

۱۹۱ ۳۹۲۵

موردکاوی در سیاست‌گذاری فرهنگی

نویسنده:

دکتر وحید خاشعی

عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی

سرشناسه	: خاشعی، وحید، ۱۳۶۰
عنوان و نام‌پدیدآور	: موردکاوی در سیاست‌گذاری فرهنگی / نویسنده وحید خاشعی
مشخصات نشر	: تهران، فوژان، ۱۳۹۷
مشخصات ظاهری	: ۳۰۴ جدول، نمودار
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۹۹۰-۱۵-۴
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه: ص ۳۰۱
موضوع	: سیاست فرهنگی -- ایران
موضوع	: Cultural policy -- Iran
موضوع	: ایران -- زندگی فرهنگی Iran -- Intellectual life
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۷ خ ۶ ف / ۶۵ DSR
رده‌بندی دیویی	: ۹۵۵/۰۲۴
شماره کتابشناسی	: ۵۲۸۱۵۴۴



نشر فوژان

موردکاوی در سیاست‌گذاری فرهنگی

مؤلف: وحید خاشعی

شمارگان: ۵۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول (۱۳۹۷)

حروفچینی و صفحه‌آرایی: اعدام فتحی

چاپ / صحافی: سیمرغ زرین / کیان

تمامی حقوق این اثر محفوظ است. تکثیر یا تولید مجدد آن بطور کلی و جزئی (تلف، فزونی، فایل صوتی، تست‌سازی و انتشار الکترونیکی...) بدون اجازه مکتوب ناشر ممنوع بوده و قابل پیگرد قانونی است.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۹۹۰-۱۵-۴

قیمت: ۳۲۰۰۰ تومان

مرکز پخش: نشر فوژان

تهران، م انقلاب، خ لبافی‌نژاد بین کارگر جنوبی و اردیبهشت، نبش کوچه درخشان پلاک ۲، ط اول.

تلفن: ۰۹۱۲۶۸۶۰۹۲۳-۶۶۴۰۸۵۰۱-۶۶۴۹۰۲۰۹

WWW.FOZHANPUB.IR

Email: fozhan.pub@yahoo.com

فهرست

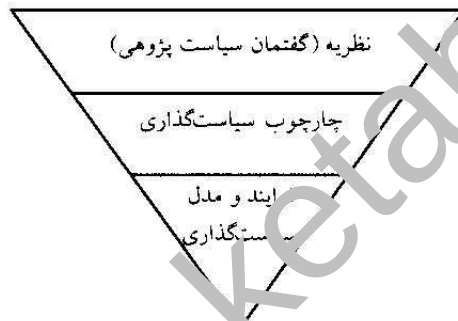
پیشگفتار مؤلف	۵
فصل اول: فرهنگ و سیاست‌گذاری عمومی	۹
الف) مفهوم فرهنگ	۱۱
ب) سطوح عناصر و روابط درونی نظام فرهنگ	۲۲
ج) سیاست‌پذیری فرهنگ	۲۹
د) مدل‌های سیاست‌گذاری عمومی	۴۳
فصل دوم: سیاست‌گذاری فرهنگی با رویکردهای سیستمی	۹۱
الف) مؤلفه‌های فرهنگ	۹۵
ب) سطوح فرهنگ	۹۸
ج) نظام‌واره فرهنگ	۱۰۷
د) فرآیندهای نظام فرهنگ	۱۱۳
هـ) خروجی‌ها و پیامدهای نظام فرهنگ	۱۲۹
و) سیاست‌گذاری فرهنگی مبتنی بر شواهد	۱۳۳
فصل سوم: موردکاوی در سیاست‌گذاری فرهنگی	۱۳۷
مطالعه موردی اول: تحلیل سیاست‌گذارانه شعار سال رهبری	۱۳۹
مطالعه موردی دوم: تحول در صداوسیما	۱۴۴
مطالعه موردی سوم: تحول در سازمان تبلیغات اسلامی	۱۶۵
مطالعه موردی چهارم: شبکه موبیرگی انتقال پیام در کشور	۱۷۴
مطالعه موردی پنجم: علوم انسانی اسلامی در کشور	۱۸۲

۱۸۶	مطالعه موردی ششم: امر به معروف و نهی از منکر
۱۹۵	مطالعه موردی هفتم: امور نخبگان در کشور
۲۰۰	مطالعه موردی هشتم: شهر و شهرداری در کشور
۲۰۵	مطالعه موردی نهم: دستگاه‌های فرهنگی
۲۰۸	مطالعه موردی دهم: شورای عالی انقلاب فرهنگی
۲۱۸	مطالعه موردی یازدهم: وحدت تشیع و تسنن
۲۲۶	مطالعه موردی دوازدهم: مطالعه فرهنگی مردم‌سالاری دینی
۲۳۳	مطالعه موردی سیزدهم: بازی رایانه‌ای در ایران
۲۴۳	مطالعه موردی چهاردهم: مناطق آزاد تجاری
۲۴۸	مطالعه موردی پانزدهم: شبکه‌سازی فرهنگی
۲۶۱	مطالعه موردی شانزدهم: کیفیت فعالیت‌های فرهنگی
۲۶۵	مطالعه موردی هفدهم: کاف‌های اجتماعی و سیاست فرهنگی
۲۸۳	مطالعه موردی هیجدهم: برنامه‌ریزی فرهنگی در دانشگاه
۲۸۷	مطالعه موردی نوزدهم: سیاست‌گذاری مابین‌گانه کتاب
۲۹۶	مطالعه موردی بیستم: مطالعه فرهنگی و سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور
۳۰۱	منابع

پیشگفتار مؤلف

در سیاست‌گذاری عمومی سه سطح تعریف شده و به هم پیوسته علمی وجود دارد که در هرم ذیل به تصویر کشیده شده است:

سطوح سیاست‌گذاری عمومی



گفتمان نظری سیاست‌پژوهی مجموعه‌ای مسجع از پاسخ‌های نظری به سؤالاتی از قبیل: ایدئولوژی دولت، مشروعیت سیاست‌ها، موضع و نقش شبکه‌های قدرتمند و پیچیده (ذی‌نفعان) در سیاست، نقش مردم و رسانه‌ها در سیاست، عامل دولت و چگونگی شکل‌گیری سیاست، معنادهی به نزاع‌های گفتمانی و تأثیرات قدرت بر تشکیل گفتمان سیاستی، چگونگی تشکیل تفاهم عمومی نسبت به سیاست است.

استیونسن در کتاب «شهروندی فرهنگی» مقاله‌ای با عنوان «سه گفتمان سیاست فرهنگی» دارد که نشان می‌دهد تحول در هر یک از این گفتمان‌ها معنا و مقصد متفاوتی دارد. آن سه گفتمان عبارتند از:

State discourse of cultural policy

Market discourse of cultural policy

Civic discourse of cultural policy

در گفتمان دولتی، فرض بر این است که همه چیز متمرکز است و دولت خود را مجاز می‌داند برای تحقق اهدافش وارد عرصه خصوصی شود و به شکل متمرکزی نهادهای هنری مانند

حوزه‌ها، نهادهای تفریحی مانند پارک‌ها و سینماها و ... تمام عرصه‌های فرهنگ را در اختیار داشته باشد و به‌طور متمرکز مدیریت کند؛ یعنی دولت به صورت متمرکز کل عرصه فرهنگ را در مدیریت و حیطه سیاست‌گذاری خود می‌داند. البته گفتمان‌های دولتی را می‌توان در یک طیف از حداقل تا حداکثر دخالت قرار داد. بنابراین شدت تمرکز و سلطه تاحدی است که سازمان‌ها و نهادها بتوانند قدرت دولت را محدود سازند. از نظر ایدئولوژیک دولت‌های متمرکز فرض را بر این می‌گیرند که همه فرهنگ را در اختیار خود دارند. اما در عمل این‌طور نیست؛ چون نیروهای اجتماعی، بخش‌های غیردولتی در تعامل با دولت برای آن محدودیت ایجاد می‌کنند. در حال حاضر در کشورهای اروپایی و غرب گفتمان دولتی به معنای اقتدارگرا یا حداکثری‌اش نداریم، اما در عین حال در این کشورها یک سطحی از مداخله دولت در حوزه فرهنگ وجود دارد. آن سطح شامل حفاظت و حراست از میراث فرهنگی، تاریخی کشورها و همچنین ایجاد خدمات، امکانات و زمینه‌ها برای مشارکت همگانی در تولید و مصرف فرهنگ است. به این معنا که در دولت‌های غربی مداخله دولت یک مداخله حداقلی است و بیشتر شامل فراهم کردن زمینه‌ها برای مشارکت در فرهنگ است، نه تعیین محتوای فرهنگ. در هر حال در غرب اساساً چیزی به نام گفتمان دولتی وجود ندارد. منظور از فرهنگ در این کشورها آموزش، دسترسی به اطلاعات، فراهم کردن رشد استعدادها و امکان تفریح و اوقات فراغت است. گفتمان دولتی بنیانش این بود که به دولت اجازه می‌داد بر فرهنگ، حکومت و مدیریت کند. در این گفتمان فرض این بود که فرهنگ امری هدایت‌پذیر است و دولت در مقامی است که می‌تواند بر فرهنگ حکومت کند. تحول در این گفتمان از طرفت‌گرایی به باین و توسط حکومت به گونه‌ای متمرکز توسط سیاست‌های تحولی دولت طراحی و برنامه‌ریزی می‌شد.

در گفتمان بازاری برخلاف گفتمان پیشین، فرض بر این است که امر فرهنگی عین امر اقتصادی است. همان‌طور که در بازار، دولت نباید دخالت کند و قوانین عرضه و تقاضا، رقابت و بازار تعیین‌کننده در مورد تولید، توزیع و میزان آن است، در عرصه فرهنگ هم تقاضای اجتماعی برای فرهنگ، محصولات فرهنگی و دادوستدهای فرهنگی تعیین‌کننده است. موسیقی، تئاتر، سینما، مطبوعات، تبلیغات و تمامی رسانه‌ها و تمامی کالاها و محصولات که با وجوه نمادین جامعه سروکار دارند، با معیار پول قابل سنجش و اندازه‌گیری‌اند. در نتیجه مردم با بلیط‌هایی که می‌خرند تعیین می‌کنند که چه چیزی را دوست دارند و چه چیزی را دوست ندارند. چرخه تولید، توزیع و مصرف نمادها را مردم انتخاب می‌کنند. در اینجا بازار، یعنی مردم، پس اگر دولت

به هر شکلی دخالت کند در حوزه فرهنگ معنی اش این است که می‌خواهد در این بازار تغییر ایجاد کند. فرهنگ آن چیزی است که هست. اگر دولت بیايد در آن دخالت کند، یعنی می‌خواهد فرهنگ را به چیز دیگری تبدیل کند که فرهنگ نیست. از این رو گفته می‌شود که اصلاً لازم نیست دولت در عرصه فرهنگ دخالت کند یا سازمانی و تشکیلاتی برای برنامه‌ریزی در این زمینه داشته باشد. گفتمان بازار معتقد است اگر کالایی هست که گیشه ندارد، بنابراین محکوم به نابودی است. در این گفتمان تحول فرهنگی به دست بازار عرضه و تقاضای فرهنگی سپرده می‌شود و این بازار است که حدود و ثغور تحول را تعیین می‌کند و دولت تنها به‌عنوان یکی از بازیگران در کنار سایر بازیگران بازار نقش بازی می‌کند.

گفتمان سوم که استیونس از آن نام می‌برد، گفتمان جامعه مدنی است؛ یعنی انواع سازمان‌های جامعه مدنی به ازای بقا کنش‌های فرهنگی شکل می‌گیرد و بسط پیدا می‌کند و باعث می‌شود که یک تعادل کنترل شده بین بخش‌های مختلف جامعه مدنی و دولت به وجود آید. بحث حقوق شهروندی، حقوق فرهنگی، صنعت فرهنگ و سایر مفاهیم مدرن در مقوله فرهنگ، با توجه به این گفتمان قابل تحلیل و تبیین هستند. تحول فرهنگی در این گفتمان نیز معنا و مفهوم خود را دارد. در این گفتمان، تحول فرهنگی از گذر نهادهای مختلف جامعه مدنی قابل طرح است.

به نظر می‌رسد سیاست‌گذاری فرهنگی در ایران، کارزاری، تقاطعی میان گفتمان اول و سوم است. لذا در این کتاب در فصل اول به مقوله فرهنگ و سیاست، گذاری عمومی پرداخته شده است. انواع تعاریف فرهنگ و ویژگی‌های هر کدام از تعاریف، ساختار و عناصر فرهنگ، سیاست‌پذیری فرهنگ و مدل‌های سیاست‌گذاری عمومی از جمله موضوعاتی است که در فصل اول کتاب مورد توجه قرار گرفته است.

در فصل دوم، رویکرد سیستمی در سیاست‌گذاری فرهنگی تعریف و تبیین شده، و مدل مطلوب سیاست‌گذاری فرهنگی در ایران معاصر از نگاه نویسنده معرفی شده است. در فصل سوم، بیست نمونه مختلف سیاست‌گذاری فرهنگی مبتنی بر شواهدی از ایران معاصر مورد مطالعه قرار گرفته است.

امید است کتاب حاضر که مدعی تلفیق سه حوزه علمی مدیریت راهبردی، نظریه سیستم‌ها و سیاست‌گذاری عمومی است بتواند گامی مؤثر و جدید در حوزه خط‌مشی‌گذاری فرهنگی باشد.