

پیش طرح ملی رویدادهای مشارکت آفرین

تقویت نشاط اجتماعی، هویت ملی و پاسداشت فعال اصالت های فرهنگی از دریچه بازآفرینی ظرفیت های محلی و احیای «رویداد» های مشارکت آفرین

دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور

مهرماه ۱۴۰۱ ه.ش

ایجاد نشاط و امید اجتماعی یکی از وظایف حکومت است. موضوعی که می‌تواند مسیر پیشرفت جوامع را هموار کرده و زمینه بحران‌های مختلف را محدود و مسدود سازد. این وظیفه در جامعه امروز ایران از اولویت مضاعفی برخوردار است چرا که دشمنان این مرز و بوم از هیچ تلاشی برای ایجاد یأس، ناامیدی و سرخوردگی در جامعه ایرانی فروگذار نمی‌کنند. با این مقدمه، مسئله اصلی این طرح پیشنهادی چگونگی خارج ساختن جامعه از اتمسفر منفی‌اندیشی و ایجاد امید و مثبت‌نگری به آینده در یک فضای ملموس و در دسترس است.

برای تحقق این مهم باید به سئوالات زیر پاسخ بدهیم که:

الف- چرا طرح «رویداد» موضوعیت دارد و تفاوت آن با سایر صورت‌های رایج چیست؟

ب- طرح «رویداد» چه ارتباطی با فرهنگ عمومی دارد؟

ج- ظرفیت هویت‌های محلی برای خلق «رویداد» چیست و ظرفیت‌های مزبور چه ارتباطی با هویت ملی دارد؟

د- طرح «رویداد» چه نسبتی با شورای فرهنگ عمومی و مأموریت‌های آن دارد؟

ه- مختصات برپایی یک «رویداد» چیست؟

۱- «رویداد»، جشنواره و نمایشگاه، همایش و سمینار

در نگاه نخست به نظر می‌رسد طرح «رویداد» در شورای فرهنگ عمومی کشور، پیشنهادی تکراری و بیهوده، بلکه مصداق زیره به کرمان بردن است. چرا که مهم‌ترین فعالیت و اصلی‌ترین تخصص وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی طی چهار دهه گذشته برگزاری جشنواره و نمایشگاه بوده است و اصولاً «جشنواره فیلم فجر» و «نمایشگاه کتاب تهران» بخشی جدایی‌ناپذیر از هویت این وزارتخانه هستند.

فراتر از این، راهبرد برپایی جشنواره و نمایشگاه آنچنان در نظر متولیان فرهنگ کشور برجسته می‌نماید که خصوصاً در دهه ۱۳۸۰ راه حل هر معضله فرهنگی و ابزار هر نوع «فرهنگسازی» را در برپایی جشنواره و نمایشگاه جستجو می‌کردند و اینگونه بود که «جشنواره مد و لباس» و «نمایشگاه قرآن کریم» شکل گرفتند!

این مسئله به طریق دیگری درباره برگزاری همایش و سمینار هم صادق است و تقریباً همه دستگاه‌های کشور همایش‌ها و سمینارهای سالانه‌ای را برگزار می‌کنند و یکی از ردیف‌های درآمدزایی برخی دستگاه‌های دیگر اجاره دادن سالن همایش است. شاید در روزهایی که خبری از ویروس کرونا و کسری بودجه سرسام‌آور سالیان اخیر نبود، تقویم کاری سالن‌های همایش برج میلاد و صداوسیما روز خالی نداشت و کنایه‌های خبر ۲۰:۳۰ به چنین مراسمی به امری روزمره تبدیل شده بود.

۱. این در شرایطی است که مهم‌ترین تکلیف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ارائه مجوز انتشار، اکران، نمایش و اجرا به صنایع فرهنگی است و از این جهت، برگزاری انواع جشنواره فجر و نمایشگاه‌های مطبوعات و کتاب به دلیل طراحی ویژه ساختار این وزارتخانه امری گریزناپذیر است، در حالی که چنین منطقی بر عرصه فعالیت‌های قرآنی و بازار پوشاک کشور حاکم نیست.

اما منظور ما از رویداد چیزی شبیه جشنواره و نمایشگاه، همایش و سمینار نیست، بلکه به نظر می‌رسد کیفیت برپایی جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باید به نفع مردم و کسب و کارهای خرد دچار تحول اساسی بشود و همایش و سمینارهای پرهزینه و کم‌اثر مورد تجدیدنظر قرار بگیرند.

به هر ترتیب، آنچه مسلم است «رویداد» امری در تضاد با صورت‌های پیش‌گفته است. هدف رویداد زمینه‌سازی مشارکت مردم، رونق کسب و کارهای خرد، و در صورت امکان حضور مسئولان محلی در میان مردم برای شنیدن سخن شهروندان است، نه سخنرانی مقامات برای یکدیگر، ارائه ترازنامه (بیان) کاری به رؤسای بالادستی، اعطای جوایز و هدایا به کارکنان، تقدیم لوازم جانبی (اکسسوری) گران‌قیمت به شرکت‌کنندگان، و خلاصه آنچه در افواه عمومی به عنوان اتلاف منابع مشهور است.

۲- «رویداد» و فرهنگ عمومی

منظور از طرح «رویداد» ایجاد بستری است که آیینی را احیاء، بازسازی و بعضاً خلق می‌کند؛ مقوله‌ای که از آن تحت عنوان احیای مجدد سنت نیز یاد می‌شود^۱. آیینی که امکانات مادی و معنوی آن بطور نسبی باید موجود باشد و نیازمند صرف هزینه و زمان زیادی نباشد. اصلی‌ترین هدف برگزاری «رویداد» از منظر وظایف و مأموریت‌های شورای فرهنگ عمومی ایجاد همبستگی و انسجام اجتماعی است. بنابراین، «رویداد» پیش‌گفته باید از بالاترین ظرفیت برای جذب و مشارکت همه آحاد شهروندان برخوردار باشد.

برگزاری «رویداد» از ابعاد مختلفی می‌تواند مورد توجه سیاستگذاران قرار گیرد. اما با توجه به مأموریت شورای فرهنگ عمومی کشور ما از سه بعد به پیشنهاد برگزاری رویداد توجه خواهیم کرد: فضای عمومی جامعه، روح حاکم بر نظام اداری، مسئله هویت.

۲-۱- رکود فضای عمومی جامعه

پر شدن زندگی روزمره از وقایع تکراری^۲، خبرهای منفی و چشم‌اندازهای نگران‌کننده یکی از واقعیت‌های امروز جامعه ما است. از سوی دیگر محدود شدن اوقات فراغت به فضاهای شخصی و بعضاً شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی که در دوران فراگیری ویروس کرونا شدت یافت، پیامدهای بسیاری برای جامعه ایرانی داشته است. جامعه‌ای که دشمنان آن دست‌بالایی در عرصه مجازی داشته و ناتوانی در نفوذ به عرصه عینی و فیزیکی جامعه را در فضای مجازی جبران کرده‌اند. مجموعه عوامل فوق سبب شده است تا جامعه به شدت نیازمند خبرهای خوب و امیدآفرین باشد؛ خبرهایی که مردم را از عرصه فردی و مجازی به محیط جمعی و عینی وارد کند.

۲. استفاده از مفهوم «احیای مجدد سنت» به خوبی نشان می‌دهد که هدف از طرح «رویداد» در این نوشتار تقویت ارزش‌های سنتی و بازسازی آن در جهان جدید است. بنابراین، اگرچه ورود به عرصه‌های جهان جدید از جمله سرمایه‌گذاری در ساخت بازی‌های رایانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی و تنظیم رویکرد جامعه نسبت به رویدادهای جهانی (نظیر گسترش مصرف موسیقی و آموزش زبان کره‌ای، گرایش جوانان به سمت رمزارزها و...) می‌تواند در دستور کار نهادهای فرهنگی قرار بگیرد، اما با هدف و منطبق این نوشتار همخوانی ندارد.

۳. بطور کلی انسان‌ها از انجام امور تکراری، خسته و ملول می‌شوند و از امور خرق عادت استقبال می‌کنند. جایگاه محرم و صفر، نوروز و ماه مبارک رمضان در زیست ایرانی-اسلامی و تقویم سالانه کشور نشانه همین موضوع است. ضمن این که گرایش مزبور در جامعه جدید شدت بیشتری یافته و مردمان دوره معاصر دائماً درصدد دستیابی به امر نو و وضعیت نبودگی هستند.

۲-۲- رخوت نظام اداری

کم بودن و یا ناچیز بودن بودجه‌های عمرانی، محدودیت مراجعان برای دریافت مجوز فعالیت‌های تولیدی، خدماتی و... سبب پیدایش نوعی بیکاری پنهان در نظامات اداری کشور شده است. موضوعی که احساس ناتوانی و بیهودگی را در ساختار بوروکراسی و دیوانی ایران گسترش می‌دهد و فرهنگ بطالت را توسعه می‌بخشد. این در حالی است که بیکارگی، احساس غیرمفید بودن و دریافت حقوق بدون ارائه خدمت نه تنها ریشه‌های عزت نفس و افزایش خلاقیت و شکوفایی استعداد افراد و مجموعه‌ها را می‌خشکاند بلکه سبب فسادآفرینی فردی و سازمانی خواهد شد. بنابراین، نظام اداری کشور به شدت نیازمند تزریق حس مفید بودن، کارآمدی و اثربخشی است.

۲-۳- بحران هویت

بحران هویت تهدیدی است که از دهه ۱۳۸۰ تاکنون با فراز و فرودهایی جریان داشته است. بویژه بحران سیاسی ناشی از فتنه سال ۱۳۸۸، بحران اقتصادی ناشی از تحریم‌های بی‌سابقه کشور در دهه ۱۳۹۰ و نیز و شرطی شدن اقتصاد نسبت به سیگنال‌های مثبت و منفی دشمن باعث شده است تا هویت ملی در ایران به شدت مورد حمله قرار بگیرد. در نتیجه این امر، اثرگذاری تبلیغات مرتبط با هویت ملی با چالش مواجه شده و به خصوص کارایی خود در معنای مستقیم را تا حدودی از دست داده است. در چنین شرایطی طرح ایده «رویداد» می‌تواند فرهنگ عمومی جامعه، فضای کلی نظام اداری، بحران هویت و بن‌بست هویت ملی را با گشایش‌هایی قرین سازد.

۳- ظرفیت هویت‌های محلی برای خلق «رویداد» و بازآفرینی فرهنگ عمومی

هنگامی که درباره «رویداد» سخن گفته می‌شود به ناگاه طیفی از پدیده‌های مشابه و دغدغه‌های فرهنگی به اذهان وارد می‌شود. با این همه، متن پیش رو نمی‌تواند همه سطوح و انواع مختلف رویداد را مورد نظر قرار دهد و یا همه دغدغه‌ها را تأمین کند. بر این اساس، صرفاً به منظور روشن شدن اذهان یادآور می‌شویم که ولتاین، نوروز و گلاب‌گیری در کاشان رویدادهایی دارای دامنه نفوذ و بازار جهانی، ملی و محلی هستند. همچنین، جشنواره‌های کن و اسکار به ترتیب رویدادهایی روشنفکرانه و تجاری هستند و سیاست‌های فرهنگی آن‌ها در تضاد با یکدیگر تعریف می‌شود. بنابراین، طرح «رویداد» در اینجا بنا به مختصات و نیازهای کشور صورت گرفته و مقصود نهایی این متن تأکید بر ظرفیت هویت‌های محلی برای خلق «رویداد» و بازآفرینی فرهنگ عمومی است. زیرا هویت‌های محلی از پتانسیل بالایی برای شکوفایی برخوردار هستند. بالاخص هویت ایرانی اسلامی در معنای غیرایدئولوژیک، غیرانتزاعی و غیرایدئالیستی خود پدیده‌ای است که ریشه در مؤلفه‌های تاریخی، جغرافیایی، زیست‌محیطی و... داشته و قابلیت عظیمی برای تکثیر و جهش دارد. هویت محلی واجد ظرفیت‌های موسیقایی، بصری، روایی، اسطوره‌ای، زبانی، فراغتی، مصرفی، اقتصادی و... بوده و در یک کلمه می‌تواند سبک زندگی را در معنایی بومی بازسازی و بازآفرینی کند و این مهمترین بستر تولد چیزی است که از آن به «رویداد» تعبیر می‌کنیم.

۳-۱- نسبت هویت‌های محلی و هویت ملی

ترسیم هویت‌های محلی به نحوی که جایگاه‌شان در ترفیع جهان متکثر و متلون ایران اسلامی را دریابند، مقصود نهایی برگزاری رویداد و روح حاکم بر آن است. روی دیگر جایابی هویت‌های محلی در فرهنگ ملی، استقلال در برابر فرهنگ دوقطبی ساز تهرانیزه است که می‌رود تا همه تنوع‌ها و تکثرها را از طریق یکدست‌سازی به کام نیستی، فراموشی و انزوا بکشاند. در واقع، رهایی

از فرهنگ دوقطبی‌ساز مرکز‌محور که دو روی ولنگارانه / سرخوشانه و روشنفکرانه / سیاه‌نما دارد، ظرفیتی است که می‌بایست توسط رویدادهای مرتبط با ظرفیت‌های محلی احیا شود.

حال باید دید نسبت چنین رویدادهایی با هویت ملی چیست؟ معمولاً هویت ملی را به شاخص‌هایی مانند زبان و دین و خط و تاریخ و... مشترک تقلیل می‌دهند. از آنجایی که مقبولیت این شاخص‌ها با عملکرد حکومت‌ها همراهی و هم‌نشینی دارد، هنگامی که حکومتی با چالش‌های نفس‌گیر سیاسی و اقتصادی مواجه می‌شود این شاخص‌ها نیز مورد حمله قرار می‌گیرند. این حمله هنگامی شدت پیدا می‌کند که حکومتی اساس خود را فرهنگی - هویتی تعریف کند. در این شرایط، مخالفان و معترضان، انتقام خود از حکومت را با دهن کجی به فرهنگ و هویت مورد حمایت و تأیید آن می‌ستانند. نقطه مقابل این وضعیت که توسط حکومت‌ها پیگیری می‌شود ایجاد تمایز میان بحران‌های سیاسی - اقتصادی و هویت ملی است.^۴ در واقع، حکومت‌ها و رسانه‌هایشان از طریق چنین تمایزی می‌کوشند به شهروندان بیاموزند که نباید مسایل مختلف را با یکدیگر خلط کرد.

در چنین شرایطی، و با توجه به وضع کنونی کشور، این نوشتار می‌کوشد از طریق ظرفیت‌های محلی که ذاتاً زیرمجموعه فرهنگی ایران امروز هستند رویدادهایی را بازسازی کند که به نحوی غیرایدئولوژیک به تقویت نشاط اجتماعی و رونق اقتصادی یک منطقه کمک کنند. در این چشم‌انداز آنچه هویت ملی را تقویت می‌کند ایجاد امید به آینده و توجه بیشتر به مزایای زندگی در یک سرزمین است. بنابراین، برگزاری رویداد به اهتمام نهادهای رسمی سه کارکرد دارد:

۱- نظارت ضمنی محتوایی و کنترل خط اصلی روایتی که از رویداد شکل می‌گیرد،

۲- جلوگیری از انفعال و فروختگی جامعه که به بددلی‌ها و یأس عمومی دامن زده و اذهان مردم را آماده پذیرش امور ویرانگر می‌سازد،

۳- گنجاندن نمادهایی مانند پرچم، سرود ملی، زبان فارسی و... در حاشیه رویداد که معمولاً با استقبال مردم روبرو می‌شوند.

بنابراین، اولاً این طرح مانع فعالیت‌های سابق^۵ و یا طراحی‌های جدید برای تقویت هویت ملی نیست. ثانیاً قرار نیست همه مشکلات کشور را حل و فصل کند. ثالثاً طبیعی است که همه ظرفیت‌های یک منطقه بطور مستقل قابل پیگیری نیستند. بنابراین، «رویداد» باید بتواند همه ظرفیت‌های مادی و معنوی و انسانی را با محوریت یک ظرفیت خاص و منحصر به فرد به خدمت درآورد.

۴- طرح «رویداد» و نسبت آن با شورای فرهنگ عمومی و مأموریت‌های آن

امروزه بخش‌هایی از ظرفیت فرهنگ‌های محلی در جهات مختلفی فعال هستند و مثلاً در قالب‌هایی نظیر ایجاد بازارچه‌های فروش محصولات، ارائه خدمات تورهای گردشگری یکروزه، شرکت در تفریحات گروهی و خانوادگی، گرفتن غرفه در جشنواره‌های مردم‌شناسی و... پیگیری می‌شوند. اما عمده قالب‌های کنونی نمی‌توانند ظرفیت‌های موجود را در قالب رویدادی فراگیر که بتواند مردم و فرهنگ عمومی را متأثر سازد، متبلور کنند. بلکه بعضاً نوعی تجاری‌سازی حداقلی را شکل می‌دهند و در مواردی خسارت‌های فرهنگی گردشگران بر فرهنگ و محیط زیست بیش از فواید اقتصادی حضور آن‌هاست. در این چهارچوب، شورای فرهنگ عمومی یکی از مهم‌ترین امکان‌های نظام اداری کشور برای اصلاح این وضعیت است؛ اصلاحی که سه وجه

۴. به همین دلیل رسانه‌های حکومتی در هر جامعه‌ای می‌کوشند افرادی را به تصویر بکشند که علیرغم از دست دادن مال و جان و زندگی خود و عزیزان‌شان در اثر تصمیمات غلط حکومت، کماکان عاشق هویت ملی و مؤلفه‌های آن نظیر خاک، تاریخ و سرزمین خود هستند و صرفاً خواستار محاکمه و برخورد قانونی و منصفانه با یک یا چند نفر از کارگزاران خاطی هستند.

۵. نظیر فعالیت‌های فرهنگستان زبان و ادب فارسی، دائرة المعارف بزرگ اسلامی، بنیاد دایره المعارف اسلامی، همایش چهره‌های ماندگار و...

اساسی خواهد داشت: اول) برقراری هماهنگی متقابل میان دستگاه‌های فرهنگی ذی‌ربط، دوم) تبدیل یک ظرفیت تجاری شده کوچک به رویدادی فراگیر و هویت‌بخش در سطح فرهنگ عمومی، سوم) مشارکت در ترسیم نوعی آمایش فرهنگی سرزمین.

۴-۱- جایگاه شورای فرهنگ عمومی در ایجاد هماهنگی

هنگامی که درباره «برقراری هماهنگی متقابل میان دستگاه‌های فرهنگی» سخن می‌گوییم در واقع پیرامون چهار واقعیت سخن می‌گوییم:

- محدودیت بودجه‌ای دستگاه‌های فرهنگی کشور برای برگزاری رویدادهای اختصاصی در تمامی شهرهای متقاضی،
- ناتوانی دستگاه‌های فرهنگی مختلف برای پاسخگویی به اعتراضات شهرهای متعدد در صورت اولویت‌بندی برگزاری رویداد؛ موضوعی که فشارهای زیادی را به دستگاه مربوطه وارد کرده و سبب می‌شود دستگاه‌های فرهنگی، کم‌کاری توأم با آسودگی را برگزینند،
- مضیقه نیروی انسانی و بازوی اجرایی در تک‌تک دستگاه‌های فرهنگی برای برگزاری چندین رویداد سالانه،
- پردازش تک‌بعدی و ناتوانی دستگاه‌های مختلف برای پوشش دادن جهات فرهنگی مختلف رویداد.

بر این اساس، همکاری مجموعه دستگاه‌های عضو شورای فرهنگ عمومی کشور می‌تواند -علیرغم محدودیت بودجه و نیروی انسانی- رویدادهایی را ساماندهی کرده و همزمان نیازهای فرهنگی مردم را تأمین و مطالبات مسئولان استانی و شهرستانی را برآورده سازد.

۴-۲- ارتقاء ظرفیت‌های بالفعل به رویدادی در تراز فرهنگ عمومی

آنچه امروزه در نحوه بهره‌برداری از ظرفیت‌های فرهنگی بالفعل جوامع محلی غلبه یافته، خلاصه شدن ظرفیت‌ها در تجاری‌سازی حداقلی -از جمله در مقوله غذا، استفاده از موسیقی‌های مجاز و غیرمجاز مورد علاقه کلانشهری‌ها و پوشش‌های بعضاً نامناسب مهمانان و میزبانان است؛ رویه‌ای که اگرچه درآمدهایی برای برخی گروه‌ها و اقشار دارد اما سهمی در ارتقاء فرهنگ عمومی و نسبتی با عموم ساکنان این مناطق ندارد. از سوی دیگر، نهادهای فرهنگی جامعه نمی‌توانند نسبت به چنین وقایعی بی‌توجه باشند، چراکه نحوه کنونی بهره‌برداری از این ظرفیت‌ها تناسب چندانی با فرهنگ جامعه میزبان ندارد و مهمانان نیز صرفاً به عنوان مشتری مورد توجه هستند. در این شرایط جهت‌دهی ظرفیت نهادهای فرهنگی چنین جوامعی (مثلاً در نگارش پایان‌نامه‌ها و مقالات، تألیف داستان و رمان، تولید فیلم و کلیپ، تهیه موسیقی و مستند، بازیابی بازی‌های محلی، غذا و لباس، روایت اسطوره‌ها، افسانه‌ها و داستان‌های کهن، فعالیت هنری در عرصه نقاشی و مجسمه‌سازی و...) به سمت ظرفیت مذکور می‌تواند تحولی در این عرصه پدید آورده و کلیت فضای فرهنگ عمومی را تعمیق سازد. بعلاوه، تهیه پیوست فرهنگی (با محوریت خانواده، کودکان و نوجوانان، و جلوگیری از افتادن در دام بازاری شدن) دیگر مسئولیتی است که بر عهده دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی مربوطه خواهد بود.

۴-۳- «رویداد» و مأموریت دبیرخانه‌های شورای فرهنگ عمومی

مطابق آنچه گفته شد شورای فرهنگ عمومی استان‌ها و شهرستان‌های کشور می‌بایست فهرستی از ظرفیت‌هایی که تمایز آنها را از سایر مناطق برجسته می‌سازد، احصا کرده و برای شورای فرهنگ عمومی کشور ارسال کنند. ظرفیت‌های ارسالی باید با روایت دقیق و موجزی همراه باشند که چگونگی طراحی این ظرفیت در قالب یک رویداد و همراستا با هویت ملی را ترسیم نماید.

همچنین، شورای فرهنگ عمومی کشور می‌بایست پیشنهادات ارسالی را متناسب با دو شاخص «بسترهای بالفعل» و نیز «ترسیم نوعی آمایش فرهنگی سرزمین» مورد ارزیابی و تأیید قرار بدهد.

۵- مختصات برپایی یک «رویداد»

برگزاری یک رویداد نیازمند توجه به سه مقوله «تأمین مشارکت حداکثری» و «آشنایی با مخاطرات اجرایی» و در صورت لزوم «راهبرد اولویت‌یابی» است که در ادامه به آن‌ها خواهیم پرداخت.

۵-۱- کیفیت مطالبه مشارکت حداکثری از «رویداد»

همانطور که پیش‌تر گفته شد مقوله مشارکت حداکثری یکی از ویژگی‌های «رویداد» است و اصولاً آنچه یک رویداد را با فرهنگ عمومی مرتبط می‌سازد خصلت مشارکت است. به همین ترتیب، بسیاری از همایش‌ها و سمینارهای تخصصی که در کشور برگزار می‌شوند خصلت همگانی نداشته و نمی‌توانند فرهنگ عمومی را متأثر سازند. از سوی دیگر همواره این سؤال وجود دارد که چگونه می‌توان زمینه مشارکت مردمی را فراهم ساخت؟ این پرسش در شرایطی ذهن سیاستگذار را به خود معطوف کرده است که کمابیش روشن است ظرفیت‌هایی مانند اقشار، اصناف، خیریه‌ها، مساجد، هیئات و حسینیه‌ها، نخبگان، معتمدین، نهادهای غیردولتی و... واسطه‌های واگذاری امور به مردم هستند.

در این چهارچوب، آنچه برای سیاستگذار مبهم است چگونگی فعال ساختن واسطه‌های شناخته‌شده در فرآیند برگزاری رویداد است. برای پاسخ به این پرسش باید دانست که اصولاً سه دسته انگیزه‌های مادی، معنوی و فرامادی می‌توانند زمینه مشارکت مردمی را مهیا سازند. به عنوان مثال، انگیزه‌های معنوی سبب مشارکت مردم در اقامه عزای امام حسین^(ع) هستند.^۶ همچنین، کسب منافع مادی اعم از کسب درآمد و نوسازی محل کار و یا افزایش احترام و پرستیژ اجتماعی می‌تواند اقشار و اصناف را برای ورود به عرصه عمومی ترغیب کند. سرانجام، انگیزه‌های فرامادی می‌توانند زمینه مشارکت خیرین برای ساخت مدارس در مناطق محروم را ایجاد کنند و یا دانشجویان را به مطالبه عدالت تشویق نمایند. در این شرایط، جلب مشارکت قاطبه مردم در یک رویداد مستلزم شناسایی انگیزه‌ها و نیز هدایت و حمایت از صاحبان انگیزه است.^۷

۶. همچنین باید بدانیم که طی چهار دهه گذشته آئین‌ها و مناسکی نظیر برپایی «کاروان‌های راهیان نور» و نیز «پیاده‌روی اربعین» به عنوان پدیده‌های معنوی خاص مطرح شده‌اند که اولی در شمار ظرفیت‌های مرتبط با انقلاب اسلامی و دومی به‌مثابه پدیده‌ای مرتبط با جریان تاریخی غلبه حق بر باطل و زمینه‌ساز ظهور ولیعصر (رواحنا له الفدا) مطرح شده‌اند که از دستور این نوشتار خارج بوده و به دلیل جایگاه تاریخی منحصر به فردشان توسط مجموعه‌های ویژه‌ای در حاکمیت پیگیری می‌شوند.

۷. روی دیگر سخن فوق آن است که مادامی که انگیزه‌های برپایی یک رویداد را مورد توجه قرار ندهیم از اظهار نظر درباره توفیق و یا شکست یک رویداد در جلب مشارکت‌های مردمی بازخواهیم ماند. به عنوان مثال، جشنواره فیلم فجر در فضایی محافظه‌کارانه و طرفدار رویکرد حاکم بر عرصه فرهنگی و هنری کشور برگزار می‌شود و جمعیت زیادی از جوانان و بالاخص دانشجویان، اهالی هنر و طبقات متوسط را درگیر خود می‌سازد؛ جمعیتی که اخبار جشنواره را در رسانه‌ها پیگیری می‌کنند، برای خرید بلیط ساعت‌ها صف می‌ایستند و در شبکه‌های اجتماعی و گروه‌های دوستی خود پیرامون آثار به‌نمایش درآمده اظهار نظر می‌کنند. در مقابل، جشنواره فیلم عمار در فضایی عدالتخواهانه و منتقد رویکرد حاکم بر عرصه فرهنگی و هنری کشور برگزار می‌شود و جماعتی از جوانان و بالاخص دانشجویان انقلابی و عدالتخواه، فارغ‌التحصیلان رشته‌های فنی و مهندسی و دغدغه‌مندان آشنا با گروه‌ها و مناطق محروم جامعه را درگیر خود می‌سازد؛ جمعیتی که بعضاً دست به کار تولید اثر می‌شوند و می‌کوشند آثار جشنواره را در محیط‌های مختلف و برای عموم مردم به نمایش درآورند.

۵-۲- تهدیدات اجرایی برپایی «رویداد»

مطابق آنچه گفته شد، غفلت از مؤلفه‌های کلیدی برگزاری «رویداد» می‌تواند به نوعی نقض غرض منجر بشود. بدین ترتیب، مهم‌ترین خطرات پیش روی برگزاری غیرعالمانه یک رویداد عبارتند از:

- درافتادن شهرها و استان‌های متفاوت به گرداب تقلید و تکرار از یکدیگر؛ موضوعی که می‌تواند سبب بروز اختلافات میان شهرها، تشدید کدورت‌های گذشته و هزینه‌تراشی‌های بی‌مورد بشود.
- وارد شدن شهرها و مناطق مختلف به دام کپی‌کاری و تقلید از نسخه‌های خارجی؛ مسئله‌ای که ممکن است سبب گسترش غرب‌گرایی، یادآوری مسایل تحریم و افزایش مخارج اقتصادی شود.
- عدم واگذاری نقش اصلی به مردم (اقشار، اصناف، خیریه‌ها، مساجد، هیئات و حسینیه‌ها، نخبگان، معتمدین، نهادهای غیردولتی) در رویداد؛ که برخلاف هدف برگزاری آن است.
- تبدیل رویداد به محمل سخنرانی مقامات صاحبان تربیون نظیر استاندار، فرماندار، امام جمعه، فرماندهان نظامی، و سایر مسئولان دولتی؛ که نادیده گرفتن علایق و تمایلات مردم را در پی دارد.

سرانجام باید توجه داشت که تبدیل «رویداد» به جشن پیروزی و اعلام تثبیت قدرت، صرف هزینه‌های گزاف و ناهمخوان با وضعیت اقتصادی مردم، رفتارهای مغایر با فرهنگ عمومی، عرف و اخلاق شرعی می‌تواند پیامدهای سهمگینی برای حاکمیت در پی داشته باشد.

۵-۳- «رویداد» و لزوم توجه به راهبرد اولویت‌یابی

پیش‌تر اشاره شد که هدف چنین پیشنهادی جلب مشارکت همگانی است و اصولاً تقویت اقلیت‌های فکری، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و... را در دستور کار ندارد. مشارکت اجتماعی نیز با انگیزه‌های متعددی مرتبط است که انگیزه اقتصادی یکی از آنها است. حال اگر ظرفیت محلی وجود دارد که نمی‌تواند هیچ یک از انواع انگیزه‌های انسانی را تحریک کند، بدیهی است که باید در فرآیند دیگری مورد توجه واقع شود و آن فرآیند اولویت‌یابی است. در نتیجه، ظرفیتی که هیچ انگیزه‌ای حاضر به حمایت از آن نیست - اگر حقیقتاً چنین ظرفیتی وجود داشته باشد - تنها در صورتی قابل پیگیری است که اولویت آن برای مسئولان محلی و ملی روشن بشود و به واسطه اولویت بالای خود، امکان جلب سرمایه‌گذاری دولتی در این عرصه را فراهم کند. ضمن این که پرداختن به ظرفیت‌های بدون هیچگونه حامی، بسیار محدود خواهد بود چرا که دولت جمهوری اسلامی به لحاظ مالی و نیروی انسانی توان زیادی برای پرداختن به چنین ظرفیت‌هایی ندارد.

آئین نامه اجرایی

در ابتدا شورایی متشکل از «سازمان اجتماعی وزارت کشور؛ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛ دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور؛ وزارت آموزش و پرورش؛ وزارت میراث فرهنگی و صنایع دستی؛ وزارت ورزش و جوانان و سازمان شهرداری‌ها و فرمانداری‌های کشور» برای تایید رویدادها و تعیین سیاست‌های حمایتی تشکیل گردد و وظیفه اصلی این شورا راهبری این پروژه در سطح ملی باشد. نامه‌ای از وزارت کشور به استانداری‌های ارسال گردد که رویدادهایی محلی که مردم آن را برگزار می‌کنند و مورد استقبال مردم است را شناسایی کرده و در شورای فرهنگ عمومی استان مطرح بشود. بعد از تجمیع نظر اعضای شورا و تصویب چند رویدادی که مورد اتفاق نظر بوده است که می‌تواند در راستای افزایش حس همدلی و نشاط اجتماعی و در هماهنگی کامل با هنجارهای ایرانی و اسلامی می‌باشد را طی نامه‌ای به وزارت کشور اعلام می‌دارند. مهم‌ترین نکته در این روند عدالت

بین استان ها می باشد که با نهایت دقت رعایت گردیده و دیگر وابسته به عملکرد استانداری می باشد. در ستاد تجمیع نامه ها در شورای راهبری مطرح می گردد و رویداد هایی برای حمایت و هماهنگی انتخاب نهایی می شوند که باید برنامه عملیاتی توسط مدیر کل اجتماعی استانداری تهیه گردد و بعد از تایید از مرکز گام های اجرایی در نهایت دقت برداشته شود. رویدادهای پیشنهادی باید شامل مواردی باشد که در پیشینه تاریخی آن منطقه وجود داشته (یا دارد) و با تسهیل و فراهم سازی زیرساخت ها، احیا شده و یا با ظرفیت حداکثری و افزایش کمیت و کیفیت در ابعاد مختلف به وقوع می پیوندد. شورای راهبری طرح از این رویدادهای پیشنهادی، حمایت هایی در قالب موارد ذیل انجام می دهد:

- حمایت زیر ساختی و پشتیبانی به برگزار کنندگان

- حمایت مالی جهت توسعه به رویداد

- تقسیم وظایف در شورای راهبری پروژه و موظف شدن وزارت خانه ها و دستگاه های اجرایی به حمایت با تمام توان

...پایان...

منابع

- کلهر، سینا (۱۳۹۹). مسئله شناسی فرهنگی: روش های مسئله شناسی و تحولات اولویت های مسئله ای مردم. تهران: سوره مهر.
- فاضلی، نعمت اله (۱۳۹۴). «مسئله» چیست؟! مسئله شناسی فرهنگی با رویکرد مطالعات فرهنگی، ویراسته سیدعلی کشفی و دیگران، تهران: مرکز پژوهش های مجلس، شماره مسلسل: ۱۴۳۲۳.
- فیاض، ابراهیم (۱۳۹۲). مهندسی فرهنگ عمومی (راهبردها). تهران: کتاب نشر.
- کرین، دایانا؛ کاوازاکی، کنجی؛ ناواشیما، نوبو کو (۱۳۸۸). فرهنگ جهانی: رسانه، هنر، سیاست گذاری و جهانی شدن، ترجمه مرتضی قلیچ و نعمت اله فاضلی، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- نبوی ثالث، سیدباقر و همکاران (۱۳۹۹). الزامات و راهکارهای تقویت سینمای سیاسی و استراتژیک ایران، تهران: مرکز پژوهش های مجلس، شماره مسلسل: ۱۷۰۴۱.
- نوده فراهانی، اسماعیل (۱۳۹۵). یادداشت هایی درباره فرهنگ و مطالعات فرهنگی. قم: معارف.