

بِسْمِ تَعَالَى

اولویتهای موضوعی نظام فرهنگی کشور در سال ۱۴۰۲ هـ.ش

(مصوبه جلسه ۷۹۴ مورخ ۱۴۰۲/۱/۲۲ شورای فرهنگ عمومی کشور)

مقدمه

هدف غایی نظام فرهنگی کشور در برهه کنونی، حرکت از نظام اسلامی به دولت و جامعه اسلامی یا به عبارت دیگر نزدیک کردن فرهنگ واقعی در سطوح مختلف رسمی، عمومی و نخبگانی به فرهنگ آرمانی است. این مضمون بارها در سخنان مقام معظم رهبری^(مدظله العالی) به طرق مختلف مورد تأکید قرار گرفته است، به عنوان مثال معظم له در سال ۱۳۹۶ و در دو سخنرانی مجزاً می‌فرمایند: «این معارف باید تبدیل بشود به گفتمان‌های عمومی در بین مردم؛ آن قدر تکرار بشود، آن قدر کار بشود، آن قدر درباره‌اش تحقیق بشود، آن قدر بنویسند، آن قدر شعرا و ادبا و هنرمندان درباره آن کار هنری بکنند که اینها بشود جزو واضحات و بینات جامعه اسلامی؛ البته این نشدنی نیست، دور از دسترس هم نیست، خیال نکنند که حالا این کارها را اگر بخواهیم بکنیم، صد سال طول می‌کشد؛ نه، اگر اهل دل و اهل دین همت بکنند، این کارها خیلی زود تحقق پیدا می‌کند...» «...اگر انقلاب مبارزه لازم داشت تا به پیروزی برسد، امروز هم مبارزه لازم است تا بتوانیم این هنجارهای انقلاب را تثبیت کنیم؛ باید به نتیجه برسایم تا جامعه بشود جامعه اسلامی...» (بیانات در ۱۳۹۶/۲/۷ و ۱۳۹۶/۶/۶)

مطالبه محوری رهبر معظم انقلاب اسلامی از نظام فرهنگی کشور در دولت سیزدهم که آن را در اولین دیدار با هیئت دولت نیز بیان فرمودند، **تحوّل انقلابی در ساختار فرهنگی کشور** است. «...در مسئله فرهنگ و رسانه، به‌گمان بنده، ساختار فرهنگی کشور نیاز به یک بازسازی انقلابی دارد. ما مشکل داریم در ساختار فرهنگی کشور و یک حرکت انقلابی لازم است. البته حرکت انقلابی، یعنی خردمندانه و عاقلانه. معنای انقلابی بودن بی‌هوا حرکت کردن و بی‌حساب حرکت کردن نیست. [حرکت] انقلابی باید باشد، بنیانی باید حرکت بشود، در عین حال برخاسته از اندیشه و حکمت باشد. فرهنگ واقعاً زیربنا است؛ خیلی از این خطاهایی که ما در بخش‌های مختلف انجام می‌دهیم، ناشی از فرهنگ حاکم بر ذهن ماست.» (بیانات در اولین جلسه دیدار با هیئت دولت سیزدهم ۱۴۰۰/۶/۶)

دالّ محوری منظومه فکری ایشان از ساختار فرهنگی کشور و تغییر انقلابی آن، تحوّل در راهبری گزاره‌های اصلی و ذهنیت حاکم بر فرهنگ است. در این نگرش فرهنگ، به مثابه نرم‌افزار زندگی اجتماعی و به مانند هوایی که فضای فکری، هنجاری، ارزشی و رفتاری افراد را در برگرفته و همگان در آن تنفس می‌کنند، تعریف می‌شود. «...منظور از ساختار، ساختار فرهنگی جامعه و ذهنیت و فرهنگ حاکم بر آن و در یک کلام نرم‌افزاری است که افراد جامعه براساس آن در زندگی فردی و جمعی خود عمل می‌کنند. این که ساختار باید بازسازی انقلابی شود به این علت است که انقلاب اسلامی بواسطه رهبری امام^(ع) و حرکت مردم، معجزه‌گر بود و با روحیه تهاجمی خود بنیان‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی و گزاره‌های غلط حاکم بر اذهان مردم را تغییر داد.» (بیانات در دیدار با اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی ۱۴۰۱/۹/۱۵)

با توجه به تحلیل محتوا و مضامین محوری سخنرانی مقام معظم رهبری در دیدار با زائرین و مجاورین حرم مطهر رضوی در روز ابتدایی سال جاری که به نوعی رهنامه سالانه مجموعه دستگاه‌های دولتی و آحاد مردم را در آن بیان می‌فرمایند، موارد زیر به عنوان مسائل مهمی که باید در سال جاری به آن پرداخته شود و در اولویت قرار گیرد، احصا شد:

۱- هم‌وندی اجتماعی و نظام‌های مرتبط آن مثل: انسجام اجتماعی ملی، پرهیز از قطبی‌کردن جامعه، فرهنگ

مدارا، فرهنگ عفو در مناسبات مردم با مردم و مردم با حاکمیت، روحیه ایثار در زیست روزمره

- «...یک جاهایی اغماض و گذشت لازم است، [اما] گذشت نمی‌کنیم. سر یک اختلاف نظر کوچک، یقه همدیگر را می‌گیریم؛ چرا؟ ممکن است دو نفر در یک مسئله‌ای - مثلاً در یک مسئله‌ی سیاسی - اختلاف نظر داشته باشند؛ خوب داشته باشند؛ چرا باید با هم دعوا کنند؟ چرا باید یقه همدیگر را بگیرند؟ چرا باید دوقطبی در جامعه ایجاد بشود؟ باید اغماض کرد. یک جاهایی بایستی چشم‌پوشی کرد. این هم یکی از مشکلات ما است.» (بیانات در دیدار نوروزی حرم مطهر رضوی ۱۴۰۲/۱/۱)

۲- امیدآفرینی و نظام‌های مرتبط با آن مثل: رؤیای ایرانی، آینده‌نگری، نشاط اجتماعی، نوآوری فرهنگی

- «...یک توصیه مهمّ من به همه کسانی که توانایی سخن گفتن با مردم را دارند و رسانه در اختیارشان است - چه در فضای مجازی، چه در مطبوعات، چه در صدا و سیما - امیدآفرینی است. دشمن سعی می‌کند جوان‌های ما

را ناامید کند؛ ما باید متقابلاً امیدآفرینی کنیم. مسائل امیدزا در کشور کم نیست؛ همین هایی که من گفتم و ده برابر اینها مطلب هست که همه موجب امید است و انسان را امیدوار می کند. همه موظفند امیدآفرینی کنند؛ این را جدی بگیرید... آینده و افق روشن در مقابل چشم قرار بگیرد و نشان داده بشود...» (بیانات در دیدار نوروزی حرم مطهر رضوی ۱۴۰۲/۱/۱)

۳- خودباوری و نظام‌های مرتبط با آن مثل: عدم تأکید و تعصب بر محصولات ایرانی

- «...یکی دیگر از عیوب مهم ما این است که ما درباره تولیدات داخلی تعصب نداریم؛ تعصب در خیلی جاها چیز بدی است. اما اینجا چیز خوبی است. گاهی کیفیت این جنس داخلی از آن جنس خارجی کمتر نیست، گاهی هم بیشتر است، [اما] ما می رویم سراغ جنس خارجی... این اشکال بزرگی است و بر ما وارد است؛ اینها عیوب خود ما است. همه عیوب، مربوط به تشکیلات نظام و دستگاه‌های اداره کننده کشور نیست؛ یک چیزهایی هم مربوط به خود ما است..» (بیانات در دیدار نوروزی حرم مطهر رضوی ۱۴۰۲/۱/۱)

۴- اسراف، تجمل‌گرایی و نظام‌های مرتبط با آن مثل: مناسبات و تشریفات ازدواج، روحیه مصرف‌گرایی، الگوهای مصرف، فرهنگ شهروندی، ترافیکی و استفاده از حمل و نقل عمومی

- «... ما اسراف می کنیم؛ آب را اسراف می کنیم، نان را اسراف می کنیم، برق را اسراف می کنیم، گاز را اسراف می کنیم؛ مسرفانه عمل می کنیم... مصرف بنزین ما بالا است. این عیب بزرگی است؛ این را باید برطرف کنیم... یکی از مشکلات دیگر بین ما مردم تجمل‌گرایی افراطی است. همین است که ازدواج‌ها مشکل شده؛ جوان در سن ازدواج - چه دختر، چه پسر- قادر به ازدواج نیست؛ چرا؟ چون پدر و مادرش دچار رودربایستی قوم و خویش‌ها هستند؛ مهریه فلان جور، جهیزیه فلان جور، تجملات فلان جور، مهمانی فلان جور! یک عده‌ای در تجمل‌گرایی مسابقه راه انداخته‌اند؛ باید خودتان را از این مسابقه خارج کنید.» (بیانات در دیدار نوروزی حرم مطهر رضوی ۱۴۰۲/۱/۱)

۵- فرهنگ اقتصاد، اقتصاد فرهنگ و نظام‌های مرتبط با آن مثل: ابعاد و الزامات فرهنگی رشد تولید و مهار تورم و مواجهه با چالش‌های اقتصادی / سهم امور فرهنگ در چرخه اقتصاد، تولید و خلق ارزش

- «...بعضی عیوب هم در خود ما مردم هست که اینها را هم باید برطرف کنیم. در بین ما مردم بعضی از عیوب وجود دارد که اتفاقاً مرتبط با مسائل اقتصادی است.» «...الان درباره تولید داخلی حرف می‌زدیم؛ اگر بخواهیم مصرف تولیدات داخلی به معنای واقعی کلمه تحقق پیدا کند، باید فرهنگ [مصرف] تولید داخلی در ذهن مردم جا بیفتد؛ اگر بخواهیم مردم اسراف نکنند، بایستی این باور مردم بشود؛ این یعنی فرهنگ...» (بیانات در دیدار نوروزی حرم مطهر رضوی ۱۴۰۲/۱/۱)

بنابر موارد فوق، می‌توان مهم‌ترین شاخص‌ها و سنجه‌های هدف و دارای اولویت که باید مبنای برنامه ریزی و طراحی‌های فرهنگی و همچنین سنجش و ارزیابی عملکرد دستگاه‌های مختلف فرهنگی قرار بگیرد، را چنین برشمرد:

- الف) فرهنگ کار و تولید

- ۱- تولید و ترجیح فعالیت‌های اقتصادی تولید محور به سایر موارد (دلالتی و ...)
- ۲- میانگین ساعت کار بهینه در ادارات رسمی و دولتی
- ۳- تمایل به رویای ثروت بادآورده و یک‌شبه (کاهش شرکت در قمار و قمار آنلاین و ...)
- ۴- رجوع به مشاغل کاذب (خرید و فروش ارز، رمزارز، سکه و ...)

- ب) پایداری خانواده و زیست عفیفانه

- ۱- فرزندآوری و افزایش نرخ فرزندآوری
- ۲- نرخ طلاق یا افزایش نرخ ازدواج
- ۳- رضایت نسبی افراد از تشکیل خانواده و کاهش طلاق عاطفی
- ۴- سقط جنین غیرقانونی
- ۵- دسترسی و مصرف پوشاک اجتماعی عفیفانه
- ۶- میزان قبح و طرد رفتارهای خلاف قانون، تن‌نمایی و بی‌عفتی
- ۷- گرایش به ارزش‌های حیا و فرهنگ پوشش در نوجوانان

- ج) انسجام اجتماعی و اعتماد به نفس ملی

- ۱- مهاجرت
- ۲- احساس تعلق و همبستگی اجتماعی

- ۳- منازعات و خشونت محلی، خانوادگی و خیابانی
- ۴- سرمایه اجتماعی کلان‌مقیاس (سرمایه نهادی)، میان‌مقیاس و خرد‌مقیاس
- ۵- مصرف محصولات و کالاهای ایرانی نسبت به موارد خارجی
- ۶- اعتقاد به کیفیت محصولات ایرانی نسبت به موارد خارجی
- ۷- امید به آینده ایران و پیشرفت آن

• (د) پرهیز از اسراف و تجمل

۱- مصرف سرانه گاز، آب و برق خانگی

۲- مصرف سرانه بنزین

۳- دورریز (هدررفت) نان

۴- استفاده سرانه از وسایل حمل و نقل عمومی

• (ه) ارتقای کمی و کیفی تولید و مصرف کالاهای فرهنگی بومی

۱- سرانه مصرف فرهنگی از محصولات

۲- سهم محصولات فرهنگ بنیان در تولید ناخالص داخلی

با توجه به نکات ذکر شده، یکی از مهم‌ترین راهبردها و مأموریت‌های نظام فرهنگی کشور، ارتقای شاخص‌های زیست مؤمنانه از طریق گسترده‌ترین شبکه مدیریتی و سیاستی فرهنگ در کشور یعنی شورای فرهنگ عمومی کشور، استان‌ها و شهرستان‌هاست. براساس این مصوبه، نهادها و دستگاه‌های نظام فرهنگی کشور شامل: معاونت‌ها و دستگاه‌های ذیل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دستگاه‌ها و سازمان‌های عضو شورای فرهنگ عمومی و شوراهای فرهنگ عمومی استانی و شهرستانی؛ موظفند تا برنامه یک ساله خود را برای ارتقای شاخص‌های هدف مذکور، ارائه و گزارش پیشرفت آن را در انتهای هر فصل به شورای فرهنگ عمومی کشور یا استان مربوطه ارائه نمایند.

همچنین به زودی شاخص‌های متناسب با مولفه تمایل به تجمل‌گرایی و سازوکارهای اجتماعی آن و سرانه مصرف فرهنگی از محصولات و سهم محصولات فرهنگ بنیان در تولید ناخالص داخلی و متن تبیینی شامل شبکه مضمونی، مفهومی و تعاریف عملیاتی شاخص‌های هدف اشاره شده و گزارش وضعیت فعلی (نقطه صفر) شاخص‌های هدف در کشور منتشر شده و به صورت فصلی و در پایان سال نیز سنجش‌های مجدد انجام شده توسط دبیرخانه شورای فرهنگ

عمومی کشور در دسترس دستگاه‌های مختلف قرار خواهد گرفت که به عنوان پیوست پشتیبان و برای ایجاد فهم مشترک نسبت به ابعاد مختلف شاخص‌های هدف، توجه به آن راهگشا و ضروری است.

دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور