

انقلاب فرهنگی

طرح اجمالی ساماندهی دستگاه فرهنگی کشور

رضا غلامی

«با وجود آنکه دهها سازمان، نهاد و مرکز مهم کشور در مسیر انقلاب فرهنگی دارای وظایف قانونی هستند، اما ترسیم نمودار وضعیت کلان فرهنگی جامعه چندان خشنودکننده نیست. طراحی استراتژیهای کلان فرهنگی، مستلزم ارزیابی دقیق و کامل مدیریتهای، چالشها و فرصتهای فرهنگی موجود است و در کل تنها چنین استراتژیهایی هستند که می‌توانند ما را به پیمودن اصولی و گام‌به‌گام اصلاحگری و ساختارسازی صحیح در حوزه انقلاب فرهنگی برسانند. البته هستها و بایستههای این مقوله، خود در پژوهشهای استراتژیک فرهنگی تحصیل می‌شود. نوشتار زیر رویکردی استراتژیک به ساماندهی سازمانها و مدیریتهای فرهنگی دارد.»



بخش اول - درباره طرح

یک - تعریف و ضرورت

انقلاب اسلامی در واقع یک انقلاب عظیم فرهنگی است و همین ویژگی ذاتی، یکی از موجبات تمایز این انقلاب از سایر موارد مشابه در جهان بوده است. به رغم تحولات قابل توجهی که تاکنون در پرتو استقرار نظام جمهوری اسلامی و در مسیر تحقق اهداف فرهنگی آن روی داده است. هم‌اکنون علاوه بر وجود کاستیهای فراوان، انقلاب اسلامی با تهدیدات جدی در حوزه فرهنگ مواجه می‌باشد. گستردگی این تهدیدات تا حدی است که در برخی زمینه‌ها بحرانهایی زاییده شده یا در شرف زایش است و همین امر نیز مسایل فرهنگی ایران را با امنیت ملی پیوند زده است. بر همین اساس باید گفت: امروز تامین امنیت ملی کشور بدون خروج از بحرانهای مزبور ممکن نیست. در چنین وضعی، جامع‌نگری همراه با واقع‌بینی اجتناب‌ناپذیر جلوه می‌کند. این طرح، ضمن در نظر گرفتن فرضیه مورد نظر، با رویکردی کاربردی، راهکار قابل توجهی را در مسیر اصلاح و ساماندهی

دستگاه فرهنگی کشور ارائه خواهد کرد. البته شکی نیست اجرای این طرح مستلزم انجام مطالعات کافی و تهیه شمای تفصیلی تر آن خواهد بود.

دو - اهداف

الف - هدف کلان:

افزایش پتانسیل و کارایی مدیریت فرهنگی کشور در مواجهه صحیح و فعال با مسایل فرهنگی.

ب - اهداف خرد:

۱- شناسایی و استفاده بهینه از امکانات مادی و معنوی کشور در جهت تحقق اهداف فرهنگی (توزیع و بهره‌برداری هدفمند از امکانات آشکار و کشف امکانات پنهان)

۲- اولویت‌گذاری، هماهنگی و تقسیم کار میان عوامل مسئول (اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی)

۳- فراهم آمدن زمینه دستیابی به سازمان فرهنگی هدفمند، کارآمد، شفاف و غیرمتداخل و حذف

بخشهای موازی

۴- امکان تهیه برنامه جامع و تعیین استراتژیها و تاکتیکهای مورد نیاز برای آغاز فعالیتهای گسترده فرهنگی

۵- اختصاص جایگاه حقیقی، به پژوهش و نیز اعمال قواعد علمی با نگاه سیستمی در برنامه‌نویسی‌ها و اتخاذ تصمیمات خرد و کلان فرهنگی (خروج از سلیقه‌گرایی).

سه - فرضیه

صرف نظر از لزوم توجه به مجموعه عوامل موثر در بروز معضلات فرهنگی کشور، این طرح با تمرکز بر نقش مدیریت، بر این باور است که تغییر موقعیت فعلی، ابتدا از طریق اصلاح و ساماندهی دستگاه فرهنگی کشور - که هم‌اکنون از ضعف جدی مدیریت در رنج است - ممکن خواهد بود و امکان ایجاد تحول در حوزه مدیریت فرهنگی با استفاده از متدهای علم مدیریت، به‌ویژه مدیریت استراتژیک، وجود دارد.

چهار - بخشهای اصلی

۱- ضرورت اجرای طرح

۲- ارزیابی کلان مدیریت فرهنگی کشور ضمن

مطالعه موردی مؤسسات اصلی

۲/۱- کمیته مؤسسات

۲/۲- ترسیم تابلویی از وضعیت مدیریتی مؤسسات

۲/۳- نقاط اصلی ضعف و قوت مجموعه مؤسسات (جمع‌بندی)

۳- استراتژیهای کلان برای ایجاد تحول و رفع نقاط ضعف

۳/۱- مراحل اصلاح و تحول

۳/۲- رهبری جدید فرهنگی در کشور

۳/۳- ساختار کلان دستگاه فرهنگی کشور

۴- رویکردی استراتژیک به چالشها و فرصتهای موجود و فراروی انقلاب

۵- نگاهی به اولویتهای فرهنگی کشور

۶- سیاستهای کلی

۷- استراتژیهای کلان

۸- ساختار برنامه جامع

۹- نحوه تعیین تاکتیکها

بخش دوم - ارزیابی کلان

مدیریت فرهنگی کشور

سرفصلها:

حجم مؤسسات (و دستگاههای ذی‌ربط)

تابلویی از وضعیت مدیریتی مؤسسات

رویکردی استراتژیک به فرصتها و چالشهای فرهنگی

پیش روی انقلاب

نقاط اصلی ضعف و قوت مجموعه مؤسسات (جمع‌بندی)

نقاط ضعف و قوت دستگاهها، به جهت محرمانه‌بودن

به صورت کلی می‌آید.

* حجم مؤسسات (و دستگاههای ذی‌ربط):

۱- شورای عالی انقلاب فرهنگی (به مثابه رهبری

فرهنگی کشور)

تغییر موقعیت فعلی، ابتدا از طریق اصلاح و ساماندهی دستگاه فرهنگی کشور - که هم اکنون از ضعف جدی مدیریت در رنج است - ممکن خواهد بود و امکان ایجاد تحول در حوزه مدیریت فرهنگی با استفاده از متدهای علم مدیریت، به ویژه مدیریت استراتژیک، وجود دارد

بی اعتقادی به تخصص محوری و حرفه ای شدن مدیریت فرهنگی، فقدان جامع نگری و نگرش کلان (و در نتیجه پراکنده کاری و روزمرگی) عدم ارتباط هدفمند و هماهنگی (و در نتیجه موازی کاری و حتی خنثی سازی فعالیت های یکدیگر) پیکره مدیریت فرهنگی ایران را بیمار نموده است

- ۲- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (کتاب، مطبوعات، سینما، تبلیغات و...)
- ۳- سازمان صداوسیما
- ۴- نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاهها
- ۵- وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و دانشگاه آزاد اسلامی
- ۶- سازمان تبلیغات اسلامی
- ۷- وزارت آموزش و پرورش
- ۸- سازمانهای عقیدتی سیاسی، دفاتر نمایندگی ولی فقیه و معاونتهای فرهنگی در نیروهای مسلح
- ۹- سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
- ۱۰- سازمانهای فرهنگی و هنری شهرداریها
- ۱۱- نیروی مقاومت بسیج
- ۱۲- دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم
- ۱۳- مرکز رسیدگی به امور مساجد
- ۱۴- شورای سیاستگذاری ائمه جمعه
- ۱۵- آستان قدس رضوی (ع) و زیارتگاههای مهم کشور
- ۱۶- شورای عالی و مرکز مدیریت حوزه علمیه قم
- ۱۷- مطبوعات دولتی^۱

*** تابلویی از وضعیت مدیریتی موسسات:**

دستگاهها و موسسات فرهنگی کشور، به دو دسته اصلی تقسیم می شوند:

الف- دستگاههایی که مأموریت آنها کاملاً فرهنگی است.

ب- دستگاههایی که مأموریت آنها ذاتاً فرهنگی نیست، ولی فعالیت فرهنگی اعم از درون سازمانی و برون سازمانی به صورت فرعی و به عنوان جزئی از فعالیتهای آن دستگاهها تعریف گردیده است.

۱- به نظر می رسد از میان هفده مجموعه فوق، حدوداً ده دستگاه از نوع اول باشند. صرف نظر از فاصله دستگاههای نوع اول با نقطه مطلوب، مراکز مزبور اغلب در فضای تخصصی و یا نیمه تخصصی، و در کل به گونه ای «همرویکردی» فعالیت دارند ولی دستگاههای نوع دوم اغلب و با نگاهی خوش بینانه، در یک فضای ترکیبی و بعضاً ناهمگون مبادرت به فعالیتهای فرهنگی می کنند. این امر، موجب ورود ناخالصی و عناصر غیر فرهنگی در فضای فعالیت های آنها شده و به ویژه برای دستگاههای پرمخاطب مشکلاتی را پدید آورده است.

فقدان راهکارهای علمی و نیز قاعده مند شدن یا به عبارتی دقیق تر عدم تعریف استانداردهای فعالیت های فرهنگی در کشور، و همچنین خارج بودن اغلب دستگاهها - به ویژه مراکز نوع دوم در تعریف پیشین - از دایره نظارتی (صرف نظر از فقدان یا ضعف سیستم نظارتی)، هر گونه فعالیت هر چند غیر فرهنگی را به نام فعالیت فرهنگی مجاز می شمارد. بدیهی است در چنین فضایی، ورود عناصر غیرمجاز و ضعف نگرش و عملکرد، در اغلب دستگاهها موجب پیچیده شدن نسخه های به ظاهر فرهنگی - و البته خطرناک - برای مخاطبان شده و در حال حاضر کشور را با بحرانهای پنهان و آشکار فرهنگی روبرو ساخته است.

۲- فقدان تنوع و نوآوری (در محتوا، ادبیات، روش،

ابزار و...) که با انحصارگرایی یا با نگاهی خوش بینانه به بی دقتی در به کارگیری مجریان و مدیران فرهنگی و نیز نوعی تبحر و پیامد آن - یعنی ناامنی در پی تحول - بی ارتباط نیست، تابلوی دستگاههای فرهنگی کشور را کدر ساخته است.

۳- علاوه بر ضعفهای پیش گفته و جمع بندی آتی از نقاط ضعف، بی اعتقادی به تخصص محوری و حرفه ای شدن مدیریت فرهنگی، فقدان جامع نگری و نگرش کلان (و در نتیجه پراکنده کاری و روزمرگی) عدم ارتباط هدفمند و هماهنگ (و در نتیجه موازی کاری و حتی خنثی سازی فعالیت های یکدیگر) پیکره مدیریت فرهنگی ایران را بیمار نموده است که استمرار چنین وضعی برای امنیت ملی، خطرناک پیش بینی می شود.

۴- به رغم موفقیت های موردی، مقطعی و حتی از روی شانس و اقبال برخی دستگاههای فرهنگی کشور بازخورد فعالیتها، به ویژه با نگاهی معطوف به نیازهای روز کشور و مخاطب عمدتاً جوان، و نیز تهاجم فرهنگی در بستر پروژه جهانی شدن، نشانگر ناکامی بسیاری از دستگاههای فرهنگی و آسیب پذیری بالای آنها می باشد.

۵- اصولاً در اغلب دستگاههای فرهنگی، به ویژه در مراکز وابسته به بودجه عمومی، علاوه بر عده مخاطب شناسی دقیق و علمی، نوعی انتخاب مخاطب بر اساس سلیق و باورهای سیاسی و... از سوی مدیران به چشم می خورد. به همین دلیل بخش قابل توجهی از مخاطبان فرهنگی با دلایل غیرمنطقی، از گسترش حمایتی، تربیتی و تبلیغی مراکز مربوطه خارج شده اند. صرف نظر از این واقعیت، استفاده از ادبیات، روشها نیز ابزارهای همسان، برای طیفهای مختلف مخاطبان کارآمدی، میزان تاثیر، گستره و عمق جذب را به شدت کاهش داده است.

۶- فاصله متولیان امور فرهنگی از مخاطبان و فاصله موجود میان اندیشه و عمل آنها، از موانع عمده ای است که بر سر راه حرکت فرهنگی کشور قرار دارد. باید توجه داشت که فعالیت فرهنگی، به ویژه به محتوای اسلامی، با انگیزه های مادی متولیان امور، نگاه دولتی (در برابر حرکت های خودجوش و مردمی سازگاری ندارد. فعالیت های گروه های مردمی، با وجود فقدان امکانات و بودجه، از تاثیرات به مراتب بالاتری نسبت به فعالیت های دولتی و برخوردار از امکانات عالی همراه است. در سالهای اخیر تشویق به فعال سازی نیز هدایت پنهان و نامحسوس NGO ها و گروه های مردمی و دغدغه مند برای پیشبرد برخی از برنامه های فرهنگی و خروج از انحصار عناصر خاص، تاثیرات ماندگارتی را بر جای خواهد گذاشت.

۷- ضعف و ناتوانی مدیران فعلی از جهت تخصص مهارت و بی توجهی به نیروهای جوان و تازه نفس.

۸- نکته آخر درباره تابلوی وضعیت موسسات فرهنگی این که: نوعی فرار از واقعیت وضع فرهنگی کشور، امکان اتخاذ تصمیمات صحیح را سلب نموده برنامه های فرهنگی را با ناکامی مواجه ساخته است.

به نظر می‌رسد، جمع‌آوری، ساماندهی و تحلیل جامع اطلاعات و ارائه آن به موسسات پژوهشی جهت پردازش، لازمه سازماندهی یک حرکت فرهنگی فراگیر در کشور است و لازم است یکی از دستگاههای ذی‌ربط، با طراحی روشهای علمی و استفاده از عناصر متخصص، نسبت به این امر مبادرت نماید.

* جمع‌بندی نقاط اصلی ضعف و قوت:

مجموعه ضعفهای دستگاههای فرهنگی کشور به چهار بخش کلی: محتوایی، روشی، ابزاری و مدیریتی، قابل تقسیم می‌باشد. نظریه‌ایکه منظور نگارنده در این طرح از مدیریت، مفهوم پیشرفته آن است، روش و ابزار نیز در دل مدیریت قابل بررسی می‌باشد. به‌هرحال، با تاسف باید گفت: امور فرهنگی کشور ما، شدیداً از سوء مدیریت رنج می‌برد، و این موضوع ارتباط تنگاتنگی با عدم استقرار مدیریت حرفه‌ای در دستگاههای فرهنگی کشور دارد. برای مثال، یکی از دلایل اصلی عدم انطباق کیفیت ابزارها با وضعیت دستگاهها را باید در عدم بهره‌برداری صحیح از منابع مالی دستگاهها دانست؛ چه، از نظر این طرح، منابع مالی فرهنگی موجود پاسخگوی نیاز موجود می‌باشد و مساله کمبود بودجه، صرف‌نظر از توزیع غیرمنطقی آن، در اغلب موارد بهانه‌ای بیش نیست و طرح مداوم این مساله - که البته بعضاً واقعیت دارد - به فقدان نگاه حرفه‌ای برای استفاده بهینه از امکانات موجود برمی‌گردد.

از دیگر سو، درعین حال که اشکالات متعددی (عمدتاً در مدیریت و سازمان) به چشم می‌خورد، در مقابل، پتانسیلها و ظرفیتهای بالقوهای نیز جهت ایجاد تحول وجود دارد. این ظرفیتهای هم به دستگاههای فرهنگی و هم به مساعدبودن زمینه کار فرهنگی در کشور بازمی‌گردد؛ که شناخت دقیق این زمینه، برای عملیات فرهنگی ضروری است.^۲

بخش سوم - استراتژی‌های کلان برای ایجاد تحول و رفع نقاط ضعف

۱- مراحل اصلاح و تحول:

الف - مراحل مقدماتی:

* مراحل مقدماتی کلان:

- ۱- انجام دو مطالعه میدانی فراگیر به منظور جمع‌آوری و پردازش اطلاعات استراتژیک با سه هدف:
 - ۱/۱- شناسایی آخرین وضعیت فرهنگی کشور
 - ۱/۲- مخاطب‌شناسی
 - ۱/۳- شناسایی نیازهای فرهنگی موجود
- انجام دو مطالعه به منظور حصول اطمینان از نتایج آن پیشنهاد شده و بهتر است این دو مطالعه بر اساس طرح مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی از سوی مراکز پژوهشی معتبر انجام شود.
- ۲- بازنگری در ساختار کلان مدیریت فرهنگی کشور (تقسیم حوزه‌های موضوعی، مخاطب، روش و...)
- ۳- انجام مطالعات میدانی تخصصی و جزئی در حوزه کاری هریک از دستگاهها، بر اساس طرح مصوب و با

اهداف فوق

- ۴- شناسایی اولویتهای فرهنگی کشور
- ۵- بازنگری در اهداف فرهنگی
- ۶- نقد و بازنگری در بخشهای فرهنگی چشم‌انداز بیست‌ساله (به‌ویژه از منظر مبانی فکری)
- ۷- تدوین سیاستهای جدید فرهنگی بر اساس مطالعات مزبور
- ۸- تدوین استراتژیهای مورد نیاز
- ۹- تدوین استانداردهای عملیات فرهنگی (محتوا، روش، ابزار و مدیریت)
- ۱۰- بازنگری در ترکیب مدیران ارشد کلیه دستگاهها با لحاظ معیارهای ازپیش‌تعیین شده
- ۱۱- تدوین سرفصلهای اصلی برنامه جامع فرهنگی
- ۱۲- تهیه برنامه جامع فرهنگی ده ساله کشور
- ۱۳- ساماندهی بودجه و امکانات فرهنگی کشور برای اجرای برنامه
- ۱۴- شناسایی موانع پیش روی اجرای برنامه و ارائه راهکارهای رفع آن
- ۱۵- تعیین تاکتیکهای مورد نیاز برای اجرای موفق برنامه
- ۱۶- ایجاد سیستم نظارتی پیشرفته و کلان برای اعمال کنترل و نظارت مداوم بر اجرای برنامه‌ها

* مراحل مقدماتی خرد:

- ۱- مطالعه و بازنویسی رسالت، اهداف (کلان و خرد)، چشم‌انداز و سیاستهای (کلان و خرد) یکایک دستگاهها بر اساس ملاحظات زیر:
 - ۱/۱- توجه به فضای فرهنگی موجود حال و آینده کشور
 - ۱/۲- توجه به تقسیم فضا و مخاطب و پرهیز از تداخل و موازی کاری
 - ۱/۳- انطباق کامل با اهداف، چشم‌انداز و سیاستهای فرهنگی و کلان کشور
- ۲- بازنگری در سازمان و تشکیلات تمامی دستگاهها با ملاحظه رسالت، اهداف، چشم‌انداز و سیاستهای مصوب
- ۳- مطالعه و بازنگری کمی و کیفی منابع انسانی تمام دستگاهها به منظور تحقق اهداف زیر:
 - ۳/۱- انطباق آن با رسالت، اهداف، چشم‌انداز، سیاستها و تشکیلات مصوب
 - ۳/۲- شناسایی نیروهای توانمند و ضعیف
 - ۳/۳- کوچک و سبک‌بار کردن ستاد
 - ۳/۴- شناسایی خلأها (بسته‌ها و تخصصها)
 - ۳/۵- توزیع هدفمند و متوازن نیروی انسانی قوی در تشکیلات
- ۴- مطالعه و ارزیابی منابع مادی (بودجه و امکانات) هر یک از دستگاهها و انطباق آن با رسالت، اهداف، چشم‌انداز، سیاستها و تشکیلات
- ۵- بازنگری در مراجع کارشناسی، تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر در هر دستگاه با اهداف زیر:
 - ۵/۱- پژوهش‌محور کردن هرگونه کارشناسی و تصمیم‌گیری (مقابل با سلیقه‌گرایی و فردمحوری)
 - ۵/۲- نحوه قانونمند کردن و رسمیت‌بخشی به

مراجع اصلی در هر دسته‌گاه

- ۵/۳- مطالعه ترکیب کمی و کیفی هریک از مراجع براساس معیارهای ازپیش‌تعیین شده
 - ۶- طراحی سیستم نظارت و ارزیابی پیشرفته
- * رهبری (مدیریت کلان) جدید فرهنگی در کشور:

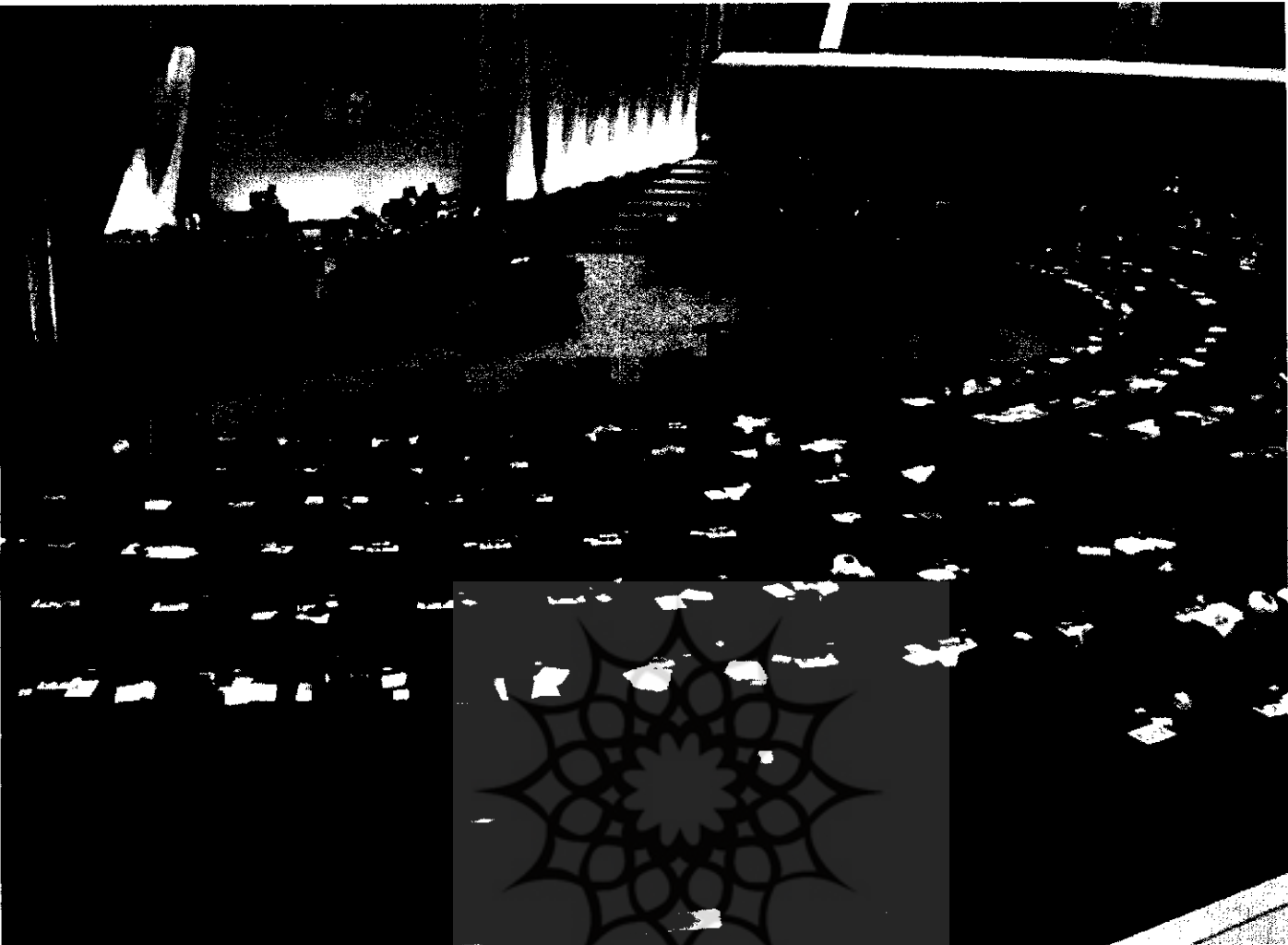
الف - ویژگیهای رهبری فرهنگی مطلوب:

- ۱- برخورداری از مبانی و مواضع فکری - فرهنگی شفاف، فراجنبی و مبتکرانه
 - ۲- اشراف کافی به وضعیت کنونی فرهنگی کشور و موقعیت رقبا یا دشمنان
 - ۳- برخورداری از قدرت آینده‌نگری و تشخیص به‌موقع فرصتها و تهدیدهای موجود و پیش‌رو
 - ۴- برخورداری از اقتدار ذاتی، قانونی و شجاعت
 - ۵- برخورداری از قدرت مدیریت بحران
- ب- گزینه‌های مختلف برای ایجاد رهبری فرهنگی:
- ۱- نوسازی شورای عالی انقلاب فرهنگی^۴ و دبیرخانه آن
 - ۲- تحول در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی^۵
 - ۳- توسعه بخش نظارت فرهنگی در دفتر مقام معظم رهبری.^۶

بخش چهارم - ساختار کلان مدیریت فرهنگی کشور

* طبقه‌بندی ساختار بر حسب موضوع و روش:

- ۱- مدیریت و رهبری: شورای عالی انقلاب فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر رهبر معظم انقلاب؛
 - ۲- هنر: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان صداوسیما، سازمان تبلیغات اسلامی (بخش حوزه هنری) و سازمانهای فرهنگی و هنری شهرداریها (آموزش)
 - ۳- رسانه مکتوب: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به‌عنوان مسئول و سیاستگذار، مطبوعات و سایر موسسات به صورت درون‌سازمانی و برون‌سازمانی
 - ۴- رسانه دیداری و شنیداری: سازمان صداوسیما و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
 - ۵- آموزش و پژوهش: وزارت علوم تحقیقات و فناوری، وزارت آموزش و پرورش، حوزه علمیه
 - ۶- تبلیغات دینی: سازمان تبلیغات اسلامی، دفتر تبلیغات اسلامی حوزه، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، آستانهای مقدسه، مرکز رسیدگی به امور مساجد، شورای سیاستگذاری ائمه جمعه
 - ۷- پرورش و تربیت: وزارت آموزش و پرورش، سازمان صداوسیما و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان دارندگان نقش کلیدی و سایر موسسات هریک بر اساس وظایف و مخاطب
- تذکار: به جهت آشفتگی در ساختار موجود و شفاف‌نبودن رسالت دقیق دستگاهها، امکان طبقه‌بندی صحیح و دقیق ممکن نیست و لکن امکان ترسیم ساختار بر حسب مخاطب، روش، ابزار، کارویژه و یا اهداف فرهنگی کلی کشورمان متصور می‌باشد. درعین حال به نظر می‌رسد نگاه کلان به ساختار مزبور



به معنی ادغام و تفکیک حوزه‌های کاری، روشی و ابزاری و... ضروری است.^۷

بخش پنجم - رویکردی استراتژیک به چالشها و فرصتهای موجود و فرارو الف- چالشها:

- ۱- تشدید پیامدهای جهانی شدن به‌ویژه در بُعد فرهنگی (اضمحلال تدریجی فرهنگ و هویت ملی) که منشا بسیاری از تهدیدات زیر نیز در این حوزه قابل بررسی است
- ۲- رشد فساد و فحشا (از سویی در اثر افزایش فقر و ازدیگرسو استقرار فرهنگ لیبرالیسم و ایجاد اختلال در بهداشت روانی است)
- ۳- افزایش بزهدکاری به‌ویژه در میان نوجوانان و جوانان:
- ۴- رشد رویکرد شریعت‌گریزی و تفکر پلورالیستی، به‌ویژه در میان طبقه متوسط و مرفه که یکی از علایم آن بدحجابی و کاهش جایگاه روحانیت در جامعه می‌باشد
- ۵- نهادینه‌شدن تجمل‌گرایی و اسراف، به‌ویژه در میان طبقه برخوردار (استقرار پنهان فرهنگ سرمایه‌داری)
- ۶- فاصله فضای فکری بخش قابل‌اعتنایی از نسل

سوم انقلاب از فضای فکری نسل اول و دوم ۷- پذیرش پنهان سکولاریسم توسط نظام، هرچند در ظاهر مخالفت گردد

- ۸- افزایش احساس بی‌هویتی و نوعی سرخوردگی در میان جوانان عمدتاً در اثر عرضه‌اندام دنیای غرب
- ۹- ترویج احساس کاذب فقدان آزادی در میان جوانان
- ۱۰- معضل وجود بی‌سوادی با تعریف جدید به‌ویژه در طیف میانسال و بزرگسال
- ۱۱- افزایش بی‌اعتمادی به مسئولان کشور که منشا آن عمدتاً در حوزه فساد اقتصادی قابل بررسی است
- ۱۲- اختلال در هویت جمعی نیرومند ایرانیان و در نتیجه پاره‌پاره‌شدن جامعه ایرانی عمدتاً در اثر رشد منازعات سیاسی بدون توجه به چارچوب امنیت ملی که کاهش فرهنگ ایثار در مواقع بحرانی را نیز در پی خواهد داشت (برای مثال ایجاد تنفر از سربازی)
- ۱۳- تهاجم مجدد اندیشه پروتستانیسیم اسلامی از سوی جریان فکری اپوزیسیون، با حمایت غرب
- ۱۴- بحران جایگاه زنان (با لحاظ جمعیت و تحصیلات روبه‌رشد آنها)

ب- فرصتها:

تذکارت: ما در وضعیت فعلی شدیداً نیازمند فرصت‌سازی می‌باشیم، به‌ویژه‌آنکه در حال حاضر

فرصتهای بین‌المللی نیز برای ما در ایجاد تحول و مقابله با تهدیدات قابل توجه می‌باشد. برای ایجاد فرصت لازم است به نکات زیر توجه گردد:

- ۱- شناخت نبض فرهنگی جامعه^۸
- ۲- آگاهی از حساسیتهای مختلف طیفهای جامعه و موقعیت رقبا
- ۳- تسلط بر احساسات جمعی
- ۴- توانایی بهره‌گیری از تهدید برای ایجاد فرصت
- ۵- برخورداری از قدرت عملیات سریع و اما فرصتها عبارتند از:
- ۱- استمرار وجود فضای گرم انقلاب
- ۲- ارتقای سطح بینش و اندیشه عمومی در پرتو پیروزی انقلاب
- ۳- وجود ظرفیتهای بی‌نظیر تحول‌آفرین به‌دلیل جوان بودن کشور
- ۴- ارتقاء سطح دانش دین‌پژوهی در پاسخگویی به‌نیازها
- ۵- امکان استفاده گسترده از تکنولوژی پیشرفته به نفع انقلاب
- ۶- توجه به تحولات احتمالی در وضعیت فرهنگی غرب به نفع انقلاب
- ۷- نقش تعیین‌کننده فکری انقلاب اسلامی در تحولات جهانی

۸. استطاعت علمی بی نظیر جوانان ایرانی در تولید علم و نظریه پردازی
۹. نهادینه شدن دین و تشیع در عمق هویت ملی ایرانیان

بخش ششم - نگاهی به اولویتهای فرهنگی کشور

۱. حفاظت از فرهنگ و هویت بومی (اسلامی - ایرانی) در برابر جهانی شدن
۲. مواجهه فرهنگی و ریشه‌ای با گسترش فساد، فحشا و بزهکاری
۳. ارائه مجدد دین حداکثری با ادبیات، روش و ابزارهای کارآمد به طیفهای مختلف بدون هرگونه افراط و تفریط
۴. معرفی و انتقال تفکر انقلاب اسلامی به نسل جدید و از میان بردن فاصله میان نسلهای از طریق ادبیات کارآمد
۵. پیوند زدن پرورش با آموزش در قالب یک جنبش فراگیر در وزارت آموزش و پرورش
۶. هویت بخشی در نسل جوان در برابر دنیای مدرن
۷. برقراری ارتباط و فهم منطقی و دوسویه میان اسلام و غرب و روشن شدن نسبت و مناسبات دین و مدرنیته

۸. اشاعه فرهنگ کار و تلاش

۹. اشاعه فرهنگ قانون‌گرایی به‌ویژه در حوزه شهروندی

۱۰. ایجاد اعتماد و همدلی میان مسئولان و مردم
۱۱. پاسخگویی به مسائل و مشکلات جدید و نوین فرهنگی - هنری از سوی حوزه و خروج از انفعال

۱۲. تقویت هویت جمعی ایرانیان بر اساس محورهای مشترک و توسعه فرهنگ ایثار با ادبیات متفاوت

۱۳. تنظیم و ارتقاء بهداشت روانی ایرانیان به‌ویژه نسل جوان

۱۴. اشاعه فرهنگ علم و عالم‌پروری و ارتقاء جایگاه علم و عالم در باورهای عمومی

۱۵. اشاعه اخلاق حرفه‌ای و وجدان کاری در تمامی صنوف منطبق بر روح حاکم بر اخلاق اسلامی

۱۶. ارتقاء منزلت زن در جامعه و اشاعه فرهنگ نقش‌آفرینی وی در کشور

بخش هفتم - سیاستهای کلان استراتژیک

۱. اهتمام به قالب‌شکنی و نوآوری (در روشها و ابزارها) و ترجیحاً بهره‌گیری از روح و ابزار هنر و ادبیات در فعالیتهای فرهنگی

۲. اهتمام به تولید انبوه و قابل رقابت با تولیدات رقیب در سطوح مختلف - چندین برابر نقد - به‌ویژه در حوزه هنر

۳. ادبیات‌سازی منطبق با اقتضائات فضای فکری نسل جدید (و پرهیز از شعارگرایی مطلق)

۴. استفاده گسترده از روابط عاطفی با مخاطب و

القاء نامحسوس مفاهیم فرهنگی

۵. اعتنا به دیدگاه مخاطب و ایجاد مباحثات گسترده فرهنگی در مسیر اقتناع منطقی

۶. اهتمام ویژه به ایجاد حرکت‌های شبکه‌ای خودجوش و مردمی به‌ویژه در حوزه دین

۷. پرهیز از مواجهه جبری با مخاطب مگر در موارد تعمد در قانون شکنی و عدم امکان اعمال رأفت اسلامی

۸. شفاف‌سازی وضعیت و رفتار شخصی مسئولان و ارتقاء سطح معنوی آنها

۹. حضور گسترده و مستقیم عناصر برجسته فرهنگی و علما و فضایی خوش‌فکر در دانشگاهها

۱۰. گسترش دایره و شمول مخاطب دین به عدد تمامی ایرانیان با عقاید، سلیق و تیپهای گوناگون و پرهیز از اعمال تبعیض در فعالیت فرهنگی (با این نگاه که هنر ما ایجاد تحول در عناصر متخلف و دین‌گریز است)

۱۱. اهتمام به آلوده‌نشدن امور فرهنگی کشور به اغراض جناحی یا فساد اقتصادی

۱۲. همکاری نزدیک، هدفمند و هماهنگ حوزه و دانشگاه

بخش هشتم - ساختار برنامه جامع^۱

الف- مختصات برنامه:

۱. عملیاتی‌بودن - ناظر بر اهداف و سیاستهای مصوب

۲. شفافیت و وضوح

۳. ترسیم فرایند اجراء براساس ترتیب منطقی

۴. تعیین ارتباط منطقی اجزاء برنامه با یکدیگر

۵. عدم تداخل

۶. زمانبندی دقیق مراحل

۷. تعیین دقیق نقش و مسئولیت هر یک از عوامل اجرائی

۸. برآورد دقیق بودجه و امکانات

۹. تعریف دقیق منابع و جایگاه حقوقی

۱۰. پیش‌بینی نحوه رفع موانع اجرائی و مکانیزم نظارت

ب- اجزاء ساختاری برنامه:

۱. ترسیم مجدد رسالت، اهداف، چشم‌انداز و سیاستهای استراتژیک کلان کشور

۲. ترسیم اهداف، قلمرو، مخاطب، ضرورت، پیشینه، مجریان، ظرفیت بالقوه و بالفعل، استطاعت بالقوه و بالفعل مجریان و نقاط مطلوب طرح

۳. تعاریف اصطلاحات کلیدی طرح

۴. سرفصلهای طرح

۵. مراحل اجرای طرح به ترتیب منطقی

۶. تقسیم کار میان عوامل

۷. برآورد بودجه و امکانات

۸. منابع مالی

۱۰. موانع فراروی برنامه و راهکارهای رفع آن

۱۱. شفاف‌سازی جایگاه حقوقی برنامه در مراحل مختلف

۱۲. مکانیزم بازخوردسنجی و کنترل کیفیت

بخش نهم - نحوه تعیین تاکتیکها

تاکتیک، به مجموعه تدابیری اطلاق می‌شود که برای اجرای موفق برنامه و به‌صورت تفصیلی تعیین می‌گردند. معمولاً برای اجرای برنامه‌های بزرگ نیازمند ایجاد اتاق تاکتیک‌سازی می‌باشیم. تاکتیکها به دو بخش عمده «پیشینی» و «هنگام» تقسیم می‌شوند. اتاق تاکتیک‌سازی باید لزوماً از اطلاعات به‌روز نسبت به پیشرفت برنامه برخوردار گردد و بی‌واسطه با رأس مدیریت در ارتباط باشد.

بخش دهم - امکان ایجاد تحول وجود دارد

فقط کافی است تصمیم گرفته شود، قطعاً در صورت وجود اراده‌ای کافی، امکان ایجاد تحول، طی یک عملیات دوساله وجود دارد. تردید نباید کرد که بقا و توسعه انقلاب شکوهمند اسلامی، منوط به برخورداری از دستگاه فرهنگی قوی است. البته شکی نیست دستگاه فرهنگی کشور باید به مبانی فکری انقلاب ایمان داشته باشد؛ چراکه فقدان ایمان به این مبانی در میان بسیاری از مدیران ارشد فرهنگی کشور، از جمله معضلاتی است که باید در جای خود بدان توجه گردد. ■

پی‌نوشت‌ها

* www.gholami.ir.com

۱. ر.ک: رضا غلامی، نسخه فرهنگی امنیت ملی، ماهنامه تخصصی زمانه، شماره ۲۴

۲. در این فهرست صرفاً دستگاههای کلیدی منظور شده است.

۳. نگارنده آماره برگزاری مناظره علمی جهت اثبات برداشت خود از نقاط ضعف و قوت مراکز می‌باشد.

۴. به تعبیر مقام معظم رهبری در دیدار با اعضاء شورای عالی انقلاب فرهنگی مورخ ۸/۱۱/۸۳، شورای عالی انقلاب فرهنگی عالی‌ترین جایگاه برای مهندسی فکری و فرهنگی کشور است، لکن در حال حاضر از جهت ساختار، ترکیب و تشکیلات از ضعف جدی برخوردار است و عملاً از بیست و هشت وظیفه مقرر شده برای شورای عالی، کمتر از پنج وظیفه به‌صورت نسبی مورد پیگیری قرار می‌گیرد.

۵. نوسازی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به مثابه بازوی فرهنگی دولت، عمدتاً متوجه تغییرات ساختاری در غیرجناحی شدن این وزارتخانه از یک سو و دیگری عملیاتی شدن آن می‌باشد.

۶. چه‌بسا ایجاد بخش فرهنگی عملیاتی بزرگ در دفتر رهبر انقلاب، مورد انتظار نباشد و لکن حال که به جهت دغدغه‌های رهبر معظم انقلاب، تعداد قابل توجهی از موسسات فرهنگی کشور تحت نظارت و پوشش مستقیم دفتر رهبری فعالیت دارند، لازم است توسعه هدفمند و کیفی این بخش مورد توجه قرار گیرد.

۷. بدیهی است در صورتی که شورای عالی انقلاب فرهنگی قادر به اجرای وظایف خطیر خود نباشد و امکان ایجاد تحول در ساختار، ترکیب و تشکیلات آن وجود نداشته باشد، بخش فرهنگی دفتر رهبری می‌تواند نقش مهندسی فکری و فرهنگی را ایفا کند.

۸. نفس همین نابسامانی و تداخل در قلمرو فعالیتهای موسسات فرهنگی کشور - اعم از موسسات دولتی و خصوصی - نشان از ضرورت ایجاد اصلاح و تحول دارد.

۹. برای شناخت نبض فرهنگی، جامعه نیازمند ایجاد تشکیلات جدید نیست، بلکه این اقدام باید در یک فرایند کاملاً علمی از سوی وزارت اطلاعات و یکی از موسسات عالی پژوهشی مورد اعتماد و معتبر صورت گیرد.

۱۰. ر.ک: رضا غلامی، فرهنگ و مدیریت استراتژیک، ماهنامه تخصصی زمانه، شماره ۲۵ و نیز: مدیریت بحران در موسسات فرهنگی، ماهنامه تخصصی زمانه، شماره ۲۷

۱۱. ر.ک: رضا غلامی، فرهنگ و مدیریت استراتژیک، ماهنامه تخصصی زمانه، شماره ۲۵ و نیز: مدیریت بحران در موسسات فرهنگی، ماهنامه تخصصی زمانه، شماره ۲۷

۱۲. مکانیزم بازخوردسنجی و کنترل کیفیت