


Strategies for Developing the Economy of Culture in the Makkoran and Balochistan Cultural Region

Ali Entezari , Associate Prof. of Sociology, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. Email: entezari@atu.ac.ir

Behrouz Roustakhiz , Assistant Prof. of Anthropology, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. (Corresponding Author) Email: b.roustakhiz@atu.ac.ir

Somayeh Kazemi , Assistant Prof. of Islamic Art, Department of Art, Faculty of Engineering, University of Zanjan, Zanjan, Iran. Email: skazemi1252@gmail.com

Abstract

Introduction: Cultural capital and the creative and cultural sectors are now recognized as key drivers of development across various economic and cultural dimensions. Consequently, policymaking in cultural industries and the development of the cultural economy has become crucial for planners and decision-makers. Iran, particularly its southeastern region, possesses significant cultural capital. Optimizing its use in developing the region's-and the nation's-cultural economy could not only mitigate social, cultural, and economic challenges but also elevate Iran's standing in the global economy.

Given the importance of fostering the cultural economy in this region, this study examines its capacities, drivers, barriers, and challenges. Additionally, considering the shared cultural, geographical, social, and economic characteristics of the area-as well as the vision outlined in regional development documents-the research explores viable policies and strategies for advancing the cultural economy. Furthermore, it investigates how such development could enhance Iran's role in the global cultural economy.

Method: This research was conducted using a qualitative approach, employing library research methods, documentary analysis, registered data analysis, and re-analysis of primary data, including interviews with elites and local communities. The study focuses on the development of the cultural economy in the Makkoran and Balochistan cultural region, which includes: Siestan and Balochistan Province (particularly its southern areas), Hormozgan Province (especially its southern and eastern regions), and Kerman Province (primarily its southern and, to some extent, eastern parts).

The research population consisted of all available documents, scientific studies, and research outputs-such as research projects, theses, and academic articles-related to the Makkoran and Balochistan cultural region. These sources were examined to assess the region's capacities, drivers, challenges, consequences, and policy frameworks for cultural economy development.

Through qualitative content analysis and thematic analysis of the collected data, this study proposes policy recommendations and strategic measures aligned with



national and regional development documents.

Results: The Makkoran and Balochistan cultural region possesses significant potential for developing its cultural economy, including a diverse range of handicrafts, opportunities for cultural tourism supported by historical and civilizational heritage, numerous ethnic rituals, religious centers, pilgrimage sites, museums, and existing capacities in aquatic and beach sports, as well as scientific and cultural resources. Many of the region's existing strengths serve as drivers for cultural economic development, such as access to cost-effective raw materials, human resources with indigenous knowledge, the region's geopolitical significance, political support at the national level, the presence of domestic and international companies, scientific and research centers, and emerging commercial enterprises. Collectively, these opportunities can contribute to regional branding.

However, the development of the cultural economy in the region faces several challenges, including limited market access, weak infrastructure, social and security risks, negative media portrayals, and producers' lack of familiarity with cultural economy principles. The interconnected nature of these weaknesses, particularly infrastructural deficiencies, has slowed the growth of the cultural economy. To address these challenges, effective policies should focus on infrastructure development, strengthening ethnic and religious unity, enhancing local community participation, improving regional security, countering negative media narratives, adopting a multicultural marketing strategy, expanding intra- and extra-regional relations, leveraging the creative ecosystem in education and cultural sectors, establishing value-aligned economic networks with local participation, and promoting regional branding.

Conclusion: By adopting appropriate policies, the Makkoran and Balochistan cultural region, which is part of Iran's unified cultural region, can become a hub of development of the country's economy of culture. Since the economy of culture links local, national, and global economies, as acknowledged by Ray (1998), it is essential to engage existing local and official institutions and organizations at various macro, meso, and micro levels, alongside developing new participatory structures such as the social innovation ecosystem, and totally, the creative cultural ecosystem must be implied to support this development. By synergy of these collaborative resources, cultural values are integrated to strengthen local identity, and as Throsby (2014) acknowledges in her definition of cultural industries, it is used to add value to various components of the cultural industries value chain, leading to the development of the economy of culture in the region and the promotion of the country's position on the global stage. Of course, the development of the economy of culture in the region is realized with the support of policies that consider this region as a member of the unified cultural region network of Iran.

Keywords: Cultural Policy, Economy of Culture, Cultural Industries, Makkoran and Balochistan Cultural Region.



راهبردهای توسعه اقتصاد فرهنگ در اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان

علی انتظاری^۱، بهروز روستاخیز^۲، سمیه کاظمی^۳

چکیده

توسعه اقتصاد فرهنگ به‌عنوان یکی از شاخص‌های اصلی سنجش توسعه‌یافتگی نظام فرهنگی منطقه‌ای و ملی می‌تواند به رفع چالش‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی مناطق کمک کند. پژوهش حاضر در پی راهبردهای توسعه اقتصاد فرهنگ در اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان است که از ظرفیت‌های چشمگیر آن در حوزه اقتصاد فرهنگ، بهره‌شایسته برده نشده است. هدف از انجام این پژوهش ضمن شناسایی ظرفیت‌ها، پس‌ران‌ها و پیش‌ران‌های توسعه اقتصاد فرهنگ در این اقلیم، دستیابی به راهبردهایی برای توسعه اقتصاد فرهنگ در این منطقه و افزایش نقش‌آفرینی آن در توسعه اقتصاد فرهنگ کشور در سطح جهانی است. یافته‌های پژوهش، حاصل تحلیل محتوای کیفی و تحلیل مضمون داده‌های گردآوری‌شده با روش مطالعه کتابخانه‌ای، اسنادی و میدانی است. بر این اساس، توسعه اقتصاد فرهنگ در این اقلیم با اتخاذ راهبردها و سیاست‌هایی در سطوح مختلف کلان، میانی و خرد همراه است از جمله: توسعه زیرساخت‌ها؛ گسترش روابط درون‌اقلیمی و برون‌اقلیمی؛ بهره‌گیری از مشارکت محلی در تمام سطوح؛ برندسازی اقلیم؛ بهره‌گیری از مشارکت نهادها و سازمان‌های موجود و جدید. به‌علاوه پشتیبانی سیاست‌هایی که این اقلیم را به‌عنوان عضوی از شبکه اقلیم واحد فرهنگی ایران در نظر گرفته و به ارزش‌افزایی فرهنگی در مراحل مختلف زنجیره ارزش صنایع فرهنگی توجه داشته باشند، ضروری به نظر می‌رسد. چراکه حاصل توسعه منطقه‌ای یا اقلیمی در کل شبکه اقلیم‌های واحد فرهنگی ایران بسط می‌یابد و در نتیجه چرخه توسعه فرهنگی ملی، اقلیمی و محلی، جایگاه کشور را در اقتصاد فرهنگ جهانی تقویت می‌کند.

واژگان کلیدی

سیاست‌گذاری فرهنگی، اقتصاد فرهنگ، صنایع فرهنگی، اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۱۸

۱. دانشیار جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

entezari@atu.ac.ir

۲. استادیار مردم‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

b.roustakhiz@atu.ac.ir

۳. استادیار هنر اسلامی، گروه هنر، دانشکده مهندسی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران.

skazemi1252@gmail.com

مقدمه

توسعه فرایندی چندبعدی شامل ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است که به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های سنجش موفقیت کشورها در قالب مفاهیمی چون توسعه‌یافته، در حال توسعه و توسعه‌نیافته در ادبیات سیاسی جهان نمود یافته است. نقش و اهمیت ویژه سرمایه‌های فرهنگی به‌عنوان یک مزیت رقابتی برای تمایزبخشی و تشخیص‌یابی در عرصه‌های مختلف، امروز و در دورانی که رسانه‌ها به‌سرعت در حال گسترش و تغییر و اثرگذاری روزافزون بر مخاطبان هستند، بیش از پیش آشکار شده است. در این دوران سرمایه‌های مذکور، از قالب‌های فردی و تجسّدیافته فراتر رفته و علاوه‌بر منفعت‌رسانی به افراد به یک عامل تأثیرگذار در رقابت‌های استراتژیک جهانی و موازنه‌های قدرت تبدیل شده‌اند (Philips & Shockley, 2010: 111-92): به‌نحوی که «در اقتصاد توسعه، میزان مصرف کالاها و خدمات فرهنگی یکی از شاخص‌های اصلی سنجش توسعه‌یافتگی نظام فرهنگی شناخته می‌شود» (نقیب‌السادات، ۱۳۸۸: ۴). در چشم‌انداز اقتصاد خلاق جهانی ۲۰۲۴ آنگتاد نیز بر بخش‌های فرهنگی و خلاق به‌عنوان محرک‌های توسعه تأکید شده که علاوه‌بر تولید ثروت اقتصادی و اشتغال‌زایی می‌توانند محرکی برای نوآوری باشند و مکان‌ها را برای زندگی، کار و سرمایه‌گذاری جذاب‌تر سازند (UN Trade and Development, 2024) و به حفاظت و ارتقاء میراث فرهنگی نیز کمک کنند. به همین دلیل، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی هدفمند در زمینه صنایع فرهنگی و اقتصاد فرهنگ نیز به‌طور ویژه مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان قرار گرفته است.

البته علاوه‌بر مزایای اقتصادی، اقتصاد فرهنگ در توسعه فرهنگی و تنوع فرهنگی و ارتقاء تعلقات هویتی برای شهروندان و نیز تقویت روابط فرهنگی بین‌المللی نقش مهمی ایفا می‌کند. با وجود این اهمیت حوزه اقتصاد فرهنگ و علی‌رغم اینکه ایران از نظر سرمایه‌های فرهنگی قابل استفاده در اقتصاد فرهنگ غنای چشمگیری دارد، از این سرمایه‌ها به‌درستی استفاده نشده است تا جایی که ایران در این بخش از اقتصاد سهمی بسیار ناچیز و فاصله چشمگیری با کشورهای توسعه‌یافته یا حتی کشوری مشابه خود چون ترکیه دارد (انتظاری و درخشان، ۱۴۰۱: ۶). توسعه اقتصاد فرهنگ می‌تواند بسترساز توسعه در سایر زمینه‌ها باشد و به رفع آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی و کسب سرمایه برای برطرف‌سازی توزیع ناعادلانه فرصت‌ها و امکانات فرهنگی در مناطق کمتر برخوردار کمک کند و جایگاه ایران را در عرصه اقتصاد جهانی ارتقا بخشد.

از جمله این مناطق در ایران، حوزه جنوب شرق کشور است که ظرفیت‌های توسعه‌ای بسیاری دارد؛ از جمله ظرفیت‌های متحصربه‌فرد در حوزه صنایع دریایی، صنایع فولاد، نفت و پتروشیمی، کشاورزی، دامداری، تجارت بین‌المللی، ورزش‌های آبی، گردشگری و صنایع دستی. البته تمرکز بر سیاست‌گذاری درباره ظرفیت‌های توسعه‌ای این منطقه بیشتر بر ظرفیت‌های صنعتی است؛ حال آنکه غنای فرهنگی آن، بستری ارزشمند برای توسعه اقتصاد فرهنگ در منطقه مزبور فراهم کرده است و بهره‌گیری از آن می‌تواند علاوه بر کاهش مشکلات اقتصادی و اجتماعی منطقه و کشور، به توسعه فرهنگی آن‌ها نیز کمک کند. با توجه به این اهمیت و به منظور ارائه پیشنهادهایی برای توسعه اقتصاد فرهنگ در منطقه، در مقاله حاضر به این مسئله پرداخته شده است که چه ظرفیت‌ها و پیش‌ران‌ها و چه پس‌ران‌ها و چالش‌هایی توسعه اقتصاد فرهنگ در این منطقه را تحت تأثیر قرار داده است. همچنین با توجه به الزامات فرهنگی، جغرافیایی، اجتماعی و اقتصادی مشترک مناطق واقع در این حوزه جغرافیایی و چشم‌اندازی که در اسناد توسعه‌ای برای آن ترسیم شده است، بررسی شده است که استفاده از چه سیاست‌ها و راهبردهایی می‌تواند به توسعه اقتصاد فرهنگ در این منطقه کمک کند. به علاوه به این موضوع که توسعه اقتصاد فرهنگ در اقلیم، چگونه می‌تواند به نقش‌آفرینی ملی در اقتصاد فرهنگ جهانی بینجامد، پرداخته شده است.

پیشینه پژوهش

در بررسی ادبیات پژوهشی موجود [و در دسترس پژوهشگران] به زبان فارسی پژوهش‌های متعددی در ارتباط با اقتصاد فرهنگ در مناطق مختلف ایران یافت شد، اما در این میان، پژوهشی که واحد میدانی مطالعه آن یک «اقلیم فرهنگی» باشد به دست نیامد. البته پهنه‌بندی ایران براساس اقلیم‌های فرهنگی موضوعی است که بیشتر در سال‌های اخیر به آن پرداخته شده است؛ در نتیجه آثار چندانی که به‌صراحت حتی از مفهوم «اقلیم فرهنگی» یاد کرده باشند نیز مشاهده نشد. درباره این مفهوم تنها ۴ منبع به دست آمد شامل «بازشناسی اقلیم‌های فرهنگی ایران: به‌سوی یک چهارچوب مفهومی و روش‌شناختی» (روستاخیز و کاظمی، ۱۴۰۳)؛ «بازشناسی اقلیم‌های فرهنگی ایران» (روستاخیز و کاظمی، ۱۴۰۴)؛ «درآمدی بر مفهوم‌شناسی اقلیم فرهنگی با تأکید بر اقلیم‌بندی فرهنگی ایران» (احمدی، ۱۴۰۳)؛ و «مفهوم‌شناسی اقلیم فرهنگی» (احمدی، ۱۴۰۲). این پژوهش‌ها نیز بر اقتصاد فرهنگ در یک اقلیم تمرکز نداشته‌اند؛

اما آثاری بدون رویکرد اقلیمی و در ارتباط با اقتصاد فرهنگ در تنها نقاطی از میدان پژوهش وجود داشت و در پژوهش حاضر نیز از آن‌ها بهره گرفته شده است که اغلب بیشتر بر دو حوزه صنایع دستی و گردشگری تمرکز داشته و به اقتصاد فرهنگ به‌طور کلی نپرداخته‌اند. برخی از این آثار بر سیاست‌گذاری در حوزه اقتصاد فرهنگ متمرکزتر هستند و از این نظر قرابت بیشتری با پژوهش حاضر دارند (ازجمله نک به: اسمعیل‌نژاد، شهرکی و رضایی، ۱۳۹۵؛ پوراحمد، دربان آستانه و پورقربان، ۱۳۹۵؛ راشدی، ۱۳۹۵؛ محمدی‌کنگرانی، حسین‌زاده و سپاهی، ۱۳۹۷). تعدادی از منابع نیز تنها به ابعادی از اقتصاد فرهنگ همچون توسعه بازار، بازاریابی و کارآفرینی در مناطقی از حوزه میدانی این پژوهش و موانع یا چگونگی توسعه آن‌ها پرداخته‌اند (ازجمله نک به: کرباسی و یعقوبی، ۱۳۹۰؛ مرادزاده، قاسمی، سالارزهی، یعقوبی و بذرافشان، ۱۳۹۷؛ آرامش، یعقوبی، مهدی‌بیگی و گرگیج، ۱۳۹۸؛ یعقوبی، سردار شهرکی و کرباسی، ۱۴۰۲). در بعضی آثار نیز نقش توسعه ابعادی از اقتصاد فرهنگ بر توسعه مناطق و محرومیت‌زدایی بررسی شده است (ازجمله نک به: شالچیان رابع، ۱۳۹۵؛ امیری، محبی، رنجبر و باقری، ۱۳۹۸؛ رضایی سرخایی، سایبانی و سوادی، ۱۴۰۰). همچنین تعدادی از پژوهش‌ها ارتباط و تأثیرات حوزه‌های مختلف اقتصاد فرهنگ در مناطقی از حوزه میدانی این پژوهش را بررسی نموده‌اند (ازجمله نک به: اسلامی، نصیریایی عابدین و قربانی، ۱۴۰۰؛ آویشی، حسین‌آبادی و اسفندیاری، ۱۴۰۲؛ قنبری، رئیس‌ی و قنبری، ۱۴۰۴). شایان‌ذکر است در اغلب آثار اشاره‌شده نیز پیشنهادهاى سیاست‌گذارانه‌ای مطرح شده اما تمرکز بر سیاست‌گذاری توسعه اقتصاد فرهنگ نبوده و هیچ‌یک از نظر جامعیت موضوعی اقتصاد فرهنگ و نیز از نظر دربرگیری میدانی، به‌اندازه پژوهش حاضر جامعیت ندارند؛ هرچند به‌دلیل محدودیت‌هایی چون محدودیت نوشتاری، این پژوهش نیز با جامعیت مدنظر نگارندگان فاصله دارد.

ادبیات نظری

وجود ارتباط بین دو حوزه اقتصاد و فرهنگ، موضوعی انکارناپذیر است که پژوهشگران هر دو حوزه و نیز اندیشمندان حوزه توسعه به کرات به آن پرداخته‌اند. هرچند تا اواسط دهه ۱۹۸۰ توجه به اهمیت اقتصادی فرهنگ در سیاست‌گذاری‌ها یا به‌عبارت دیگر، سیاست اقتصاد فرهنگی هنوز شکل نگرفته بود (Kong, 2000, 4-5)، اهمیت روزافزون فرهنگ در اقتصاد یکی از عللی بوده که به ایجاد چرخش اقتصادی در جهان

منجر گردیده است و سبب شده هم‌گرایی‌های تازه‌ای بین توسعه اقتصادی و فرهنگی ایجاد شود (Comunian, 2012: 1): تا جایی که در سنجش توسعه‌یافتگی فرهنگی میزان مصرف کالاها و خدمات فرهنگی که در حوزه موضوعی اقتصاد فرهنگ قرار می‌گیرد، از شاخص‌های اصلی محسوب شود (نقیب‌السادات، ۱۳۸۸: ۴). ارتباط دو حوزه اقتصاد و فرهنگ در ادبیات نظری انگلیسی بیشتر با ترکیب «اقتصاد فرهنگی» و در ادبیات نظری داخلی بیشتر با ترکیب «اقتصاد فرهنگ» شناخته شده است. «اقتصاد فرهنگی» در ترجمه اسم مرکب «Cultural Economy» و در تمایز با اقتصاد «فرهنگی» در ترجمه «Cultural» Economy است که در آن «فرهنگی» به‌عنوان صفتی برای اقتصاد بیان می‌شود. عبارت مرکب اول به نوع خاصی از فعالیت‌های اقتصادی ارجاع دارد که مرتبط با محصولات و فعالیت‌های فرهنگی (مانند موسیقی، فیلم و هنرهای زیبا) است. در عبارت دوم که «فرهنگی» به‌عنوان صفت اقتصاد آمده است، ابعاد فرهنگی فعالیت اقتصادی همچون طراحی یا بازاریابی هر محصول یا خدمت مدنظر است (Pratt, 2009: 407). گرچه مفهوم اقتصاد «فرهنگی» از زمان بررسی رابطه بین فرهنگ و توسعه اقتصادی توسط وبر در سال ۱۹۳۴ بارها مورد استفاده قرار گرفت، مفهوم «اقتصاد فرهنگ» را در سه دهه اخیر اغلب، جغرافی‌دانان، مردم‌شناسان، جامعه‌شناسان، روان‌شناسان و سپس اقتصاددانان به کار بردند (Veress, 2010: 2-3). براساس کاربرد این ترکیب در منابع مختلف، به نظر می‌رسد معنای این ترکیب گستره شمول بیشتری نسبت به هر دو مفهوم «اقتصاد فرهنگی» و اقتصاد «فرهنگی» دارد و موضوع آن کاوش در چگونگی شکل‌گیری فرآیندها و پیامدهای اقتصادی توسط فرهنگ است؛ همچنین تأثیرات اقتصادی فرهنگ را در بخش‌های مختلف اقتصادی بررسی می‌کند. در اقتصاد فرهنگ معنای توسعه براساس ارزش‌های فرهنگی درون منطقه‌ای بازتعریف می‌شود و با مشارکت سازمان‌های موجود از جمله مقامات محلی و عامل‌های توسعه ساختارهای مشارکتی جدید تحقق می‌یابد (Ray, 1998: 4-5). به‌عبارت دیگر، اقتصاد فرهنگ از طریق توسعه سرمایه فرهنگی در سطح خرد استعدادهای انسانی را رشد می‌دهد، در سطح میانه خرده‌فرهنگ‌ها را ارتقا می‌دهد و در سطح کلان سبب پیشرفت بین‌المللی جامعه و تبادلات فرهنگی بین‌المللی می‌شود (پرچمی و درخشان، ۱۳۹۸: ۲).

موضوع اقتصاد فرهنگ علاوه بر تولید و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی، ایده‌پردازی و طراحی به‌عنوان مرحله‌ای پیش از تولید و نیز توزیع به‌عنوان مرحله‌ای پیش از مصرف را نیز دربرمی‌گیرد. به‌علاوه رابطه متقابل عرضه و تقاضا در صنایع فرهنگی و همچنین زمینه‌ها و

بسترهای اقتصادی لازم برای توسعه مؤلفه‌های مختلف فرهنگی نیز در حیطه بررسی اقتصاد فرهنگ قرار می‌گیرند (ناظمی اردکانی و صیادی، ۱۳۹۳: ۱۹۲؛ مسعودی‌نیا، رشیدپور و ابراهیم‌زاده، ۱۳۹۷: ۸۲). بر مبنای مطالبی که تا بدین جا آمد می‌توان گفت آنچه برای محصولات، صنایع و خدمات فرهنگی ارزش‌آفرینی می‌کند، فراتر از مؤلفه‌های ارزش‌آفرین برای سایر محصولات، صنایع و خدمات است که موضوع علم اقتصاد قرار می‌گیرند و توسعه‌ای که حاصل تولید و مصرف صنایع فرهنگی است، صرفاً توسعه‌ای اقتصادی نیست. از آنجا که این صنایع می‌توانند به‌عنوان پشتوانه صنایع دیگر عمل کنند، زیست‌بوم گسترده‌ای را در برمی‌گیرند و بدین طریق امکان اشتغال‌زایی بالایی دارند. وجود صنایع خلاق فرهنگی فعال در مناطق همچنین در جذب سرمایه‌گذاری‌های مستقیم نیز مؤثر است؛ چنان‌که بر اساس گزارش افق اروپا شهرهایی که عنوان پایتخت فرهنگی اروپا را داشته‌اند رشد چشمگیری در گردشگری و جذب سرمایه داشته‌اند و این سرمایه‌گذاری‌ها به بخش فرهنگ محدود نشده و برای سرمایه‌گذاری در سایر بخش‌ها نیز جذابیت ایجاد شده است. همچنین صنایع خلاق فرهنگی در تقویت انسجام اجتماعی و هویت فرهنگی که به‌عنوان دو جنبه ناملموس و در عین حال، حیاتی رفاه اجتماعی و توسعه منطقه‌ای شناخته می‌شوند نقش مهمی دارند (Kalfas, Kalogiannidis, Ambas & Chatzitheodoridis, 2024: 3-4).

آگاهی از تعریف صنایع فرهنگی برای شناخت مؤلفه‌های اثرگذار بر اقتصاد فرهنگ اهمیت دارد. با وجود توافق بر اهمیت نقش‌آفرینی صنایع خلاق فرهنگی به‌عنوان حوزه موضوعی اقتصاد فرهنگ و اقتصاد خلاق در توسعه منطقه‌ای، تعریفی دقیق از این صنایع نمی‌توان یافت و همین خلاء، سیاست‌گذاری در این حوزه را دشوار ساخته است (Kalfas et al, 2024, 3)؛ با این حال، وجه اشتراک این تعاریف چنان‌که در عنوان این صنایع نیز ذکر شده است، وجود خلاقیت در چرخه تولید تا مصرف آن‌ها است. برای مثال، بنابر تعریف لش و یوری (۱۹۹۴) این صنایع نوآورانه، خلاقانه و انعطاف‌پذیر هستند و در محل تلاقی اقتصاد محلی و جهانی قرار دارند. در تعریف تراسبی این صنایع واجد ویژگی‌های خلاقیت در تولید، آفرینش و انتقال معنای نمادین و ذهنی بودن (به‌صورت بالقوه یا بالفعل) هستند (تراسبی، ۱۴۰۱: ۲۹). یونسکو نیز در تعریفی گسترده‌تر صنایع خلاق فرهنگی را بخش‌هایی دارای فعالیت سازمان‌یافته تعریف می‌کند که «هدف اصلی آن تولید یا بازتولید، ترویج، توزیع و / یا تجاری‌سازی کالاها، خدمات و فعالیت‌های فرهنگی، هنری یا مرتبط با میراث است» (UNESCO and IBRD / the World Bank, 2021: 8). البته چنان‌که در تعریف یونسکو نیز بر فرهنگی بودن این صنایع تأکید شده است،

تراسبی نیز متمایزترین ویژگی این کالاها، خدمات یا صنایع را ارزش فرهنگی می‌داند (Throsby, 2008: 10). براساس دیدگاه او در زنجیره ارزش کالاها یا خدمات فرهنگی، پس از کاربرد ایده‌های خلاق اولیه در تولید کالا یا خدمت خلاق، طی فرایند ورود آن‌ها به کانال‌های بازاریابی و توزیع و سپس به دست مصرف‌کننده، به شیوه‌های مختلف بر ارزش این کالاها و محصولات افزوده می‌شود و اثرات مداخله سیاست‌ها در نقاط مختلف این زنجیره قابل بررسی است (تراسبی، ۱۳۹۳: ۶۱-۶۳). در مجموع، صنایع خلاق فرهنگی با ویژگی‌های فرهنگی بودن و خلاقیت در زنجیره ارزش، می‌توانند محور توسعه اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و حلقه واسط توسعه محلی، ملی و جهانی و ابزار تقویت هویت فردی، محلی و ملی باشند. با توجه به این ویژگی‌های صنایع خلاق فرهنگی و با در نظر گرفتن ویژگی‌ها و ظرفیت‌ها و چالش‌های اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان که درباره محدوده و چگونگی تعیین آن توضیحاتی در قسمت یافته‌ها ارائه خواهد شد، در این پژوهش بررسی می‌شود که چه سیاست‌ها و راهبردهایی در توسعه اقتصاد فرهنگ در این اقلیم می‌توانند اثربخش باشند.

روش پژوهش

در این پژوهش توصیفی تحلیلی از روش کیفی و «مطالعه موردی» استفاده شده است که از روش‌های پُرکاربرد در مطالعات کیفی است. بر پایه این روش، امکان مطالعه عمیق یک مورد، موضوع یا پدیده خاص فراهم می‌گردد؛ بنابراین، پژوهشگران در چهارچوب این روش، یک «مورد» را انتخاب و آن را از جنبه‌های مختلف بررسی می‌کنند. این «مورد» می‌تواند یک «واحد» یا «سیستم» با حدود مشخص و متشکل از مؤلفه‌های متعدد و مرتبط به هم باشد. در همین چهارچوب، می‌توان تأملاتی را بر «فرایند»ها و «روند»های طی شده آن سیستم حول مسئله‌ای مشخص و البته با نگاهی آینده‌نگرانه شکل داد (سرمدی، بازرگان و حجازی، ۱۳۷۶: ۸۹). مورد مطالعه در این گزارش اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان بوده است که موضوع اقتصاد فرهنگ در آن مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه مورد مطالعه این پژوهش، همه اسناد و نیز مطالعات علمی و پژوهش‌هایی بودند که در قالب طرح پژوهشی، پایان‌نامه، مقاله و... انجام شده و در دسترس بودند و در ارتباط با اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان و ظرفیت‌ها، پیش‌ران‌ها، چالش‌ها و پسران‌ها و سیاست‌های توسعه اقتصاد فرهنگ در آن قرار می‌گرفتند. شایان ذکر است علاوه بر داده‌های ثانویه، اطلاعات ثبتی و داده‌های اولیه‌ای چون

مصاحبه با نخبگان و جامعه محلی نیز از منابع مذکور برگرفته شده و در این پژوهش مورد تحلیل مجدد قرار گرفته است. این مواد طی تحلیل محتوای کیفی و تحلیل مضمون، دسته‌بندی و انتظام‌بخشی شدند. حاصل تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده، مجموعه‌ای از پیشنهاد‌های سیاستی و راهبردهایی بوده که در مطابقت با اسناد توسعه‌ای ملی و منطقه‌ای ارائه شده است.

حوزه مکانی پژوهش حاضر اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان است که شامل استان سیستان و بلوچستان به‌ویژه جنوب آن، استان هرمزگان به‌ویژه جنوب و شرق آن و جنوب و تا حدودی شرق استان کرمان است. در چشم‌اندازی تاریخی، از این محدوده مکانی که مرزهایی فراتر از محدوده معرفی شده در این پژوهش داشته و حتی بخش‌هایی از کشور پاکستان را نیز شامل می‌شده است، تحت عنوان «مکران» یاد می‌شده است. در انتخاب عنوان برای این اقلیم، علاوه بر در نظر داشتن این چشم‌انداز تاریخی، ملاحظات دیگری نیز مدنظر بوده است؛ از جمله میان‌ذهنیت کنونی مردم محلی و احساس تعلق هویتی ایشان به واژه بلوچستان. در نتیجه به منظور نشان‌دادن شمولیت بیشتر و در نظر گرفتن ارزش‌های مورد تأکید جامعه محلی، عنوان «مکران و بلوچستان» برای این اقلیم انتخاب شده است. شایان ذکر است، انتخاب این محدوده مکانی براساس چهار شاخص احصاء شده برای اقلیم‌بندی فرهنگی ایران، یعنی شاخص‌های تاریخی، معنوی، قومی و علمی، صورت گرفته که در پژوهشی دیگر از نگارندگان با عنوان «بازشناسی اقلیم‌های فرهنگی ایران» و پس از بررسی روش‌های تقسیم‌بندی فضایی در منابع مختلف داخلی و خارجی به دست آمده بودند. در این پژوهش با توجه به اشتراکات فرهنگی مناطق مختلف ایران از حیث این شاخص‌ها و البته نزدیکی جغرافیایی مناطق، اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان به‌عنوان یکی از مجموع ۱۲ اقلیم تشکیل‌دهنده اقلیم فرهنگی واحد ایران بازشناسی شده است (روستاخیز و کاظمی، ۱۴۰۴). شایان تأکید است در تعریف اقلیم‌های فرهنگی، مرز اقلیم‌ها قطعیت و وضوحی ندارند و محدوده ذکر شده صرفاً برای درک مکانی بهتر بیان شده است.

یافته‌های پژوهش

ظرفیت‌های اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان برای توسعه اقتصاد فرهنگ

اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان از حیث فرهنگ و صنایع فرهنگی از ظرفیت‌های چشمگیری برخوردار است که بالفعل‌سازی آن‌ها می‌تواند به توسعه اقتصاد فرهنگ در

این اقلیم و کل کشور بیانجامد. لازمه بالفعل سازی این ظرفیت‌ها، فعالیت هم‌افزای شبکه‌ای از عوامل داخل اقلیم و بیرون اقلیم و از جمله شبکه‌ای متشکل از ترکیبی از این صنایع است. گرچه آمارهای دقیقی از وضعیت اقتصاد فرهنگ در اقلیم وجود ندارد، اطلاعات به‌دست‌آمده حاکی از به‌فعلیت‌نرسیدن بسیاری از ظرفیت‌ها از جمله در حوزه سینما، موزه، کتاب و نشر، نمایش و موسیقی است (آشنا، ۱۴۰۲؛ مرکز آمار ایران، ۱۴۰۱؛ رحمتی، ۱۴۰۲؛ وبگاه اداره‌های کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌های سیستان و بلوچستان^۱ و هرمزگان^۲ ۱۴۰۳؛ سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان‌های سیستان و بلوچستان، کرمان و هرمزگان، ۱۴۰۱) و به نظر می‌رسد تمرکز فعالیت اقتصادی حوزه فرهنگ این اقلیم بر صنایع دستی و گردشگری است.

صنایع دستی، ظرفیت فراگیر اقلیم

تولید صنایع دستی با تنوعی چشمگیر در سرتاسر اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان رواج دارد و تداوم مصرف این صنایع در زندگی مردم منطقه موجب استمرار حیات بسیاری از این صنایع و حضور صنایع مزبور در چرخه تبادلات اقتصادی شده است. اهمیت این صنعت فرهنگی از آنجا در این اقلیم آشکار است که بسیاری از روستاها و شهرهای آن از نظر اهمیت در تولید صنایع دستی مختلف به ثبت ملی و جهانی رسیده‌اند که از آن جمله می‌توان به این موارد اشاره کرد: بندرعباس، شهر جهانی صنایع دستی؛ کلپورگان، روستای جهانی سفال؛ ایرانشهر، شهر ملی سوزن‌دوزی؛ و بندر لنگه، شهر ملی گلابتون‌دوزی. از حیث اشتغال ایجادشده در این حوزه نیز اختصاص بیشترین آمار کشور به استان هرمزگان و سپس سیستان و بلوچستان که به ترتیب ۱۵۱۴۸ و ۴۹۰۱ مجوز اشتغال که در مجموع ۲۸/۵۵ درصد مجوزهای اشتغال صادرشده کشور در این حوزه در سال ۱۴۰۱ بوده است، نشان‌دهنده اهمیت اقتصادی صنایع دستی در این اقلیم است (وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ۱۴۰۲: ۱۳۲).

گردشگری فرهنگی، بسترساز و مکمل سایر ظرفیت‌ها

یکی از مهم‌ترین فرصت‌های فروش صنایع دستی را توسعه صنعت گردشگری فراهم می‌آورد. پیشینه تاریخی و تمدنی و میراث فرهنگی، آیین‌های متعدد اقوام متنوع ساکن در اقلیم، مرکزیت مذهبی و آیین‌های مذهبی و مکان‌های زیارتی، موزه‌ها و ظرفیت موجود در ورزش‌های آبی و ساحلی ظرفیت بسیار ارزشمندی برای توسعه گردشگری در

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://sistanbaloochestan.farhang.gov.ir/fa/database>

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://hormozgan.farhang.gov.ir/fa/banketelaat>

اقلیم فراهم کرده است (نک به: رازقی، ۱۳۹۸). وجود مناطق آزاد قشم، کیش و چابهار و زیرساخت‌های گردشگری به‌ویژه گردشگری طبیعی و تجاری در مناطق مذکور، تمرکز گردشگری و به‌ویژه گردشگری طبیعی و تجاری را به این مناطق معطوف ساخته است؛ با وجود اینکه مناطق ذکر شده از حیث گردشگری فرهنگی نیز ظرفیت‌های چشمگیری دارند. براساس گفته مدیرکل وقت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی سیستان و بلوچستان میزان بازدید از جاذبه‌های گردشگری فرهنگی، تاریخی و طبیعی این استان در نوروز ۱۴۰۴ نسبت به زمان مشابه در سال قبل از آن ۶۹ درصد رشد داشته است (نقل در: وبگاه پایگاه خبری عصر هامون، ۱۴۰۴).^۱ مدیر وقت بندر و دریانوردی شهید باهنر و شرق هرمزگان نیز از رشد ۲۶ درصدی تردد در مسیرهای مسافری و گردشگری و رشد ۹۰ درصدی در تردد شناورهای مسافری و گردشگری خبر داده است (نقل در: وبگاه خبرگزاری مهر، ۱۴۰۴).^۲ گرچه آمارهای موجود به دلیل استانی بودن و عدم تمرکز بر مناطق درون اقلیم از دقت بالایی برخوردار نیستند، حاکی از رشد استقبال گردشگران از اقلیم است که بر اهمیت توسعه گردشگری در این اقلیم از نظر فرهنگی و اقتصادی تأکید می‌کند.

ظرفیت‌های علمی فرهنگی

گرچه محوریت ظرفیت‌های حوزه اقتصاد فرهنگ در اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان با گردشگری و صنایع دستی است و اغلب ظرفیت‌های فرهنگی دیگر اقلیم همچون مشاهیر فرهنگی و مراکز علمی و آموزشی را نیز می‌توان در قالب صنایع دستی و گردشگری به کار گرفت، نمی‌توان از تأثیر ظرفیت‌هایی چون نخبگان علمی و فرهنگی همچون استاد شیرمحمد اسپندار نوازنده یگانه دونلی، استاد قنبر راستگو نوازنده هنرمند جفتی و علی محمد رادمنش، نویسنده، کارگردان و بازیگر و نیز پارک‌های علم و فناوری چشم‌پوشی کرد که برندسازان و مبلغان فرهنگی اقلیم در سطح جهانی می‌توانند تلقی شوند، چشم‌پوشی کرد.

نقاط قوت و پیش‌ران‌های توسعه اقتصاد فرهنگ در اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان

بسیاری از ظرفیت‌های بالفعل شده اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان، به پیش‌ران‌هایی برای توسعه اقتصاد فرهنگ در این اقلیم تبدیل شده‌اند. این نقاط قوت و پیش‌ران‌ها در سطوح و حوزه‌های مختلف و به صورت شبکه‌ای از عوامل پشتیبان یکدیگر اعمال اثر می‌کنند.

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://asrehamoon.ir/vdcflvdyvw6de1a.igiv.html>

۲. قابل دسترسی به آدرس mehnews.com/x37DfC

پیش‌ران‌های زمینه‌ای

اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان از پیش‌ران‌های زمینه‌ای که بسترساز سایر پیش‌ران‌های توسعه اقتصاد فرهنگ نیز هستند، برخوردار است. از مهم‌ترین نقاط قوت و پیش‌ران‌های زمینه‌ای در حوزه اقتصاد فرهنگ در اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان، براساس تحلیل نتایج مصاحبه جمعی از نخبگان فرهنگی و هنری اقلیم و پژوهش‌های میدانی انجام‌شده، دسترسی به محتوا و مواد اولیه ارزان و متنوع، نیروی انسانی دارای دانش بومی و هویت‌مند و حمایت‌های سیاستی بالادستی است (رییسی، شهیکی‌تاش و سالارزهی، ۱۳۹۹: ۱۶۳؛ میردادی، ۱۴۰۰: ۱۶۴-۱۶۳؛ حسین‌بر، ۱۴۰۰: ۱۳۷-۱۲۹). این سرمایه‌ها می‌تواند موجب کاهش قیمت تولید محصولات و خدمات و افزایش فرصت‌های اشتغال‌زایی و توجیه‌پذیری سرمایه‌گذاری از جمله در حوزه گردشگری شود (رییسی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۷۳-۱۷۲)؛ البته اگر موانعی که در بخش پس‌ران‌ها خواهد آمد، برطرف گردد.

دسترس‌ی به محتوا و مواد اولیه ارزان و متنوع

از مهم‌ترین نقاط قوت اقتصاد فرهنگ در اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان چنان‌که در جدول ۱ مشاهده می‌شود دسترسی به محتوا و مواد اولیه ارزان و متنوع است که حاصل سرمایه‌های فرهنگی محتوایی و دانش سنتی است. منبع این سرمایه‌ها پیشینه تاریخی و تمدنی اقلیم، تنوع قومی و مذهبی و تنوع جغرافیایی است که کثرت در عین وحدت فرهنگی در اقلیم ایجاد کرده است.

جدول ۱. منابع دسترسی به محتوا و مواد اولیه ارزان و متنوع به‌عنوان پیش‌ران اقتصاد فرهنگ

تنوع جغرافیایی و طبیعی
تنوع قومی و مذهبی
روابط برون‌اقلیمی و درون‌اقلیمی
پیشینه تاریخی و تمدنی
میراث فرهنگی ملموس و ناملموس

البته روابط برون‌اقلیمی و درون‌اقلیمی همچون مهاجرت‌ها، روابط تجاری و وجود جزایر فرهنگی، یعنی گروه‌هایی از اقوام سایر اقلیم‌ها در اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان و نقاط‌گذار فرهنگی، یعنی اقوام کوچ‌نشین، در اقلیم بر این سرمایه ارزشمند

افزوده است^۱. میراث فرهنگی تاریخی و باارزش اقلیم نه تنها در حوزه توسعه گردشگری فرهنگی و روابط بین‌موزه‌ای می‌تواند به توسعه اقتصاد فرهنگ کمک کند، بلکه با ایجاد میراث برند می‌تواند برای برند مکانی اقلیم و محصولات فرهنگی آن مزیت رقابتی ایجاد کند؛ بنابراین، نه تنها در بخش تولید بلکه در بخش ترویج و بازاریابی نیز می‌تواند نقش آفرین باشد؛ اما میراث فرهنگی اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان به میراث تاریخی و ملموس منحصر نمی‌شود، میراث فرهنگی ناملموس اقلیم در قالب دانش‌های بومی مختلف از جمله دانش پخت غذاها و ساخت محصولات فرهنگی، ورزش‌های سنتی و بومی و محلی چون شترسواری و نیز آیین‌های متعددی که در اقلیم برگزار می‌شود (قربانی قهفرخی، فراهانی و پایداره، ۱۴۰۰: ۳۹۸؛ رازقی، ۱۳۹۸: ۱۷۰-۱۶۴)، هریک می‌تواند به نحوی در توسعه اقتصاد فرهنگ مؤثر باشد. غذاها و خوراکی‌های سنتی اقلیم هریک با بسته‌بندی، برندسازی و بازاریابی مناسب می‌تواند گوی سبقت را از بسیاری از محصولات خارجی که از چنین غنایی از حیث پشتوانه هویتی برخوردار نیستند، برآید. آیین‌های متنوع اقلیم نیز هریک می‌تواند به مثابه رویدادی فرهنگی به توسعه گردشگری در اقلیم کمک کند. علاوه بر این، هنرمندان اقلیم نیز میراث و سرمایه‌های ارزشمندی هستند که هم می‌توانند مروج هنر و فرهنگ در منطقه باشند و هم به توسعه اقتصاد فرهنگ در اقلیم و فراتر از آن کمک کنند (نک به: رزمی و گلستانی، ۱۴۰۲).

دسترسی به نیروی انسانی دارای دانش بومی و هویت‌مند

به گفته بسیاری از کارشناسان و صاحب‌نظران، این اقلیم از نسل جوان مستعد و جویای نامی برخوردار است (حسین‌بر ۱۴۰۰: ۱۳۴؛ و میردادی، ۱۴۰۰: ۱۵۴) و «سرمایه‌گذاران باید روی نخبگان علمی سرمایه‌گذاری کنند و باید به جوانان امکانات لازم را بدهند» (مصاحبه با نخبگان سیستان و بلوچستان، نقل در: حسین‌بر، ۱۴۰۰: ۱۳۵)؛ بنابراین جوانان سرمایه‌هایی هستند که وجود نیروی دارای دانش بومی و هویت‌مند، به‌روزرسانی این توانمندی‌ها و بهره‌گیری از نیروی انسانی توانمند بومی موجود برای آموزش نسل بعد می‌تواند این سرمایه موجود را غنای بیشتری ببخشد. البته چنان‌که یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان بیان داشته است این نیروی انسانی «باید حمایت مادی و معنوی شوند» (مصاحبه با نخبگان سیستان و بلوچستان، نقل در: حسین‌بر و روستاخیز، ۱۴۰۱: ۱۲۰) تا انگیزه کافی برای فعالیت داشته باشند. یکی از مهم‌ترین نقاط قوت در

۱. دو مفهوم جزایر فرهنگی و نقاط گذار فرهنگی از امان‌اللهی بهاروند (۱۳۸۰) اخذ شده است.

این زمینه با توجه به پژوهش‌های پیشین، نگرش مثبت بسیاری از کارجویان، شاغلان و نخبگان به مطلوبیت آموزش‌های مهارتی مراکز آموزش مهارتی حوزه فرهنگ و هنر در این اقلیم است (روستاخیز، ۱۴۰۳). این دیدگاه می‌تواند به شرکت بیشتر نیروی انسانی در این دوره‌ها بیانجامد که البته استفاده از شیوه‌های بازاریابی آموزشی مناسب برای این منطقه می‌تواند به افزایش شرکت در این دوره‌ها و تقویت مهارت نیروی انسانی منتج شود (نک به: روستاخیز، رشوند، کاظمی، حسین‌بر و سالارزهی، ۱۴۰۳). اجرای طرح‌هایی چون خانه‌های مهارت‌آموزی روستایی نیز اقدام مؤثر دیگری در این زمینه است که با افزایش دسترس‌پذیری، آموزش‌های مهارتی را افزایش می‌دهد و بنابر گفته مدیر کل وقت آموزش فنی و حرفه‌ای سیستان و بلوچستان به آغاز فرایند آموزش از دوران کودکی کمک کند «تا افراد در آینده در مسیر ایده‌پردازی، کارآفرینی، تولید و اشتغال‌گام بردارند» (نقل در: وبگاه خبرگزاری مهر، ۱۳۹۹)^۱. این موضوع به‌ویژه از این حیث اهمیت دارد که دو استان سیستان و بلوچستان و هرمزگان براساس آمارهای موجود در رتبه اول و دوم جوان‌ترین استان‌های کشور در سال ۱۴۰۳ بوده‌اند (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۳؛ نقل در وبگاه خبرگزاری تسنیم، ۱۴۰۳) و عده زیادی از آن‌ها در روستاها زندگی می‌کنند. این جوانان در کنار افراد باتجربه خانواده که از دانش بومی فرهنگی برخوردارند، سرمایه‌های ارزشمندی در جهت ایجاد روستاهای خلاق و توسعه اقتصاد فرهنگ هستند (حجاریان، ۱۴۰۰: ۱۹۳)؛ به‌ویژه اگر این دانش بومی و سنتی را با آموزش‌هایی به‌روز کنند و محصولاتی مناسب با نیازها و تمایلات مصرف‌کنندگان متنوع داخلی و خارجی تولید کنند. تعدد فرصت‌ها و زمینه‌های توسعه صنایع دستی و گردشگری در روستاها (اسمعیل‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۱۳)، آموزش در روستاها و در نتیجه توانمندسازی نیروی انسانی محلی (حاجی‌نژاد و طولابی‌نژاد، ۱۳۹۹) و وجود روستاهای خلاق بسیاری که از نظر صنایع فرهنگی در داخل و یا خارج از کشور شاخص هستند، می‌تواند اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان را به «اقلیم روستاهای خلاق فرهنگی» تبدیل کند.

موقعیت ژئوپولیتیک اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان

یکی دیگر از پیش‌ران‌های توسعه اقتصاد فرهنگ در اقلیم، موقعیت ژئوپولیتیک اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان و قرارگیری در شاهراه بین‌المللی فرصتی کم‌نظیر است که

۱. قابل دسترسی به آدرس mehrnws.com/xSrxsb

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://tn.ai/3270881>

هم قیمت تمام‌شده را برای مصرف‌کنندگان خارجی کالاهای فرهنگی پایین می‌آورد و هم دسترس‌پذیری آن‌ها به اقلیم برای گردشگری را افزایش می‌دهد (بیرانوندزاده، سارانی، کرمی و خداداد، ۱۳۹۶: ۱۴۳؛ حیدری امین، ۱۴۰۱). جدا از اینکه افزایش روابط برون‌اقلیمی و درون‌اقلیمی از سوی دیگر می‌تواند به افزایش تنوع فرهنگی مؤثر بر تنوع محصولات کمک کند و مخاطبان بیشتری را جذب نماید و میزان سوددهی را بالا ببرد، در نتیجه افزایش فروش محصولات و خدمات، سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در اقلیم نیز توجیه‌پذیر می‌شود.

جدول ۲. تأثیرات موقعیت ژئوپولیتیک اقلیم به‌عنوان پیش‌ران اقتصاد فرهنگ

امکان تجارت بین‌المللی
افزایش احتمال سرمایه‌گذاری

حمایت‌های سیاستی بالادستی

اهمیت توسعه منطقه مکران به‌طور مکرر در بیانات رهبر جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان عالی‌ترین مقام سیاسی کشور مورد تأکید قرار گرفته است و پیرو ایشان دولت‌های مختلف نیز به اهمیت توسعه منطقه توجه کرده‌اند. همین تأکیدات سبب شده است که در اسناد توسعه ملی نیز توسعه این منطقه اهمیت یابد. در این اسناد به‌طور ضمنی یا مستقیم به مسائل مربوط به اقتصاد فرهنگ در این منطقه نیز پرداخته شده است که از جمله می‌توان به این نمونه‌ها اشاره کرد: بند ۴ از ابلاغ سیاست‌های کلی توسعه دریامحور توسط رهبر انقلاب (خامن‌ای، ۱۴۰۲)؛ بند ۴ از سیاست‌های کلی توسعه دریامحور (۱۴۰۲)؛ ماده ۳۸ و ۴۰ «برنامه جامع تحقق سیاست‌های کلی توسعه دریامحور» (۱۴۰۳)؛ و بندهای ۲ و ۴ برنامه پنج‌ساله هفتم توسعه (۱۴۰۳).^۱ به‌طور خاص نیز سندی با عنوان «سند توسعه منطقه ساحلی مکران» (۱۳۹۸)^۲ تدوین شده که در چندین بند از آن به حوزه اقتصاد فرهنگ در این اقلیم پرداخته شده است. نه‌تنها مواردی که در این اسناد به‌طور مشخص به اقتصاد فرهنگ پرداخته‌اند، بلکه به‌طور کلی حمایت‌های قانونی از توسعه مناطق اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://khl.ink/f/54334>

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1792023>

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1808230>

۴. قابل دسترسی به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1809128>

۵. قابل دسترسی به آدرس <https://qavanin.ir/Law/TreeText/?IDS=13290523635677666911>

چنان که یکی از نخبگان فرهنگی نیز در مصاحبه خود عنوان کرده موجب می شود «سرمایه گذاری قابل توجهی برای زیرساخت های فرهنگی و توسعه صادرات [بتوانیم] داشته باشیم» (مصاحبه با نخبگان سیستان و بلوچستان، نقل در: حسین بر و روستاخیز، ۱۴۰۱: ۱۱۷)؛ بنابراین، حمایت های قانونی از توسعه زیرساخت ها و افزایش امنیت منطقه می تواند به عنوان پیش رانی برای توسعه اقتصاد فرهنگ در اقلیم عمل کند.

جدول ۳. تأثیرات حمایت های سیاستی بالادستی به عنوان پیش ران اقتصاد فرهنگ

رفع موانع قانونی
توسعه زیرساخت ها
افزایش امنیت در منطقه

وجود شرکت ها و کارخانجات مختلف داخلی و خارجی

یکی از فرصت هایی که می تواند به سرمایه گذاری بر اقتصاد فرهنگ در اقلیم بیانجامد، وجود شرکت ها و کارخانجات مختلف داخلی و خارجی است که به منظور اجرای سایر پروژه های توسعه ای در اقلیم حضور دارند. با توجه به اینکه این شرکت ها و کارخانجات ملزم به اختصاص بخشی از بودجه خود در حوزه مسئولیت اجتماعی هستند، می توان این مبالغ را برای توسعه اقتصاد فرهنگ در اقلیم جهت دهی کرد. به عنوان نمونه ای از بهره گیری از این فرصت اقدامات سازمان منطقه آزاد چابهار را می توان ذکر کرد: توسعه بومگردی ها؛ اعزام، میزبانی و حمایت از ورزش های مختلف آبی و ساحلی؛ برگزاری جشنواره موسیقی کمالان هوت (حماسه سرای مشهور بومی)؛ اعزام هنرمندان سیستان و بلوچستان به شب های فرهنگی در تهران؛ برگزاری کلاس های آموزشی و برپایی کارگاه و نمایشگاه صنایع دستی و معرفی هنرجویان به دانشگاه علمی کاربردی جهت گذراندن دوره های پودمانی؛ احداث خانه فرهنگ کمالان؛ احداث مجموعه گردشگری لیپار و پروژه های دریایی سواحل مکران؛ انجام مطالعه و طرح مرمت و احیای قلعه تیس، مرمت و بازسازی بناهای قدیمی گمرگ، ساختمان قدیمی شماره (۱) و باغ تیس؛ حمایت از پژوهش های ایران فرهنگی؛ مشارکت در ساخت فیلم هایی چون «خورشید آن ماه»، «لیپار»، «اورکا» و مستند «ناخدا دریایی» و «زندگی بانوان در حاشیه تالاب صورتی» (افسری، ۱۳۹۸؛ ۱۳۹۹؛ ۱۴۰۰).

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://www.cfzo.ir/images/shares/documents/1398/amalkard97/amalkard97.pdf>

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://www.cfzo.ir/images/shares/documents/1399/amlkrd989904.pdf>

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://www.cfzo.ir/images/shares/documents/1400/amalkard1399-14000705.pdf>

پیش‌ران‌های نوین

علاوه‌بر پیش‌ران‌های مذکور، مراکز علمی و پژوهشی که تعدادی از آن‌ها همگام با دانش روز در حال پیشرفت هستند و نیز شرکت‌های تجاری نوین که از فرصت‌های فرهنگی موجود در اقلیم به‌عنوان بخشی از سرمایه خود استفاده می‌کنند نیز به‌عنوان پیش‌ران توسعه اقتصاد فرهنگ در اقلیم عمل می‌کنند.

مراکز علمی و پژوهشی

علاوه‌بر آموزش‌ها در سطوح پایین‌تر، در سطح عالی نیز وجود دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی متعدد در اقلیم که با داشتن رشته‌های مرتبط با اقتصاد فرهنگ به توسعه دانش فرهنگی و هنری در منطقه کمک می‌کنند از مهم‌ترین نقاط قوت در حوزه اقتصاد فرهنگ در این اقلیم است (اسمعیل‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۱۳؛ و پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۵). افزون‌بر دانشگاه‌ها وجود مراکز علمی نوینی چون پارک‌های علم و فناوری و زیرمجموعه‌های آن‌ها همچون خانه‌ها و شرکت‌های خلاق، مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها از سرمایه‌های علمی ارزشمند اقلیم به شمار می‌روند. دانشگاه‌ها و سایر مراکز علمی نوین ذکرشده نیروی انسانی متخصص یا به‌عبارت دیگر، طبقه خلاق را در اقلیم پرورش می‌دهند که لازمه ارزش‌آفرینی در تمامی اجزای زنجیره ارزش صنایع خلاق فرهنگی هستند و توسعه روستاها و شهرهای خلاق را تسهیل می‌کنند (زیاری و حاتمی، ۱۴۰۰: ۶۱؛ و حجاریان، ۱۴۰۰: ۱۹۳). در این میان، به‌ویژه در حوزه صنایع خلاق و فرهنگی پارک علم و فناوری سیستان و بلوچستان حائز اهمیت است که در رده پارک‌های توسعه‌یافته کشور قرار دارد. این پارک در حوزه‌های مختلف تولید تا بازاریابی، برندسازی و بسته‌بندی و فروش محصولات فرهنگی و هنری از جمله از طریق تجارت الکترونیک و صادرات فعالیت دارد. برای مثال، نماینده یکی از شرکت‌های خلاق پارک روش خود را بدین ترتیب شرح می‌دهد:

«جهت ایجاد اشتغال در زمینه صنایع دستی مقرر شد پروژه ایده‌پردازی تا فروش در این شرکت به شکلی برنامه‌ریزی شود که با توجه به ظرفیت‌ها و توانمندی‌های زنان روستاهای مختلف استان سیستان و بلوچستان تولید محصول در روستاها انجام شود. در این زمینه، کارها تحویل زنان روستایی شد و آن‌ها با نظارت سرپرستی که در هر روستا وجود دارد و با مسئول بخش مربوطه در شرکت در ارتباط و تعامل است، به انجام دادن و آماده‌سازی کارها اقدام می‌کنند و بعد از اتمام کار و تأیید از سوی مسئولان مرتبط دستمزد زحمات آن‌ها بلافاصله در وجهشان پرداخت می‌شود» (نقل در: افراخته و عزیز، ۱۳۹۹: ۴۱۹).

همچنین در پارک علم و فناوری سیستان و بلوچستان اولین مرکز نوآوری صنایع خلاق کشور در سال ۱۳۹۶ تأسیس شده که در حوزه‌های تولید محتوا، مد و فشن، طراحی و معماری، فناوری‌های اجتماعی، گردشگری، انیمیشن و بازی‌سازی، موسیقی و صنایع دستی فعالیت دارد و تا سال ۱۴۰۱، ۶۶ شرکت فعال در حوزه صنایع خلاق در آن حضور داشته‌اند (شیخی، ۱۴۰۱: ۴۹-۴۲) و به گفته فرید شاهرادی، مدیر وقت مرکز نوآوری صنایع خلاق این پارک در سال ۱۳۹۸، محصولات دانش‌بنیان و خلاق، شرکت‌های مرکز نوآوری صنایع خلاق سیستان و بلوچستان صنایع دستی این منطقه را به اروپا صادر می‌کنند (نقل در: وبگاه معاونت علمی فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری، ۱۳۹۸)¹.

جدول ۴. نقش مراکز علمی و پژوهشی به‌عنوان پیش‌ران اقتصاد فرهنگ

توسعه دانش فرهنگی و هنری در منطقه
آموزش نیروی انسانی متخصص
امکان‌گسترش شبکه صنایع خلاق فرهنگی و زیست‌بوم دانش‌بنیان و صنایع خلاق فرهنگی

شرکت‌های تجاری نوین

جدا از شرکت‌های فعال در پارک‌های علم و فناوری، تأسیس شرکت‌هایی که به فعالیت تولیدکنندگان خانگی صنایع دستی نظام و تمرکز بخشیده‌اند و فقدان دانش بازاریابی، تبلیغات و برندسازی توسط آن‌ها را جبران کرده‌اند، شایان ذکر است. این شرکت‌ها نیز با توسعه تجارت الکترونیک و افزایش فروشگاه‌های اینترنتی و نیز ایجاد فرصت فروش بدون واسطه توسط تولیدکنندگان خرد از طریق فضای مجازی به‌ویژه در دوران گسترش ویروس کرونا نیز در رشد اقتصادی این صنایع نقش چشمگیری داشته‌اند که البته آمار آن‌ها را نمی‌توان در منابع رسمی به دست آورد. بازاریابی آنلاین ضمن کاهش هزینه‌ها و افزایش درآمد نقش مهمی در اشتغال‌زایی در منطقه نیز ایفا می‌کند (آرامش و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۳۴). علاوه‌بر اینکه با چندزبانه‌سازی و ایجاد امکان دسترسی و تراکنش‌های مالی مصرف‌کنندگان بین‌المللی در این پلتفرم‌ها می‌توان صادرات محصولات فرهنگی و هنری را افزایش داد، از این رسانه‌ها برای ایجاد ارزش افزوده در صنعت گردشگری نیز می‌تواند استفاده شود؛ برای مثال، «بهره‌گیری از رویکرد هوشمند با واقعیت افزوده، نقشه‌ای تعاملی و خدمات بازی، ابزاری معتبر برای مشارکت

گردشگران است» (رزمی و گلستانی، ۱۴۰۲: ۱۲۵). علاوه بر این تأسیس اولین خانه خلاق صنایع دستی کشور در زاهدان و خانه صنایع دستی هما در هتل همای بندرعباس که مکانی برای عرضه شرکت‌های تولیدکننده صنایع دستی و شرکت‌های مرتبط از جمله در حوزه بسته‌بندی، تجارت الکترونیک و بازاریابی و توانمندسازی هستند از جمله پیش‌ران‌های توسعه اقتصاد فرهنگ در این حوزه است (پایگاه اطلاع‌رسانی دولت، ۱۳۹۹؛ غلامی، ۱۴۰۳).

جدول ۵. شرکت‌های تجاری نوین به‌عنوان پیش‌ران اقتصاد فرهنگ

نظام‌دهی و تمرکزبخشی به فعالیت تولیدکنندگان خانگی صنایع دستی
توسعه تجارت الکترونیک
بازاریابی آنلاین
افزایش مشارکت مصرف‌کنندگان
افزایش امکان دسترسی و تراکش‌های مالی مصرف‌کنندگان بین‌المللی

پیش‌ران‌هایی برای برندسازی اقلیم

مجموع فرصت‌ها و پیش‌ران‌های ذکرشده چنان‌که در شکل ۱ مشاهده می‌شود، می‌توانند به برندسازی اقلیم کمک کنند که نتیجه آن ارتقاء جایگاه ملی و جهانی اقلیم و کالاها و خدمات فرهنگی آن و در نتیجه، توسعه اقتصاد فرهنگ اقلیم است. البته لازمه توفیق در این مسیر برطرف‌سازی نقاط ضعف موجود به‌ویژه ضعف زیرساخت‌ها و مسائل امنیتی و اتخاذ رویکرد بازاریابی مناسب است. با وجود سرمایه‌های ارزشمند اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان که در تمامی مراحل طراحی تا مصرف صنایع خلاق فرهنگی در این اقلیم می‌توانند به ایجاد ارزش افزوده برای این صنایع کمک کنند، پیش‌ران‌هایی توسعه صنایع فرهنگی در اقلیم را با مشکل روبه‌رو کرده است که در ادامه به آن‌ها می‌پردازیم.

از دلالتان تهیه می‌کنند (محمدی کنگرانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۵۶)؛ بنابراین، بیشترین سود نصیب دلالتان می‌شود و از سویی دیگر قیمت محصولات نیز افزایش می‌یابد و مصرف‌کننده را نیز در خرید محصولات با مشکل مواجه می‌سازد؛ بدین ترتیب روند تولید، توزیع و فروش دچار ازهم گسستگی می‌شود و چرخه اقتصاد فرهنگ در این حوزه را با کندی روبه‌رو می‌سازد (محمدی کنگرانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۵۶)؛ اصغری لقمجانی، معصومی و نوروزی، (۱۳۹۹). همچنین به دلیل ناآشنایی بسیاری از تولیدکنندگان به‌ویژه تولیدکنندگان روستایی و عشایری، آن‌ها طراحی تولیدات خود را تنها مطابق با ذائقه مردم محلی و بنابر کاربردهای محلی انجام می‌دهند و این عدم شناخت بازار هدف (آرامش و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۳۳) یا گرایش‌ها و تمایلات مصرف‌کننده سبب می‌شود تولیدات آن‌ها برای فروش و ارائه در بازارهای گسترده‌تر مناسب نباشد.

جدول ۶. تأثیرات چالش محدودیت در دسترسی بر اقتصاد فرهنگ

افزایش مداخله دلالتان
افزایش هزینه‌های تولید و مصرف
محدودشدن بازار مصرف

ضعف زیرساختی

یکی دیگر از چالش‌ها، کمبود بازارهای گسترده و متمرکز به‌عنوان زیرساخت‌های اقتصاد فرهنگ است که سبب می‌شود توزیع محصولات تولیدشده دچار ضعف گردد. البته در این زمینه اقدامات محدودی در بلوچستان و هرمزگان که مرکز استان را شامل می‌شوند انجام شده، اما این اقدامات کافی نبوده چنان‌که یکی از صاحب‌نظران فرهنگی سیستان و بلوچستان اذعان داشته است:

«بازار ارائه کالاهای فرهنگی و هنری را نداریم. من هنرمند نمی‌دانم در کجا کار خودم را به فروش برسانم. یک‌چهارم جمعیت استان در زاهدان ساکن هستند و این نشان می‌دهد با توجه به طیف مختلفی از جمعیت که داریم، مخاطب کالای فرهنگی و هنری را داریم اما برای همین جمعیت در دسترس، برنامه‌ریزی نداریم» (نقل در: حسین‌بر و روستاخیز، ۱۴۰۰: ۱۱۱).

همچنین به گفته مدیر کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری هرمزگان در سال ۱۴۰۲، هنوز «جای بازار عرضه محصولات صنایع دستی در بندرعباس خالی است.

[...] صنایع دستی باید در جایی به فروش برود که زیبا بوده و زیرساخت داشته باشد. وقتی بازار صنایع دستی هرمزگان مطرح می شود باید در کنار مراکز تجاری و بازار باشد» (معمارباشی، ۱۴۰۲؛ به نقل از: محمد محسنی)^۱. جنوب کرمان نیز همچنان از این نظر در مضیقه است. افزون بر این بازارها توسعه بازارهای مجازی و اینترنتی نیز توانسته تا حد زیادی به افزایش فروش محصولات صنایع دستی کمک کند؛ هرچند باز هم کم سواد یا بی سواد بسیاری از تولیدکنندگان و نیز کمبود زیرساخت های حوزه تجارت الکترونیک از جمله اینترنت پرسرعت و نیز فیلتر بودن برخی از پلتفرم های خارجی استفاده از این امکان را نیز دشوار ساخته است. البته علاوه بر زیرساخت های فرهنگی، کمبود سایر زیرساخت ها از جمله در حوزه حمل و نقل و آب و برق... نیز بر اقتصاد فرهنگ اثرگذار است (آرامش و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۳۴)؛ چراکه توزیع و روابط درون اقلیمی و برون اقلیمی را با مشکل مواجه می سازد. در این راستا یکی از مصاحبه شوندهگان اذعان داشته است که: «در برخی از مناطق دورافتاده زیرساخت های تکنولوژی محدود بوده و همین موضوع باعث می شود نتوان برخی راهنمادهایی را که بر بستر فناوری متمرکز هستند به راحتی اجرا کرد» (مرادزاده، یعقوبی و صفورا، ۱۴۰۰: ۸۶). این مشکلات زیرساختی که دسترس پذیری را کاهش می دهد، در حوزه آموزش های مهارتی که مورد تأکید اسناد توسعه ای هست نیز اثرگذار است. البته علاوه بر این، اطلاع رسانی نامطلوب برگزاری دوره های آموزشی حوزه فرهنگ و هنر، هم راستایی کم آموزش ها با نیاز گروه های جنسیتی منطقه و در مجموع کاربردی بودن متوسط آموزش ها نیز عواملی هستند که به عنوان پسران برای شرکت ساکنان اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان در مراکز آموزش مهارتی عمل می کنند (روستاخیز، ۱۴۰۳). کمبود مراکز آموزش گردشگری در اقلیم نیز از محدودیت هایی است که بر توسعه این صنعت اثر نامطلوب می گذارد. سایر حوزه های اقتصاد فرهنگ اعم از نشر، هنرهای نمایشی و تجسمی، موسیقی و ورزش در اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان نیز با چالش های زیرساختی روبه رو هستند (نک به: سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان سیستان و بلوچستان، ۱۴۰۲؛ سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان هرمزگان؛ ۱۴۰۲؛ سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان کرمان، ۱۴۰۲؛ رحمتی، ۱۴۰۲؛ وبگاه ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی سیستان و بلوچستان^۲ و هرمزگان^۳، ۱۴۰۳؛ پایگاه انتشار اماکن ورزشی دولتی، ۱۴۰۳). برای مثال

۱. قابل دسترسی به آدرس <https://irna.ir/xjMJYZ>

۲. قابل دسترسی به آدرس <https://sistanbaloochestan.farhang.gov.ir/fa/database>

۳. قابل دسترسی به آدرس <https://hormozgan.farhang.gov.ir/fa/banketelaat>

۴. قابل دسترسی به آدرس <https://dash.msy.gov.ir/sadaf/dashboard/PCFWabr0zu0#/app/17/dashboard/4303>

یکی از نخبگان فرهنگی استان سیستان و بلوچستان می‌گوید:

«ساختارها و بسترهای فرهنگی در استان ما به اندازه کافی وجود ندارد. اگر تعداد سینماهای قبل و بعد انقلاب در استان را مقایسه کنید، می‌بینید که نه تنها اضافه نشده، شاید هم کمتر شده است [...] سالن فرهنگی مناسب برای برگزاری کنسرت‌ها نداریم [...] کانون‌های فرهنگی زیادی که زمینه‌ای برای فعالیت خانم‌ها فراهم کند، نداریم» (نقل در: حسین‌بر و روستاخیز، ۱۴۰۱: ۱۱۰).

بخشی از این ضعف زیرساخت‌ها البته به دلیل موازی‌کاری‌های نهادی و اجرایی است که سبب هدررفتن بودجه فرهنگی اقلیم می‌گردد (میردادی، ۱۴۰۰: ۱۶۴؛ و حسین‌بر، ۱۴۰۰: ۱۲۰).

جدول ۷. تأثیرات چالش ضعف زیرساختی بر اقتصاد فرهنگ

محدودیت در تجارت الکترونیک
محدودیت در دسترسی به بازارهای مجازی و حضوری
کاهش دسترس‌پذیری به آموزش‌های مهارتی
کاهش امکان مصرف فرهنگی

آسیب‌های اجتماعی و امنیتی

علاوه‌بر زیرساخت‌ها آسیب‌های اجتماعی و امنیتی از جمله بیکاری و فقر اقتصادی و فرهنگی نیز تأثیری چشمگیر به‌ویژه در حوزه مصرف فرهنگی در اقلیم دارد. فقر اقتصادی سبب می‌شود اولویت خانوارها برای هزینه، تأمین نیازهای اولیه زندگی باشد و برای برخی از مصارف فرهنگی کم‌تر هزینه کنند. البته تعارضات قومی و مذهبی نیز تولید محصولات فرهنگی را در اقلیم با مشکل مواجه کرده و سبب شده حتی در صدور مجوزها نیز نگاه سیاسی و امنیتی اثرگذار باشد. برای مثال، یکی از نخبگان فرهنگی سیستان و بلوچستان می‌گوید:

«ما دو فرقه مذهبی شیعه و سنی را در این استان داریم. از نظر انجام کارهای فرهنگی باید همیشه هر دو فرقه را در نظر داشته باشیم. مثلاً یک بنر می‌خواهیم درست کنیم، نباید فقط عکس فردی با لباس فارسی بگذاریم، باید عکس فردی با لباس بلوچی هم باشد. یا اگر فردی بلوچ می‌خواهد کنسرت برگزار کند، تنها نماد بلوچستان را در بنر نمی‌توانیم بزنیم و باید نماد سیستان را هم بگذاریم تا هیچ قومی دچار دلخوری و ناراحتی نشود. از لهجه سیستانی

و بلوچستانی در انیمیشن‌های خودمان به‌خاطر همین موارد خیلی استفاده کرده‌ایم» (نقل در: حسین‌بر و روستاخیز، ۱۴۰۱: ۱۱۰).

این محدودیت‌ها موجب کاهش انگیزه تولیدکنندگان می‌شود؛ شاید بتوان یکی از دلایل تولید کم محصولات سینمایی در اقلیم را همین نگاه دانست (حسین‌بر، روستاخیز و آسکانی، ۱۴۰۲: ۱۱۹)؛ این در حالی است که تنوع فرهنگی را می‌توان به‌عنوان یکی از سرمایه‌های فرهنگی منحصربه‌فرد اقلیم در تولیدات فرهنگی مورد استفاده قرار داد. به‌علاوه باور ساکنان اقلیم به تأثیرات فرهنگی سوء گردشگری نیز از آسیب‌هایی است که توسعه گردشگری در این اقلیم را با چالش مواجه کرده است که آگاهی‌بخشی درباره اشتباه‌بودن این باور و در عوض، مزیت‌های توسعه گردشگری در منطقه به ویژه با بهره‌گیری از کمک معتمدین محلی، می‌تواند به توسعه اقتصاد فرهنگ در این حوزه کمک کند (نظم‌فر، عشقی چهاربرج و علوی، ۱۳۹۶: ۷۶).

جدول ۸. تأثیرات چالش آسیب‌های اجتماعی و امنیتی بر اقتصاد فرهنگ

کاهش مصرف فرهنگی
ایجاد مانع بر سر تولید و خدمات فرهنگی

اقدامات رسانه‌ای نامطلوب

علاوه‌بر موارد مذکور، عوامل دیگری نیز بر کاهش گرایش به برخی مصارف فرهنگی در اقلیم اثرگذار است. برای مثال، گرایش کم مخاطبان به سینما در اقلیم به‌ویژه در بلوچستان از عوامل دیگری چون نادیده‌گرفتن مؤلفه مهم مخاطب‌شناسی در تولید پخش فیلم‌های سینمایی نیز تأثیر می‌پذیرد؛ چرا که ارزشمندی و احترام به مؤلفه‌های هویتی ساکنان این اقلیم که حتی بیش از سرمایه اقتصادی در گرایش‌های مردم منطقه تأثیر دارد (حسین‌بر و همکاران، ۱۴۰۲) و گرایش‌ها و آمال آن‌ها اغلب در تولید فیلم‌ها نادیده گرفته می‌شود و در مجموع فیلم‌های سینمایی احساس تبعیض و محرومیت را در مخاطبان بلوچ ایجاد می‌کنند (حسین‌بر، ۱۴۰۰؛ حسین‌بر و روستاخیز، ۱۴۰۱: ۱۱۳-۱۱۲). همین تصاویر رسانه‌ای نامطلوب از این اقلیم به‌ویژه از بخش بلوچستان بر توسعه گردشگری اقلیم و تمایل به سرمایه‌گذاری در اقلیم نیز اثر منفی می‌گذارد (بنیادی، طیب‌نیا و حمیدیان‌پور، ۱۴۰۱: ۳۳). چنان‌که مجتبی میرحسینی، معاون گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری سیستان و بلوچستان در سال ۱۳۹۶ اذعان داشت: «ما دفاتر اطلاع‌رسانی گردشگری را برای معرفی هر چه

بیشتر استان و جذب گردشگرانی که تا مرز استان می‌آمدند اما با توجه به تصویر ذهنی منفی و نداشتن شناخت درست به سیستان و بلوچستان سفر نمی‌کردند در استان‌های هم‌جوار مثل یزد ایجاد کردیم» (نقل در: وبگاه خبرگزاری میراث آریا، ۱۳۹۶)¹.

رسانه یکی از ابزارهای ترویج در ارتباطات بازاریابی، تبلیغ و اطلاع‌رسانی به شمار می‌آید و می‌تواند به‌ویژه با انتقال غیرمستقیم پیام، اثر عمیقی بر مخاطب بگذارد. بدون اطلاع‌رسانی فراگیر و علمی و توجه به مخاطب هدف، طراحی پیام‌ها و انتخاب پیام‌رسان‌های مناسب برای اطلاع‌رسانی و معرفی مناسب محصولات و رویدادهای فرهنگی اقتصاد فرهنگ نمی‌تواند توفیق چندانی حاصل کند. البته یکی از نتایج و همچنین لازمه‌های این معرفی گسترش روابط درون‌اقلیمی و برون‌اقلیمی است. اهمیت تبلیغات و گسترش ارتباطات موضوعی است که دبیر کل کمیسیون ملی یونسکو در ایران نیز در جلسه‌ای درباره عضویت بندرعباس در شبکه شهرهای خلاق یونسکو بر آن تأکید کرده است (نقل در: وبگاه روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۴۰۲)².

جدول ۹. اقدامات رسانه‌ای نامطلوب به‌عنوان پسران اقتصاد فرهنگ

ایجاد احساس تبعیض و محرومیت در مخاطبان محلی
کاهش سرمایه‌گذاری در اقلیم
کاهش توفیق در بازاریابی
کاهش روابط درون‌اقلیمی و برون‌اقلیمی

ناآشنایی تولیدکنندگان با مبانی اقتصاد فرهنگ

از مهم‌ترین پسران‌های رشد صنایع فرهنگی در اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان محدودبودن روابط اجتماعی و اقتصادی به سطح محلی و همچنین نداشتن تحصیلات دانشگاهی تولیدکنندگان، به‌ویژه ناآشنایی با اصول اولیه بازاریابی است که سبب مداخله واسطه‌ها و دلالاتی می‌شود که صنایع‌دستی را به قیمت پایین از تولیدکنندگان می‌خرند و به قیمت گزاف به مصرف‌کنندگان می‌فروشند؛ این سودجویی نامنصفانه که به‌ویژه در روستاهای فاقد شرکت‌های تعاونی صنایع‌دستی و فعالان بخش گردشگری بیشتر است (محمدی کنگرانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۵۶) و به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان موجب شده «صنعتگران تمایل و انگیزه‌ای برای استقبال از طرح‌های نوین بازاریابی

نداشته باشند» (نقل در: مرادزاده و همکاران، ۱۴۰۰: ۸۶). یکی دیگر از مؤلفه‌هایی که توأمان در بعد توزیع و ترویج می‌تواند در اقتصاد فرهنگ اثرگذار باشد و اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان به‌ویژه به‌دلیل ناآشنایی اغلب تولیدکنندگان محصولات فرهنگی با اصول بازاریابی و نیز توزیع با آن روبه‌روست، بسته‌بندی مناسب، جذاب، خلاقانه و محافظت‌کننده محصولات فرهنگی است (محمدی‌کنگرانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۵۷).

چنان‌که یکی از نخبگان فرهنگی سیستان و بلوچستان بیان داشته است:

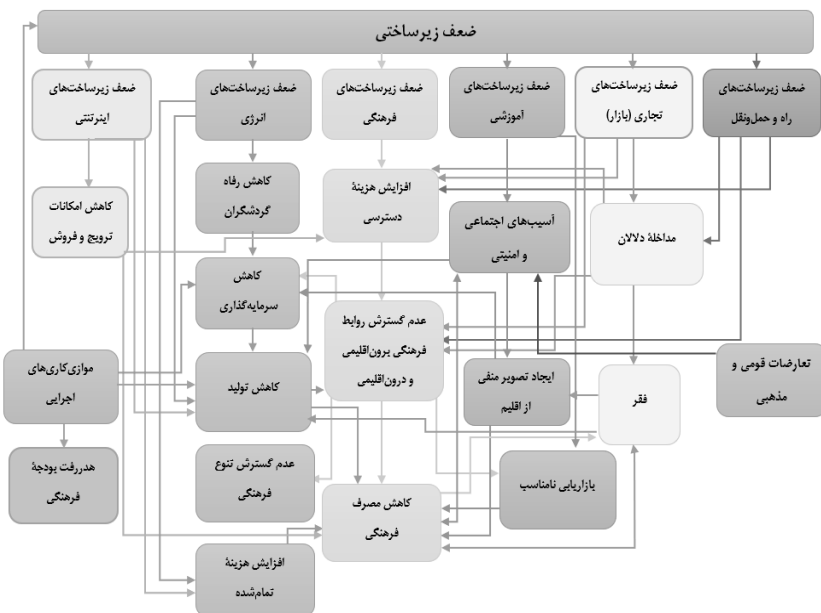
«مشکل ما ارائه هنرمان است. ما هنوز یاد نداریم چگونه با بسته‌بندی به کالاهای هنری خود جذابیت بدهیم. اگر برای کار هنری خودمان شناسنامه‌ای ارائه بدهیم و به آن ارزش بدهیم، بهتر به فروش می‌رسد. سفال‌کلپورگان در سطح خاورمیانه از جذابیت برخوردار است، اما اگر بخواهیم این سفال‌ها را تهران ببریم، سالم به مقصد نمی‌رسد» (نقل در: حسین‌پر و روستاخیز، ۱۴۰۱: ۱۱۱).

بسته‌بندی مناسب ضمن اینکه سبب می‌شود در توزیع، محصول، سالم به دست مصرف‌کننده برسد، به شناسایی محصول و هویت آن در بازار و افزایش ارزش برند محصول کمک می‌کند و برای محصول ارزش افزوده ایجاد می‌کند. طراحی بسته‌بندی خود می‌تواند به‌عنوان صنعتی خلاق و فرهنگی در چرخه اقتصاد فرهنگ نقش‌آفرینی کند (کریمی‌پور و شریف‌زاده، ۱۳۹۶: ۶۹).

جدول ۱۰. تأثیرات ناآشنایی تولیدکنندگان با مبانی اقتصاد فرهنگ به‌عنوان پسران

ایجاد فرصت برای دلان
کاهش سوددهی برای تولیدکنندگان
کاهش انگیزه تولیدکنندگان
عرضه نامناسب محصولات فرهنگی
کاهش توفیق در بازاریابی

در مجموع و چنان‌که در شکل ۲ مشاهده می‌شود، شبکه نقاط ضعف و پسران‌های گفته‌شده با روابطی متقابل و البته با محوریت ضعف زیرساختی، چرخه اقتصاد فرهنگ در اقلیم را با کندی مواجه ساخته است.



شکل ۲. چالش‌ها و پسران‌های توسعه اقتصاد فرهنگ در اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان

راهبردهای پیشنهادی برای توسعه اقتصاد فرهنگ در اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان

با توجه به اینکه محور اصلی چالش‌ها و پسران‌های اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان، ضعف زیرساخت‌هاست، یکی از محورهای کلیدی راهبردهای حل چالش‌های اقتصاد فرهنگ در اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان تقویت زیرساخت‌ها در ابعاد و سطوح مختلف است. علاوه بر اینکه این مسئله یکی از چالش‌های کلیدی مورد اشاره در پژوهش‌های مختلف در حوزه فرهنگ و اقتصاد فرهنگ در اقلیم مکران و بلوچستان است (برای مثال نک به: آرامش و همکاران، ۱۳۹۸؛ مرادزاده و همکاران، ۱۴۰۰؛ حسین‌یر و روستاخیز، ۱۴۰۱)، بر این موضوع در اسناد توسعه منطقه نیز تأکید شده است؛ تا جایی که محوریت موضوعی قانون «اهداف، راهبردها و اقدام‌های لازم برای فعال‌سازی و توسعه محور ترانزیت و حمل و نقل شرق کشور» (۱۳۸۴) توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل است. در سند توسعه منطقه ساحلی مکران نیز بر تقویت زیرساخت‌ها در بندهای مختلفی تأکید شده است. این موضوع همچنین در اسناد ملی

توسعه استان‌های شامل اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان نیز ذکر شده و در برنامه هفتم توسعه (۱۴۰۳) نیز هم بر توسعه زیرساخت‌ها در سراسر کشور و هم به‌ویژه در بندهایی بر توسعه زیرساخت‌ها در مناطق اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان قید شده است. البته این راهبرد گرچه راهبردی بلندمدت است، ظرفیت‌ها و زمینه قانونی آن وجود دارد و گام‌هایی نیز در راستای آن برداشته شده و با تأکیدات بالادستی بر لزوم توسعه منطقه و ادعاهای خارجی مبنی بر مالکیت غیرایرانی جزایر خلیج فارس، سرعت بیشتری یافته است. نکته‌ای که در استفاده از این ظرفیت‌های قانونی در منابع مختلف و براساس دیدگاه ساکنان اقلیم و الزامات فرهنگی آن تذکر داده شده است، لزوم مشارکت دادن جامعه بومی به‌ویژه متخصصان، نخبگان و معتمدین محلی در اجرایی‌سازی سیاست‌ها و راهبردهای مذکور و نیز تدوین سیاست‌های آتی است (برای مثال نک به: حسین‌بر و روستاخیز، ۱۴۰۱؛ و مرادزاده و همکاران، ۱۳۹۷).

بهره‌گیری از مشارکت معتمدین و رهبران محلی و مذهبی به‌ویژه به‌علت ساختار قومی و مذهبی اقلیم در حوزه‌هایی چون توسعه بوم‌گردی و گردشگری روستایی به‌منظور اعتمادسازی و ایجاد اطمینان در جامعه محلی با حفظ شأن و ارزش‌های هویتی آن‌ها اهمیت دارد (مرادزاده و همکاران، ۱۳۹۷). علاوه‌بر این، یکی از چالش‌های اقتصاد فرهنگ در اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان تعارضات قومی و مذهبی حاکم بر اقلیم است که حساسیت‌های امنیتی ایجاد می‌کند. در امتداد راهبردهای بلندمدت ذکر شده در اسناد توسعه‌ای بالادستی، فراهم‌سازی زمینه‌های گفت‌وگو و مفاهیم فرهنگی از طریق جلسات مختلف با حضور سران قومی و مذهبی می‌تواند به حل و جلوگیری از تعارضات کمک کند. به‌علاوه ایجاد احساس ارزشمندی هویت‌های قومی و مذهبی متنوع اقلیم از طریق بزرگداشت آیین‌ها و مناسبت‌های آن‌ها و نیز گرامی‌داشت مشاهیر اقلیم در سطح ملی و بین‌المللی، بهره‌گیری از نیروهای متخصص اقلیم در پست‌های مهم اجرایی ملی، تسهیل تولید و پخش برنامه‌های رسانه‌ای ملی به زبان‌های قومی و محلی و با محوریت ارزش‌های فرهنگی محلی و برطرف‌سازی تصویر منفی ایجاد شده از اقلیم نیز می‌تواند به جذب گردشگران و سرمایه‌گذاران و نیز افزایش اعتماد جامعه محلی به اجراکنندگان برنامه‌های توسعه و ازجمله توسعه اقتصاد فرهنگ در آن کمک کند (حسین‌بر، ۱۴۰۰). البته این موضوع در اسناد بالادستی ازجمله سند توسعه منطقه ساحلی مکران نیز مورد تأکید قرار گرفته و به همین منظور هم راهبردهایی برای توانمندسازی جامعه بومی تدوین شده است.

همچنین در سطح میان‌مدت، برای آگاهی‌بخشی به جامعه محلی، از برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی سیال یا در قالب برنامه‌هایی در مراکز فرهنگی در دسترس همچون مساجد یا گسترش خانه‌های خلاق روستایی می‌توان بهره برد. این آموزش‌ها می‌تواند شامل آموزش‌های مهارتی مختلف، اصول اولیه بازاریابی همچون آموزش به‌روزرسانی تولید محصولات، بسته‌بندی و شناخت مشتری و بازار و شناسایی ظرفیت‌های فرهنگی محلی و نحوه به‌کارگیری آن‌ها به‌منظور ایجاد ارزش افزوده اقتصادی به زبان ساده و البته زبان محلی باشد؛ اما یکی از ارزشمندترین سرمایه‌های اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان که کمک شایانی به توسعه اقتصاد فرهنگ در بخش بلوچستان کرده و می‌تواند از اثرگذاری آن در سراسر اقلیم استفاده کرد، پارک علم و فناوری سیستان و بلوچستان است. قرارگیری این پارک در کنار دانشگاه زاهدان و دانشگاه آزاد اسلامی واحد زاهدان که فن‌بازار صنایع خلاق و هنرهای دستی را به‌تازگی تأسیس کرده است (وبگاه مرکز رشد واحدهای فناوری دانشگاه آزاد اسلامی زاهدان، ۱۴۰۲)، می‌تواند بستری مناسب برای ایجاد خوشه خلاق و هاب فناوری‌های نرم و صنایع فرهنگی در اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان فراهم کند و زاهدان را به یکی از دهکده‌های زیرمجموعه شهر جهانی فناوری‌های نرم و صنایع فرهنگی ایران تبدیل سازد.

همچنین با توجه به عضویت بندرعباس در شبکه شهرهای خلاق جهانی یونسکو لزوم توسعه صنایع خلاق و فرهنگی به‌ویژه در حوزه صنایع دستی در پارک علم و فناوری هرمزگان نیز احساس می‌شود. بندرعباس می‌تواند با کمک پارک علم و فناوری سیستان و بلوچستان، به‌عنوان یک هاب اقلیمی فناوری‌های نرم و صنایع فرهنگی، به مرکز تخصصی فناوری‌های نرم و صنایع فرهنگی در حوزه صنایع دستی در اقلیم تبدیل شود و اکوسیستم خلاق متمرکز بر صنایع دستی را شکل دهد. البته در اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان بندرعباس تنها مکانی نیست که در حوزه صنایع دستی اهمیت ملی و جهانی دارد. شهرها و روستاهای بسیار دیگری در سرتاسر اقلیم هستند که هر یک در حوزه‌ای از صنایع دستی شهرت ملی یا جهانی دارند و ثبت ملی یا جهانی شده‌اند. این روستاها و شهرها می‌توانند شبکه شهرها و روستاهای خلاق درون‌اقلیم را تشکیل دهند و در هم‌افزایی با هم به توسعه اقتصاد فرهنگ اقلیم و برندسازی

اقلیمی، شهری و روستایی کمک کنند. به علاوه تنها صنعت فرهنگی با ارزش اقتصادی در اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان صنایع دستی نیست. با وجود میراث فرهنگی متعدد ملموس و ناملموس اقلیم که ثبت ملی و جهانی شده‌اند چنان‌که در سند توسعه منطقه ساحلی مکران (۱۳۹۸) نیز اشاره شده است، این اقلیم ظرفیت ارزشمندی در جهت توسعه گردشگری رویداد نیز دارد. علاوه بر این، با توجه به حضور گردشگران در مکان‌های تاریخی می‌توان با ارائه سایر محصولات فرهنگی در کنار این مکان‌ها به شبکه‌سازی اقتصادی در حوزه فرهنگ نیز کمک کرد. علاوه بر چشم‌انداز جهانی برای توسعه اقتصاد فرهنگ در اقلیم، در سطح درون اقلیمی نیز افزایش مصرف فرهنگی منوط به شناسایی گرایشات مصرف‌کنندگان و جهت‌دهی تولیدات و خدمات فرهنگی در آن سمت‌وسو است. در حوزه تقویت توان اقتصادی برای تولید و مصرف محصولات فرهنگی همچنین به‌ویژه با توجه به باورهای مذهبی اهل سنت که استفاده از وام‌های بانکی را مجاز نمی‌دانند، ایجاد شبکه‌های اقتصادی با مشارکت جامعه محلی و با رعایت الزامات ارزشی مدنظر آن‌ها و همچنین بهره‌گیری از تعاونی‌های روستایی برای بازاریاسانی محصولات نیز می‌تواند یکی از راهکارهای میان‌مدت باشد.

افزایش و جهت‌دهی آموزش‌های مهارتی به‌سمت صنایع فرهنگی نیز از سیاست‌های دیگری است که می‌تواند به توسعه اقتصاد فرهنگ کمک کند. اجرای طرح‌هایی چون خانه‌های مهارت‌آموزی روستایی نیز اقدام مؤثر دیگری در زمینه توسعه اقتصاد فرهنگ است (وبگاه خبرگزاری مهر، ۱۳۹۹)^۱ که با افزایش دسترس‌پذیری، آموزش‌های مهارتی را افزایش می‌دهد. این موضوع به‌ویژه از این حیث اهمیت دارد که عده زیادی از جمعیت اقلیم که بخش قابل توجهی از آن‌ها را جوانان تشکیل می‌دهد در روستاها زندگی می‌کنند. این جوانان در کنار افراد باتجربه خانواده که از دانش بومی فرهنگی برخوردارند، سرمایه‌های ارزشمندی در جهت توسعه اقتصاد خلاق فرهنگ هستند؛ به‌ویژه اگر این دانش بومی و سنتی را با آموزش‌هایی به‌روز کنند و محصولاتی مناسب با نیازها و تمایلات مصرف‌کنندگان متنوع داخلی و خارجی تولید کنند. آموزش در روستاها با وجود روستاهای خلاق بسیاری که از نظر صنایع فرهنگی در داخل و یا خارج از کشور شاخص هستند، می‌تواند اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان را به «اقلیم روستاهای خلاق فرهنگی» تبدیل کند. مجموع سیاست‌های اجرایی ذکرشده به‌ویژه با توجه به حمایت‌ها و سیاست‌های پیش‌ران بالادستی می‌توانند به برندسازی

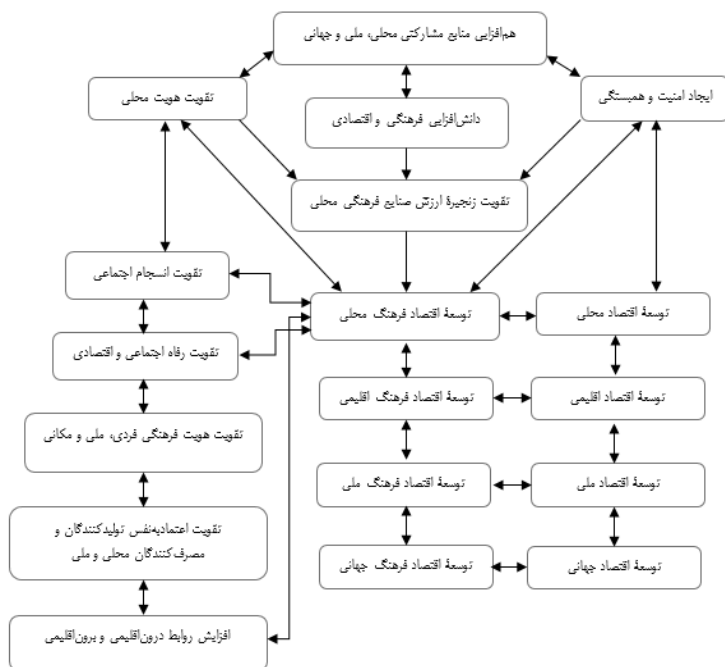
اقلیم کمک کنند که نتیجه آن ارتقاء جایگاه ملی و جهانی اقلیم و کالاها و خدمات فرهنگی آن و در نتیجه، توسعه اقتصاد فرهنگ اقلیم است. البته لازمه توفیق در این مسیر برطرف سازی نقاط ضعف موجود به ویژه ضعف زیرساخت ها و مسائل امنیتی و اتخاذ رویکرد بازاریابی فرهنگی یا چندفرهنگی^۱ است (نک به: Chebat & Oumlil, 2015) که مخاطبان متنوع داخلی و بین المللی را با تفاوت های فرهنگی شان مدنظر قرار دهد.

جدول ۱۱. سیاست های اجرایی توسعه اقتصاد فرهنگ

گسترش زمینه های مصرف صنایع دستی
توسعه صنعت گردشگری
توسعه زیرساخت ها
کاهش فقر و آسیب های اجتماعی
تقویت وحدت قومی و مذهبی
بهره گیری از مشارکت محلی در تمام سطوح
افزایش امنیت منطقه
رفع تصویر منفی از اقلیم در رسانه ها
ترویج رسانه ای
اتخاذ رویکرد بازاریابی چندفرهنگی
گسترش روابط درون اقلیمی و برون اقلیمی
بسته بندی مناسب، جذاب، خلاقانه و محافظت کننده محصولات فرهنگی
افزایش و جهت دهی آموزش های مهارتی به سمت صنایع فرهنگی
بهره گیری از امکانات زیست بوم خلاق در آموزش و سایر ابعاد توسعه اقتصاد فرهنگ
احداث خانه های مهارت آموزی روستایی
توسعه تجارت الکترونیک بین المللی
هدایت بودجه مسئولیت اجتماعی شرکت ها برای سرمایه گذاری در صنایع فرهنگی
ایجاد شبکه های اقتصادی با مشارکت جامعه محلی و با رعایت الزامات ارزشی مدنظر آنها
برندسازی برای محصولات فرهنگی
برندسازی اقلیم

نتیجه‌گیری

اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان به‌عنوان بخشی از بافته فرهنگی هویتی اقلیم فرهنگی واحد ایران با اتخاذ سیاست‌های مناسب می‌تواند به یکی از قطب‌های توسعه اقتصاد فرهنگ کشور تبدیل شود. با توجه به اینکه حوزه اقتصاد فرهنگ حلقه واسط اقتصاد محلی، ملی و جهانی است، چنان‌که ری (۱۹۹۸) نیز اذعان داشته است، لازم است مشارکت نهادها و سازمان‌های موجود از جمله مقامات محلی، در سطوح مختلف کلان، میانی و خرد، همراه با عامل‌های توسعه ساختارهای مشارکتی جدید همچون زیست‌بوم نوآوری اجتماعی و به‌طور کلی، زیست‌بوم خلاق فرهنگی برای توسعه آن به کار گرفته شود. با هم‌افزایی این منابع مشارکتی، ارزش‌های فرهنگی در جهت تقویت هویت محلی جمع می‌گردد و چنان‌که تراسبی (۱۳۹۳) در تعریف صنایع فرهنگی اذعان می‌دارد برای ارزش‌افزایی در مؤلفه‌های مختلف زنجیره ارزش صنایع فرهنگی وارد می‌شود. ایجاد امنیت و همبستگی که نتیجه آن ایجاد تمایل به سرمایه‌گذاری در منطقه و تسهیل توسعه زیرساخت‌هاست، دانش‌افزایی فرهنگی و اقتصادی و تقویت هویت محلی، از عوامل بسترسازی هستند که تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی محلی در درون اقلیم و برون اقلیم و حتی در سطح جهانی را تسهیل می‌کنند. از نتایج ارتقاء تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی و به‌عبارت دیگر، توسعه اقتصاد فرهنگ، تقویت هویت فردی، ملی و مکانی و اعتماد به نفس تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان محلی و ملی است و افزایش روابط درون‌اقلیمی و برون‌اقلیمی را موجب می‌شود. حاصل این روابط، آگاهی از فرصت‌های جدید اقتصادی، تبادلات فرهنگی و در نتیجه ایجاد سرمایه‌های فرهنگی جدید برای تقویت بعد خلاقیت در بخش‌های مختلف زنجیره ارزش صنایع فرهنگی است که ارزش‌افزایی برای این صنایع و توسعه اقتصاد فرهنگ و مجدداً تقویت هویت فردی، ملی و مکانی را به دنبال دارد؛ علاوه بر این، رفاه اجتماعی-اقتصادی مردم اقلیم را افزایش می‌دهد و با کاهش آسیب‌پذیری اقتصادی و عوامل سنتی مهاجرت، مانع از دست رفتن سرمایه‌های انسانی اقلیم می‌گردد. البته توسعه اقتصاد فرهنگ در اقلیم با پشتیبانی سیاست‌هایی تحقق می‌یابد که این اقلیم را به‌عنوان عضوی از شبکه اقلیم واحد فرهنگی ایران در نظر داشته باشند.



شکل ۳. فرایند تأثیر توسعه اقتصاد فرهنگ اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان بر تقویت جایگاه ایران در اقتصاد جهان

چنان‌که در شکل ۳ مشاهده می‌شود، در این مدل توسعه‌ای، به دلیل رابطه متقابل و هم‌افزای بین اقتصاد فرهنگ و هویت فرهنگی و نیز رابطه بین اقلیم فرهنگی مکران و بلوچستان با شبکه اقلیم واحد فرهنگی ایران، هم توسعه اقتصاد فرهنگ و هم تقویت هویت فرهنگی، در سطح محلی، اقلیمی و ملی به صورت مستمر رخ می‌دهد و بنابر دیدگاه کالفاس، کالوجیانیدیس، آمباس و چاتزیتو دوریدیس (۲۰۲۴، ۳-۴) انسجام اجتماعی افزایش می‌یابد. با تقویت هویت فرهنگی و انسجام اجتماعی، رفاه اجتماعی و توسعه منطقه‌ای نیز تحقق می‌پذیرد. حاصل توسعه منطقه‌ای یا اقلیمی در کل شبکه اقلیم‌های واحد فرهنگی ایران بسط می‌یابد و در نتیجه چرخه توسعه فرهنگی ملی، اقلیمی و محلی، جایگاه کشور را در اقتصاد فرهنگ جهانی تقویت می‌کند. تقویت جایگاه ایران در شبکه اقتصاد فرهنگ جهانی، می‌تواند سرمایه‌های جهانی را به چرخه اقتصاد فرهنگ ملی، اقلیمی و محلی وارد کند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مأخذ

احمدی، علی (۱۴۰۲). مفهوم‌شناسی اقلیم فرهنگی (گزارش طرح پژوهشی). تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

احمدی، علی (۱۴۰۳). درآمدی بر مفهوم‌شناسی اقلیم فرهنگی با تأکید بر اقلیم‌بندی فرهنگی ایران. مجله مطالعات راهبردی فرهنگ، ۴(۲)، ۵۳-۸۴.
Doi: 10.22083/scsj.2024.442596.1147

اسلامی، صدیقه، نصیریایی عابدین، مهرنواز و لیلا قربانی (۱۴۰۰). نقش گردشگری ورزشی بر توسعه کارآفرینی در استان هرمزگان (تأکید بر سواحل و ورزش‌های آبی). مجله پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۱۰(۳۸)، ۸۹-۱۰۰.
Doi: 10.30473/ARSM.2021.8238

اسمعیل‌نژاد، مرتضی، شهرکی، فهیمه و ابراهیم رضائی (۱۳۹۵). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان سیستان و بلوچستان در راستای توانمندسازی اجتماعات محلی. مجله راهبرد توسعه، ۵۱(۱۳)، ۱۹۹-۲۱۸.
<http://rahbord-mag.ir/Article/22611/FullText>

اصغری لقمجانی، صادق، معصومی، مهدی و نسرین نوروزی (۱۳۹۹). محدودیت‌های زنان تولیدکننده صنایع دستی در روستاهای شهرستان ایران‌شهر. مجله راهبردهای توسعه روستایی، ۷(۳)، ۳۰۲-۳۲۲.

Doi: <https://doi.org/10.22048/rdsj.2021.266488.1908>

افراخته، حسن و سمیه عزیززی (۱۳۹۹). نقش پارک‌های علم و فناوری در اشتغال‌زایی زنان روستایی (مطالعه موردی: پارک علم و فناوری استان سیستان و بلوچستان). مجله زن در توسعه و سیاست، ۱۸(۳)، ۴۰۷-۴۲۹.

Doi: 10.22059/JWDP.2020.306721.1007870

افسری، مهرداد (۱۳۹۸). گزارش عملکرد سال ۱۳۹۷ سازمان منطقه آزاد چابهار (گزارش عملکرد). چابهار: سازمان منطقه آزاد چابهار.

افسری، مهرداد (۱۳۹۹). گزارش عملکرد سال ۱۳۹۸ سازمان منطقه آزاد چابهار (گزارش عملکرد). چابهار: سازمان منطقه آزاد چابهار.

افسری، مهرداد (۱۴۰۰). گزارش عملکرد سال ۱۳۹۹ سازمان منطقه آزاد چابهار (گزارش عملکرد). چابهار: سازمان منطقه آزاد چابهار.

امان‌اللهی بهاروند، سکندر (۱۳۸۰). بررسی علل گونه‌گونی قومی در ایران از دیدگاه انسان‌شناسی. مجله مطالعات ملی، ۳(۹)، ۱۳-۳۴.

امیری، فوزان، محبی، سراج‌الدین، رنجبر، محمدحسین و مهدی باقری (۱۴۰۱). تأثیر عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای بر بازاریابی گردشگری روستایی در استان هرمزگان. مجله جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۱۲(۲)، ۱۸۶-۱۹۹.
Doi: 10.22034/JGEOQ.2022.293769.3188

انتظاری، علی و فاطمه درخشان (۱۴۰۱). تحلیل سیاست‌گذاری در اقتصاد فرهنگ. مجله جامعه‌شناسی کاربردی، ۳۳(۱)، ۱-۳۴.

اهداف، راهبردها و اقدام‌های لازم برای فعال‌سازی و توسعه محور ترانزیت و حمل‌ونقل شرق کشور (۱۳۸۴). مصوب ۱۳۸۴/۰۵/۰۸. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۴/۰۲/۱۸. قابل دسترس در وبگاه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس
<https://rc.majlis.ir/fa/law/show/124245>

آرامش، حامد، یعقوبی، نورمحمد، مهدی‌یگی، نجمه و مریم گرگیچ (۱۳۹۸). مطالعه پیشران‌ها و راهبردهای بازاریابی آنلاین در توسعه صنایع دستی استان سیستان و بلوچستان. *مجله چشم‌انداز مدیریت بازرگانی*، ۱۸ (۳۷)، ۱۲۱-۱۳۹. Doi: 10.29252/JBMP.18.37.121

آشنا، قادر (۱۴۰۲). سالنامه آماری سینمای ایران سال ۱۴۰۱. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

آویشی، نگار، حسین‌آبادی، زهرا و مرضیه اسفندیاری (۱۴۰۲). نقش صنایع دستی بر میزان اشتغال‌زایی بانوان بلوچ و پیشبرد اقتصاد منطقه (مطالعه موردی: سوزندوزی شهرستان ایرانشهر). *مجله پژوهش‌های ایران‌شناسی*، ۱۳ (۳)، ۶۱-۷۹. Doi: 10.22059/jis.2022.349277.1156

برنامه جامع تحقق سیاست‌های کلی توسعه دریامحور (۱۴۰۳). مصوب ۱۴۰۳/۰۳/۲۹. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۴/۰۲/۱۸. قابل دسترس در وبگاه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس

<https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1808230>

بنیادی، طیبه، طیب‌نیا، سیدهدادی و محسن حمیدیان‌پور (۱۴۰۱). شناسایی و تحلیل موانع توسعه گردشگری دریای عمان (مطالعه موردی: سواحل استان سیستان و بلوچستان). *مجله مطالعات جغرافیایی نواحی ساحلی*، ۲۳ (۲)، ۲۷-۴۷.

بیرونندزاده، مریم، سارانی، سمانه، کرمی، فرزاد و مهدی خداداد (۱۳۹۶). عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در روستاهای ساحلی استان سیستان و بلوچستان: (مطالعه موردی: روستای تیس - شهرستان چابهار). *مجله مهندسی جغرافیایی سرزمین*، ۱ (۲)، ۱۳۷-۱۴۷.

پایگاه اطلاع‌رسانی دولت (۱۳۹۹). *نخستین خانه خلاق صنایع دستی کشور در زاهدان راه‌اندازی شد*. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۳/۱۱/۰۲. قابل دسترس در: <https://dolat.ir/detail/341662>

پایگاه انتشار اماکن ورزشی دولتی (۱۴۰۳). تاریخ مراجعه: ۱۴۰۴/۰۱/۰۲. قابل دسترس در:

<https://dash.msy.gov.ir/sadaf/dashboard/PCFWabrd0zu0#/app/17/dashboard/4303>.

پرجمی، داود و فاطمه درخشان (۱۳۹۸). بررسی تطبیقی رابطه توسعه اقتصاد فرهنگ و نظم در جامعه. *مجله علوم اجتماعی*، ۲۶ (۸۶)، ۴۰-۴۰۱. Doi: <https://doi.org/10.22054/qjss.2020.44814.2132>

پوراحمد، احمد، دربان آستانه، علیرضا و شیوا پورقربان (۱۳۹۵). نقش راهبرد توسعه شهری (CDS) در مدیریت توسعه گردشگری (نمونه موردی: جزیره هرمز). *مجله مطالعات شهری*، ۵ (۱۹)، ۳۷-۵۶.

تراسی، دیوید (۱۳۹۳). *اقتصاد و فرهنگ (ترجمه کاظم فرهادی)*. تهران: نشر نی.

تراسی، دیوید (۱۴۰۱). *اقتصاد سیاست فرهنگی (ترجمه سوسن علائی)*. تهران: سوره مهر.

حاجی‌نژاد، علی و مهرشاد طولابی‌نژاد (۱۳۹۹). ارتباط عوامل توسعه چشم‌انداز مستقل روستایی و مزایای توسعه گردشگری ساحلی شهرستان چابهار با استفاده از مدل گسترش عملکرد کیفیت (QFD). *مجله مطالعات جغرافیایی نواحی ساحلی*، ۱ (۲)، ۱۱۱-۱۴۰.

حجاریان، احمد (۱۴۰۰). ارزیابی الگوی علی مؤلفه‌های مؤثر بر روستای خلاق. *مجله توسعه محلی*، ۱۳ (۱)، ۱۷۳-۱۹۶. Doi: 10.22059/jrd.2021.323853.668651

حسین‌پر، محمدعثمان (۱۴۰۰). گزارش توصیفی و تحلیلی وضعیت فرهنگی و هنری استان سیستان و بلوچستان (گزارش طرح پژوهشی). تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

راهبردهای توسعه اقتصاد فرهنگ در [...]]

حسین بر، محمدعثمان، روستاخیز، بهروز و عرفان آسکانی (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلاطین سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینما روه‌های شهر زاهدان). *مجله جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۵ (۴)، ۷۲-۵۱.
Doi: 10.22034/SCART.2023.62909

حسین‌نژاد، محمدعثمان و بهروز روستاخیز (۱۴۰۱). تحلیل وضعیت فرهنگی سیستان و بلوچستان از دید کنشگران میدان فرهنگ. *مجله جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۴ (۱)، ۱۰۱-۱۲۴.

Doi: <https://doi.org/10.34785/J016.2022.010>

حیدری امین، سکینه (۱۴۰۱). زیرساخت‌ها و نقش آن در توسعه گردشگری (مطالعه موردی: سواحل مکران). *مجله جغرافیای فضای گردشگری*، ۱۱ (۴۴)، ۹۹-۱۱۴.
<https://sanad.iau.ir/fa/Article/999459>

خامنه‌ای، سیدعلی (۱۴۰۲). ابلاغ سیاست‌های کلی توسعه دریا محور توسط رهبر انقلاب. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۳/۱۱/۰۲. قابل دسترس در وبگاه دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله‌العظمی خامنه‌ای: به آدرس

<https://khl.ink/f/54334>

رازقی، علی‌رضا (۱۳۹۸). مطالعه ظرفیت‌های گردشگری میراث فرهنگی و طبیعی در نوار ساحلی مکران استان هرمزگان. *مجله گردشگری و توسعه*، ۸ (۴)، ۱۴۸-۱۸۰.
Doi: 10.22034/jtd.2019.174166.1666

راشدی، سمیه (۱۳۹۵). تدوین برنامه استراتژیک توسعه گردشگری صنایع دستی در استان سیستان و بلوچستان (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). زاهدان: دانشکده جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی دانشگاه سیستان و بلوچستان.

رحمتی، محمد (۱۴۰۲). سالنامه آماری فرهنگ و هنر سال ۱۴۰۱. تهران: موسسه فرهنگی هنری پویه مهر اشراق.

رزمی، زهرا و مریم گلستانی (۱۴۰۲). تأثیر هم‌آفرینی ارزش با نقش واسطه‌ای قصد بازدید دوباره گردشگران بر گردشگری خلاق مطالعه موردی: استان هرمزگان. *مجله گردشگری شهری*، ۱۰ (۲)، ۱۱۵-۱۲۸.

Doi: 10.22059/JUT.2023.354761.1112

رضایی سرخایی، فیروزه، سایبانی، حمیدرضا و مهدی سوادی (۱۴۰۰). عوامل مؤثر در مدیریت توسعه گردشگری ورزشی با رویکرد ورزش‌های ساحلی در استان هرمزگان، *مجله علوم ورزش*، ۱۳ (۴۱)، ۲۰۱-۲۱۷.

Doi: 10.22083/scsj.2024.442664.1149

روستاخیز، بهروز (۱۴۰۳). *مطالعات بازار کار، شناسایی و تعیین اولویت نیازهای آموزش فنی و حرفه‌ای کارجویان و شاغلین در سواحل مکران* (گزارش طرح پژوهشی). تهران: سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور.

روستاخیز بهروز، رشوند، مرجان، کاظمی، سمیه، حسین‌نژاد، محمدعثمان و حبیب‌الله سالارزهی (۱۴۰۳). نقش و قابلیت شیوه‌های اطلاع‌رسانی در برگزاری دوره‌های آموزش مهارتی در سواحل مکران. *مجله مهارت‌آموزی*، ۱۳ (۵۰)، ۱۱۷-۱۵۰.

روستاخیز، بهروز و سمیه کاظمی (۱۴۰۳). بازشناسی اقلیم‌های فرهنگی ایران: به سوی یک چهارچوب مفهومی و روش‌شناختی. *مجله مطالعات راهبردی فرهنگ*، ۴ (۲)، ۹-۵۲.

<http://faslnameh.irantvto.ir/article-1-672-fa.html>

روستاخیز، بهروز و سمیه کاظمی (۱۴۰۴). بازشناسی اقلیم‌های فرهنگی ایران. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

ریسی، ابوبکر، شهیکي تاش، مهيم و حبيب‌الله سالارزهی (۱۳۹۹). تحليل راهبردی توسعه گردشگری روستایی در شهرستان سرپاز. مجله روستا و توسعه، ۲۳ (۳)، ۱۵۳-۱۸۶. Doi: 10.30490/rvt.2020.283047.1049

زیاری، کرامت‌اله و احمد حاتمی (۱۴۰۰). ارزیابی توزیع فضایی شاخص‌های خلاقیت در نظام سکونتگاهی استان هرمزگان. مجله برنامه‌ریزی توسعه شهری و منطقه‌ای، ۶ (۱۶)، ۴۹-۸۲.

Doi:10.22054/urdp.2021.62417.1362

سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان سیستان و بلوچستان (۱۴۰۲). سالنامه آماری استان‌های سیستان و بلوچستان ۱۴۰۱. زاهدان: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان سیستان و بلوچستان.

سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمان (۱۴۰۲). سالنامه آماری استان کرمان ۱۴۰۱. زاهدان: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمان.

سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان هرمزگان (۱۴۰۲). سالنامه آماری استان هرمزگان ۱۴۰۱. بندرعباس: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان هرمزگان.

سرمدی، زهره، بازگان، عباس و الهه حجازی (۱۳۷۶). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: آگه.

سند توسعه منطقه ساحلی مکران (۱۳۹۸). مصوب ۱۳۹۸/۰۷/۲۲. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۴/۰۲/۱۸. قابل دسترس در: وبگاه سامانه ملی قوانین و مقررات جمهوری اسلامی ایران

<https://qavanin.ir/Law/TreeText?IDS=13290523635677666911>

سیاست‌های کلی توسعه دریامحور (۱۴۰۲). مصوب ۱۴۰۲/۰۹/۲۰. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۴/۰۲/۱۸. قابل دسترس در: وبگاه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1792023>

شالچیان رابع، نرگس (۱۳۹۵). نقش گردشگری در توسعه اقتصادی، اشتغال و محرومیت‌زدایی در سواحل و جزایر خلیج فارس (مطالعه موردی: منطقه آزاد قشم). مجله مطالعات فرهنگی و سیاسی خلیج فارس، ۳ (۸)، ۶۴-۳۳.

شیخی، سعید (۱۴۰۱). گزارش عملکرد پارک علم و فناوری سیستان و بلوچستان، اسفندماه ۱۴۰۱ (گزارش عملکرد). زاهدان: پارک علم و فناوری سیستان و بلوچستان. قابل دسترس در: <https://sbstp.ir/FunctionReport>

غلامی، صدیقه (۱۴۰۳). خانه صنایع‌دستی هما در بندرعباس افتتاح شد. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۳/۱۱/۱۲. قابل دسترس در: www.chtn.ir/x3XF5

قانون برنامه پنج‌ساله هفتم پیشرفت جمهوری اسلامی ایران (۱۴۰۳) (۱۴۰۷) (۱۴۰۳). مصوب ۱۴۰۳/۰۴/۱۸. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۴/۰۲/۱۸. قابل دسترس در: وبگاه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ به آدرس <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1809128>

Doi: <https://doi.org/10.22089/smrj.2019.1597>

قربانی قهرخی، لایلا، فراهانی، ابوالفضل و محمد پایداره (۱۴۰۰). تحلیل عوامل جاذبه‌های طبیعی ورزشی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان هرمزگان. مجله مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۳ (۷۰)، ۳۹۴-۴۱۶.

Doi: <https://doi.org/10.22089/smrj.2019.1597>

قنبری، سیروس، رئیسی، طاهره و امیرحسین قنبری (۱۴۰۴). ارزیابی و اولویت‌بندی صنایع‌دستی جهت توسعه گردشگری استان سیستان و بلوچستان. مجله مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، ۲ (۱)، ۱۴۲-۱۵۶.

Doi: 10.22072/TMSSE.2025.2046899.1018

کرباسی، علیرضا و مرتضی یعقوبی (۱۳۹۰). بررسی بازارهای تعاونی‌های صنایع دستی استان سیستان و بلوچستان. مجله تعاون، ۲۲ (۵)، ۲۱-۴۶.

کریمی‌پور، زهرا و محمدرضا شریف‌زاده (۱۳۹۶). مؤلفه‌های فرهنگ‌محور در طراحی بسته‌بندی صنایع دستی ایران. مجله هنرهای صناعی اسلامی، ۲ (۱)، ۶۷-۷۶.

محمدی کنگرانی، حنا، حسین‌زاده، مهناز و محمد سیاهی پارسا (۱۳۹۷). تحلیل جایگاه عناصر زنجیره تامین صنایع دستی جزیره قشم با استفاده از رویکرد تحلیل شبکه‌های اجتماعی. مجله گردشگری و توسعه، ۶ (۴)، ۱۳۹-۱۵۹.

مرادزاده، عبدالباسط، قاسمی، محمد، سالارزهی، حبیب‌الله، ی‌عقوبی، نورمحمد و جواد بذرافشان (۱۳۹۷). اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه اکوتوریسم کارآفرینانه با رویکرد توانمندسازی اجتماع‌محور. مجله توسعه کارآفرینی، ۱۱ (۱)، ۱۶۱-۱۷۹. Doi: 10.22059/jed.2018.252524.652494

مرادزاده، عبدالباسط، یعقوبی، نورمحمد و ژیلای صفورا (۱۴۰۰). ارائه الگوی بازاریابی کارآفرینانه در صنایع دستی با رویکرد خلق محصولات مشتری‌محور. مجله مطالعات رفتار مصرف‌کننده، ۸ (۲)، ۷۴-۹۱. Doi: 10.34785/J018.2021.260

مرکز آمار ایران (۱۴۰۱). سالنامه آماری کشور. تهران: مرکز آمار ایران.

مسعودی‌نیا، زهرا، رشیدپور، علی و رضا ابراهیم‌زاده (۱۳۹۷). راهبردهای مؤثر بر تقویت ساختار اقتصاد فرهنگ ایران. مجله راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۷ (۲)، ۱۰۳-۱۳۸. Doi: 20.1001.1.22517081.1397.7.2.4.5

معمارباشی، نصراله (۱۴۰۲). هرمزگان جزو استان‌های برتر در زمینه تنوع صنایع دستی است. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۴/۲/۱۱. قابل دسترس در: <https://irma.ir/xjMJYz>

میردادی، محمد (۱۴۰۰). گزارش توصیفی و تحلیلی وضعیت فرهنگی و هنری استان هرمزگان (گزارش طرح پژوهشی). تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

ناظمی اردکانی، مهدی و محمد صیادی (۱۳۹۳). بررسی وضعیت مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ در ایران؛ مقایسه تطبیقی با کشورهای منتخب دنیا و ارائه راهکارهای بهبود وضعیت اقتصاد فرهنگ در کشور. مجله راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۳ (۴)، ۱۹۱-۲۲۵. Doi: 20.1001.1.22517081.1393.3.4.7.4

نظم‌فر، حسین، عشقی چهاربرج، علی و سعیده علوی (۱۳۹۶). سطح‌بندی شهرستان‌های استان هرمزگان در بهره‌مندی از زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل تلفیقی کاندراست. مجله گردشگری شهری، ۴ (۲)، ۶۱-۷۹. Doi: 10.22059/JUT.2017.133323.120

نقیب‌السادات، سیدرضا (۱۳۸۸). اقتصاد فرهنگ و صنایع فرهنگی. مجله کتاب ماه علوم اجتماعی، ۱۶، ۴-۱۵.

وبگاه اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان سیستان و بلوچستان (۱۴۰۳). بانک اطلاعات فرهنگ و هنر استان. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۴/۲/۱۱. قابل دسترس در: <https://sistanbaloochestan.farhang.gov.ir/fa/database>

وبگاه اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان هرمزگان (۱۴۰۳). بانک اطلاعات فرهنگی هنر. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۴/۲/۱۱. قابل دسترس در: <https://hormozgan.farhang.gov.ir/fa/banketelaat>

وبگاه پایگاه خبری عصر هامون (۱۴۰۴). افزایش گردشگری نوری در سیستان و بلوچستان. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۴/۲/۱۱. قابل دسترس در: <https://asrehamoon.ir/vdcflvdyvww6de1a.igiw.html>

وبگاه خبرگزاری تسنیم (۱۴۰۳). جزئیات جمعیتی کشور اعلام شد/ پیرترین و جوان‌ترین استان‌ها. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۴/۲/۱۱. قابل دسترس در: <https://tn.ai/3270881>

وبگاه خبرگزاری مهر (۱۳۹۹). خانه‌های مهارت در روستاهای سیستان و بلوچستان راه‌اندازی می‌شود. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۴/۲/۱۱. قابل دسترس در: mehrnnews.com/xSrxh

وبگاه خبرگزاری مهر (۱۴۰۴). افزایش ۲۶ درصدی تردد گردشگری در مرکز و شرق هرمزگان. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۴/۲/۰۶. قابل دسترس در: mehrnnews.com/x37DfC

وبگاه خبرگزاری میراث آریا (۱۳۹۶). اولویت ما تغییر نگاه منفی و تصویر غیر واقعی به سیستان و بلوچستان است. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۴/۲/۰۶؛ قابل دسترس در: www.chntn.ir/x34Pj

وبگاه روزنامه دنیای اقتصاد (۱۴۰۲). تبلیغات جهانی برای معرفی شهر خلاق بندرعباس. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۳/۱۲/۲۸. قابل دسترس در: <https://donya-e-qttesad.com/fa/tiny/news-4027132>

وبگاه مرکز رشد واحدهای فناوری دانشگاه آزاد اسلامی زاهدان (۱۴۰۲). فن بازار صنایع خلاق و هنرهای دستی. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۳/۱۲/۲۸. قابل دسترس در: <https://zahedan.iau.ir/roshd/fa/achievement/34/%D9%81%D9%86-%D8%A8%D8%A7%D8%B2%D8%A7%D8%B1-%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B8%D8%B9-%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82-%D9%88-%D9%87%D9%86%D8%B1%D9%87%D8%A7%DB%8C-%D8%AF%D8%B3%D8%AA%D8%B%8C->

وبگاه معاونت علمی فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری (۱۳۹۸). محصولات شرکت‌های خلاق سیستان و بلوچستان به اروپا صادر می‌شود. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۴/۲/۱۱. قابل دسترس در: isti.ir/ZQL2

وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (۱۴۰۲). سالنامه آماری ۱۴۰۱ وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی. تهران: پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری.

یعقوبی، مرتضی؛ سردار شهرکی، علی؛ و علیرضا کرباسی (۱۴۰۲). تحلیل موانع توسعه بازار تعاونی‌های صنایع دستی روستایی استان سیستان و بلوچستان. مجله راهبردهای توسعه روستایی، ۱۰(۴)، ۵۱۳-۵۴۰.

Doi: 10.22048/rdsj.2023.359418.2046

Afrakhteh, H. & Azizi, S. (2020). The Role of Science and Technology Parks in Creating Jobs for Rural Women (Case study: Sistan and Balochistan Science and Technology Park). *Women in Development and Politics*, 18(3), 407-429. [In Persian]

Afsari, M. (2019). Chabahar Free Zone Organization 2018 Performance Report (Performance Report). Chabahar: Chabahar Free Zone Organization. [In Persian]

Afsari, M. (2020). Chabahar Free Zone Organization 2019 Performance Report (Performance Report). Chabahar: Chabahar Free Zone Organization. [In Persian]

Afsari, M. (2021). Chabahar Free Zone Organization 2020 Performance Report (Performance Report). Chabahar: Chabahar Free Zone Organization. [In Persian]

Ahmadi, A. (2023). *Conceptualization of Cultural Climate* (Research Project Report). Tehran: Research Center for Culture, Art and Communication. [In Persian]

- Ahmadi, A. (2024). An Introduction to the Conceptualization of Cultural Region with Emphasis on the Cultural Regions of Iran. *Journal of Strategic Studies in Culture*, 4(2), 53-84. [In Persian]
- Aims, Strategies and Necessary Measures for Activating and Developing the Transit and Transportation Axis of the East of the Country (2005). Approved on 08/05/2005; available on the website of the Research Center of the Islamic Consultative Assembly; Retrieved May 08, 2025. From <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/124245>. [In Persian]
- Amanollahi Baharvand, S. (2002). Investigating the Causes of Ethnic Diversity in Iran from an Anthropological Perspective. *National Studies Journal*, 3(1), 13-34. [In Persian]
- Amiri, F., Mohebi, S. & Ranjbar, M.H. & Bagheri, M. (2022). The Effect of Structural, Behavioral and Contextual Factors on Rural Tourism Marketing in Hormozgan Province. *Quarterly of Geography (Regional Planning)*, 12(2), 186-199. [In Persian]
- Aramesh, H. Yaghoubi, N. M. Mehdibeigi, N. & Gorgich, M. (2019). Study of Online Marketing Propaganda and Strategies in the Development of Handicrafts in Sistan and Balochistan Province. *Journal of Business Management Perspective*, 18(37), 121-139. [In Persian]
- Asghari Lafmejani, S. Masoumi, M. & Norouzi, N. (2020). Constraints on Craftswomen in the Villages of Iranshahr County. *Rural Development Strategies*, 7(3), 302-322. [In Persian]
- Ashena, Q2022). Statistical Yearbook of Iranian Cinema 1401. Tehran: Ministry of Culture and Islamic Guidance. [In Persian]
- Asr Hamoon News Agency Website (2025). Increase in Nowruz Tourism in Sistan and Balochistan. Access date: 01/05/2025; at <https://asrehamoon.ir/vdcflvdyvw6de1a.igiw.html>. [In Persian]
- Avishi, N. Hosseinabadi, Z. & Esfandiari, M. (2023). The Role of Handicrafts on the Level of Employment of Baloch Women and the Advancement of the Region's Economy (Case Study: Needlework of Iranshahr City). *Iranian Studies*, 13(3), 61-79. [In Persian]
- Beyranvandzadeh, M. Sarani, S. Karami, F. & Khodad, M. (2018). Factors Affecting Tourism Development in Coastal Villages of Sistan and Balochistan Province; (Case Study: Tis Village - Chabahar City). *Geographical Engineering of Territory*, 1(2), 137-147. [In Persian]
- Bonyadi, T. Tayebnia, S.H. & Hamidianpour, M. (2022). Identifying and Analyzing the Challenges Facing the Development of Tourism in the Sea of Oman (Case Study: Sistan and Baluchestan Province). *Geographical Studies of Coastal Areas Journal*, 3(2), 27-47. [In Persian]
- Chebat, J. C. & Oumlil, A. B. (Eds). (2015). *Proceedings of the 1998 Multicultural Marketing Conference*. Cham: Springer International Publishing.
- Comprehensive Plan for the Implementation of General Policies for Sea-Based Development (2023). Approved on 18/06/2024; Available on the website of the Research Center of the Islamic Consultative Assembly. Retrieved May 08, 2025. From <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1808230>. [In Persian]
- Comunian, R. (2012). Exploring the Role of Networks in the Creative Economy of North East England: Economic and Cultural Dynamics. In B. Warf (Ed.), *Encounters and Engagements Between Economic and Cultural Geography*. Dordrecht: Springer Netherlands.

- Donyayeh Eqtesad Newspaper website (2023). Global Advertising to Introduce the Creative City of Bandar Abbas. Retrieved March 18, 2025. From <https://donya-e-eqtesad.com/fa/tiny/news-4027132>. **[In Persian]**
- Entezari, A. & Derakhshan, F. (2022). Analysis of Policy-Making in Cultural Economics. *Journal of Applied Sociology the University of Isfahan*, 33(1), 1-34. **[In Persian]**
- Eslami, S. Nasiraii Abedin, M. & Ghorbani, L. (2021). The Role of Sports Tourism on the Development of Entrepreneurship in the Hormozgan Province (Focus on Seashores and Water Sports). *Journal of Applied Research of Sport Management*, 10(38), 89-100. **[In Persian]**
- Esmacel Nejad, M. Shahraki, F & Ebrahim, R. (2017). Strategic Planning of Tourism Development in Rural Areas of Sistan and Balochistan Province in Order to Empower Local Communities. *Journal of Development Strategy*, 13(3), 199-218. **[In Persian]**
- General Policies for Sea-Based Development (2023). Approved on 22/11/2024; available on the website of the Research Center of the Islamic Consultative Assembly; Retrieved May 08, 2025. From <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1792023>. **[In Persian]**
- Ghanbari, S. Raisi, T. & Ghanbari, A. H. (2025). Evaluation and Prioritization of Handicrafts for Tourism Development in Sistan and Balochistan Province. *Tourism Management Studies of the Smart Era*, 2(1), 142-156. **[In Persian]**
- Gholami, S. (2024). Homa Handicraft House Opened in Bandar Abbas. Retrieved January 31, 2025. From www.chtn.ir/x3XF5. **[In Persian]**
- Ghorbani, L. & Paydareh, M. (2022). The Effect of Natural Sport Attraction on Developing Sport Tourism in Hormozgan Province. *Journal of Sport Management Review*, 13(70), 394-416. **[In Persian]**
- Government Information Center (2019). *The Country's First Creative Handicraft House Was Launched in Zahedan*. Access date: 21/01/2025; at <https://dolat.ir/detail/341662>. **[In Persian]**
- Government Sports Venues Publication Database (2024). Retrieved March 22, 2025. From <https://dash.msy.gov.ir/sadaf/dashboard/PCFWabrd0zu0#/app/17/dashboard/4303>. **[In Persian]**
- Hajarian, A. (2021). Evaluation of the Causal Pattern of Criteria Affecting the Creative Village. *Journal of Community Development*, 13(1), 173-196. **[In Persian]**
- Hajinejad, A. & Tuolabi Nejad, M. (2020). Relationship between Rural Independent Landscape Development Factors and Coastal Tourism Development Benefits Using Quality Function Deployment (QFD). *Geographical Studies of Coastal Areas Journal*, 1(2), 111-140. **[In Persian]**
- Hedairyamin, S. (2023). Infrastructure and Its Role in Tourism Development (A Case Study of Makran Beaches). *Journal of Tourism Space*, 11(44), 99-114. **[In Persian]**
- Hormozgan Province Management and Planning Organization (2023). Hormozgan Province Statistical Yearbook 1401. Bandar Abbas: Hormozgan Province Management and Planning Organization. **[In Persian]**
- Hosseibar, M.O. (2021). *Descriptive and Analytical Report on the Cultural and Artistic Situation of Sistan and Balochistan Province* (Research Project Report). Tehran: Research Institute for Culture, Art and Communications. **[In Persian]**

- Hosseini, M. O. Roustakhiz, B. & Askani, E. (2024). Sociological Explanation of the Relationship of Different Forms of Capital with Cinematic Tastes of Audiences (Case Studies: Film Viewers of Zahedan). *Journal of Sociology of Culture and Art*, 5(4), 51-72. Doi: 10.22034/scart.2023.62909 [In Persian]
- Hosseini, M. O. & Roustakhiz, B. (2022). The Analysis of the Cultural Condition of Sistan and Baluchestan from the Perspective of the Activists of Cultural Field. *Journal of Sociology of Culture and Art*, 4(1), 85-105. Doi: 10.34785/J016.2022.010 [In Persian]
- Kalfas, D. Kalogiannidis, S. Ambas, V. & Chatzitheodoridis, F. (2024). Contribution of the Cultural and Creative Industries to Regional Development and Revitalization: A European Perspective. *Urban Science*, 8(2), 1-22. Doi: 10.3390/urbansci8020039.
- Karbasi, A.R. & Yaghoubi, M. (2011). A Study of Handicraft Cooperatives Market in Sistan and Balochistan Province. *Co - Operation and Agriculture*, 22(5), 21-46. [In Persian]
- Karimipour, Z. & Sharifzade, M. (2017). Cultural-based Components in Iran Handcraft Packaging. *Journal of Islamic Crafts*, 2(1), 67-76. [In Persian]
- Kerman Province Management and Planning Organization (2023). Kerman Province Statistical Yearbook 1401. Zahedan: Kerman Province Management and Planning Organization. [In Persian]
- Khamenei, S.A. (2023). Announcement of the General Policies of Sea-oriented Development by the Leader of the Revolution. Retrieved January 21, 2025. From the Official Website of Ayatollah Khamenei; at <https://khl.ink/f/54334>. [In Persian]
- Kong, L. (2000). Culture, Economy, Policy: Trends and Developments. *Geoforum*, 31(4), 385-390.
- Lash, S. & Urry, J. (1994). *Economies of Signs and Space*. London: Sage. Doi: [https://doi.org/10.1016/S0016-7185\(00\)00004-X](https://doi.org/10.1016/S0016-7185(00)00004-X).
- Law on the Seventh Five-Year Development Plan of the Islamic Republic of Iran (1403-1407) (1403). Approved on 08/07/2024; Retrieved January 21, 2025. From the website of Islamic Parliament Research Center; at <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1809128>. [In Persian]
- Makran Coastal Region Development Document (2019). Approved on 22/07/1998. Retrieved January 21, 2025. From the website of the National System of Laws and Regulations of the Islamic Republic of Iran; at <https://qavanin.ir/Law/TreeText?IDS=13290523635677666911>. [In Persian]
- Masoudinia, Z. Rashidpour, A. & Ebrahimzadeh, R. (2018). Effective Strategies to Strengthen the Structure of Iran's Cultural Economy. *Socio-Cultural Strategy*, 7(2), 103-138. [In Persian]
- Mehr News Agency website (2012). *Skill Houses to be Set up in Villages of Sistan and Balochistan*. Retrieved January 21, 2025. From mehrnews.com/xSrx. [In Persian]
- Mehr News Agency website (2025). *26 Percent Increase in Tourist Traffic in Central and Eastern Hormozgan*. Retrieved April 26, 2025. From mehrnews.com/x37DfC. [In Persian]
- Memarbashi, N. (2023). Hormozgan is Among the Top Provinces in Terms of Handicraft Diversity. Retrieved May 01, 2025. From <https://irna.ir/xjMJYz>. [In Persian]

- Ministry of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism (2023). Statistical Yearbook 1401 of the Ministry of Cultural Heritage, Tourism and Handicrafts. Tehran: Cultural Heritage and Tourism Research Institute. **[In Persian]**
- Miras Aria News Agency website (2017). Our Priority is to Change the Negative View and Unrealistic Image of Sistan and Balochistan. Retrieved April 26, 2025. From www.chtn.ir/x34Pj. **[In Persian]**
- Mirdadi, M. (2021). Descriptive and Analytical Report on the Cultural and Artistic Situation of Hormozgan Province (Research Project Report). Tehran: Research Institute for Culture, Art and Communications. **[In Persian]**
- Mohammadi Kangarani, H. Hosseinzadeh, M. & Sepahi Parsa, M. (2018). The Analysis of the Status for Handicrafts' Supply Chain Participants in Qeshm Island Using Social Network Analysis (SNA). *Journal of Tourism and Development*, 6(4), 139-159. **[In Persian]**
- Moradzadeh, A. Yaghoubi, N.M. & Safoora, Jila (2021). The Entrepreneurial Marketing Pattern in Handicrafts: Using the Grounded Theory. *Journal of Consumer Behavior Studies*, 8(2), 74-91. **[In Persian]**
- Moradzadeh, Abdolbaset, Ghasemi, M. Salarzahi, H. Yaghoubi, N.M. & Bazrafshan, J. (2018). Prioritizing the Propellants of Developing Community-based Tourism with the Approach of Community-based Empowerment. *Journal of Entrepreneurship Development*, 11(1), 161-179. **[In Persian]**
- Naqib Al-Sadat, S.R. (2009). The Economics of Culture and Cultural Industries. *Social Sciences Monthly Book Journal*, 16, 15-4. **[In Persian]**
- Nazemi Ardakani, M. & Sayadi, M. (2015). A Comparison of Selected Countries Regarding Cultural Economics and Suggestions to Promote It in Iran. *Socio-Cultural Strategy*, 4(13), 191-225. **[In Persian]**
- Nazmfar, H. Eshghichaharborj, A. & Alavi, S. (2017). Ranking Hormozgan Province Benefits from Tourism Infrastructure Using a Combination Kandrst. *Journal of Urban Tourism*, 4(2), 61-79. **[In Persian]**
- Parchami, D. & Derakhshan, F. (2019). A Comparative Study of the Relationship between the Development of Economics of Culture and Order in Society. *Journal of Social Sciences*, 26(3), 1-40. **[In Persian]**
- Phillips, R. & Shockley, G. (2010). Linking Cultural Capital Conceptions to Asset-based Community Development. *Mobilizing Communities: Asset Building as a Community Development Strategy*, 92, 370-382.
- Pour Ahmad, A. Darban Astaneh, A. & Pourghorban, Sh. (2016). The Role of City Development Strategy in Tourism Development Management (Case Study: Hormoz Island). *Motaleate Shahri*, 5(19), 37-56. **[In Persian]**
- Pratt, A. C. (2009). Cultural Economy. *International Encyclopedia of Human Geography*, 2(2), 407-410.
- Rahmati, M. (2023). Statistical Yearbook of Culture and Art 1401. Tehran: Poyeh Mehr Eshraq Cultural and Artistic Institute. **[In Persian]**
- Raisi, A. Sheihaki Tash, M. & Salarzahi, H. (2021). Strategic Analysis of Rural Tourism Development in Sarbaz County of Iran. *Journal of Village and Development*, 23(3), 153-186. **[In Persian]**

- Rashedi, S. (2016). Developing a Strategic Plan for the Development of Handicraft Tourism in Sistan and Balochistan Province (Master's Thesis). Zahedan: Faculty of Geography and Environmental Planning, University of Sistan and Balochistan. **[In Persian]**
- Ray, C. (1998). Culture, Intellectual Property and Territorial Rural Development. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 3-20. Doi: <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00060>.
- Razeghi, A. (2019). Study of Cultural and Natural Heritage Tourism Capacities in the Coastal Strip of Makran in Hormozgan Province. *Journal of Tourism and Development*, 8(4), 148-180. **[In Persian]**
- Razmi, Z. & Golestani, M. (2023). The Effect of Value Co-Creation with the Mediating Role of Tourists' Revisit Intention on Creative Tourism the Case Study of Hormozgan Province. *Journal of Urban Tourism*, 10(2), 115-128. **[In Persian]**
- Rezaei, F. Saybani, H. & Savadi, M. (2021). To Identify the Effective Factors of Managing the Development of Sports Tourism with the Approach of Beach Sports in Hormozgan Province. *Journal of Sports Science*, 13(41), 201-217. **[In Persian]**
- Roustakhiz, B. (2014). *Labor Market Studies, Identification and Prioritization of Technical and Vocational Training Needs of Job Seekers and Employees on the Makran Coast* (Research Project Report). Tehran: Technical and Vocational Education Organization. **[In Persian]**
- Roustakhiz, B. Rashvand, M. Kazemi, S. Hosseinbor, M. O. & Salarzahi, H. (2025). The Role and Capability of Communication Methods in Holding Skill Training Courses in Makran Beaches. *Journal of Skill Training*, 13(50), 117-150. **[In Persian]**
- Roustakhiz, B. & Kazemi, S. (2024). Recognizing Iran's Cultural Regions: Towards a Conceptual and Methodological Framework. *Strategic Studies of Culture*, 4(2), 9-52. Doi: 10.22083/SCSJ.2024.442664.1149 **[In Persian]**
- Roustakhiz, B. & Kazemi, S. (2025). *Recognizing Iran's Cultural Regions*. Tehran: Research Institute of Culture, Arts and Communication. **[In Persian]**
- Sarmadi, Z. Bazargan, A. & Hejazi, E. (1997). *Research Methods in Behavioral Sciences*. Tehran: Agah. **[In Persian]**
- Shalchian Rabee, N. (2016). The Role of Tourism in Economic Development, Job Creation and Cleansing Deprivation in the Coasts and Islands of the Persian Gulf (Case Study: Qeshm Free zone). *Journal of Persian Gulf Cultural and Political Studies*, 3(8), 33-64. **[In Persian]**
- Sheikhi, S. (2022). Performance Report of Sistan and Balochistan Science and Technology Park, Esfand 1401 (Performance Report). Zahedan: Sistan and Balochistan Science and Technology Park. **[In Persian]**
- Sistan and Balochistan Province Management and Planning Organization (2023). Statistical Yearbook of Sistan and Balochistan Provinces 1401. Zahedan: Sistan and Balochistan Province Management and Planning Organization. **[In Persian]**
- Statistical Center of Iran (2022). Statistical Yearbook of the Country. Tehran: Statistical Center of Iran. **[In Persian]**
- Tasnim News Agency website (2024). *Details of the Country's Population Announced / The Oldest and Youngest Provinces*. Retrieved May 01, 2025. From <https://tn.ai/3270881>. **[In Persian]**

- Throsby, C. D. (2008). *Creative Australia: The Arts and Culture in Australian Work and leisure*. Canberra: Academy of the Social Sciences in Australia (Occasional Paper). The Academy of the Social Sciences in Australia Canberra.
- Throsby, D. (2014). *Economy and Culture* (Translated from English to Persian by Kazem Farhadi). Tehran: Nay Publishing. **[In Persian]**
- Throsby, D. (2023). *The Economics of Cultural Policy* (Translated from English to Persian by Susan Ala'i). Tehran: Surah Mehr. **[In Persian]**
- UN Trade and Development Report (2024). Retrieved November 01, 2025. From https://unctad.org/system/files/official-document/tdr2024_en.pdf.
- UNESCO and IBRD / the World Bank (2021). *Cities, Culture, Creativity: leveraging Culture and Creativity for Sustainable Urban Development and Inclusive Growth*. UNESCO & World Bank. Retrieved November 25, 2024. From <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377427>.
- Veress, E. (2010). Culture Economy as Resource for Development of the Peripheral (Remote) Towns in Romania. *Anuarul Institutului de Istorie George Baritiu din Cluj-Napoca-Seria Humanistica*, 8(8), 31-39.
- Website of the Center for the Development of Technological Units of Islamic Azad University of Zahedan (2023). *Fanbazaar for Creative Industries and Handicrafts*. Retrieved March 19, 2025. From <https://zahedan.iau.ir/roshd/fa/achievement/34/%D9%81%D9%86-%D8%A8%D8%A7%D8%B2%D8%A7%D8%B1-%D8%B5%D9%86%D8%A7%DB%8C%D8%B9-%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82-%D9%88-%D9%87%D9%86%D8%B1%D9%87%D8%A7%D-B%8C-%D8%AF%D8%B3%D8%AA%DB%8C->. **[In Persian]**
- Website of the General Directorate of Culture and Islamic Guidance of Sistan and Balochistan Province (2024). *Provincial Culture and Art Database*. Retrieved May 01, 2025. From <https://sistanbaloochestan.farhang.gov.ir/fa/database>. **[In Persian]**
- Website of the General Directorate of Culture and Islamic Guidance of Hormozgan Province (2024). *Cultural and Art Information Bank*. Retrieved May 01, 2025. From <https://hormozgan.farhang.gov.ir/fa/banketelaat>. **[In Persian]**
- Website of the Presidential Vice-President for Science, Technology and Knowledge-Based Economy (2019). *Products of Creative companies in Sistan and Balochistan are Exported to Europe*. Retrieved May 01, 2025. From isti.ir/ZQL2. **[In Persian]**
- Yaqubi, M. Sardar Shahraki, A. & Karbasi, A. (2023). Analysis of Obstacles to the Development of Rural Handicraft Cooperatives Market in Sistan and Balochistan Province. *Rural Development Strategies*, 10(4), 513-540. **[In Persian]**
- Ziyari, K. & Hatami, A. (2021). Assessing the Spatial Distribution of Creativity Indicators in the Residential System of Hormozgan Province. *Quarterly Journals of Urban and Regional Development Planning*, 6(16), 49-82. **[In Persian]**



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.