهبری، سیاست‌های کلان آستان قدس رضوی و با تکمیل نکات باقی‌مانده به‌وسیله نوشته‌های نظری موجود در حوزه اقتصاد فرهنگ، مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ در آستان قدس رضوی را در قالب شبکه مضامین استخراج کرده است؛ در شکل ۲ مضامین نهایی در قالب نمودار مشاهده می‌شود.



شکل ۲. شبکه مضامین مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ در آستان قدس رضوی

Figure 2. The themes network of cultural economy in Astan Quds Razavi's components

همان‌طور که مشاهده می‌شود باید گفت که در حوزه اقتصاد فرهنگ علاوه بر مباحث مالی مانند «بهره‌وری، کاهش هزینه و افزایش درآمد»، باید به مباحث غیر مالی مانند «شرایط زمینه‌ای و بستر فعالیت»، «خلاقیت و نوآوری» و «برنامه‌ریزی راهبردی، آینده‌نگری، عقلانیت و آگاهی علمی» نیز توجه داشت. با توجه به اینکه سازمان هدف این پژوهش سازمان آستان قدس رضوی است، باید به «تصویر و شأن آستان قدس رضوی» نیز توجه داشت. در ادامه توضیحات تکمیلی بیشتری ارائه خواهد شد.

وقتی سازمانی فرهنگی تلاش می‌کند تا وارد حوزه سیاست‌گذاری اقتصاد فرهنگ بشود، مسلماً باید برای بقای خودش و تأمین هزینه‌هایی که در طول تولید کالای فرهنگی متحمل می‌شود به «بهره‌وری، کاهش هزینه و افزایش درآمد» توجه کند. همان‌گونه که در مقدمه و بیان مسئله نیز اشاره شده، یکی از مهم‌ترین مسائلی که برای آستان قدس در این زمینه مطرح شده و در آینده نیز مطرح خواهد شد، مشکل تأمین مالی فعالیت‌های مربوط به این حوزه است. بر اساس یافته‌های پژوهش می‌توان «بهره‌وری، کاهش هزینه و افزایش درآمد» را در دو مضمون اصلی «مدیریت بهینه و استفاده درست منابع» و «بهره‌وری مالی و سود (درآمد به نسبت هزینه)» دارد. درباره آستان قدس رضوی می‌توان گفت که با توجه به منابع و ظرفیت‌های زیادی که آستان قدس دارد باید به مسئله مدیریت این منابع توجه بشود که در کنار این مهم، بهره‌وری مالی و موضوعات مربوط به آن مورد توجه قرار بگیرد.

با توجه به اینکه آستان قدس رضوی، حامل برند رضوی است و چه در مأموریت‌های فعلی و چه در اهداف آینده خودش مسئله انتساب به امام رضا علیه السلام را در نظر دارد، باید در فعالیت‌های خودش در حوزه اقتصاد فرهنگ به «تصویر و شأن آستان قدس رضوی» توجه کند. در این زمینه می‌توان به مضامین مختلفی اشاره کرد. با توجه به اینکه یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌های آستان قدس رضوی، تصویر و برند رضوی است، «ایجاد برند منحصر به فرد و تصویر مناسب» باید مورد توجه قرار گیرد. با توجه به اینکه آستان قدس رضوی، منتسب به امام رضا علیه السلام است، باید مبانی دینی و شرعی را مورد توجه قرار دهد، «صیانت، توسعه و انتقال (تبیین) فرهنگ و معارف ایرانی اسلامی» و «رعایت شأنیت و مقتضیات یک سازمان دینی فرهنگی (فرهنگ‌سازمانی)» مورد توجه قرار گیرد. در نهایت برای اطمینان از اینکه موارد گفته شده به‌خوبی اعمال می‌شود نیاز به «اعمال حاکمیت، نظارت و ارزیابی» وجود دارد.

با توجه به بزرگی سازمان آستان قدس رضوی و تعدد سازمان‌های تابعه و نیز شرکای بیرونی سازمان، «توجه به هم‌افزایی، انسجام و هماهنگی» بسیار مهم است؛ چه

«هم‌افزایی درون‌سازمانی» و چه «هم‌افزایی بیرون‌سازمانی». مقبولیت اجتماعی و تعداد انبوه زائران باعث بالارفتن اهمیت «شبکه‌سازی و بهره‌گیری از مشارکت مردمی» می‌شود. مسلماً این موضوعات بدون «توجه و ارتفاع تضاد منافع ذی‌نفعان مختلف» ممکن نخواهد بود.

هر سازمانی در هر حوزه‌ای که می‌خواهد فعالیت کند به «برنامه‌ریزی راهبردی، آینده‌نگری، عقلانیت و آگاهی علمی» نیاز دارد. درباره‌ی آستان قدس رضوی نیز می‌توان گفت که در حوزه اقتصاد فرهنگ باید به «تأکید بر اثربخشی و جریان‌سازی فرهنگی به جای سودمحوری صرف» تأکید داشت. «نظام تصمیم‌گیری چابک و مؤثر و مبتنی بر خرد جمعی» در سازمان بزرگی مانند آستان قدس رضوی بسیار اهمیت دارد که تمامی این موارد بدون «برنامه‌ریزی و عقلانیت» شدنی نیست.

بر اساس پیشینه نظری اقتصاد فرهنگ، «خلاقیت و نوآوری» در این حوزه بسیار مهم است. آستان قدس رضوی نیز برای تحقق این مهم، باید به «مخاطب‌پذیری خدمات و محصولات» و «ارائه خلاقانه و اشکال جدید تعامل، ترویج و تبلیغ» توجه کند که یکی از مهم‌ترین روش‌های آن در سازمان آستان قدس رضوی، «حمایت از طرح‌های نوآورانه و دانش‌بنیان» است.

هیچ سازمانی در خلأ کار نمی‌کند؛ «شرایط زمینه‌ای و بستر فعالیت» باید مورد توجه هر سازمانی باشد. برای اینکه سازمان آستان قدس رضوی بتواند در حوزه اقتصاد فرهنگ «شرایط زمینه‌ای و بستر فعالیت» را مورد توجه قرار دهد باید به متغیرهای زمینه‌ای مربوط به «سطح جهانی»، «سطح ملی»، «ویژگی‌های مکان و سکونتگاه» و «ویژگی‌های جامعه مصرف‌کننده»، توجه نماید و پس از شناخت آن‌ها، فعالیت‌های خود را با آن‌ها تطبیق دهد.

با توجه به اینکه فرایند سیاست‌گذاری شامل جزئیات عملیاتی نمی‌شود، این پژوهش می‌تواند مبنای تدوین سیاست‌هایی باشد که برای اجرای سیاست‌های تدوین شده نیاز به تحقیقات و بررسی‌های عملیاتی و جزئی‌تری است که فرایندهای اضافه‌ای را شامل می‌شود.

در نهایت به مدیران و سیاست‌گذاران آستان قدس رضوی پیشنهاد می‌شود تا برای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در حوزه اقتصاد فرهنگ، به مؤلفه‌های استخراج شده توجه کنند تا بتوانند برنامه‌ها و سیاست‌های اثربخشی را تدوین کنند.

## ۷. محدودیت‌های پژوهش

بدیهی است نظر نویسندگان پژوهش در نتیجه نهایی تأثیرگذار باشد؛ می‌توان گفت که در استخراج مضامین و دسته‌بندی و تشکیل شبکه مضامین می‌توان حالات دیگری را نیز متصور شد؛ باید توجه داشت که این پژوهش در سطح سیاست‌گذاری انجام شده و در سطح‌های عملیاتی‌تر، مسلماً خروجی این پژوهش متفاوت خواهد بود. پیشنهاد می‌شود تا در سطوح دیگر سازمانی نیز این پژوهش تکرار شود.

با اینکه این پژوهش توانسته است که حجم زیادی از داده را پردازش کند، ولی دو نکته حائز اهمیت است؛ اول اینکه مسلماً هرچه بیشتر در روایات اهل بیت علیهم السلام به‌ویژه روایات رضوی پژوهش و تحقیق شود، مسلماً نتیجه نهایی متفاوت خواهد بود. دوم اینکه این پژوهش بر اساس نوشته‌های موجود انجام شده که مربوط به گذشته و در نهایت حال است؛ پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های بعدی، با استفاده از یافته‌های این پژوهش و ترکیب آن با داده‌های میدانی مانند مصاحبه، به بهبود نتایج این پژوهش کمک کنند.

## منابع و مآخذ

- آستان قدس رضوی. (بی تا-الف). سابقه تاریخی. <https://policy.razavi.ir/governance/fa//۳۱۰۳۶۱>. سابقه تاریخی
- آستان قدس رضوی. (بی تا-ب). سیاست های بخشی - سازمان علمی فرهنگی. <https://policy.razavi.ir/fa/#sec-۲۲۶۲۴۸>
- آستان قدس رضوی. (بی تا-ج). سیاست های عمومی. <https://policy.razavi.ir/fa//۲۲۶۲۴۵>. سیاست های عمومی
- آستان قدس رضوی. (بی تا-د). ماموریت. <https://policy.razavi.ir/fa/ماموریت/۲۲۶۲۴۲>
- ابن بابویه، محمد بن علی. (۱۳۷۳). *عیون اخبار الرضا*. ترجمه حمیدرضا مستفید و علی اکبر غفاری. تهران: نشر صدوق.
- بستان، زهرا؛ یوسفی، علی؛ شریعتی مزینانی، سارا؛ و پارسا پزوه، سپیده. (۱۴۰۲). «معنای تبرک و شیوه های تقدس بخشی اشیا در بین زائران حرم امام رضا (علیه السلام)». *فرهنگ رضوی*. ۱۱ (۴۴). صص: ۱-۲۸.
- تشکر، زهرا. (۱۳۸۳). «درآمدی بر اقتصاد فرهنگ». *گزارش های کارشناسی (مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی)*. ۱۲ (۱۲). صص: ۶۰۶۶-۶۰۹۹.
- خامنه ای، سید علی. (۱۳۸۸، ۱۴ شهریور). *بیانات در دیدار جمعی از شعرا*.
- عابدی جعفری، حسن؛ تسلیمی، محمد سعید؛ فقیهی، ابوالحسن؛ و شیخ زاده، محمد. (۱۳۹۰). «تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده های کیفی». *اندیشه مدیریت راهبردی*. سال پنجم، شماره ۲ (پیاپی ۱۰). صص: ۱۵۱-۱۹۸.
- محمدپور، احمد. (۱۳۹۲). *روش تحقیق کیفی ضد روش (منطق و طرح در روش شناسی کیفی)*. (جلد ۱ و ۲). تهران: انتشارات جامعه شناسان.
- مکارم شیرازی، ناصر. (بی تا). *آشنایی با کتاب عیون اخبار الرضا*. [دفتر مرجع عالی قدر حضرت آیت الله العظمی مکارم شیرازی]. <https://makarem.ir/maaref/fa/article/index/۴۰۸۷۱۵> / آشنایی - با -
- کتاب عیون اخبار الرضا
- هاشمی، علی؛ کلاتتری، عزیز. (۱۴۰۲). «بررسی وضعیت اقتصاد فرهنگ در استان ایلام و راهکارهای تقویت آن: با تأکید بر شناسایی ظرفیت های محلی». *راهبرد اجتماعی فرهنگی*. ۱۲ (۲). صص: ۵۶۵-۶۰۴.

## References

- Abedi Ja'fari, Hasan; Taslimi, Mohammad Saeed; Faghihi, Abolhasan; Sheikhzade, Mohammad. (2011), Thematic Analysis and Thematic Networks: A Simple and Efficient Method for Exploring Patterns Embedded in Qualitative Data Municipalities): Strategic Management Thought (Scientific Thought). 198-151, (2) 5. <https://doi.org/10.1007/s11672-011-9151-1>

- org/10.30497/smt.2011.163. [In Persian].
- Astan Quds Razavi. (n.d.-a). Historical Background. <https://policy.razavi.ir/governance/fa/سابقه‌تاریخی/310361>. [In Persian].
- Astan Quds Razavi. (n.d.-b). Sectoral Policies - Scientific and Cultural Organization. <https://policy.razavi.ir/fa/سازمان-علمی-فرهنگی/226248#sec4>. [In Persian].
- Astan Quds Razavi. (n.d.-c). General Policies. <https://policy.razavi.ir/fa/226245> سیاست-های-عمومی. [In Persian].
- Astan Quds Razavi. (n.d.-d). Mission. <https://policy.razavi.ir/fa/ماموریت/226242>. [In Persian].
- Attride-Stirling, Jennifer. (2001). Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. *Qualitative Research*, 405-385 ,(3)1. <https://doi.org/146879410100100307/10.1177>
- Barrado-Timón, Diego; Palacios, Antonio; & Hidalgo-Giralt, Carmen. (2020). Medium and Small Cities, Culture and the Economy of Culture. A Review of the Approach to the Case of Spain in Light of International Scientific Scholarship. *Sustainability*, 18(12). <https://doi.org/10.3390/su12187321>
- Boccella, Nicola; & Salerno, Irene. (2016). Creative Economy, Cultural Industries and Local Development. 2nd International Symposium "NEW METROPOLITAN PERSPECTIVES" - Strategic Planning, Spatial Planning, Economic Programs and Decision Support Tools, through the Implementation of Horizon/Europe2020. ISTH2020, Reggio Calabria (Italy), 20-18 May 296-291 ,223 ,2016. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.370>
- Bostan, Z., Yousefi, A., Shariati Mazinani, S., Parsa Pajhooh, S., (2024). Meaning of Blessing and Methods of Sanctifying the Things Among the Pilgrims of Imam Riḍā's (as) Shrine: Farhang Razavi Scientific Research Quarterly, Year 11, Number 4, Winter 1402, Serial Number 27-1) -44)- DOI:10.22034/farzv.2022.367077.1816. [In Persian].
- Cambridge Dictionary. (n.d.). Policy Making. Cambridge University Press & Assessment.
- Cherbo, J; Vogel, H; & Wyszomirski, M. (2008). Understanding the Arts and Creative Sector in the United States. (J. Cherbo & M. Wyszomirski, Eds.). Rutgers University Press.
- Clarke, Victoria; & Braun, Virginia. (2017). Thematic analysis. *The Journal of Positive Psychology*, 298-297 ,(3)12.
- Hashemi, Ali, & Kalantari, Aziz. (2023). Investigating the state of culture economy in Ilam province and ways to strengthen it; by emphasizing the identification of local

- capacities. *Socio-Cultural Strategy*, 604-665 ,(2)12. [In Persian].
- Ibn Babawayh, Muhammad ibn Ali. (1994). *Translation and Text of Oyyun Al-Akhbar Al-Reza (PBUH)*. (Trans. Hamid Reza Mostafid and Ali Akbar Ghafari). Sadough Publishing. (Original work published 1993). [In Persian].
- Johnson, Thomas. (2019). *Existing Conceptual Models of Arts and Culture: An Inventory Introduction to Conceptual Models of Arts and Culture*.
- Karimzadi, Shahzavar. (2019). *Culture in Economics*. *Advances in Economics and Business*, 54-39 ,(1)7. <https://doi.org/DOI: 10.13189/aeb.2019.070105>.
- Khamenei, Ali. (2009, September 5). *Remarks in a Meeting with a Group of Poets*. [In Persian].
- Kiger, Michelle E.; & Varpio, Lara. (2020). *Thematic analysis of qualitative data: AMEE Guide No. 131*. *Medical Teacher*, 854-846 ,(8)42. <https://doi.org/014215/10.1080 9X.2020.1755030>
- Korovnikova, N. A. (2016). *Ekonomika kul'tury: k opredeleniju problemnogo polja. Rossiya: Tendencii i Perspektivy Razvitija*, (№ 11, c. 624).
- Kostis, Pantelis C. (2021). *Culture, innovation, and economic development*. *SpringerOpen*, (16-1 ,(1. <https://doi.org/10.1186/s7-00163-021-13731>
- Ljunggren, Jørn. (2016). *Economic rewards in the cultural upper class: The impact of social origin on income within the Norwegian field of culture*. *Poetics*, 26-14 ,57. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2016.05.003>
- Makarem Shirazi, Naser. (n.d.). *Introduction to the Book Oyyun Al-Akhbar Al-Reza (PBUH) [Office of the Grand Ayatollah Makarem Shirazi]*. <https://makarem.ir/maaref/fa/article/index/اشنایی-با-کتاب-عیون-اخبار-الرضا-علیه-السلام/408715>. [In Persian].
- Mankiw, Nicholas Gregory. (2021). *Principles of Economics*. Cengage.
- Medawar, P. B. (1969). *Induction and Intuition in Scientific Thought*. Routledge.
- Merriam Webster. (n.d.-a). *Policy*. Merriam-Webster Incorporated.
- Merriam Webster. (n.d.-b). *Policy Making*. Merriam-Webster Incorporated.
- Mohammadpour, Ahmad. (2013). *Anti-Method Qualitative Research Methodology (Logic and Design in Qualitative Methodology) (Volumes 1 and 2)*. *Sociologists' Publications*. [In Persian].
- Oxford Learners Dictionaries. (n.d.). *Policy Making*. Oxford University Press.
- Petrakis, Panagiotis. (2014). *Culture, Growth and Economic Policy*.
- Petrakis, Panagiotis; Kostis, Pantelis; & Valsamis, Dionysis. (2015). *Innovation and competitiveness: Culture as a long-term strategic instrument during the European Great Recession*. *Journal of Business Research*, 1438–1436 ,68. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.029>

- Pratt, A. C. (2009). Cultural Economy. In R. Kitchin & N. Thrift (Eds.), (R. Kitchin & N. Thrift, Eds.), *International Encyclopedia of Human Geography* (pp. 410-407). Elsevier.
- Skvarciany, Viktorija; & Astike, Kristina. (2021). Theoretical Aspects of Cultural Economics Concept. *Statistics Canada, Conceptual Framework for Cultural Statistics*. (2011). Catalogue no. -542-87X – No. 001.
- Tashakor, Zahra. (2004). An Introduction to the Cultural Economy. *Expert Reports (Research Center of the Islamic Consultative Assembly)*, 6099-6066 ,(12)12. [In Persian].
- Tarnovskii, V. (2018). Economy of culture and culture of economy: institutional aspect. *Proceedings of the Voronezh State University of Engineering Technologies*, 243-237 ,79. <https://doi.org/243-237-4-2017-1202-2310/10.20914>
- Theodori, Gene L.; Hudec, Cheryl L.; & Drumm, Charlotte. (2015). An Investigation of Arts-Based Rural Community Development. Working paper submitted to The National Endowment for the Arts.
- Throsby, David. (2003). Determining the Value of Cultural Goods: How Much (or How Little) Does Contingent Valuation Tell Us? *Journal of Cultural Economics*, -275 ,27 285. <https://doi.org/10.1023/A:1026353905772>
- Throsby, David. (2008a). Modelling the cultural industries. *International Journal of Cultural Policy*, 232-217 ,(3)14. <https://doi.org/10286630802281772/10.1080>
- Throsby, David. (2008b). The concentric circles model of the cultural industries. *Cult. Trends*, 164-147 ,(3)17. <https://doi.org/09548960802361951/10.1080>
- Throsby, David. (2010). *The Economics of Cultural Policy*. Cambridge University Press.
- Wheelen, Thomas L.; & Hunger, David J. (2011). *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability*. Prentice Hall PTR.
- Wheelen, Thomas L.; Hunger, J. David; Hoffman, Alan N.; Bamford, Charles E.; & Kansal, Purva. (2018). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation and Sustainability*, 15th Edition by Pearson. Pearson Education India.