

مدل اجتماعی برای خط‌مشی‌گذاری فرهنگی در عصر جهانی شدن

دریافت: ۱۳۹۴/۱۱/۱۴

پذیرش: ۱۳۹۵/۰۱/۱۸

مصطفی عبدی*

مهدی سالم**

چکیده

با تحلیل و بررسی دیدگاه‌های مطرح‌شده در چند دهه اخیر در مورد جهانی شدن فرهنگ و فرصت‌ها و چالش‌های متعاقب آن، می‌توان ضرورت طراحی و تدوین مدل بومی خط‌مشی‌گذاری فرهنگی برای جوامع مختلف را بر اساس ارزش‌ها و اعتقادات بنیادی‌شان بیش از هر زمان دیگر احساس کرد. غفلت کردن و یا بدون برنامه و بی‌هدف عمل کردن در این حوزه می‌تواند موفقیت سایر حوزه‌های کلان اقتصادی، سیاسی و اجتماعی را به شدت تحت تأثیر قرار دهد. موفقیت یک مدل خط‌مشی‌گذاری فرهنگی نیز از یک طرف منوط به بهره‌گیری حداکثری آن از خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها بوده و از طرف دیگر نیازمند جلب مشارکت شهروندان، گروه‌های ذی‌نفع و تشکل‌های اجتماعی در کنار خبرگان و خط‌مشی‌گذاران است. در این مطالعه ضمن بررسی چند مدل خط‌مشی‌گذاری عمومی، به چگونگی کاربرد مدل اجتماعی خط‌مشی‌گذاری در نهادها و سازمان‌های فرهنگی کشور پرداخته می‌شود.

واژگان کلیدی

خط‌مشی‌گذاری، مدل اجتماعی، جهانی شدن و فرهنگ جهانی

mabdi29@gmail.com

* دکتری مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی دانشگاه علوم و تحقیقات اصفهان

** دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی و برنامه‌ریزی فرهنگی واحد اصفهان (خوراسگان)

مقدمه

جهانی شدن فرهنگ، چالش‌ها و فرصت‌هایی را برای جوامع مختلف به ارمغان می‌آورد. با جهانی شدن فرهنگ، روزبه‌روز بر پیچیدگی و پویایی پدیده‌ها و عناصر فرهنگی افزوده می‌شود و ضرورت تدوین مدل جامع خط‌مشی‌گذاری فرهنگی در جوامع بر اساس ارزش‌ها و اعتقادات بنیادی‌شان بیشتر احساس می‌شود. با طراحی و اجرای خط‌مشی مناسب فرهنگی در جامعه می‌توان زمینه توسعه و رشد پایدار را فراهم کرد؛ چراکه موفقیت سایر خط‌مشی‌های کلان سیاسی، اقتصادی و اجتماعی به موفقیت خط‌مشی فرهنگی بستگی دارد. در این مطالعه به سه موضوع اصلی پرداخته می‌شود:

- ۱- تبیین نقش و جایگاه خط‌مشی‌گذاری فرهنگی در عصر جهانی شدن؛
- ۲- مدیران برای خط‌مشی‌گذاری سازمان‌های فرهنگی در عصر جهانی شدن به چه نحو می‌توانند عمل کنند؛
- ۳- مدل خط‌مشی‌گذاری اجتماعی چگونه می‌تواند مشارکت عامه را در فرایند خط‌مشی‌گذاری جلب کند.

جهانی شدن

جهانی شدن اگرچه قدمتی بسیار طولانی دارد، اما در طی دو دهه اخیر و هم‌زمان با وقوع انقلاب ارتباطات مطرح گردیده است. بیشتر صاحب‌نظران آن را دارای چهار بعد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌دانند و از این زوایا مورد بررسی و تحلیل قرار داده‌اند. البته در مورد تعریف، خاستگاه و ماهیت آن اختلاف‌نظرهای فراوانی وجود دارد.

در خصوص تاریخچه جهانی شدن دو دیدگاه کاملاً متفاوت وجود دارد؛ دیدگاهی که جهانی شدن را پروسه‌ای ناشی از افزایش علم و دانایی بشر تلقی کرده و تاریخچه‌ای به قدمت تاریخ تمدن بشری برای آن قائل است. واترز از جمله افرادی است که اعتقاد دارد تلاش برای کم کردن نقش زمان و کوچک شدن فضا، ریشه در تاریخ زندگی اجتماعی دارد (Waters, 1995, p.35).

اما در مقابل، گروهی دیگر جهانی شدن را پیامد مدرنیته دانسته و حتی از این هم فراتر رفته و جهانی شدن را محصول انقلاب صنعتی سوم در عرصه ارتباطات

دانسته‌اند. گیدنز^۱ جهانی شدن را فرایند ناشی از مدرنیته می‌داند و اعتقاد دارد که پسامدرن تجلی‌گاه جهانی شدن کامل است (گیدنز، ۱۳۷۹، ص ۴۵).

جهانی شدن فرهنگ

تعاریف بسیاری از فرهنگ ارائه شده که هرکدام با رویکردی متفاوت نسبت به آن صورت گرفته است. بااین‌همه، تایلور در سال ۱۸۷۱ نخستین تعریف رسمی از فرهنگ را بدین‌صورت ارائه کرد که فرهنگ یا تمدن کلیت درهم تافته‌ای است شامل دانش، دین، هنر، قانون، اخلاقیات، آداب و رسوم و هرگونه توانایی و عادت‌هایی که آدمی همچون عضوی از جامعه به دست می‌آورد (آشوری، ۱۳۸۶، ص ۴۷).

ادگار شاین (Schein, 1996, p.3) نیز با تبیین فرهنگ در مدل سه لایه‌ای باورها، ارزش‌ها و مصنوعات، فرهنگ را مجموعه‌ای از مفروضات اساسی می‌داند که اولاً به تبیین چگونگی جهان و اینکه چگونه باید باشد، می‌پردازد؛ ثانیاً این مفروضات بین گروهی از افراد مشترک است و ثالثاً اینکه ادراکات، تفکرات، احساسات و تا حدی رفتارهای آنان را شکل می‌دهد. در واقع فرهنگ مفروضات اساسی مشترک بین گروهی از افراد است که شامل باورها و ارزش‌هایی است که مبنای رفتارها و اعمال انسان‌ها بوده و راه و روش چگونه زیستن را به آن‌ها نشان می‌دهد.

رشد شتابان فناوری‌های نوین ارتباطی و نیز افزایش ضریب نفوذ وسایل ارتباط‌جمعی مدرن (همچون ماهواره، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مجازی و ...)، موضوع جهانی شدن فرهنگ و یا به عبارتی، فرهنگ جهانی را به یکی از بحث‌برانگیزترین مباحث در دو دهه اخیر تبدیل کرده و تاکنون سه دیدگاه متفاوت در مورد فرهنگ جهانی و یا جهانی شدن فرهنگ مطرح شده است:

الف. فرهنگ مدرن

نظریه‌پردازان مکتب مدرنیسم همچون فوکویاما (Fukoyama, 1989, pp.3-8)، فرهنگ لیبرالیسم غرب را دارای ارزش‌های جهان‌شمول می‌دانند، معتقدند که باید با گسترش این فرهنگ در جهان زمینه توسعه و پیشرفت کشورهای عقب‌مانده را فراهم ساخت.

مدرنیست‌ها بر این باورند که منظور از جهانی شدن فرهنگ، سلطه و حاکمیت یک فرهنگ آن‌هم از نوع لیبرالیسم غربی بر جهان است. این عده با تلقی هژمونیک از فرهنگ جهانی معتقدند که جهانی شدن نوعی همگن‌سازی فرهنگی را به دنبال دارد که هدف از آن گسترش و اشاعه مجموعه ارزش‌ها، هنجارها و نمادهای مشترک فرهنگ لیبرالیسم غرب به‌عنوان فرهنگ پیشرفته است؛ لذا حرکت از یک جامعه سنتی به جامعه‌ای مدرن و پیشرفته همان مسیری است که نظریه‌پردازان و مدرنیسم مطرح می‌کنند. شرط اصلی رسیدن به این پیشرفت و تبدیل شدن به جوامع پیشرفته از دیدگاه آنان کنار زدن ارزش‌ها و آداب و سنن بومی و محلی به‌عنوان اصلی‌ترین مانع توسعه است (Hayness, 1998, p.8).

طبق این دیدگاه، مدیران و خط‌مشی‌گذاران برای فعالیت و موفقیت در محیط جهانی باید ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگ لیبرالیسم را در فرایند خط‌مشی‌گذاری فرهنگی برای جامعه خود به‌عنوان یک اصل پذیرفته و به کار ببرند. ارزش‌ها و اعتقادات محلی و ملی مهم‌ترین مانع فعالیت در این محیط به شمار می‌آید که مدیران و خط‌مشی‌گذاران باید نسبت به حذف کامل آن‌ها اقدام نمایند. در واقع، مدرنیست‌ها ارزش‌ها و اعتقادات لیبرالیسم را ارزش‌های برتر معرفی می‌کنند و معتقدند که ارزش‌ها و اعتقادات ملی در محیط جهانی جایگاهی ندارند.

ب. فرهنگ پست‌مدرن

پست‌مدرنیسم مکتب فکری است که در انتقاد به دیدگاه‌های مکتب مدرنیسم در اواخر دهه ۱۹۶۰ شروع به شکل‌گیری کرد. مخالفت با هر نوع معرفت‌شناسی عام، اصول و قوانین عام‌گرایانه، تمامیت‌خواه، کلی‌نگر و مطلق‌اندیشی و لزوم احترام به معرفت‌شناسی‌های مختلف، معانی مختلف، اصول و قوانین متکثر و ارزش‌های مختلف از جمله مبانی فکری این مکتب به حساب می‌آید.

رویکرد فرهنگی مکتب پست‌مدرنیسم، زیر سؤال بردن مفهوم فرهنگ جهانی به‌عنوان یک فراروایت متشکل از مجموعه‌ای از ارزش‌ها، اعتقادات و الگوهای رفتاری واحد در قالب یک جهان‌بینی همگن‌ساز است؛ لذا این مکتب، فرهنگ لیبرال غرب را تنها

یک روایت در میان سایر روایت‌ها می‌داند و ادعای جهان‌شمولی آن را به شدت رد می‌کند. پست‌مدرنیست‌ها، جهانی شدن فرهنگ را فرصتی در اختیار هویت‌ها و فرهنگ‌های محلی می‌دانند تا به روایت و بازنمایی فرهنگی خود در چرخه‌ای از تعامل، تبادل و اقتباس بپردازند. فرهنگ جهانی در صورتی می‌تواند معنا و مفهوم داشته باشد که گفتمان فرهنگی در فرایندی از اختلاط و تعامل بین فرهنگ‌های مختلف حاکم گردد.

ج. فرهنگ جهان - محل گرایی

جهان - محلی گرایی^۲ دیدگاهی نوین به مقوله فرهنگ جهانی است. این رویکرد که در زیرمجموعه فرهنگ جهانی پست‌مدرن قرار دارد، بیشتر به بعد «سرزمینی» جهانی شدن تأکید دارد (Sklair, 1999, p.152).

جهانی شدن همواره در چارچوب‌های محلی به وقوع می‌پیوندد؛ درحالی‌که در همین حال خود چارچوب محلی از طریق گفتمان‌های جهانی شدن به‌عنوان یک مکان خاص ایجاد می‌شود (Robertson, 1992, p.46).

در واقع بر اساس این نگرش اگرچه مکان بر اثر گسترش ارتباطات اهمیت خود را از دست می‌دهد، اما اعتبار فضا بیشتر می‌شود، لذا تشدید آگاهی جهانی به معنای یک آگاهی همگن نیست، بلکه بر وجود یک آگاهی متنوع در یک فضای فشرده الکترونیکی دلالت دارد؛ به عبارت دقیق‌تر «جهانی شدن» یعنی جهان‌شمول شدن صفات خاص و خاص شدن جهان‌شمولی‌هاست (اسلامی، ۱۳۸۲، ص ۲۵)؛ یعنی اینکه در جهانی شدن، مدیران و خط‌مشی‌گذاران با دو نوع کاملاً متضاد از پدیده‌های فرهنگی مواجه‌اند؛ بعضی از آن‌ها عام و فراگیرند و برخی دیگر ویژه یک ملت و یا قوم خاص هستند. جهانی شدن سبب می‌گردد تا عناصر جهان‌شمول به جوامع خاص رسوخ کنند و در نتیجه فرایندهایی مشابه مانند آزادی، مردم‌سالاری، توسعه سیاسی و حفظ محیط زیست در تمام جوامع شکل گیرند و از طرف دیگر، با ورود عناصر عام به جوامع خاص، ویژگی‌هایی از این جوامع نیز در عرصه جهانی ظاهر می‌شوند؛ بنابراین، جهانی شدن در عرصه فرهنگ هم یک تهدید برای جامعه و هم یک فرصت به شمار می‌آید.

بنابراین، در عصر جهانی شدن برای خط‌مشی‌گذاری مناسب در حوزه فرهنگ باید به دو نکته کلیدی توجه داشت: نخست، فرهنگ هر جامعه از باورها و ارزش‌هایی شکل گرفته که به‌نوعی منحصر به آن جامعه است و خط‌مشی‌گذار فرهنگی باید بر مبنای این باورها و ارزش‌ها و نیز حفظ آن‌ها اقدام به تدوین و اجرای خط‌مشی نماید و نمی‌توان با الگوگیری از سایر جوامع برای امور فرهنگی کشور نسخه پیچید بلکه باید الگو و مدل بومی خط‌مشی‌گذاری فرهنگی را بر اساس ارزش‌ها و اعتقادات مشترک جامعه طراحی و تدوین کرد. نکته دوم اینکه عناصر فرهنگی خاصیت پویایی دارند و فرهنگی می‌تواند در این عصر بقای خود را حفظ کند که بتواند عناصر جدید را از محیط بیرونی و سایر فرهنگ‌ها جذب کند بدون اینکه به ارزش‌ها و باورهای خود لطمه وارد شود. نمونه بارز این امر را می‌توان در چهار سال اخیر با افزایش گرایش جوانان به شبکه‌های اجتماعی همچون فیس‌بوک و سایر شبکه‌ها و پیامدهای ناشی از آن در جامعه مشاهده کرد. باید پذیرفت که ظهور و گسترش چنین شبکه‌هایی در کنار رشد شتابان فناوری‌های ارتباطی چون تلویزیون و شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنتی از ملزومات این عصر بوده و به‌جای مقابله با آن باید خط‌مشی‌گذاران به فکر چگونگی استفاده بهینه کردن از این ابزارها باشند. لذا خط‌مشی‌گذاری فرهنگی برای بقای جامعه و توسعه پایدار آن در عصر جهانی و محیط جهانی لازم و حیاتی به شمار می‌آید؛ اما مدیران نهادها و سازمان‌های فرهنگی برای خط‌مشی‌گذاری مناسب در عصر جهانی شدن به چه نحو می‌توانند عمل نمایند و چه مدلی می‌تواند به آن‌ها کمک کند.

خط‌مشی‌گذاری

خط‌مشی عمومی مشخص‌کننده بایدها و نبایدها در جامعه و سازمان‌هاست و معین می‌کند که چه فعالیت‌ها و اقداماتی در بخش عمومی باید انجام پذیرد و چه اقداماتی نباید انجام گیرد. خط‌مشی عمومی بیانگر فرهنگ، نظام اقتصادی و اولویت‌های مورد قبول جامعه است (الوانی، ۱۳۸۹، ص ۱۲).

خط‌مشی عمومی شامل سیاست‌ها و تصمیماتی است که در حوزه مسائل عمومی از جانب مراجع و نهادهای قانونی و ذی‌صلاح در مورد اجرا یا عدم اجرای برخی فعالیت‌ها

و اقدامات اتخاذ می‌گردد. خط‌مشی عمومی دارای حوزه‌های مختلفی است که مهم‌ترین آن‌ها حوزه‌های اقتصادی، سیاسی و امنیتی، اجتماعی و فرهنگی است؛ در واقع دولت در حوزه‌های مختلف دارای خط‌مشی‌های کلانی است. آنچه که مسلم است ضرورت هماهنگی و سازگاری بین این خط‌مشی‌هاست که می‌تواند رشد و توسعه پایدار را برای جامعه به ارمغان آورد؛ برای مثال، بهترین و جامع‌ترین خط‌مشی اقتصادی در صورتی می‌تواند به نتیجه برسد که زمینه و بستر مناسب فرهنگی و اجتماعی برای آن مهیا باشد؛ در غیر این صورت عقیم مانده و نمی‌تواند به اهداف خود برسد.

با توجه به مطالب فوق، خط‌مشی فرهنگی را می‌توان زیرمجموعه‌ای از خط‌مشی عمومی دانست که از جانب نهادها و سازمان‌های متولی فرهنگ در کشور در خصوص مسائل و مباحث فرهنگی طراحی و اجرا می‌شود. در این تعریف باید مشخص گردد که منظور از نهادها و سازمان‌های فرهنگی و نیز مسائل فرهنگی چیست. نهادها و سازمان‌های فرهنگی در واقع مراجع قانونی مسئول‌اند که طبق قانون اساسی صلاحیت و مشروعیت قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری در حوزه‌های فرهنگی را داشته و شامل شورای عالی انقلاب فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت آموزش و پرورش، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، صداوسیما، مجلس شورای اسلامی و نیز سازمان تبلیغات اسلامی هستند. امروزه با پیشرفت شتابان فناوری‌های ارتباطی، عموم مردم و شهروندان با مسائلی چون رواج مصرف کالاهای فرهنگی بیگانه، تغییر ذائقه مردم و عدم استقبال از کالاهای فرهنگی داخلی، بحث حجاب، رواج پدیده‌های ضد فرهنگی در بین جوانان، رنگ باختن ارزش‌های ملی و دینی، رواج فرقه‌های مذهبی دروغین، بحث مد، امنیت فرهنگی، پیامدهای فرهنگی و اجتماعی شبکه‌های اجتماعی چون فیس‌بوک، پیامدهای فرهنگی شبکه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی، کاهش تمایل جوانان به ازدواج و تشکیل خانواده، افزایش میزان طلاق و بسیاری از مسائل فرهنگی دیگری مواجه هستند که برای حل آن‌ها نیاز به خط‌مشی‌ها و سیاست‌های کلان از طرف نهادها و سازمان‌های متولی وجود دارد. با کمی تأمل در مورد این مسائل می‌توان به راحتی به این نتیجه رسید که اغلب آن‌ها در دهه‌های اخیر به وجود آمده‌اند و عمر چندانی ندارند. با جهانی شدن فرهنگ شرایط محیطی به سرعت دچار تغییر و تحول

می‌شوند و ماهیت مسائل فرهنگی پیچیده‌تر و بغرنج‌تر می‌گردد. دیگر نمی‌توان با در نظر گرفتن چند عامل ثابت و ایستا و با اتکا به شیوه‌های گذشته اقدام به خط‌مشی‌گذاری و حل مشکل کرد. مدل‌های مختلفی برای خط‌مشی‌گذاری طراحی و ارائه شده است، ولی مدلی برای حوزه فرهنگ مناسب است که از یک طرف بتواند دانش‌های جدید، خلاقیت‌ها و نوآوری‌های استفاده نماید و از طرف دیگر بتواند مشارکت گسترده شهروندان، نخبگان، گروه‌های ذی‌نفع و تشکل‌های مدنی را برای درک و شناخت بهتر مسائل و نیز مشروعیت بخشیدن به خط‌مشی جلب نماید. در ادامه چهار مورد از مدل‌های خط‌مشی‌گذاری عمومی به اختصار بیان می‌گردد و در نهایت مدل اجتماعی که تا حدودی دارای دو شرط فوق بوده و برای خط‌مشی‌گذاری فرهنگی مناسب است، بیان می‌گردد.

مدل عقلایی

مراحل طراحی و تدوین مدل خط‌مشی‌گذاری عقلایی به ترتیب شامل: تعیین اهداف، درجه‌بندی ارزش‌ها، تعیین اولویت‌ها، شناسایی تمام گزینه‌های مناسب، محاسبه و پیش‌بینی تمام نتایج گزینه‌ها، انتخاب بهترین گزینه یا ترکیبی از گزینه‌ها که می‌تواند بیشترین منافع را در پی داشته باشد.

مدل عقلایی بر سه فرض اساسی استوار است: اول دسترسی خط‌مشی‌گذاری به تمامی اطلاعات موردنیاز؛ دوم، شناخت روشن از ترجیحات و خواسته‌ها؛ و سرانجام برخورداری خط‌مشی‌گذار از استدلال کلی‌نگر که امکان بررسی جامع همه راه‌حل‌ها و مقایسه آن‌ها را به وی می‌دهد (وحید، ۱۳۸۵، ص ۱۸).

مدل عقلایی به علت ناتوانی در دسترسی به اطلاعات کامل، زمان‌بر بودن و نیز به سبب ناتوانی در پیش‌بینی دقیق نتایج احتمالی آینده مورد انتقادات بسیاری واقع شد. استفاده از مدل عقلایی برای تصمیم‌گیری در خصوص مسائل و مشکلات فرهنگی به هیچ وجه امکان‌پذیر نیست؛ زیرا:

- دسترسی به اطلاعات کامل و جامع در حوزه‌های فرهنگی به دلیل داشتن روابط با دیگر حوزه‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی مشکل و عملاً ناممکن است.

- پدیده‌های فرهنگی دارای پیچیدگی بسیاری هستند و عوامل بسیاری می‌تواند در به وجود آوردنشان دخیل باشند.
- اهداف سازمان‌ها و نهادهای متولی امور فرهنگی مشخص و واضح نیستند.
- عواملی که باعث به وجود آمدن مسائل فرهنگی می‌شوند ایستا و ثابت نبوده بلکه پویا و در حال تغییرند.
- ارزش‌ها نسبی هستند و به‌هیچ‌وجه اجماعی در موردشان وجود ندارد.
- تمرکزگرا بودن و بها ندادن به نقش شهروندان.

مدل رضایت‌بخش

سایمون در انتقاد به نگرش آرمانی و افراطی موجود در مدل عقلایی، مدل رضایت‌بخش خود را ارائه کرد که بر جنبه‌ها روانی و اجتماعی تصمیم‌گیری تأکید داشت. سایمون (Simon, 1957, p.29) استدلال می‌کند که چون انسان به دنبال رضایت‌مندی است، می‌تواند بدون بررسی تمام گزینه‌ها و احتمالات ممکن اقدام به تصمیم‌گیری نماید؛ از طرف دیگر، انسان ارتباط متقابلی بین محیط و سیستم را در نظر می‌گیرد، لذا تصمیماتش باید از پذیرش، سازگاری و کارایی بالایی برخوردار باشد.

گاس، مراحل تدوین خط‌مشی‌گذاری مدل رضایت‌بخش را شامل شناسایی مشکل و تعریف هدف، تعیین حداقل‌ها یا استانداردهایی که باید گزینه‌ها داشته باشند، انتخاب گزینه عملی برای حل مشکل، بررسی و تحلیل توانایی آن در حل مشکل و در نهایت تعیین اینکه آیا گزینه انتخابی با حداقل استانداردها و یا سطح رضایت‌مندی منطبق است (Guseh, 2004, p.318)، می‌داند.

در حوزه فرهنگی برای حل مسائل و مشکلات فرهنگی نمی‌توان سطح رضایت‌مندی را به‌درستی تعیین کرد و حداقل‌هایی برای آن در نظر گرفت و بر اساس آن استانداردهایی جهت تشخیص نتایج ممکن گزینه‌های موجود ارائه کرد.

مدل جزئی - تدریجی

چارلز لیندبلوم نظریه پرداز علوم سیاسی در نقد مدل عقلایی، مدل خود را بر اساس نظریه تدریجی گرایی و تحت عنوان مدل جزئی - تدریجی ارائه کرده است. لیندبلوم معتقد به انجام تغییرات جزئی و تدریجی در فعالیت های جاری دولتی بوده و بر حفظ وضع موجود تأکید داشت، وی به شدت مخالف انجام تغییرات گسترده و انقلابی بود. لیندبلوم دلایلی برای اثبات مناسب بودن این مدل ارائه می دهد؛ از جمله خطاهایی که در اثر مدل جزئی - تدریجی حاصل می شود، با توجه به ذات محافظه کار آن تأثیرات منفی زیادی بر محیط ندارد و به آسانی اصلاح پذیر است.

ایجاد توافق بر سر اهداف و ترجیحات این مدل آسان تر است؛ زیرا مخالفت و حساسیت شدیدی همچون مدل های خردگرا ایجاد نمی کند و لذا حمایت بیشتری را به همراه خواهد داشت (وحید، ۱۳۸۵، ص ۴۵).

این مدل گذشته نگر است و بر حفظ وضع موجود تأکید دارد. خاصیت ایستایی و عدم پویایی آن و عدم ارائه راه حل های جدید و خلاقانه سبب می شود که نتوان از آن در حل مسائل فرهنگی که دارای پویایی و پیچیدگی خاصی هستند، بهره گرفت. در شرایط فعلی جامعه ایران که با روی کار آمدن دولت جدید، کلیه سیاست ها و خط مشی های دولت های قبلی به کل زیر سؤال می رود و به نوعی رد می شوند، نمی توان از این مدل برای خط مشی گذاری فرهنگی استفاده کرد.

مدل نهادی

رابطه خیلی نزدیکی بین خط مشی عمومی و نهادهای دولتی وجود دارد. دقیقاً زمانی به یک خط مشی عمومی گفته می شود که چندین مؤسسه دولتی آن را پذیرفته، اجرا و اعمال کنند (الوانی و شریف زاده، ۱۳۹۰، ص ۱۹).

سازمان ها و نهادهای دولتی با داشتن قدرت اجرایی و مشروعیت قانونی اقدام به خط مشی گذاری در مورد مسائل عمومی می کنند و خودشان به آن مشروعیت می بخشند و نسبت به اجرای آن اقدام کرده و در نهایت خودشان خط مشی اجرا شده را مورد ارزیابی و نقد قرار می دهند. با مرور چند دهه اخیر می توان دید که بسیاری از

تصمیم‌گیری‌ها در حوزه فرهنگ در ایران از سوی نهادها و سازمان‌هایی اتخاذ شده که خود را متولی بخش فرهنگی معرفی می‌کنند و چون اغلب این تصمیمات با همدیگر سازگار و مکمل نبوده‌اند، نه تنها نتوانسته‌اند مسائل مربوطه را برطرف سازند بلکه در برخی موارد هم به گسترش مشکل دامن زده‌اند.

مدل اجتماعی

بهبودی و توسعه فرایند حل مسئله و تغییر، اساس خط‌مشی‌گذاری اجتماعی است. این امر از طریق فعل و انفعالات اجتماعی، ارتباط شبکه‌ای میان مدیران، خبرگان، گروه‌های اجتماعی، ارباب رجوع و شهروندانی که دست‌به‌گریبان مسائل عمومی هستند، تحقق می‌یابد. فرایند خط‌مشی‌گذاری اجتماعی مبتنی بر این فرض است که شرکت‌کنندگان در این شیوه، با تمهید وسایل لازم برای توسعه و اجرای اهداف و مقاصد خط‌مشی فعالیت می‌کنند (الوانی و شریف‌زاده، ۱۳۹۰، ص ۵۹).

در مدل اجتماعی به دانش خبرگان، علم تجربی، احساسات و ارزش‌های طرف‌های ذی‌نفع و مشارکت شهروندان در فرایند خط‌مشی‌گذاری توجه خاصی مبذول می‌شود. با توجه به ماهیت پیچیده و پویای مسائل و مشکلات فرهنگی روشن است که برای حل آن‌ها به روش‌های جدید و ارائه راه‌حل‌های خلاقانه و بهره‌مندی از مشارکت عامه نیاز است. مشارکت عامه شامل فرایندهایی است که افراد، گروه‌ها و تشکلهای فرصت مشارکت در تصمیم‌گیری‌هایی را به دست می‌آورند که با آن‌ها مرتبط بوده و یا منافی برایشان در پی داشته باشد (اسمیت، ۲۰۰۳، ص ۵).

کریگتون^۳ (۱۹۸۱) هدف از مشارکت مردم را تبادل اطلاعات و مشروعیت بخشیدن به خط‌مشی‌ها می‌داند. توماس^۴ (۱۹۵۵) نیز هدف از خط‌مشی‌گذاری مشارکتی را مبادله اطلاعات و پذیرش خط‌مشی از سوی آنان دانسته و این مورد را مهم‌تر از کیفیت تصمیمات اتخاذ شده می‌نگرد (الوانی و شریف‌زاده، ۱۳۹۰، ص ۱۵۶).

خط‌مشی‌گذاری اجتماعی می‌تواند ارتباط شبکه‌ای بین خط‌مشی‌گذاران، شهروندان، کارشناسان و متخصصان، تشکلهای اجتماعی، گروه‌های ذی‌نفع و گروه‌های ذی‌نفع به وجود آورد. خط‌مشی‌گذار در شیوه اجتماعی سعی می‌کند با تلفیق

دانش‌ها، تجربیات، اعتقادات، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری به راه‌حل جامع و خلاقانه‌ای که دربردارنده منافع فردی، گروهی و نظام ارزشی صحیح است، دست یابد که از مشروعیت بالا برخوردار بوده و همکاری تمام افراد را به دنبال داشته باشد.

مشارکت مؤثر نیازمند این است که خط‌مشی‌گذار بخواهد و بتواند به نظرهای همه افراد جامعه احترام بگذارد و در قبال آن‌ها احساس مسئولیت نماید. مشارکت سودمند نیازمند این است که همه طرف‌ها (مدیران، شهروندان، گروه‌های ذی‌نفع و گروه‌های ذی‌نفوذ و خط‌مشی‌گذار) به حقوق همدیگر احترام گذاشته، به فرایند خط‌مشی‌گذاری متعهد و برای رسیدن به دیدگاه‌ها و نتایج مشترک موردنظر دارای نظام و اصول مشخصی باشند.

پرواضح است که در هنگام خط‌مشی‌گذاری باید به یک سری از عوامل و ملاحظات توجه ویژه‌ای داشت. عواملی چون توجه به ارزش‌های جامعه، نفع عمومی (نفع جامعه)، اثربخشی، کارایی، هماهنگی و سازگاری و عدالت می‌توانند در موفقیت و اثربخشی فرایند خط‌مشی‌گذاری مؤثر واقع گردند.

چارچوبی برای مشارکت

در مدل خط‌مشی‌گذاری اجتماعی باید سیاست‌ها، اصول و فن‌هایی که مشارکت مدیران، شهروندان و گروه‌های ذی‌نفع و... را امکان‌پذیر می‌سازد، به‌دقت مورد بحث قرار گیرد. لذا این مدل باید چارچوبی برای جلب مشارکت افراد به وجود آورد که در آن هدف از مشارکت، سطح مشارکت، اصول و مبانی مشارکت مؤثر و فن‌ها و روش‌های مشارکت مشخص باشد.

الف. هدف مشارکت

اگرچه به نظر می‌رسد اگر خط‌مشی‌گذار بر اساس تجربه و دانش خود اقدام به خط‌مشی‌گذاری نماید، راحت‌تر است، دلایل مختلفی در گرایش روزافزون جوامع و خط‌مشی‌گذاران به استفاده از فنون جلب مشارکت وجود دارد؛ مشارکت می‌تواند به موارد ذیل کمک کند:

- دسترسی به اطلاعات، دیدگاه‌ها و نیازهای بیشتر در هنگام اتخاذ تصمیم؛

- کیفیت بالای تصمیمات؛
- برآورده ساختن تقاضاهای روزافزون برای مشارکت؛
- حل تضادها؛
- تعیین اولویت‌ها؛
- افزایش آگاهی و درک عمومی؛
- استحکام و کسب مشروعیت؛
- و برطرف ساختن عدم اعتماد به دولت و خط‌مشی‌گذار.

ب. سطوح مشارکت

فرایندهای مشارکت شامل تبادل اطلاعات، نظرخواهی عمومی، مذاکره و اعمال نفوذ، تصمیمات مشترک و صلاحیت و مسئولیت مشترک است. این فرایندها را می‌توان بر اساس میزان مشارکت و ایفای نقش در تصمیم‌گیری بر روی یک پیوستار ترسیم کرد که از تبادل اطلاعات شروع می‌شود و به مسئولیت و پاسخ‌گویی مشترک می‌انجامد. نمی‌توان این مراحل را از هم جدا کرد؛ زیرا کاملاً به هم پیوسته و مرتبط هستند.

جدول شماره ۱. پیوستار مشارکت عمومی

تبادل اطلاعات	مشاوره	مذاکره و گفتگو	تصمیمات مشترک	مسئولیت مشترک
اطلاعات ورودی	من گوش می‌کنم و نظر می‌دهم	ما صحبت می‌کنیم و همدیگر را درک می‌کنیم	ما تصمیم می‌گیریم	ما مسئول و پاسخگو هستیم
اطلاعات خروجی				

افزایش همکاری

ج. اصول و مبانی مشارکت مؤثر

در طراحی و توسعه چارچوب مشارکتی، خط‌مشی‌گذار باید از اصول و مقرراتی پیروی کند تا بتواند به اهداف خط‌مشی‌نائل گشته و موفقیت آن را تضمین نماید. این اصول شامل موارد زیر است:

۱. شناخت مشکل و درک آن؛
۲. درک علت مشارکت؛
۳. اهداف شفاف و عملی؛
۴. انتظارات مشخص؛
۵. فرایند جامع و کامل؛
۶. شفافیت؛
۷. انعطاف‌پذیری؛
۸. احترام به دیدگاه‌ها و از انواع مختلف.

د. فنون مشارکت

امروزه به کمک فناوری‌های نوین ارتباطی فنون جدیدی به وجود آمده‌اند که خط‌مشی‌گذار می‌تواند در کنار فنون سنتی برای جلب مشارکت مؤثر افراد به کار گیرد. در هرکدام از سطوح مشارکت که در بالا عنوان گردید، می‌توان از برخی این فنون بهره جست.

تبادل اطلاعات

هدف از تبادل اطلاعات، ایجاد آگاهی، آموزش، تبادل دیدگاه‌ها، تشویق رفتارهای مسئولیت‌پذیر، و نیز نهادینه ساختن تصمیم‌گیری آگاهانه است. در این مرحله، می‌توان از فنونی همچون صندوق‌های پستی الکترونیکی، جلسات عمومی، همایش‌ها، انتشار بروشورها، انتشار نتایج مطالعات و مذاکرات غیررسمی بهره برد.

مشاوره از نظرخواهی عمومی

هدف از مشاوره و نظرخواهی ایجاد ارتباط دوطرفه، آشنایی با نظرات کارکنان و ذی‌نفعان، توصیه‌ها و بازخوردها، تعیین اولویت‌ها و مذاکره است. در این مرحله می‌توان از فنون هیئت‌های نظارتی، همایش‌ها، تشکیل گروه‌های وظیفه‌ای، کارگاه‌ها، نظرخواهی الکترونیکی و نیز فراخوان نظرات و عقاید استفاده کرد.

گفتگو و هم‌اندیشی

هدف از گفتگو و هم‌اندیشی آگاهی کامل از دیدگاه‌ها، ادراک‌ها و منافع کارکنان و گروه‌ها با تأکید بر رسیدن به درک دوطرفه است؛ و نیز تعیین ارزش‌ها و تلاش در جهت رسیدن به اجماع است. در این مرحله می‌توان از فنونی چون جلسات گفتگو، اجلاس‌ها، جلسات پرسش و پاسخ و نیز گفتگو و مذاکره الکترونیکی بهره برد.

تصمیمات مشترک

اهداف این مرحله می‌تواند شامل مسئولیت‌پذیری مشترک، تمرکززدایی تصمیم‌گیری، رسیدن به اجماع و انسجام، حل تضادها، تخصیص منابع کمیاب و نیز مدیریت طرح و برنامه‌ها مطابق با ارزش‌های جامعه باشد. در این مرحله می‌توان از فنون تصمیم‌گیری گروهی با حضور نمایندگان بخش‌های مختلف و یا همه‌پرسی استفاده کرد.

پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری مشترک

در سطح منابع قانونی تفویض اختیار مشخص می‌شود. ارزش‌های مطلوب موردقبول جامعه به‌عنوان مبنایی در اتخاذ تصمیمات خط‌مشی‌گذاری قرار می‌گیرند؛ تصمیم‌گیری غیرمتمرکز اجرا و پیاده می‌شود. تمامی افراد جامعه از مدیران ارشد گرفته تا شهروندان خود را در قبال انجام درست خط‌مشی مسئول و پاسخگو می‌دانند. فنون مؤثر در این سطح شامل تشکیل کارگروه‌های عملیاتی مشترک، مدیریت مشارکتی، فرایندهای همکاری و موافقت‌نامه‌های رسمی است؛ در مجموع، چارچوب مشارکتی مدل خط‌مشی‌گذاری اجتماعی را می‌توان به‌صورت خلاصه در یک جدول به‌صورت زیر نشان داد.

جدول شماره ۲. چارچوب مشارکتی مدل خط‌مشی‌گذاری اجتماعی

فنون مؤثر	هدف	مراحل
<ul style="list-style-type: none"> - جلسات عمومی - انتشار نتایج مطالعات - انتشار بروشورها - مذاکرات غیررسمی 	<ul style="list-style-type: none"> - آگاهی و درک مشکل - آموزش - شناسایی ارزش‌ها و باورهای مشکل‌آفرین - تشویق رفتارهای مسئولیت‌پذیر 	تبادل اطلاعات
<ul style="list-style-type: none"> - نظرخواهی الکترونیکی - فراخوان نظرات و پیشنهادات - تشکیل کارگروه‌های وظیفه‌ای - هیئت نظارتی 	<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد ارتباط دوطرفه - آشنایی با نظرات و دیدگاه‌های شهروندان و خبرگان - آشنایی با نظرات و دیدگاه‌های گروه‌های ذی‌نفع - آشنایی با ارزش‌های رایج - بررسی اولویت‌ها 	مشاوره و نظرخواهی
<ul style="list-style-type: none"> - جلسات گفتگو - اجلاس‌ها - جلسات گفتگو الکترونیکی - جلسات پرسش و پاسخ 	<ul style="list-style-type: none"> - آگاهی کامل از دیدگاه‌ها، منافع و ارزش‌ها - طراحی نظام ارزشی - تعیین اولویت‌ها 	گفتگو و هم‌اندیشی
<ul style="list-style-type: none"> - تصمیم‌گیری گروهی با حضور نمایندگان - همه‌پرسی - و ... 	<ul style="list-style-type: none"> - تمرکززدایی تصمیم‌گیری - رسیدن به اجماع - حل تضادها - تخصیص منابع کمیاب - مدیریت طرح و برنامه‌ها 	اتخاذ تصمیمات مشترک
<ul style="list-style-type: none"> - تشکیل کارگروه‌های مشترک کاری - تعهد تمامی افراد و گروه‌ها به خط‌مشی - فرایندهای همکاری - توافق‌نامه‌های رسمی 	<ul style="list-style-type: none"> - شناخت، احترام و انعکاس ارزش‌ها - مطلوب موردقبول جامعه در فرایند تصمیم‌گیری - مشروعیت بخشیدن به خط‌مشی - تلاش مشترک در جهت اجرای مناسب 	پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری مشترک

جمع‌بندی

در جمع‌بندی مطالب ارائه‌شده می‌توان به‌ضرورت طراحی مدل بومی خط‌مشی‌گذاری فرهنگی در کشور در عصر نوین پی برد. لازمه موفقیت یک مدل خط‌مشی‌گذاری در

حوزه فرهنگی مبنا قرار دادن ارزش‌ها و اعتقادات جامعه، برخورداری از نوآوری و خلاقیت و جلب مشارکت افراد جامعه و بها دادن به آنهاست. با بررسی اجمالی مدل‌های رایج خط‌مشی‌گذاری عمومی مشخص می‌گردد که چون مدل اجتماعی به دنبال خلاقیت و نوآوری- ضرورت حل مسائل فرهنگی- است و از طرف دیگر از آنجا که می‌تواند زمینه مشارکت شهروندان، نخبگان، تشکل‌های اجتماعی را در فرایند تدوین، مشروعیت‌بخشی و اجرای خط‌مشی‌گذاری به وجود آورد، می‌تواند در حوزه فرهنگی مناسب و کارآمد باشد.

یادداشت‌ها

1. A. Giddens
2. globo-localism
3. Creighton
4. Thomas

کتابنامه

- آشوری، داریوش (۱۳۸۶)، *تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ*، تهران: نشر آگه، چ ۳.
- اسلامی، مسعود (۱۳۸۲)، *منطق جهانی شدن*، تهران: همشهری.
- الوانی، مهدی و شریف‌زاده، فتاح (۱۳۹۰)، *فرایند خط‌مشی‌گذاری عمومی*، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، چ ۸.
- الوانی، مهدی (۱۳۹۰)، *تصمیم‌گیری و تعیین خط‌مشی دولتی*، تهران: سمت، چ ۱۴.
- رابینسون، ریچارد و پیرز، جان (۱۳۸۷)، *مدیریت راهبردی*، تهران: انتشارات سمت، چ ۳.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۹)، *جهان رهاشده*، ترجمه علی‌اصغر سعیدی و حاجی عبدالوهاب یوسف، تهران: علم و ادب.
- وحید، مجید (۱۳۸۵)، «دموکراسی در آینه سیاست‌گذاری عمومی»، *فصلنامه فرهنگ اندیشه*، ش ۱۸.

Fukoyama, F. (1989), *The End of History` the National Interest Summer*.

Giddens. A. (1990), *The Consequence of Modernity*, Oxford: Basil Blackwell.

- Guseh, J. & Clayton M. (2004), "Quality and Complexity- Lessons from English Higher Education", *International Journal of Quality and Reliability Management*, Vol. 16. No. 9.
- Hayness. J. (1999), *Religion Globalization and Political Culture in the Third World*, London: Guildhall University.
- Robertson, R. (1992), *Globalization: Social Theory and Global Culture*, London: Sage.
- Schein Edgar H. (1996), *Three Cultures of Management: The Key to Organizational Learning*, Sloan Management Review.
- Simon, H. (1957). *Administrative Behaviour* (2Ed.), London: MacMillan.
- Sklair, L. (1999), "Competing Conceptions of Globalization", *Journal of World*, Vol.2.
- Waters, M. (1995), *Globalization*, London and New York, Routledge.