

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ






قراردگاه نشاط اجتماعی

فهرست

۷	←	طرح ملی نشاط اجتماعی در دوران پسا کرونا
۷	←	مقدمه
۸	←	مرور وضعیت سنجی های موجود
۹	←	مرور اجمالی ادبیات طرح
۱۱	←	چارچوب های راهبردی
۱۳	←	کلان طرح های پیشنهادی
۱۴	←	۱. کلان طرح حوزه احیای حضور در فضای اجتماعی بر محور «پایگاه نشاط محله» (شهرداری)
۱۵	←	۲. کلان طرح حوزه احیای ظرفیتهای نشاط آفرین ادبیات فارسی بر محور «پویش ملی قصه گویی» (سازمان تبلیغات اسلامی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت آموزش و پرورش)
۱۶	←	۳. کلان طرح حوزه احیای گردشگری و سفر خانوادگی بر محور «گردشگری روستایی» (وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی)
۱۷	←	۴. کلان طرح حوزه احیای ظرفیتهای نشاط آفرین ورزش بر محوریت «ورزش همگانی» (وزارت ورزش و جوانان)
۱۸	←	۵. کلان طرح حوزه احیای مصرف فرهنگی- رسانه ای بر محوریت «جشنواره ویژه سینمایی» (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی)
۱۹	←	وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی
۲۱	←	مهم ترین برنامه های طراحی شده در حوزه نشاط اجتماعی وهویت ملی متناسب با رویداد جام جهانی ۲۰۲۲ قطر
۲۳	←	پیش طرح ملی رویدادهای مشارکت آفرین



بسمه تعالی

• طرح ملی نشاط اجتماعی در دوران پسا کرونا

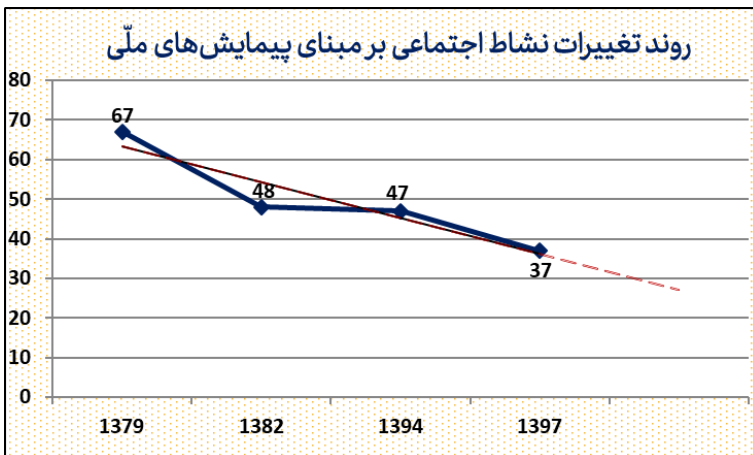
(مصوبه جلسه ۷۷۴ مورخ ۱۴۰۱/۳/۲۳ شورای فرهنگ عمومی کشور)

• مقدمه

همه گیری کرونا، جامعه جهانی را با مسائل گسترده و گوناگونی مواجه کرد که جامعه ایرانی نیز از این پیامدها مستثی نبوده است. علاوه بر تأثیرات سوئی که گسترش ویروس کرونا در حوزه بهداشت و سلامت به جای گذاشت؛ دارای ابعاد مهم اقتصادی، اجتماعی، روانی و حتی سیاسی-امنیتی بوده است. حالا پس از دو سال با تحقق واکسیناسیون عمومی و ارائه خدمات گسترده بهداشتی و درمانی، می توان اذعان داشت که ابعاد مخاطره آمیز این ویروس، نسبتاً کنترل شده است. در این برهه یکی از مهم ترین مسائلی که اکثر دولت ها در سطح بین الملل در حال برنامه ریزی برای آن هستند، مسئله ترمیم اجتماعی در دوران پسا کرونا است؛ در ایران نیز تدوین برنامه ای همه جانبه برای احیای نشاط اجتماعی با توجه به فرصت ها و اقتضائات خاص فرهنگ ایرانی-اسلامی ضروری به نظر می رسد. نکته حائز اهمیت آن که شیوع کرونا نوعی فرسایش روانی ایجاد کرده که ضمن ترکیب با فرسایش اجتماعی، می تواند منجر به کاهش گسترده نشاط اجتماعی شود. این مسئله از آن جهت اهمیت می یابد که جامعه ایرانی در سال های اخیر خود با چالش سرمایه اجتماعی و کاهش امید و نشاط اجتماعی مواجه بوده است و شیوع کرونا این فرایند را تسریع و به شکلی معناداری افزایش داده است.

• مرور وضعیت سنجی‌های موجود

بر اساس آمار اعلامی معاون بهزیستی، اختلافات حاد خانوادگی در دوران کرونا ۲۵ درصد افزایش یافته است؛ بنابر گزارش دیگری که دفتر طرح‌های ملی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات منتشر کرده است، ۳۵ درصد مردم بیشتر از قبل در عرصه‌های مختلف زندگی احساس ناامنی می‌کنند و حدود ۲۸ درصد از مردم در دوران شیوع کرونا، بیشتر از قبل نسبت به آینده ناامید شده‌اند. بر اساس گزارشی که مرکز رصد فرهنگی منتشر کرده است، طی پژوهشی که در سال ۱۳۹۷ انجام شده، بیش از ۶۸ درصد مردم با این گزاره که «امروز زندگی هر ایرانی خیلی بدتر از آن چیزی است که باید باشد»، موافق بوده‌اند؛ پیش‌بینی می‌شود که در سه سال اخیر نیز این سنجه شدت یافته و افزایش پیدا کرده است. اعتماد عمومی به سازمان‌ها و نهادهای رسمی از ۴۷ درصد در سال ۱۳۸۶، به ۲۶ درصد در سال ۱۳۹۷ رسیده است. همچنین در سایر سنجه‌ها - نظیر فعالیت داوطلبانه اجتماعی، اعتماد به موفقیت نظام در حل مسائل و ... - نیز در سالیان اخیر با کاهش معنادار مواجهیم. مهم‌تر از همه موارد ذکر شده، سیر تغییرات نشاط اجتماعی در طی سالیان اخیر است که در نمودار زیر قابل مشاهده می‌باشد



همچنین مطالعات و پژوهش‌های اجتماعی نشان می‌دهد جامعه ایرانی در سالیان اخیر با مسائل مهمی در حوزه نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی مواجه شده است؛ به عنوان مثال در موج سوم سنجش ارزش‌ها و نگرش‌های جامعه ایرانی (۱۳۹۴)، به کاهش اعتماد عمومی و کاهش سرمایه اجتماعی اشاره شده که این روند در طی سالیان اخیر نیز پررنگ‌تر شده است. لازم به ذکر است سرمایه اجتماعی به عنوان ریشه بسیاری از امور در ساحت اجتماعی لحاظ شده و زوال آن می‌تواند منجر به ایجاد شکاف، سردرگمی، فرسایش، بی‌تفاوتی و در نهایت فروپاشی اجتماعی شود؛ بنابراین می‌توان مهم‌ترین مسئله حال حاضر جامعه ایرانی را کاهش سرمایه اجتماعی دانست که نشاط اجتماعی یکی از مهم‌ترین عوامل موثر و هم‌بسته با آن است. از طرفی یکی از مهم‌ترین پیامدهای مثبت طرح‌های پیشنهادی در حوزه نشاط اجتماعی، پویایی اقتصاد نشاط و فرهنگ، ارتقای زمینه‌های کارآفرینی، افزایش تولیدات فرهنگی و فعال کردن ظرفیت‌های اقتصادی نواحی و بوم‌های مختلف است.

قابل ذکر است بنابر گزارش‌هایی که توسط مرکز افکارسنجی ایسپا و مجموعه‌های پژوهشی معتبر دیگر در بهار ۱۴۰۱ ه.ش انجام شده، در مدت فعالیت دولت سیزدهم این شاخص‌ها به تدریج بهبود پیدا کرده‌اند؛ به عنوان مثال در «پیمایش ملی شادکامی مردم ایران» گزارش شده که حدوداً ۴۸ درصد از مردم به میزان زیاد و ۳۲ درصد به میزان متوسط با این گزاره که «در مجموع از زندگی راضی هستم.» موافق بوده‌اند و یا نزدیک به ۹۱ درصد با گزاره «از خوشحالی دیگران شاد می‌شوم.» به میزان زیادی اظهار موافقت کرده‌اند. در این راستا پیش‌بینی می‌شود با اجرایی‌سازی طرح‌های پیشنهادی در حوزه نشاط اجتماعی، این شاخص‌ها به میزان قابل توجهی افزایش نیز پیدا کنند.

• مرور اجمالی ادبیات طرح

از جمله مهم‌ترین مؤلفه‌های درونی و عاطفی کیفیت زندگی انسان معاصر که نمودی اجتماعی نیز می‌یابد، پدیده شادی یا نشاط است. شادی از جمله هیجانات اولیه و خوشایندی است که باعث انبساط خاطر و آرامش ذهنی فرد می‌گردد و از سلامت عاطفی او حکایت می‌کند. شادی، به عنوان یکی از

ملزومات روح و جسم انسان، از جمله ضروریات و نیازهای طبیعی بشر است و همواره مورد توجه و مطالعه جامعه‌شناسان، اقتصاددانان، روان‌شناسان و متخصصان تعلیم و تربیت و به تازگی حوزه علوم اجتماعی قرار گرفته است. امروزه اکثر کشورها درصدد ایجاد یک جامعه سالم و بانشاط هستند چراکه احساس شادی و برخورداری از نشاط فردی و اجتماعی، انسان‌ها را برای زندگی بهتر و بازدهی بیشتر آماده ساخته و پیوندهای فرد را با محیط گسترده‌تر می‌کند.

از سال ۲۰۰۰ میلادی به بعد، در نگاه سازمان ملل، برای تعیین سطح توسعه‌یافتگی کشورها متغیرهای شادی، امید به آینده، خشنودی و رضایتمندی افراد نیز به‌عنوان یک متغیر کلیدی وارد محاسبات شده‌اند. به این صورت که اگر مردم یک جامعه احساس شادی، خشنودی و رضایتمندی نکنند، نمی‌توان آن را جامعه توسعه‌یافته قلمداد کرد که این نشانه اهمیت شادی است در واقع، رضایت و شادی مردم نشان می‌دهد که آن کشور توانسته است رفاه و آرامش موردنیاز را برای اعضای خود فراهم کند. همچنین ارزیابی آمارهای جهانی درباره وضعیت شادی در سال ۲۰۲۰ نشان می‌دهد که ۱۴ درصد از مردم جهان در سطح «بالا» و ۵۰ درصد «تاحدودی» شاد هستند؛ ۳۰ درصد احساس شادی «پایین» دارند و ۶ درصد نیز اصلاً شاد نیستند.

در دنیای معاصر، سیاست‌گذاران عرصه‌های مختلف فعالیت‌های انسانی، از مراکز علمی و دانش‌پژوهی تا مؤسسات خدماتی، با شیوه‌های متفاوت می‌کوشند تا شادی را در نهاد آدمیان ایجاد کنند و بدین طریق، هم بر تولیدات علمی خود بیفزایند و هم بر فراورده‌های صنعتی و خدماتی؛ و مهم‌تر از همه، زندگی امن و آرام و به‌دوراز عصبیت و پرخاش و مردمی شاد و امیدوار را مهیا کنند. به واسطه اهمیت موضوع و تأثیر این مسئله در موفقیت برنامه‌های کلان توسعه پایدار، بند «ب» ماده ۹۷ برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به صراحت دولت را مکلف کرده است تا به منظور پیشگیری و کاهش آسیب‌های اجتماعی نسبت به تهیه طرح جامعی برای بسط و گسترش روحیه نشاط، شادابی، امیدواری، اعتماد اجتماعی، تعمیق ارزش‌های دینی و هنجارهای اجتماعی اقدام کند.

در دیدگاه اسلامی حصول نشاط و شادمانی منحصر به تمایلات نفسانی نیست، بلکه انسان از شادمانی و سرور عقلانی، روحی و معنوی نیز بهره‌مند است. درباره اهمیت نشاط و سرور و جایگاه آن در تعالیم دینی اسلام می‌توان اشاره داشت که مفهوم شادی ۲۵ بار با الفاظ مختلف (فرح و سرور) در قرآن کریم آمده و یکی از اصول کتاب‌های روایی به باب «ادخال السرور» اختصاص داده شده است. «فرح» با ترکیب‌های مختلف ۲۲ بار و «سرور» ۳ بار در قرآن بیان شده است. دین اسلام بهره‌گیری از لذت‌های زندگی و رضایت‌مندی از آن را همواره به انسان تاکید می‌کند، تا جایی که حتی تبسم به چهره دیگران را دارای پاداش و ثواب می‌شمارد. همچنین باید دانست که برخی شادی‌های سطحی و ظاهری که ناشی از رفتارهای غیرمنطقی و غیراخلاقی است، مورد پذیرش اسلام نمی‌باشد. در قرآن کریم فرح و شادی در جلوه‌ای ستایش شده: «يَوْمَئِذٍ يَفْرَحُ الْمُؤْمِنُونَ. بِنَصْرِ اللَّهِ» (روم، ۴ و ۵) که این شادی به نصر و عنایت پروردگار است و گاهی نیز تقبیح و ناپسند برشمرده شده است: «فَرِحَ الْمُخَلَّفُونَ بِمَقْعَدِهِمْ خِلَافَ رَسُولِ اللَّهِ» (توبه، ۸۱). این شادی به خاطر مسئله‌ای منفی و سرپیچی از فرمان رسول اکرم (صلی‌الله‌علیه‌وآله) است. به این نکته نیز باید توجه داشت که این اصلی منطقی و پذیرفته شده در تمام نظام‌های متمدن است که نباید به بهانه شاد بودن هر رفتار غیر مجازی را مرتکب شد، با این تفاوت که شاید محدوده رفتارهای مجاز و غیر مجاز دارای برخی تفاوت‌ها باشد.

• چارچوب‌های راهبردی

براساس مسئله‌شناسی که در بخش قبلی ارائه شد، چارچوب راهبردی طرح‌های پیشنهادی عبارتست از:

- **قرن جدید و نشاط درون‌زا!** تأکید بر ظرفیت مفهومی شروع قرن جدید با روی کار آمدن دولت و ساختاری که رویکرد آن برای نشاط آفرینی، نگاه به ظرفیت‌های داخلی است و نه وقایع تحمیلی بالا به پایین یا بیرون به درون.
- **خانواده محوری؛** تأکید بر این که کلیه برنامه‌های با هدف نشاط آفرینی، باید خانواده را در اولویت مخاطب شناسی خود قرار دهند.

• **ترمیم حضور و مشارکت اجتماعی؛** با توجه به لطمه جدی کرونا به حضور مردم در عرصه‌های بیرون از خانه - که این آسیب خصوصاً در شهرهای بزرگ قابل مشاهده است-، رویکرد اصلی طرح‌های پیشنهادی سعی در ترمیم حضور و ظهور مردم در فضای بیرونی و واقعی دارد، بنابراین در طراحی برنامه‌ها، فضای مجازی کمتر محور قرار گرفته است.

• **تمرکز بر امیدآفرینی و ترمیم سرمایه اجتماعی؛** با توجه به کاهش سرمایه اجتماعی و به وجود آمدن نوعی فرسایش اجتماعی ناشی از مشکلات اقتصادی (نظیر تورم، فقر، بیکاری، و ...)، طرح‌های پیشنهادی، امیدآفرینی ملی و احیای سرمایه اجتماعی و اعتماد ملی را مطرح نظر دارند.

• **پرهیز از شادی‌های حبابی؛** تأکید بر فرایندهای بلندمدت و عمیقی که نوعی سرور مستدام و درونی به وجود می‌آورند در برابر رویدادهای مقطعی که شادی‌های حبابی و در لحظه ایجاد می‌کنند.

• **عدم پیوند نشاط و امید ملی با مسائل فراملی؛** با توجه به مسائل اخیر در حوزه سیاست خارجه و احتمال وصول به توافقات هسته‌ای با کشورهای مورد مذاکره، در طراحی برنامه‌های شادی آفرین تلاش شده تا پیوندی میان این برنامه‌ها و توافق هسته‌ای برقرار نشود، چه این که عدم مشروط بودن شرایط داخلی کشور به وقایع بیرون از آن، همواره یکی از شعارهای جریان انقلاب اسلامی و دولت مردمی بوده است.

• **عدالت‌محوری و پرهیز از تمرکزگرایی؛** در پیشنهاد برنامه‌ها و طرح‌ها تا حد ممکن تأکید بر اقصی نقاط کشور و نواحی مختلف است، نه این که صرفاً کلانشهرها و تهران به عنوان پایتخت در نظر باشد، بنابراین مخاطب اکثر برنامه‌ها همه اقشار جامعه با همه تکثرهای جغرافیایی و فرهنگی هستند.

• **در نظر گرفتن اقشار مختلف مخاطبان؛** با توجه به همگانی و ملی بودن طرح، لازم است اقشار مختلف مردم اعم از مردان و زنان، کودکان، جوانان و بزرگسالان، ساکنین کلان‌شهرها، شهرستان‌ها و مناطق روستایی، گرایش‌های مختلف سیاسی و ارزشی و ... در نظر گرفته شوند و مجموعه طرح‌های پیشنهادی، طیف گسترده‌ای از افراد را ضمن تکثر در زمینه‌های مختلف شامل شود.

• **توجه ویژه به پیوست رسانه‌ای طرح؛** به نظر می‌رسد بر اساس پژوهش‌های صورت گرفته توسط نهادهای مختلف نظیر پژوهش موجود در سازمان رصد فرهنگی کشور (۱۴۰۱)، در حال حاضر میزان بر ساخته نشاط اجتماعی - یعنی تلقی افکار عمومی با توجه به بازنمایی رسانه‌های جمعی و پژواک فضای مجازی- از میزان واقعی آن بسیار کمتر است، یعنی احساس نشاط از خود مقوله نشاط و شادکامی سطح پایین تری دارد؛ بنابراین لازم است تا به همان میزان که طرح‌هایی با محوریت افزایش نشاط اجتماعی سامان می‌یابد، در رسانه‌های جمعی نیز بازتاب پیدا کند تا احساس نشاط و افزایش آن به امری فراگیر و اجتماعی مبدل شود. در این زمینه می‌توان پوشش‌های ملی نظیر پویش #خبر-خوب را پیشنهاد کرد که در برابر هجمه همه‌روزه رسانه‌های معاند و پمپاژ بی‌وقفه وقایع نگران‌کننده و برجسته‌سازی و ضریب دهی به حوادث با بار روانی منفی، سعی در جریان سازی مبتنی بر آسایش و آرامش روانی بر محور اخبار خوب دارد.

• کلان طرح‌های پیشنهادی

با توجه به راهبردهای طراحی شده، کلان طرح‌های عملیاتی ذیل پیشنهاد می‌گردد: (نکته قابل توجه این که هر کدام از کلان طرح‌ها، خود یک ابربرنامه بوده و بستری برای وقوع رویدادهای مختلف و طرح‌های پیشنهادی کوچک مقیاس و عینی است.)



۱. کلان طرح حوزه احیای حضور در فضای اجتماعی بر محور «پایگاه نشاط محله» (شهرداری)

بخش عمده‌ای از نشاط اجتماعی، در طی زندگی روزمره و ارتباطات و تعاملات خانوادگی و اجتماعی دوستانه در فضاهای بیرونی شهری نظیر بوستان‌ها، مساجد، پایگاه‌های فرهنگی شکل می‌گیرد؛ بنابراین طبیعی است که در دوران همه‌گیری کرونا و با توجه به لزوم حضور حداقلی در فضاهای بیرونی تحت شعار «در خانه بمانیم»، پویایی و نشاط اجتماعی آسیب جدی ببیند. حال به نظر می‌رسد در دوران پسا کرونا می‌توان با فراهم کردن زمینه حضور دوباره اقشار مردم و خانواده‌ها در فضاهای شهری، نشاط اجتماعی را به میزان قابل توجهی ترمیم نمود.

با توجه در پیش بودن دو فصل بهار و تابستان و مساعد شدن شرایط آب و هوایی در اکثر نقاط کشور، می‌توان با محوریت ایجاد «پایگاه نشاط محله» و تعریف فعالیت‌های گوناگون برای آن، زمینه‌های افزایش نشاط عمومی را به شکلی درون‌زا به ارمغان آورد. توضیح آن که در هر شهر یا شهرستان، یک یا چند بوستان (ترجیحاً بوستان‌هایی که در کنار مساجد قرار گرفته‌اند). به عنوان «پایگاه نشاط» برگزیده شده و محلی برای استقرار امکانات و برگزاری رویدادهای محلی تعبیه می‌شود. از ۱۵ فروردین تا ۳۰ شهریور طی مدت ۵ ماه، این پایگاه‌ها مجموعه از خدمات را به شهروندان ارائه داده و رویدادها و جشنواره‌های مختلف برگزار می‌کنند؛ به عنوان مثال می‌توان به برگزاری مسابقات متنوع برای کودکان، جشنواره‌های ورزشی برای نوجوانان، کلاس‌های آموزشی، هنری و ورزشی در مساجد، سرای محلات و فرهنگ‌سراها برای اقشار مختلف مردم، پایگاه‌های مشاوره خانواده، جشنواره‌های غذاهای محلی، فروش محصولات خانگی، برگزاری کنسرت‌های کوچک مقیاس خیابانی در فضای بوستان با استفاده از هنرمندان متعهد و توانمند شهری، برگزاری جنگ‌های شادی به مناسبت اعیاد، اجرای تئاترها و سرودها با استفاده از ظرفیت نوجوانان و جوانان و گروه‌های هنری، برپایی نمایشگاه‌های مختلف هنری و صنایع فرهنگی و ... اشاره نمود. خصوصاً که در فصل تابستان و با توجه به تعطیل بودن مدارس، ظرفیت ویژه‌ای جهت

توجه به اوقات فراغت نوجوانان و استفاده از فرصت‌های بالقوه حضور بیشتر آنان در منزل و محله وجود دارد.

کاهش حضور مردم در اماکن و مراسمات مذهبی و عادی‌انگاری این دوری از دیگر پیامدهای همه‌گیری ویروس کرونا بوده که بر زیست معنوی عموم مردم مؤثر است. بنابراین، در راستای آگاهی‌بخشی در این زمینه، اختصاص ایامی به غبارروبی نمادین از مساجد، هیئات، حسینیه‌ها، امامزاده‌ها، مصلی‌ها و... به علاوه تأمین بستر مادی و معنوی برای افزایش فعالیت‌های فرهنگی، هنری در این مراکز از جمله تجهیز کتابخانه، نمایش آثار سینمایی منتخب، برگزاری مراسمات شبی با قرآن، یادواره شهدا و ... می‌تواند تا حدود زیادی اثرگذار باشد.

۲. کلان طرح حوزه احیای ظرفیت‌های نشاط آفرین ادبیات فارسی بر محور «پویش ملی قصه‌گویی» (سازمان تبلیغات اسلامی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت آموزش و پرورش)

اگر نشاط را به شادی‌های حبابی و لحظه‌ای که بیشتر جنبه هیجانی دارند، تقلیل ندهیم، آن گاه می‌توان از نوعی نشاط به مثابه سرور عمیق درونی و مستمر صحبت کرد. این سرور پایدار بر مبنای ظرفیت‌های معنوی، هویتی و فرهنگی شکل می‌گیرد. در این راستا ادبیات فارسی به عنوان گنجینه‌ای غنی و هنرمندانه از معارف اخلاقی و اسلامی می‌تواند یکی از مهم‌ترین منابع ناملموس فرهنگی برای حل مسئله نشاط اجتماعی در نظر گرفته شود.

مقام معظم رهبری از شعر و ادب فارسی به عنوان یک ثروت و سرمایه ملی یاد می‌کنند؛ همچنین رئیس محترم جمهور، حجت الاسلام رئیسی در طی پیام به کنگره ملی بزرگداشت حکیم نظامی، به ضرورت اهتمام و توجه به این ظرفیت عظیم اشاره می‌کنند: «امیدوارم با همت و پشتکار همه نهادهای علمی، فرهنگی و پژوهشی و با عزم راسخ دولت مردمی، زمینه‌ها و فرصت‌های تازه‌ای پدید آید تا اندیشه‌های عمیق عرفانی و عواطف ژرف انسانی مشاهیر ادب و عرفان، به زبانی روزآمد و جهانی ارائه گردد و نسل جوان نیز با احساس تعلق بیشتری به این منابع و ذخائر ارزنده بتواند قدرت نوآوری و رویارویی خود را با تحولات جهانی شتاب بیشتری ببخشد...»

بدین ترتیب می‌توان با محوریت راه‌اندازی پویش ملی قصه‌گویی، رویدادهای مختلفی را برای استفاده از ظرفیت‌های فوق‌العاده نشاط آفرین ادبیات فارسی استفاده نمود؛ از جمله این رویدادها می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد: جشنواره ملی مادران قصه‌گو؛ تولید و انتشار پادکست‌های قصه‌گویی از زبان مادرزرگ‌ها با گویش‌ها و زبان‌های مختلف از اقوام گوناگون؛ برگزاری برنامه‌ها و مسابقه‌های مشاعره در سطح مدارس، محلات و ملی؛ احیای سنت قصه‌گویی مادرزرگ‌ها و مادران با استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌ای و هنری؛ برگزاری رویدادهایی تحت عنوان «شب قصه» در محلات و دعوت از مادران برای قصه‌گویی برای گروه کودکان؛ ساخت برنامه‌های تلویزیونی، موشن‌ها و انیمیشن‌ها با محوریت قصه‌های منبعث از ادبیات فارسی برای گروه‌های مختلف کودک و نوجوان؛ و ...

۳. کلان طرح حوزه احیای گردشگری و سفر خانوادگی بر محور «گردشگری روستایی» (وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی)

یکی از مهم‌ترین عوامل شادی‌آفرین در سطح جامعه، موضوع سفر و گردشگری است؛ چنان‌چه در آیات آسمانی قرآن کریم و فرامین اهل بیت (علیهم السلام) نیز مکرراً به اهمیت سفر اشاره شده است. از طرفی یکی از پیامدهای اجتماعی کرونا که منجر به کاهش پویایی، تحرک و نشاط اجتماعی شده را می‌توان کاهش زمینه‌های سفر و گردشگری دانست که روی دیگر آن کم‌فروغی مراکز گردشگری همچون موزه‌ها و مراکز فرهنگی-تاریخی بوده است. براساس اعلام معاونت گردشگری وزارت میراث فرهنگی، حدود ۷۵ درصد از مردم در دوران کرونا سفر نرفته‌اند. همچنین ضرر مالی شیوع کرونا به صنعت گردشگری چیزی بیش از ۳۵ هزار میلیارد تومان تخمین زده شده است؛ بنابراین ضروری به نظر می‌رسد تا با احیای همه‌جانبه ظرفیت‌های گردشگری و فراهم آوردن بستر مناسب برای سفرهای خانوادگی، این پدیده را در دوران پساکرونا با پیوسته‌های فرهنگی متناسب احیا کرد. اعطای تسهیلات برای اقامت خانواده‌ها در سکونت‌گاه‌های مقاصد گردشگری، برگزاری رویدادهای سرگرم‌کننده، استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌ای برای تبلیغ گردشگری و نمایش جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی را می‌توان از جمله اقدامات

لازم دانست.

یکی از مهم‌ترین انواع گردشگری که فرصت‌های فرهنگی و اقتصادی فراوان داشته و می‌تواند مبنای توسعه درون‌زا و فرهنگ‌بنیاد نیز قرار بگیرد، گردشگری روستایی است. دهه اخیر را می‌توان دوران شکوفایی توسعه گردشگری روستایی دانست؛ توسعه‌ای که با تکثیر ایده تعدادی از فعالان و پیشکسوتان گردشگری در سطح روستاهای کشور و ایجاد فضاهای بوم‌گردی اتفاق افتاد، اما شیوع کرونا مانع اوج گرفتن این حرکت رو به جلو شد. در طرح احیای گردشگری با محوریت گردشگری روستایی، در هر استان و ناحیه فرهنگی، چند روستا که دارای پیشینه تاریخی، جاذبه‌های طبیعی و هویت و آثار فرهنگ بومی هستند برگزیده شده و ضمن ایجاد پایگاه‌های بوم‌گردی و طراحی نظام گردشگری بوم‌مبنا، تعداد زیادی از سفرهای درون‌استانی یا برون‌استانی برای خانواده‌ها با هزینه‌هایی به نسبت پایین طراحی می‌شود.

ایده محوری طرح حاضر که به اختصار گردشگری تجربه‌محور خوانده می‌شود، ایجاد فضایی جهت تجربه زیست روستایی برای شهرنشینان و همچنین گردشگران خارجی است. پژوهشگران حوزه روستا، «کار» و «تولید» را محور زیست روستایی می‌دانند، از این نظر تجربه زیست روستایی را می‌توان مترادف تجربه مشارکت در کار، اشتغال و تولید روستایی دانست؛ بنابراین اولین گام جهت پیاده‌سازی این ایده، احیای مهارت‌ها، آیین‌ها و هویت روستایی است تا علاوه بر ترمیم شبکه اشتغال و تولید و به فراخور آن اقتصاد روستایی، زمینه بهره‌برداری از ابعاد فرهنگی-اقتصادی گردشگری اجتماعی تجربه‌محور نیز فراهم آورد.

۴. کلان طرح حوزه احیای ظرفیت‌های نشاط‌آفرین ورزش بر محوریت «ورزش همگانی» (وزارت ورزش و جوانان)

یکی از مهم‌ترین عوارض کرونا، کاهش تحرک و تحلیل قوای جسمی آحاد مردم بود که با تعطیلی باشگاه‌های ورزشی، استادیوم‌ها و... باعث افزایش اضافه وزن و مشکلات جسمی- حرکتی شده است. کاهش تحرک و ورزش همگانی، افول نشاط اجتماعی را به همراه داشته، چرا که پویایی جسمی به پویایی فکری و روانی منجر می‌شود. ظرفیت‌های حوزه ورزش، علی‌الخصوص

ورزش همگانی و عمومی برای نشاط آفرینی در آحاد مردم، حائز اهمیت فراوان است. از طرفی در سال آتی شاهد رویدادهای مهمی در ورزش حرفه‌ای نیز هستیم که ظرفیت ویژه‌ای برای ایجاد امواج شادی دارد، مهم‌ترین آن‌ها جام جهانی و حضور ایران در این مسابقات مهم بین‌المللی است، همچنین می‌توان به مسابقات جهانی والیبال و المپیک آسیایی (بازی‌های آسیایی ۲۰۲۲) نیز اشاره کرد.

برای ترمیم و بهبود وضعیت ورزش عمومی و بهره‌گیری از آن در راستای افزایش نشاط اجتماعی می‌بایست درب‌های مراکز ورزشی مجدداً به روی مردم باز شده و تسهیلات مادی برای برخورداری همه اقشار از آن در نظر گرفته شود. در این میان چند گروه شایسته توجه ویژه هستند؛ بانوان خانه‌دار که می‌توان به صورت محله محور در مراکز فرهنگی-ورزشی برای آنان برنامه‌های سلامت بدنی سامان داد، کارمندان دولت که باید به شکل روزانه یا هفتگی سانس‌های ورزشی برای آنان تعبیه نمود (استخر، سالن‌های چندمنظوره ورزشی)، کودکان و نوجوانان با محوریت مدارس (تأکید و افزایش کمی و کیفی ساعات مخصوص ورزش) و سالمندان با محوریت بوستان‌های محلی و ورزش صبحگاهی زیر نظر مربی‌هایی که از طرف خود آن‌ها یا نهاد محلی به گروه معرفی شده است.

۵. کلان طرح حوزه احیای مصرف فرهنگی-رسانه‌ای بر محوریت «جشنواره ویژه سینمایی» (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی)

رسانه‌های عمومی در دوران مدرن نقشی تعیین‌کننده در جهت‌دهی به افکار و احساسات عمومی دارند. با نظر به این مهم، پیشنهاد می‌شود طی جشنواره ویژه سینمایی با هدف افزایش نشاط و شادی عمومی، حق پخش ۳۰ عنوان فیلم سینمایی که درون مایه‌ای نشاط‌آور داشته و ضمناً واجد ارزش‌های فرهنگی مثبت و در راستای سبک‌زندگی ایرانی-اسلامی است خریداری شده و طی بازه‌هایی مشخص و در برنامه و زمانی مشخص (هفته‌ای یک یا دو بار) از طریق سیمای ملی پخش شود.

همچنین یکی دیگر از پیامدهای همه‌گیری کرونا، مراجعه و انس افراطی مردم به فضای تفریحی- فراغتی مجازی است که موجب دوری از فضای عینی

و واقعی فرهنگ و هنر و در نتیجه باعث افول چرخه کسب و کارهایی نظیر سینما، کنسرت، کتاب و... شده است. به منظور عبور از این چالش‌ها توصیه می‌شود مراکز فرهنگی و هنری با ارائه تخفیف و برگزاری رویدادهایی مجدداً پای مردم را به محیط‌های فرهنگی باز کنند.

دستگاه متولی	کلان طرح پیشنهادی	
شهرداری‌ها	احیای حضور در فضای اجتماعی بر محور «پایگاه نشاط محله»	۱
وزارت آموزش و پرورش با همکاری سازمان تبلیغات اسلامی و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	احیای ظرفیت‌های نشاط آفرین ادبیات فارسی بر محور «پویش ملی قصه‌گویی»	۲
وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی	احیای گردشگری و سفر خانوادگی بر محور «گردشگری روستایی»	۳
وزارت ورزش و جوانان با همکاری شهرداری‌ها	احیای ظرفیت‌های نشاط آفرین ورزش بر محوریت «ورزش همگانی»	۴
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با همکاری صداوسیما	احیای مصرف فرهنگی- رسانه‌ای بر محوریت «جشنواره ویژه پخش آثار سینمایی از سیمای ملی»	۵

در پایان اعلام می‌گردد برای پیگیری مراحل مختلف این طرح و برنامه‌های پیشنهادی آن، لازم است کارگروهی در وزارت ورزش و جوانان تشکیل شود که مسئولیت اصلی هماهنگی و پیاده سازی و پیگیری‌های لازم را با همراهی اعضای آن کارگروه دنبال نمایند؛ اعضای این کارگروه عبارتست از نمایندگان دستگاه‌ها و نهادهای مختلف که مستقیم یا غیرمستقیم در پیاده سازی این برنامه‌ها در نقاط گوناگون کشور سهیم هستند که اهم آن عبارتست از:

(بنابر اقتضائات خاص، اعضای این کارگروه چه به عنوان عضو اصلی و چه به عنوان عضو مهمان قابل افزایش است.)


۱. وزارت ورزش و جوانان
۲. سازمان اجتماعی وزارت کشور
۳. سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور
۴. دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور
۵. وزارت آموزش و پرورش
۶. سازمان صداوسیما
۷. وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری
۸. سازمان بسیج مستضعفین
۹. سازمان تبلیغات اسلامی
۱۰. ستاد هماهنگی کانون‌های فرهنگی هنری مساجد کشور

• مهم‌ترین برنامه‌های طراحی شده در حوزه نشاط اجتماعی و هویت ملی متناسب با رویداد جام جهانی ۲۰۲۲ قطر

دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور - مهرماه ۱۴۰۱.۵ ش

دستگاه‌های مجری	شرح	
سازمان سینمایی - سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌ها	پخش بازی‌های تیم ملی در جام جهانی در اماکن عمومی از جمله سینماها و بوستان‌های منتخب	۱
بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای - انجمن بازی‌های الکترونیکی	برگزاری جام بازی‌های رایانه‌ای فوتبال ویژه جام جهانی در سطح ملی	۲
دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی با همکاری نشر قدیانی، شرکت فیدیبو و شرکت کوپیز	برگزاری مسابقه بزرگ کتابخوانی جام جهانی در سطح ملی در قالب بازی آنلاین برای نخستین بار در کشور	۳
سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌ها	برگزاری مجموعه مسابقات استعدادیابی در سطح ملی (المپیاد پرچم)	۴
بنیاد ملی رودکی - دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی - حوزه هنری سازمان تبلیغات	ساخت سرود ویژه جام جهانی در جهت تقویت هویت و انسجام ملی (سناریوهای متناسب با نتایج مختلف هر بازی)	۵
دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی - بنیاد ملی مد و لباس	تولید اقلام هواداری (من طرفدار ایرانم) و متناسب با روایت‌ها و شخصیت‌های خلق شده در کارزار بازارپدازی فرهنگی	۶

<p>شهرداری تهران - مجموعه فرهنگی عباس آباد - منطقه آزاد کیش</p>	<p>برپایی دهکده جام جهانی به همراه برنامه‌های متنوع فرهنگی ورزشی در برخی نقاط کشور از جمله اراضی عباس آباد، بوستان ولایت، منطقه آزاد کیش و...</p>	<p>۷</p>
<p>شهرداری تهران - سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌ها</p>	<p>تبلیغات گسترده جام جهانی در سطح کشور (محیطی و رسانه‌ای) با هدف تقویت هویت ملی، سرمایه اجتماعی و نشاط فرهنگی</p>	<p>۸</p>
<p>حوزه هنری سازمان تبلیغات - مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی - دبیر خانه شورای فرهنگ عمومی</p>	<p>برگزاری گالری‌های هنری (کاریکاتور) جام جهانی به صورت شهری و مجازی</p>	<p>۹</p>
<p>ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها - ادارات کل ورزش و جوانان استان‌ها</p>	<p>برگزاری رویدادهای متنوع با رویکرد ترویج ورزش همگانی و نشاط اجتماعی در استان‌ها</p>	<p>۱۰</p>
<p>دبیر خانه شورای فرهنگ عمومی</p>	<p>حمایت از تولید محتوای چند زبانه در خصوص تاریخ و تمدن ایران با روش‌های نوین و انتشار گسترده آن و اهداء به تماشاگرانی اعزامی از ایران</p>	<p>۱۱</p>
<p>بنیاد ملی رودکی - شهرداری تهران</p>	<p>مراسم بدرقه کاروان تیم ملی فوتبال برای عزیمت به قطر</p>	<p>۱۲</p>



بسمه تعالی

طرح ملی رویدادهای مشارکت آفرین

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

دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور

مهرماه ۱۴۰۱ ه.ش

• مقدمه

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 يك «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 ۳۰:۲۰ به چنین مراسمی به امری روزمره تبدیل شده بود.

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

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.

یکدیگر، ارائه ترازنامه (بیلان) کاری به رؤسای بالادستی، اعطای جوایز و هدایا به کارکنان، تقدیم لوازم جانبی (اکسسوری) گران قیمت به شرکت کنندگان، و خلاصه آنچه در افواه عمومی به عنوان ائتلاف منابع مشهور است.

۲. «رویداد» و فرهنگ عمومی

منظور از طرح «رویداد» ایجاد بستری است که آیینی را احیاء، بازسازی و بعضاً خلق می کند؛ مقوله ای که از آن تحت عنوان احیای مجدد سنت نیز یاد می شود.^۱ آیینی که امکانات مادی و معنوی آن بطور نسبی باید موجود باشد و نیازمند صرف هزینه و زمان زیادی نباشد. اصلی ترین هدف برگزاری «رویداد» از منظر وظایف و مأموریت های شورای فرهنگ عمومی ایجاد همبستگی و انسجام اجتماعی است. بنابراین، «رویداد» پیش گفته باید از بالاترین ظرفیت برای جذب و مشارکت همه آحاد شهروندان برخوردار باشد.

برگزاری «رویداد» از ابعاد مختلفی می تواند 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، خبرهای منفی و

۲. استفاده از مفهوم «احیای مجدد سنت» به خوبی نشان می دهد که هدف از طرح «رویداد» در این نوشتار تقویت ارزش های سنتی و بازسازی آن در جهان جدید است. بنابراین، اگرچه ورود به عرصه های جهان جدید از جمله سرمایه گذاری در ساخت بازی های رایانه ای، شبکه های اجتماعی و تنظیم رویکرد جامعه نسبت به رویدادهای جهانی (نظیر گسترش مصرف موسیقی و آموزش زبان کره ای، گرایش جوانان به سمت رمازرها و...) می تواند در دستور کار نهادهای فرهنگی قرار بگیرد، اما با هدف و منطبق این نوشتار همخوانی ندارد.

۱. بطور کلی انسان ها از انجام امور تکراری، خسته و ملول می شوند و از امور خرق عادت استقبال می کنند. جایگاه محرم و صفر، نوروز و ماه مبارک رمضان در زیست ایرانی- اسلامی و تقویم سالانه

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.

۲.۲. 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 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 نوبودگی هستند.

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 ولنتاین، 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 دوقطبی‌ساز 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 دهن‌کجی 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.^۱ در واقع، حکومت‌ها و رسانه‌هایشان از طریق چنین تمایزی می‌کوشند به شهروندان پیام‌آموزند که نباید مسایل مختلف را با یکدیگر خلط کرد.

۱. 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.

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^۱ 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

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

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 اساسی خواهد داشت: اول) برقراری هماهنگی متقابل میان دستگاه‌های فرهنگی ذی‌ربط، دوم) تبدیل یک ظرفیت تجاری‌شده 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 درآمدزایی‌هایی برای برخی گروه‌ها و اقشار دارد اما سهمی در ارتقاء فرهنگ عمومی و نسبی 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 يك «رویداد»

برگزاری يك 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 يك 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^۱. 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 يك رویداد مستلزم شناسایی انگیزه‌ها و نیز هدایت و حمایت از صاحبان انگیزه است^۲.

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

۱. 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 (ارواحنا له الفدا) مطرح شده‌اند که از دستور این نوشتار خارج بوده و به دلیل جایگاه تاریخی منحصربه‌فردشان توسط مجموعه‌های ویژه‌ای در حاکمیت پیگیری می‌شوند.

۲. روی دیگر سخن فوق آن است که مادامی‌که انگیزه‌های برپایی يك رویداد را مورد توجه قرار ندهیم از اظهار نظر درباره توفیق و یا شکست يك 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 بالخصوص 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 به‌نمایش‌درآمده 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 بالخصوص 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.

خطرات پیش روی برگزاری غیرعالمانه يك رویداد عبارتند از:

- دریافتان 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 (اقتشار، 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 هیچ‌یک 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 استان‌ها می‌باشد که با نهایت دقت رعایت گردیده و دیگر وابسته به عملکرد استانداری

می‌باشد. در ستاد تجمیع نامه‌ها در شورای راهبری مطرح می‌گردد و رویدادهایی برای حمایت و هماهنگی انتخاب نهایی می‌شوند که باید برنامه عملیاتی توسط مدیر کل اجتماعی استانداری تهیه گردد و بعد از تایید از مرکز گام‌های 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 زیرساخت‌ها، احیا شده و یا با ظرفیت حداکثری و افزایش کمیت و کیفیت در ابعاد مختلف به وقوع می‌پیوندد. شورای راهبری طرح از این رویدادهای پیشنهادی، حمایت‌هایی در قالب موارد ذیل انجام می‌دهد:

- حمایت زیر ساختی و پشتیبانی به برگزار کنندگان
- حمایت مالی جهت توسعه به رویداد
- تقسیم وظایف در شورای راهبری پروژه و موظف شدن وزارت خانه‌ها و دستگاه‌های اجرایی به حمایت با تمام توان

...پایان...

• منابع

- کلهر، سینا (۱۳۹۹). مسئله‌شناسی فرهنگی: روش‌های مسئله‌شناسی و تحولات اولویت‌های مسئله‌ای مردم. تهران: سوره مهر.
- فاضلی، نعمت اله (۱۳۹۴). «مسئله» چیست؟! مسئله‌شناسی فرهنگی با رویکرد مطالعات فرهنگی، ویراسته سیدعلی کشفی و دیگران، تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس، شماره مسلسل: ۱۴۳۲۳.
- فیاض، ابراهیم (۱۳۹۲). مهندسی فرهنگ عمومی (راهبردها). تهران: کتاب نشر.
- کرین، دایانا؛ کاوازاکی، کنجی؛ ناواشیما، نیوکو (۱۳۸۸). فرهنگ جهانی: رسانه، هنر، سیاست‌گذاری و جهانی‌شدن، ترجمه مرتضی قلیچ و نعمت‌اله فاضلی، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- نبوی‌ثالث، سیدباقر و همکاران (۱۳۹۹). الزامات و راهکارهای تقویت سینمای سیاسی و استراتژیک ایران، تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس، شماره مسلسل: ۱۷۰۴۱.
- نوده‌فراهانی، اسماعیل (۱۳۹۵). یادداشت‌هایی درباره فرهنگ و مطالعات فرهنگی. قم: معارف.

