

مروری بر برخی از مدل‌های حوزه سیاست‌گذاری فرهنگی

عرفان مصلح^۱

فریبا علیزاده^۲

چکیده

در هزاره جدید این واقعیت به خوبی پذیرفته شده است که «فرهنگ» در تمامی عرصه‌های زندگی بشری اهمیت محوری دارد. فرهنگ حتی در بطن موضوعات اقتصادی هم وارد شده و جایگاه محوری یافته است و این بدین معنی است که سرنوشت کشورها با تحولات فرهنگ در سطح ملی و فراملی پیوند خورده است. از طرف دیگر، نگاه به فرهنگ، به منزله یکی از زمینه‌های اصلی توسعه و امکان مدیریت فرهنگ برای تغییر در عناصر فرهنگی و دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده، سبب شده است که حکومت‌ها در سراسر دنیا به موضوع فرهنگ و مفاهیمی همچون سیاست فرهنگی و سیاست‌گذاری فرهنگی در قرن اخیر توجه ویژه‌ای داشته باشند. با توجه به اهمیت این موضوع و به منظور تأثیر فعال دولت در حوزه فرهنگ، مدل‌هایی برای سیاست‌گذاری و مدیریت سیاست فرهنگی ارائه و از آن استفاده شده است. با توجه به توضیحات بالا، این مقاله در پی تبیین مفاهیم کلیدی و همچنین معرفی مدل‌های مطرح شده در ادبیات و اشاره به کارکردهای این مدل‌هاست. در پایان این مقاله، به منظور فهم بهتر، جمع‌بندی از مدل‌ها و کارکردهای آنها در قالب جدول ارائه شده است.

واژگان کلیدی: فرهنگ، سیاست‌گذاری فرهنگی، مدل‌ها.

مقدمه

فرهنگ هر جامعه، هویت و موجودیت آن را شکل می‌دهد و آینده فرهنگ‌ها عمیقاً به سیاست‌های فرهنگی دولت‌ها بستگی دارد. طی ۳۰ سال گذشته به مفاهیم فرهنگ و سیاست‌گذاری فرهنگی توجه بسیاری شده است، به نحوی که در بسیاری از کشورها از جمله آمریکا، بریتانیا، استرالیا و کانادا مدل‌های گوناگونی درباره سیاست، مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی ارائه و از آن استفاده شده است. این حوزه شامل دو مفهوم زیربنایی «فرهنگ» و «سیاست» است که هر دو شکل‌دهنده سایر مفاهیم این حوزه‌اند. در ادامه به تعریف آن‌ها می‌پردازیم. فرهنگ از جمله مفاهیمی است که برای آن تعاریف بسیاری

ارائه شده است، اما به اختصار و با توجه به اسناد بالادستی در کشور جمهوری اسلامی ایران، فرهنگ را می‌توان «نظام‌واره‌ای از عقاید و باورهای اساسی، ارزش‌ها، آداب و الگوهای رفتاری ریشه‌دار و دیرپا و نمادها و مصنوعات دانست که ادراکات، رفتار و مناسبات جامعه را جهت و شکل می‌دهد و هویت آن را می‌سازد» (دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۲).

«سیاست» واژه‌ای است که در دو سطح خرد و کلان تعریف شده است. آنچه در سیاست‌گذاری فرهنگی در معنای کلی آن به کار می‌رود، به سیاست‌های کلان اشاره دارد. در این اشاره سیاست به صورت «تدوین راه حل عملی برای حل مشکل

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران؛ erfana.mosleh@ut.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد مدیریت فناوری دانشکده علوم و فنون دانشگاه تهران؛ fariba_alizadeh@ut.ac.ir

فرهنگی به رشته تحریر درآمده است (AuthentiCity, 2008; Baeker, 2010; Borrup, 2006; Russo & Butler, 2007). در این منابع گاهی مفهوم برنامه‌ریزی فرهنگی متفاوت یا حوزه آن گسترده و یا محدود در نظر گرفته شده است؛ برای مثال برخی محققان برنامه‌ریزی فرهنگی را در حکم فرایند سیاست برای توسعه فرهنگی توصیف می‌کنند (Adams & Goldbard, 2005; Grodach, 2010; Grodach & Loukaitou-Sideris, 2007; Rosenstein, 2011). در صورتی که استیونسن^۱ تعریف گسترده‌تری دارد و بیان می‌کند که برنامه‌ریزی فرهنگی به منظور چندین هدف ترویج داده شده است؛ از جمله پرورش توسعه جامعه، ترویج همکاری بین بخش‌های خصوصی و عمومی و نیز موقعیت‌یابی هنر به‌منزله یک صنعت (Stevenson, 2004, 2005). در گزارشی که دولت کانادا منتشر کرده است هدف از توسعه برنامه فرهنگی، تعریف رویکردی سیستماتیک به منظور توسعه فرهنگی، اهرمی ساختن سود بیشتر از منابع غنی فرهنگی، حمایت از اقتصاد و توسعه جامعه و در نهایت، کمک به محیط زیست برای سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی بیان شده است (Statistics Canada, 2011).

۱-۳. سیاست فرهنگی

سیاست فرهنگی به‌طور کلی در حکم چارچوب یا ابزاری رسمی توسط دولت و به‌منظور هدایت و ترویج فعالیت‌های فرهنگی یا توسعه اقتصادی - اجتماعی و زیرساختی متعادل در نظر گرفته می‌شود (Bedoya, 2004; Shore, 1987). به باور گری^۲، سیاست فرهنگی «طیفی از فعالیت‌هاست که دولت‌ها در عرصه فرهنگ برای انجام یا عدم انجام آن‌ها تصمیم می‌گیرند» (Gray, 2007). در این تعریف و برای تدوین و اجرای سیاست فرهنگی طیف گسترده‌ای از بازیگران وجود دارند؛ از جمله دولت، به‌ویژه در حوزه‌های محلی، برنامه‌ریزان (روستایی و شهری)، سیاست‌گذاران، هنرمندان و ارگان‌های جامعه مدنی (Dye, 2005)؛ البته این تعریفی گسترده از سیاست‌های فرهنگی را شامل می‌شود و می‌توان آن را به تولید و فعالیت‌های فکری و هنری نیز محدود کرد (Mulcahy, 2006).

۲. مدل‌های حوزه سیاست‌گذاری فرهنگی

۱-۲. مدل‌های کشور کانادا

در کشور کانادا مدل‌های متفاوتی در سطوح مختلف فرهنگی ارائه شده است که این مقاله به چهار مدل ۱. بخش فرهنگ؛ ۲. نظام فرهنگی شهری؛ ۳. بخش فرهنگ، هنر و میراث فرهنگی؛ ۴. چارچوب کانادا برای آمارهای فرهنگی اشاره می‌کند.

خاص اجتماعی یا برای دستیابی به هدفی ویژه» تعریف می‌شود (اشتریان، ۱۳۸۱)؛ البته سیاست در معانی خرد آن نیز در برنامه‌ریزی فرهنگی معنا می‌یابد. در این سطح، سیاست عبارت است از «راهنمای انجام کار برای نحوه تخصیص منابع و تجهیزات و نیز تعیین وظایف در سازمان؛ به‌نحوی که مدیران اجرایی بتوانند استراتژی سازمان را به‌طور صحیح اجرا کنند. سیاست‌ها راهنمای عمل و اقدام هستند و بر چگونگی اجرای وظایف تعیین‌شده سازمان دلالت دارند» (ابراهیمی‌نژاد، ۱۳۷۹). در این حوزه مفاهیمی از جمله مدیریت فرهنگی، سیاست‌گذاری فرهنگی و برنامه‌ریزی فرهنگی وجود دارد که در مواردی به‌جای یکدیگر استفاده شده‌اند. به علت اهمیت بحث‌های ذیل حوزه سیاست‌گذاری فرهنگی و مدل‌های آن، این مقاله در بخش اول به تعریف اجمالی مفاهیم کلیدی، از جمله مدیریت فرهنگی، سیاست‌گذاری فرهنگی و برنامه‌ریزی فرهنگی پرداخته است و در بخش دوم، برخی از مهم‌ترین مدل‌های ارائه‌شده در این حوزه را مرور کرده است و در نهایت، از مدل‌ها و کارکردهای هر یک جمع‌بندی ارائه شده است.

۱. مفاهیم کلیدی

۱-۱. مدیریت فرهنگی

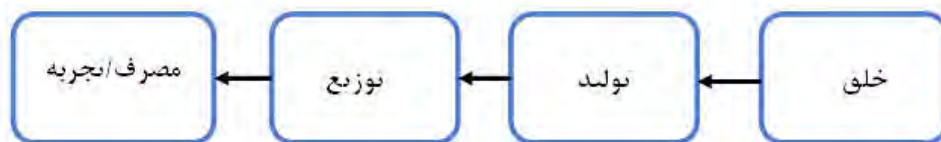
مدیریت فرهنگی به معنای سازمان‌بخشیدن به مقوله فرهنگ و سیاست‌گذاری آن است که خود مستلزم برخورداری از فرهنگ مناسب برای سیاست‌گذاری است (رضایی و شادالویی، ۱۳۹۲). مفهوم سیاست فرهنگی و سیاست‌گذاری فرهنگی از جمله مفاهیمی است که در قرن اخیر توجه کشورهای را به خود معطوف کرده است. نگاه به فرهنگ به‌منزله یکی از زمینه‌های اصلی توسعه و امکان مدیریت فرهنگی برای تغییر در عناصر فرهنگی و دستیابی به اهداف از پیش تعیین‌شده و توجه به نقش دولت‌ها در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری فرهنگی، بستر مناسبی را برای شکل‌گیری این مفهوم فراهم کرده است (اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۱). برای مدیریت بهینه در همه حوزه‌ها لازم است که سیاست‌های متناسب با آن حوزه اتخاذ شود و مسیر را برای رسیدن از وضعیت موجود به وضعیت مطلوب هموار کند. الزامات مدیریت فرهنگی حول سه محور اصلی می‌چرخد: سیاست‌گذاری فرهنگی، سیاست فرهنگی و برنامه‌ریزی فرهنگی (رضایی و شادالویی، ۱۳۹۲).

۱-۲. برنامه‌ریزی فرهنگی

طی ۳۰ سال گذشته علاقه به برنامه‌ریزی فرهنگی در سراسر دنیا افزایش یافته است و همچنین کتاب‌هایی به‌منظور حمایت از سیاست‌گذاران و رهبران جامعه در درک ارتباط برنامه‌ریزی فرهنگی و راهنمایی برای نحوه درگیر شدن در فرایند برنامه‌ریزی

1. Stevenson

2. Gray



شکل ۱: مدل بخش فرهنگ

۲-۱-۱- مدل بخش فرهنگ

این کارکردها بدون کمک انجام‌شدنی نیستند؛ از این رو خدمات شهری نیازمند منابع انسانی، کمیته‌های کاری، منابع فیزیکی و مادی است. از طرف دیگر، شهرداری قادر نیست همه فعالیت‌ها و خدمات را به تنهایی ارائه کند؛ بنابراین نیازمند همکاری با نقش‌آفرینان و ذی‌نفعان متعدد است. همکاری مشترک و ارتباطات شبکه‌ای بین سازمان‌ها و نهادهای مختلف در فرایند تبدیل، از ویژگی‌های نگاه سیستمی به این مسئله است. هر قدر این ارتباطات قوی‌تر باشد، نتایج حاصله مطلوب‌تر خواهد بود. تعیین قواعد و هنجارها نیز برای عملکرد مناسب اجزای سیستم ضروری است. همچنین تعیین سیاست‌های کلان حوزه فرهنگی و تعیین سیاست‌های عملیاتی در کارکردهای ذکرشده برای حصول نتایج مطلوب لازم است.

بخش دیگری از این مدل سیستمی، مفهوم بازخورد، تعقیب و ارزیابی است. شهرداری‌ها همیشه باید سؤالاتی را درباره نتایج این فرایند از خود بپرسند و خود را با وضعیت مطلوب مقایسه کنند و اقدامات اصلاحی را در صورت نیاز به‌کار بندند. همان‌طور که در شکل ۲ مشخص است، نتیجه این بازخورد بر ورودی‌ها اثر گذاشته و آن‌ها را تغییر داده و اصلاح کرده است.

۲-۱-۳- مدل بخش فرهنگ، هنر و میراث فرهنگی

در برنامه استراتژیک فرهنگی استان پرنس ادوارد کانادا،^۴ چارچوبی ارائه شده است که شامل چهار مرحله متوالی اهرم‌های فرهنگی،^۵ منابع فرهنگی،^۶ مشارکت فرهنگی^۷ و دستاوردهای فرهنگی یا منافع جامعه^۸ است (Corporate Research Group & EUCLID Canada, 2005). شکل ۳ این چرخه را نشان می‌دهد.

نخستین مرحله از چارچوب برنامه‌ریزی اهرم‌های فرهنگی است. اهرم‌های فرهنگی از کارکرد و وظایف دولت به‌شمار می‌آیند که شامل سیاست و برنامه‌ریزی (اولویت‌گذاری و برنامه‌ریزی بخشی، ادغام با برنامه‌ریزی استان)؛ سرمایه‌گذاری و توسعه منابع (سرمایه‌گذاری بزرگ،^۹ سرمایه‌گذاری سازمانی، و بودجه‌بندی پروژه)؛ ظرفیت‌سازی (همکاری و مشارکت‌ها،

این مدل را اداره میراث کانادا و برخی دیگر از سازمان‌های مرتبط با حوزه فرهنگ در اواخر دهه ۱۹۹۰ توسعه داده‌اند و در آن مجموعه‌ای از افراد و نهادها، که در اشاعه محصولات فرهنگی (کالاها و خدمات فرهنگی) نقشی را ایفا می‌کنند همکاری دارند. این مدل با توجه به تعاریف مختلف فرهنگ، تعریف حداقلی از فرهنگ را مبنا قرار داده است و شامل چهار کارکرد اصلی است که عبارت‌اند از خلق، تولید، انتشار و بهره‌برداری. ارتباط این کارکردها به صورت خطی و متوالی است و به همین علت، این مدل به عنوان مدل خطی بخش فرهنگ شناخته می‌شود. به تعبیر دیگر، این ارتباط همانند زنجیره ارزش است که در آن یک محصول با فرارگرفتن در سلسله کارکردها ارزش بیشتری را کسب می‌کند. در پایان این مدل و بعد از بهره‌برداری انسان‌ها از آن است که اثر اجتماعی مد نظر به وقوع می‌پیوندد (Barrieau, 2004).

۲-۱-۲- مدل نظام فرهنگی شهری

مدل نظام فرهنگی شهری^۱ برای ایالت کبک^۲ در کشور کانادا تهیه شده است (De La Durantaye, 2003). برای تشریح مدل نخست باید نظام فرهنگی شهری تعریف شود. نظام فرهنگی شهری عبارت است از چگونگی ترکیب متغیرها، عوامل، ذی‌نفعان مختلف، نقش‌آفرینان مختلف در شهر، هنرمندان، رهبران سازمان‌های فرهنگی، مدیران فرهنگی، شهروندان و غیره. این مدل، که از رویکردی سیستمی استفاده کرده است، متناسب با عناصر نظام فرهنگی اشاره‌شده، به ترسیم کنش و برهم کنش آن‌ها پرداخته است.

مجموعه مشتریان^۳ در شهرها، انتظارات و تقاضاها و نیازهای مشابهی ندارند؛ برای مثال هنرمندان به حمایت‌های مالی یا فنی نیاز دارند، رهبران سازمان‌ها به خدمات تخصصی نیاز دارند، شهروندان به فعالیت‌های فرهنگی متنوع نیاز دارند. بین این نیازها و انتظارات و تقاضاها و نتایج ابزارهای مختلف، «فرایند تبدیل» قرار دارد. از این رو ارائه خدمات در شهر باید کارکردهایی مانند ارائه، آموزش، تعلیم، ایجاد دسترسی، حمایت داشته باشد تا نقش خود را در خدمت‌رسانی عمومی به شهروندان به‌خوبی ایفا کند.

4. PrinceEdward

5. cultural levers

6. cultural resources

7. Cultural participation

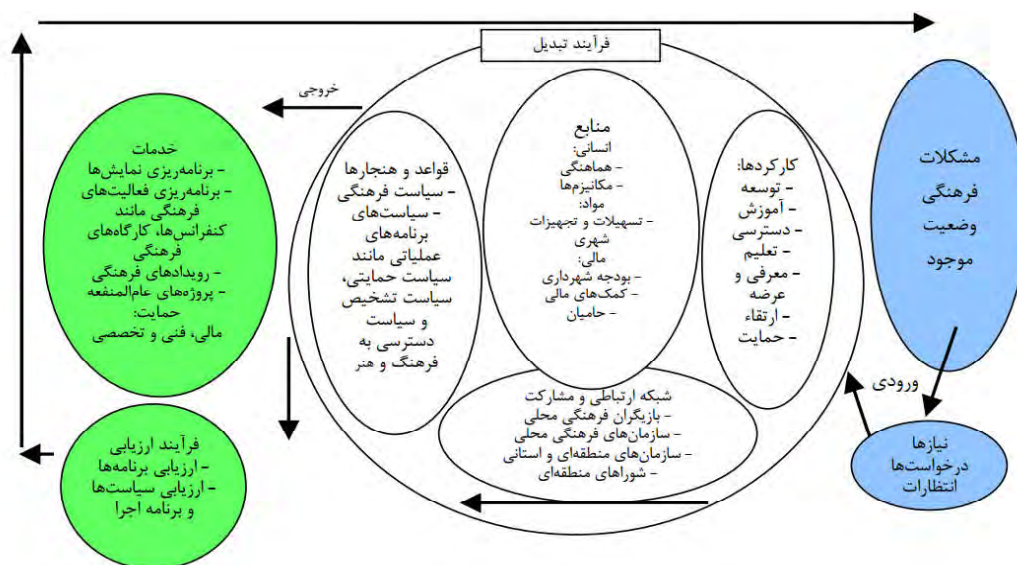
8. cultural outcomes

9. Capital Investments

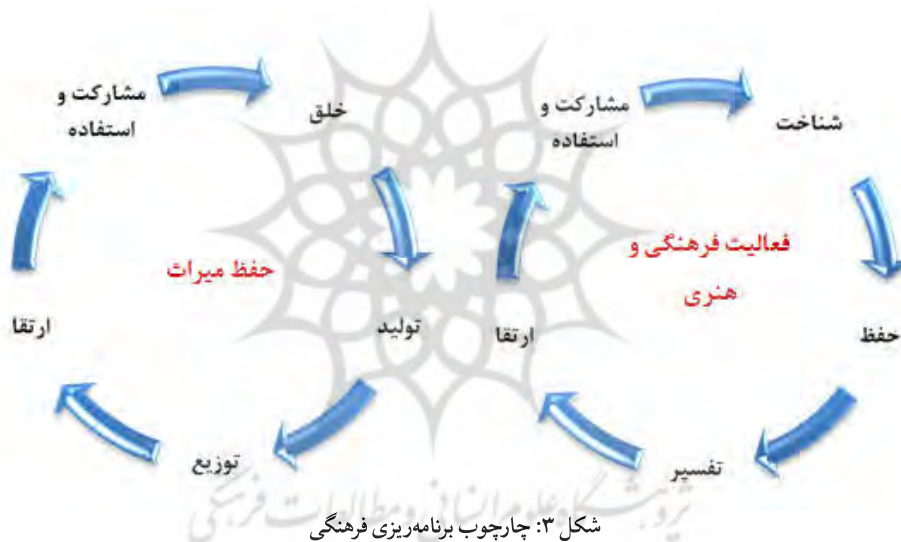
1. Municipal Cultural System

2. Québec

3. Clients



شکل ۲: مدل نظام فرهنگی شهری



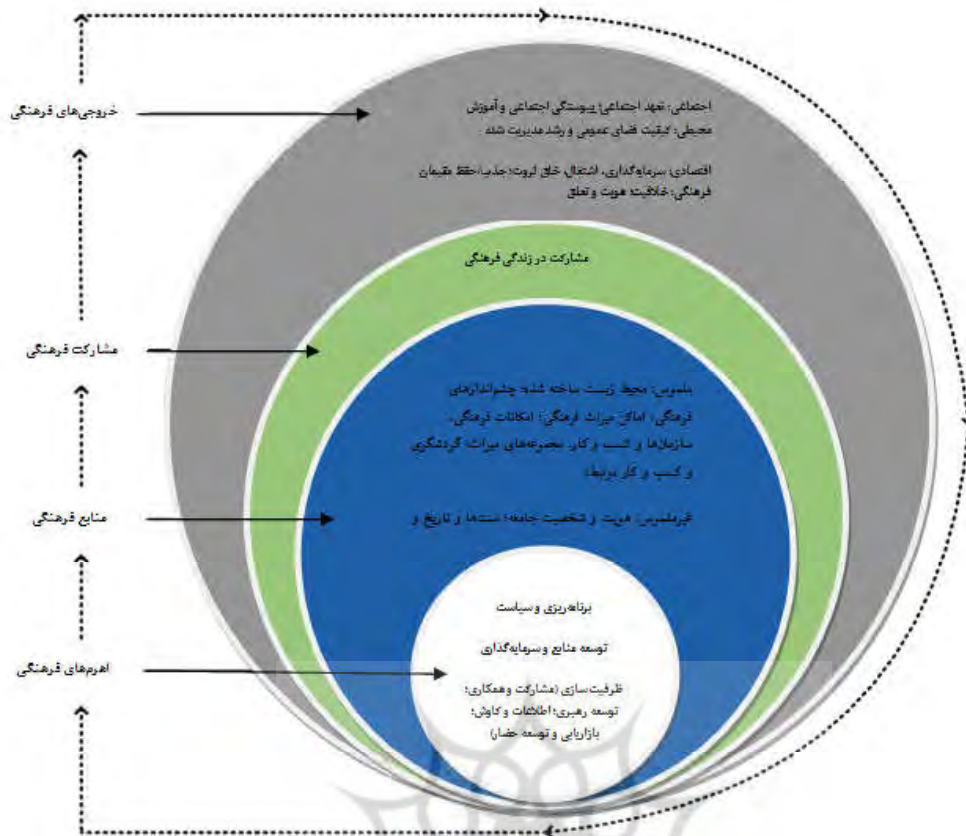
شکل ۳: چارچوب برنامه‌ریزی فرهنگی

فرهنگ و هویت را عناصر جدایی‌ناپذیر می‌نامد. ارتباط میان تاریخ/ حافظه/ سنت و تخیل/ خلاقیت/ نوآوری در سطح عملی‌تر بسیار مهم است. در بسیاری از موارد در برنامه‌ریزی و سیاست فرهنگی 'میان هنرها' (مرتبط با خلاقیت و آینده) و میراث^۳ (مرتبط با سنت و گذشته) تمایز بسیاری قائل می‌شوند. درحالی‌که ارتباط بسته میان هنرها و میراث تأیید شده است، اما در فرایندهای فرهنگی تفاوت‌هایی دیده می‌شود. در برنامه استراتژیک فرهنگی استان پرنس ادوارد، در راستای حفظ فرهنگ و انجام فعالیت‌های فرهنگی و هنری فرایندهای متفاوتی برای هنرها و میراث فرهنگی در نظر گرفته شده است. درحقیقت برای

اطلاعات و کاوش، توسعه رهبری، بازاریابی و توسعه مخاطبان) است. منظور از منابع فرهنگی در دومین مرحله از چارچوب برنامه‌ریزی فرهنگی، منابع ملموس و غیرملموس فرهنگی است که محیط زیست ساخته‌شده و چشم‌اندازهای فرهنگی، اماکن میراث فرهنگی، امکانات فرهنگی، سازمان‌ها و کسب و کار، مجموعه‌های میراث، برنامه‌ها و فعالیت (منابع ملموس) و داستان‌ها، مشخصات و شخصیت کلی جامعه (غیرملموس) را دربر می‌گیرد. همان‌طور که در چارچوب مشاهده می‌شود، تمرکز بر منابع فرهنگی، به‌منظور تعریف حوزه‌ای از فعالیت برای برنامه فرهنگی لازم و ضروری است.

نکته شایان توجه در این مدل، بحث فرهنگ و چرخه‌های فرهنگی است. در چشم‌اندازی وسیع‌تر، به فرهنگ به‌منزله شکلی جدانشدنی از هویت جامعه نگریسته می‌شود. همچنین یونسکو

1. cultural policy and planning
2. the arts
3. heritage



شکل ۴: مدل‌های چرخه بخش فرهنگی، هنری و میراث

همه اشکال هنری و فعالیت‌های فرهنگی پنج مرحله یا کارکرد شناسایی شده است: خلق، تولید، توزیع، ارتقا، و مشارکت و استفاده. در مقابل، در بخش حفظ میراث، به کارکردهای شناخت، حفظ، تفسیر، ارتقا، و مشارکت و استفاده اشاره شده است. شکل ۴ چرخه بخش فرهنگی را در دو حوزه فعالیت‌های فرهنگی و هنری نشان می‌دهد.

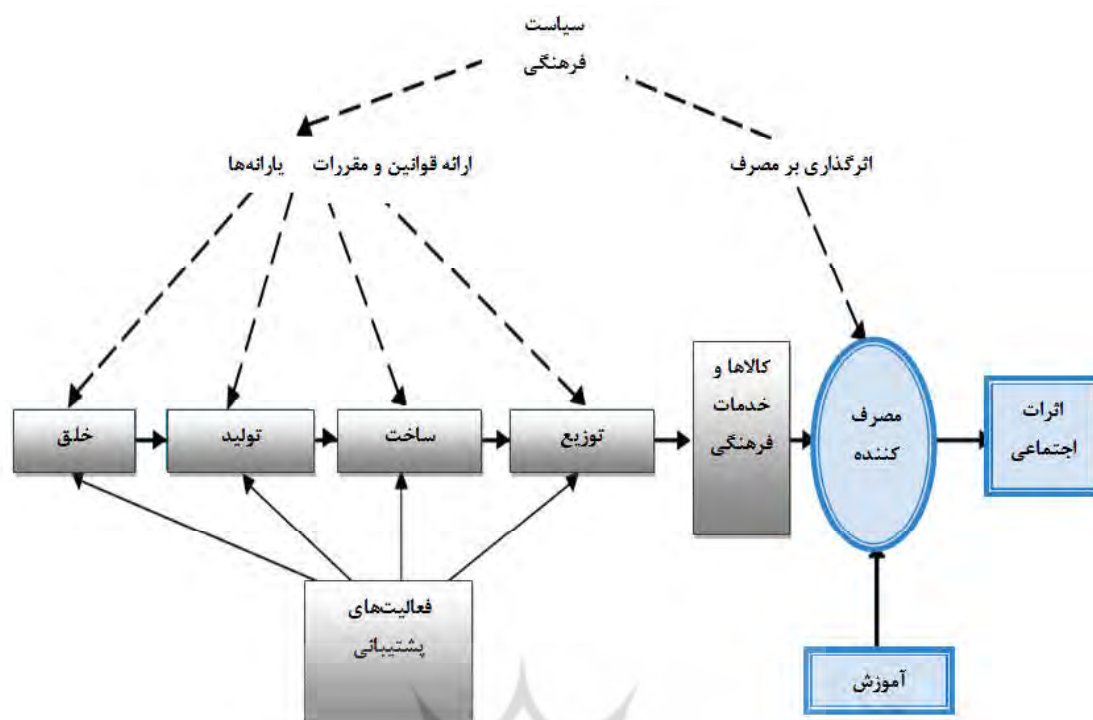
مراحل خلق، ساخت، و تولید طی شود و در نهایت به مشتریان عرضه شود. مصرف در مدل آماری فرهنگ عاملی برجسته است، اما تولید کالاها و خدمات فرهنگی هیچ تأثیری در مدل آماری فرهنگ ندارند، مگر اینکه استفاده شوند. افزون بر این، آثار جانبی مهم اجتماعی و اقتصادی وجود دارد که از مصرف فرهنگ پدید می‌آیند که در چارچوب شناخته شده است. در مرکز مدل مصرف، فرد مصرف‌کننده فرهنگ قرار دارد که برخی از ویژگی‌ها (سن، جنس، درآمد، آموزش و پرورش، شغل، قومیت، و جغرافیا) را داراست. کالاها و خدمات فرهنگی استفاده‌شده نیز برخی از این ویژگی‌ها را دارند. همچنین مصرف‌کننده ممکن است برای مصرف کالاها و خدمات فرهنگی نیاز به آموزش (دانش) داشته باشد. مصرف فرهنگ آثار اجتماعی و اقتصادی دارد که برخی از آنها تأثیر مستقیمی در فرد و دیگران دارند. فعالیت‌های پشتیبانی^۱ در این مدل، شامل فعالیت‌هایی است که با فرهنگ مرتبط‌اند؛ به علت اینکه به تأمین مالی کمک می‌کنند با تولید و خلق را پشتیبانی می‌کنند (تعاونی‌های کپی‌رایت^۲،

این چارچوب در سال ۲۰۰۱ در کانادا ارائه شد که جنبه‌های مفهومی صنایع فرهنگی را برای آمارهای فرهنگ مستند می‌کند و در حکم مبنایی برای جنبه‌های روش‌شناختی پیمایش‌ها در بخش فرهنگ خواهد بود (Statistics Canada, 2004). از این چارچوب در ارزیابی اثر اقتصادی بخش فرهنگ، اندازه و ویژگی‌های نیروی کار فرهنگی، ارزش تجارت بین‌المللی برای کالاها و خدمات فرهنگی، ارزش هزینه‌های مصرف‌کننده برای کالا و خدمات فرهنگ و تمامی تحقیقات آمارهای فرهنگ می‌توان استفاده کرد.

۲-۱-۴- چارچوب کانادا برای آمارهای فرهنگی

این چارچوب از دو مدل مصرف و زنجیره خلاق (تولید) تشکیل شده است و کالاها و خدمات فرهنگی ارتباط بین این دو مدل را شکل می‌دهند. مدل زنجیره خلاق بیانگر این است که برای مصرف‌شدن کالاها یا خدمات فرهنگی نخست باید

1. Support activities
2. copyright collectives



شکل ۵: چارچوب و سیاست فرهنگی

۲-۲. نقشه سیاست فرهنگی ایالت واشنگتن (۲۰۰۳) مرکز سیاست فرهنگی دانشگاه شیکاگو در پژوهشی به موضوع سیاست فرهنگی ایالت واشنگتن پرداخته است (Schuster, 2003). در کتابی که نتیجه این پژوهش است و مارک شوستر^۳ تألیف کرده است، طرح بوم‌شناسی^۴ سیاست فرهنگی واشنگتن از ترکیبی غنی تشکیل شده است که شامل سازمان‌های دولتی، دفاتر، برنامه‌ها، سازمان‌های خصوصی غیرانتفاعی و افرادی است که اقداماتشان زمانی که جمع می‌شود، سیاست فرهنگی را در ایالت واشنگتن ایجاد می‌کند؛ بنابراین برای سیاست فرهنگی ایالت واشنگتن مهم‌ترین بازیگرانی که در سیاست فرهنگی درگیرند و نیز تأثیر آن‌ها در یکدیگر ترسیم شده است. کارگزاران^۵ اصلی در مرکز سیاست فرهنگی ایالت واشنگتن قرار می‌گیرند؛ در واقع کارگزاران سازمان‌ها و برنامه‌ها به مثابه عواملی اند که در سیاست فرهنگی نقش دارند. سیاست فرهنگی تحت تأثیر کارکنان است. در اینجا منظور از کارکنان، افرادی در واشنگتن‌اند که در راستای اداره سیاست اجرایی، اداره مدیریت مالی و ... گردهم می‌آیند. هیئت مقننه^۶ دومین جایی است که سیاست فرهنگی واشنگتن در آن شکل می‌گیرد. هیئت مقننه با تصویب قوانین و مقررات نقش آفرینی می‌کند. به

مدیران، عاملان، حامیان^۲). همچنین ممکن است برخی کمک‌های مالی رفتار مصرف‌کننده را تغییر دهد؛ بنابراین این تغییر رفتار ممکن است در چارچوب تأثیرگذار باشد. برای مثال هدف از سیاست فرهنگی تغییر یا تعدیل رفتار مصرف‌کننده به منظور دستیابی به پیامدهای اجتماعی است (مثلاً یک مفهوم بزرگ‌تر برای هویت ملی). بدین منظور اهرم‌هایی وجود دارند که باعث تغییر مؤثر در رفتار مصرف‌کننده می‌شوند. ادارات دولتی، شهری و استانی و نیز فدرال قادرند مستقیماً یا کمک‌های مالی و همکاری‌ها و غیرمستقیم از طریق اعتبارات مالیاتی، از بخش فرهنگ پشتیبانی کنند. همچنین با توجه به چارچوب، دولت قادر است فرایند خلق یا توزیع کالاها و خدمات فرهنگی را با ارائه قوانین و مقررات تحت تأثیر قرار دهد (برای مثال مقررات محتوا برای سخن‌گویان رادیو و تلویزیون در کانادا). نظارت بر نتایج این مداخلات نیازمند اطلاعات معتبر درباره میزان بودجه‌ای است که دولت برای خلق، تولید، و توزیع فرهنگ (مستقیم و غیرمستقیم) در نظر می‌گیرد. چارچوب نهایی و عوامل کلیدی آن در شکل ۵ مشاهده می‌شود.

در سال ۲۰۱۱، برخی عوامل موجب شد که تغییراتی در چارچوب ۲۰۰۴ ایجاد شود و چارچوب جدیدی ارائه شود (Statistics Canada, 2011).

3. Mark Schuster

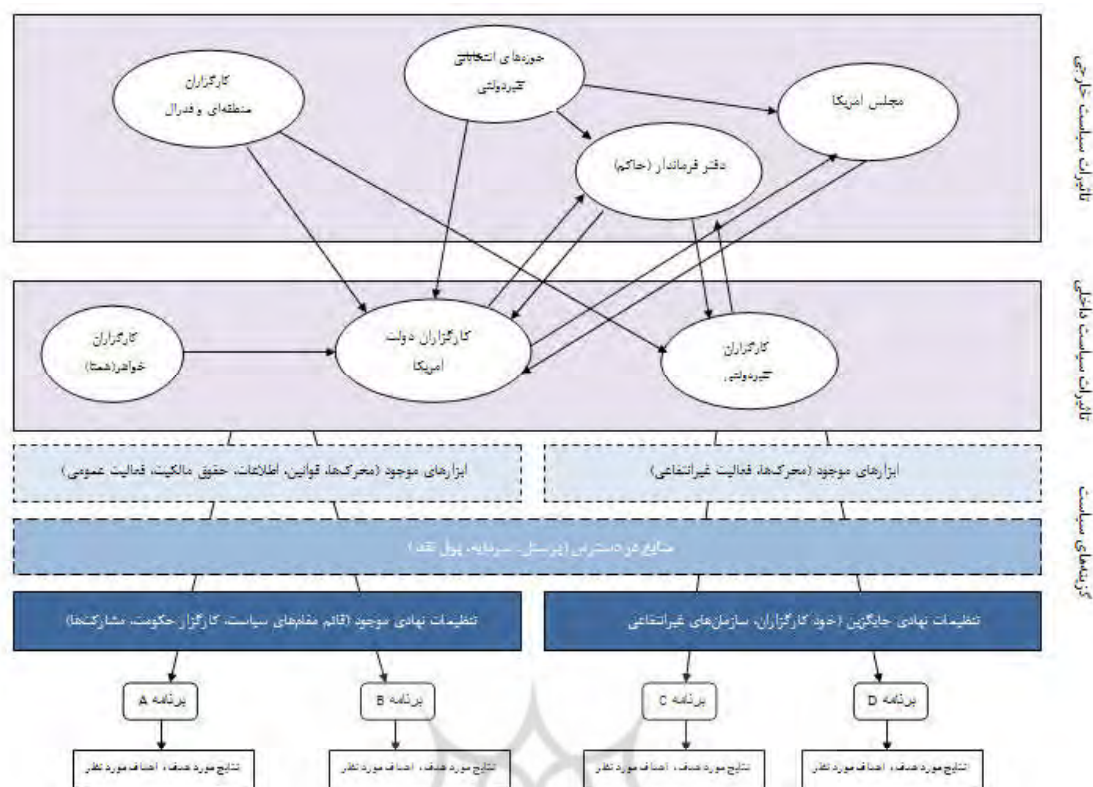
4. Ecology

5. agencies

6. Legislature

1. agents

2. promoter



شکل ۶: ترسیم بوم‌شناسی سیاست فرهنگی ایالت واشنگتن

سیاست فرهنگی (مدل‌های گونه‌شناسی، مدل‌های ارتباط نهادی، مدل‌های تصمیم‌گیری، مدل‌های قلمرویی، و اقتصاد نهادی و نونهادی) مطرح شد. این مدل که در شکل ۷ نشان داده شده است (Madden, 2009)، نظام حمایتی هنرها را به صورت ترکیبی از پنج جزء اصلی تعریف می‌کند:

- ۱) قلمروها: قلمروهایی به منزله قلمرو «فرهنگی» مطرح می‌شوند که حدود سیاست فرهنگی را تعریف می‌کنند (هنرهای نمایشی، هنرهای تصویری، رسانه، فیلم)؛
- ۲) ابزارها: مانند یارانه (سوبسید)، مشوق‌های مالیاتی، مالکیت؛
- ۳) ساختارهای نهادی: مانند وزارتخانه، هیئت، آژانس‌های خصوصی؛
- ۴) فرایندهای تصمیم‌گیری: مانند قراردادهای دیوان‌سالاران، ارزیابی دقیق؛
- ۵) قوانین و رسوم: که تعامل عناصر بالا را تعیین می‌کند.

۲-۴. سیاست‌های فرهنگی طرف عرضه و تقاضا
استرالیا در سال ۲۰۱۲ مدلی ارائه کرده است که براساس زنجیره ارزش و مدل تولید و مصرف کالا یا خدمات فرهنگی

علت کمبود سیاست هماهنگ‌شده و نیز اهمیت هیئت مقتنه، لابی‌ها تأثیر درخور ملاحظه‌ای در ایجاد سیاست فرهنگی دارند. سیاست از طریق نقش‌آفرینان سیاست اجرا می‌شود. برای این منظور، سیاست‌ها از طریق برنامه‌ها به اقدام تبدیل می‌شوند. برنامه‌ها نیز از سه جزء کلیدی تشکیل می‌شوند: ابزارها، منابع، و تنظیمات نهادی.

ابزارهایی که برای این منظور در دسترس‌اند عبارت‌اند از محرک‌ها و مشوق‌ها، قوانین و مقررات، اطلاعات، و حقوق مالکیت. به‌منظور اجرای برنامه‌ها از منابع موجود شامل پول نقد، پرسنل، سرمایه، و اطلاعات استفاده شده، تنظیمات نهادی خاصی طراحی می‌شود که این تنظیمات شامل عملکرد مستقیم کارگزار دولتی، استفاده از سازمان خارجی به‌منزله سیاست‌جانشین (از طریق عقد قرارداد یا کمک‌های بلاعوض) یا ایجاد سازمانی غیردولتی است. شکل ۶ ترسیم بوم‌شناسی سیاست فرهنگی واشنگتن را نشان می‌دهد.

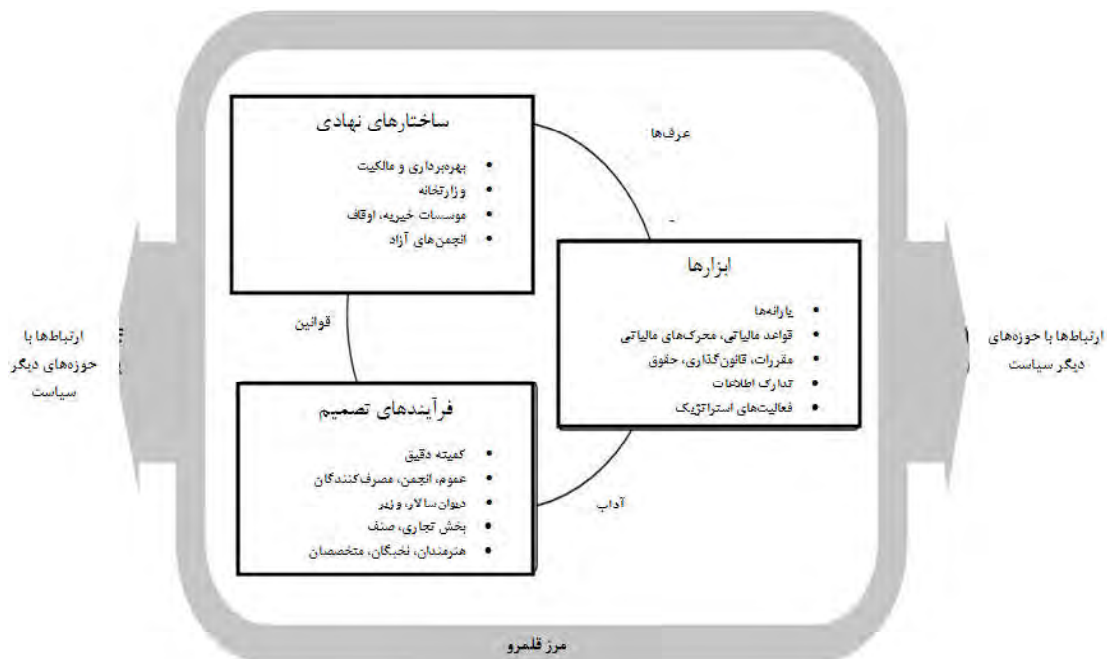
۲-۳. مدل سیاست فرهنگی و هنری ایفاکا

این مدل در گزارش تحقیقاتی هنر IFACCA^۱ در سال ۲۰۰۹ ارائه شده است. مدل ایفاکا بعد از بررسی و تجزیه و تحلیل گستره‌ای از مدل‌های سیاست فرهنگی موجود در ادبیات

2. Instruments

3. arms length agency

1. IFACCA D'Art research report: The Independence of Government Arts Funding: A Review.



شکل ۷: مدل سیاست فرهنگی و هنری ایفاکا

است. با توجه به این آثار، بحث عرضه و تقاضا و سیاست‌های دولت درباره این دو بخش بسیار مهم تلقی می‌شود.

۲-۵. مدل تکنولوژی فرهنگی

پرفسور جین یکی از استادان برجسته چینی است که در حوزه تکنولوژی دیدگاه‌های جدیدی را ارائه کرده است. او در کتابش تکنولوژی‌ها را به دو دسته تکنولوژی‌های نرم و تکنولوژی‌های سخت تقسیم کرده است (Jin, 2011). در شکل ۹ انواع مختلف این دو نوع تکنولوژی نشان داده شده است. تکنولوژی‌های سخت عبارت‌اند از مهارت‌ها و ابزار و قواعدی که انسان‌ها برای تغییر، سازگار کردن و مدیریت طبیعت برای بقا و پیشرفت خود به کار می‌گیرند. تکنولوژی‌های نرم عبارت‌اند از تکنولوژی ذهنی خلق و نوآوری که به افکار، ایدئولوژی، احساسات، ارزش‌ها، جهان‌بینی، رفتار فردی، و روان‌شناختی تقسیم می‌شوند. با توجه به شکل ۹ تکنولوژی فرهنگی یکی از انواع تکنولوژی‌های رفتاری است.

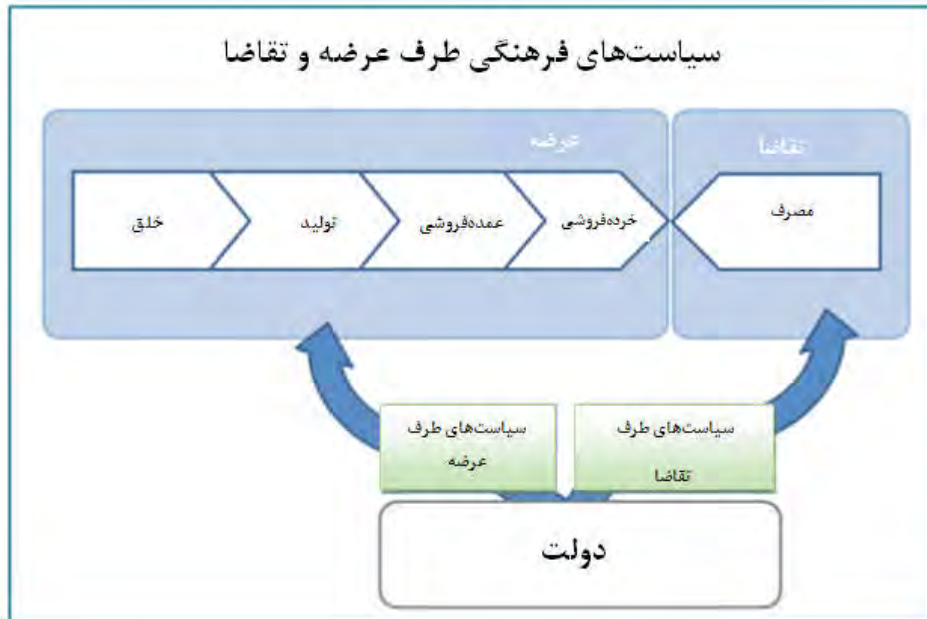
تکنولوژی‌های فرهنگی عبارت‌اند از روش‌ها و فرایندهای تبدیل دانش، منابع و ارزش‌های فرهنگی به محصولات، کالاها و خدمات فرهنگی. تکنولوژی فرهنگی نیز خود به دو زیرتکنولوژی خلق فرهنگ و نوآوری فرهنگی تبدیل می‌شود. خلق فرهنگ عبارت است از خلق، بازسازی و توسعه منابع و ارزش‌های فرهنگی جدید با هدف توسعه اجتماعی. در نتیجه خلق فرهنگ است که منابع و مضامین فرهنگی به‌روز و منطبق با شرایط زمانی پدید می‌آیند. از طرف دیگر، نوآوری فرهنگی عبارت است از تبدیل منابع فرهنگی به‌روز شده به محصولات و خدمات با ارزش اقتصادی و اجتماعی.

است (Madden, 2012). در این مدل بحث عرضه و تقاضا مطرح شده است و نقش دولت در این دو بخش و سیاست‌های آن پیرامون این دو موضوع را بررسی کرده است.

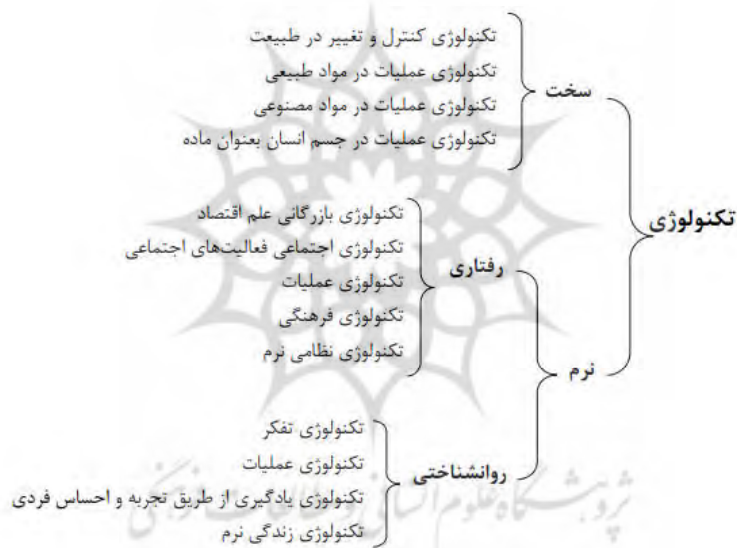
افزایش عرضه نیروی کار و کاهش درآمد مشکلی است که مازاد عرضه نامیده می‌شود. از آنجاکه این مازاد عرضه بر سیاست فرهنگی استرالیا تسلط دارد، بنابراین نیازمند بهسازی و رفع این مشکل است. ممکن است سیاست‌های طرف تقاضا این مازاد را متعادل کند و تعادل را به سیاست فرهنگی برگرداند. سیاست‌های طرف عرضه از سازندگان، تولیدکنندگان، و توزیع‌کنندگان فرهنگ (هر کسی که در طول زنجیره ارزش صنعت هنر فعالیت می‌کند) پشتیبانی می‌کند. سیاست‌های طرف تقاضا از کسانی که در طرف دیگر معادله صنعت قرار دارند حمایت می‌کند؛ از جمله مصرف‌کنندگان فرهنگی، مخاطبان، خوانندگان، و حضار.

یارانه یا کمک‌های مالی از مهم‌ترین ابزارهای دولت برای حمایت از فرهنگ استرالیاست؛ البته این موضوع فقط یکی از زمینه‌های بزرگ دخالت‌های طرف عرضه است که در سیاست فرهنگی استرالیا به کار گرفته می‌شود. تمامی جوایز و پاداش‌ها، برنامه‌های تور، قوانین کپی رایت، معافیت‌های مالیاتی برای تولیدکنندگان و بشردوستان، و قوانین محتوای محلی در طرف عرضه عمل می‌کنند.

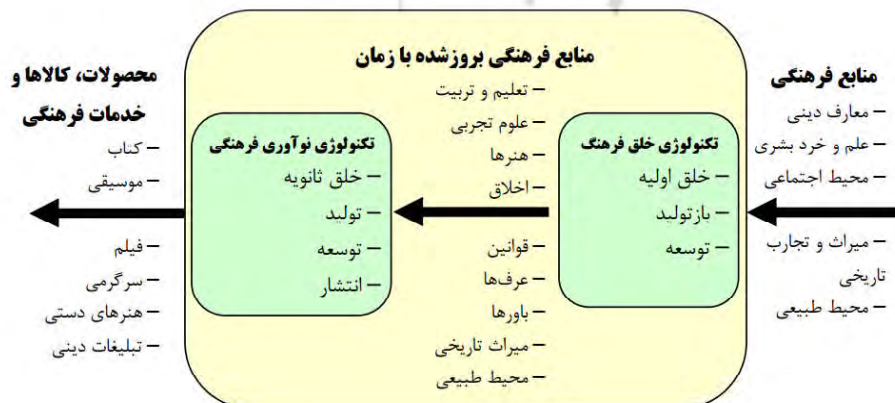
براساس نمودارهای عرضه و تقاضا، آثار اقتصادی سیاست‌ها این‌گونه توضیح داده می‌شود: با افزایش تقاضای هنر، قیمت هنر و کمیت تقاضا و عرضه افزایش یافته، در نتیجه درآمد کل بخش هنر افزایش می‌یابد. با سیاست‌های طرف عرضه، قیمت کاهش و کمیت افزایش می‌یابد و درآمد کل تغییر می‌کند، اما اثر آن مبهم



شکل ۸: سیاست‌های طرف عرضه و تقاضا



شکل ۹: انواع تکنولوژی



شکل ۱۰: مدل تکنولوژی فرهنگی

با توجه به نکات ذکر شده و با توجه به اهداف توسعه اجتماعی در خلق فرهنگ، بخش خصوصی در این عرصه با هدف توسعه اقتصادی نباید ظهور یابد؛ زیرا مسائل به‌روزرسانی منابع و مضامین فرهنگی در صورتی که رنگ و بوی اقتصادی به خود بگیرند، از مسیر درست منحرف می‌شوند. در عوض، در بخش نوآوری فرهنگی، با توجه به مطرح بودن توأمان اهداف اجتماعی و اقتصادی، بخش خصوصی قادر است با رعایت قواعد و ضوابط تعیین شده به این عرصه وارد شود و به تولید و انتشار محصولات فرهنگی بپردازد. نوآوری فرهنگی در حقیقت همان بخش فرهنگ است که در شکل ۱۰ مدل آن ارائه شده است. برای خلق و حفظ نوآوری در این سیستم باید تمهیدات لازم اندیشیده شود که تعیین قواعد و ضوابط لازم از جمله این تمهیدات و سازوکارهاست. در این شکل، مدل تکنولوژی فرهنگی و زیرتکنولوژی‌های خلق فرهنگ و نوآوری فرهنگی و ورودی‌ها و خروجی‌های هر یک ارائه شده است. منابع فرهنگی، که ورودی و خروجی خلق فرهنگ‌اند، عبارت‌اند از تعلیم و تربیت، علوم تجربی، هنرها، اخلاق، قوانین،

جدول ۱: جمع‌بندی مدل‌ها و کارکردهای آنها

| کارکردها | مدل‌ها | |
|---|---|----|
| خلق، تولید، توزیع، مصرف/تجربه. | مدل بخش فرهنگ | ۱ |
| چرخه فعالیت فرهنگی و هنری: خلق، تولید، توزیع، ارتقا، استفاده و مشارکت؛ چرخه حفظ میراث: شناخت، حفظ، تفسیر، ارتقا، استفاده و مشارکت. | مدل بخش فرهنگی، هنر و میراث فرهنگی | ۲ |
| اهرم‌های فرهنگی: برنامه‌ریزی و سیاست (اولویت‌گذاری و برنامه‌ریزی بخشی، ادغام با برنامه‌ریزی استان)، توسعه منابع و سرمایه‌گذاری (سرمایه‌گذاری بزرگ، سرمایه‌گذاری سازمانی، و بودجه‌بندی پروژه)، ظرفیت‌سازی (مشارکت و همکاری، توسعه رهبری، اطلاعات و پژوهش، بازاریابی و ارتباطات)؛ منابع فرهنگی (ملموس و غیرملموس)؛ مشارکت فرهنگی. | چارچوب برنامه‌ریزی فرهنگی | ۳ |
| کارکردهای ارائه خدمت: ارائه، آموزش، تعلیم، ایجاد دسترسی، حمایت، معرفی و عرضه کمیته‌های کاری منابع انسانی، منابع فیزیکی و مادی، منابع مالی (بودجه و کمک‌های مالی)؛ ارتباطات و شبکه‌های ارتباطی میان ذی‌نفعان و نهادها و بازیگران قواعد و هنجارها: سیاست‌های خرد و کلان، سیاست‌های فرهنگی، سیاست‌های عملیاتی و... | مدل نظام فرهنگی شهری | ۴ |
| خلق، تولید، ساخت، توزیع، کالا و خدمات فرهنگی، رفتار مصرف‌کننده، آثار اجتماعی، آموزش، فعالیت‌های پشتیبانی (یارانه (سوسپید)، کمک‌های مالی، قوانین و مقررات)، ارتباطات. | چارچوب برای آمارهای فرهنگی کانادا ۲۰۰۴ | ۵ |
| خلق، تولید، انتشار، کاربرد، عرضه، تقاضا، آموزش و تعلیم، دولت، سرمایه‌گذاری و پشتیبانی حرفه‌ای، رفتار مصرف‌کننده، زیرساخت فیزیکی، فعالیت و مشارکت افراد، تأثیرات اجتماعی-اقتصادی. | چارچوب برای آمارهای فرهنگی کانادا ۲۰۱۱ | ۶ |
| محرك‌ها و قوانین، منابع (انسانی، مالی)، اطلاعات، مشارکت‌ها. | سیاست فرهنگی آمریکا ۲۰۰۳ | ۷ |
| قلمرو، ابزارها (یارانه‌ها، قواعد مالیاتی، آموزش، اطلاعات و...)، ساختار نهادی (وزارتخانه، مؤسسات خیریه و...)؛ تصمیم‌گیرندگان، قوانین و مقررات. | مدل سیاست فرهنگی و هنری ایفاکا | ۸ |
| خلق، تولید، فروش، مصرف، عرضه، تقاضا، سیاست‌های طرف عرضه و تقاضا. | سیاست‌های فرهنگی استرالیا و نیوزیلند ۲۰۱۲ | ۹ |
| خلق، تولید، توسعه، انتشار، محصولات فرهنگی، منابع فرهنگی، منابع فرهنگی به‌روزشده، تعلیم و تربیت، قوانین، عرف‌ها، محیط اجتماعی. | مدل تکنولوژی فرهنگی چین | ۱۰ |

Borup, T. (2006). "The creative community builder's handbook: How to transform communities using local assets, art, and culture", Fieldstone Alliance.

Corporate Research Group & EUCLID Canada. (2005). *Prince edward county strategic cultural plan*.

De La Durantaye, M. (2003). "Municipal Cultural Systems in Canada and Québec", *Systemic Modeling and Cultural Planning*.

Dye, T. R. (2005). *Understanding public policy* (11th ed.), Prentice Hall Upper Saddle River, NJ.

Gray, C. (2007). "Commodification and instrumentality in cultural policy", *International Journal of Cultural Policy*. 13(2): 203-215.

Grodach, C. (2010). "Beyond Bilbao: Rethinking flagship cultural development and planning in three California cities", *Journal of Planning Education and Research*. 29(3): 353-366.

Grodach, C. & LoukaitouSideris, A. (2007). "Cultural development strategies and urban revitalization: A survey of US cities", *International Journal of Cultural Policy*. 13(4): 349-370.

Jin, Z. (2011). "Global technological change: from hard technology to soft technology", Intellect Books.

Madden, C. (2009). "The independence of government arts funding: A review".

Madden, C. (2012). "Cultural policies Australasia: Essays on cultural policy in Australia and New Zealand".

Mulcahy, K. (2006). "Cultural policy", *Handbook of Public Policy*. 265-279.

Rosenstein, C. (2011). "Cultural development and city neighborhoods", *City, Culture and Society*. 2(1): 9-15.

Russo, A. & Butler, D. (2007). *Cultural planning toolkit*. Creative City Network of Canada.

Schuster, J. M. D. (2003). "Mapping state cultural policy: The state of Washington. University of Chicago", Cultural Policy Center.

Shore, H. (1987). "Arts administration and management: a guide for arts administrators and their staffs", Praeger Pub Text.

Statistics Canada. (2004, 2011). *Canadian Framework for Culture Statistics*.

Stevenson, D. (2004). "Civic gold rush: Cultural planning and the politics of the third way", *International Journal of Cultural Policy*. 10(1): 119-131.

عرف‌ها، باورها، میراث تاریخی، و محیط طبیعی. با توجه به مدل‌های مرور شده در بخش‌های قبل، در ادامه به منظور درک بهتر مدل‌ها و کارکردهای آن‌ها جدولی از جمع‌بندی این مدل‌ها و کارکردهای هریک ارائه شده است.

جمع‌بندی

یکی از مسئولیت‌های اساس مدیریت فرهنگی در سطح ملی، پیشبرد توسعه فرهنگی است. مدیریت‌های فرهنگی در مسیر دستیابی به اهداف توسعه فرهنگی ناگزیر به استفاده از روش‌ها، تکنیک‌ها و ابزارهایی‌اند که سیاست‌گذاری فرهنگی در اولویت نخست و مهم‌ترین آن‌هاست. این مقاله با هدف تبیین حوزه مفهومی سیاست‌گذاری فرهنگی و معرفی مدل‌های این حوزه در دو بخش تنظیم شد.

در این روند، در بخش نخست تعاریفی درباره مفاهیم کلیدی در این حوزه ارائه شد و سپس در بخش دوم، هریک از مدل‌های موجود در این حوزه بررسی شد و کارکردهای اصلی همه این مدل‌ها استخراج و جمع‌بندی شد. با توجه به هر مدل و کارکردهای آن‌ها، به این نکته اساسی پی می‌بریم که اساس هریک از مدل‌ها بر پایه زنجیره ارزش است که به همراه کارکردهای دیگر در قالب یک مدل ارائه شده‌اند.

منابع

ابراهیمی‌نژاد، مهدی (۱۳۷۹). مدیریت استراتژیک در بازرگانی و صنایع. تهران: سمت.

اشتریان، کیومرث (۱۳۸۱). روش سیاست‌گذاری فرهنگی. تهران: کتاب آشنا.

اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۷۱). دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.

دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۹۲). نقشه مهندسی فرهنگی کشور. رضایی، علی و شادالویی، نوریه (۱۳۹۲). «بررسی تحول فرهنگی در سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی کشور»، مجله مدیریت فرهنگی، س ۷، ش ۲۱.

Adams, D. & Goldbard, A. (2005). "Creative community: The art of cultural development", Lulu.com.

AuthentiCity (2008). *Creative city planning framework*. Toronto.

Baeker, G. (2010). "Rediscovering the wealth of places: A municipal cultural planning handbook for Canadian communities", Municipal World Incorporated.

Barrieau, N. (2004). "The Culture Sector in Atlantic Canada: Its Economic Impact and Export Potential".

Bedoya, R. (2004). "US Cultural Policy: Its Politics of Participation, Its Creative Potential", *National performance network*.

Stevenson, D. (2005). "Cultural planning in Australia: Texts and contexts", *The Journal of Arts Management, Law, and Society*. 35 (1): 36-48.

