

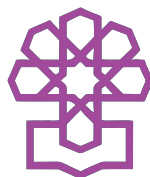
الگوی سیاستی بالادستی «مردمی‌سازی فرهنگ عمومی»

مبنتی بر اندیشه و آراء مقام معظم رهبری (دام ظلّه العالی)



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شماره مسلسل: ۲۰۸۲۱
کد موضوعی: ۲۷۰



مرکز پژوهش‌های
مجلس شورای اسلامی

تاریخ انتشار:
۱۴۰۴/۴/۲۲

عنوان گزارش:

الگوی سیاستی بالادستی، مردمی‌سازی فرهنگ عمومی؛ مبتنی بر اندیشه و آرای مقام معظم رهبری (دام ظلّه العالی)

نوع گزارش: طرح/لایحه □ راهبردی ■، نظارتی □، پیش‌نویس قانونی □

نام دفتر:

مطالعات فرهنگی و آموزش (گروه فرهنگ عمومی، هنر و صنایع خلاق)

تهیه و تدوین:

سعید جوادیان فرد

مدیر مطالعه:

رضا مستمخ

ناظران علمی:

موسی بیات، بهروز طهماسب کاظمی

ناظران علمی خارج از مرکز:

محمد هادی همایون (عضو هیئت علمی دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع))، سید مجید امامی (عضو هیات علمی دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع))، عطاالله رفیعی آتانی (دکترای اقتصاد اسلامی از دانشگاه تهران و عضو هیئت علمی دانشکده پیشرفت دانشگاه علم و صنعت)

گرافیک و صفحه آرایی:

سیده فاطمه ابوطالبی

ویراستار ادبی:

سیده مرضیه موسوی راد

واژه‌های کلیدی:

۱. فرهنگ عمومی
۲. مردمی‌سازی
۳. حکمرانی مردمی
۴. حکمرانی مشارکتی
۵. مشارکت فرهنگی

تاریخ شروع مطالعه:

۱۴۰۴/۱۱/۱



فهرست مطالب

۷	چکیده
۹	خلاصه مدیریتی
۱۰	۱. مقدمه (بیان مسئله)
۱۱	۲. پیشینه
۱۱	۱-۲. سوابق سیاستی و تقنینی به همراه آسیب‌شناسی و ارزیابی
۱۵	۳. ادبیات نظری
۱۵	۱-۳. حکمرانی
۱۶	۲-۳. الگوهای حکمرانی مشارکتی
۱۶	۳-۳. حکمرانی مردمی و مردمی‌سازی فرهنگ
۱۷	۴-۳. زیست‌بوم فرهنگ عمومی
۱۸	۵-۳. الگوهای دکترینال (رهیافت اصولی) حکمرانی مشارکتی فرهنگ
۲۳	۴. روش پژوهش
۲۶	۵. یافته‌های پژوهش
۲۶	۱-۵. مبانی
۲۷	۲-۵. بخش‌بندی بازیگران و نقش‌آفرینان زیست‌بوم فرهنگ عمومی
۲۸	۳-۵. دکترین (رهیافت اصولی) سیاستی
۲۹	۴-۵. تبیین مقایسه‌ای دکترین (رهیافت اصولی) مردمی‌سازی فرهنگ عمومی در نسبت با سایر دکترین‌ها
۳۲	۵-۵. سیاست‌های کلان ذیل دکترین (رهیافت اصولی) سیاستی
۳۴	۶. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری
۳۶	۷. پیوست
۴۲	منابع و مأخذ

فهرست جداول

جدول ۱. برخی مبانی مردمی سازی فرهنگ عمومی.....	۹
جدول ۲. برخی سیاست‌های کلان مردمی سازی فرهنگ عمومی.....	۹
جدول ۳. مرور اسناد و مصوبات سیاستی عام از منظر نقش مردم در اداره فرهنگ (به ترتیب جایگاه رسمی)....	۱۲
جدول ۴. برخی سیاست‌ها، قوانین و مقررات حمایت از سرمایه گذاری، تولید و فعالیت در حوزه فرهنگ و هنر.....	۱۴
جدول ۵. تعاریف حکمرانی مشارکتی.....	۱۶
جدول ۶. ماتریس سه بُعدی اهداف، ابزار و نهادها در زیست بوم فرهنگ عمومی.....	۱۸
جدول ۷. نمونه کاربست روشی.....	۲۵
جدول ۸. مقایسه مردمی سازی با سایر دکترین‌ها (رهیافت اصولی).....	۳۱
جدول ۱. پیوست داده‌های خام مبانی مردمی سازی فرهنگ عمومی.....	۳۴
جدول ۲. پیوست داده‌های خام دکترین سیاستی و سیاست‌های مردمی سازی فرهنگ عمومی.....	۳۶

فهرست شکل‌ها

شکل ۱. دکترین‌های (رهیافت اصولی) مشارکت در حکمرانی فرهنگ.....	۲۱
شکل ۲. مردم و الگوهای چهارگانه مشارکت در حکمرانی فرهنگ.....	۲۱
شکل ۳. هرم الگوی سیاستی.....	۲۴
شکل ۴. لایه بندی بازیگران زیست بوم فرهنگ عمومی.....	۲۸
شکل ۵. نگاه از بالا به هرم الگوی سیاستی بالادستی مردمی سازی فرهنگ عمومی.....	۳۱

الگوی سیاستی بالادستی، مردمی‌سازی فرهنگ عمومی مبتنی بر اندیشه و آرای مقام معظم رهبری (دام‌ظله‌العالی)

چکیده

اصطلاح مردمی‌سازی در برنامه هفتم پیشرفت، ۹ مرتبه به کار رفته که سه مرتبه از آن، در فصل فرهنگ عمومی است. به‌طور کلی استفاده از عناوین مرتبط با مشارکت مردمی در اسناد رسمی، در صورتی است که طراحی الگوهای مربوط به آن در حاکمیت و نیز مجامع اندیشه‌ورز جای خالی بسیاری دارد.

پژوهش حاضر به‌عنوان گامی زیربنایی، اقدام به ترسیم الگوی سیاستی بالادستی مردمی‌سازی فرهنگ عمومی در جمهوری اسلامی ایران کرده است. این الگو، شامل سه لایه است:

لایه اول، مبانی مورد نظر در مردمی‌سازی فرهنگ است که برخی از آنها عبارتند از: ماهیت زیربنایی و انفکاک‌ناپذیری فرهنگ نسبت به سایر نظامات، رابطه علیّ میان تمرکزگرایی در اداره فرهنگ با توقف در پیشرفت فرهنگی، واسپاری مدیریت‌ها به ظرفیت مردمی متعهد به‌عنوان پیشران ایجاد حرکت عمومی، باغبانی فرهنگ بر مبنای فراهم‌سازی آزادی برای رشد طبیعی در عین اقدام به رفع موانع محیطی.

لایه دوم، تفصیل دکترین (رهیافت اصولی) سیاستی مردمی‌سازی فرهنگ عمومی است که شامل چهار بخش است:

۱. هویت‌بخشی و مسئولیت‌سپاری بر مدار کشف ظرفیت‌ها، اعتباربخشی به آنها و میدان‌سپاری امور،

۲. کمک به توانمندسازی نهادی بر اساس ایجاد دسترسی ارتباطی - اطلاعاتی، ارتقای دانش و مهارت‌ها و تجهیز شناختی،

۳. ایجاد بستر پشتیبانی و حمایت هوشمند مبتنی بر تسهیلگری نسبت به فعالیت بخش‌های غیردولتی و آحاد و نیز تنظیم‌گری مشارکتی در راستای بیشینه‌سازی جریان ارزش‌ها همراه با مصونیت‌زایی برای فعالان مردمی،

۴. راهبری و هماهنگ‌سازی فعالیت‌های فرهنگی بر پایه خلق میدان، گفتمان‌سازی مشارکتی و جبهه‌سازی از ظرفیت‌ها.

در **لایه سوم**، سیاست‌های بالادستی مربوطه، به تفکیک ذیل هر کدام از بخش‌های دکترین (رهیافت اصولی)، صورت‌بندی شده است.



بیان / شرح مسئله

در نظریه حکمرانی انقلاب اسلامی، قدرت، برآمده از درون قشرهای مردم است که با حرکتی پایین به بالا، از قاعده هرم اجتماعی آغاز شده و تا رأس هرم صعود می‌کند. این تعبیر، بیانگر مبنایی در شکل‌گیری الگویی بومی با نام حکمرانی مردمی است. در واقع، حکمرانی مردمی عبارت است از: «حضور اندیشه، اراده و نیروی عموم مردم در عرصه حکمرانی با هدف سپردن بیشینه امور در ساحت‌های شناسایی، تصمیم‌گیری، اجرا و ارزیابی به آنها».

اما این الگوی از حکمرانی به مثابه گفتمان اصلی شکل‌گیری انقلاب اسلامی، به مرور با شکل‌گیری و توسعه لایه‌های ساختاری، دچار تعدیل شد. این در حالی بود که تغییر و تحولات در نظام اداری کشور پس از انقلاب و ظهور سازمان‌هایی مردم‌پایه و غیردیوان‌سالار، یکی از دستاوردهای انقلاب اسلامی شناخته می‌شد و انتظار این بود که عملکرد این سازمان‌ها به دیگر نهادها و سازمان‌ها منتقل شود؛ اما نه تنها این اتفاق رخ نداد که خود این سازمان‌ها نیز با استحاله ماهوی به سمت ساختارهای متعارف دیوانی حرکت کردند.

در این میان، مدیریت عرصه فرهنگ که هسته سخت انقلاب اسلامی است، نیز مانند بقیه بخش‌ها، متأثر از این نگاه شد، اما ریشه این تمرکزگرایی به این مسئله برمی‌گردد که با توجه به محوری بودن فرهنگ در ایده انقلاب اسلامی، حکومت خود را موظف و بلکه ناگزیر می‌داند حضوری مقتدرانه در حوزه فرهنگ داشته باشد؛ این در حالی است که تحقق این امر، بسیار ظریف و محتاج برنامه‌ریزی و نگاهی راهبردی است، چرا که اصولاً فرهنگ، فرآورده‌ای انسانی است که ریشه در عرف مردم دارد. چنین ماهیتی از فرهنگ، حکومت را نیازمند طراحی الگویی غیردیوان‌سالار برای مداخله در عرصه فرهنگ و انتخاب رویکردهای مشارکتی با حضور جدی بخش‌های غیردولتی می‌کند؛ امری که شواهد موجود، حکایت از عدم اهتمام لازم بدان از سوی دولت و نهادهای ذی‌نقش دارد.

حال با نگاهی به آینده، این سؤال مطرح است که الگوهای مشارکت مردم در حکمرانی حوزه فرهنگ عمومی چیست؟ در همین فضا، الگوی مورد نظر انقلاب اسلامی ذیل گفتمان حکمرانی مردمی صورت‌بندی می‌شود و لذا بحث از مردمی‌سازی در جهت تحقق این الگو، امری اصولی و نه اقتضایی و دفاعی است. در این چارچوب، مردمی‌سازی فرهنگ، به معنای «طراحی ساز و کارها و فرایندهای لازم جهت تحقق و تأمین حضور مردم در ساحت‌های مختلف اداره و تمشیت فرهنگ» است.

نقطه‌نظرات / یافته‌های کلیدی

پژوهش حاضر به عنوان گامی زیربنایی، اقدام به ترسیم الگوی سیاستی بالادستی مردمی‌سازی فرهنگ عمومی در جمهوری اسلامی ایران کرده است. این الگو، شامل سه لایه است که در این پژوهش، محتوای تشکیل‌دهنده الگوی سه لایه‌ای، برگرفته از بیانات مقام معظم رهبری (دام‌الله‌العالی) در کنار اقتباس‌هایی از اسناد سیاستی مرتبط با حوزه فرهنگ است.

لایه اول، مبانی مورد نظر در مردمی‌سازی فرهنگ است. مبانی، گزاره‌هایی پایه‌ای مبتنی بر استخراج واقعیت‌های اساسی مرتبط با موضوع مورد نظر، ذیل نگاه‌های هستی‌شناسانه، جامعه‌شناسانه، انسان‌شناسانه، ارتباط‌شناسانه و ... است. برخی مبانی حاصل از این پژوهش در موضوع مردمی‌سازی فرهنگ عمومی به صورت اجمالی عبارتند از:

جدول ۱. برخی مبانی مردمی سازی فرهنگ عمومی

مبانی	
- ماهیت زیربنایی و انفکاک ناپذیری فرهنگ نسبت به ساخت‌ها و نظامات مختلف اقتصادی، اجتماعی و سیاسی	- الگوی پیشرفت مبتنی بر دیالکتیک همکاری نه دیالکتیک تقابل و تضاد
- مراجعه حاکمیت به رأی، اراده و خواست عمومی، الزامی تعهدآور و غیر قابل نقض و نه صرفاً یک قرارداد اجتماعی	- انحصار و تمرکزگرایی در اداره فرهنگ، عامل مهم توقف و تعلل در پیشرفت فرهنگی
- واسپاری مدیریت‌ها به ظرفیت مردمی متعهد به عنوان پیشران ایجاد حرکت عمومی در حوزه فرهنگ	- باغبانی فرهنگ بر مبنای فراهم کردن آزادی برای رشد طبیعی در عین اقدام به رفع موانع محیطی

مأخذ: نگارنده.

لایه دوم الگوی سیاستی، عبارت است از: تفصیل دکترین (رهیافت اصولی) سیاستی مردمی سازی فرهنگ عمومی، دکترین (رهیافت اصولی) عبارت است از: تصمیمی واسطه‌ای برای نیل از مبانی به سیاست‌ها. در نهایت مبتنی بر آن، در لایه سوم، سیاست‌های بالادستی مردمی سازی فرهنگ عمومی، ارائه می‌شود.

پیشنهاد راهکارهای تقنینی، نظارتی یا سیاستی

در پژوهش حاضر، دکترین (رهیافت اصولی) سیاستی تفصیلی حاصله برای مردمی سازی فرهنگ عمومی، شامل ۴ بخش است:

۱. **هویت بخشی و مسئولیت سپاری** بر مدار کشف ظرفیت‌ها، اعتبار بخشی به آنها و میدان سپاری امور،
 ۲. **کمک به توانمندسازی نهادی** بر اساس ایجاد دسترسی ارتباطی - اطلاعاتی، ارتقای دانش و مهارت‌ها و تجهیز شناختی نسبت به صحنه داخلی و خارجی،
 ۳. **ایجاد بستر پشتیبانی و حمایت هوشمند** مبتنی بر تسهیلگری نسبت به فعالیت بخش‌های غیردولتی و آحاد و نیز تنظیم‌گری مشارکتی در راستای پیشینه سازی جریان ارزش‌ها همراه با مصونیت زایی برای فعالان مردمی،
 ۴. **راهبری و هماهنگ سازی** فعالیت‌های فرهنگی بر پایه خلق میدان، گفتمان سازی مشارکتی و جبهه سازی از همه ظرفیت‌ها.
- مبتنی بر این دکترین (رهیافت اصولی)، بسته سیاستی بالادستی و کلان مردمی سازی فرهنگ عمومی، صورت‌بندی شده که در جدول زیر، برخی سیاست‌های استخراجی بیان می‌شود:

جدول ۲. برخی سیاست‌های کلان مردمی سازی فرهنگ عمومی

الف) برخی سیاست‌های هویت بخشی و مسئولیت سپاری	ب) برخی سیاست‌های توانمندسازی نهادی
- تمرکززدایی و گشایش میدان برای بخش‌های غیردولتی در عرصه دفاع فرهنگی با رویکرد اولویت بخشی به مجموعه‌های غیرانتفاعی و کنشگران مردمی در حفاظت، مقاومت و پیشرفت فرهنگی. - حضور و خود موقعیتیابی داوطلبانه و درون‌نهادی ظرفیت‌های مردمی مختلف در آرایش جبهه فرهنگی و عدم مداخله قهری حاکمیت در جانمایی آنها. - نگاه سیاستگذار و برنامه‌ریز حاکمیتی به تامین مصالح جامعه از افق خواست و اراده مردم و جانمایی آن در طراحی الگوی اقدام.	- کمک به تجهیز اطلاعاتی و شناختی حرکت‌های مردمی نسبت به داده‌ها و عناصر دخیل در مسائل، موقعیتیابی وضع موجود و کشف فرصت‌ها و تهدیدهای داخلی و خارجی. - نقش‌آفرینی ستادهای حاکمیتی در شکل‌گیری، توسعه و تقویت نهاد مردمی حلقه‌های میانی با کارویژه هدایت، تعریف کار، شناسایی و ارائه راهکار، برنامه‌ریزی و ایجاد حرکت عمومی. - پشتیبانی فکری و راهبردی جریان مردمی با کمک به ایجاد و گسترش هیئت‌های اندیشه‌ورزی دارای نقش و نه صرفاً مشورت‌دهنده در نظام عملیاتی
ج) برخی سیاست‌های پشتیبانی و حمایت هوشمند	د) برخی سیاست‌های راهبری و هماهنگ سازی
- اولویت بخشی به تامین زیرساخت‌های لازم ارتباطاتی، فناوریانه، اطلاعاتی و عمرانی جهت حضور و فعالیت ظرفیت‌های مردمی و بدین طریق، دستیابی به استمرار، پایداری و سهولت در توسعه. - آمایش سرزمینی و ایجاد نقشه‌ها و الگوهای عملیاتی اقلیم‌پایه جهت برنامه‌ریزی راهبردی و تقسیم عادلانه امکانات بین افراد، گروه‌ها و تشکلهای. - برنامه‌ریزی، رصد و ارزیابی ستادی متناسب با اثربخشی واقعی و تحقق نتایج خارجی فعالیت فرهنگی در میان جامعه هدف و ذی‌نفعان نهایی. - طراحی نظام اولویت‌ها براساس کیفیت و اثربخشی با نگاهی ویژه به مقوله تولید محتوا در نظام پشتیبانی.	- پرهیز ستادها از تأسیس‌گری موازی و هم‌پوشانی اقدامات فرهنگی در جایی که نیازی به تعدد نیست. - جبهه‌سازی با تمرکز بر توان مردمی جهت ایجاد قدرت، ابتکار و تنوع در مقابله فرهنگی. - تفکیک نهادی بین لایه ستادی و عملیاتی و عدم ورود ستادها در بخش عملیات. - رویکرد قرارگاهی حاکمیت با تکیه بر ثبات در سیاست‌ها به دور از وابستگی به جناح‌ها و جریان‌های سیاسی. - تلاش برای رفع موانع ساختاری دستگاه‌های دولتی در راهبری جریان‌های مردمی در کنار استفاده از ظرفیت نهادهای حاکمیتی غیردولتی.

مأخذ: همان.



۱. مقدمه (بیان مسئله)

در پایان قرن بیستم و اتفاقاتی که در عرصه جهانی در جوامع روی داد و آنها را بیش از پیش به سمت مدرنیته (تجدد) سوق داد، نوع نگرش عمومی مردم به جهان و به تبع آن نظریه‌های اجتماعی که سعی در توصیف و تحلیل جامعه داشتند، دستخوش تحولاتی شد. نظریات دولت - ملت و دولت مقتدر با چالش مواجه شدند و ایمان به بوروکراسی به مرور از میان رفت. در نهایت متأثر از این اتفاقات، از آن زمان ادبیات حکمرانی مورد توجه قرار گرفت [۱] و این، شروع پردازش ادبیات جدید مدرنیته پیرامون تولید مدل‌های متنوع حکمرانی با رویکرد ضریب‌گیری مشارکت بخش‌های غیردولتی بود.

اما با پیدایش انقلاب اسلامی، نظام برآمده از آن، شیوه حکمرانی بومی خود را در میانه تئوری‌های غربی برای دستیابی به پیشرفت، طلب کرد. در نظریه حکمرانی انقلاب اسلامی، قدرت برآمده از درون قشرهای مردم است که با حرکتی از پایین به بالا، از قاعده هرم اجتماعی آغاز شده و تا رأس هرم صعود می‌کند [۲]. این بیان، مبانی برای نوعی از حکمرانی بومی و اختصاصی بود که می‌توان آن را الگوی حکمرانی مردمی^۱ نامید. الگوی حکمرانی مردمی به مثابه گفتمان اصلی شکل‌گیری انقلاب اسلامی، به مرور با شکل‌گیری و توسعه لایه‌های ساختاری و نهادهای رسمی، دچار تعدیل شد. این در حالی بود که تغییر و تحولات در نظام اداری کشور پس از انقلاب و ظهور سازمان‌هایی انقلابی به عنوان یکی از دستاوردهای انقلاب اسلامی شناخته می‌شد [۳] و انتظار این بود که عملکرد این سازمان‌ها به دیگر نهادها و سازمان‌های جمهوری اسلامی منتقل شود، اما نه تنها این اتفاق رخ نداد که خود این سازمان‌ها نیز با استحاله ماهوی به سمت ساختارهای متعارف اداری حرکت کردند [۴]. اداره امور فرهنگ در بیش از سه دهه با این چالش بین نیروهای انقلابی و فن‌سالار مواجه بوده است که البته در این چالش، معمولاً نیروهای فن‌سالار و مدرن فائق آمده و موفق شده‌اند اقتضائات بوروکراسی (دیوان‌سالاری) را بر آرمان‌های انقلابی و اسلامی تحمیل کنند [۵]. نقطه اوج تفوق تفکرات مدرن و فن‌سالار و به تبع آن بسط الگوها و روش‌های مدرن در اداره دولت را باید در برنامه‌های سوم و چهارم توسعه جستجو کرد [۶] که ادغام جهاد در وزارت کشاورزی نیز در همین دوره اتفاق افتاد.

در این میان، عرصه فرهنگ که به نوعی هسته سخت انقلاب اسلامی است، نیز مانند بقیه بخش‌ها، متأثر از این نگاه بود. به بیانی، مسئله این بود که پیوند هویتی انقلاب با مقوله فرهنگ، در لایه حاکمیت رسمی عموماً با نگاهی سلسله‌مراتبی معنایی شد. در این راستا، به تدریج که از شکل‌گیری انقلاب اسلامی فاصله گرفته و وجوه رسمی تشکیلات اداره فرهنگ، فربه‌تر می‌گشت، رویکرد تصدی‌گری از سوی حاکمیت در عرصه فرهنگ، صبغه و انحصار بیشتری پیدا می‌کرد. این اتفاق در صورتی بود که امام خمینی (ره) و سپس مقام معظم رهبری (دام‌ظله‌العالی) در طول سالیان بعد از شکل‌گیری انقلاب، بارها بر نقش محوری و بی‌بدیل مردم در حفظ ارزش‌ها و پاسداری از فرهنگ انقلاب اسلامی تأکید کرده و تا حد ممکن، تذکرها و پیگیری‌های لازم از سوی ایشان نسبت به مسئولان و دست‌اندرکاران امر، انجام می‌گرفت.^۲

در حال حاضر با گذشت نزدیک به پنج دهه از عمر انقلاب، این نوع از تفکر دیوانی در ساختار فرهنگی جمهوری اسلامی قابل رصد است. امروزه حوزه فرهنگ عمومی بیش از هر زمان دیگری، گرفتار چالش در بازنمایی اقتدار سیاسی و تنازع شده است. در نگاهی عمیق‌تر، این حوزه اساساً جزء ماهوی و از ارکان ایده انقلاب اسلامی بوده و در پیدایش و استمرار نظام اسلامی، همانند خون در کالبد آدمی است. بر همین پایه، حاکمیت خود را موظف و بلکه ناگزیر می‌داند حضوری مقتدرانه در حوزه فرهنگ عمومی داشته باشد؛ این در حالی است که تحقق این امر، کاری بسیار ظریف و محتاج برنامه‌ریزی و نگاهی راهبردی است. چراکه اصولاً فرهنگ، فراورده‌های انسانی است و بن‌مایه فرهنگ، دست‌کم در برخی تعاریف، ارزش‌ها و هنجارها یا نموها و نمادهایی است که ریشه در عرف و مردم دارد.^۳

1. Peoplized Governance

۲. بیانات مقام معظم رهبری (دام‌ظله‌العالی): من در طول این سال‌های متعدد به افراد متعددی هم تکلیف کردم که بروید این تشکلهای مردمی، این مجموعه‌ها، این واحدهای مردمی را که خودشان دارند کار فرهنگی می‌کنند، پیدا کنید، تشویق کنید، متشکل کنید، در حدود ممکن پشتیبانی کنید؛ نتوانستند؛ به آن کسانی که بنده تکلیف کردم نتوانستند. یک چنین حرکت عظیمی لازم است، ۱۳۹۲/۰۲/۰۲.

۳. بیانات مقام معظم رهبری (دام‌ظله‌العالی): فرهنگ به مردم متکی است؛ این همه مجالس عزاداری، این همه مجالس سخنرانی، این همه انجمن‌های ادبی، این همه انجمن‌های علمی، اینها را اصلاً کی دولت‌ها می‌توانند به وجود بیاورند؟ کجا ممکن است؟ این همه نمازهای جماعت، این همه کارهای گوناگون فرهنگی که در سطح کشور انجام می‌گیرد، اگر فرض کنیم دولت‌ها بخواهند هم این کارها را انجام بدهند، نمی‌توانند انجام بدهند؛ کار مردم است ۱۳۹۲/۰۹/۱۹.

چنین ماهیتی از فرهنگ، حکومت را نیازمند طراحی الگویی غیردیوان سالار برای مداخله در عرصه فرهنگ و انتخاب رویکردها و الگوهای مشارکتی با حضور جدی بخش‌های غیردولتی می‌کند؛ امری که فضای موجود، حکایت از عدم اهتمام لازم بدان دارد.

از دریچه حکمرانی و سیاستگذاری نیز، فرهنگ تفاوتی ماهوی با سایر حوزه‌ها دارد. در سایر حوزه‌ها نظیر حوزه اقتصادی و تا حتی حوزه‌های اجتماعی و سیاسی، مشارکت مردم به نوعی ابزار تحقق اهداف است و لذا بسته به کارکردی که به مثابه ابزار در تحقق اهداف دارند، می‌توانند در الگوی حکمرانی، حضور یابند؛ برای مثال در حوزه مسائل اجتماعی، بوم‌های مختلف، استفاده از داده‌ها و اطلاعات میدانی مردمی بسیار اساسی است، اما این امر به عنوان ابزار حل مسئله‌های عینی است. در اقتصاد هم به همین کیفیت، مشارکت مردم در لایه‌های مختلف مسئله‌شناسی تا تصمیم‌سازی و اجرا می‌تواند اثری بی‌بدیل داشته باشد، اما همه اینها در جایگاه ابزاری کارآمد در فرایند حل مسئله هستند، اما در حوزه فرهنگ و به خصوص فرهنگ عمومی، چگونگی ظهور و حضور مردم، هم وجه مسئلگی و هم عامل اصلی حل مسئله و نه فقط ابزار آن است. با توجه به دو امر پیش گفته یعنی اولاً، ماهوی بودن مداخله حاکمیت در فرهنگ و ثانیاً، مسئله‌مندی و عاملیت اصلی نقش و حضور مردم در حل مسئله فرهنگی، این سؤال به صورت جدی مطرح است که الگوی مشارکت مردم در حکمرانی حوزه فرهنگ عمومی چیست؟ در این فضا، الگوهایی چون لیبرالیسم با ایده واسپاری اداره فرهنگ به بازار تا الگوی توتالیتریزم (تمامیت‌خواهی) با ایده تمامیت‌طلبی دولتی در مداخله امر فرهنگی هر کدام نمونه‌هایی در جهان معاصر دارند، اما در این میان، الگوی انقلاب اسلامی همان حکمرانی مردمی بوده و لذا بحث از مردمی‌سازی، امری اصولی و نه اقتضایی و دفعی است.

مردمی‌سازی، از جمله تعبیری است که در فضای سیاستی و تقنینی و در مطالب رسمی و غیررسمی امروز ایران، بسیار مورد استفاده است. برای نمونه، در برنامه هفتم پیشرفت، ۹ بار این اصطلاح به کار رفته که سه بار از آن، در فصل هفتم (فرهنگ عمومی) است.^۱ این میزان استفاده از تعبیر مذکور، در صورتی است که هنوز طراحی و تدوین الگوهای مربوط به آن، در فضای علمی - اندیشه‌ای، جای خالی بسیاری دارد؛ دغدغه‌هایی که مقام معظم رهبری (دام‌ظله‌العالی) در این سال‌ها، چندین بار بدان اشاره و برای مثال در بخشی از بیانات خود، بحث از تعیین الگوهای مشارکت مردم کرده‌اند.^۲

با این توضیح، پژوهش حاضر به دنبال ترسیم الگوی سیاستی بالادستی مردمی‌سازی فرهنگ عمومی در جمهوری اسلامی ایران است تا بتوان مبتنی بر آن به طراحی الگوهای سیاستی پایین‌دستی و عملیاتی در سطوح مختلف پرداخت.

۲-۱. سوابق سیاستی و تقنینی به همراه آسیب‌شناسی و ارزیابی ۲-۱-۱. اسناد و مصوبات سیاستی عام از منظر نقش مردم در اداره فرهنگ

با بررسی اسناد سیاستی مرتبط با مردمی‌سازی فرهنگ و الگوی مداخله حاکمیت در این موضوع، موارد زیر استخراج شد:

۱. <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1809128>

۲. بیانات مقام معظم رهبری (دام‌ظله‌العالی): راه‌های مشارکت [نشان داده بشود]. کسانی بنشینند شیوه‌های ممکن برای مشارکت قشرهای مختلف مردم را نشان بدهند، ۱۴۰۳/۰۱/۱۵.



جدول ۳. مرور اسناد و مصوبات سیاستی عام از منظر نقش مردم در اداره فرهنگ (به ترتیب جایگاه رسمی)

ردیف	عنوان مصوبه	عبارت مورد نظر
۱	نقشه مهندسی فرهنگی کشور (۱۳۹۳)	- ارزش‌ها، ۵-۲: مردم‌سالاری: حضور و مشارکت مردم در اداره جامعه با راهبری ولایت فقیه که بر مبنای مشروعیت الهی و مقبولیت مردمی استوار است. - اصل (۵): تعاون و مشارکت مردمی: زمینه‌سازی و حمایت از مشارکت حداکثری مردم و نهادهای مردمی در فعالیتهای فرهنگی باید فراهم شود. - چشم‌انداز ۱-۵: نظام فرهنگی کارآمد با تحول در اهداف، ساختارها، فرایندها، وظایف و مأموریت‌های نهادهای مردمی، عمومی و دولتی با رویکرد ایجاد انسجام، هم‌افزایی، ارتقای کارآمدی و محوریت مشارکت مردمی و بهره‌مند از نهادهای اصیل دینی؛ - راهبرد کلان ۶: انسجام‌بخشی و تقویت مشارکت فراگیر و نظام‌مند نهاد خانواده. - بند «۸»: اقدامات ملی ذیل راهبرد کلان ۱: برنامه‌ریزی برای مشارکت نظام‌مند مردم و نهادهای مردمی در چارچوب قوانین و مقررات. - بند «۲۳» اقدامات ملی ذیل راهبرد کلان ۳: توسعه و ترویج الگوهای متنوع و منعطف مشارکت فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی زنان - بند «۳۰» اقدامات ملی ذیل راهبرد کلان ۳: طراحی شبکه‌های اجتماعی و سازوکارهای استفاده از تجربیات سالمندان و برنامه‌ریزی برای حضور و مشارکت آنان در برنامه‌های فرهنگی، اجتماعی، تفریحی و محلی. - راهبرد ملی ۶ ذیل راهبرد کلان ۱۲: حمایت از تأسیس، گسترش، توانمندسازی و متناسب‌سازی دستگاه‌ها، نهادها و شبکه‌های فرهنگی - اجتماعی (دولتی، عمومی و مردمی) با رویکرد اسلامی، انقلابی و ارتقای سطح مشارکت آنها در تصمیم‌سازی، تصمیم‌گیری و اجرای فعالیتهای فرهنگی کشور. - بند «۲-۹» اقدامات ملی ذیل راهبرد کلان ۱۲: ارتقای مشارکت مردم در آبادانی و اداره مساجد و افزایش حضور و انس آحاد مردم و اقشار اجتماعی به‌ویژه نوجوانان و جوانان در آن برای عبادت و سلوک دینی.
۲	برنامه هفتم پیشرفت جمهوری اسلامی ایران (۱۴۰۳)	- بند «ث» ماده (۷۵): وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مکلف است به‌منظور مردمی‌سازی فعالیت‌های فرهنگی و استفاده از ظرفیت مساجد با همکاری مرکز رسیدگی به امور مساجد، سازمان بسیج مستضعفین، سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان اوقاف و امور خیریه با کسب نظر شورای عالی حوزه‌های علمیه و شورای سیاستگذاری ائمه جمعه و شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی اقدامات قانونی لازم را برای تهیه و تصویب طرح مسجدمحوری در محلات ظرف سه‌ماه از لازم‌الاجرا شدن این قانون پس از طی تشریفات قانونی انجام دهد. - بند «د» ماده (۷۵): وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مکلف است با هماهنگی سازمان بسیج مستضعفین و همکاری قرارگاه فرهنگی و اجتماعی حضرت بقیه الله الاعظم ارواحنا فدا، ظرف یک‌سال از لازم‌الاجرا شدن این قانون، آیین‌نامه اجرایی حمایت و پشتیبانی از مردمی‌سازی فرهنگ و جریان حلقه‌های میانی مروج گفتمان انقلاب اسلامی را در حوزه‌هایی همچون نهضت‌های قرآنی، خانواده، بانوان، عفاف و حجاب، فضای مجازی و تولید محتوای رسانه‌ای، نوشت‌افزار ایرانی اسلامی، مطالبه‌گری پیشرفت و عدالت، جنبش نرم‌افزاری، فعالیت‌های مردمی ورزشی، تربیتی و سبک زندگی سالم تهیه نموده و به‌تصویب هیئت‌وزیران برساند. - مورد «۳» بند «ث» ماده (۷۵): تقویت هم‌بستگی، مشارکت و احساس تعلق ساکنان از طریق تعیین و اجرای برنامه‌های فرهنگی - اجتماعی جمعی
۳	مصوبه مبانی، اصول و الزامات پیاده‌سازی برنامه جامع سبک زندگی اسلامی - ایرانی (۱۴۰۱)	- بند «۱۲» ماده (۲): ایجاد زمینه نقش‌آفرینی فعال بخش‌های مردمی، عمومی و خصوصی در تعامل با دولت به‌منظور تأمین مشارکت حداکثری مردم در پیاده‌سازی برنامه جامع سبک زندگی اسلامی - ایرانی. - بند «۸» ماده (۴): به فعلیت درآوردن ظرفیت‌ها و جلب مشارکت سرمایه‌های بالقوه کشور از قبیل مدارس، مساجد، دانشگاه‌ها، حوزه‌های علمیه و... در راستای انتقال، تقویت و تثبیت سبک زندگی اسلامی - ایرانی.

ردیف	عنوان مصوبه	عبارت مورد نظر
۴	سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم (۱۴۰۰)	- بند «۴» ماده (۳) (چشم‌انداز): نظام نوآوری سامان‌یافته؛ مبتنی بر شبکه سامان‌یافته و به‌هم‌پیوسته تمامی افراد و نهادهای مرتبط با تأکید بر ظرفیت و مشارکت بخش خصوصی، سازمان‌های مردم‌نهاد و صنوف - بند «۳» ماده (۴) (اصول): تأکید حداکثری بر مشارکت مردمی به‌ویژه نسل جوان. - بند «۵» راهبرد ۶ ماده (۶) (راهبردها و اقدامات ملی): ایجاد نهادهای سرمایه‌گذاری و مشارکت مردمی در حوزه اجتماعی جهت تأمین مالی جمعی فعالیت‌های نوآورانه اجتماعی و قوانین و راهکارهای ضمانتی لازم جهت حفاظت از حقوق سرمایه‌گذاران. - راهبرد ۷ ماده (۶) (راهبردها و اقدامات ملی): راهبرد ۷: گفتمان‌سازی و توسعه مشارکت‌های مردمی به‌منظور بهبود فضای بازار مصرف صنایع و محصولات فرهنگی بومی و فناوری‌های نرم. - بند «۷» راهبرد ۷ ماده (۶) (راهبردها و اقدامات ملی): حمایت از تبلیغات کمپین‌های اطلاع‌رسانی مرتبط با فعالیت‌های نوآوران اجتماعی و ترغیب عموم مردم به مشارکت، در رسانه‌های عمومی و شهری. - بند «۲» راهبرد ۸ ماده (۶) (راهبردها و اقدامات ملی): ایجاد نظام ملی آمار و اطلاعات اقتصادی صنایع و محصولات فرهنگی و فناوری‌های نرم و بانک اطلاعات محصولات تولید داخل و فعالان صنایع فرهنگی و فناوری‌های نرم، با مشارکت بخش عمومی و غیر دولتی. - بند «۵» راهبرد ۹ ماده (۶) (راهبردها و اقدامات ملی): جلب مشارکت مؤثر متخصصان حوزه صنایع فرهنگی به‌ویژه ایرانی‌های داخل و خارج از کشور در ساخت و تولید محصولات فرهنگی بومی.
۵	مصوبات شورای فرهنگ عمومی	- موضوعات ذیل مورد ب (تقویت انسجام ملی) در اولویت‌های فرهنگی سال ۱۴۰۳: - تجمیع انگیزه‌های فردی و گروه‌های مردمی جهت ایجاد حرکت اجتماعی برای حل مسائل کشور. - افزایش حس مسئولیت و تعهد اجتماعی (مشارکت). - بسترسازی برای متشکل شدن مردم پیرامون مسائل مختلف. - افزایش سواد رسانه‌ای و مقابله با اخبار جعلی جهت افزایش اعتماد عمومی به حاکمیت. - بسترسازی برای آزدسازی نیروی مردم در جهت افزایش مشارکت در تولید ملی. - ذیل احکام پیشنهادی ناظر به عرصه فرهنگ و فرهنگ عمومی در برنامه هفتم توسعه (۱۴۰۱): به منظور تعاطی افکار، ارتقای فرهنگ مشارکت و واقعی‌سازی روند کنشگری فعال‌آحاد مردم در فرایند حکمرانی، اولاً نسبت به حمایت، تسهیلگری و زمینه‌سازی جهت ایجاد گفتگوی عمومی و تخصصی ناظر به اهم مسائل فرهنگی و اجتماعی در سطح ملی، منطقه‌ای و محلی اقدام نموده و ثانیاً در سال اول اجرای برنامه هفتم، برنامه منسجم و کاربردی جهت تحقق مشارکت اصناف، سمن‌ها و سایر گروه‌های اجتماعی مردمی و جامعه مدنی در فرایند حکمرانی ارائه نمایند.

مأخذ: همان.

۲-۱-۲. سیاست‌ها، قوانین و مقررات حمایت از سرمایه‌گذاری، تولید و فعالیت در حوزه فرهنگ و هنر

یکی از برجسته‌ترین رویکردهای سیاستی و تقنینی در تعامل حاکمیت با بخش‌های غیردولتی و ظرفیت‌های مردمی حوزه فرهنگ، رویکرد حمایت‌های صنفی و رفاهی از اهالی و مؤسسات مربوطه است. با جستجوی انجام گرفته، موارد متعددی از قوانین و مقررات حمایتی از سرمایه‌گذاری، تولید و فعالیت در حوزه فرهنگ و هنر به دست آمد که بخشی از آن به شرح زیر قابل اشاره است:

جدول ۴. برخی سیاست‌ها، قوانین و مقررات حمایت از سرمایه‌گذاری، تولید و فعالیت در حوزه فرهنگ و هنر

ردیف	موضوع	عنوان مصوبه
۱	حمایت از حوزه کتاب، نشر و مطبوعات	مصوبه اصلاحی اهداف، سیاست‌ها و ضوابط نشر کتاب (۱۳۸۹)، آیین‌نامه نحوه تشویق چاپ و حمایت از انتشار کتب مناسب (۱۳۸۴)، شیوه‌نامه حمایت از طرح‌های ترویج کتابخوانی (۱۳۹۳)، آیین‌نامه نحوه پرداخت یارانه در حوزه نشر و مطبوعات (۱۳۸۸)، مصوبه معافیت ۹۰ درصدی عوارض کتابفروشی‌های تهران (۱۳۹۱)
۲	حمایت از آثار هنری و سینمایی	آیین‌نامه تأسیس، شرایط فعالیت و رده‌بندی سازمان‌های تهیه و تولید فیلم (۱۳۸۳)
۳	حمایت از فعالیت‌های قرآنی	آیین‌نامه بیمه فعالان قرآنی (۱۳۹۳)، بخشنامه معافیت از پرداخت هزینه‌های نظام مهندسی از سوی مؤسسات قرآنی (۱۳۹۲)، بخشنامه ارائه تسهیلات در خصوص واگذاری زمین جهت احداث مؤسسات و مراکز قرآنی (۱۳۸۹)
۴	کمک به مؤسسات فرهنگی و هنری	<u>قانون ضوابط پرداخت کمک یا اعانه به افراد و مؤسسات غیردولتی (۱۳۷۸)</u> ، آیین‌نامه نحوه نظارت بر مصرف کمک‌های پرداختی به مؤسسات غیر دولتی (۱۳۸۵)، دستورالعمل و ضوابط نظارت بر اعطای کمک یا اعانه از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به افراد و مؤسسات غیر دولتی (۱۳۹۲)
۵	کمک به رسانه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال	آیین‌نامه ساماندهی و توسعه رسانه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال (۱۳۸۹)
۶	حمایت از هنرمندان، مؤلفان و مصنفان	آیین‌نامه عضویت در صندوق اعتباری حمایت از نویسندگان، روزنامه‌نگاران و هنرمندان (۱۳۹۳)، شیوه‌نامه پرداخت طرح تکریم (۱۳۸۳)، آیین‌نامه اجرایی <u>قانون حمایت از هنرمندان، استادکاران و فعالان صنایع دستی (۱۴۰۰)</u> ، <u>قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان (۱۳۴۸)</u> ، سیاست‌های حمایت از اشتغال هنرمندان (۱۳۸۲)
۷	فعالیت‌های انتشاراتی و مطبوعاتی، فرهنگی و هنری مشمول معافیت مالیاتی	دستورالعمل فهرست فعالیت‌های مشمول معافیت موضوع بند «ل» ماده (۱۳۹) اصلاحی قانون مالیات‌های مستقیم (۱۳۸۰)
۸	معافیت‌های گمرکی در حوزه میراث فرهنگی	<u>قانون معافیت ورود و صدور اشیای عتیقه و آثار فرهنگی و هنری اصیل و معتبر از حقوق و عوارض گمرکی (۱۳۵۴)</u>
۹	حمایت از مشاغل خانگی فرهنگی	<u>قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی</u> و دستورالعمل آن به همراه آیین‌نامه اجرایی ساماندهی و حمایت از بنگاه‌های پشتیبان کسب و کارهای خانگی خرد و کوچک (۱۳۹۳)
۱۰	کمک‌های بلاعوض و یارانه‌های فرهنگی	قوانین بودجه سنواتی

۲-۱-۳. ارزیابی و آسیب‌شناسی مصوبات

با مشاهده کلی میراث سیاستی و تقنینی مرور شده، چند مسئله به چشم می‌آید:

۱. رویکرد بسندگی به تدوین اسناد سیاستی بالادستی بدون اهتمام لازم به زنجیره تحقق آنها: این تصور که با تدوین اسناد سیاستی بالادستی، مأموریت اصلی سیاستگذاری محقق شده و بقیه مراحل از جمله: اولویت‌بندی اجرایی، تعیین معیارها و شاخص‌های عملیاتی، طراحی نقشه راه و درنهایت پایش، ارزیابی مستمر پیشرفت اسناد و اعمال بازنگری‌های لازم، جزء مراحل فرعی سیاستگذاری است، کماکان مسئله‌ای مورد تأمل است.

۲. استفاده از الگوهای مدیریت دولتی سنتی^۱ و عدم ورود به ساحت‌های جدید الگوهای شبکه‌ای^۲ و حکمرانی مشارکتی^۳:
باقی ماندن در نسل قدیم الگوهای مدیریت دولتی سنتی یا همان سلسله‌مراتبی^۴ نیز خود مسئله دیگری است. غلبه استفاده حاکمیت از این الگوها، چنین صورتی از نظام حکمرانی را پررنگ کرده است:

الف) مداخله از طریق مقررگذاری بالا به پایین و عدم استفاده از الگوهای حکمرانی مشارکتی در مدیریت عرصه فرهنگ،
ب) حمایت از طریق طراحی نظام باز توزیع منابع مادی به صورت‌هایی صنفی - رفاهی، غیر هدفمند به جهت عدم متناسب‌سازی حمایت‌ها با میزان اثربخشی و نیز به جهت عدم طراحی مسیر تأثیرگذاری حمایت‌ها تا رسیدن به لایه ذی‌نفعان نهایی^۵ و غیر هوشمند به جهت عدم توجه به طراحی الگوهای متنوع به اقتضای تنوع موجود در گروه‌های هدف.^۶

۳. عدم جامعیت و تعادل در ملاحظه گروه‌های هدف (بخش خصوصی و بخش مدنی): قوانین و مقررات موجود، عمدتاً ناظر به بخش خصوصی حوزه فرهنگ یعنی صنایع فرهنگی و کسب و کارها بوده و جایگاه اعتباربخشی و حمایت از بخش مدنی و به صورت خاص تشکلات و مجموعه‌های مردمی غیر انتفاعی چه جریان‌های میانی و چه میدانی، با فقدان اهتمام جدی روبه‌رو است.
در ادامه پژوهش، استخراج الگوی سیاستی مردمی‌سازی فرهنگ عمومی بر محور هویت‌بخشی و مسئولیت‌پذیری، توانمندسازی نهادی، پشتیبانی و حمایت هوشمند در کنار راهبری و هماهنگ‌سازی، تلاشی در جهت ارائه الگوی مطلوب است.

۳. ادبیات نظری

مدتی است که در فضای مفاهیم و رویکردهای کلان سیاستگذاری کشور، مفهوم حکمرانی مشارکتی، حکمرانی مردمی و برخی مفاهیم مشابه آن طرح شده و از اهمیت بالایی برخوردار شده‌اند. در ادامه، مروری بر برخی نظرات از سوی اندیشمندان در تبیین مفاهیم مرتبط هم چون حکمرانی، الگوهای حکمرانی مرتبط با حکمرانی مشارکتی و در نهایت الگوی حکمرانی مردمی خواهد شد.

۳-۱. حکمرانی

در یک تعریف، حکمرانی فرایندی پیچیده، غیر متمرکز، سیال و با قابلیت آشفستگی است که شامل بازیگران مختلف دولتی و خصوصی است که در محیط‌های رسمی و غیر رسمی فعالیت می‌کنند و در معرض فرایندهای مداوم نهادسازی و نهادزدایی هستند [۷].
در بیان دیگر این چنین عنوان می‌شود که مفهوم حکمرانی فرض می‌کند برنامه‌های سیاستی، حاصل تعامل متقابل پیچیده بین دولت و نهادها و سازمان‌های غیردولتی هستند که هریک در جستجوی اثرگذاری روی تصمیمات جمعی الزام‌آوری هستند که نتایجی به نفع آنها دارند. این تمرکز بر همکاری در سیاستگذاری، مستلزم مفهوم‌سازی کاملاً متفاوت از فرایندی مانند یکپارچگی افقی به جای سلسله‌مراتب عمودی است. این جابه‌جایی در محل استقرار قدرت به سمت جامعه، بر مفهوم‌سازی مجدد نقش دولت از یک فراهم‌کننده خدمات به یک تسهیل‌کننده و توانمندساز ساختارها برای مشارکت و اراده خدمت متجلی شده است [۸].
قلمرو حکمرانی، در یک احصای کلی، با سه دسته پیش از اجرا، حین اجرا و پس از اجرا قابل تبیین خواهد بود:

1. Traditional Public Administration
2. Network Government
3. Participatory Governance
4. Hierarchical Government
5. End Beneficiaries
6. Target Groups



- اجزای حکمرانی پیش از اجرا که به نوعی همان حوزه تصمیم است در یک بخش بندی عبارتند از: رصد و شناسایی، سیاستگذاری، تقنین، برنامه ریزی.

- اجزای مربوط به حین اجرا که به تعبیری همان اجزای راهبری عملیاتی است نیز شامل تنظیم گری، تسهیلگری، توانمندسازی و مقولاتی از این دست خواهد بود.

- حکمرانی پس از اجرا نیز، عمدتاً ناظر به ارزیابی و اصلاح است.

بدیهی است همه ابعاد و اجزای حکمرانی، تعریف و در الگویی جامع، جانمایی شده اند تا در نهایت مأموریت‌های اقدام در حوزه مورد هدف که در اینجا فرهنگ عمومی است، محقق شود.

۲-۳. الگوهای حکمرانی مشارکتی

با مرور ادبیات موجود در موضوع مشارکت بخش غیردولتی در امر حکمرانی، با مفاهیم متعددی مواجه می‌شویم که در نسبت با یکدیگر، اشتراکات و افتراقاتی دارند، اما با توجه به اینکه همگی ذیل موضوع مورد بحث یعنی حضور و مشارکت بخش‌های غیردولتی در امر حکمرانی می‌گنجد، می‌توان از آنها به نمونه‌های مختلف حکمرانی مشارکتی یاد کرد. در جدول زیر اهم این موارد، درج می‌شود:

جدول ۵. تعاریف حکمرانی مشارکتی

پژوهشگر	تعریف حکمرانی مشارکتی
آبراهام، (۲۰۱۹)	حکمرانی مشارکتی، ^۱ شامل همکاری دولت، جامعه مدنی و عموم شهروندان در فرایند تصمیم‌گیری سیاستی است. مشارکت فقط به انتخابات عمومی محدود نمی‌شود، بلکه سیاستگذاران به دنبال نظرات مردم هستند و سیاست‌ها در برابر حوزه عمومی به بحث و تبادل نظر گذاشته می‌شود [۹].
آنسل و گش، (۲۰۰۸)	حکمرانی همکارانه، ^۲ یک ترتیب حاکمیتی است که در آن یک یا چند سازمان عمومی به طور مستقیم ذی‌نفعان غیردولتی را در یک فرایند تصمیم‌گیری جمعی که رسمی، اجماع‌محور و مشورتی است، درگیر می‌کنند و هدف آن ایجاد یا اجرای خطمشی عمومی یا مدیریت برنامه‌ها یا داری‌های عمومی است [۱۰].
امرسون و همکاران (۲۰۱۲)	حکمرانی همکارانه را فرایندها و ساختارهای تصمیم‌گیری و مدیریت خطمشی عمومی تعریف می‌کند که افراد را به طور سازنده در سراسر مرزهای سازمان‌های دولتی، سطوح دولتی و یا حوزه‌های عمومی، خصوصی و مدنی به منظور انجام یک هدف عمومی درگیر می‌کند که در غیر این صورت قابل انجام نبود [۱۱].
لیما (۲۰۲۱)	حکمرانی همکارانه یک استراتژی است که برای تولید مشترک سیاست‌ها و خدمات عمومی اجرا می‌شود و ذی‌نفعان مختلف را در حکومت چند نهادی درگیر می‌کند [۱۲].

مأخذ: همان.

۳-۳. حکمرانی مردمی و مردمی‌سازی فرهنگ

در نظریه حاکمیت مردم، قدرت، برآمده از درون قشرهای مردم است که با حرکتی از پایین به بالا، از قاعده هرم اجتماعی آغاز می‌شود و تارأس هرم صعود می‌کند [۲]. در این نگاه، مردم‌سالاری با گفتمان‌های دیگری چون نخبه‌سالاری،^۳ سرمایه‌سالاری^۴ و عوام‌گرایی^۵ تقابلی ماهوی دارد.

برخی پژوهش‌ها، ضمن طرح وجود دولت از نگاه نظریه‌های غربی و نقد آنها، به تفصیل به ذکر مبانی «اصل عدم جواز دخالت دولت در این امور»

1. Participatory Governance
2. Collaborative Governance
3. Aristocracy
4. Capitalism
5. Populism

با تأکید بر حوزه اقتصاد و بازار اشاره کرده و افزون بر ذکر مستندات روایی و فقهی، به نقل قول‌هایی از امام خمینی (ره) هم استناد کرده‌اند. از جمله در تعیین حدود دخالت دولت در زمینه‌هایی که مردم از عهده انجام کارها برآیند، به نظر صریح ایشان اشاره شده که اصل را بر این می‌دانند که مردم، خود عهده‌دار اجرا باشند [۱۳].

در مقام جمع‌بندی، حکمرانی مردمی مورد نظر این پژوهش، عنوانی است که مبتنی بر نگاه رهبران انقلاب اسلامی و به خصوص مقام معظم رهبری (دام‌ظله‌العالی) بنیان شده و اگرچه بخشی از تعریفش، مشترک با برآیند تعاریف مختلف از سایر الگوهای مرتبط پیش گفته است، اما در عین حال، در چند مورد، تفاوت‌هایی اساسی دارد. در این تعریف، حکمرانی مردمی^۱ عبارت است از: «حضور اندیشه، اراده و نیروی عموم مردم در عرصه حکمرانی به هدف سپردن بیشینه امور در ساحت‌های شناسایی، تصمیم‌گیری، اجرا و ارزیابی آنها» [۱۴]. اما مردمی‌سازی، دلالت بر بالا بردن نقش مردم در تمامی عرصه‌های زندگی اجتماعی، اقتصادی و سیاسی دارد که به همراه آن مردم بتوانند در فرایندهای تصمیم‌سازی، اجرا و نظارت، مشارکت فعالی داشته باشند [۱۵]. با نگاهی دقیق، مردمی‌سازی، اساساً رویکردی از جانب حاکمیت رسمی است؛ رویکردی که هدف نهایی‌اش، تحقق الگوی حکمرانی مردمی است و به همین جهت، اقدام به طراحی سازوکارها و فرایندهای لازم برای نیل به این مهم می‌کند. با این بیان، مردمی‌سازی فرهنگ^۲، به معنای طراحی سازوکارها و فرایندهای لازم جهت تحقق و تأمین حضور مردم در ساحت‌های مختلف حکمرانی فرهنگ است. در این تعریف، مفهوم مردم، نیاز به ایضاح دارد. در یک بیان ساده، مردم به معنای همه نقش‌آفرینان خارج از بخش دولتی یا به تعبیر دقیق‌تر بخش حاکمیتی است. برای تفکیک بیشتر مفهوم مردم، می‌توان از دو بخش خصوصی و بخش مردمی به همراه آحاد نام برد. سرمایه ماهوی بخش خصوصی، اقتصادی است و به تعبیری شکل‌گیری آن با هدف انتفاع اقتصادی بوده، اما در بخش مردمی، سرمایه ماهوی، اجتماعی است. بخش مردمی، مجموعه‌ها، اجتماعات و تشکلهای رسمی و غیررسمی هستند که برای هدفی اجتماعی دور هم جمع شده‌اند. در این تعریف، آحاد به معنای افراد انسانی و نیز، خانواده (چه خانواده کوچک ذیل والدین و چه خانواده بزرگ ذیل اجداد) به عنوان اولین و پای‌های ترین اجتماع انسانی، به عنوان برشی مستقل ذکر شده است.

۴-۳. زیست‌بوم فرهنگ عمومی

برای روشن شدن زیست‌بوم فرهنگ عمومی که در این پژوهش مورد مطالعه است، می‌توان آن را از سه جهت محل تقسیم قرار داد:

۱. کلان عرصه فرهنگ عمومی قابل تقسیم به عرصه‌های عمومی زیست فرهنگی است که به نوعی اهداف مورد نظر نظام حکمرانی است. در این قسمت، از تقسیم موجود در مصوبه «مبانی، اصول و الزامات پیاده‌سازی برنامه جامع سبک زندگی اسلامی - ایرانی»^۳ به عنوان مبنای اولیه در کنار برخی اضافات تکمیلی استفاده شده است.
۲. پرداختن به ابزارهای مربوط به این حوزه است که از دو بخش فناوری‌های اجتماعی و صنایع فرهنگی ذیل آن، نام برده شده است. در تقسیم‌بندی صنایع فرهنگی، از دو چارچوب سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم^۴ و چارچوب مورد نظر یونسکو^۵ به صورت تلفیقی، استفاده شده، اما بخش‌بندی فناوری‌های اجتماعی، از ابداعات این پژوهش مبتنی بر استقرای موارد موجود است.
۳. استخراج بازیگران و نقش‌آفرینان عرصه فرهنگ عمومی است که براساس احصای موارد، ۶ لایه در این میان، ذکر شده و تفصیل آن به بخش‌های بعدی پژوهش واگذار شده است.

1. Peoplized Governance
2. Peoplization of Culture

۳. مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۴۰۱.
۴. مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۴۰۰.

5. The Cultural Economy - UNESCO's Framework for Cultural Statistics. 2009. p 24.



جدول ۶. ماتریس سه بُعدی اهداف، ابزار و نهادها در زیست بوم فرهنگ عمومی

ابزار فرهنگی						فناوری اجتماعی			صنایع فرهنگی			ابزار فرهنگی		
نهادها و بازیگران فرهنگی						میراث فرهنگی و گردشگری هنرهای تجسمی و صنایع دستی طراحی و خدمات خلاق تولید محتوا، نشر مکتوب و رقومی رسانه‌های صوتی، تصویری و تعاملی، بازی‌های ویدئویی سینما، تئاتر، پویانمایی و سایر هنرهای نمایشی			نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها و رویدادها تبلیغات، منابر، مراسمات و اجتماعات فرهنگی و دینی میزگردها، نشست‌ها و کرسی‌های فکری – فرهنگی بازی‌ها، مسابقات و رقابت‌های فرهنگی			عرصه‌های عمومی زیست فرهنگی (اهداف)		
قرارگاه مرکزی سندادهای حاکمیتی بخش مردمی میانجی (معروف به حلقه‌های میانی) بخش مردمی غیرانتفاعی (مدنی) بخش مردمی انتفاعی (خصوصی) آحاد و خانواده									معنویات، مناسک عبادی و شعائر دینی					
									امور خیریه و امداد اجتماعی					
									تحصیل، تربیت و اندیشه‌ورزی					
									فراغت و سرگرمی					
									تغذیه و سلامت					
									معیشت و اقتصاد (کسب‌وکار، مصرف)					
									پوشش و آرایش					
									روابط جنسی و اخلاق حریم‌داری					
									تعاملات خانوادگی، گروهی، محلی و شهروندی					
									امور سیاسی					
									محیط زیست و طبیعت					
									نوآوری و فناوری‌های نوین					
									شهرسازی، معماری و طراحی کالبدی					

مأخذ: همان.

۵-۳. الگوهای دکترینال (رهیافت اصولی) حکمرانی مشارکتی فرهنگ

چرخش دکترین‌های^۱ (رهیافت اصولی) مشارکتی در فرهنگ، امری مرتبط با تحول الگوهای حکمرانی فرهنگ است. یک تغییر در دکترین، تغییری است که می‌تواند در سه بُعد، تأثیر خودش را بگذارد: هم جهان پیرامون ما را دگرگون می‌کند، هم استانداردهای مورد استفاده ما را دستخوش تغییر قرار می‌دهد و هم ابزارهای به کار رفته را دچار تحول می‌کند [۱۶].

یکی از مقوله‌های مهم در تکامل الگوهای حکمرانی فرهنگ، مفهوم «مخاطب»^۲ است. هر کدام از دکترین‌های حکمرانی فرهنگی، نگاه ویژه‌ای به مخاطب دارند. همچنین یکی از ویژگی‌های بارز حوزه حکمرانی فرهنگ، این است که این دکترین‌ها به جای جایگزینی با دیگری، تمایل به تجمیع دارند. درواقع، ظهور الگوی جدید، الگوهای قبلی را حذف نمی‌کند و در عین غلبه کم‌وبیش هر کدام در عرصه‌های مختلف فرهنگی، اما در مجموع با هم به همزیستی مسالمت‌آمیز می‌پردازند. بنابراین در بیشتر موارد، تنش‌های طبیعی بین آنها از طریق سازگاری با تغییرات اجتماعی و نیز استراتژی‌های ذی‌نفعان، کاهش می‌یابد [۱۷].

این دکترین‌های مشارکتی فرهنگی عبارت‌اند از: برتری‌گرینی فرهنگی، دمکراتیک‌سازی فرهنگی، دمکراسی فرهنگی و اقتصاد خلاق. این همزیستی معاصر، در حالی است که هر کدام در دوره زمانی مشخصی، به عنوان ابزاری برای ایجاد انسجام جهانی در محتوای حکمرانی فرهنگ،

۱. در این گزارش معادل فارسی دکترین، «رهیافت اصول» می‌باشد منتهی به دلیل آشنایی ذهنی مخاطب از همان واژه دکترین استفاده شده است.

از گفتمان گرفته تا ابزارهای نهادی و ابزارهای مدیریتی آن ظهور کردند. در اکثر جوامع دموکراتیک غربی، دولت رفاه فرهنگی طی دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ به وجود آمد و دکت‌ترین‌های آن، نتیجه تحول ارزش‌های اجتماعی در طول ۶ دهه قبل از آن بود. در این دوره، مفهوم فرهنگ به‌عنوان حوزه‌های ذیل سیاست عمومی تغییر کرد، همان‌طور که جامعه صنعتی به جامعه پست مدرن و به اقتصاد خدمت تغییر کرد [۱۸] و [۱۹].

۱-۵-۳. الگوی اول: برتری‌گزینی (کیفی‌گرایی و گزینش‌گری حاکمیت)

برتری‌گزینی،^۱ اولین دکت‌ترینی بود که ظهور کرد، زیرا دو چالش مهم در حکمرانی فرهنگ پس از جنگ جهانی دوم را حل کرد [۲۰] و [۲۱]. اول، امکان اعمال معیارهایی مستقل از فشارهای سیاسی مستقیم فراهم شد که در نتیجه آن، این دکت‌ترین، آزادی بیان را در مقابل سیستم‌های توتالیت‌ر محافظت کرده و نیز حمایت از هنرهای پیشرو^۲ را هدف قرار داد. گفتنی است سیاست‌های فرهنگی پیشین، هنرهای پیشرو را به دلیل عدم مشروعیت علمی شامل نمی‌شدند.

دوم، حمایت از هنرهای غیرتجاری و هنرهایی را که در بازار آزاد قادر به بقا نیستند و نیازمند حمایت دولتی یا خیریه هستند، در دستور کار قرار داد [۲۲]. در این دکت‌ترین، متخصصان نقش اصلی را در انتخاب و حمایت از کارهای با کیفیت ایفا می‌کردند. در کشورهایی نظیر انگلستان، متخصصانی که توسط شوراهای هنری براساس معیارها و استقلال آنها انتخاب می‌شوند، مسئولیت تضمین کیفیت فعالیت‌های متقاضی حمایت دولتی را برعهده دارند [۲۳] و [۲۴] و در کشورهایی مانند آلمان [۲۵] و فرانسه [۲۶] مقامات عالی‌رتبه دولتی مسئول اولویت‌بندی یارانه‌ها هستند که گاه با دخالت‌های موردی نخبگان سیاسی همراه می‌شود. در هر دو مورد، نقش اصلی به عهده کارشناس است، از طریق توانایی او در شناسایی یک کار با کیفیت و گاهی با استفاده از کدهای پیچیده دسترسی.

در این الگو، نقش مخاطبان در نهایت تحت‌الشعاع کیفیت قرار دارد؛ معیاری که به دلیل وجود جنبه‌های زیبایی‌شناختی، اجتماعی و سیاسی آن که به‌طور ذهنی و فردی متفاوت است، مورد بحث و جدل قرار دارد. برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیرندگان سیاست‌های عمومی، به همراه منتقدان و بیشتر افرادی که به دنبال حمایت دولتی هستند، یک مجموعه حرف‌های همگن را تشکیل می‌دهند که افرادی را که با ارزش‌های سلسله‌مراتبی مسلط هم‌راستا نیستند، حذف می‌کنند [۲۷] و [۲۸]. باین‌حال، الگوی برتری‌گزینی، در مواجهه با انتقاداتی چون خودارجاعی یا ذهنی بودن معیارهای کیفی، از بین نرفت، بلکه برعکس، شاهد تداوم این دکت‌ترین و ابزارهای نهادی مربوطه آن در دهه‌های بعد هستیم. بعضی از دلایل این تداوم عبارت است از:

۱. دشواری پیدا کردن معیاری جایگزین برای حفظ استقلال هنر و فرهنگ در برابر سایر نظام‌های حاکم از جمله اقتصادی، اجتماعی و سیاسی.
۲. گسترش بیان‌های فرهنگی که قادر به جلب حمایت عمومی و به تبع، ادعای تطبیق معیارهای کیفی هستند.

۲-۵-۳. الگوی دوم: دموکراتیک‌سازی فرهنگی (دست‌رسی‌پذیری عمومی فرهنگ توسط دولت)

الگوی دومی که به اجرا درآمد، دموکراتیزه کردن فرهنگی^۳ است که توجیه اصلی پشت سر اکثر پروژه‌های هنری و میراثی است. هدف اصلی آن، تسهیل دست‌رسی بیشترین تعداد از مردم به کالاها و خدمات فرهنگی با کیفیت است که بدون حمایت دولت، توسط بازار عرضه نمی‌شود. تحت این الگو، بیشتر سیاست‌های فرهنگی از لحاظ بودجه و حضور سرزمینی، از دهه شصت تا آغاز بحران اقتصادی و کسری‌های بودجه‌ای، مشمول افزایش شده‌اند [۲۹]. شایان ذکر است که از ابتدای بحران، همه کشورها، بودجه فرهنگی خود را به یک شکل کاهش نداده‌اند [۳۰] و حتی برخی آن را افزایش داده‌اند [۳۱]. هم‌بستگی بین سطح اقتصادی - اجتماعی با سرمایه فرهنگی و شیوه‌های مصرف فرهنگی، عامل شکست بسیاری از سیاست‌های دموکراتیزه کردن فرهنگی و ایجاد ناعدالتی‌های اجتماعی در بسیاری از برنامه‌هایی است که از منابع عمومی تأمین می‌شود.

از نقطه‌نظر مشارکت مخاطب، انتقاد اصلی به این دکت‌ترین، جدایی بین پیشنهاد تولیدکننده یا تصمیم‌گیرندگان دولتی با تقاضای مصرف‌کننده است. مخاطبان هر آنچه را که مدیران هنری، سردبیران یا متصدیان پیشنهاد می‌کنند، بدون هیچ جایگزین دیگری جزء خروج از رویداد، به‌صورت منفعلانه مصرف می‌کنند. نقش استراتژی‌های بازاریابی و ارتباطات در این دکت‌ترین، گسترش پایگاه اجتماعی در بین مخاطبان

1. Excellence

2. Avant-Garde

3. Cultural Democratization



است، بدون اینکه کیفیت به پایین‌تر از حداقل استاندارد، تنزل کند. در اینجا مأموریت واسطه‌ها، انتقال محتوای فرهنگی در فضای اجتماعی به مؤثرترین شکل ممکن است. با وجود این، در بسیاری از کشورهای غربی، تعداد مخاطبان تولیدات فرهنگی در طول زمان نسبتاً رشدی نداشته [۳۲] و [۳۳] یا حتی تمایل به کاهش نشان داده‌اند، زیرا جمعیت بسیاری از کشورها، متنوع‌تر و با منافع ناهمگون‌تر شده و در نتیجه پذیرش ذائقه‌ای واحد، با چالش مواجه است.

۳-۵-۳. الگوی سوم: دمکراسی فرهنگی (حفظ و حراست از تنوع فرهنگی توسط حاکمیت)*

الگوی بعدی که به لحاظ زمانی ظهور کرد، دمکراسی فرهنگی^۱ بود. این دکتترین در دهه ۱۹۷۰، به عنوان انتقادی از سوی فعالان اجتماعی - فرهنگی و برخی متصدیان مستقل، در امتداد باور به شکست دو الگوی قبلی، مطرح شد. دمکراسی فرهنگی، فعالیت‌های فرهنگی هر گروه اجتماعی را که در الگوهای برتری‌گزینی فرهنگی و دمکراتیزه کردن فرهنگ نامشروع و یا به جهت اقتصادی غیر سودآور تلقی می‌شدند به رسمیت می‌شناسد و به جلب حمایت برای آنها می‌پردازد [۳۴].

فرض بر این است که هیچ محصول یا بیان فرهنگی برتری وجود ندارد که لازم باشد به‌طور گسترده در میان مجموعه‌ای از شهروندان، توزیع شود. در این فضا بود که گفتمان مشارکتی عمده‌تاً توسعه یافت؛ به‌ویژه در مورد اشکال هنری که توجه به آنها تا آن زمان در میان شهروندان و مقامات سیاست فرهنگی چالش برانگیز بود. تحت این الگو، جدایی بین عرضه و تقاضای معنایی شده و مرزهای سنتی تولید و مصرف فرهنگی رو به زوال می‌رود.

در اواخر دهه ۱۹۸۰، در چارچوب بحث در مورد حفظ تنوع فرهنگی و حمایت از حقوق فرهنگی، هدف دمکراسی فرهنگی مجدداً توسعه یافت و به عنوان الگویی مرتبط با مفهوم توسعه فرهنگی در سراسر جهان گسترش یافت. این الگو، نه تنها توانست بر انتقادات مربوط به رویکرد سلسله‌مراتبی و یکسان‌سازی در الگوی دمکراتیک‌سازی فرهنگی، غلبه کند، بلکه در مواجهه با رویکرد جهانی شدن اقتصادی فرهنگ نیز مؤثر بود [۳۵] و توأمان جایگزینی برای دمکراتیزه کردن و جهانی‌سازی اقتصادی فرهنگ ارائه داد. در سال‌های اخیر، دمکراسی فرهنگی با ظهور رویکرد «مجامع فرهنگی»^۲ از تفسیر جدیدی استقبال کرده است [۳۶] و [۳۷]. هدف اصلی آن تأکید بر توانمندسازی شهروندان به عنوان افراد فعال و ذی‌نفع در سیاست‌های عمومی است [۳۸] که این امر را با ارزش دادن به تصمیمات جمعی گروه‌ها و شهروندان فعال محقق می‌کند. انتقاد از دمکراسی فرهنگی را می‌توان به دو دسته استدلال متمایز تقسیم کرد:

اولین نقد مربوط به محدودیت‌های گفتمانی آن است که دلیلش، دشواری بسیار در تغییر مأموریت و عملکرد بسیاری از نهادهایی است که همچنان به سمت الگوهای برتری‌گزینی و دمکراتیزه کردن گرایش دارند.

نقد دوم نیز، این ایده را بیان می‌کند که دمکراسی فرهنگی، به نسبی‌گرایی منجر می‌شود؛ از آنجاکه دسترسی بدون گزینش سلسله‌مراتبی به هر نوع اثر خلاقانه، در نگاه برخی به معنای سطحی شدن هنر و تهی شدن از هرگونه ارزشی تلقی می‌شود.

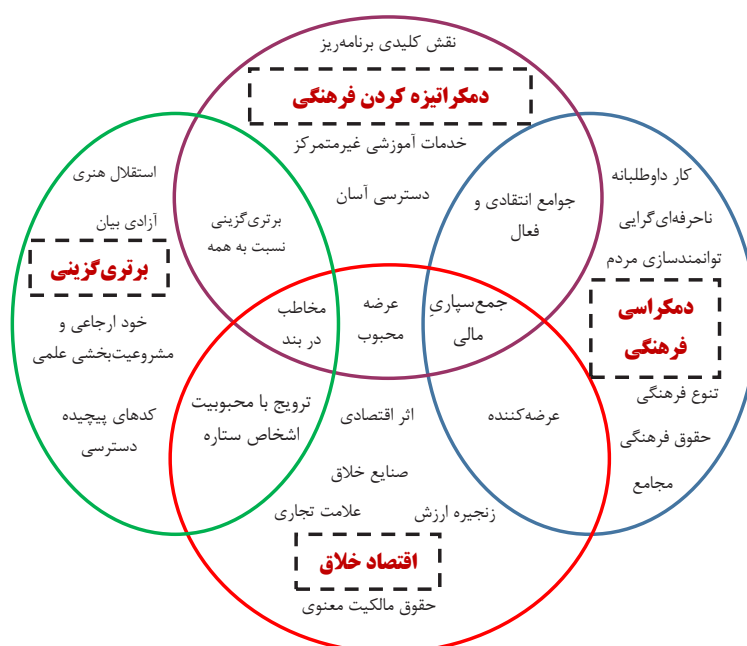
۳-۵-۴. الگوی چهارم: اقتصاد خلاق (توجه به تأثیر اقتصادی بخش فرهنگ و توجیه حمایت‌ها از این زاویه)

الگوی اقتصاد فرهنگی^۳ در دهه ۱۹۷۰ به عنوان یک حوزه علمی ظهور کرد، اما به آرامی در طول دهه ۱۹۸۰ با مشروعیت بخشی به اصطلاح «صنایع فرهنگی» که پیشتر به‌ویژه توسط مکتب فرانکفورت^۴ طرد شده بود [۳۹]، مورد توجه قرار گرفت [۴۰]. این دکتترین بر تأثیر اقتصادی مستقیم بخش فرهنگی و عوارض جانبی آن تمرکز دارد که به‌طور سنتی بیشتر به عنوان یک حوزه هزینه‌بر تلقی می‌شد. اقتصاد فرهنگی همچنین تلاشی برای توجیه حمایت دولتی از اقدامات فرهنگی کم مخاطب است، اما این الگو در پایان دهه ۱۹۹۰ و آغاز قرن بیست و یکم، به شدت با ظهور اقتصاد خلاق [۴۱] و [۴۲] و توسعه جهانی استراتژی شهرهای خلاق [۴۳] [۴۴]، تقویت شد. اقتصاد خلاق^۵، فرمول‌بندی

1. Cultural Democracy
2. Cultural Commons Approach
3. Cultural Economy
4. Frankfurt School
5. Creative Economy

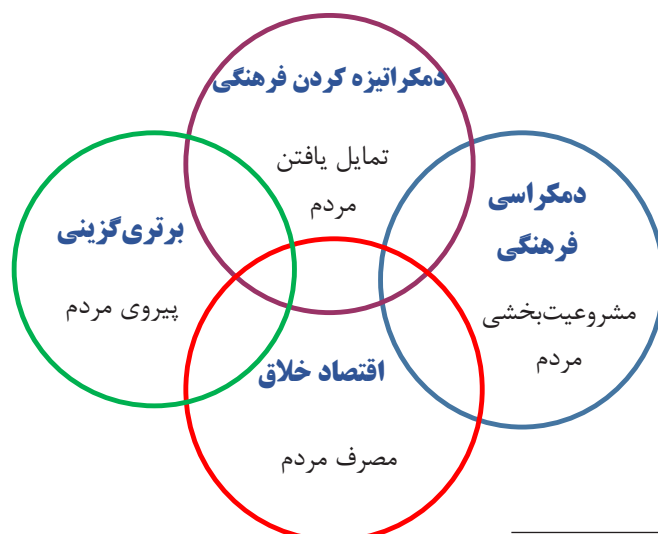
جدیدی از الگوی اقتصاد فرهنگی است. بسیاری از کشورها، با پیشگامی بریتانیا، رویکرد حمایت از هنرهای اصلی و فعالیت‌های میراث فرهنگی را به سمت دستاوردهای استعداد انسانی که تولید کننده حقوق مالکیت فکری هستند، تغییر دادند. با این کار، این بخش به مجموعه وسیعی از صنایع خلاق گسترش یافت که لزوماً در دیدگاه سابق دموکراتیک‌سازی فرهنگی و توسعه فرهنگی، مشروع تلقی نمی‌شدند [۴۵] [۴۶]. نقش مخاطبان در الگوی اقتصاد فرهنگی و خلاق با نقش آنها به عنوان مصرف کنندگانی که کسب و کارها را از نظر مالی دوام می‌بخشند، چه به طور مستقیم یا غیر مستقیم، مرتبط است.

شکل ۱. دکترین‌های مشارکت در حکمرانی فرهنگ^۱



مأخذ: همان.

شکل ۲. مردم‌والگوهای چهارگانه مشارکت در حکمرانی فرهنگ



مأخذ: همان.

۱. مردم‌سالار شدن



۵-۳. همزیستی دکترین‌های مشارکت فرهنگی

همزیستی هم‌زمان این الگوها در دنیای معاصر، منجر به سیاست‌هایی فرهنگی می‌شود که دارای نوعی پیچیدگی از منظر تفسیری هستند. هر الگو، مشارکت شهروندان را از منظر متفاوتی در نظر می‌گیرد. بنابراین در کاربرد عملی، شاهد برخی تعارضات و نیز همگرایی‌ها بین دکترین‌ها هستیم، همان‌طور که در بخش‌های هم‌پوشان شکل بالا قابل رؤیت است. در هر صورت، دمکراسی فرهنگی نقش اصلی را در مشارکت فعال شهروندان ایفا می‌کند، اگرچه در بخش‌های هم‌پوشان می‌توان تضاد موجود در طیف جهت‌گیری‌های مشارکتی را مشاهده کرد (از مصرف استاندارد تا مصرف کننده فعال^۱؛ از مخاطبان در بند تا مشارکت در تأمین مالی جمعی).

الگوی برتری‌گزینی، به‌ندرت به مشارکت علاقه‌مند است، مگر زمانی که ایده هنری به‌عنوان بخشی از آزمایش خود، بدان نیاز داشته باشد. دمکراتیک‌سازی فرهنگی، با مأموریت خود برای ارائه گزینه‌های برتر به همه، تلاش می‌کند نه تنها مخاطبان بزرگ‌تر، بلکه تنوع رو به رشدی از آنها را، عمدتاً از طریق آموزش و کمپین (پویش)‌های بازاریابی جذب کند. او به دنبال مصرف‌کنندگانی منفعل برای طرح‌های فرهنگی از پیش تعریف‌شده است، اما به دلیل دشواری جذب مخاطبان جدید، نتیجه آن مخاطبانی در بند و درون‌زاست. در عین حال، این مخاطبان در بند، دوام اقتصادی بسیاری از مدل‌های کسب‌وکار را که توسط الگوی اقتصاد خلاق هدایت می‌شوند، تضمین می‌کنند. باین حال، در مواجهه با دشواری جذب مخاطبان مختلف، بسیاری از امکانات ایجاد شده برای پاسخ‌گویی به اهداف دمکراتیک‌سازی فرهنگی، در نهایت به ارائه برنامه‌های محبوبی می‌پردازند که از اقتصادی‌ترین مدل‌ها فاصله‌چندانی ندارند. با وجود این، الگوی اقتصاد خلاق فقط به دنبال مصرف‌کنندگان منفعل نیست، بلکه به دنبال مصرف‌کنندگان فعال جدیدترین ابزارهای فناورانه است؛ زیرا مشارکت جهت رقابت در بازارهای فرهنگی و همچنین جهت ایجاد فضای جدید برای شیوه‌های خلق و تولید مشترک، ضروری است.

یکی دیگر از فضای هم‌گرایی بین این الگوهای متنوع، احیای ناشی از تأمین مالی جمعی است. از منظر دمکراسی فرهنگی، این امر، موجب شنیده شدن صداهای متکثر می‌شود و اجتماعات اساسی آنها را تغذیه می‌کند. از منظر اقتصاد فرهنگی، امکان گسترش پایداری مالی، با توجه به غلبه سرمایه‌گذاری جمعی مبتنی بر پاداش، بر سرمایه‌گذاری جمعی مبتنی بر سهام یا اهدای خالص، عمدتاً در پروژه‌های کوچک وجود دارد [۴۷]. همچنین این امکان وجود دارد که پتانسیل بازار آن را آزمایش کرده و ابتکارات محلی را به جوامع مجازی بزرگ‌تر تبدیل کند. در نهایت، از نظر استراتژی دمکراتیزه کردن فرهنگ، این امکان فراهم می‌شود که مخاطبان وسیع‌تری جذب شوند.

از سوی دیگر، در زمینه ترویج رفتار مصرف‌کنندگی فعال، دکترین‌های دمکراسی فرهنگی و اقتصاد خلاق، با یکدیگر هم‌پوشانی دارند. امکان تبدیل یک آرزوی خلاقانه به واقعیتی ملموس، سبب انتقال حس استقلال به افراد و جوامع می‌شود و در عین حال دامنه ابرازهای فرهنگی را گسترش می‌دهد. این امر به لطف برنامه‌های فناورانه ناشی از اقتصاد خلاق که در آن تعامل و مشارکت در مرکز زنجیره‌های ارزش جدید قرار دارد، امکان‌پذیر است.

بنابراین، هر چند مشارکت برای دستیابی به اهداف دمکراسی فرهنگی حیاتی است، معانی مختلف مشارکت (از مشارکت انجام گرفته توسط مخاطبان انتقادی یا مصرف‌کننده فعال، تا مصرف‌کنندگان غیرفعال و در بند) و استفاده از آن توسط هریک از دکترین‌ها، نشان‌دهنده ترکیبی بودن^۲ (هیبریداسیون) استراتژی‌های معاصر است. تنش بین رویکردهای ایدئولوژیک، بدون اینکه هیچ‌کدام در موقعیت سلطه قرار بگیرند، تناقضات موجود در مبارزه برای تعیین دستور کار سیاسی را توضیح می‌دهد.

1. Prosumer

۲. دیکشنری کمبریج: مشتری که به یک شرکت در طراحی و تولید محصولاتش کمک می‌کند. این کلمه از دو کلمه «تولیدکننده» و «مصرف‌کننده» تشکیل شده است. به عبارتی، مصرف‌کننده منفعل جای خود را به مصرف‌کننده فعال می‌دهد که در طراحی و خلق محصولات شرکت خواهد کرد [۵۳].

3. Hybridation

۴. روش پژوهش

روش پژوهش حاضر، کیفی است، روشی که امکان بررسی عمیق موضوع و کشف ابعاد پنهان را فراهم می‌آورد. در بخش گردآوری داده، تکیه بر بیانات مقام معظم رهبری (دام‌ظله‌العالی) بوده و در بخش تحلیل داده از روش تحلیل مضمون، استفاده شده است. تحلیل مضمون،^۱ روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش، فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند. به طور کلی تحلیل مضمون روشی است برای الف) دیدن متن؛ ب) برداشت و درک مناسب از اطلاعات ظاهراً نامرتبط؛ ج) تحلیل اطلاعات کیفی؛ د) مشاهده نظام‌مند [۴۷].

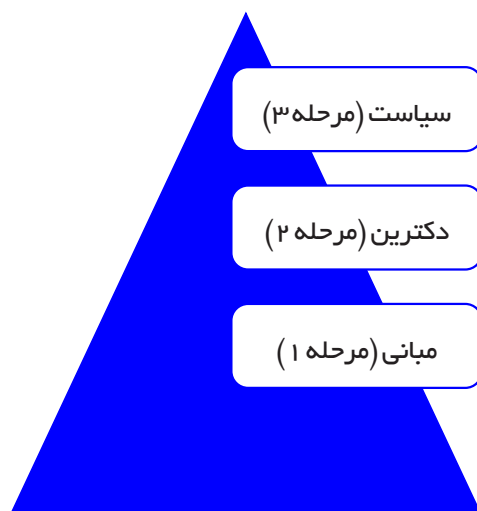
در این راستا، مجموعه بیانات معظم له در موضوع فرهنگ عمومی، مردم‌سالاری دینی، حکمرانی فرهنگ، تحلیل فرهنگی کشور و سایر موضوعات مرتبط طی سال‌های زعامت ایشان مطالعه شده و با توجه به فیش‌های جمع‌آوری شده، با تشکیل شبکه مضامین و احصای مضامین پایه‌ای، سازمان‌دهنده و فراگیر، تلاش شد تا الگوی مورد نظر تدوین گردد. جدول کامل فیش‌های گزینش شده و مورد استفاده در الگوی نهایی، در پیوست گزارش ارائه شده است.

لازم به ذکر است در شروع صورت‌بندی یافته‌ها، از یک چارچوب مقدماتی سه لایه‌ای به صورت پیش‌فرض استفاده شده و در ادامه، صورت‌بندی مضامین ذیل این چهارچوب دنبال شده است. در این چارچوب، عالی‌ترین سطح هر سیاست‌گذاری، از لایه مبانی شروع می‌شود. در مرحله بعدی، دکتربین سیاستی در نسبتی مستحکم و معنادار با مبانی، تبیین می‌شود و در آخرین مرحله، سیاست‌ها، مبتنی بر چارچوب دکتربین سیاستی، استخراج شده و تفصیل‌دهنده آنها هستند.

پژوهشگران متعددی، کوشیده‌اند تا مطالب دخیل در یک سیاست را کشف و تدوین کنند [۴۸]، [۴۹]، [۵۰] و [۵۱]. اما در این میان، شفریتز^۲ و بُریک^۳ از صاحب‌نظران عرصه مدیریت و سیاست‌گذاری عمومی در فصل ششم کتاب سیاست‌گذاری عمومی در ایالات متحده، ذیل عنوان رهیافت دکتربینی به سوی شناخت سیاست‌گذاری عمومی، طرحی سه لایه‌ای از الگوی سیاستی ارائه می‌دهد و بهترین راهکار در سیاست‌گذاری عمومی را رویکرد دکتربینال، (رهیافت اصولی) معرفی می‌کند. در توضیح این مطلب چنین آمده که دکتربین عبارت است از: تصمیمی واسطه‌ای میان فلسفه و سیاست. فلسفه همواره در ابتدا می‌آید و دکتربین از آن ناشی می‌شود و در نهایت سیاست نیز مترتب بر آن دو، حاصل می‌شود. دکتربین، رهیافت عملیاتی یک دولت یا هر سازمانی، در زمینه توسعه امور است؛ بدین معنا که دکتربین‌ها، مفاهیم پذیرفته‌شده‌ای هستند درباره اینکه کارها چگونه باید صورت بگیرد. دکتربین، فلسفه را که اغلب ابهام‌آمیز و نظری است، اخذ کرده و عملیاتی می‌کند، تا نهایتاً از دل آن، سیاست‌هایی خاص استخراج شود. به تعبیر دیگر، دکتربین تعیین‌کننده سیاست است و یک سیاست عمومی، عبارت است از اجزای زیر مجموعه‌ای از یک دکتربین حاکم و تمامی سیاست‌های عمومی ریشه در یک دکتربین مشخص دارند. در چارچوب چنین تصویری، اندیشیدن در هر دو جهت امکان‌پذیر است. اگر شما سیاست را بدانید، معمولاً می‌توانید تصور کنید از کجا و چگونه ریشه گرفته است. اگر هم فلسفه را بدانید، معمولاً می‌توانید سیاست‌های ناشی از آن را پیش‌بینی کنید [۵۲]. بنابراین به جهت شماتیک، الگوی سیاستی، هر می‌است که قاعده آن، فلسفه یا مبانی سیاستی است. در لایه‌ای بالاتر، دکتربین سیاستی قرار می‌گیرد و در لایه سوم نیز، سیاست‌ها و راهبردها جایابی می‌شوند.

1. Thematic Analysis
2. Shafritz
3. Borick

شکل ۳. هرم الگوی سیاستی



مأخذ: فصل ششم از کتاب سیاستگذاری عمومی در ایالات متحده امریکا نوشته شفریتز و بریک

چارچوب پژوهش حاضر استخراج و ساخت الگو مبتنی بر منظومه انقلاب اسلامی است. از آنجا که عمده این منظومه، در منویات و بیانات رهبر معظم انقلاب در طول سالیان متمادی، تجسد یافته، بنابراین گردآوری داده در پژوهش حاضر بر این اساس، بنا گذاشته شده است. نکته‌ای که به جهت روشی قابل ذکر است، در مرحله صورت بندی لایه دوم و سوم (دکترین و سیاستها)، بعد از استخراج مضامین سیاستی مقدماتی در مرحله مضامین پایه‌ای و تدوین سیاست‌ها در مرحله مضامین سازمان دهنده، صورت بندی مضامین فراگیر، ما را به کشف دکترین سیاستی مورد نظر هدایت کرد. به عبارتی فرایند پژوهشی ما، عکس ترتیب منطقی سیاستگذاری است و ابتدا سیاست‌ها استخراج می‌شوند و سپس با نگاهی جامع و مقوله ساز، تفصیل دکترین سیاستی روشن می‌شود. البته در کنار بیانات مقام معظم رهبری، در برخی موارد، اسناد سیاستی و تقنینی مرتبط، مورد استفاده قرار گرفته است.

جدول داده‌های خامی که استخراج سیاست‌ها و مقوله بندی آنها برای تحصیل دکترین مورد نظر، براساس آنها انجام گرفته، در پایان گزارش به عنوان پیوست، ضمیمه شده است.

جدول ۷. نمونه کاربست روشی

مضمون فراگیر (دکترین)	مضمون سازمان‌دهنده (سیاست مستخرج)	مضمون پایه‌ای (مضمون سیاستی)	کدها (داده سیاستی)
ایجاد بستر حمایت و پشتیبانی هوشمند	تمایز بخشی در الگوی پشتیبانی از ظرفیتهای مردمی متناسب با سوابق، دغدغه و میزان خدمات انجام گرفته و توسعه حداکثری حمایت از ظرفیتهای مردمی مستقل و ارزشی	تمایز بخشی در تعامل با شخصیت‌های فرهنگی بر اساس سوابق و خدمات به نظام اسلامی	– فرض کنید که یک شخصیت فرهنگی هست که همه عمر خودش را در راه انقلاب گذاشته، یک شخصیت فرهنگی هم هست که هر وقت توانسته به انقلاب نیش زده؛ شما رفتارشان با این دو نفر چه جور است؟ شما که مسئول دولتی هستید یا مسئول فرهنگی هستید یا مسئول وزارت مثلا ارشاد هستید یا وزارت علوم هستید یا سازمان تبلیغات اسلامی هستید – فقط مخصوص کارهای دولتی نیست، دیگران هم همین‌جور هستند– یا صداوسیما، رفتار شما و برخورد شما با این دو آدم چه جور است؟ این خیلی مهم است. آن کسی که عمرش را در خدمت انقلاب و در خدمت دین بوده، آیا این [طور] است که مورد تکریم و ترجیح شما باشد، نسبت به آن کسی که در همه عمرش حالا یک قدم [هم] در راه دین و انقلاب که برنداشته، گاهی اوقات ضربه هم زده، نیش هم زده؟ ۱۳۹۵/۰۶/۰۳.
		الگوی حمایت از توسعه مجموعه‌های خودجوش و مستقل مردمی بر اساس توجه به ارزشهای انقلاب اسلامی	– مجموعه‌های خودجوش مردمی که کار فرهنگی می‌کنند – که الان در سرتاسر کشور هزاران مجموعه خودجوش مردمی هست که دارند خودشان کار می‌کنند، خودشان فکر می‌کنند، خودشان تلاش می‌کنند و کار فرهنگی می‌کنند– روزبه‌روز باید توسعه پیدا کنند؛ دستگاه‌های دولتی باید به اینها کمک کنند. دستگاه‌های دولتی، آت‌هایی که مربوط به فرهنگند، به جای اینکه آغوش خود را به روی کسانی که نه اسلام را قبول دارند، نه انقلاب را، نه نظام اسلامی را، نه ارزش‌های اسلامی را [باز کنند]، آغوش خود را به روی بچه مسلمان‌ها، به روی جوان‌های مؤمن، به روی بچه‌های انقلابی، به روی بچه‌های حزب‌اللهی باز کنند، ۱۳۹۵/۰۱/۰۱.
		لزوم عدم مغایرت با ارزشهای اسلامی در پذیرش کار فرهنگی	– بعضی‌ها کار فرهنگی را در داخل دانشگاه با کنسرت و اردوهای مختلط اشتباه گرفته‌اند؛ خیال می‌کنند کار [فرهنگی این است]؛ می‌گویند باید دانشجو شاد باشد! شاد بودن برای هر محیطی چیز خوبی است اما چه جوری؟ به چه قیمتی؟ ۱۳۹۴/۰۸/۰۲۰.
	طراحی نظام اولویت‌ها بر محور انتخاب پیش‌رانه‌های فرهنگی اثرگذار با نگاهی ویژه به مقوله تولید محتوا در نظام پشتیبانی و پرهیز از ایجاد و توسعه کارهای فرهنگی کم اثر و صوری	اولویت‌گذاری حمایت ستادی نسبت به کارهای فرهنگی ارزشی و تاثیرگذار	– در همه شعبه‌های فرهنگی – چه در موضوع کتاب، چه در کارهای هنری، چه در مؤسسات فرهنگی – جهت‌گیری‌ها را انقلابی و اسلامی قرار بدهید. اولویت‌ها را در اینجا هم ملاحظه کنید، چون منابع بالاخره محدود است. ... با توجه به محدودیت منابع، نگاه کنید ببینید اولویت‌ها چیست. که اگر این چیزها در کار فرهنگ مورد توجه قرار بگیرد، با توجه به نگاهی که ما در زمینه فرهنگ داریم، اینها اولویت خواهد داشت؛ یعنی اینها تأثیراتش بیشتر خواهد بود. بله، اینها را باید دنبال کنید تا ان‌شاء‌الله تحقق پیدا کند، ۱۳۹۰/۰۶/۰۶.
		ضرر کارهای تشریفاتی و نمایشی در فرهنگ و لزوم حرکت به سمت کارهای محتوایی و اصیل	– در زمینه‌های فرهنگی، دنبال کارهای تشریفاتی و ویتیرینی نباشید. نمایش دادن کار فرهنگی، نه اینکه فایده‌ای ندارد؛ ضرر هم دارد. در زمینه فرهنگ باید دنبال کارهای محتوایی و اصیل و واقعی رفت، که امروز نیاز عمده‌ی کشور هم این است، ۱۳۸۹/۰۶/۰۸.
		برجستگی امر تولید فرهنگی در میان سایر فعالیت‌ها	– بنابراین در کار فرهنگی باید دنبال چه باشیم؟ دنبال تولیدات، ۱۳۸۹/۰۶/۰۸.

مأخذ: نگارنده



۵. یافته‌های پژوهش

۵-۱. مبانی

در اولین بخش از الگوی سیاستی، مبانی مورد نظر در سیاستگذاری مورد طرح قرار می‌گیرد. مبانی، گزاره‌هایی پایه‌ای مبتنی بر استخراج واقعیت‌های اساسی مرتبط با موضوع مورد نظر است و سعی می‌کند این مسیر را با نظر به ابعاد مختلف عالم واقع ذیل نگاه‌های هستی‌شناسانه، جامعه‌شناسانه، انسان‌شناسه و ... دنبال کند. بنابراین مبانی مربوط به موضوع مردمی‌سازی فرهنگ عمومی به شرح زیر است:

۱. ماهیت زیربنایی و انفکاک‌ناپذیری فرهنگ نسبت به ساحت‌ها و نظامات مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی: فرهنگ به مثابه روح و معنای حقیقی جامعه و زیربنای نظامات مختلف است. به عبارتی، فرهنگ، یک نظام در عرض سایر نظامات نیست، بلکه همه آنها، در لایه‌های عمیق خود، مبتنی بر فرهنگ هستند.

۲. توجه به شناسایی و به کارگیری ظرفیت مردم و تأمین حضور آنها به عنوان یکی از عوامل اصلی موفقیت در حل مسائل کشور: نگاهی به تجربه تاریخی جامعه ایران، پرده از این امر بر می‌دارد که توفیق‌ها و شکست‌ها، نسبتی معنادار با مسئله حضور مردم دارد. نتیجه آنکه حضور مردم در موضوعات مختلف، از اساسی‌ترین راه‌حل‌های مسائل موجود بوده و تأمین حضور آنها، بر عهده حاکمیت است.

۳. مشارکت آفرینی موجب بروز استعدادها و ظرفیت‌ها و موجب دستیابی به اعتماد به نفس ملی: ایجاد بستر مشارکت مردم، سبب نشاط و رشد ظرفیت‌های آنان و در نهایت موجب ایجاد حس اعتماد به نفس ملی است.

۴. اصالت در حق مشارکت در تصمیمات سرنوشت‌ساز توسط آحاد: بنابر قانون اساسی، مشارکت مردم در موضوعات سرنوشت‌ساز، نه تنها از خطوط قرمز نبوده، بلکه از حقوق و وظایف آنان در شکل‌گیری نظام مردم‌سالاری دینی است.

۵. حکمرانی مردمی، هدف بزرگ نظام و از مهم‌ترین دستاوردهای انقلاب اسلامی: قرارگیری شئون مردم در مرکزیت امور کشور، از اهداف اصلی انقلاب بوده که با تبدیل حکومت استبدادی به حکمرانی مردمی، محقق شد. با این بیان، حکمرانی مردمی نه آرزویی دست‌نیافتنی، بلکه از میراث انقلاب اسلامی بوده که حفظ، امتداد و به‌روزرسانی آن در گذر زمان، به معنای حفظ انقلاب اسلامی خواهد بود.

۶. یگانگی حقیقی جمهوریت و اسلامیت در نظام جمهوری اسلامی ایران: نگاه انضمامی به ترکیب جمهوریت و اسلامیت، پذیرفته شده نیست. به عبارتی سپردن امور به مردم، روی دیگر همان حفظ ماهیت دینی است و امکان تفکیک بین این دو نیست.

۷. نقش آفرینی مردم، قالب و روش دستیابی به اهداف و تحقق حاکمیت ارزش‌ها: پیشبرد اهداف نظام اسلامی و تحقق حاکمیت ارزش‌ها، جزء از طریق حضور و مشارکت مردم، میسر نیست. با این تصویر، همه وظایف حاکمیت در شعاع بسترسازی حضور مردم، معنادار خواهد بود.

۸. مشارکت مردم هم حق است، هم مسئولیت: دو مبنایی بودن مشارکت مردم در امور کشور، از اصول اساسی بوده و قابلیت جانمایی در طراحی نظامات مختلف از جمله نظامات حقوقی دستگاه‌ها و نهادهای مختلف را دارد.

۹. الگوی پیشرفت مبتنی بر دیالکتیک همکاری نه دیالکتیک تقابل و تضاد: ریشه و اساس پیشرفت در مکاتب و نظامات مختلف، دارای قرائت‌های مختلفی است. در نگاه‌های چپ مارکسیستی - سوسیالیستی، دیالکتیک تقابل، اسباب تکامل جامعه خواهد بود و در مکاتب غربی از جمله لیبرالیسم نیز رقابت افراد با یکدیگر برای پیشینه کردن منافع شخصی، از عوامل اصلی رشد اقتصادی تعریف شده است. اما در نگاه انقلاب اسلامی مبتنی بر آموزه‌های دینی، رشد و پیشرفت جامعه، نسبتی مستقیم با ارتقای همکاری و تعاون اجتماعی دارد.

۱۰. مراجعه به رأی، اراده و خواست مردم، الزامی تعهدآور و غیرقابل نقض برای حاکمیت نه صرفاً یک قرارداد اجتماعی: رجوع به نظر و خواست مردم، ریشه در مبانی انقلاب اسلامی و نظام داشته و امری تاکتیکی یا قراردادی نیست.

۱۱. باور به ارزش‌های فطری و دینی به عنوان ارزش‌های ثابت و عدم پذیرش نگاه قراردادی به ارزش‌ها: استحکام بنیان‌های ارزشی بر پایه فطرت، زمینه‌ساز مشارکتی مبنایه و به دور از اعوجاجات نظام‌های مادی است.

۱۲. ضرورت کنشگری و مشارکت فرهنگی انسان رشد یافته و تعالی خواه: بی تفاوتی آحاد در قاموس انقلاب، مسئله‌ای غیرقابل

اغماض است، چراکه با وجود آن، رشد اجتماعی به عنوان هدف اصلی حکومت، قابل تحقق نخواهد بود.

۱۳. **انحصار و تمرکزگرایی حاکمیتی، عامل مهم توقف و تعلل در پیشرفت فرهنگی:** ایجاد فضای خلاقیت و ابتکار در امور توسط ظرفیت‌های متنوع فراتر از حاکمیت، تقدم اصولی بر انحصارطلبی و تمرکزگرایی حاکمیتی دارد.

۱۴. **عدم امکان تعلل و جایگزین‌پذیری رویکرد مردمی‌سازی در دستگاه‌های فرهنگی:** تلاش برای فراهم‌سازی حضور مردم در عرصه فرهنگ، از مطالبات مستمر، گریزناپذیر و غیرقابل جایگزین است.

۱۵. **مدیریت کشور براساس اراده عمومی جان‌مایه پیشرفت کشور:** پیشرفت کشور در سایه شکل‌گیری اراده عمومی و مدیریت امور بر مبنای آن، قابل دستیابی است.

۱۶. **غایت مردمی‌سازی، واسپاری مدیریت‌ها به ظرفیت‌های متعهد جوان در راستای ایجاد حرکت عمومی به عنوان مقدمه شکل‌گیری جامعه تراز در افق تمدن تراز:** مردمی‌سازی، به دنبال حضور ظرفیت‌های متعهد همراه با نیروی جوانی در عرصه مدیریت کشور به منظور تحقق حرکت عمومی در همه عرصه‌هاست. اهمیت ایجاد حرکت عمومی از این‌رواست که بدون آن، پیشروی در گام‌های نیل به تمدن مطلوب اسلامی، ممکن نخواهد بود. بنابراین در مردمی‌سازی، هدف‌گذاری اصلی متوجه همه اقشار مردم است نه فقط نخبگان، نه تنها متدینین و نه فقط به اصطلاح افراد انقلابی و البته در این میان، عاملی که امکان به میدان آوردن این ظرفیت عظیم مردمی را دارد، نیروی تعهد و جوانی است.

۱۷. **توسعه و کیفیت بخشی ارتباطات مردمی، معیار موفقیت اقدامات حاکمیت:** محدودیت به ارتباط با بخش‌های خاصی از مردم یا در سطح معینی از ارتباط، نسبی با معیار بودن نقش مردم ندارد.

۱۸. **معناداری آزادی فرهنگی در بستر ضابطه‌پذیری:** آزادی با رهاسازی تفاوتی ماهوی دارد. هر طرحی در جهت آزادی، نیاز به جانمایی ضوابط تحقق دارد.

۱۹. **باغبانی فرهنگ بر مبنای فراهم کردن آزادی افراد برای رشد و پرورش طبیعی در عین رفع موانع محیطی:** ماهیت اصلی هدایت فرهنگی، قرابت زیادی با شأن باغبانی دارد. زمینه‌سازی جهت رشد و پرورش طبیعت انسانی مبتنی بر فطرت و قواعد زیستی خود، در عین رفع موانع و هرزه‌های فرهنگی، بیانی از این تشبیه است.

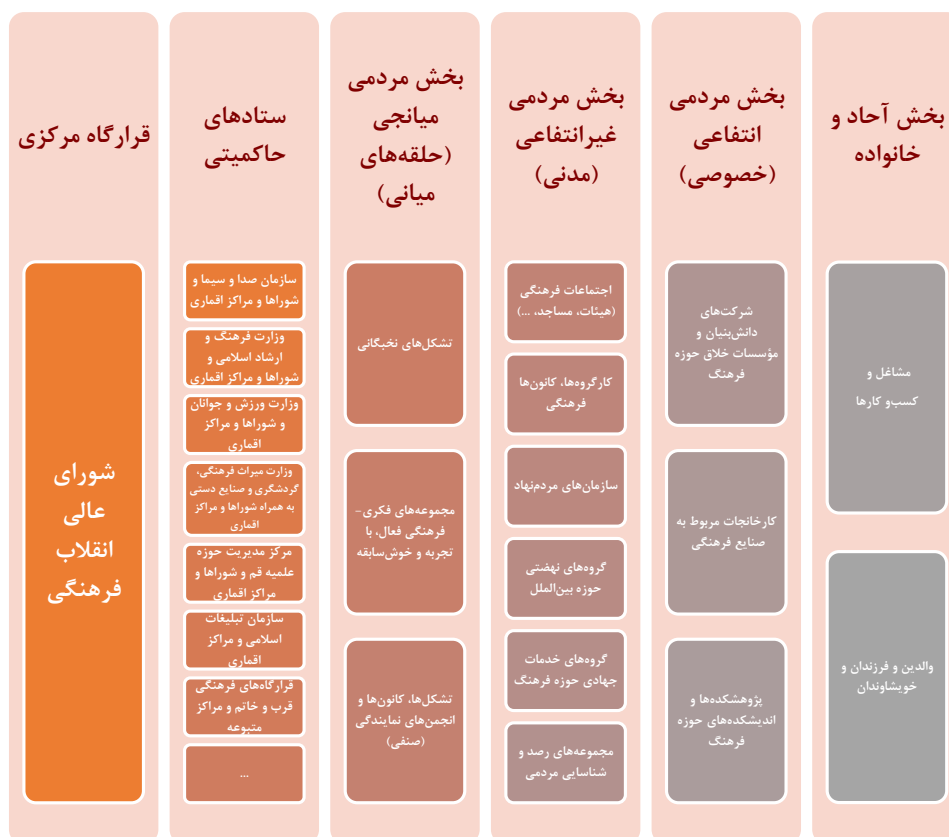
۲۰. **یکپارچگی و درهم‌تنیدگی نهادی بین دولت و مردم:** در نگاهی بنیادی، دولت جزء مردم و متدین به دین مردم و دارای نقشی پررنگ، به جهت نمایندگی از مردم در مدیریت امکانات و منابع است.

۲۱. **وابستگی فرهنگی به غرب، مانع پیشرفت واقعی کشور:** مسیر پیشرفت در عرصه فرهنگ، در جهت عکس ایجاد وابستگی به مغرب‌زمین است. چراکه اسباب غفلت و بی‌ارزش‌پنداشتن سرمایه فرهنگی ایرانی - اسلامی است.

۲-۵. بخش‌بندی بازیگران و نقش آفرینان زیست‌بوم فرهنگ عمومی

بازیگران و نقش آفرینان موجود در زیست‌بوم فرهنگ عمومی، در چند لایه قابل تقسیم و تفکیک هستند. برای هر کدام از لایه‌ها در نسبت با مردمی‌سازی فرهنگ نیاز به طراحی الگوی متفاوتی است. بازیگران نهادی و سازمانی دارای مسئولیت و مأموریت و نیز نوع این مأموریت‌ها و اقدامات مقتضی در قبال هر لایه نیز متفاوت است. برای مثال، الگویی که گروه هدفش، کنشگران میدانی مردمی عرصه فرهنگ بوده، با الگویی که هدفش بخش مردمی میانی است، از حیث صاحبان مسئولیت و نوع مأموریت آنان، یکسان نیست. به علاوه، اگر عرصه فرهنگ موضوعی را به زیر عرصه‌های موضوعی همچون اخلاق اجتماعی، تفکیک کنیم، بسته به اینکه وضعیت موجود آن زیر عرصه به جهت بلوغ و شکل‌گیری بازیگران لایه‌ای یا عدم بلوغ و فقدان وجود لایه‌ای خاص از بازیگران، در چه نقطه‌ای از فرایند مردمی‌سازی قرار دارد، طراحی الگوی مقتضی در وضعیت فعلی آن متفاوت از سایر زیر عرصه‌ها خواهد بود. به صورت کلی، لایه‌های بازیگران و نقش آفرینان در زیست‌بوم فرهنگ عمومی به شرح زیر است:

شکل ۴. لایه‌بندی بازیگران زیست‌بوم فرهنگ عمومی



مأخذ: همان.

۳-۵. دکرین سیاستی

دکرین سیاستی، پل ارتباطی بین مبانی و سیاست‌هاست و بدون التفات به آن، تعریف سیاست‌ها به صورت منسجم و جامع ممکن نخواهد بود. به بیان دیگر، دکرین تعیین‌کننده سیاست است و یک سیاست عمومی، عبارت است از اجزای زیرمجموعه‌ای از یک دکرین حاکم. دکرین‌ها، مفاهیم پذیرفته‌شده‌ای هستند درباره اینکه کارها چگونه باید صورت بگیرد. مردمی‌سازی فرهنگ، عنوانی اجمالی برای دکرین مربوط به مشارکت در عرصه فرهنگ عمومی جمهوری اسلامی ایران است. این عنوان، به جهت اجمال، نیاز به تبیین و تفصیل دارد. در این خصوص، تفصیل آن در راستای تحقق الگوی حکمرانی مردم پایه و مشارکتی، شامل چهار زیربخش است:

۱. هویت‌بخشی و مسئولیت‌سپاری بر مدار کشف ظرفیت‌ها، اعتباربخشی به آنها و میدان‌سپاری امور،
۲. کمک به توانمندسازی نهادی بر اساس ایجاد دسترسی ارتباطی - اطلاعاتی، ارتقای دانش و مهارت‌ها و تجهیز شناختی نسبت به صحنه داخلی و خارجی،
۳. ایجاد بستر پشتیبانی و حمایت هوشمند مبتنی بر تسهیلگری نسبت به فعالیت بخش‌های غیردولتی و آحاد و نیز تنظیم‌گری مشارکتی در راستای بیشینه‌سازی جریان ارزش‌ها همراه با مصونیت‌زایی برای فعالان مردمیر،
- راهبری و هماهنگ‌سازی عرصه فعالیت‌های فرهنگی بر پایه خلق میدان، گفتمان‌سازی مشارکتی و جبهه‌سازی از همه ظرفیت‌ها.

در شکل ۵، نمایی از بالا به هرم الگوی سیاستی بالادستی مردمی‌سازی فرهنگ نمایش داده شده است. چهار سطح کلی در شکل، عبارت‌اند از: مبانی، دکرین سیاستی، سیاست‌ها و غایات. آنچه در این شکل، با تمرکز ویژه‌ای، به تصویر کشیده شده، عناصر مربوط به دکرین سیاستی است که عملاً در چهار برش اصلی فوق‌الذکر جانمایی شده‌اند.

۴-۵. تبیین مقایسه‌ای دکترین مردمی‌سازی فرهنگ عمومی در نسبت با سایر دکترین‌ها

پیشتر در بخش ادبیات نظری، چهار دکترین تبیین شد. در اینجا لازم است تا تبیینی در مقایسه دکترین مردمی‌سازی فرهنگ عمومی با آنها انجام گیرد تا در سایه این تمایزها، دکترین مربوطه روشن‌تر شود.

اولین دکترین به دنبال برتری‌گزینی و کیفی‌سازی تولیدات فرهنگی بود. این دکترین پس از جنگ جهانی دوم، تلاش کرد تا دو چالش مهم در حکمرانی فرهنگ را حل کند:

یکی اینکه امکان اعمال معیارهای کیفی، فارغ از فشارهای سیاسی را فراهم آورد که در نتیجه آن حفاظت از آزادی بیان از شعارهای مربوط به این دکترین بود.

دوم اینکه از هنرهای غیرتجاری که قادر به رقابت در بازار آزاد نیستند، حمایت کند. در این دکترین، متخصصان نقش اصلی را در انتخاب و حمایت از کارهای با کیفیت ایفا می‌کردند. بنابر روایت موجود، در کشورهایی نظیر انگلستان، متخصصانی که توسط شوراهای هنری براساس معیارها و استقلال آنها انتخاب می‌شوند، مسئولیت تضمین کیفیت فعالیت‌های متقاضی حمایت دولتی را برعهده داشتند [۲۳] و [۲۴] و در کشورهایی مانند آلمان [۲۵] و فرانسه [۲۶] مقامات عالی‌رتبه دولتی مسئول اولویت‌بندی یارانه‌ها بودند. در این الگو، عمده توجه به تولید آثار فاخر بود و نقش مخاطبان در نهایت تحت‌الشعاع کیفی‌گزینی آثار قرار داشت. برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیرندگان سیاست‌های عمومی، به همراه دریافت‌کنندگان حمایت‌های دولتی و نیز منتقدان همسو، مجموعه حرف‌های همگنی را تشکیل می‌دادند که افرادی را که با ارزش‌های سلسله‌مراتبی مسلط هم‌راستا نیستند، حذف کنند [۲۷] و [۲۸].

با این توضیحات، دو نکته تمایز اصلی بین این دکترین و دکترین مردمی‌سازی فرهنگ عمومی، قابل بیان است:

یکی توجه دکترین مردمی‌سازی به سطوح مختلف کیفیت کار فرهنگی و کمک به خلق میدان یا مسامحتاً بازار برای آنها در عین بسترسازی برای توانمندی بیش‌ازپیش آنها و به تعبیری کیفیت‌افزایی است. به تعبیری، در دکترین مردمی‌سازی، کشف استعدادها و ظرفیت‌های بالقوه، عنصر مهمی است و با صرف‌گزینش کار کیفی و حمایت مادی از آن، تفاوتی اساسی دارد. نکته دیگر تمایز مردمی‌سازی، عدم اعتنا به راهبرد ایجاد حلقه‌های بسته سلسله‌مراتبی است چرا که به راهبرد حفظ و ارتقای اقبال عمومی به ارزش‌های نهادینه شده در سایه میدان دادن به دغدغه‌های مردمی، باور دارد.

دکترین دومی که به اجرا درآمد، دموکراتیزه کردن فرهنگی بود که هدف اصلی آن تسهیل دسترسی بیشترین تعداد از مردم به کالاها و خدمات فرهنگی با کیفیت است که بدون حمایت دولت، توسط بازار عرضه نمی‌شود. تحت این الگو، بیشتر سیاست‌های فرهنگی از لحاظ بودجه و حضور سرزمینی، از دهه شصت میلادی تا آغاز بحران اقتصادی و کسری‌های بودجه‌ای، مشمول افزایش شده‌اند [۲۹] اما هم‌بستگی بین سطح اقتصادی-اجتماعی با سرمایه فرهنگی و شیوه‌های مصرف فرهنگی، عامل شکست بسیاری از سیاست‌های دموکراتیزه کردن فرهنگی و ایجاد ناعدالتی‌های اجتماعی در بسیاری از برنامه‌هایی شد که از منابع عمومی تأمین می‌شدند. از نقطه نظر مشارکت مخاطب، ویژگی اصلی این دکترین، جدایی بین پیشنهاد تولیدکننده یا تصمیم‌گیرنده دولتی با تقاضای مصرف‌کننده است. به این معنا که مخاطبان هر آنچه را که مدیران هنری، سردبیران یا متصدیان پیشنهاد کنند، به صورت منفعلانه مصرف می‌کنند. نقش استراتژی‌های بازاریابی و شبکه‌های توزیع در این دکترین، گسترش پایگاه اجتماعی در بین مخاطبان است. در اینجا مأموریت واسطه‌ها، انتقال محتوای فرهنگی در فضای اجتماعی به مؤثرترین شکل ممکن است. بنابراین، عمده حمایت‌های دولت و یارانه‌های فرهنگی، متوجه شبکه توزیع بوده، چرا که دغدغه اصلی سهولت دسترسی است. این دکترین با ایجاد تدریجی تنوع فرهنگی در جوامع، نسبتاً به شکست انجامیده است. یکی از نقاط تمایز مردمی‌سازی فرهنگ عمومی نسبت به این دکترین، عدم اعتقاد به یکسان‌سازی فرهنگی و ایجاد بازار حاکمیتی است؛ بازاری که در آن حاکمیت سعی در توزیع حداکثری آثار تولیدشده توسط اشخاص و مجموعه‌های منتسب به خودش را دارد. نقطه تمایز دیگر اینکه در دکترین دموکراتیزه‌سازی، مردم نهایتاً نقش مصرف‌کننده خوب را داشته و انتخاب آنها از سرانفعال و بسته‌بودن بازار خواهد بود، اما در رویکرد مردمی‌سازی، شهر مظهر جوشش‌های متنوع مردمی است و شاخصه شهروند تراز، شهروند مولد و مؤثر فرهنگی است. به عبارتی جامعه تقسیم به دو بخش اقلیت



تولیدکننده کارگزار حاکمیت و اکثریت مصرف‌کننده در بند، نمی‌شود و هر کسی به فراخور توانایی و دغدغه خود، زمینه را برای اثرگذاری فرهنگی در چارچوب هنجارهای اجتماعی، باز می‌بیند.

الگوی بعدی، دکتربین دموکراسی فرهنگی بود که به لحاظ زمانی در دهه ۱۹۷۰ به عنوان انتقادی از سوی فعالان اجتماعی - فرهنگی و برخی متصدیان مستقل، به دو الگوی قبلی مطرح شد. دموکراسی فرهنگی، فعالیت‌های فرهنگی هر گروه اجتماعی را که تا قبل از این، نامشروع تلقی می‌شدند به رسمیت می‌شناسد و به جلب حمایت برای آنها می‌پردازد [۳۴]. در این دکتربین، فرض بر این است که هیچ محصول یا بیان فرهنگی برتری وجود ندارد که لازم باشد به طور گسترده در میان مجموعه‌ای از شهروندان، توزیع شود. در این فضا بود که گفتمان مشارکتی عمده‌توسعه یافت. تحت این الگو، جدایی بین عرضه و تقاضای معنایی معنا شده و مرزهای سنتی تولید و مصرف فرهنگی رو به زوال می‌رود. در اواخر دهه ۱۹۸۰، این دکتربین، با شعار حفظ تنوع فرهنگی و حمایت از حقوق فرهنگی در سراسر جهان گسترش یافت. هدف اعلامی آن تأکید بر توانمندسازی شهروندان به عنوان افراد فعال و ذی‌نفع در سیاست‌های عمومی بوده که این امر را با ارزش دادن به تصمیمات جمعی گروه‌ها و شهروندان فعال محقق می‌کرد. نقطه متمایز اساسی دکتربین مردمی سازی در نسبت با الگوی سوم، تکیه بر توانمندسازی شهروندان و ایجاد تنوع فرهنگی، عبارت از برخورداری از جهت‌گیری ارزشی و توجه به ارتقای مراتب و سطوح فرهنگی جامعه در سیاستگذاری است. به بیان روشن، دکتربین مردمی سازی در بستر تقدم ارزش‌ها و اعتلای آنها در جامعه معنا می‌شود و راهبرد حاکمیت برای این امر، تکیه بر احساس تعلق جامعه به ارزش‌ها و بسترسازی برای تبلور این احساس است. به عبارت دیگر، تنوع و مراتب فرهنگی جامعه در پیوند با وحدت اصولی و هویتی آن، ظهور کرده و حاکمیت هم در کنار آحاد و به نمایندگی از آنها به پاسداری از گفتمان وحدت در عین کثرت، اقدام می‌کند.

آخرین دکتربین یعنی اقتصاد فرهنگی در طول دهه ۱۹۸۰ به آرامی با مشروعیت بخشی به اصطلاح صنایع فرهنگی، مورد توجه قرار گرفت [۴۰]. این دکتربین، بر تأثیر اقتصادی مستقیم بخش فرهنگی و عوارض جانبی آن تمرکز دارد که به طور سنتی پیش‌تر به عنوان یک حوزه هزینه‌بر تلقی می‌شد. در پایان دهه ۱۹۹۰ و آغاز قرن ۲۱، با ظهور اقتصاد خلاق [۴۱] [۴۲] و توسعه جهانی استراتژی شهرهای خلاق [۴۳] [۴۴]، این الگو تقویت شد. بسیاری از کشورها، با پیشگامی بریتانیا، رویکرد حمایت از حوزه فرهنگ و هنر را به سمت دستاوردهای استعداد انسانی که تولیدکننده حقوق مالکیت فکری هستند، تغییر دادند. نقش مخاطبان در این الگو، به عنوان مصرف‌کنندگانی است که کسب و کارها را از نظر مالی دوام می‌بخشند. در وجه تمایز مردمی سازی فرهنگ می‌توان گفت در عین توجه به افزایش سهم فرهنگ از اقتصاد، اما اقتصاد را ابزار دانسته و توسعه، رفاه را در بستر جهت‌گیری فرهنگی و تعالی اجتماعی می‌داند. به همین جهت، الگوی مردمی سازی فاصله روشنی از الگوی بازاری دارد و سعی می‌کند با ایجاد توازن هدفمند بین بخش انتفاعی و غیرانتفاعی از طریق اعمال رویکرد تنظیم‌گری فرهنگی نسبت به فعالیت‌های بخش خصوصی و نیز اولویت تسهیلگری نسبت به جریان موسوم به حلقه‌های میانی و بخش غیرانتفاعی این مهم را تحقق بخشد. مضافاً اینکه سهم مردم از مشارکت فرهنگی را تولید و مصرف توأمان و نه مصرف‌کنندگی صرف می‌داند.

در مقایسه‌ای کلی، الگوهای حکمرانی مشارکتی در دنیا با الگوی حکمرانی مردمی و دکتربین مردمی سازی، دو تفاوت اساسی وجود دارد: یکی در سپردن امور و دیگری اصرار بر ایجاد حرکت عمومی است. جهت توضیح بیشتر، در حکمرانی مشارکتی، عمده جهت‌گیری، رسیدن به اجماع بین ذی‌نفعان است، اما در حکمرانی مردمی، صحبت از واسپاری حداکثری امور از بخش حاکمیت به سایر بخش‌ها می‌شود. همین‌طور در حکمرانی مشارکتی، تمرکزی بر حضور همه ذی‌ربطان مردمی و نهایتاً ایجاد جریان عمومی نیست، اما در حکمرانی مردمی، این امر، از مقومات مهم است.

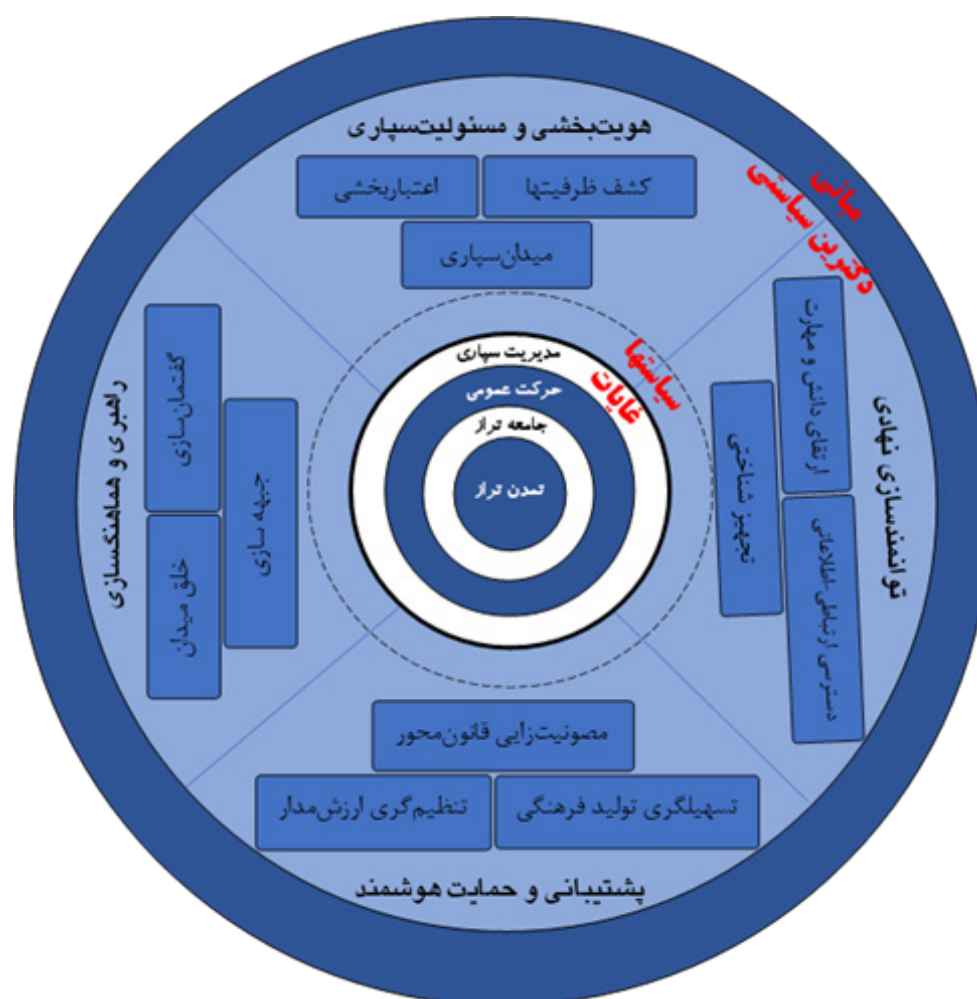
بنابراین، حکمرانی مردمی عبارت است از: «حضور اندیشه، اراده و نیروی عموم مردم در عرصه حکمرانی با هدف سپردن بیشینه امور در ساحت‌های شناسایی، تصمیم‌گیری، اجرا و ارزیابی به آنها» و در همین راستا، مردمی سازی فرهنگ، به معنای «طراحی سازوکارها و فرایندهای لازم جهت تحقق و تأمین حضور مردم در ساحت‌های مختلف حکمرانی فرهنگ است».

جدول ۸. مقایسه مردمی‌سازی با سایر دکترین‌ها

دکترین	مؤلفه	نقش مردم	نقش حاکمیت	ایده اصلی
برتری‌گزینی	مشارکت نخبگانی و پیروی عمومی	گزینش کیفی و حمایت از آنها	فرهنگ حاکمیت‌پایه و نخبگانی	
دموکراتیزه کردن ^۱ فرهنگ	اقبال به استفاده	تسهیل دسترسی حداکثری	یکسان‌سازی فرهنگی	
دموکراسی فرهنگی	تولید خرده فرهنگی	حفاظت از خرده فرهنگها	تنوع فرهنگی	
اقتصاد فرهنگی	خریداری در بازار	کمک به تشکیل بازار و تکمیل آن	رشد اقتصادی	
مردمی‌سازی فرهنگ	مشارکت در حکمرانی	کمک به بلوغ نهاد اجتماعی (مردم)	حکمرانی مردمی	

مأخذ: همان.

شکل ۵. نگاه از بالا به هرم الگوی سیاستی بالادستی مردمی‌سازی فرهنگ عمومی



مأخذ: همان.



۵-۵. سیاست‌های کلان ذیل دکرین سیاستی

بعد از اینکه دکرین سیاستی مربوطه تبیین شد، حال می‌توان برای هر کدام از زیردکترین‌های مطرح شده، به استخراج و بیان سیاست‌های مورد نظر اقدام نمود. بنابراین در ادامه، چهار دسته سیاستی، بر اساس چهار زیردکترین هویت‌بخشی و مسئولیت‌سپاری، توانمندسازی نهادی، پشتیبانی و حمایت هوشمند و نهایتاً راهبری و هماهنگ‌سازی، به تفصیل تبیین خواهد شد.

۱-۵-۵. هویت‌بخشی و مسئولیت‌سپاری

در این بخش، سیاست‌های مربوط به زیردکترین هویت‌بخشی و مسئولیت‌سپاری مبتنی بر سه عنصر اساسی کشف ظرفیت‌ها، اعتباربخشی و میدان‌سپاری تشریح خواهد شد:

۱. رصد زیست‌بوم فرهنگ و کشف استعدادها، مجموعه‌ها و ظرفیت‌های علاقه‌مند، با انگیزه و خلاق مردمی جهت پشتیبانی و توسعه تشکیلاتی،

۲. فضا سازی و به رسمیت‌شناسی کنشگری فرهنگی ظرفیت‌های مردمی توسط نهادهای حاکمیتی ذیل قوانین موجود،

۳. تمرکززدایی و گشایش میدان برای بخش‌های غیردولتی در عرصه دفاع فرهنگی با رویکرد اولویت‌بخشی به مجموعه‌های غیرانتفاعی و کنشگران مردمی در حفاظت، مقاومت و پیشرفت فرهنگی،

۴. حضور و خود موقعیت‌یابی داوطلبانه و درون‌نهادی ظرفیت‌های مردمی مختلف در آرایش جبهه فرهنگی و عدم مداخله قهری حاکمیت در جانمایی آنها،

۵. نگاه سیاستگذار و برنامه‌ریز حاکمیتی به تأمین مصالح جامعه از افق خواست و اراده مردم و جانمایی آن در طراحی الگوی اقدام،

۶. حفظ استقلال گروه‌های فعال مردمی در الگوی تعامل قرارگاه مرکزی و ستادهای حاکمیتی.

۲-۵-۵. توانمندسازی نهادی

زیردکترین توانمندسازی، شامل سه عنصر اصلی می‌باشد: ایجاد دسترسی اطلاعاتی - ارتباطاتی، ارتقای دانش و مهارت‌ها و تجهیز شناختی. بر این اساس، سیاست‌های مندرج عبارتند از:

۷. کمک به تجهیز اطلاعاتی و شناختی حرکت‌های مردمی نسبت به داده‌ها و عناصر دخیل در مسائل، موقعیت‌یابی وضع موجود و کشف فرصت‌ها و تهدیدهای داخلی و خارجی،

۸. نقش‌آفرینی ستادهای حاکمیتی در شکل‌گیری، توسعه و تقویت نهاد مردمی حلقه‌های میانی با کارویژه هدایت، تعریف کار، شناسایی و ارائه راهکار، برنامه‌ریزی و ایجاد حرکت عمومی،

۹. پشتیبانی فکری و راهبردی جریان مردمی با کمک به ایجاد و گسترش هیئت‌های اندیشه‌ورزی دارای نقش و نه صرفاً مشورت‌دهنده در نظام عملیاتی.

۳-۵-۵. پشتیبانی و حمایت هوشمند

پشتیبانی و حمایت هوشمند، عنوان سومین زیر دکرین مربوط به مردمی‌سازی فرهنگ است که از سه عنصر تسهیل‌گری، تنظیم‌گری و مصونیت‌زایی تشکیل شده است. سیاست‌های ذیل این زیردکترین، عبارتند از:

۱۰. تنوع‌پذیری در الگوهای حمایت ستادی در موارد مختلفی چون حمایت مادی مربوط به ضرورت فعالیت و نیز حمایت مادی مربوط به استقلال‌یابی مجموعه‌های مردمی،

۱۱. اولویت‌بخشی به تأمین زیرساخت‌های لازم ارتباطاتی، فناورانه، اطلاعاتی و عمرانی جهت حضور و فعالیت ظرفیت‌های مردمی و بدین طریق، دستیابی به استمرار، پایداری و سهولت در توسعه،

۱۲. طراحی و مدل‌سازی الگوهای عملیاتی، قابل فهم عمومی و اعتمادبخش جهت مشارکت مردمی توسط دستگاه‌های حاکمیتی،

۱۳. طراحی و جانمایی ضوابط و معیارهای مسئولیت‌پذیری مجموعه‌های مردمی در برنامه‌ریزی الگوهای پشتیبانی از مشارکت فرهنگی،

۱۴. آمایش سرزمینی و ایجاد نقشه‌ها و الگوهای عملیاتی بوم‌محور جهت برنامه‌ریزی راهبردی و تقسیم صحیح و عادلانه امکانات بین افراد، گروه‌ها و تشکلهای کشور،
۱۵. پشتیبانی ستادی در ایجاد و توسعه فضاهای ارائه و استفاده توأمان مردم‌پایه فرهنگی،
۱۶. در اختیار گذاری امکانات دولتی به بخش‌های غیردولتی با لحاظ طراحی الگوهای حمایت هوشمند همراه با مصونیت‌زایی در چارچوب اصول قانونی،
۱۷. توجه ستادهای حاکمیت به معیار افزایش سبد مخاطبان فعالیت‌های مردمی از میان اقشار به اصطلاح خاکستری و حتی متمایل به پادفرهنگ،
۱۸. برنامه‌ریزی، رصد و ارزیابی ستادی متناسب با اثر بخشی واقعی و تحقق نتایج خارجی فعالیت فرهنگی در میان جامعه هدف و ذی‌نفعان نهایی و نه صرف برنامه‌ریزی به اصطلاح وظیف‌های و ارائه گزارش عملکردی،
۱۹. پرهیز از ایجاد و توسعه سازمان‌های تصدیگر در فرهنگ و تکیه بر ایجاد و گسترش ستادهای پشتیبانی با رویکرد به میدان‌آوری ظرفیت‌های مردمی،
۲۰. هدف‌گیری گسترش اخلاق و فضائل اخلاقی در طراحی الگوی اقدامات و برنامه‌های ستادی،
۲۱. تمایز بخشی در الگوی پشتیبانی از ظرفیت‌های مردمی متناسب با سوابق، دغدغه و میزان خدمات انجام گرفته و توسعه حداکثری حمایت از ظرفیت‌های مردمی مستقل و ارزشی،
۲۲. طراحی نظام اولویت‌ها بر محور انتخاب پیشران‌های فرهنگی اثرگذار با نگاهی ویژه به مقوله تولید محتوا در نظام پشتیبانی و پرهیز از ایجاد و توسعه کارهای فرهنگی کم‌اثر و صوری.
- ۴-۵-۵. راهبری و هماهنگ‌سازی**
- آخرین زبردکترین سیاستی مردمی‌سازی فرهنگ، عبارت است از: راهبری و هماهنگ‌سازی که ذیل آن سه عنصر اساسی، گفتمان‌سازی، جبهه‌سازی و خلق میدان تعریف شده است. با این توصیف، سیاست‌های ذیل این بخش بدین قرار است:
۲۳. شناسایی ستادهای حاکمیتی نسبت به سناریوهای احتمالی پیش‌رو مبتنی بر شناسایی نظام‌مند و مستمر آفات و آسیب‌های محتمل،
۲۴. توجه ویژه به قطب‌های اجتماعی اثرگذار برای جهت‌دهی حرکت مردمی در تقویت ارزش‌ها و مقابله با آسیب‌های فرهنگی،
۲۵. سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی جهت شکل‌گیری پشتوانه فکری و نظری مستحکم و نیز تقویت وجوه بینشی، تربیتی و مدیریتی در ستادهای حاکمیتی برای پیشگیری از انحراف، سطحی‌نگری، رکود در طول مسیر مردمی‌سازی،
۲۶. پرهیز ستادهای از تأسیس‌گری موازی و هم‌پوشانی اقدامات فرهنگی در جایی که نیازی به تعدد نیست،
۲۷. جبهه‌سازی با تمرکز بر توان مردمی جهت ایجاد قدرت، ابتکار و تنوع در مقابله فرهنگی،
۲۸. تفکیک نهادی بین لایه ستادی و عملیاتی و عدم ورود ستادهای حاکمیتی در بخش عملیاتی،
۲۹. عدم استفاده از گسترش نفوذ و سرمایه اجتماعی حاصل از مردمی‌سازی فرهنگ در امور زودبازده نظیر برنامه‌ها و مناسبت‌های سیاسی و انتخاباتی،^۱
۳۰. پیگیری امر مردمی‌سازی در ستادهای حاکمیتی در فضایی به دور از اعلان و انتساب در عین حفظ شفافیت و آگاهی بخشی در مسیر مردمی‌سازی،
۳۱. ایجاد سازوکارهای لازم جهت هماهنگی، همکاری و هم‌افزایی گستره حرکت مردمی،
۳۲. نقش‌آفرینی در راستای جهت‌دهی حرکت عمومی به سمت تحقق جامعه و تمدن تراز،

۱. اشاره به بیانات مقام معظم رهبری جهت ایضاح مطلب: [اینکه] سعی کنید از گسترش نفوذ و کلمه در سطح کشور در مسائل زودبازده -مثل انتخابات و مانند اینها استفاده نشود. یعنی واقعاً به نظر من حیفاست کار وسیع فرهنگی که انسان بخواهد انجام بدهد، وسیله‌ای قرار بدهد برای اینکه مثلاً در انتخابات یکی جلو بیاید، یکی عقب برود. این تشکیلات را تا آنجایی که ممکن است صرف این جور کارهای زودبازده [نکنید] ۱۳۹۲/۰۲/۰۲.



۳۳. ارتقای کارآمدی و به‌روزرسانی مستمر الگوی ارتباطات نهادهای حاکمیتی و دستگاه‌های دولتی با مجموعه‌ها و ذی‌ربطان مردمی عرصه فرهنگ،
۳۴. جریان‌سازی گفتمانی برای مشارکت نخبگان جهت شتاب‌بخشی و رفع عقب‌ماندگی‌های فرهنگی جامعه،
۳۵. مقابله گفتمانی با دوگانگی دولت و مردم در فرهنگ و ایجاد تصویر یکپارچگی نهاد سیاسی با نهاد اجتماعی در نسبت با ترویج ارزش‌های فرهنگی،
۳۶. رویکرد قرارگاهی و هماهنگ‌کنندگی حاکمیت با تکیه بر ثبات در سیاست‌ها به دور از وابستگی به جناح‌ها و جریانات سیاسی،
۳۷. تلاش برای رفع موانع ساختاری دستگاه‌های دولتی در راهبری جریان‌های مردمی در کنار استفاده از ظرفیت نهادهای حاکمیتی غیردولتی،
۳۸. پایش و ارزیابی مستمر حاکمیت نسبت به وضع مقبولیت گفتمانی نظام در میان آحاد مردم،
۳۹. ایجاد جریان روایت‌سازی پیشرفت با تکیه بر تبیین هنری روند حرکتی انقلاب اسلامی برای توسعه مشارکت مردمی،
۴۰. استفاده مناسب و مبتنی بر مبانی، از ظرفیت‌های احساسی و عاطفی جامعه برای ایجاد حرکت عمومی،
۴۱. انسجام‌بخشی در راهبری ستادی و هماهنگی بین دستگاه‌های فرهنگی جهت ایجاد ارتباط و هم‌افزایی با یکدیگر با مرکزیت قرارگاه مربوط،
۴۲. توجه توأمان به توسعه متوازن مردمی‌سازی در هر دو بخش اقدامات آفندی و پدافندی فرهنگی.

۶. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

مردمی‌سازی، از جمله تعابیری است که در فضای سیاستی و تقنینی و در مطالب رسمی و غیررسمی امروز ایران، بسیار مورد استفاده است. برای نمونه، در برنامه هفتم پیشرفت، ۹ بار این اصطلاح به کار رفته که ۳ بار از آن، در فصل هفتم (فرهنگ عمومی) است. استفاده از تعابیری چون مردمی‌سازی و به‌طور کلی بهره‌گیری از ادبیات مشارکت مردمی در اسناد رسمی، در صورتی است که هنوز طراحی و تدوین الگوهای مربوط به آن در حاکمیت و همین‌طور فضاها علمی - اندیشه‌ای، پیشرفت مناسبی نداشته و جای خالی بسیاری دارد. دغدغه‌ای که مقام معظم رهبری (دام‌ظله‌العالی) در این سال‌ها، چندین بار بدان اشاره فرموده‌اند و بحث از لزوم تعیین الگوهای مشارکت مردم داشته‌اند. در نگاهی کلان، برخی مسائل مربوط به مداخله حاکمیت در نسبت با بازیگران و نقش‌آفرینان حوزه فرهنگ از گذر مشاهده و تحلیل میراث سیاستی و تقنینی موجود، عبارت است از:

۱. رویکرد بسندگی به تدوین اسناد سیاستی بالادستی بدون اهتمام لازم به زنجیره تحقق آنها: این تصور که با تدوین اسناد سیاستی بالادستی، مأموریت اصلی سیاستگذاری محقق شده و بقیه مراحل از جمله: اولویت‌بندی اجرایی، تعیین معیارها و شاخص‌های عملیاتی، طراحی نقشه راه و در نهایت پایش، ارزیابی مستمر پیشرفت اسناد و اعمال بازنگری‌های لازم، جزء مراحل فرعی سیاستگذاری بوده، کماکان مسئله‌ای مورد تأمل است.

۲. استفاده از الگوهای مدیریت دولتی سنتی^۱ و عدم ورود به ساحت‌های جدید الگوهای شبکه‌ای^۲ و حکمرانی مشارکتی^۳: باقی ماندن در نسل قدیم الگوهای مدیریت دولتی سنتی یا همان سلسله‌مراتبی^۴ نیز خود مسئله دیگری است. غلبه استفاده حاکمیت از این الگوها، چنین صورتی از نظام حکمرانی را پررنگ کرده است:

1. Traditional Public Administration
2. Network Government
3. Participatory Governance
4. Hierarchical Government



- الف)** مداخله از طریق مقررہ گذاری بالا به پایین و عدم استفاده از الگوهای حکمرانی مشارکتی در مدیریت عرصه فرهنگ،
- ب)** حمایت از طریق طراحی نظام باز توزیع منابع مادی به صورت‌هایی صنفی - رفاهی، غیر هدفمند به جهت عدم متناسب سازی حمایت‌ها با میزان اثربخشی و نیز به جهت عدم طراحی مسیر تأثیر گذاری حمایت‌ها تا رسیدن به لایه ذی نفعان نهایی^۱ و غیر هوشمند به جهت عدم توجه به طراحی الگوهای متنوع به اقتضای تنوع موجود در گروه‌های هدف.^۲
- ۳. عدم جامعیت و تعادل در ملاحظه گروه‌های هدف (بخش خصوصی و بخش مدنی):** قوانین و مقررات موجود، عمدتاً ناظر به بخش خصوصی حوزه فرهنگ یعنی صنایع فرهنگی و کسب و کارها بوده و جایگاه اعتبار بخشی و حمایت از بخش مدنی و به صورت خاص تشکلات و مجموعه‌های مردمی غیر انتفاعی چه جریان‌های میانی و چه میدانی، با فقدان اهتمام جدی روبه‌رو است.
- با این توضیحات، پژوهش حاضر به عنوان گامی زیربنایی، اقدام به ترسیم الگوی سیاستی بالادستی مردمی سازی فرهنگ عمومی در جمهوری اسلامی ایران کرد تا بتوان مبتنی بر آن به طراحی الگوهای سیاستی پایین دستی و عملیاتی در بخش‌های مختلف و موضوعات متنوع موجود در زیست‌بوم وسیع فرهنگی پرداخت. این الگو، شامل سه لایه مبانی، دکترین و سیاست‌هاست که محتوای آن، برگرفته از بیانات مقام معظم رهبری (دام‌طله‌عالی) در کنار اقتباس‌هایی از اسناد اساسی مرتبط با حوزه فرهنگ است.
- دکترین سیاستی مردمی سازی فرهنگ عمومی مستخرج از این پژوهش (لایه دوم) در چهار بخش ارائه شد:
- ۱. هویت بخشی و مسئولیت سپاری** بر مدار کشف ظرفیت‌ها، اعتبار بخشی به آنها و میدان سپاری امور،
 - ۲. کمک به توانمندسازی نهادی** بر اساس ایجاد دسترسی ارتباطی - اطلاعاتی، ارتقای دانش و مهارت‌ها و تجهیز شناختی نسبت به صحنه داخلی و خارجی،
 - ۳. ایجاد بستر پشتیبانی و حمایت هوشمند** مبتنی بر تسهیلگری نسبت به فعالیت بخش‌های غیردولتی و آحاد و نیز تنظیم‌گری مشارکتی در راستای بیشینه سازی جریان ارزشها همراه با مصونیت‌زایی برای فعالان مردمی،
 - ۴. راهبری و هماهنگ سازی** عرصه اقدام فرهنگی بر پایه خلق میدان، گفت‌وگو سازی مشارکتی و جبهه سازی از همه ظرفیت‌ها.
- در مجموع ۴۲ سیاست، ذیل دکترین سیاستی ۴ بخشی، مبتنی بر ۲۱ آموزه مبنایی، الگوی سیاستی بالادستی مردمی سازی فرهنگ عمومی را تشکیل دادند.
- در پایان گفتنی است، از وجوه اهمیت استخراج الگوی بالادستی مردمی سازی فرهنگ عمومی این است که مبتنی بر آن، موضوعات بعدی و پایین دستی، با عقلانیت مضاعف و سهولت بیشتری قابل پژوهش و تدوین است؛ موضوعاتی مانند:
- ۱. شناسایی نقاط خلأ سیاستی، تقنینی، برنامه‌ای بر اساس تحلیل و بررسی جزئی و موردی سیاست‌ها، قوانین و مقررات موجود در نسبت با دکترین و سیاست‌های مستخرج در این پژوهش،**
 - ۲. استخراج نظام مسائل مردمی سازی فرهنگ عمومی بر اساس ماتریس سه گانه اهداف، ابزار و بازیگران (جدول ۶) و ارائه راهبردها و راهکارهای عملیاتی،**
 - ۳. تدوین نقشه‌ها و گزارش‌های ارزیابی وضعیت موجود عرصه‌های فرهنگ عمومی، فناوری‌های اجتماعی حوزه فرهنگ عمومی، صنایع فرهنگی، دستگاه‌های فرهنگی و مناطق مختلف (استانی، شهری و منطقه‌ای) بر اساس طراحی معیارها و شاخص‌های عملیاتی مردمی سازی فرهنگ عمومی،**
 - ۴. تدوین جعبه ابزار مردمی سازی فرهنگ عمومی برای راهنمایی ستادهای راهبری،**
 - ۵. تدوین سیاست‌های اجرایی یا به نوعی پیوست عملیاتی مردمی سازی فرهنگ در سازمان‌های فرهنگی،**
 - ۶. طراحی الگوهای نقش آفرینی بازیگران فرهنگی در لایه‌های مختلف (شکل ۴).**

جدول ۱ پیوست. داده‌های خام مبانی مردمی‌سازی فرهنگ عمومی

مبانی	
۱	– فرهنگ، هویت یک ملت است. ارزش‌های فرهنگی روح و معنای حقیقی یک ملت است. همه چیز مترتب بر فرهنگ است. فرهنگ حاشیه و ذیل اقتصاد نیست، حاشیه و ذیل سیاست نیست، اقتصاد و سیاست حاشیه و ذیل بر فرهنگند؛ به این باید توجه کرد. نمی‌توانیم فرهنگ را از عرصه‌های دیگر منفک کنیم. ۱۳۹۲/۰۹/۱۹. – عزیزان من! فرهنگ از اقتصاد هم مهم‌تر است. چرا؟ چون فرهنگ، به معنای هوایی است که ما تنفس می‌کنیم؛ شما ناچار هوا را تنفس می‌کنید، چه بخواهید، چه نخواهید؛ اگر این هوا تمیز باشد، آثاری دارد در بدن شما؛ اگر این هوا کثیف باشد، آثار دیگری دارد. فرهنگ یک کشور مثل هوا است؛ اگر درست باشد، آثاری دارد، ۱۳۹۳/۰۱/۰۶. – ما فرهنگ را بستر اصلی زندگی انسان می‌دانیم ... فرهنگ هر کشور، بستر اصلی حرکت عمومی آن کشور است. حرکت سیاسی و علمی‌اش هم در بستر فرهنگی است. ۱۳۸۳/۱۰/۱۷. – اما بخش حقیقی، آن چیزهایی است که متن زندگی ما را تشکیل می‌دهد؛ که همان سبک زندگی است که عرض کردیم. این، بخش حقیقی و اصلی تمدن است، ۱۳۹۱/۰۷/۲۴. – فرهنگ یک ملت و یک کشور، درحقیقت شاکله معنوی این ملت است. یعنی اگر ما در یک کشور، وضع اقتصادی، نظام اقتصادی و نظام سیاسی را شاکله جسمی برای یک ملت بدانیم، روح این مجموعه عبارت است از فرهنگ درحقیقت فرهنگ است که هویت و شاکله معنوی یک ملت را معین می‌کند، ۱۳۹۰/۰۳/۲۳.
۲	– هر جایی که مسئولین کشور توانایی‌های مردم را شناختند و به‌کار گرفتند، ما موفق شدیم. هر جایی که ناکامی هست، به خاطر این است که ما نتوانستیم حضور مردم را در آن عرصه تأمین کنیم، ۱۳۹۰/۰۷/۲۰. – کلید اصلی، اینجا است: حضور مردم در همه مسائل، حل‌کننده مشکلات است، ۱۴۰۰/۰۵/۱۲. – کار وقتی دست خود مردم سپرده شد که صاحبان کشورند، صاحبان آینده‌اند، آن وقت کارها به سامان خواهد رسید، ۱۳۹۳/۰۱/۲۹.
۳	– اثر مردم‌سالاری، زنده کردن استعدادها هم هست؛ وقتی مردم وارد میدان شدند، به مردم اعتماد شد، به مردم اعتنا شد، اینجوری می‌شود. حس اعتماد به نفس ملی در مردم زنده می‌شود؛ ۱۳۹۶/۱۱/۲۹.
۴	– مردم حقیقتاً مالک و مسلط بر سرنوشت و امور خودشان هستند، این یک امر واقعی است، ۱۳۶۹/۰۲/۰۷.
۵	انقلاب وقتی تشکیل شد، خب هدف‌هایی داشت، هدف‌های بزرگی داشت: تبدیل حکمرانی فردی و استبدادی به حکمرانی مردمی؛ ۱۴۰۱/۲/۰۶.
۶	– در بنای آن نظم مدنی و سیاسی [توسط امام خمینی] دو نکته اساسی وجود دارد که این دو نکته به هم پیوند خورده است؛ به یک معنا، دو روی یک حقیقت است: یکی عبارت است از سپردن کار کشور به مردم از طریق مردم‌سالاری، و دوم اینکه این حرکت باید در چارچوب شریعت اسلامی باشد. این دو بخش است، با یک نگاه، دو بُعد از یک حقیقت است، ۱۳۹۶/۰۲/۰۱. – جمهوری اسلامی یک مرکب انضمامی نیست که ترکیبی باشد از چیزی به نام «جمهوری» و چیزی به نام «اسلامی»؛ تا یکی بگوید که من طرفدار جمهوریتم بیشتر، یکی بگوید من طرفدار اسلامیتم بیشتر، این جوری نیست، بلکه جمهوری اسلامی یک حقیقت است آن جمهوری است، آن اتکا به آرای عمومی است که خدا آن را مقرر کرده است، ۱۳۸۰/۱۲/۲۳.
۷	– در مردم‌سالاری اسلامی، روح، لب و ماده‌ی اصلی عبارت است از اسلام؛ ... شکل کار، قالب کار، روش مدیریت، مردم‌سالاری است؛ ۱۳۹۰/۱۲/۱۸. – یک منظر دیگر، منظر امکان عملی تحقق حاکمیت دین است، که بدون مردم امکان‌پذیر نیست، ۱۴۰۰/۰۳/۱۴.
۸	– مسئله جمهوریت، مردم‌سالاری، و اعتبار رأی مردم؛ این هم مسئله خیلی مهمی است. از دو منظر هم باید به این مسئله نگاه کرد: یک منظر، این منظر جنبه‌ی دینی قضیه است، جنبه اعتقادی قضیه است که مسئله مسئولیت و حق است؛ ۱۴۰۰/۰۳/۱۴. – مدیران جوان، کارگزاران جوان، اندیشمندان جوان، فعالان جوان، در همه میدان‌های سیاسی و اقتصادی و فرهنگی و بین‌المللی و نیز در عرصه‌های دین و اخلاق و معنویت و عدالت، باید شانه‌های خود را به زیر بار مسئولیت دهند، (بیانیه گام دوم).
۹	– اساس تفکر مارکسیستی و دیالکتیک مارکسیستی بر تضاد و تعارض بود، اساس تفکر اسلامی و دیالکتیک اسلامی بر همراهی و همگامی و همکاری و مزدوج شدن و همراه شدن است، ۱۳۹۵/۰۲/۰۸.

مبانی	
۱۰	- مردم‌سالاری در نظام اسلامی، مردم‌سالاری دینی است؛ یعنی به‌نظر اسلام متکی است؛ فقط یک قرارداد عرفی نیست. مراجعه به رأی و اراده و خواست مردم، در آن‌جایی که این مراجعه لازم است، نظر اسلام است؛ لذا تعهد اسلامی به وجود می‌آورد. مثل کشورهای دموکراتیک غربی نیست که یک قرارداد عرفی باشد تا بتوانند به راحتی آن را نقض کنند، ۱۴/۳/۱۳۸۱.
۱۱	- فرهنگ اسلامی، فرهنگی مبتنی بر فطرت (بند «۹» فصل دوم نقشه مهندسی فرهنگی کشور).
۱۲	- هدف از حکومت، رشد دادن انسان در حرکت به سوی نظام الهی است (والی‌الله المصیر) تا زمینه بروز و شکوفایی استعدادها به منظور تجلی ابعاد خود گوشتی انسان فراهم آید (تخلّقوا باخلاق الله) و این جز در گرو مشارکت فعال و گسترده تمامی عناصر اجتماع در روند تحول جامعه نمی‌تواند باشد (مقدمه قانون اساسی). - هنر اصلی انقلاب هم همین بود؛ هنر اصلی انقلاب این بود که جمهور مردم را از یک مجموعه و توده منفعل و مصرفی و فاقد یک نگاه ملی و عمومی، تبدیل کرد به یک مجموعه پُرانگیزه، علاقه‌مند، همت دار، هدف دار، آرمان‌خواه و وارد میدان کرد. کار بزرگ انقلاب این بود ۱۲/۵/۱۴۰۰.
۱۳	- من تقدّم ابتکارات اشخاص را و جوشش‌های فردی و درونی آدم‌های متنوع را بر آنچه حالا به صورت متمرکز به ذهن بنده یا امثال بنده ممکن است بیاید، قبول دارم، ۲/۰۲/۱۳۹۲.
۱۴	- من در طول این سال‌های متعدّد به افراد متعدّدی هم تکلیف کردم که بروید این تشکّل‌های مردمی، این مجموعه‌ها، این واحدهای مردمی را که خودشان دارند کار فرهنگی می‌کنند، پیدا کنید، تشویق کنید، متشکّل کنید، در حدود ممکن پشتیبانی کنید؛ نتوانستند؛ به آن کسانی که بنده تکلیف کردم نتوانستند. یک چنین حرکت عظیمی لازم است، ۲/۰۲/۱۳۹۲.
۱۵	- انقلاب به یک انحطاط تاریخی طولانی پایان داد و کشور که در دوران پهلوی و قاجار به شدت تحقیر شده و به شدت عقب مانده بود، در مسیر پیشرفت سریع قرار گرفت؛ در گام نخست، رژیم ننگین سلطنت استبدادی را به حکومت مردمی و مردم‌سالاری تبدیل کرد و عنصر اراده ملی را که جان‌مایه پیشرفت همه‌جانبه و حقیقی است در کانون مدیریت کشور وارد کرد؛ ۲۲/۱۱/۱۳۹۷.
۱۶	- یک عنصر دیگری که لازم است برای این حرکت، این است که این حرکت باید یک جهت‌گیری مشخصی داشته باشد؛ یک جهت‌گیری منطقی و قابل قبول، که در حرکت عمومی ملت ایران که ما داریم پیشنهاد می‌کنیم و مطرح می‌کنیم، این جهت‌گیری، جهت‌گیری به سمت جامعه اسلامی یا تمدن اسلامی است؛ یعنی می‌خواهیم برویم به سمت تشکیل یک جامعه اسلامی و حرکت عمومی، ما را باید به اینجا و در نهایت به یک تمدن پیشرفته اسلامی برساند، ۱/۳/۱۳۹۸.
۱۷	- هرچه ارتباط با مردم بیشتر باشد، امکان موفقیت بیشتر است. مسئله اصلی ما، مسئله مردم است؛ حضور مردم، میل مردم، اراده مردم، عزم راسخ مردم. این را باید عرض کنیم؛ در همه تحولات و جنبش‌های گوناگون اجتماعی بزرگ، نقش مردم، نقش معیار است. یعنی گسترش یک تحول، گسترش یک فکر، گسترش نفوذ یک مصلح اجتماعی، وابسته به این است که با مردم چقدر ارتباط داشته باشد. هرچه ارتباط او و آن جریان و آن جنبش و آن تحول با مردم بیشتر باشد، امکان موفقیت او بیشتر است؛ اگر از مردم منقطع شد، دیری نخواهد پایید، کاری نخواهد کرد، ۲۰/۷/۱۳۹۰.
۱۸	یک سؤالی اینجا ممکن است مطرح بشود که بگویند: خب شما می‌گویید مسئولین کشور حساس باشند، چقدر حساس باشند؟ آیا این با آزادی — که از شعارهای انقلاب است و جزو پایه‌های جمهوری اسلامی است — منافاتی ندارد؟ جواب این است که خیر، با آزادی هیچ منافاتی ندارد؛ آزادی غیر از ولنگاری است؛ آزادی غیر از رهاسازی همه ضابطه‌ها است. آزادی — که نعمت بزرگ الهی است — خودش دارای ضابطه است؛ بدون ضابطه، آزادی معنا ندارد، ۶/۰۱/۱۳۹۳.
۱۹	ما اگر چنانچه به یک باغبان و بوستانیان ماهر و زبده می‌گوییم که علف هرزه‌های این باغ را جمع‌کن، معنای آن این نیست که از رشد گل‌های این باغ می‌خواهیم جلوگیری کنیم یا به آنها دستور بدهیم؛ نه شما اجازه بدهید گل‌های معطر و خوشبو طبق طبیعت خودشان، طبق استعداد خودشان، از آب وهوا استفاده کنند، از نور خورشید استفاده کنند، رشد کنند... معارضه با مزاحمت فرهنگی هیچ منافاتی ندارد با رشد دادن و آزاد گذاشتن و پرورش دادن مطلوبات فرهنگی. این نکته بسیار مهمی است، ۱۹/۹/۱۳۹۲.
۲۰	- دولت دینی با دین دولتی هیچ فرقی ندارد. دولت جزو مردم است؛ دین دولتی یعنی دین مردمی؛ همان دینی که مردم دارند، دولت هم همان دین را دارد. دولت، وظیفه برای ترویج بیشتر [دین] دارد. هر کسی هر توانی که دارد، باید خرج کند، ۱۹/۰۹/۱۳۹۲.
۲۱	وابستگی به غرب، ضد پیشرفت است و این یک ادعای منطقی است، ۱۹/۰۸/۱۳۹۵.



جدول ۲ پیوست. داده‌های خام دکترین سیاستی و سیاست‌های مردمی‌سازی فرهنگ عمومی

دکترین سیاستی و سیاست‌های ذیلی

۴-۱) هویت‌بخشی و مسئولیت‌پذیری	۱	– من در طول این سال‌های متعدّد به افراد متعدّدی هم تکلیف کردم که بروید این تشکّل‌های مردمی، این مجموعه‌ها، این واحدهای مردمی را که خودشان دارند کار فرهنگی می‌کنند، پیدا کنید، تشویق کنید، متشکّل کنید، در حدود ممکن پشتیبانی کنید؛ نتوانستند؛ به آن کسانی که بنده تکلیف کردم نتوانستند. یک چنین حرکت عظیمی لازم است، ۱۳۹۲/۲/۲.
	۲	– «آتش‌به‌اختیار» به معنای کار فرهنگی خودجوش و تمیز است؛ آنچه ما گفتیم معنایش این است که در تمام کشور، جوان‌ها و صاحبان اندیشه و فکر، صاحبان همت، خودشان با ابتکار خودشان، کار را – کارهای فرهنگی را – پیش ببرند، منافذ فرهنگی را بشناسند و در مقابل آنها، کار انجام بدهند، ۱۳۹۶/۰۴/۰۵.
	۳	– معنای آتش به اختیاری که ما گفتیم، این است؛ یعنی همه جوان‌ها، همه گروه‌های مؤمن در زمینه‌های مختلف، هر کاری که برایشان میسر است و مطابق با قوانین کشور و مصلحت کشور [است]، باید انجام بدهند و معطل کسی نباید بمانند، ۱۳۹۷/۱۱/۲۹.
	۴	– مردم باید از انقلابشان دفاع کنند، مردم بایستی وارد میدان افاده و استفاده بشوند و حواسمان باشد که به‌تدریج تبدیل نشویم به یک موجود متعجر، چون واقعاً این جزو خطرناک‌هاست. یعنی یک واحد انقلابی و مردمی، اول تشکیل می‌شود، بعد به مرور، تبدیل می‌شود به یک شیء متعجر و بسته و منقطع از مردم، این اتفاق نباید بیفتد. به شدت مراقب این معنا باشید، ۱۳۹۵/۰۸/۱۹.
	۵	– من می‌خواهم بگویم آن جوان‌هایی که در تهران، در شهرهای گوناگون، در استان‌های مختلف، در خود مشهد، در بسیاری از شهرهای دیگر کار فرهنگی می‌کنند، با اراده خودشان، با انگیزه خودشان - کارهای بسیار خوبی هم از آنها ناشی شده است که از بعضی از آنها ما بحمدالله اطلاع پیدا کردیم - کار را هرچه می‌توانند به‌طور جدّی دنبال کنند و ادامه بدهند. بدانند که همین گسترش کار فرهنگی در بین جوان‌های مؤمن و انقلابی، نقش بسیار زیادی را در پیشرفت این کشور و در ایستادگی ما در مقابل دشمنان این ملت، ایفا کرده است، ۱۳۹۳/۰۱/۰۱.
	۶	– دفاع مقدس، مدل جدید و شگفت‌آور حضور مردمی بود... همهٔ احاد ملت ایران، آنهایی که مایل بودند در این عرصه شرکت کنند، هر که بود، هر چه بود، توانست در یک شبکهٔ زنده، کارآمد، داوطلبانه و پرشور جای خودش را پیدا کند ۱۳۹۹/۰۶/۳۱
	۷	– در اسلام، چون افراد جامعه و افراد انسان، در حساب سیاسی اسلام به حساب می‌آیند، درواقع همه چیز مردمند. مردم هستند که شخصیت و خواست و مصالح و همه چیز آنها، در نظام سیاسی اسلام به حساب می‌آید. آن وقت، ولایت الهی، به چنین حضوری از مردم، معنا می‌دهد، ۱۳۷۶/۲/۶.
	۸	خطاب بنده ... به همه آن هسته‌های فکری و عملی جهادی، فکری، فرهنگی در سرتاسر کشور مرتباً می‌گویم: هرکدام کار کنید؛ مستقل و به‌قول میدان جنگ، آتش به اختیار. البته در جنگ، قرارگاه مرکزی وجود دارد که دستور می‌دهد، ۱۳۹۶/۰۳/۱۷.
	۹	یک حرکت عمومی معقول و منضبط - منضبط، به چند چیز نیاز دارد: اولاً نیاز دارد به اینکه از صحنه یک شناختی وجود داشته باشد؛ یعنی این کسانی که این حرکت را انجام می‌دهند یا محور این حرکتند یا لاقط تحریک‌کننده این حرکتند، بایستی صحنه را درست بشناسند، عناصر درگیر در این صحنه را بشناسند. امروز شما در کشور خودتان، در جمهوری اسلامی، می‌خواهید یک حرکت انجام بدهید؛ خوب باید بدانید جمهوری اسلامی امروز در چه وضعی است، با چه کسی روبه‌رو است، با چه کسی مواجه است، فرصت‌هایش کدام‌ها هستند، تهدیدهایش کدام‌ها هستند، دشمن‌هایش چه کسانی هستند، دوست‌هایش چه کسانی هستند؛ این باید دانسته بشود و شناخته بشود، ۱۳۹۸/۰۳/۰۱.
۴-۲) توانمندسازی نهادهای	۸	عنصر چهارم [حرکت عمومی جامعه] این است که بالاخره در هر برهه‌ای راهکارهای عملی لازم است. ... احتیاج دارد به هدایت، تمرکز، پیگیری، فعالیت پی‌درپی و لحظه‌به‌لحظه برای اینکه بتواند این کاروان عظیم جامعه را و مهم‌تر از همه جوان‌های جامعه را به پیش ببرد. این کار چه کسی است؟ این تمرکز، این ایجاد برنامه‌ی کار، پیدا کردن راهکار، اراندهی راهکار، برنامه‌ریزی، به عهده‌ی چه کسی است؟ این به عهده جریان‌های میانی است. این، نه به‌عهده رهبری است، نه به‌عهده دولت است، نه به‌عهده دستگاه‌های دیگر است، ۱۳۹۸/۰۳/۰۱.
	۹	علاوه‌بر این، هیئت اندیشه‌ورز در بالاترین سطوح بسیج که برای کل مجموعه بسیج بنشینند خنک‌کاری کنند، راهبردن‌گاری کنند - اینجا هم من مایل نیستم تعبیر استراتژیست را به‌کار ببرم؛ راهبردن‌گار، راهبردن‌دیش-لازم داریم. ما راهبردن‌دیشانی را لازم داریم که بنشینند و کارشان فقط این باشد؛ این از مهم‌ترین کارها است، ۱۳۹۵/۰۹/۰۳.



دکترین سیاستی و سیاست‌های ذیلی		
۱۰	یک جاهایی هست که احتیاج به کمک مالی است، بدون آن امکان ندارد کار پیش برود؛ اما یک جاهایی هست که کمک مالی شما می‌تواند تبدیل بشود به زمینه‌سازی روی پای خود ایستادن آنها؛ ۱۳۹۲/۰۲/۰۲.	۴-۳) پشتیبانی و حمایت هوشمند
۱۱	ادامه راه با استحکام زیرساخت‌ها ممکن است؛ اگر چنانچه زیرساخت‌ها را محکم کردید، کار در ادامه آسان خواهد شد. ۱۳۹۲/۰۲/۰۲.	
۱۲	مسئولین باید فرمول‌ها را برای مشارکت مردم فراهم کنند. اگر حضور مردم در این راه‌ها و برای این هدف‌ها تأمین شود، این هدف‌ها حتی زودتر از دورانی که در نظر گرفته شده است، حاصل خواهد شد. حضور مردم چه جوری است؟ این، همان نکته اصلی است. اینجاست که مسئولین باید زمینه‌ها را، مدل‌ها را، فرمول‌های عملی و قابل فهم عموم را، فرمول های اعتمادبخش را برای مشارکت مردم فراهم کنند، ۱۳۹۰/۰۷/۲۰.	
۱۳	انسان دارای فطرت خدایی، منزلت خلیفه‌اللهی، کرامت و عبودیت بوده و دارای تکلیف، برخوردار از حقوق مشروع و آزادی و اختیار مبتنی‌بر مسئولیت در برابر خداوند است، (مهندسی فرهنگ/۹).	
۱۴	– برای مشارکت، امکانات در سطوح مختلف به نحو صحیح و عادلانه تقسیم بشود، ۱۴۰۳/۰۱/۱۵. – تا تقسیم مأموریت‌های جغرافیایی – همین‌که آمایش سرزمینی می‌گویند؛ در یک نقطه‌ای از کشور بسج می‌تواند یک کاری را انجام بدهد که در نقطه دیگر یا نمی‌تواند انجام بدهد آن کار را، یا لازم نیست انجام بدهد– این باید با هوشیاری صورت بگیرد که هیئت اندیشه‌ورز لازم دارد. تمام این لایه‌های مختلف و لایه‌های گوناگون دیگر، هر کدام هیئت‌های اندیشه‌ورز لازم دارد، ۱۳۹۵/۰۹/۰۳.	
۱۵	– مردم باید از انقلابشان دفاع کنند، مردم بایستی وارد میدان افاده و استفاده بشوند و حواسمان باشد که به‌تدریج تبدیل نشویم به یک موجود متحجر، چون واقعاً این جزو خطر هاست. یعنی یک واحد انقلابی و مردمی، اول تشکیل می‌شود، بعد به مرور، تبدیل می‌شود به یک شی، متحجر و بسته و منقطع از مردم، این اتفاق نباید بیفتد. به شدت مراقب این معنا باشید، ۱۳۹۵/۰۸/۱۹.	
۱۶	امروز بحمدالله یک لشکر عظیمی از جوان‌های علاقه‌مند به مسائل فرهنگی، مشغول کارند، وجود دارند و تلاش می‌کنند و کار می‌کنند. اگر دولت‌ها و بخش‌های فرهنگی دولت، به این مجموعه‌های جوان و علاقه‌مند کمک بکنند، قطعاً کارهای بزرگی انجام خواهد گرفت و قدم‌های خلایق‌های برمی‌دارند...، خب امکانات می‌خواهند و امکانات در اختیار دولت است؛ بایستی حمایت هوشمند انجام بگیرد. استعدادها را کشف کنید، از آنها حمایت کنید، آزادی‌شان را تأمین کنید؛ البته آزادی در چارچوب اصول قانون ۶۰، ۱۴۰۰/۰۶/۰۶.	
۱۷	افزایش مخاطب مهم است. فقط آن که به ما اعتقاد دارد، مخاطب ما نباشد. نباید مخاطب آشنا و انقلابی و حزب‌اللهی را فقط جذب کرد بلکه باید به دنبال جذب مخاطب بیگانه (به تعبیر رایج یعنی همان قشر خاکستری و حتی قشر سیاه) باشید، ۱۳۹۵/۰۸/۱۹.	
۱۸	همه این گزارش‌هایی که ارائه شد، من به صداقت شما ایمان دارم و مطمئنم که این کارها انجام شده؛ اما همه اینها، نشان خروجی نیست. خروجی، به کیفیت این گزارش نیست. اصلاً سو، قن ندارم اما این گزارش، نشان از خروجی نیست. بنده مرتب گزارش می‌شنوم، در این ۳۰ سال.... در مسئله کتاب که گفتید شمارگان کتاب‌های انقلابی بالاست. لکن خواندن و مصرف مهم است. کاری کنید که خوانده شود. شما باید تا مرحله خوانده شدن کتاب برنامه داشته باشید، خیلی وقت‌ها کتاب خریده می‌شود ولی در کتابخانه می‌ماند و خوانده نمی‌شود. شما باید برای آن هم برنامه داشته باشید، ۱۳۹۵/۰۸/۱۹.	
۱۹	قرار ما از اول این بود که یک جبهه مردمی تشکیل بدهیم. این نباید فراموش شود. این برای من خیلی دغدغه است و از اول این را با هم عهد کردیم. قرار ما بر این نبود که چند سازمان در بین سازمان‌های موجود تأسیس کنیم. این قرار ما نیست. نباید سازمان تأسیس کنیم. این سازمان‌ها باید ستادی بشوند تا اراده و توان مردم را برای دفاع از انقلاب به میدان بیایند، ۱۳۹۵/۰۸/۱۹.	
۲۰	گسترش اخلاق و فضایل اخلاقی بود. مسئله اخلاق خیلی کم‌رنگ بود هم در خاتم هم در اوج و هم در افق و روی این موضوع، سرمایه‌گذاری بکنید. ما باید مردم را با اخلاق بار بیاوریم. باید مردم را از تهمت، غیبت، غفلت، حسادت، بخل، چهل، جبن، بده‌دی، بی‌وفایی و سایر رذائل اخلاقی دور کنیم. ۱۳۹۵/۰۸/۱۹.	
۲۱	– فرض کنید که یک شخصیت فرهنگی هست که همه عمر خودش را در راه انقلاب گذاشته، یک شخصیت فرهنگی هم هست که هر وقت توانسته به انقلاب نیش زده؛ شما رفتارشان با این دو نفر چه‌جور است؟ شما که مسئول دولتی هستید یا مسئول فرهنگی هستید – یا مسئول وزارت مثلاً ارشاد هستید یا سازمان تبلیغات اسلامی هستید – فقط مخصوص کارهای دولتی نیست، دیگران هم همین‌جور هستند– یا صداوسیما، رفتار شما و برخورد شما با این دو آدم چه‌جور است؟ این خیلی مهم است. آن کسی که عمرش را در خدمت انقلاب و در خدمت دین بوده، آیا این [طور] است که مورد تکریم و ترجیح شما باشد، نسبت به آن کسی که در همه عمرش حالا یک قدم [هم] در راه دین و انقلاب که برنداشته، گاهی اوقات ضربه هم زده، نیش هم زده؟ ۱۳۹۵/۰۶/۰۳. – مجموعه‌های خودجوش مردمی که کار فرهنگی می‌کنند – که الان در سرتاسر کشور هزاران مجموعه خودجوش مردمی هست که دارند خودشان کار می‌کنند، خودشان فکر می‌کنند، خودشان تلاش می‌کنند و کار فرهنگی می‌کنند– روز به‌روز باید توسعه پیدا کنند؛ دستگاه‌های دولتی باید به اینها کمک کنند. دستگاه‌های دولتی، آنهایی که مربوط به فرهنگند، به جای اینکه آغوش خود را به روی کسانی که نه اسلام را قبول دارند، نه انقلاب را، نه نظام اسلامی را، نه ارزش‌های اسلامی را [باز کنند]، آغوش خود را به روی بچه مسلمان‌ها، به روی جوان‌های مؤمن، به روی بچه‌های انقلابی، به روی بچه‌های حزب‌اللهی باز کنند. ۱۳۹۵/۰۱/۰۱. – بعضی‌ها کار فرهنگی را در داخل دانشگاه یا کنسرت و اردوهای مختلط اشتباه گرفته‌اند؛ خیال می‌کنند کار [فرهنگی این است]؛ می‌گویند باید دانشجو شاد باشد؛ شاد بودن برای هر محیطی چیز خوبی است اما چه‌جوری؟ به چه قیمتی؟ ۱۳۹۴/۰۸/۲۰.	
۲۲	– در همه شعبه‌های فرهنگی – چه در موضوع کتاب، چه در کارهای هنری، چه در مؤسسات فرهنگی – جهت‌گیری‌ها را انقلابی و اسلامی قرار بدهید. اولویت‌ها را در اینجا هم ملاحظه کنید، چون منابع بالاخره محدود است. ... با توجه به محدودیت منابع، نگاه کنید ببینید اولویت‌ها چیست... که اگر این چیزها در کار فرهنگ مورد توجه قرار بگیرد، با توجه به نگاهی که ما در زمینه فرهنگ داریم. اینها اولویت خواهد داشت؛ یعنی اینها تأثیراتش بیشتر خواهد بود. بله، اینها را باید دنبال کنید تا ان‌شاءالله تحقق پیدا کند. ۱۳۹۰/۰۶/۰۶. – در زمینه‌های فرهنگ، دنبال کارهای تشریفاتی و ویترینی نباشید. نمایش دادن کار فرهنگی، نه اینکه فایده‌ای ندارد؛ ضرر هم دارد. در زمینه فرهنگ باید دنبال کارهای محتوایی و اصیل و واقعی رفت، که امروز نیاز عمده‌ی کشور هم این است، ۱۳۸۹/۰۶/۰۸. – بنابراین در کار فرهنگی باید دنبال چه باشیم؟ دنبال تولیدات، ۱۳۸۹/۰۶/۰۸. – یک نکته دیگری که وجود دارد بحث اولویت‌ها است؛ نگاه کنید ببینید چه کاری زمین‌مانده. حالا یک وقت هست که یک مجموعه‌ای دارند یک کاری را خودشان انجام می‌دهند، شما برای آن نظیری هم سراغ ندارید، خیلی خب، پشتیبانی می‌کنید آن را، اشکال ندارد؛ اما اگر چنانچه ملاحظه کردید که این کاری که شما می‌خواهید انجام بدهید، قبلاً یک جای دیگری برای این کار یک تدارکی دیده شده. خب، اقدام اول این است که بروید سراغ آنجا؛ ببینید این تدارک، تدارک کافی و قانع‌کننده‌ای هست یا نیست؟ اگر بود، بار از دوش شما برداشته است؛ شما توجه خود را به آنجا جلب می‌کنید، افراد یا آن تشکیلات را هم ارجاع می‌دهید به آنجا. اگر نبود، سعی می‌کنید تکمیل کنید. کم پیش می‌آید که انسان یک مرکزی را به این شکل پیدا بکند، بعد ببیند سددردم نمی‌شود با این همکاری کرد؛ مجبوریم یک کار تأسیسی به وجود بیاوریم. معلوم نیست زیاد از این قبیل موارد پیش بیاید، ۱۳۹۲/۰۲/۰۲. – هیچ سطحی‌نگری جایز نیست. ظاهرگرایی و عوام‌زدگی در کار فرهنگی جایز نیست. کار فرهنگی بایستی مدبرانه، عمیق، با حوصله و ازسوی آدم‌های باصلاحیت و کارشناس‌های حقیقتاً وارد، در همه شعبه‌ها و شاخه‌های گوناگون فرهنگی مورد توجه قرار بگیرد، ۱۳۸۵/۰۶/۰۶.	



دکترین سیاستی و سیاست‌های ذیلی		
۲۳	ازجمله اولین کارهایی که باید انجام بدهید، این است که یک جایی برای آفت‌شناسی بگذارید. چون کار بزرگ است، وقتی کار بزرگ بود، آفت آن هم خسارت‌بار است. از همین اول کار شما نگاه کنید ببینید، این کار وسیع و عظیم شما چه آفت‌هایی می‌تواند پیدا کند. این بمنظر من جزو واجب‌ترین کارها است، ۱۳۹۲/۰۲/۰۲.	
۲۴	برای اینکه این شاکله حفظ شود، یا اگر نقضی دارد، تکمیل شود، یا اگر رخن‌های در آن هست، فسادی در آن هست، برطرف شود و به اصلاح تبدیل شود، طبعاً در جامعه اقطاب اثرگذاری وجود دارند. روشنفکران جامعه، نخبگان جامعه، علمای دینی، فعالان سیاسی، و در رأس همه، حکومت و دولت – دولت به معنای عام، به معنای حکومت – اینها آن اقطاب تأثیرگذار هستند؛ اینها می‌توانند فرهنگ را منط کنند، یا تضعیف کنند، یا تقویت کنند، یا ترمیم کنند، یا بعکس مجروح کنند و در آن خلل وارد کنند، ۱۳۹۰/۰۳/۲۳.	
۲۵	– این چنین کار بزرگ و گسترده‌ای پشتوانه‌ی فکری و نظری بسیار محکمی لازم دارد..... بمنظر من می‌رسد که این پشتوانه فکری و فرهنگی، خیلی باید مورد اطمینان باشند. اگر نشد، دچار سطحی‌نگری می‌شوید، دچار انحراف می‌شوید؛ نه اینکه شما منحرف بشوید، تشکیلات‌تان آفت انحراف پیدا خواهد کرد، آفت سطحی‌نگری پیدا خواهد کرد، آفت تکرار پیدا خواهد کرد، احیاناً آفت تحجرهای خطرناک پیدا خواهد کرد. این هم یک نکته است که باید به آن توجه بکنید، ۱۳۹۲/۰۲/۰۲.	
	– اگر بخواهید نفس، نفس عمیقی باشد، الزاماتی دارد؛ هم الزامات روحی و معنوی دارد، هم الزامات مدیریتی و تدبیری دارد، ۱۳۹۲/۰۲/۰۲.	
۲۶	یک نکته دیگری که وجود دارد بحث اولویت‌ها است؛ نگاه کنید ببینید چه کاری زمین مانده. حالا یک وقت هست که یک مجموعه‌ای دارند یک کاری را خودشان انجام می‌دهند، شما برای آن نظیری هم سراغ ندارید، خیلی خوب، پشتیبانی می‌کنید آن را، اشکال ندارد؛ اما اگر چنانچه ملاحظه کردید که این کاری که شما می‌خواهید انجام بدهید، قبلاً یک جای دیگری برای این کار یک تدارکی دیده شده، خوب، اقدام اول این است که بروید سراغ آنجا؛ ببینید این تدارک، تدارک کافی و فایده‌کننده‌ای هست یا نیست؟ اگر بود، بار از دوش شما برداشته است؛ شما توجه خود را به آنجا جلب می‌کنید، افراد یا آن تشکیلات را هم ارجاع می‌دهید به آنجا. اگر نبود، سعی می‌کنید تکمیل کنید. کم پیش می‌آید که انسان یک مرکزی را به این شکل پیدا بکند، بعد ببیند مدد‌رمد نمی‌شود با این همکاری کرد؛ مجبوریم یک کار تاسیسی به وجود بیاوریم. معلوم نیست زیاد از این قبیل موارد پیش بیاید، ۱۳۹۲/۰۲/۰۲.	
۲۷	در مقابل ما، یک جبهه‌ای هستند. ما اگر بخواهیم در مقابل این جبهه فعالیت بکنیم، هم باید تنوع داشته باشیم، هم باید ابتکار داشته باشیم، هم باید انگیزه داشته باشیم، هم باید برنامه داشته باشیم، کارمان هدایت شده باشد. و این نمی‌شود مگر با تشکیل جبهه؛ این طرف هم پایستی جبهه تشکیل داد. از افراد و حتی مجموعه‌ها به تنهایی کار بر نمی‌آید؛ باید یک کار وسیع جبهه‌ای انجام بگیرد. این کار هم جز با حضور مردم امکان ندارد؛ ۱۳۹۲/۰۲/۰۲.	
۲۸	تشکیلاتتان را حتی‌المقدور ستادی نگه دارید؛ حتی‌المقدور وارد صف نشوید؛ صف را به‌عهده همین مجموعه‌های مردمی بگذارید. بنشینید تدبیر کنید، هدایت کنید، مدیریت کنید، مدیریت به معنای مورد نظر در این قضایا، نه به معنای تصدّیگری. درواقع یک مرزی برای خودتان قائل بشوید بین صف و ستاد؛ و حتی‌المقدور تا آنجایی که ممکن است وارد کارهای عملیاتی نشوید؛ عملیات را بگذارید به‌عهده دیگران، شما بنشینید تدبیر کنید، ۱۳۹۲/۰۲/۰۲.	
۲۹	[اینکه] سعی کنید از گسترش نفوذ و کلمه در سطح کشور در مسائل زودبازده –مثل انتخابات و مانند اینها استفاده نشود. یعنی واقعاً بمنظر من حیف است کار وسیع فرهنگی که انسان بخواهد انجام بدهد، وسیله‌های قرار بدهد برای اینکه مثلاً در انتخابات یکی جلو بیاید، یکی عقب برود. این تشکیلات را تا آنجایی که ممکن است صرف این جور کارهای زودبازده [نکنید] ۱۳۹۲/۰۲/۰۲.	
۳۰	هر چه هم بی سر و مداتر حرکت کنید، بهتر است؛ تعبیر چراغ خاموش را چند نفر از دوستان مطرح کردند که خوب، بله خوب است –چراغ خاموش تعبیر درستی هم هست– منتها بعضی از کارها آدم می‌بیند که خیلی هم چراغ آن خاموش نیست. حالا گاهی اوقات بعضی از کارها بروز و ظهور بیرونی‌ای هم دارد؛ البته در یک حدی لازم است، اشکالی ندارد؛ اما هر چه این کارها بی سر و صدا و بی‌انتساب وجود داشته باشد، خوب است، ۱۳۹۲/۰۲/۰۲.	
۳۱	این گستره بسیج به‌صورت افقی است. البته شرطش این است که اینها با همدیگر هماهنگی بکنند. یکی از کارهای لازمی که بنده توصیه می‌کنم –همین‌جا هم می‌گویم، مسئولین هم تشریف دارند– و باید انجام بگیرد، [ایجاد] یک سازوکار قطعی است برای هماهنگی و همکاری و هم‌افزایی این سطح وسیع افقی، ۱۳۹۵/۰۹/۰۳.	
۳۲	یک عنصر دیگری که لازم است برای این حرکت، این است که این حرکت باید یک جهت‌گیری مشخصی داشته باشد؛ یک جهت‌گیری منطقی و قابل‌قبول، که در حرکت عمومی ملت ایران که ما داریم پیشنهاد می‌کنیم و مطرح می‌کنیم، این جهت‌گیری، جهت‌گیری به سمت جامعه‌ی اسلامی یا تمدن اسلامی است؛ یعنی می‌خواهیم برویم به سمت تشکیل یک جامعه اسلامی و حرکت عمومی، ما را باید به اینجا و در نهایت به یک تمدن پیشرفته اسلامی برساند، ۱۳۹۸/۰۳/۰۱.	
۳۳	هرچه ارتباط با مردم بیشتر باشد، امکان موفقیت بیشتر است. مسئله اصلی ما، مسئله مردم است؛ حضور مردم، میل مردم، اراده مردم، عزم راسخ مردم. این را باید عرض کنیم؛ در همه تحولات و جنبش‌های گوناگون اجتماعی بزرگ، نقش مردم، نقش معیار است. یعنی گسترش یک تحول، گسترش یک فکر، گسترش نفوذ یک مصلح اجتماعی، وابسته به این است که با مردم چقدر ارتباط داشته باشد. هرچه ارتباط او و آن جریان و آن جنبش و آن تحول با مردم بیشتر باشد، امکان موفقیت او بیشتر است؛ اگر از مردم منقطع شد، دیری نخواهد پایید، کاری نخواهد کرد، ۲۰/۷/۱۳۹۰.	
۳۴	اصل قضیه این است که ما بتوانیم متن زندگی را، این بخش اصلی تمدن را اصلاح کنیم. البته در انقلاب، در این بخش، پیشرفت ما چشمگیر نیست؛ در این زمینه، ما مثل بخش اول حرکت نکردیم، پیشرفت نکردیم. خوب، باید آسیب‌شناسی کنیم؛ چرا ما در این بخش پیشرفت نکردیم؟ بعد از آنکه علت‌ها را پیدا کردیم، آن وقت بپردازیم به این که چگونه می‌توانیم اینها را علاج کنیم. اینها به عهده کیست؟ به عهده نخبگان – نخبگان فکری، نخبگان سیاسی – به عهده شما، به عهده جوان‌ها. اگر در محیط اجتماعی ما گفتمانی به وجود بیاید که ناظر به رفع آسیب‌ها در این زمینه باشد، می‌توان مطمئن بود ... ما در این بخش پیشرفت‌های خوبی خواهیم کرد، ۱۳۹۱/۰۷/۲۳.	
۳۵	دولت دینی با دین دولتی هیچ فرقی ندارد. دولت جزو مردم است؛ دین دولتی یعنی دین مردمی؛ همان دینی که مردم دارند، دولت هم همان دین را دارد. دولت، وظیفه برای ترویج بیشتر [دین] دارد. هر کسی هر توانی که دارد، باید خرج کند؛ یک روحانی باید توانش را خرج کند؛ یک دانشگاهی باید توان خودش را صرف کند؛ یک انسانی که دارای یک منبری است، دارای یک حوزه‌ی نفوذی است در تأثیرگذاری روی مردم، باید توان خودش را خرج کند. از همه اینها پرتوان‌تر هم دستگاه حکومت یک کشور است؛ خوب، طبعاً باید توان خودش را صرف کند در راه ترویج فضائل و جلوگیری از آنچه مزاحم رشد فضائل است، ۱۳۹۲/۰۹/۱۹.	
۳۶	یکی از مهم‌ترین خواص و نقاط مهم این شورا این است که این شورا موجب می‌شود که مسئله فرهنگ کشور تابع زیر و بالا شدن جریان‌های سیاسی و جناح‌های سیاسی نباشد. این خیلی مهم است [که] از روزمرگی نجات پیدا کند. یک چنین جایگاه مستقری که در همه دولت‌ها این جایگاه، جایگاه ثابتی است، جایگاه مستقری است – احیاناً چند نفر عضو آن عوض می‌شوند که این، ترکیب مهم اعضای حقوقی و اعضای حقیقی شورا را به هم نمی‌زند – و این موجب این است که حرکت فرهنگی یک کشور، یک ثباتی داشته باشد.	
۳۷	بعضی از دستگاه‌های دولتی نه اینکه نخواهند کمک کنند، ولی شرایط‌شان اجازه نمی‌دهد که کمک کنند چون مانع‌های زیادی سر راهشان است همین دیشب مسئول دولتی پیش بنده بود و می‌گفت که ما نظامات اقتصادی، انسانی و ... را توانستیم تا به حدی درست کنیم، ولی نظام اداری و مدیریتی را نتوانستیم درست کنیم؛ فلذا این دستگاه‌های دولتی اگر هم بخواهند با این موانع نمی‌توانند کمک کنند البته بعضی‌ها هم کوتاهی می‌کنند، ۱۳۹۵/۰۸/۱۹.	
۳۸	آنها می‌خواهند گفتمان انقلابی را محو کنند و ما باید در دل‌ها نفوذ کنیم و باید کارهایمان را ارزیابی کنیم که چقدر دل‌ها را جذب کرده ایم؟ ۱۳۹۵/۰۸/۱۹.	

۴-۴-۵ راهبری و هماهنگ‌سازی



دکترین سیاستی و سیاست‌های ذیلی

۴-۴-۴) راهبردی و هماهنگ‌سازی	۳۹	نسل جوان روایت دارند. شما روایت دارید. اما ما درایت داریم. ما دیده‌ایم. البته جوان‌های الان از حقایق اطلاع دقیقی ندارند و ندیدند. نه از قبل انقلاب و خون دل‌ها در نهضت اسلامی اطلاع دارند و نه زمان جنگ را دیده‌اند و اطلاع دقیقی دارند... از کار های اساسی، تبیین تاریخ انقلاب است. باید در برنامه‌ریزی‌های شما یک بخشی به این اختصاص یابد، ۱۳۹۵/۰۸/۱۹.
	۴۰	احساسات خوب است و عواطف خوب است و تحریک آن هم خوب است مثل همین اربعین که مردم با عواطفشون و با احساساتشون شرکت می‌کنند. اما احساسات می‌تواند پوچ باشد و باید مبتنی‌بر مبنای باشد، ۱۳۹۵/۰۸/۱۹.
	۴۱	– شورای عالی انقلاب فرهنگی، قرارگاه اصلی فرهنگی شور است. وظیفه قرارگاه اصلی، سیاستگذاری راهبردی، هدایت دستگاه‌ها، مراکز تأثیرگذار و بخش اجرایی فرهنگی است، ۱۳۹۰/۰۳/۲۳. – نکته‌ای را به من گفته‌اند که ان‌شاءالله اینطور نیست. آن این است که این مجموعه‌ها هیچ ارتباطی با هم ندارند. مجموعه‌ها با هم، هم‌افزایی ندارند. ان‌شاءالله واقعیت ندارد. که این اصلاً خوب نیست و اگر اینطور است و واقعیت دارد، باید سریعاً آن را علاج کنید. هرچه سریع‌تر ترمیم شود. باید کار قرارگاهی باشد. قرارگاه اصطلاح خوبی است. در زمان جنگ، مثلاً قرارگاه کربلا وجود داشت که ایشان هم (آقای جعفری) در آنجا بودند. این قرارگاه از هر لشکر و تیپ، چند واحد نیرو می‌گرفتند و آن نیروها، تحت فرماندهی قرارگاه بودند. هر چند که از حیث پشتیبانی زیرنظر لشکر و تیپ خودشان بودند. هماهنگی واحدها زیرنظر قرارگاه است. هماهنگی وجود داشته باشد، ۱۳۹۵/۰۸/۱۹.
	۴۲	[در زمینه فرهنگ] راه صحیح این است که برنامه‌ریزی کنیم، هدایت کنیم، کمک کنیم به رویش‌های خوب، و جلوی ضربه‌ها و حملات و مانند اینها را بگیریم؛ یعنی هم آیند، هم پدآئند. ۱۳۹۵/۰۶/۰۳.

- [۱] مارک. بیور. حکمرانی: مقدم‌های بسیار کوتاه. تهران: کرگدن. ۱۳۹۷.
- [۲] سید ابولفضل قاضی حقوق اساسی و نهادهای سیاسی؛ جلد اول. تهران: دانشگاه تهران. ۱۳۷۰.
- [۳] بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۸۹/۰۴/۲۳.
- [۴] علی اصغر. پور عزت، خدیجه. روزبهرانی، غزاله. طاهری عطار و علی اصغر. سعدآبادی. سازمان به‌مثابه ققنوس: تأملی بر زندگی و مرگ سازمان‌های اجتماعی (مورد مطالعه: جهاد سازندگی)، مدیریت دولتی، جلد ۶، ش ۳، ۱۳۹۳.
- [۵] میثم. ظهوریان، سعید. مرتضوی، محمد. لگزیان و محمد مهدی. فراچی. کشف عوامل مؤثر بر استحاله نهاد جهاد سازندگی: تحلیل شبکه مضامین، فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، جلد ۲۱، ش ۱، ۱۳۹۷.
- [۶] محمد مهدی. سالاری. جایگاه واژه‌سازی و نهادسازی در تأسیس تمدن بزرگ اسلامی؛ مجموعه مقالات همایش نظریه‌بیداری اسلامی در اندیشه امام خمینی (ره) و آیت الله خامنه‌ای، تهران: انقلاب اسلامی. ۱۳۹۱.
- [7] E. Sørensen, J. Torfing, "Governance on a bumpy road from enfant terrible to mature paradigm," *Critical Policy Studies*, pp. p 350-359, 2018.
- [8] T. Gavin, "participatory governance and policy making process, A study of community engagement in NSW public housing estate renewal," *Department of Government and International Relations, University of Sydney Australia*, pp. p 1-12, 2015.
- [9] K. K. A. Abraham, "The Role and Activities of Policy Institutes for Participatory Governance in Ghana," *University of Cape Coast, Cape Coast, Ghana*, 2019.
- [10] C. Ansell, A. Gash, "Collaborative Governance in Theory and Practice," *Public Administration Research and Theory*, 2008.
- [11] K. Emerson, T. Nabatchi و S. Balogh, "An Integrative framework for Collaborative Governance," *Public Administration Research and Theory*, 2012.
- [12] V. Lima, "Collaborative governance for sustainable development," *Peace, Justice and Strong Institution*, 2021.
- [۱۳] حسن. دانایی فرد و مرتضی. جوانعلی آذر. بررسی تطبیقی خردمایه وجود دولت از نگاه نظریه‌های غربی و منابع اسلامی، دو فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت اسلامی، جلد ۲۲، ش ۱.
- [۱۴] سعید. جوادیان فرد و احمد. کوهی. تحلیل لایه‌ای علی حکمرانی مردمی و ارائه سیاست‌های پیشنهادی مبتنی بر آینده مطلوب، دین و سیاست فرهنگی، جلد ۲۱، ش ۲.
- [15] I. Pollach, "The diffusion of management fads: a popularization perspective," *management history*, 2022.
- [16] P. Hall, "Policy Paradigms, social Learning and the State: the case of Economic Policy-making in Britain," *Comparative Politics*, 1993.
- [17] L. Bonet و E. Négrier, "The End(s) of National Cultures? Cultural Policy in the Face of Diversity," *International Journal of Cultural Policy*, 2011.

- [18] M. Castells, *The Rise of the Network Society*, Oxford: Blackwell , 1996.
- [19] J. Rifkin, *The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where All of Life is a Paid-for Experience.*, New York: Putnam, 2000.
- [20] . J. Lewis و T. Miller, *Critical Cultural Policy Studies. A Reader*, Oxford: Blackwell, 2003.
- [21] P. Poirrier, *Pour une histoire des politiques culturelles dans le monde (1945-2011)*, Paris: La Documentation Française, 2011.
- [22] D. Throsby, *Economics and culture*, New York: Cambridge University Press, 2001.
- [23] . H. Hillman-Chartrand و C. McCaughey, *The Arm's Length Principle and the Arts: An International Perspective*, New York: American Council for the Arts, 1989.
- [24] M. Heikkinen, "Administrative Definitions of Artists in the Nordic Model of State Support for Artists," *International Journal of Cultural Policy*, , 2005.
- [25] R. and. V. d. W. W. Burns, "German Cultural Policy: An Overview," *International Journal of Cultural Policy*, 2003.
- [26] V. Dubois, *Cultural Policy Regimes in Western Europe*, International Encyclopedia of Social and Behavioral Sciences, (2nd ed., Oxford: Elsevier), 2015.
- [27] P. Urfalino, *L'invention de la politique culturelle*, Paris: Hachette, 2004.
- [28] V. and R. M. Alexander, *Art and the State. The Visual Arts in Comparative Perspective*, London: Palgrave MacMillan, 2005.
- [29] E. Psychogiopoulou, *Cultural Governance and the European Union Protecting and Promoting Cultural Diversity in Europe*, London: Palgrave MacMillan, 2015.
- [30] L. and. D. F. Bonet, "The financial crisis and its impact on the current models of governance and management of the cultural sector in Europe," *Encatc Journal of Cultural Management and Policy*, 2011.
- [31] M. Getzner, "Cultural politics: Exploring determinants of cultural expenditure," *Poetics*, 2015.
- [32] O. Donnat, "Pratiques culturelles, 1973-2008. Dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales," *Culture études*, 2011.
- [33] M. Zorba, "Conceptualizing Greek Cultural Policy: The Non-democratization of Public Culture," *International Journal of Cultural Policy*, 2009.
- [34] . M. Pyykkonen, . N. Simanainen, S. Sokka, *What about Cultural Policy?*, Helsinki: Minerva, 2009.
- [35] P. Meyer-Bisch, *Cultural Rights, Ends and Means of Democracies ? The Protection and the Creation of Cultural Rights, Conditions of any Citizenship. In The cultural component of citizenship, an inventory of challenges*, Bruxelles: European House for Culture, 2012.

- [36] E. B. G. M. M. & S. W. Bertacchini, Cultural commons. A new perspective on the production and evolution of cultures, Glos: Edward Elgar, 2012.
- [37] N. F. X. & S. J. Barbieri, Culture and Urban Policies: Dynamics and Effects of Cultural Third Sector Interventions in Barcelona., Metropoles, 2012.
- [38] K. Polityczna, Build the City. Perspectives on Commons and Culture, Amsterdam: European Cultural Foundation, 2015.
- [39] T. w. Adorno و M. Horkheimer, Dialectic of Enlightenment, New York: Institute for Social Research, 1944.
- [40] A. Girard, "Industries culturelles," Futuribles, 1978.
- [41] M. Volkerling, "From Cool Britannia to Hot Nation: 'Creative Industries' Policies in Europe, Canada and New Zealand," *International Journal of Cultural Policy*, 2001.
- [42] J. & I. D. Hughson, "Creative Industries' and the Arts in Britain: Towards a Third Way in Cultural Policy?," *International Journal of Cultural Policy*, 2001.
- [43] T. Byrne, "The creative city and cultural policy: opportunity or challenge?," *Cultural Policy, Criticism and Management Research*, 2012.
- [44] C. & B. F. Landry, The Creative City, London: Demos, 1995.
- [45] N. Garnham, "From cultural to creative industries," *International Journal of Cultural Policy*, 2005.
- [46] D. O'Brien, Cultural Policy: Management, Value and Modernity in the Creative Industries, London: Routledge, 2014.
- [47] L. & S. E. Bonet, "Le financement participatif, une alternative à la politique culturelle?," *Nectart*, 2016.
- [48] J. Anderson, J. Moyer و G. & Chichirau, Public Policymaking, Cengage, 2022.
- [49] A. Hoogerwerf, "Reconstructing policy theory," *Evaluation and Program Planning*, 1990.
- [50] M. Howlett, M. Ramesh و A. & Perl, Studying Public Policy: Principles and Processes, Oxford: University Press, 2020.
- [51] P. A. Sabatier, "Political Science and Public Policy," PS: Political Science & Politics, 1991.
- [۵۲] ج. شافریتز و. ک. بوریگ. سیاستگذاری عمومی در ایالات متحده آمریکا، تهران: دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۹۰.
- [۵۳] "بیانات مقام معظم رهبری (دام‌ظله)": ۰۷/۰۲/۱۳۶۹، ۰۶/۰۲/۱۳۷۶، ۲۳/۱۲/۱۳۸۰، ۱۴/۰۳/۱۳۸۱، ۱۷/۱۰/۱۳۸۳، ۲۳/۰۷/۱۳۹۱، ۱۸/۱۲/۱۳۹۰، ۰۶/۰۶/۱۳۹۰، ۲۳/۰۳/۱۳۹۰، ۲۰/۰۷/۱۳۹۰، ۰۸/۰۶/۱۳۸۹، ۰۶/۰۶/۱۳۸۵، ۲۰/۰۸/۱۳۹۴، ۲۹/۰۱/۱۳۹۳، ۰۶/۰۱/۱۳۹۳، ۰۱/۰۱/۱۳۹۳، ۱۹/۰۹/۱۳۹۲، ۰۲/۰۲/۱۳۹۲، ۱۳۹۱/۲۴/۰۷، ۱۷/۰۳/۱۳۹۶، ۰۱/۰۲/۱۳۹۶، ۰۳/۰۹/۱۳۹۵، ۱۹/۰۸/۱۳۹۵، ۰۳/۰۶/۱۳۹۵، ۰۸/۰۲/۱۳۹۵، ۰۱/۰۱/۱۳۹۵، ۱۲/۰۵/۱۴۰۰، ۱۴/۰۳/۱۴۰۰، ۳۱/۰۶/۱۳۹۹، ۱/۳/۱۳۹۸، ۲۹/۱۱/۱۳۹۷، ۲۲/۱۱/۱۳۹۷، ۲۹/۱۱/۱۳۹۶، ۱۵/۰۱/۱۴۰۳، ۰۶/۰۲/۱۴۰۱، ۰۶/۰۶/۱۴۰۰
- [54] "https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/prosumer,"

گزیده سیاستی

مردمی‌سازی فرهنگ عمومی، به معنای طراحی سازوکارها و فرایندهای لازم جهت تحقق و تأمین حضور مردم در ساحت‌های مختلف حکمرانی فرهنگ عمومی (شناسایی، تصمیم‌گیری، اجرا و ارزیابی) است.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان یاس‌داران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc.majles.ir