



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران

رصد سازمان‌های فرهنگی ایران

ابراهیم حاجیانی



هو الناظر ◦

رصد سازمان های فرهنگی ایران

ابراهیم حاجیانی



سرشناسه	حاجیانی، ابراهیم، ۱۳۴۶ -
عنوان و نام پدیدآور	رصد سازمان‌های فرهنگی ایران/ ابراهیم حاجیانی؛ ویراستار پروین حاجی‌پور؛ [برای] مرکز رصد فرهنگی کشور.
مشخصات نشر	تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	۲۲۷ ص.: جدول، نمودار (بخشی رنگی).؛ ۲۱×۱۴/۵ س.م.
شابک	۸-۳۶۰-۴۵۲-۶۰۰-۹۷۸-۳۷۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
یادداشت	کتابنامه: ص. ۲۲۳-۲۲۷.
موضوع	سازمان‌های فرهنگی -- ایران -- آمار
موضوع	Cultural societies -- Iran -- Statistics
موضوع	سازمان‌های فرهنگی -- ایران -- ارزشیابی
موضوع	Cultural societies -- Iran -- Evaluation*
شناسه افزوده	مرکز رصد فرهنگی کشور
شناسه افزوده	پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
شناسه افزوده	Research Center for Culture, Art and Communication
رده بندی کنگره	HN۴۶
رده بندی دیویی	۳۰۶/۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی	۸۴۹۷۲۸۵
اطلاعات رکورد کتابشناسی	فیبا



ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
 عنوان: رصد سازمان‌های فرهنگی ایران
 نویسنده: ابراهیم حاجیانی
 ویراستار: پروین حاجی‌پور
 طراح جلد: فرشید بلال زاده
 صفحه‌آرا: فاطمه قیاسوند
 نوبت چاپ: اول - پاییز ۱۴۰۰
 شمارگان: ۵۰۰ نسخه
 قیمت: ۳۷ هزار تومان
 شابک: ۸-۳۶۰-۴۵۲-۶۰۰-۹۷۸



همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.
 در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پابین‌تر از میدان ولی عصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹ پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
 صندوق پستی: ۶۲۷۴ - ۱۴۱۵۵ . تلفن: ۰۸۹۰۲۲۱۳ . دورنگار: ۰۸۸۹۳۰۷۶ Email: nashr@ricac.ac.ir
 مرکز رصد فرهنگی کشور www.ircud.ir

○ صد فرهنگى (۳)

فهرست مطالب

سخن ناشر	۱
فصل اول: طرح مسئله	۳
فصل دوم: تنوع سازمان‌های فرهنگی	۹
فصل سوم: چارچوب رصد سازمان (های) فرهنگی	۱۷
مبانی نظری برای رصد سازمان‌های فرهنگی	۱۸
برخی ملاحظات روش‌شناختی در رصد سازمان‌های فرهنگی	۲۳
ابعاد رصد فرهنگی سازمان‌های فرهنگی	۲۷
وضعیت درونی سازمان: بهره‌وری یا کارایی	۲۷
وضعیت کارآمدی یا اثربخشی (بُعد بیرونی سازمان)	۲۹
رصد وضعیت هماهنگی در سازمان (های) فرهنگی	۳۲
فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی (رصد سازمان‌های فرهنگی ایران)	۳۳
وضعیت درونی سازمان‌ها (بهره‌وری)	۳۴
توصیف ابعاد محتوایی (کیفی) سازمان‌ها	۳۴
وضعیت قابلیت‌های اجرایی و اداری در سازمان‌های فرهنگی ایران	۳۷
نیروی انسانی دستگاه‌ها	۴۲

۴۳.....	وضعیت اقتصاد فرهنگ و اعتبارات.....
۶۱.....	وضعیت صنایع فرهنگی.....
۶۹.....	وضعیت کارآمدی یا اثربخشی.....
۷۰.....	میزان، تعداد، حجم و کمیت برنامه‌ها، اقدامات و عملکردهای دستگاه‌های فرهنگی کشور.....
۲۰۳.....	بررسی و تحلیل میزان تحقق و پیاده‌سازی اهداف نقشه مهندسی فرهنگی کشور.....
۲۰۹.....	حل مسائل فرهنگی و رفع نیازها و دغدغه‌های مخاطبان و مردم توسط سازمان‌های فرهنگی.....
۲۱۷.....	فصل پنجم: جمع‌بندی و نتیجه‌گیری.....
۲۱۷.....	ارزیابی وضعیت درونی سازمان‌های فرهنگی کشور (بُعد کارایی).....
۲۲۱.....	ارزیابی وضعیت بیرونی سازمان‌های فرهنگی کشور (بُعد اثربخشی یا کارآمدی).....
۲۲۴.....	وضعیت هماهنگی در سازمان‌های فرهنگی: نبود نظام جامع مدیریت فرهنگی.....
۲۲۷.....	فصل ششم: راهبردهای ارتقای خط‌مشی‌گذاری و سیاست‌گذاری فرهنگی.....
۲۲۹.....	پیشنهادها.....
۲۳۱.....	منابع.....

سخن‌ناشر

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات با هدف رفع نیازهای پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نزدیک به دو دهه است که با رویکرد مسئله‌محوری به دنبال شناخت مشکلات حوزه فرهنگ و هنر، شناسایی قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها و ارائه راهبردها و راهکارهای مناسب برای حل مشکلات و نیز توسعه قابلیت‌ها در مسیر تعالی فرهنگی کشور است.

این پژوهشگاه، با سه پژوهشکده فرهنگ، پژوهشکده هنر و پژوهشکده ارتباطات در تعامل و همکاری با صاحب‌نظران و اندیشمندان حوزه فرهنگ و هنر، ضمن اجرا و نظارت بر طرح‌های پژوهشی مورد نیاز، اقدام به برگزاری نشست‌ها، همایش‌های علمی، جلسات نقد و گفتگو و نیز جشنواره پژوهش فرهنگی سال می‌نماید.

علاوه بر این، دفتر طرح‌های ملی پژوهشگاه نیز، به‌عنوان متولی انجام مطالعات فرهنگی و اجتماعی در سطح ملی، ضمن اجرای نظرسنجی‌های موردنیاز، به اجرای پیمایش‌های ملی نظیر پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان؛ مصرف کالاهای فرهنگی؛ سواد رسانه‌ای؛ وضعیت فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی جامعه ایران و سنجش سرمایه اجتماعی کشور اقدام می‌نماید.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تلاش دارد تا مجموعه دستاوردهای

پژوهشی خود را با هدف تحقق عدالت فرهنگی و دسترسی همه پژوهشگران و سیاست‌گذاران فرهنگی کشور، منتشر نماید. از این رو انتشارات پژوهشگاه طی مدت فعالیت خود تاکنون، آثار پژوهشی متعدد و متنوعی را در قالب «کتاب»، «گزارش پژوهش»، «گزارش نظرسنجی» و «گزارش راهبردی» منتشر کرده است. پژوهشگاه همچنین، انتشار فصلنامه علمی پژوهشی «مطالعات فرهنگ ارتباطات» و نیز چاپ آثار برگزیده جشنواره فرهنگی سال را در کارنامه خود دارد.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ضمن استقبال، تعامل، همکاری و همفکری با استادان، نخبگان و پژوهشگران حوزه فرهنگ، هنر و رسانه، امیدوار است با انتشار دستاوردهای پژوهشی خود بتواند به «مرجع پژوهش» در حوزه فرهنگ و هنر ایران و نیز پایگاهی برای اندیشمندان و دلسوزان این عرصه تبدیل شود.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

۰ فصل اول: طرح مسئله

تحقق اهداف متعدد و متنوع فرهنگی در هر ساختار سیاسی و حاکمیتی منوط به اتخاذ تمهیدات، برنامه‌ریزی‌ها و تخصیص منابع مالی و انسانی است و با اهمیت یافتن هرچه بیشتر فرهنگ (و به تعبیر جدیدتر آن، قدرت نرم و فناوری‌های نرم)، این الزامات و ضرورت‌ها افزایش و گسترش بیشتری پیدا کرده‌اند. هم‌زمان و با افزایش رقابت‌های سیاسی، تمدنی و فرهنگی، نظام‌های سیاسی روزبه‌روز بیشتر به منزلت فرهنگ و ارزش‌ها و باورها و محصولات فرهنگی در قدرت ملی پی می‌برند و از این‌رو، عطف توجه به این مقوله‌ها ارتقا و تعمیق می‌یابد. در همین چارچوب و با درک این ضرورت‌های نوپدید، دولت‌ها انواع سیاست‌ها و تدابیر و راهبردها را در حوزه فرهنگ، هنر، رسانه و سایر حوزه‌های مشابه تدوین می‌کنند و به اجرا درمی‌آورند.

در ایران نیز تحت‌تأثیر این شرایط و به‌خصوص با عنایت به ماهیت فرهنگی و معنوی انقلاب اسلامی و فشارهای مضاعف بیرونی و نیز تحولات پرسرعت فرهنگی، اجتماعی، داخلی و دینامیزم‌های (پویایی‌های)

درونی جامعه ایران، مدیران و دلسوزان کشور از چند دهه گذشته به اهمیت سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در حوزه فرهنگ پی برده و انواع تدابیر و ساختارها را به این منظور تأسیس و راه‌اندازی کرده‌اند؛ که از جمله مهم‌ترین و متأخرین آن‌ها تصویب «نقشه جامع مهندسی فرهنگی کشور» در شورای عالی انقلاب فرهنگی است که می‌توان گفت در شرایط کنونی، جامع‌ترین و پرنفوذترین سند بالادستی کشور در حوزه فرهنگ به شمار می‌آید و تمامی اهداف، مبانی، حوزه‌ها، عرصه‌ها و قلمروهای فرهنگ را در خود جای داده و به صورت رسمی و قاطع مورد تأکید ارکان نظام جمهوری اسلامی قرار گرفته است. افزون بر هدف‌گذاری و تدوین نقاط و شرایط مطلوب فرهنگی، سند نقشه مهندسی فرهنگی کشور در بندها و موارد مختلف خود بر سازوکارهای مختلف مدیریتی، برنامه‌ای و اجرایی هم توجه داشته است تا فقط یک متن آرمانی و سرمشق نظری نباشد، بلکه به نحوه اجرا و پیاده‌سازی و شرایط پیشبرد اهداف هم توجه کند؛ از جمله نکات مورد توجه در این سند فرادستی، لزوم رصد و ترسیم تحولات فرهنگی به منظور برنامه‌ریزی برای تحقق آینده مطلوب بوده است (اصول نقشه مهندسی فرهنگی کشور، بند ۶، ص ۱۷).

تحلیل محتوای اجمالی این سند نشان می‌دهد که تصویب‌کنندگان دغدغه جدی در سامان‌دهی و اجرای یک نظام رصد و پایش تحولات فرهنگی در حوزه‌های مختلف داشته‌اند و حتی به‌طور مشخص بر رصد برخی حوزه‌ها مانند وضعیت خانواده (ص ۴۹)، جمعیت کشور (ص ۵۲)، وضعیت امنیت فرهنگی و اجتماعی (ص ۶۱)، گروه‌های مرجع، اسوه‌ها، اخلاق و رفتارهای اجتماعی آن‌ها (ص ۶۶)، آگاهی و دانش‌های عمومی در مورد سلامت، ایمنی، محیط‌زیست و تغذیه (ص ۷۲)، رصد مقابله هوشمندانه با محصولات فرهنگی هنری معارض با ارزش‌های اخلاقی، انسانی، اسلامی و انقلابی (ص ۷۳)، شرایط فرهنگی بین‌المللی (ص ۸۱ و ۸۷)، رصد سازمان‌ها، محصولات، رفتارها و رسانه‌های آسیب‌زا و مغایر با اصول مبانی و منزلت مکتب اهل بیت (ع) (ص ۸۲)، رصد مؤلفه‌های قدرت

فصل اول: طرح مسئله | ۵

نرم جبهه خودی و دشمن (ص ۹۳) و از این قبیل تأکید ویژه‌ای داشته‌اند. سیاست‌گذار به این منظور سازوکارهای لازم را هم در متن سند در نظر گرفته و در بند ۴ وظایف ستاد هماهنگی و راهبری اجرای نقشه جامع مهندسی فرهنگی کشور (به ریاست معاون اول رئیس‌جمهور)، وظیفه رصد و ترسیم تحولات فرهنگی را به عهده این ستاد گذاشته و آن را موظف کرده است تا با رصد و پایش مستمر و ارائه خروجی‌های آن، پیشنهادهای لازم را برای اصلاح و به‌روزرسانی سند به شورای عالی انقلاب فرهنگی - به‌عنوان متولی سند نقشه جامع - ارائه کند؛ یعنی شأن رصد را تا جایی رسانده است که در صورت لزوم می‌تواند منشأ تغییرات سطحی یا ماهوی در متن سند هم باشد. ستاد هماهنگی و اجرایی وظیفه مطالعات موردی و موضوعی در حوزه رصد را به‌صورت ثابت و دوره‌ای و از طریق اجرای پیمایش‌های جامع ملی و جز آن به عهده دارد و تمامی مراکز علمی، پژوهشی، اجرایی، نهادهای عمومی و مرکز آمار ایران (ماده ۲۵، تبصره‌های ۲ و ۳، ص ۹۱) باید با این ستاد همکاری کنند.

به این ترتیب، تدوین‌کنندگان سند حساسیت فراوان خود را نسبت به شرایط میدانی و عینی و تغییرات فرهنگی در حال وقوع یا رخ داده در عرصه واقعی و ملموس فرهنگی کشور نشان داده‌اند؛ که خود می‌تواند حاکی از دقت نظر آنان و البته حاصل تجربیات و غافلگیری‌ها و برخی غفلت‌های چند دهه گذشته باشد. متعاقب این مصوبه و تشکیل ستاد هماهنگی و راهبردی اجرای نقشه جامع مهندسی فرهنگی کشور در سال‌های اخیر و به‌منظور سامان‌دهی نظام رصد، مرکز رصد فرهنگی کشور نیز تحت نظر این ستاد و با مسئولیت وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال ۱۳۹۹ راه‌اندازی و دبیرخانه آن در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات تعریف شد. این دبیرخانه در اولین اقدامات خود برای طراحی نظام رصد، سیاهه‌ای از موضوع‌ها و مسائل قابل رصد و دارای اولویت را شناسایی کرد که یکی از آن‌ها «رصد وضعیت نهادها و سازمان‌های فرهنگی کشور» بود؛ البته ابعاد مختلف

وضعیت نهادهای فرهنگی ازجمله وضعیت نیروی انسانی، بودجه‌های فرهنگی، اثربخشی این سازمان‌ها و... نیز در جای‌جای این سیاهه قرار گرفته‌اند که حکایت از ضرورت رسیدگی به ابعاد مختلف موضوع دارد. شایان‌گفتن است که موضوع رصد سازمان‌های فرهنگی امر جدیدی نبوده و این دغدغه در شاخص‌های فرهنگی قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی (موضوع ماده ۱۶۲) نیز مطرح بوده است. همچنین در اسناد مختلف شورای عالی انقلاب فرهنگی، شورای فرهنگ عمومی و مهندسی فرهنگی کشور نیز بر ضرورت ارزیابی مستمر نهادها و سازمان‌های فرهنگی تأکید شده است و حتی طرح‌ها و پروژه‌های تحقیقاتی نیز در این زمینه به اجرا درآمده‌اند؛ به عبارتی، نظام حکمرانی کشور و محققان به اهمیت، ضرورت و لزوم پرداختن به وضعیت سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی کشور و آسیب‌ها و مشکلات آن‌ها گاهی به‌صورت کلی و تمام‌شماری، گاهی به‌صورت موضوعی (مثلاً نهادهای فعال در حوزه مسجد، ورزش یا امور بانوان و...) و یا در حد دستگاهی (مانند صداوسیما، سازمان تبلیغات اسلامی و...) امعان‌نظر داشته‌اند (برای مثال نک. شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۶؛ خاموشی و نظری، ۱۳۸۷؛ و صالح اولیاء، ۱۳۸۵). همچنین محققانی نیز به‌صورت برش‌های موضوعی به مشکلات نهادهای فرهنگی کشور پرداخته‌اند؛ برای مثال، طالب‌زاده (۱۳۹۹) به موضوع بودجه نهادهای فرهنگی، اشتریان (۱۳۹۱) به مسئله تداخل در میان دستگاه‌های متولی حوزه بانوان و یا حاجیانی (۱۳۹۱) به موضوع هماهنگی میان دستگاه‌های فرهنگی کشور توجه داشته‌اند که معمولاً این تحقیقات با سفارش مراجع سیاست‌گذار و نهادهای دولتی انجام شده‌اند.

در این میان و باوجود اهمیت ذاتی رصد وضعیت نهادها و سازمان‌های فرهنگی کشور، این مسئله ابعاد و سطوح مختلفی دارد و بسیار کلی و اجمالی است و از این‌رو، قابل رسیدگی و مطالعه نخواهد بود؛ مگر آنکه دغدغه‌ها و نگرانی‌ها و مسائل مختلف آن احصا شوند. به عبارتی، سؤال‌های متعددی

فصل اول: طرح مسئله | ۷

دربارهٔ رصد وضعیت نهادها و سازمان‌های فرهنگی قابل طرح‌اند که پاسخ‌گویی به همهٔ آن‌ها در یک گزارش و پژوهش امکان‌پذیر نیست؛ هرچند همهٔ این پرسش‌ها به‌نوبهٔ خود جدی و مهم‌اند و از منظر سیاست‌گذار و فرایند سیاست‌گذاری فرهنگی (و به‌طور مشخص‌تر، اعضای ستاد راهبری نقشهٔ مهندسی فرهنگی) باید مورد بررسی، رصد و پایش قرار گیرند. برای مثال، آیا اثربخشی و کارآمدی این نهادها در تحقق اهداف و منویات سند نقشهٔ جامع فرهنگی مؤثر است و باید در این زمینه کنترل، رصد و ارزیابی صورت گیرد؟ به این معنی که به چه میزان سازمان‌های فرهنگی در اجرا و به نتیجه رسیدن اهداف سازمانی و مأموریت‌های ذاتی خود (و در ذیل نقشهٔ جامع) توفیق یا عدم‌توفیق داشته‌اند؛ یا آیا هماهنگی درونی و بین‌سازمانی میان آن‌ها مهم است؟ آیا توان برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری و نیز کیفیت تدابیر آن‌ها برای پاسخ‌گویی به نیازهای مشتریان، مصرف‌کنندگان، مخاطبان و سیاست‌گذاران باید مورد ارزیابی و پایش قرار گیرد؟ آیا انطباق و سازگاری میان سازمان‌های فرهنگی با سایر دستگاه‌ها و نهادهای سیاسی و اقتصادی (به‌ظاهر غیرفرهنگی، اگر بتوان چنین تقسیم‌بندی را پذیرفت) مورد توجه است و باید مشکل یا ابهام را در همکاری‌های فرابخشی (بین بخش فرهنگ با سایر بخش‌ها) ملاحظه کرد؟

بدیهی است در اینجا سؤال‌های کلیشه‌ای و پرتکراری مثل رصد میزان اثربخشی یا کارآمدی یا بهره‌وری؛ رصد تفکر راهبردی یا مدیریت راهبردی؛ یا برنامه‌ریزی راهبردی نیز قابل طرح و پیگیری هستند. بنابراین ده‌ها سؤال برای رصد سازمان‌های فرهنگی می‌توانند مطرح شوند که هر کدام به جای خود مهم و ضروری‌اند؛ اما باید دید از دیدگاه سیاست‌گذار و برنامه‌ریز کلان کدام دغدغه یا مسئله مهم‌تر است و یا دست‌کم آنکه امکان بررسی آن وجود دارد و یا اینکه در حوصلهٔ یک پژوهش مختصر رصدی، با مختصات پژوهش پیش رو، قرار دارد. به این دلایل و به‌خصوص آنکه متن حاضر نخستین پژوهش رصدی در حوزهٔ سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی کشور است،

شایسته است در ابتدا و پس از مرور و سنخ‌شناسی طیف وسیع نهادهای فرهنگی فعال کشور یک چارچوب جامع برای رصد این سازمان‌ها ارائه شود و پس از آن، به وضوح و صراحت روشن شود که نویسنده در این وجیزه کدام بُعد یا سطح از مسئله سازمان‌های فرهنگی ایران را انتخاب کرده است و سایر محققان به کدام بُعد باید پردازند و یا با عمق بیشتری به آن اهتمام ورزند. شاید بتوان گفت پیچیدگی و پوشیدگی مسئله بیشتر به سبب تنوع و تکثر سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی کشور است و درست به همین دلیل، در گام بعدی مرور اجمالی به تنوع و گستره این سازمان‌ها خواهیم داشت.

• فصل دوم: تنوع سازمان‌های فرهنگی

ظهور مدیریت فرهنگی و ورود دولت (ها) به این عرصه به تشکیل دولت-ملت‌ها در دوران مدرن بازمی‌گردد. در این دوره، این ایده شکل گرفت که همه‌چیز باید در کنترل مدیریت و قدرت سیاسی قرار گیرد؛ و از جمله مهم‌ترین حوزه‌های جدید حکمرانی و عقلانیت حکومتی متجلی در سامان سیاسی دولت امروزی، برساخت هویت‌ها و سوژه‌سازی بود. سیاست فرهنگی، به‌منزله مهم‌ترین ابزار اعمال قدرت رسمی، در پی هدایت رفتارهای مردم توسط دولت بود (خالق پناه و سنایی، به نقل از دین، ۱۳۹۶: ۶۷).

بر مبنای رویکرد جدید، هویت و رفتار انسان چیزی است که می‌توان آن را تنظیم، هدایت و کنترل کرد؛ شکل داد و به‌سمت خاص هدایت کرد. از جمله مهم‌ترین اهداف دولت در عرصه سیاست‌گذاری فرهنگی همگن‌سازی هویتی برای تقویت قدرت ملی و یکپارچگی ملی بوده است. در ایران معاصر نیز ورود دولت به حوزه سیاست‌گذاری و مدیریت فرهنگی به قرن‌های ۱۲ و ۱۳ هجری شمسی و پس از مواجهه ایرانیان با غرب برمی‌گردد؛ و از نشانه‌های ظهور سیاست فرهنگی جدید تأسیس دارالفنون و چاپ روزنامه،

تأسیس انواع سازمان‌ها، نهادها و مؤسسات تمدنی، ترجمهٔ متون، بازخوانی تاریخ ایران و... بوده است. ورود رسمی دولت به حوزهٔ فرهنگ در ایران را باید به زمان انقلاب مشروطه (۱۲۸۵ ه.ش) برگرداند (همان). بر اساس این منطق، دولت‌ها در ایران به تدریج مجموعهٔ کمابیش کاملی از دستگاه‌های فرهنگی را ایجاد کرده‌اند تا انتخاب‌ها، مطلوب‌ها، ذائقه‌ها، خواسته‌ها، نیازها، تمایلات و سبک زندگی ایرانیان را شکل دهند و سازمان‌دهی کنند؛ و در آخرین تعبیرهای رسمی از آن به‌عنوان مهندسی فرهنگی یاد شده است. تشکیل سازمان‌های فرهنگی برای نخستین بار در کابینهٔ میرزا سلطانه‌علی‌خان، وزیر افخم، در تشکیلات وزارت علوم و با تأسیس انجمن معارف (یعنی نهادهای متکفل امور فرهنگی) آغاز شد؛ [انجمنی] که دارای ادارهٔ مدارس، ادارهٔ اوقاف، ادارهٔ مطبوعات، ادارهٔ حفريات موزه، ادارهٔ مطبوعهٔ دولتی و ادارهٔ ابنیهٔ عتیقه بود (قلی‌زاده، ۱۳۹۱: ۱۰۴). بعدها با تأسیس دولت‌های پهلوی اول و دوم و سپس جمهوری اسلامی، نهادها و سازمان‌های فرهنگی متعددی تشکیل و راه‌اندازی شدند که فضا و گفتمان حاکم بر هرکدام متفاوت بود. در نهایت پس از پیروزی انقلاب اسلامی (و پس از گذراندن تجربهٔ شورای عالی فرهنگ و هنر در سال ۱۳۴۶ و دوران پهلوی دوم)، شورای عالی انقلاب فرهنگی در سال ۱۳۵۹ و برای هماهنگی سازمان‌ها و دستگاه‌های فرهنگی کشور شکل گرفت. گفتمان اصلی یا دالّ مرکزی حاکم بر سیاست فرهنگی دوران پهلوی دوم یکپارچگی ملی و هویت اصیل ایرانی و در دوران پس‌انقلاب اسلامی و تحت تأثیر رویکرد مهندسی فرهنگی، فرهنگ اسلامی-ایرانی، روحیهٔ انقلابی، زبان فارسی، معنویت‌گرایی، خانواده‌گرایی و مانند آن‌ها بوده است.

طراحی، تدوین و پیاده‌سازی اهداف، سیاست‌ها، فرایندها و راهبردها از معبر سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی عبور می‌کند و حتی معنی و مفهوم می‌یابد؛ اعم از اینکه این نهادها ماهیت و جایگاه حاکمیتی داشته باشند یا در درون قوهٔ مجریه باشند و حتی در حوزهٔ عمومی و مدنی قرار گرفته باشند. بنابراین

فصل دوم: تنوع سازمان‌های فرهنگی | ۱۱

مروری اجمالی بر مفهوم و انواع سازمان‌های فرهنگی ضروری است. یکی از وجوه متمایز جوامع امروزی تقسیم‌کار پیچیده و بی‌شمار است؛ به عبارتی برحسب نیازها و تقاضاها و اقتضائات، انواع حرفه‌ها، مشاغل و تخصص‌ها پدید آمده‌اند و هرگاه دو یا چند نفر به طریق هماهنگ‌شده‌ای برای رسیدن به هدف‌های مشترک همکاری و اشتراک مساعی کرده‌اند، سازمانی را تشکیل داده‌اند. از این‌رو، سازمان‌دهی به ایجاد طرح و الگویی مربوط می‌شود که در چارچوب آن بتوان امور (نیازها، تقاضاها و مسائل) را به اجزای قابل اجرا به‌گونه‌ای تقسیم کرد که رسیدن به هدف به بهترین وجه تسهیل شود؛ بنابراین مفهوم سازمان با تقسیم‌کار بسیار نزدیک است و ارتباطی جدانشدنی دارد. در یک سازمان باید فعالیت‌ها و مأموریت‌ها شناسایی و تعیین شوند، هر فعالیت به گروهی واگذار شود و تفویض اختیار مناسب با مسئولیت صورت گیرد. سازمان‌دهی امور گاهی بر مبنای تعداد افراد یا تعداد مخاطبان و خدمت‌گیرندگان، زمان، وظایف حرفه‌ای و تخصصی، مناطق جغرافیایی، نوع مشتریان، نوع محصولات و گاهی برحسب پروژه‌ها یا دستورکارهای مشخص و مقطعی انجام می‌شود. با تسامح می‌توانیم یک سازمان را به‌مثابه سیستمی در نظر بگیریم که آرایش منظم اجزا و عناصر را به‌منظور تأمین هدفی مبتنی بر برنامه طراحی‌شده دنبال می‌کند. سازمان‌ها دارای شکل‌های مختلفی از ساده تا ماتریسی و شبکه‌ای هستند. سازمان‌ها ضمن برخورداری از یک نظام تقسیم‌کار باید دارای حداکثر هماهنگی نیز باشند. هماهنگی به معنی مجموعه‌ای از روش‌ها برای همراه کردن و نزدیک‌سازی فعالیت‌های تقسیم‌شده است. در واقع در جریان هماهنگی، همبستگی و ارتباط متقابل و تعاملی میان اجزای سازمان، اجزای فرایند یا اجزای فعالیت شکل می‌گیرد. اداره امور سازمان‌ها، طی چند دهه گذشته، دچار تغییرات پارادایمی (انگاره‌ای) مهمی شده است؛ به این نحو که از اداره به مدیریت و سپس به حکمرانی و به‌تازگی به فراحکمرانی متحول شده است؛ که در معنای اخیر، فراحکمرانی اشاره به اعمال مدیریت بر مبنای مشارکت شبکه وسیع کنشگران

مرتبط با مسئله است (عظیمی، ۱۳۹۷: ۱۵).

هر سازمان، به‌مثابه کارگزار نظام سیاسی و بخشی از دیوان‌سالاری آن، باید دارای کارایی^۱ و نیز اثربخشی (کارآمدی)^۲ باشد. کارایی به‌معنای تناسب ورودی (منابع و...) با خروجی‌ها (محصولات، تصمیمات و...) باشد که بیشتر ابعاد و مسائل درونی سازمان مانند انجام [دادن] درست کارها، حل مشکلات درون سازمان، حفظ منابع و انجام [دادن] صحیح مأموریت‌های تعریف‌شده را دربرمی‌گیرد؛ اما اثربخشی یا کارآمدی معطوف به نیل به اهداف سازمانی یا ملی و دستیابی به نتایج از طریق انجام [دادن] کارهای درست است؛ در کارآمدی، «توفیقات نهایی» ملاک محاسبه است (لاریجانی، ۱۳۷۴: ۴۳)؛ برای مثال، رضایت مشتریان و مردم، تأمین خواست و منافع اقشار مختلف ملاک عمل است. کارآمدی عبارت است از موفقیت در تحقق اهداف، کارویژه‌ها با توجه به امکانات و منابع (پورسعید، ۱۳۹۹: ۲۲).

به‌طور مشخص، سازمان‌های فرهنگی بخشی از نظام اداری^۳ هستند که به‌مثابه تنظیم‌کننده فعالیت‌های فرهنگی برای نیل به هدف‌های تعیین‌شده عمل می‌کنند و ضمن ایجاد هماهنگی بین بخش‌های مختلف، بستر و شرایط برای حسن جریان امور را فراهم می‌سازند. این سازمان‌ها زیرنظامی از جمهوری اسلامی هستند که پیگیر تحقق مأموریت‌های کلی نظام هستند. هر نظام اداری به‌مثابه کارگزار حکومت دست‌کم دارای ۴ خرده‌نظام انسانی، مدیریتی، قوانین و مقررات و مالی است؛ درواقع، نظام اداری و سازمان‌های موجود در آن ماشین اجرای حکومت به حساب می‌آیند (میرمحمدی و حسین‌پور، ۱۳۹۰). ماهیت و مأموریت سازمان‌های فرهنگی به‌طورکلی توسعه و گسترش فضاها، صنایع و محصولات فرهنگی از یک‌سو و تثبیت و تعمیق ارزش‌ها و باورهای فرهنگی، اخلاقی، اجتماعی و سیاسی هر نظام اجتماعی در چارچوب سیاست‌ها و هدف‌گذاری‌های کلان از دیگر سو است.

1. Efficiency

2. Effectiveness

3. Administrative System

فصل دوم: تنوع سازمان‌های فرهنگی | ۱۳

این سازمان‌ها معمولاً برای خود رسالت و وظایفی هنجاری تعریف می‌کنند (یا باید تعریف کنند). در مقام مقایسه، سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی را می‌توان با سازمان‌های اقتصادی صنعتی (تولیدی)، خدماتی، سیاسی (حاکمیتی) و قضایی مقایسه کرد؛ این سازمان‌ها مأموریت‌ها، وظایف و کارویژه‌های خاصی در حوزه فرهنگ، معناسازی و معنابخشی به عهده دارند. سازمان‌های فرهنگی به دلیل حوزه‌های مختلف فرهنگ و نیز نیازها، تقاضاها، اقتضائات و شرایط خاص جمهوری اسلامی، انقلاب اسلامی و نیز جامعه ایران و دغدغه‌های سالیان اخیر بسیار متنوع‌اند و گسترده‌تری فراوانی دارند؛ و همین مسئله باعث شده است که تقسیم‌بندی و سنخ‌شناسی آن‌ها دشوار باشد؛ برخی آمارها از فعالیت حدود ۴۵۵ نهاد فرهنگی در ایران حکایت می‌کنند (طالبزاده، ۱۳۹۹: ۱۱) به نقل از گودرزی و شیخ‌زاده، ۱۳۸۸: ۱۲۰). به‌طور سنتی می‌توان سازمان‌های فرهنگی کشور را بر اساس حوزه‌ها یا زمینه‌های فعالیت (هنر، میراث فرهنگی، علم و دانش، زبان و ادبیات، کتاب، دین، ورزش و...) تقسیم‌بندی کرد. در این نوع تقسیم‌بندی، سازمان‌های فرهنگی از حیث نوع محصولات، مراحل فعالیت و نوع ارتباط با مخاطبان نیز دسته‌بندی می‌شوند؛ مواردی که توسط سازمان ملل، یونسکو، سازمان برنامه‌و بودجه و این طبقه‌بندی‌ها ارائه شده‌اند (اولیاء، ۱۳۸۵: ۲۷۶). نهادهای فرهنگی را به‌مثابه نهادهای هنجارساز که مولد و مروج هنجارهای سیستم خودی هستند و به واکنش‌دهی و حاملان هنجارهای خودی (اجتماعی کردن) و رفع تهدید هنجارهای رقیب مشغول‌اند (وکیلی، ۱۳۸۸: ۲۰۰-۲۰۴)، می‌توان به سه دسته نهادهای سیاست‌گذار (مثل شورای عالی انقلاب فرهنگی، مجلس شورای اسلامی، هیئت‌دولت و مجمع تشخیص مصلحت نظام)، مجریان سیاست‌های فرهنگی (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت آموزش و پرورش، صداوسیما، سازمان تبلیغات اسلامی و...) و سازمان‌ها و مؤسسات تخصصی (مثل دانشگاه‌ها، فرهنگستان‌ها، خبرگزاری‌ها، مراکز افکارسنجی و...) تقسیم کرد (نائینی،

۱۳۸۹: ۲۵). همچنین سازمان‌ها را از نظر نوع فعالیت می‌توان در دو حوزه فعالیت در قلمرو داخلی (سرزمین و اتباع خودی) و در قلمرو خارجی (اتباع و افکار عمومی بیگانگان) بازشناسی کرد.

امیرمسعود مظاهری (۱۳۸۹) در تفکیک حرفه‌ای‌تر، نهادها و سازمان‌های فعال فرهنگی را به دو دسته کلان حاکمیتی و اجرایی تقسیم کرده است. فعالیت‌های حاکمیتی شامل سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، نظارت، هدایت و حمایت و فعالیت‌های اجرایی هم مشتمل بر پژوهش، آموزش و ترویج، صدور مجوز فعالیت و اجرای فعالیت‌ها می‌شود (امیر مظاهری، ۱۳۸۹: ۱۲). جلالی و موسوی (۱۳۸۵) نیز با تأکید بر گونه‌شناسی نهادهای فرهنگی فعال در حوزه دین، آن‌ها را به ۳ طبقه تقسیم کرده‌اند؛ شامل ۱) دستگاه‌هایی که حیطة وظیفه یا مأموریت آن‌ها کاملاً در حوزه دین است و بودجه سالانه‌شان از محل اعتبارات بودجه سنواتی تأمین می‌شود؛ ۲) دستگاه‌هایی که افزون بر دین در سایر حوزه‌ها هم فعال هستند و از منابع بودجه عمومی استفاده می‌کنند؛ و ۳) دستگاه‌ها یا نهادهایی که تمام یا بخشی از آن‌ها در فعالیت‌های دینی قرار دارند، اما اعتبارات آن‌ها خارج از بودجه عمومی است یا این نهادها خارج از فصل‌های چهارگانه بودجه (فرهنگ، هنر، ارتباطات و اطلاعات) تأمین مالی می‌شوند. بنابراین ایشان دستگاه‌ها را به دو دسته کاملاً فعال در حوزه مذهبی یا فعال در سایر حوزه‌ها و نیز تأمین مالی کامل از منبع بودجه یا تأمین از سایر منابع تقسیم کرده‌اند (جلالی و موسوی، ۱۳۸۵: ۱۱۴).

به تأسی از پژوهش آزاد و منوری (۱۳۹۱) درباره مضامین اسناد فرهنگی بالادستی، می‌توان سازمان‌های فرهنگی کشور را به لحاظ محتوا و ماهیت فعالیت و سرمشق‌های سیاستی به سه گونه سازمان‌های با سرمشق شریعت‌گرا، واقع‌گرا و توسعه‌گرا از یکدیگر بازشناسی کرد. سازمان‌ها با سرمشق شریعت‌گرا در پی تدوین و تحقق هنجارها و ترسیم فرهنگ والا از منظر شریعت اسلام هستند؛ سازمان‌ها با سرمشق واقع‌گرا به دنبال

فصل دوم: تنوع سازمان‌های فرهنگی | ۱۵

پیاپیاده‌سازی هنجارهای عرفی مثل ترویج فرهنگ کار و عدالت‌طلبی هستند؛ و سازمان‌های با سرمشق توسعه‌گرا نیز دغدغه هنجارهای فرهنگی موردنیاز برای توسعه و پیشرفت کشور را دارند (آزاد و منوری، ۱۳۹۱).

برای تدقیق بیشتر می‌توان نهادها و سازمان‌های فرهنگی کشور را به سه دسته کلان سازمان‌های بزرگ‌مقیاس (به‌لحاظ حجم نیرو، گستردگی مأموریت‌ها و جایگاه اداری) مانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت آموزش و پرورش، صداوسیما و سازمان تبلیغات اسلامی؛ سازمان‌های تخصصی (به‌معنای دارا بودن مخاطب خاص یا رشته محدودی از فعالیت‌ها) مثل ستاد امور مساجد، سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، وزارت ورزش، ستادهای نماز جمعه یا کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان؛ و درنهایت، مجامع و مراکز تصمیم‌گیری مثل دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، شورای فرهنگ عمومی، شورای عالی فضای مجازی، شورای ایرانیان خارج از کشور، شورای عالی آموزش و پرورش از این قبیل تقسیم کرد. در گروه دوم نهادها و مؤسساتی را می‌توان قرار داد که در حوزه‌های امور جوانان، زنان، اهل سنت، فضای مجازی، دینی، رسانه‌ای و خبری، خانواده، شهری و زیارت فعالیت می‌کنند. تفکیک نهادها به‌لحاظ مقیاس جغرافیایی هم مفید و قابل اشاره است که نهاد‌های فرهنگی وابسته به شهرداری را از نهاد‌های ملی تمایز می‌بخشد (حاجیان، ۱۳۹۱: ۲۸۰). به همین منوال می‌توان نهاد‌های فرهنگی کشور را در چهار سطح خصوصی، مدنی (بخش عمومی)، دولتی (قوه مجریه) و حاکمیتی یا حکومتی (مرتبط با رهبری نظام) معرفی کرد.

غرض از این اشارات، نشان دادن گستردگی و تنوع سازمان‌های فرهنگی در بطن نظام اداری کشور و خارج از آن است تا مشخص شود با یک نظام دیوان‌سالاری یا بوروکراتیک بسیار متنوع و گسترده روبه‌رو هستیم.

۰ فصل سوم: چارچوب رصد سازمان (های) فرهنگی

به‌طور مشخص، دغدغه سیاست‌گذار کلان در سطح ملی دربارهٔ رصد سازمان‌های فرهنگی کشور چیست؟ پاسخ کلی این سؤال ارائه، بیان و توصیف کمابیش جامعی از وضعیت، موقعیت، شرایط، عملکرد و اثربخشی این سازمان‌ها می‌تواند باشد. به‌عبارتی، مدیران ارشد کشور باید همواره برداشت و تصور روشنی از کم‌وکیف فعالیت‌های سازمان (های) فرهنگی داشته باشند؛ چراکه سازمان‌های فرهنگی به‌مثابه کارگزاران سیاست‌های کلان (و در اینجا نقشهٔ جامع مهندسی فرهنگی) وظیفهٔ پیشبرد و عملی کردن این سیاست‌ها را به عهده دارند. به‌عبارتی گفتمان، سند و اهداف فرهنگی نظام بدون در نظر گرفتن ساختارهای سازمانی و کارگزاران در عمل صامت و بدون تحرک خواهند ماند. بنابراین هر هدفی از هر سیاست و تدبیری برای آنکه محقق شود، نیازمند وجود دستگاه یا مرجعی عینی برای اجرا و پیاده‌سازی است تا با اهتمام و جدیت، امکان تحقق عملی اهداف را فراهم سازد. اهمیت سازمان‌های فرهنگی و نظام کارگزاری تا آنجاست که می‌توان گفت ساختارهای سازمانی شکل عینی و تحقق‌یافتهٔ نظام فکری (نقشهٔ

جامع مهندسی فرهنگی) هستند و در صورت نبود آن‌ها، زمینه‌ای برای بیان و اجرای این اسناد بالادستی فراهم نخواهد شد. بر این اساس باید تاحدامکان به سمت تدوین یک مدل (سرمشق) فراگیر پیش رفت تا بتوان یک تصویر جامع، گویا، آشکار، واضح و همه‌جانبه را از اوضاع و احوال سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی کشور ارائه کرد و پس از آن، به قضاوت و ارزشیابی و تحلیل مضامین نقشه مهندسی فرهنگی (در حوزه سازمانی) نائل آمد. در همین ابتدا باید گفت متأسفانه به دلیل تنوع سازمان‌ها و تکرر مأموریت‌ها، تدوین یک مدل جامع و کامل برای رصد همه سازمان‌های فرهنگی امکان‌پذیر نیست؛ به خصوص آنکه ما در حال بحث درباره موضوع‌های به شدت پیچیده فرهنگی‌ای هستیم که نمی‌توان همه آن‌ها را در یک ظرف واحد قرار داد و تحلیل کرد. به سخن دیگر، نمی‌توان به یک مدل جامع و کامل برای رصد همه سازمان‌های فرهنگی دست یافت و این مدل باید متناسب با اقتضائات هر سازمان تدوین شود؛ با این‌همه، نمی‌توان از دغدغه ارائه یک مدل جامع برای رصد فرهنگی سازمان‌ها چشم‌پوشی کرد.

مبانی نظری برای رصد سازمان‌های فرهنگی

چارچوب یا مدل رصد جامع سازمان‌های فرهنگی کشور از چند خاستگاه نظری پیروی می‌کند. نخست آنکه سازمان‌های فرهنگی مانند سایر نهادهای اداری، حکومتی و عمومی باید در جهت «توسعه پایدار و متوازن ملی» عمل کنند؛ یعنی عملکرد، ساختار و رفتار سازمان‌های فرهنگی موجب بهبود زندگی آحاد شهروندان، دسترسی عادلانه مردم و برطرف کردن نیازهای اساسی کنشگران شود (فتاحی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۷-۱۹)؛ به‌طور مشخص، عملکرد و وضعیت سازمان‌های فرهنگی نباید در حد خود و بی‌توجه به سایر ابعاد نظام کلان ملی ارزیابی و بررسی شود. مبنای دیگر «نظریه توانمندسازی سازمان‌ها» است؛ یعنی وضعیت سازمان‌ها را با اعتنا و بر اساس میزان توانایی و قابلیت آن‌ها باید مورد بررسی قرار داد. سازمان‌های با قابلیت

قوی سازمان‌هایی هستند که در آن‌ها عواملان به اقداماتی دست می‌زنند که اهداف هنجاری سازمان را پیش می‌برند. سازمان‌های با قابلیت ضعیف، ضمن عدم یا ضعف در پیگیری اهداف هنجاری در سطح ملی و سازمانی، سازمان‌هایی هستند که نمی‌توانند ظرفیت، منابع و انگیزه‌های لازم را برای عواملان خود فراهم کنند تا آن‌ها بتوانند اقداماتی را انجام دهند که اهداف اعلام‌شده سازمان را پیش ببرند. این قابلیت در چند سطح قابل بررسی است:

- قابلیت ایدئال: سازمان یا عوامل اجرایی (کارگزاران حکومت) بهترین اقدام ممکن در دسترس را انجام می‌دهند و در نتیجه، دستاورد سیاستی حاصل می‌شود.
- قابلیت سیاست: عامل به‌درستی و فقط کاری را انجام می‌دهد که فرمول سیاست (در بحث ما نقشه جامع مهندسی فرهنگی) تجویز می‌کند و فرمان می‌دهد.
- قابلیت واقعی: آنچه در صحنه عمل و هنگام تصمیم‌گیری عواملان اتفاق می‌افتد.
- قابلیت صفر: حالتی که هیچ سازمانی وجود نداشته باشد.
- قابلیت منفی: نبود هرگونه سازمان و کارگزار حکومتی (اندر روزا، پریچت^۲ و وولکاک^۳، ۱۳۹۸: ۱۴۶-۱۴۷).

مضمون این نظریه یا ایده آن است که پیاده‌سازی و اجرای منویات نقشه جامع مهندسی فرهنگی از کیفیت سازمان‌های مجری آن تأثیر می‌پذیرد. قابلیت سازمانی ضعیف برای اجرای سیاست‌های کلان (فرهنگی) دو پیامد عملی دارد: واقعیت اداری^۴ به چیزی خیالی^۵ یا دروغ تبدیل می‌شود؛ و پیامدهای اصلاح سیاست در شکل قانونی آن به‌ویژه تغییر در فرمول سیاست کاملاً

1. Andrews

2. Pritchett

3. Woolcock

4. Administrative Fact

5. Fiction

پیش‌بینی‌ناپذیر هستند (همان، ۱۴۹). در واقع، در شرایط نبود سازمان‌های فرهنگی دارای قابلیت، سند نقشه جامع مهندسی فرهنگی فقط یک «قانون روی کاغذ» است؛ یعنی فقط یک چرخش قلم بدون توجه به قابلیت‌های واقعی در اجرا رخ داده است. البته در انواع نمودارهای سازمانی مدرن، مقررات چشم‌نواز و زیبا و نیز طرح‌های عالی اعلام‌شده (اما ظاهری) مشاهده می‌شوند. خلاصه آنکه فاصله بین آنچه طراحان نقشه در خیال و در سر پرورنده‌اند و آرزوی رسیدن به آن‌ها را داشته‌اند و آنچه در عمل می‌تواند انجام پذیرد یا انجام پذیرفته است، بیشتر و بیشتر می‌شود. عواملان و کارگزاران در سطح سازمان‌ها سیاست‌های کلان را جاه‌طلبانه و خیالی می‌دانند و از این‌رو، سازمان به‌سمت ادای هم‌شکلی حرکت می‌کند و بین سرمشق خیالی (در سند بالادستی) و مشق واقعی (در صحنه عمل) فرایند جدا شدن آغاز می‌شود. این واگرایی باعث می‌شود سازمان پشت مناسک اداری هم‌شکلی پنهان شود تا اقدامات خود را توجیه کند؛ و به دنبال کسب مقبولیت هنجاری می‌رود (همان، ۱۱۶). این شرایط گاهی ناشی از بلندپروازی در تدوین سیاست‌های کلان است و گاهی ناشی از انتظارات غیرواقعی از سازمان‌های مجری‌ای که قابلیت، تحمل و ظرفیت کافی برای اجرای آن سیاست‌ها را ندارند. در واقع، سازمان زیر فشار مضاعفی قرار می‌گیرد و تحمل بار سنگین اجرای سیاست را ندارد. در این اوضاع، سازمان‌های فرهنگی با ترکیب شکست قابلیت و حفظ دست‌کم ظاهر قابلیت (و اغلب اوقات برای حفظ مشروعیت و منافع ناشی از آن) ادعای هم‌شکلی می‌کنند یا ادای آن را درمی‌آورند؛ در نتیجه، نظام اجرایی و اداری (در شرایط حاد ضعف قابلیت مفرط) دچار فروپاشی می‌شود و سیستم دولتی، عمومی یا خصوصی به دایرةالمعارفی از شکست‌ها تبدیل می‌گردد.

مفهوم یا رویکرد نظری دیگر برای رصد سازمان‌های فرهنگی الگوی فراحکمرانی یا «حکمروایی حکمروایی» است. فراحکمرانی به معنای

حکمروایی ترکیبی از الگوهای شبکه، سلسله‌مراتب و بازار است. این ابزاری است که به‌وسیله آن می‌توان درجه‌ای از حکمروایی هماهنگ را با طراحی و مدیریت ترکیب منطقی سلسله‌مراتب، بازار و شبکه با هدف دستیابی به بهترین پیامدهای ممکن برای بخش عمومی ایجاد کرد. به این دسته از مدیران یا سازمان‌ها فراحکمروایان^۱ گفته می‌شود (عظیمی، ۱۳۹۷: ۱۳). فراحکمروایی به‌دنبال تسهیل، مدیریت و جهت‌دهی به سیاست‌گذاری چندجانبه است؛ اما این مهم از روش‌های غیرآمرانه، منعطف، تعاملی و متعادل دنبال می‌شود. ابعاد موضوعی فراحکمروایی عبارت‌اند از: هدایت کردن، اثربخشی، تأمین منابع، دموکراسی، محاسبه‌پذیری و مشروعیت‌بخشی. هدایت کردن به‌معنای تنظیم‌گری؛ اثربخشی به‌دنبال تحقق اهداف کلان و عملیاتی؛ تأمین منابع معطوف به رهبری و اقتدار، تخصیص منابع اداری و مالی و تخصصی، اطلاعات و ظرفیت انتشار قوانین و شکل‌دهی به قواعد و هنجارها؛ دموکراسی مستلزم التزام به قواعد دموکراتیک و هنجارهای آن؛ محاسبه‌پذیری ناظر بر مسئولیت‌پذیری و شفافیت؛ و مشروعیت‌بخشی هم به‌معنی عادلانه بودن رویه‌ها و پرهیز از اعمال زور و قدرت است (همان، ۱۸-۲۷). در وضعیت حکمروایی، سازمان (ها) به‌صورت شبکه‌ای خودسازمان‌ده^۲، یکپارچه، دارای وابستگی متقابل، با رعایت ظرفیت‌های داخلی سازمان‌ها و نهادهای درگیر در مسئله و با هدف «بسیج کردن اثرگذاری‌ها» عمل می‌کنند. در این فضا به مهارت‌های بین‌فردی، خلاقیت‌ها، هم‌نوایی، ظرفیت‌سازی، شبکه‌های حل مسئله و در کل، شبکه‌سازی و مشارکت بازیگران توجه می‌شود.

مفهوم کارآمدی به سودمندی، اثربخشی، کارایی، مفید بودن و خدمت کردن و توانائی نفوذ و تأثیر مربوط می‌شود. به‌طور دقیق‌تر، پیاده‌سازی عملی اهداف و کارویژه‌های در نظر گرفته‌شده برای سازمان و میزان دستیابی به مقاصد از پیش طراحی‌شده را می‌توان کارآمدی دانست. پرواضح است که

1. Metagovernance

2. Regulation

درجه کارآمدی تحت تأثیر گفتمان (نظام فکری) حاکم بر سازمان، ساختار سازمان، کارگزاران (نظام مدیریت)، ارتباطات درونی و بیرونی سازمان و در نهایت قدرت و توانایی (یا قابلیت اجرایی) قرار دارد (خلیلی، ۱۳۹۹: ۴۷-۴۹). کارآمدی را در ۴ سطح می‌توان بررسی کرد: در سطح ایده که به معنی معضل‌گشایی، بن‌بست‌شکنی و افق‌گشایی است؛ در سطح ساختاری که دربرگیرنده ابعادی مثل انطباق با ایده‌ها و ارزش‌ها، امکان پیش‌بینی تغییرات و انعطاف‌پذیری است؛ در سطح کارگزاران که معطوف به شاخص‌هایی مثل مهارت‌های فنی-تکنیکی، مهارت‌های انسانی و مهارت‌های ادراکی است؛ و در نهایت، در سطح رفتار که مبین میزان انطباق رفتارها با ایده‌ها (سیاست‌های کلان) کارایی و اثربخشی است (قیصری و قربانی، ۱۳۹۴: ۷). در کارآمدی یا اثربخشی، تمرکز اصلی بر اهداف و دستاوردها در راستای هدف‌گذاری و سیاست‌های کلان قرار گرفته و دغدغه همیشگی مدیران سازمان اطمینان از هماهنگی و هم‌راستایی اقدامات اجرایی با اهداف است. بدیهی است که در ادبیات جدید، این مهم باید از طریق تحریک و به میدان آوردن همه منابع، توانمندسازی بازیگران، کاهش تنش‌های مخرب و حاشیه‌ای، تسهیل همکاری پایدار و نهادینه‌سازی فرایندهایی که خوب کار می‌کنند و از این قبیل سازوکارهای صالح و شایسته دنبال شود.

یک نقطه عزیمت دیگر برای تدوین چارچوب رصد سازمان‌های فرهنگی، مفهوم «اجرایی کردن سیاست‌های عمومی» است؛ چراکه سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی وظیفه اجرا و پیاده‌سازی سیاست‌های کلان را به عهده دارند. پیاده‌سازی و اجرا مراحل چهارم و پنجم سیاست‌گذاری هستند؛ و در واقع، اجرا جایی است که «چرخ‌های هواپیما با آسفالت باند تماس می‌گیرند».

موفقیت‌آمیز بودن اجرای اهداف و منویات مطرح‌شده در سند نقشه جامع مهندسی فرهنگی به وجود برخی ویژگی‌ها در سازمان و نهادهای فرهنگی، به‌عنوان مجریان سیاست‌ها، منوط است؛ از این‌رو، مجریان و مقامات

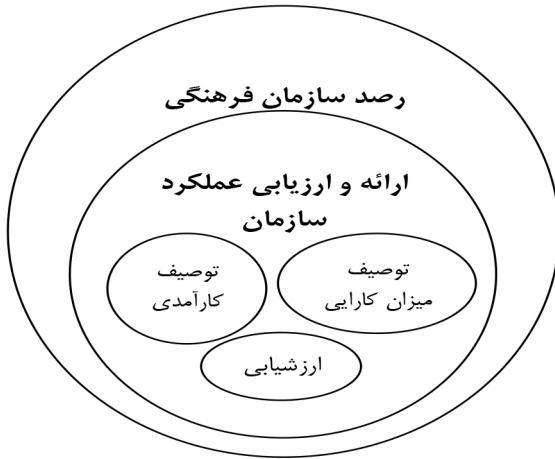
اجرائی باید دارای صفات و معیارهایی همچون متعهد بودن به اهداف برنامه و سند، مهارت، اختیارات، روابط شخصی قوی، علاقه، تعهد و حمایت نسبت به سیاست‌ها، اعتماد، انگیزه و اراده و اهتمام، مهارت تجربه و تعهد، جلب مشارکت ذی‌نفعان و ادراک و تفسیر درست باشند. افزون بر صفات مدیران، ساختارها و سازمان‌های اجرائی هم باید دارای هماهنگی و کنترل، شفافیت فرایندها، نظارت مناسب، پاسخ‌گویی به مردم، ارتباطات سریع و شفاف و دوطرفه، ظرفیت اداری مناسب، فرهنگ سازمانی همسو، تشکیلات حقوقی و وابستگی متقابل سازمان‌ها به همدیگر باشند. آنچه در این بین مهم است، محیط و شرایط مناسب برای اجرا و منابع و ابزارهای لازم است که سیاهه یا فهرست کامل آن‌ها در پژوهش کمالی و همکاران ارائه شده است (کمالی، شیخ‌زاده جوشانی و احمدی‌نژاد، تابستان ۱۳۹۹).

برخی ملاحظات روش‌شناختی در رصد سازمان‌های فرهنگی

با یادآوری اینکه مدل یا چارچوب ارائه‌شده برای همه سازمان‌های فرهنگی اطلاق‌پذیر نیست و اجرای آن باید با توجه به شرایط خاص هر سازمان انجام پذیرد، توجه به چند نکته در مقام رصد مهم است:

نسبت رصد با ارزیابی عملکرد رصد توصیف، برآورد و بیان وضعیت موجود سازمان است. بنابراین رصد شامل و جامع‌تر از عملکرد سازمان است؛ یعنی هم عملکرد سازمان را بیان می‌کند و هم عملکرد سازمان در مقابل تحلیل ارزیابی می‌شود. در کار رصد، افزون بر ارائه عملکرد سازمان، ارزیابی عملکرد سازمان هم بیان می‌شود؛ البته اگر ارزیابی پیش‌تر انجام شده و در دست باشد؛ چون ارزیابی عملکرد و روش‌های آن اقدام و کار مستقلاً است، اما یافته‌های آن بی‌تردید باید در رصد سازمان مورد استفاده قرار گیرند؛ و اگر هم انجام نشده باشد، باید به‌نحوی و در سطحی نسبت به ارزیابی عملکرد و انطباق فعالیت‌ها با اهداف و راهبردهای پیش‌بینی‌شده در نقشه اقدام شود.

افزون بر ارائه و ارزیابی عملکرد سازمان و اثربخشی آن، باید ارزشیابی عملکرد هم انجام شود؛ یعنی نوع قضاوت و نتیجه‌گیری (خوب/بد) از درجه کارآمدی هم انجام شود. به‌طور دقیق، باید نسبت به درجه ورودی و نزدیکی اقدامات، برنامه‌ها و عملکردهای سازمان با اهداف و راهبردهای نقشه ارزیابی و قضاوت صورت پذیرد.



شکل شماره یک: اجزای رصد سازمان‌های فرهنگی

باید احتیاط کرد که در بخش عملکرد سازمان و خروجی آن‌ها، به ارزشیابی همه حوزه‌های فرهنگ و ادار نشویم و در این عرصه درنغلطیم، چراکه بالاخره تمام راهبردها و اهداف سند به یک سازمان مربوط می‌شوند؛ به عبارتی، همه رصد فرهنگی کشور به رصد سازمان‌های فرهنگی تقلیل نیابد.

مبنای رصد و قضاوت (ارزشیابی) عملکرد سازمان‌ها مبانی، چشم‌انداز، اهداف، اولویت‌ها و به‌طور مشخص راهبردها و اقدامات مطرح‌شده در نقشه مهندسی فرهنگی کشور (فصل ششم) است.

روش‌شناسی رصد ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی یا آمیخته است.

یکی از مشکلات اصلی در رصد سازمان‌های فرهنگی آن است که برخی از

مؤسسات و سازمان‌ها به لحاظ اداری و تشکیلاتی، خود زیرمجموعهٔ یک نهاد بزرگ‌تر به شمار می‌روند؛ مانند سازمان تقریب مذاهب اسلامی یا مجمع جهانی اهل بیت که زیرمجموعهٔ سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی هستند. از این رو، امکان رصد و نظارت بر عملکرد این گونه سازمان‌ها دشوار است. مشکل اصلی آن است که بسیاری از موضوع‌ها، مسائل، اهداف، راهبردها و اقدامات مطرح شده در سند توسط تعداد زیادی نهاد یا مؤسسه پیگیری می‌شوند؛ برای مثال مسائل زنان، جوانان، دین‌داری، سرمایه فرهنگی، سبک زندگی و... فقط در ارتباط با یک سازمان خاص فرهنگی قرار نمی‌گیرند. این مسئله کار رصد سازمان فرهنگی و ارزیابی عملکرد آن را دشوار می‌کند. باید دقت کرد فعالیت‌ها و اقدامات سازمان(ها) ناگزیر «و به خودی خود» هدف نیستند و نباید دربارهٔ اهمیت آن‌ها در رصد اغراق کرد.

برخی از دستگاه‌ها و سازمان‌ها مخاطب عمومی دارند، مثل صداوسیما؛ و برخی مخاطبان خاص دارند، مثل آستان قدس رضوی (زوار و مجاوران) و یا سازمان حج و زیارت (زوار و زائرین) یا ستاد اقامهٔ نماز؛ برخی دستگاه‌ها مانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز دارای طیف وسیع فعالیت هستند. مخاطب برخی سازمان‌ها در رصد قابل دسترسی نیستند؛ مثل کارکنان نیروهای مسلح (برای سازمان‌های عقیدتی سیاسی) یا ایرانیان خارج از کشور (برای شورای ایرانیان خارج از کشور) و از این قبیل.

برخی از نهادها فقط وظیفهٔ سیاست‌گذاری یا هماهنگی دارند (مثل شورای فرهنگ عمومی، شورای عالی فضای مجازی و...). بنابراین تمرکز رصد در این نهادها بر شاخص‌های سیاست‌گذاری و هماهنگی خواهد بود. برای رصد اثربخشی و توفیق‌های نهایی سازمان(ها)، باید مخاطبان هر سازمان و مأموریت‌های صریح (یا تلویحی) آن را مدنظر قرار داد. قشربندی مخاطبان یا سنخ‌شناسی آن‌ها با توجه به اهداف و ماهیت سازمان و هدف‌گذاری‌های خاص برای هر سازمان تشخیص داده می‌شود؛ باید دقت کرد که هدف نهایی در بسیاری از فعالیت‌ها، تغییر اصلاح یا تثبیت

ذهنیت‌ها و رفتارهاست.

در انتخاب شاخص‌ها باید دقت کرد که شاخص فرهنگی عبارت از مقیاسی است که می‌توان با آن سیاست‌گذاری فرهنگی، برنامه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی و هنری را بررسی و ارزیابی کرد. شاخص‌ها باید افزون بر جنبه توصیفی، توان ارزیابی سیاست‌ها و برنامه‌ها را نیز داشته باشند؛ همچنین دارای توانایی مقایسه در زمان ارزیابی روند تغییرات، قابلیت پیش‌بینی و نیز مبنایی برای برنامه‌ریزی باشند (آشنا، ۱۳۹۷: ۱۶۶-۱۶۷). شاخص ابزاری برای آگاهی از وضعیت موجود، حوزه‌های مرتبط با سیاست‌گذاری، سنجش و ارزیابی اقدامات مداخله‌ای نتیجه‌شده از برنامه‌ریزی و سنجش وضعیت پس از مداخله و ارزیابی روند تغییرات است.

رصد به معنی مشاهده چگونگی و روند تغییرات شاخص‌ها و موضوع‌های فرهنگی طی زمان است. بنابراین برای رصد باید بی‌تردید یک نقطه زمانی عزیزت یا پایه یا نقطه صفر یا نقطه شروع^۱ در نظر داشته باشیم.

خروجی‌های رصد، افزون بر سطح تحلیل سازمانی (هر سازمان جداگانه)، می‌توانند شامل مجموعه سازمان‌های مرتبط با یک مأموریت، هدف یا اقدام ملی (مثل ترویج فرهنگ نماز) و نیز تحلیل یک موضوع بر اساس سازمان‌های مرتبط با آن، وضعیت کلی سازمان‌های حاکمیتی (سیاست‌گذار و اجرایی)، دولتی، عمومی، شهری (نهادهای حوزه فرهنگ شهری) و مؤسسات خصوصی و در نهایت در سطح همه سازمان‌های فرهنگی کشور (به عنوان یک واحد تحلیل کلی) باشند. انواع مدل‌های تحلیلی بنا به اقتضات زمان، روش‌شناسی و کفایت داده‌ها در امر رصد می‌توانند انتخاب شوند؛ برای مثال، در رصد پیش رو با تحلیل هر نهاد یا سازمان فرهنگی یک جمع‌بندی کلان از تعدادی از وضعیت نهادهای فرهنگی کشور ارائه می‌شود که بدیهی است این جمع‌بندی به ناگزیر برای تمام سازمان‌ها اطلاق‌پذیر نیست.

ابعاد رصد فرهنگی سازمان‌های فرهنگی

بر اساس مباحث، مبانی نظری و رویکردهای ارائه شده، یک چارچوب جامع برای رصد باید بتواند تمام اجزا و جهت‌های سازمان(های) فرهنگی (در مقام مجریان نقشه جامع مهندسی فرهنگی) را پوشش دهد و تمامی ابعاد درونی و بیرونی و نیز کارایی و اثربخشی آن‌ها را شامل شود. به این ترتیب، این چارچوب شامل شاخص‌ها یا معیارهای زیر است و باید برای هر کدام از سازمان‌ها، نهادها و مؤسسات فرهنگی در سطح حاکمیتی (با ماهیت سیاست‌گذارانه یا اجرایی)، دولتی، عمومی (مردم‌نهاد) یا خصوصی قابل پیاده‌سازی باشد. به‌طور شفاف، منظور از طرح این شاخص‌ها آن است که تحلیلگر یا نهاد رصدکننده بتواند، به‌طور مستمر، وضعیت این شاخص‌ها را در هر مقطع زمانی و برای هر واحد تحلیل یعنی سازمان(ها) توصیف کند و مورد بررسی قرار دهد.

وضعیت درونی سازمان: بهره‌وری یا کارایی^۱

این بُعد شامل آن دسته از شاخص‌های رصد است که گویای شرایط و مختصات درونی سازمان‌های فرهنگی و در مجموع، ناظر به بهره‌وری سازمان است. کارایی در دو سطح مورد توجه قرار می‌گیرد:

سطح ۱) ابعاد محتوایی و کیفی سازمان با عطف توجه به ویژگی‌های ماهوی سازمان‌های فرهنگی است که اغلب ماهیت هنجاری و ارزشی دارند. در این سطح، توجه به‌سوی شناسایی و توصیف ابعاد محتوایی سازمانی است؛ به‌طور دقیق‌تر، به محتوا و کیفیت تدوین و طراحی برنامه‌ها و سیاست‌های خاص هر سازمانی، صرف‌نظر از اجرا، توجه می‌شود. از این‌رو، شاخص‌های زیر می‌توانند مورد توجه قرار گیرند:

۱. کیفیت تدوین سیاست‌ها و اهداف سازمان برای تحقق اهداف نقشه جامع مهندسی فرهنگی (هدف‌محوری). میزان و محتوای

- اسناد بالادستی در اینجا مورد بررسی قرار می‌گیرند؛ هدف‌گذاری و اولویت‌دهی به اهداف، تدوین سیاست‌ها و راهبردها متناسب با اهداف مدنظر هستند.
۲. تدوین سیاست‌ها و راهبردها بر اساس شرایط و اقتضائات محیطی (محیط‌شناسی) برخورداری از ارزیابی‌های محیطی و تناسب برنامه‌ها با شرایط محیطی.
 ۳. مسئله‌محوری در تدوین و طراحی برنامه‌ها و تلاش مشخص برای رفع مسائل.
 ۴. دارا بودن رویکرد آینده‌نگرانه و چشم‌انداز روشن از افق‌ها و آینده(های) پیش رو.
 ۵. تدوین قوانین و مقررات و توان تنظیم‌گری و نیز ارزیابی‌های مستمر پیش از اجرای قوانین و مقررات.
 ۶. کیفیت برنامه‌های فرهنگی، به‌روز بودن، جذابیت و تنوع.
 ۷. مخاطب‌محوری، مخاطب‌سنجی، توجه دائمی به رضایت مشتریان و مخاطبان و تنوع فرهنگی کشور، ارتباط مستمر با مصرف‌کنندگان و افکار‌سنجی مداوم از خدمات‌گیرندگان.
 ۸. استفاده از فناوری‌های نرم، تجهیزات و نوآوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی.
 ۹. حمایت از ایده‌های خلاقانه و نوآورانه (استارت‌آپ‌ها و...).
- سطح ۲) قابلیت‌های اجرایی، اداری و بوروکراتیک این بُعد نیز ناظر به مسائل درونی و یا داخلی سازمان است؛ و میزان کارایی سازمان‌های فرهنگی را مورد بررسی قرار می‌دهد. هرچند در نگاه اول، شاید، این ابعاد ارتباطی با نقشه مهندسی فرهنگی نداشته باشند، باید در نظر داشت که چون این شاخص‌ها تأثیر بسزایی در تحقق اثربخشی و عملکرد نهایی سازمان دارند، باید مورد بررسی و تحلیل قرار گیرند. مؤلفه‌های این شاخص عبارت‌اند از:
۱. ثبات در مدیریت و عدم تغییرات سیاسی- اداری؛
 ۲. استقلال از مراکز قدرت سیاسی و غیرجناحی بودن سازمان، مدیران

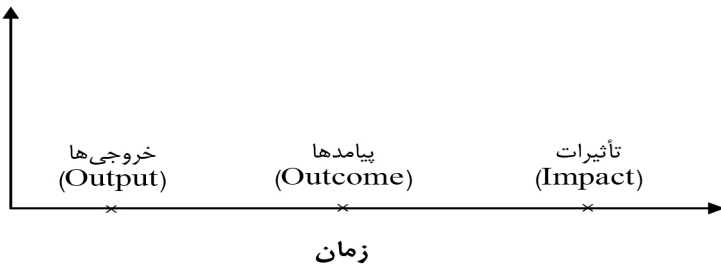
و برنامه‌ها؛

۳. هماهنگی‌های درون‌سازمانی، مدیریت منسجم و یکپارچه، مدیریت تعارضات درون‌سازمانی؛
۴. درجهٔ پاسخ‌گویی، مشارکت‌طلبی و سایر شاخص‌های حکمرانی در سطح سازمانی؛
۵. شاخص‌های اقتصاد فرهنگ (نداشتن اتکای کامل به منابع دولتی، مدیریت بهینه شبکهٔ توزیع و عرضهٔ محصولات، رونق‌بخشی به اقتصاد فرهنگ)؛
۶. منابع انسانی کمی و کیفی: ظرفیت‌های انسانی سازمان، شایسته‌سالاری، شایسته‌گزینی، چابکی سازمانی، استقرار سازوکارهای جانشین‌پروری و...؛
۷. توزیع متوازن فعالیت‌ها به‌لحاظ جغرافیایی در اقصی نقاط کشور، تمرکززدایی و تفویض اختیارات به استان‌ها؛
۸. مدیریت استعدادهای فرهنگی هنری در جامعهٔ مخاطبان، مصرف‌کنندگان و خدمات‌گیرندگان؛
۹. شفافیت، سلامت اداری، مبارزه با فساد و گردش آزاد اطلاعات برای اعضا و مخاطبان؛ و
۱۰. استقرار نظام ارزیابی و وجود سازوکارهای بازخوردگیری.

وضعیت کارآمدی یا اثربخشی (بعد بیرونی سازمان)

بر اساس بند ۱۱ از اصول نقشهٔ مهندسی فرهنگی (اصل کارآمدی)، نظام فرهنگی کشور باید توانمندی عینیت بخشیدن به اهداف مطلوب فرهنگی را داشته باشد؛ از این‌رو، در این سطح به خروجی‌های اساسی و اصلی سازمان و پیامدهای اجرای برنامه‌ها و اقدامات و فعالیت‌های سازمان توجه می‌شود. بنابراین افزون بر خروجی‌های جدانشدنی سازمان، یعنی محصولات و تولیدات یا خدمات سازمان که مأموریت اصلی و صریح و آشکار آن هستند،

باید به پیامدها^۱ و تأثیرات^۲ هم توجه کرد. پیامدها و تأثیرات را می‌توان همان اهداف کلان و بنیادینی دانست که تدوین‌کنندگان نقشهٔ مهندسی فرهنگی از سازمان انتظار دارند. تأثیرات و پیامدها را می‌توان بر اساس عمق (دامنه) یا زمان اثرگذاری فعالیت‌های سازمان تعریف کرد.



شکل شماره ۲: عمق اثرگذاری اقدامات و فعالیت‌های فرهنگی سازمان‌ها

تأثیرات نهایی همان مأموریت‌های ذاتی و اهداف پیش‌بینی شده‌ای هستند که انتظار می‌رود سازمان توانسته باشد در عرصهٔ فرهنگی (روحی، معنوی، ذهنی، ارزش‌ها و باورها) در تک‌تک مخاطبان، مشتریان و مصرف‌کنندگان خدمات و محصولات خود ایجاد کرده باشد (تغییر رفتار). به تعبیر دیگر، در مقام رصد باید دید سازمان در میدان عمل چقدر توانسته است کارآمدی و قابلیت خود را برای پیاده‌سازی مأموریت‌های تعریف‌شده از سوی نظام سیاسی نشان دهد و اجرا کند؛ سازمان به چه میزان توانسته است قدرت نرم ملی را ارتقا و افزایش بخشد و مسئله یا مسئله‌های موجود در حوزهٔ تخصصی و کارویژهٔ خود را حل یا مدیریت کند. از این‌رو، برای رصد کارآمدی نباید فقط به حجم برنامه‌ها، تولیدات و فعالیت‌ها اکتفا کرد و از آن‌ها فراتر رفت. با توجه به تنوع و کثرت سازمان‌های فرهنگی، امکان ارائه شاخص‌های ثابت و مشخص برای همهٔ سازمان‌ها به یک شکل وجود ندارد؛ اما به‌طور کلی شاخص‌های رصد کارآمدی و اثربخشی برای هر سازمان از طریق: (۱)

1. Outcome

2. Impacts

نسبت‌سنجی عملکردها (فعالیت‌ها و برنامه‌ها) با شاخص‌های استاندارد یا شاخص‌های صالح (که در نقشه مهندسی فرهنگی آمده‌اند)، (۲) مقایسه با موقعیت‌های مشابه با خود یا دیگری و (۳) نگرش‌سنجی از ذی‌نفعان اصلی، نخبگان یا مردم قابل اندازه‌گیری است (دشتی و عیوضی، ۱۳۹۹: ۳۵۵). اما و درهرحال، باید روی «توفیق‌های نهایی» سازمان فارغ از روش‌ها و ابزارها و برنامه‌های اجرایی‌شده تمرکز داشت. با اتخاذ رویکردی انتقادی، کارآمدی را نباید با نگاه صرف تکلیف‌مداری و تعهد و التزام سازمان به حکومت، بلکه باید به میزان تأثیرگذاری عملی و عینی آن روی روند امور فرهنگی و حل مشکلات، معضلات و چالش‌های حوزه فرهنگ سنجید.

برخی شاخص‌های رصد عملکرد (اثربخشی) سازمان‌های فرهنگی به شرح زیر هستند:

- میزان، تعداد، حجم و کمیت فعالیت‌ها، برنامه‌ها و اقدامات مطابق با اهداف سازمان و اهداف نقشه جامع مهندسی فرهنگی کشور مانند افزایش سرانه دسترسی و دسترسی عادلانه (برای مثال، تعداد مراسم برگزارشده یا جوایز اهداشده).
- میزان تحقق و پیاده‌سازی اهداف مطرح‌شده در سند، که در مأموریت سازمان قرار گیرند (تغییر رفتار) مثلاً تحکیم خانواده ایرانی، کاهش سن ازدواج جوانان (نقشه جامع مهندسی فرهنگی کشور، راهبرد ۵ از راهبرد کلان ۴، ص ۵۱) و یا ارتقای سواد رسانه‌ای (همان، اقدام شماره ۱۰ ملی از راهبرد کلان ۱۰: ۷۸).

چند ملاحظه مهم در رصد عملکردهای نهایی یا همان توفیق‌های نهایی سازمان عبارت‌اند از: (۱) ارائه برآوردهای صرفاً کمی وافی به مقصود نیست؛ (۲) تحقق و دستیابی به هدف منوط به همکاری و همراهی چندین سازمان و نهاد فرهنگی است و از این رو، رصد باید به صورت شبکه‌ای انجام شود، یعنی عملکرد مجموعه سازمان‌های مرتبط و بازیگران مشارکت‌کننده در تحقق هر کدام از اهداف باید بررسی و

- توصیف شوند (رصد شبکه‌بازیگران مرتبط با هدف)؛ و ۳) برای رصد و توصیف کامل باید نظرات همه ذی‌نفعان را اخذ کرد.
- حل مسئله(های) فرهنگی مشخص پیش روی سازمان، مخاطبان و کشور.
 - میزان پیش‌بینی و مدیریت بحران‌های فرهنگی پیش از وقوع.

رصد وضعیت هماهنگی در سازمان(های) فرهنگی

تنوع و فراوانی سازمان‌های فرهنگی اهمیت توجه به شاخص هماهنگی را در رصد وضعیت این سازمان‌ها نمایان می‌سازد. تأکید بر شاخص هماهنگی با توجه به رویکرد فراحکمروایی و شبکه‌ای مطرح می‌شود و منظور از آن درجه دقت در تقسیم‌کار و توزیع مسئولیت‌ها از یک‌سو و میزان همراهی (یا همراه‌سازی) هماهنگی هر سازمان با سایر سازمان‌هاست. جدا از هماهنگی و انسجام درونی در هر سازمان، هماهنگی دارای دو بُعد هماهنگی درونی^۱ و هماهنگی بیرونی^۲ است. اصل هماهنگی و انسجام از اصول نقشه مهندسی فرهنگی است (بند ۸) که به لزوم نظم، جهت‌گیری مشترک، سازگاری و هم‌افزایی درونی و برونی تأکید دارد.

هماهنگی درونی: درجه انطباق، سازگاری، ارتباط، همراهی سازمان فرهنگی با سایر سازمان‌های فرهنگی مرتبط با موضوع، هدف، مسئله، راهبرد یا اقدام مطرح در نقشه مهندسی فرهنگی کشور است. در اینجا قدرت شبکه‌سازی، تقسیم‌کار ماتریسی و رفع تعارض‌ها، تداخل‌ها و اختلاف‌ها میان سازمان‌های فرهنگی مطرح است.

هماهنگی بیرونی: درجه هماهنگی سازمان با سایر نهادهای نظام در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، صنعتی، خدماتی، نهادهای مدنی در حوزه‌های غیرفرهنگی و رفع تداخل‌ها و تعارض‌های احتمالی با آن‌ها.

1. External Fit

2. Internal Fit

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی

(رصد سازمان‌های فرهنگی ایران)

با توجه به محدودیت‌های زمانی و نبود داده‌های منسجم، در این پژوهش وضعیت کلی سازمان‌های فرهنگی کشور صرف‌نظر از واحدهای مشخص سازمانی و به‌صورت جامع در مقطع زمانی پایانی سال ۱۳۹۹ و با عنایت به یافته‌ها و داده‌های پراکنده و فراتحلیل پژوهش‌های موجود، تجربیات زیسته محقق (از طریق حضور و فعالیت در برخی نهادهای فرهنگی) و گفت‌وگو با صاحب‌نظران، محققان و مدیران برخی دستگاه ارائه می‌شود. همچنین تلاش می‌شود با نگاهی منصفانه، ارزیابی در چارچوب مدل پیش‌گفته بیان شود. لازم به تأکید است که این تحلیل بیشتر از گزارش‌های متعدد دبیرخانه شورای انقلاب فرهنگی به‌خصوص گزارش تحلیل وضعیت کلان فرهنگ کشور، تحلیل‌های غلامی‌پور درباره شورای عالی مساجد کشور و ستاد احیای امر به معروف و نهی از منکر و نیز مطالعه طالب‌زاده درباره بررسی

بودجه نهادهای فرهنگی در سال ۱۳۹۹، گزارش‌های موجود درباره محتوای فیلم‌های سینمایی و تئاترهای به نمایش درآمده در جشنواره‌های فجر طی دو سال اخیر، گزارش‌های وضعیت فضای مجازی، عملکرد مجموعه نهادها و سازمان‌های فرهنگی در دولت طی سال‌های ۹۸-۱۳۹۲، تحلیل وضعیت سازمان‌های دینی و تبلیغی و رسانه‌ای، بررسی‌های نائینی درباره مدیریت فرهنگی سیاست‌گذاران و مجریان و برخی مقاله‌های منتشرشده معتبر در فصلنامه‌ها بهره برده است.

وضعیت درونی سازمان‌ها (بهره‌وری)

توصیف ابعاد محتوایی (کیفی) سازمان‌ها

در این باره می‌توان گفت پس از گذشت دو-سه دهه و کسب تجربه‌های طی شده، به تدریج بیشتر سازمان‌ها و نهادها به سمت تدوین سیاست‌های بالادستی حرکت کرده‌اند. بخش مهم این سیاست‌ها در نقشه مهندسی فرهنگی کشور، (مصوبه سال ۱۳۹۳ شورای عالی انقلاب فرهنگی منعکس شده است. همچنین بعضی از آن‌ها مانند سیاست‌های کلی خانواده و هویت نیز در مجمع تشخیص مصلحت نظام تصویب و ابلاغ شده‌اند. برخی مجامع تخصصی مانند شورای عالی فضای مجازی نیز مبانی و رویکردهای کلان در حوزه تخصصی را تدوین کرده‌اند. از دیگر اسناد مهم بالادستی، سند تحول آموزش و پرورش است که در سال ۱۳۹۱ به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی رسیده است و هم‌اکنون حدود ۹ سال از اجرای آن می‌گذرد. در واقع، با تأسیس و راه‌اندازی انواع مجامع و شوراهای بالادستی و عالی در حوزه‌هایی مثل کودک، اسباب‌بازی، خانواده، سینما و... (به تعداد ۳۱ ساختار) سیاست‌گذاری و هدف‌گذاری در حوزه‌های مختلف فرهنگی، هنری، رسانه‌ای و شکل گرفته است و نهادها و سازمان‌های مرتبط ایجاد شده‌اند. اما مسئله اصلی در این زمینه آن است که چرخه کامل سیاست‌گذاری و هدف‌گذاری در همه این اسناد بالادستی طی نشده است؛

اهداف، سیاست‌ها، راهبردها و کنش‌ها از همدیگر تفکیک نشده‌اند؛ و نوعی به‌هم‌ریختگی در متن‌های سیاستی به چشم می‌خورد. البته شاید این امری طبیعی است؛ چراکه در اسناد جدید مثل سند بنیادین تحول آموزش و پرورش این تفکیک‌ها و تمایزات رعایت شده‌اند. در خصوص محیط‌شناسی و توجه سازمان‌ها به تحولات محیطی نیز باید گفت که شوربختانه کمتر سازمانی به تحولات محیطی در سطوح محیط وظیفه‌ای (کارکنان و ذی‌نفعان سازمان)، محیط نزدیک در سطح ملی و محیط کلان توجه داشته است. بنابراین درباره تناسب و انطباق اهداف و برنامه‌ها با شرایط محیطی ابهام زیادی وجود دارد. مشکل دیگر در سطح سیاست‌گذاری کلان نبود یا دست‌کم ضعیف شدید در مسئله‌شناسی، مسئله‌یابی و تلاش برای فهم و حل مسئله‌های مشخص و پیش روی سازمان‌ها بوده است. با مرور و تحلیل محتوای اسناد و برنامه‌های بالادستی می‌توان دریافت که سازمان‌ها درک روشنی از مسائل و معضلات موجود و ابعاد و لایه‌های آن ندارند؛ یا معمولاً با مسائل به‌طور کلیشه‌ای، اجمالی و کلی مواجه می‌شوند و تلاش کمتری برای توصیف دقیق مسئله‌های مهم صورت می‌گیرد. اساساً سازمان‌ها دغدغه حل مسئله ندارند؛ هرچند در سال‌های اخیر اتفاق‌های مهمی رخ داده‌اند؛ برای مثال، وزیر (پیشین) فرهنگ و ارشاد اسلامی در زمان شروع تصدی مسئولیت خود ۱۴ مسئله مهم را شناسایی کرده و برای هر کدام برنامه‌های کلانی را در نظر گرفته است. در خصوص آینده‌نگری و استفاده از رویکردهای آینده‌پژوهانه نیز باید گفت به‌دلیل گرفتاری‌های روزانه و درگیری‌های روزمره، محدودیت منابع و عدم آشنایی سازمان‌ها با روش‌های حرفه‌ای آینده‌پژوهی، این‌گونه مطالعات کمتر انجام می‌شوند یا اصلاً انجام نمی‌شوند؛ و اصولاً سازمان‌ها وقت و حوصله چنین تأملاتی را ندارند و به همین دلیل، سیاست‌ها و تدابیر کلان سازمان‌ها در تقابل با روندها و دینامیزم‌های اجتماعی قرار می‌گیرند و عمل می‌کنند؛ و یا اهدافی را انتخاب می‌کنند که نسبتی با شرایط جاری و آینده ندارند. از نظر توان تدوین قوانین و مقررات و تنظیم‌گری نیز سازمان

معمولاً دچار ضعف است و شرایط مناسب برای اصلاح و به‌روزرسانی مقررات و نیز تنظیم‌گری میان ذی‌نفعان را ندارد. همچنین اساساً تلاشی برای ارزیابی‌های پیش‌تصمیم‌گیری انجام نمی‌شود و از این‌رو معمولاً پس از مدتی کوتاه، دربارهٔ اجرای مقررات تجدیدنظر صورت می‌گیرد. در واقع، یکی از نقاط ضعف جدی دستگاه‌های حاکمیتی و دولتی ضعف در تنظیم‌گری به‌خصوص با رویکرد مشارکتی، تعاملی و با مشارکت ذی‌نفعان است.

ارائه توصیفی دربارهٔ کیفیت و محتوای برنامه‌های اجراشده به‌سبب تنوع برنامه‌ها و تعدد نهادها دشوار است. در واقع در این خصوص با صدها برنامه، پروژه، طرح و رویداد فرهنگی، هنری و رسانه‌ای روبه‌رو هستیم که در طول سال در نهادها اجرا می‌شوند. گاهی این برنامه‌ها مثل یک اردوی فرهنگی یا جشنوارهٔ هنری به‌صورت مقطعی و کوتاه‌مدت اجرا می‌شوند؛ و گاهی نیز به‌صورت مستمر تولید می‌شوند (مانند یک مجموعهٔ تلویزیونی)؛ گاهی نیز برنامه‌های مقطعی (کوتاه‌مدت) در هر سال تکرار می‌شوند. نهادهای فرهنگی خودی، در این زمینه، درگیر رقابتی بسیار دشوار با جریانات و تولیدات فرهنگی، هنری و رسانه‌ای دولت‌ها و کشورهای رقیب هستند تا بتوانند میزان تأثیرگذاری و نفوذ خود را بر مخاطبان ایرانی تثبیت کنند یا افزایش دهند. در یک نگاه اجمالی می‌توان گفت اولاً عمده برنامه‌های اجراشده و در حال اجرا ارتباط جدی با اسناد بالادستی و سیاست‌های کلان طراحی شده ندارند و بر اساس سلیقه و نظر مجریان، منابع مالی و انسانی در دسترس و انواع و اقسام محدودیت‌ها تدوین و اجرا می‌شوند. ابتکار عمل و خلاقیت در اجرای برنامه‌ها به‌خصوص در نهادهای سنتی بسیار محدود است و تغییرات اعمال‌شده اغلب سطحی و صوری هستند؛ برای مثال، پیام‌ها بسیار صریح و علنی و فقط با استفاده از ابزارهای جدید فناوری اطلاعات ارائه می‌شوند و عمدهٔ دستگاه‌ها تغییر ابزارهای فرهنگی را صرفاً به‌مثابه اصلاح و به‌روزرسانی مفهوم و ماهیت خود پیام‌ها تلقی می‌کنند و

این دو را معادل هم می‌دانند.

در حوزه مخاطب‌محوری و توجه به رضایت مشتریان و گیرندگان خدمات، تحولات مهمی طی سال‌های اخیر رخ داده‌اند. با راه‌اندازی انواع مؤسسات نظرسنجی در کشور، سازمان‌های مختلف طرح‌های پژوهشی مختلفی را با موضوع رضایت‌سنجی از مشتریان و نیازسنجی سفارش داده و اجرا کرده‌اند؛ برای مثال، صداوسیما جمهوری اسلامی همواره و پیوسته نگرش‌های عموم مردم درباره برنامه‌های خود را مورد سنجش و تحلیل قرار می‌دهد. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان تبلیغات اسلامی و وزارت ورزش و جوانان نیز با راه‌اندازی مراکز نظرسنجی و پیمایشی همواره رضایتمندی عمومی از برنامه‌های خود را مورد بررسی قرار می‌دهند؛ اما از میزان تأثیرگذاری این مطالعات در اصلاح و ارتقای برنامه‌ها اطلاع روشنی در دست نیست.

در زمینه استفاده از فناوری‌های نوین و تجهیزات نوآورانه نیز اتفاق مهمی پدید آمده است و دستگاه‌های حاکمیتی، دولتی، عمومی و خصوصی به دلیل تغییر ذائقه مخاطبان، لزوم تأثیرگذاری و در دسترس قرار گرفتن زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی به این سمت و سو حرکت کرده‌اند؛ برای مثال، وزارت آموزش و پرورش تحت تأثیر شرایط کرونا شبکه ملی شاد را در سال ۱۳۹۹ راه‌اندازی کرد که به نوبه خود یک تحول مهم فناورانه در عرصه آموزشی- فرهنگی تلقی می‌شود. در زمینه تولیدات هنری مثل پویانمایی نیز به اجبار روند استفاده از فناوری‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی بسیار شدت گرفته است. درباره حمایت از ایده‌های خلاقانه و نوآورانه نیز متأسفانه اطلاعات روشنی در دسترس نیست.

وضعیت قابلیت‌های اجرایی و اداری در سازمان‌های فرهنگی ایران

این سطح از رصد به بررسی و توصیف محیط جدانشدنی و درونی سازمان‌های فرهنگی ایران از بُعد بوروکراتیک یا سازمانی می‌پردازد؛ درحالی‌که در بُعد نخست، اغلب سازمان‌ها از منظر توان سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مورد توجه قرار گرفتند. در واقع، شاید بتوان گفت این بخش از رصد یک هسته اصلی

و کلیدی‌سنجش وضعیت موجود سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی کشور به شمار می‌آید؛ چراکه ابعاد مدیریتی، نیروی انسانی و مدیریتی آن‌ها را باید مورد واکاوی قرار دهد. در این باره نیز باید دوباره به محدودیت‌های داده‌ای و نیز گستردگی و فراوانی سازمان‌ها اشاره کرد؛ ضمن آنکه ابعاد اداری برای چهار دسته سازمان‌های حاکمیتی، دولتی، عمومی و خصوصی (و مردم‌نهاد) باید متفاوت تحلیل شوند؛ هرچند تلاش می‌شود بر وجوه یکسان و مشابه آن‌ها تمرکز شود. یادآور می‌شود در «چشم‌انداز فرهنگی» ذکرشده در نقشه مهندسی فرهنگی کشور، فرهنگ جامعه ایران در افق ۱۴۰۴ باید به یک نظام فراگیر، کارآمد و منسجم فرهنگی هدایتگر تمامی شئون و نظام‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جامعه دست یابد (بند ۵ چشم‌انداز فرهنگی)؛ که این مهم از طریق تحول در اهداف، ساختارها، وظایف و مأموریت‌های نهادهای مردمی، عمومی و دولتی با رویکرد انسجام، هم‌افزایی، ارتقای کارآمدی و محوریت مشارکت مردمی و بهره‌مند از نهادهای اصیل دینی (بند ۵-۱ چشم‌انداز فرهنگی) انجام می‌شود. به همین‌سان، استقرار یک نظام راهبری و مدیریت فرهنگی کشور با رویکرد فرهنگی و تربیت نیروی انسانی کارآمد بخش فرهنگ جزء اولویت‌های فرهنگی بوده است (بند ۹ از اولویت‌های فرهنگی نقشه مهندسی فرهنگی کشور). توجه به موضوع مدیریت نظام‌های فرهنگی کشور، در راهبردهای کلان فرهنگی (بند ۱۲) و نیز راهبردهای کلان ۱۲، ۶ و ۱۳ مورد تأکید قرار گرفته است.

تغییرات مدیریتی اصل هدایت و رهبری از اصول مهم نقشه تلقی می‌شوند (اصل ۴). مدیریت دستگاه‌ها، سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی در ایران از دوره پیروزی انقلاب اسلامی تاکنون از موقعیت و جایگاه حساس برخوردار و موردتوجه بوده؛ و این به دلیل ماهیت فرهنگی انقلاب اسلامی و شعارها و مدعیات آن بوده است. در واقع، مدیران فرهنگی، به‌خصوص در بخش دولت، در معرض توجه پیگیری و مراقبت مستمر مقامات ارشد نظام، مراجع روحانی به‌ویژه مراجع عظام تقلید، هنرمندان، اهالی رسانه و نیروهای

سیاسی قرار دارند و با حساسیت فراوان، تصمیم‌ها و تدابیر و رفتارهای آن‌ها پیگیری و رصد می‌شوند و به دلیل فضای باز و انتقادی، به سهولت و آسانی در معرض نقد و ارزیابی قرار می‌گیرند. در واقع، مدیران دستگاه‌های فرهنگی کشور، به‌خصوص در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صداوسیما، دست کم از دو ناحیه به‌شدت تحت مراقبت یا حتی تحت فشار قرار دارند: از سویی به دلیل اقتضائات ذاتی و ماهوی سازمان‌هایشان و مأموریت‌های اصلی‌شان، باید پاسخ‌گوی طیف وسیع و متنوع مخاطبان، مشتریان و مصرف‌کنندگان باشند و حداکثر مخاطب را به سمت نهادهای خودی جلب و جذب کنند تا بتوانند در میدان رقابت نفس‌گیر با رسانه‌ها و محصولات فرهنگی خارجی موفق باشند و تهدیدات نرم رقبا و دشمنان را دفع کنند. از این‌رو، آن‌ها مجبور هستند به زمین واقعیت و صحنه عمل و نیازها، تقاضاها و درخواست‌های مصرف‌کنندگان، تماشاچیان و گیرندگان خدمات خود توجه کنند؛ و حداکثر بهره‌وری از نظر آنان جلب مخاطب و به حداکثر رسانی نفوذ و تأثیر در مخاطب است که با متنوع‌سازی محصولات و به‌روزرسانی تولیدات (نمایش‌ها، آثار، صنایع فرهنگی و...) امکان‌پذیر است؛ از سویی دیگر، آن‌ها با محدودیت‌های شدید فنی، مالی، ایده‌ای و نیروی انسانی هم مواجه هستند. برخلاف رقبای خارجی (و گاهی رقبای خارج از حوزه رسمی و تشکیلات دولتی)، آن‌ها با محدودیت شدید منابع مالی روبه‌رو و معمولاً وارث یک دستگاه عریض و طول و گسترده‌اند که فقط پرداخت حقوق ماهانه آن‌ها و رتق و فتق امور جاری سازمان مصیبتی جان‌کاه است و زمانی برای ایده‌پردازی و توسعه کیفی باقی نمی‌گذارد؛ چون منابع موجود (به‌خصوص منابع دولتی) یکسره برای پرداخت‌های جاری و حقوق هزینه می‌شوند و حتی گاهی کفاف آن را نمی‌دهند و سازمان معمولاً دارای بدهی‌های سنگین تلنبار شده به پیمانکاران، تولیدکنندگان و بخش خصوصی مرتبط است.

از سوی دیگر، سازمان گسترده و پر حجم مانع چابکی سازمانی و تغییر مستمر راهبردها و استراتژی‌ها مطابق شرایط بازار و متناسب با نیازهای

پیوسته در حال تغییر مخاطبان می‌شود. در کنار این‌ها، مدیران ارشد دستگاه‌های فرهنگی خود را مکلف و متعهد به پاسخ‌گویی به مقامات ارشد نظام (مانند سران قوا) و نیز نهادهای حاکمیتی (شورای نگهبان، مجمع تشخیص مصلحت، نیروهای مسلح) و درنهایت و مهم‌تر از همه، نهادهای روحانی به‌خصوص مراجع تقلید، استادان و مدرسان حوزه‌های علمیه در قم و مشهد، ائمه جمعه استان‌ها و شهرستان‌های سراسر کشور می‌دانند؛ و این نیروها به‌محض مشاهده کوچک‌ترین اشکال (یا انحراف) در فعالیت‌ها و برنامه‌ها (مثل یک کنسرت موسیقی یا برنامه تلویزیونی گفت‌وگومحور) با در دسترس‌ترین ابزار ارتباطی ممکن (تلفن‌ها و...) با بالاترین مقام دستگاه فرهنگی تماس می‌گیرند و انتقادات و ایرادهای خود را مطرح می‌کنند و یا در سخنرانی قبل از شروع درس یا خطبه‌های نماز جمعه و سخنرانی‌های مذهبی ملاحظات خود را بیان می‌کنند. ضمن آنکه بنا بر تجربه چند سال گذشته، برخی نیروهای سیاسی افراطی نیز با درک حساسیت‌های مقامات روحانی عالی‌رتبه (با ارائه چند تصویر یا صدای دست‌چین‌شده یا منتخب خود) آن‌ها را به اظهارنظرهای انتقادی وادار می‌کنند. بگذریم از اینکه برخی نهادهای امنیتی رسمی و نیمه‌رسمی نیز در حوزه مسائل فرهنگی و هنری و رسانه‌ای حساسیت فراوانی دارند و با درک شرایط جنگ نرم حریفان، مراقبت‌های خود را درباره سازمان‌های فرهنگی خودی (که در دسترس هستند) تشدید کرده‌اند. حال تصور کنید مدیران ارشد دستگاه در کنار همه این فشارها و تنگناها و محدودیت‌ها باید به نظرات کارشناسی و خبرگی (هنرمندان، برنامه‌سازان و...) هم توجه کنند و ملاحظات حرفه‌ای و تخصصی و فنی آن‌ها را پاسخ دهند و نیازها و ملزومات آن‌ها را تأمین کنند؛ ضمن آنکه می‌دانیم سازمان‌های فرهنگی کشور، به‌دلیل محدودیت‌های نیروی انسانی، توانایی به‌کارگیری طیف وسیع نیروهای خلاق را ندارند و از این‌رو، دچار فقر یا ضعف‌های مهمی در ایده‌پردازی برای تولید آثار فرهنگی، هنری و رسانه‌ای هستند و دستشان برای تنوع‌بخشی به محصولات و خدمات فرهنگی

فراخ نیست و اختیار تام ندارند.

مجموعه این شرایط پیچیده که به سبب تعدد بازیگران و کنشگران با صحنه واقعی مرتبط و در آن مؤثرند، موجب شکنندگی و بی ثباتی مکرر سطوح کلان مدیریتی به خصوص در بخش دولتی می‌شوند. این بی ثباتی‌ها به معنای استیضاح‌ها یا استعفا‌های مکرر و عزل و نصب‌های فراوان در عرصه دستگاه‌های فرهنگی کشور است؛ و این در حالی است که همیشه در زمان انتصاب مدیران بالاتر، می‌کوشند اجماع نسبی را برای به کارگیری آنان به وجود آورند و نوعی توافق صریح یا تلویحی گرووداران را ملاحظه و یا حتی ایجاد کنند. البته تذکر این نکته هم ضروری است، مدیرانی که به این ترتیب و با رعایت دیدگاه‌های همه بازیگران و جلب رأی همه آن‌ها منصوب می‌شوند، درست به همین دلیل به ظاهر نیکو، در عرصه عمل و اجرا از کفایت و کارآمدی لازم هم برخوردار نخواهند بود؛ چون سابقه آن‌ها حکایت از توانایی آن‌ها، صرفاً، برای هماهنگی با دیگران (به خصوص مقامات و نیروهای بالاتر) دارد و در زمان تصدی هم تلاش اصلی‌شان راضی‌سازی و قانع کردن آن‌هاست. تجربه تغییرات مستمر مدیریتی در وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، آموزش و پرورش و ورزش و جوانان و یا حتی سازمان صداوسیما گویای این تغییرات مداوم است که نشانه یا شاخص اصلی آن میانگین بسیار کوتاه عمر مدیریتی مدیران ارشد دستگاه یا معاونان آن‌هاست. بدیهی است در این فضای غبارآلود، مدیرانی بیشتر می‌مانند که بتوانند به حساسیت‌های مقامات بالاتر پاسخ دهند (و نه به نیازهای مشتریان و مخاطبان) و سریع‌تر و صریح‌تر به نقدهای آن‌ها واکنش مثبت نشان دهند. از این رو، عقب ماندن سازمان از رقبا و جریان‌های فرهنگی معارض (حتی گروه مخالف فرهنگی و کشورهای رقیب) هم چندان مهم تلقی نمی‌شود؛ بلکه مهم تعامل با نیروهای بالادستی (به خصوص انواع نهادهای غیررسمی) است که باعث بقای مدیران می‌شود. هرچند نگارنده قصد اغراق در این باره را ندارد، نمی‌توان منکر این واقعیت‌های گریزناپذیر در عرصه مدیریت سازمان‌های فرهنگی کشور بود؛ و

این عامل به‌سهم‌خود باعث ناکامی‌ها و غافلگیری‌های متعدد شده است. ارائه چند مثال در زمینه بی‌ثباتی‌های مدیریتی مفید است. به‌جز مدیریت طولانی‌مدت محمد هاشمی و علی لاریجانی در صداوسیما و خاموشی در سازمان تبلیغات اسلامی، تغییرات مستمر مدیریتی در وزارت آموزش و پرورش (به‌طور متوسط هر ۲ سال یک وزیر)، وزارت ورزش و جوانان و وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری قابل ذکر است.

برای تحلیل کلی وضعیت نیروی انسانی سازمان‌های فرهنگی و تغییرات آن در سطح ملی می‌توان به آمار «نسبت دانش‌آموز به معلم در استان‌ها» طی دوره چهارساله ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۷ اشاره کرد.

جدول ۱ - نسبت دانش‌آموز به معلم در سطح کل کشور

متغیر / سال	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷
نسبت دانش‌آموز به معلم در سطح کل کشور	۲۲	۲۳	۲۵	۲۶

نیروی انسانی دستگاه‌ها

دربارۀ وضعیت ساختار و ترکیب نیروی انسانی در نهادهای فرهنگی و دستگاه‌های هنری و رسانه‌ای در یک برآورد کلی می‌توان به افزایش مستمر و سالانۀ تعداد کارمندان بخش‌های پشتیبانی و اداری نسبت به کارمندان حرفه‌ای و متخصص و هنرمندان اشاره کرد. یعنی سال‌به‌سال به تعداد مشاغل دفتری، پشتیبانی و خدماتی اضافه و از حجم نیروهای حرفه‌ای کاسته می‌شود؛ و این فرایند با افزایش تعداد دستگاه‌های فرهنگی و گسترش حوزه جغرافیایی هر کدام از آن‌ها در پهنه جغرافیایی کشور اوج می‌گیرد؛ به عبارتی، با تشکیل شعبه‌ها و نمایندگی‌های استانی و شهرستانی این سازمان‌ها بر حجم و تعداد کارکنان غیرمتخصص نسبت به کارکنان متخصص افزوده می‌شود. نکته دیگر در این زمینه شکل‌گیری ستادهای سازمانی فربه و عریض و طویل در مرکز است؛ ضمن آنکه هر کدام از سازمان‌ها دارای انواع و اقسام مؤسسات و شرکت‌های ریز و درشتی است که خواهی‌نخواهی مستلزم به‌کارگیری

نیروهای خدماتی و پشتیبانی وسیعی هستند و فضا را برای استعدادهای اصیل فرهنگی و هنری تنگ می‌کنند.

مسئله آزاردهنده نبود سازوکارهای مناسب برای شایسته‌گزینی و انتخاب نیروهای خلاق و مفید در عرصه‌های فرهنگی، هنری و رسانه‌ای است؛ و گاهی محدودیت‌های جناحی، سیاسی، عقیدتی و اداری موجب می‌شوند دستگاه‌ها نتوانند از معدود نیروهای خلاق، باانگیزه، مؤمن و متخصص بهره‌مند شوند و از این‌رو، در عرصه رقابت با جریان‌های فرهنگی رقیب عقب می‌مانند. بُعد دیگر این مسئله به نبود یا عدم استقرار نظام‌های مدیریت استعداد در سازمان‌های فرهنگی و هنری کشور مربوط می‌شود. مطابق پژوهشی که به‌تازگی و در سال ۱۳۹۹ توسط داوود ضامنی در یکی از مهم‌ترین و مؤثرین سازمان‌های فرهنگی هنری کشور انجام شده، مشخص شده است که موضوع مدیریت استعدادها در درون سازمان‌ها (های) فرهنگی کشور مورد توجه نبوده است (چه رسد به اینکه استعدادهای احتمالی در محیط پیرامونی شناسایی، پرورش، احیا و شکوفا شوند!). به‌عبارتی، دستگاه‌ها و نهادهای فرهنگی آن‌چنان خود را گرفتار امور سطحی و روزمره و تنگناهای راهبردی و روزانه کرده‌اند که پرورش استعدادهای فرهنگی که در ماه‌ها و سال‌های ابتدایی پیروزی انقلاب اسلامی یک مأموریت اصلی برای امور تربیتی مدارس، جهاد سازندگی، سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، جهاد دانشگاهی، انجمن‌های اسلامی و سایر نهادهای فرهنگی کشور بوده، به فراموشی سپرده شده است و حتی سرکوب می‌شود.

وضعیت اقتصاد فرهنگ و اعتبارات

به‌منظور ارائه توصیفی کمابیش جامع از وضعیت سازمان‌های فرهنگی کشور، عطف توجه به مسائل مالی، اقتصادی و بودجه‌ای دستگاه‌ها و نهادها ضروری است. برای انجام دادن چنین تحلیلی، در گام اول باید به دو جریان مهم رسمی و غیررسمی در سطح نهادهای فرهنگی توجه داشت. جریان رسمی شامل همه نهادهایی می‌شود که به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم از منابع عمومی و بودجه کشور ارتزاق و به‌اصطلاح

از منابع نفتی گذران می‌کنند؛ خواه آنکه مستقیم در سیاههٔ ردیف‌های بودجهٔ سالانه برخوردار باشند یا اینکه از روش‌های پیچیده و با چند واسطه از بودجهٔ کشور استفاده کنند؛ در هر دو حال به‌عنوان جریان رسمی فرهنگ شناسایی و معرفی می‌شوند. این بخش شامل سازمان‌ها و دستگاه‌های دولتی، شبه‌دولتی، نهادهای حاکمیتی و نهادهای سیاست‌گذار کلان می‌شود که تعداد زیادی از مؤسسات را دربرمی‌گیرد. این دستگاه‌ها، به‌لحاظ اقتصادی، روزبه‌روز به منابع عمومی وابستگی بیشتری پیدا کرده و در یک دورهٔ سی‌ساله فربه‌تر شده‌اند؛ و با توجیه اینکه نظام و دولت در بخش فرهنگ باید هزینه کند و انتظار دستاورد سریع و روشن نداشته باشد، سال‌به‌سال بر بودجه‌های خود می‌افزاید (امیرخانی، ۱۳۹۶: ۸۵)؛ تا حدی که خود به یک بخش نفتی تبدیل شده‌اند. این فرهنگ نفتی در بخش دولتی و حاکمیتی در یک فضای غیررقابتی و غیراقتصادی عمل می‌کند و وابستگی و تعهد خاصی به مخاطب، بازار و فروش و مردم ندارد. درواقع، تولید آثار و محصولات و خدمات فرهنگی توسط منابع عمومی تأمین می‌شود و خرید آثار را هم دولت و نظام (از طریق مثلاً خرید کتاب برای کتابخانه‌های عمومی یا جشنواره‌های فجر، جوایز دولتی، حق‌تألیف‌های دولتی و...) انجام می‌دهد؛ یعنی پول و هزینهٔ داستان‌ها، فیلم‌ها، کتاب‌ها و محصولات را بودجهٔ عمومی و دولتی پرداخت می‌کند؛ و درواقع، این محصولات برای مسئولان ساخته و نوشته می‌شوند و اینکه مردم و مخاطب عمومی آن‌ها را ببینند یا نینند چندان مهم نیست! (همان، ۷۹-۸۲).

درحقیقت، یک جریان گلخانه‌ای و آنکوباتوری بسیار پرحجم در حال فعالیت است و سیاست‌گذار، برنامه‌ریز، مجری، ناظر، داور و ممیز، همه و همه، به این فرایند نفتی شدن کمک می‌کنند. در دستگاه‌های فرهنگی یک رقابت شدید بین مدیران برای استفادهٔ حداکثری از منابع عمومی به‌عنوان وسیله‌ای برای پز دادن، تکبر و تفرعن علیه مدیران دیگر رواج پیدا کرده است. این جریان رسمی موجب شده است که بخش غیررسمی درون کشور که معمولاً بنیهٔ اقتصادی ضعیف‌تری دارد، نیز به‌سمت جذب و اخذ منابع دولتی حرکت کند و به حضور در ردیف‌های بودجه‌ای وادار شود تا از ماجرا

عقب نماند. بخش رسمی پیوسته بخش غیررسمی و اقتصاد واقعی فرهنگ و هنر را تضعیف و کوچک‌تر می‌کند و جایی برای فیلم‌ساز و ناشر واقعی باقی نمی‌گذارد. برای مثال، تلاش نهادهای رسمی برای حذف شبکه توزیع نشر کتاب در بازار نشر طی یک دهه گذشته با بزرگ شدن مداوم ادارات دولتی و تنگ شدن فضا برای انجمن‌های صنفی مثل انجمن قلم و انجمن مطبوعات و به پشتوانه اقتصاد نفتی و بودجه دولتی رخ داده [است] و ادامه می‌یابد (همان، ۸۸). استفاده از تسهیلات و منابع دولتی باعث رونق تشکیل انواع نهادهای موازی و ردیف‌های بی‌حساب و کتاب بودجه شده است؛ که هیچ‌گونه نظارت و کنترل و شفاف‌سازی بر این نهادها هم حاکم نیست.

تعدد نهادهای ارتزاق‌کننده از بودجه عمومی کشور در چند سال اخیر تبدیل به مسئله‌ای فرهنگی و رسانه‌ای شد و در سال ۱۳۹۷، دولت را به حذف جدول معروف به جدول ۱۷ مجبور کرد که به بودجه حدود ۶۰ نهاد شبه‌رسمی (و به اصطلاح غیردولتی) اختصاص داشت؛ چراکه مجلس و دولت هر دو معتقد بودند نظارتی بر بودجه این نهادها نیست (طالب‌زاده، ۱۳۹۹: ۱۱-۱۲)؛ افزون بر آن، بودجه‌های فرهنگی به‌طور عادلانه توزیع نمی‌شوند و دستگاه‌های برخوردار از بودجه به‌نحو یکسانی پاسخ‌گوی عملکرد خود به نهادهای نظارتی، قانونی و افکار عمومی نیستند.

در یک نگاه اجمالی، میزان منابع مالی و بودجه نهادهای فرهنگی نشان‌دهنده رشد چشمگیری است؛ برای مثال، بودجه فصل فرهنگ و هنر ۱۱۱ درصد در سال ۱۳۹۴، ۵۴ درصد در سال ۱۳۷۸ و ۴۴ درصد در سال ۱۳۹۱ رشد کرده است؛ البته سهم اعتبارات این فصل از بودجه عملاً روند افزایش ناچیزی داشته است و در بهترین زمان در سال ۱۳۹۱، این رقم ۲/۹ درصد بوده؛ و در سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ این سهم کاهش شدیدی داشته است (به ترتیب ۲ و ۱/۷ درصد). در خلال سال‌های ۹۳-۱۳۵۹، رشد سهم بودجه فصل فرهنگ و هنر به‌طور میانگین یک درصد بودجه عمومی بوده است (همان، ۲۹). در بودجه سال ۱۳۹۸ کل کشور، بودجه این فصل ۱۷۰۰ میلیارد ریال افزایش یافته و نسبت به سال ۱۳۹۷، ۳۹ درصد رشد کرده است. درصد برخورداری امور فرهنگ، تربیت بدنی و گردشگری

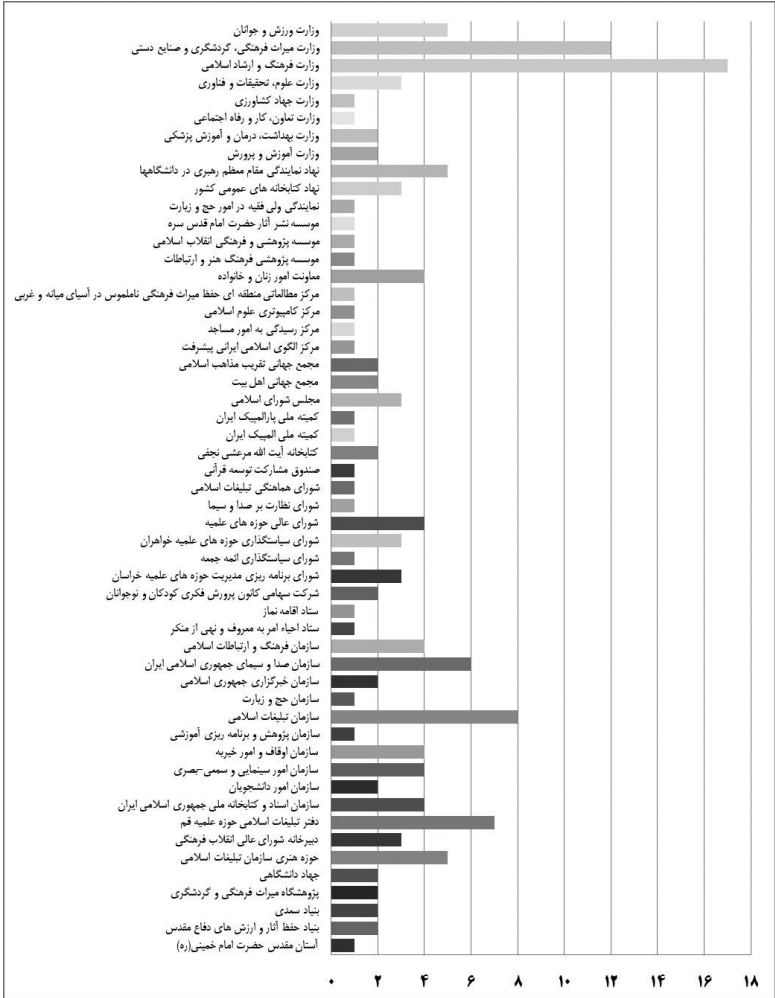
از بودجه عمومی دولت در بخش هزینه‌ها در سال ۱۳۹۷، ۲/۴۱ و در سال ۱۳۹۸، ۱/۸۵ درصد بوده است؛ و درصد برخورداری بودجه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از بودجه امور فرهنگ، تربیت‌بدنی و گردشگری در سال ۱۳۹۷، ۱۶/۵۲ درصد بوده که در سال ۱۳۹۸ به ۱۸/۶۴ درصد رسیده است. در سال ۱۳۹۹، بودجه دو نهاد حاکمیتی صداوسیما و سازمان تبلیغات اسلامی رقمی معادل ۱۹/۴۵۸ میلیارد تومان بوده که تقریباً معادل بودجه دو نهاد دولتی (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی به میزان ۱۹/۶۴۳ میلیارد تومان) بوده است (همان، ۳۷). گفتنی است سهم بخش فرهنگ در بودجه سال ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۸، ۱۵ درصد کاهش یافته است.

با این همه، باید تصریح کرد که رشد بودجه دستگاه‌های دولتی و شبه‌دولتی باعث تضعیف مستمر نهادهای فرهنگی مدنی، غیررسمی و مستقل شده و این جریان‌های غیررسمی را به حاشیه رانده است؛ ضمن آنکه بخش خصوصی را نیز به حاشیه رانده است، چراکه آن‌ها توانایی رقابت با بخش دولتی را ندارند. همچنین بخش درخور توجهی از سرمایه‌های ثابت و فضاها، فرهنگی و هنری در اختیار بخش رسمی و شبه‌رسمی است؛ برای مثال، ۲۷ درصد بازار نشر در اختیار دولت و مؤسسات وابسته به آن‌هاست و بخش وسیعی از سینماهای کشور متعلق به نهادهای حاکمیتی است (طالب‌زاده، ۱۳۹۹: ۵۶ به نقل از سوری، ۱۳۷۹: ۱۶۰). در واقع، رقابت ناعادلانه‌ای بین بخش رسمی و غیررسمی وجود دارد.

موضوع بودجه و اعتبارات فرهنگی در ایران و نحوه تخصیص آن به دستگاه‌ها امری پیچیده و چندلایه است؛ چراکه در گام نخست با حجم هنگفتی از اعتبارات پنهان (مثلاً در حوزه‌های نهادهای نظامی، فضای مجازی، معاونت‌های فرهنگی دستگاه‌ها، ایثارگران، زنان، خانواده و جوانان، آموزش و پرورش و...) مواجه می‌شویم که به صورت دقیق قابل محاسبه نیست (مستمع، ۱۳۹۱: ۳). دوم آنکه افزایش یا کاهش در سرجمع اعتبارات فرهنگی دستگاه‌های گول‌زننده یا کاذب است؛ چراکه ممکن است این افزایش‌ها فقط در پرداخت دستمزدها باشند. ملاحظه مهم دیگر آنکه نهادهای متعددی در

تأمین منابع مالی برای دستگاه‌های فرهنگی نقش‌آفرینی می‌کنند و آنچه برای فرهنگ هزینه می‌شود، به‌ناگزیر از منابع عمومی و بودجه کل کشور نیست. برای مثال، برخی بنگاه‌های بزرگ اقتصادی بنا بر مسئولیت اجتماعی و یا برخی نهادهای حاکمیتی بنا بر دغدغه‌های ملی و ارزشی خود منابع فراوانی را در کنار مؤسسات خیریه و نهادهای مردمی در امور فرهنگی هزینه می‌کنند. مطابق آخرین سبک بودجه‌نویسی در کشور در قانون بودجه سال ۱۳۹۹، «امور فرهنگ، تربیت بدنی و گردشگری» در کنار ۹ امور دیگر قرار گرفته و دارای هشت فصل شامل ۱۲۹ برنامه تحت عناوین دین و مذهب (۳۹ برنامه)، ورزش و تفریحات (۸)، فرهنگ و هنر (۳۸)، میراث فرهنگی (۷)، رسانه (۱۵)، گردشگری (۴)، صنایع دستی (۱۳) و تحقیق و توسعه در امور فرهنگ، تربیت بدنی و گردشگری (۱۶) است. داده‌های قانون‌های بودجه ۴۲ سال گذشته نشان‌دهنده رشد مستمر سهم بودجه فرهنگ است؛ تاحدی که بودجه فرهنگ از حدود ۴ میلیارد تومان در سال ۱۳۶۰ به حدود ۱۱ هزار میلیارد تومان در سال ۱۳۹۹ رسیده است. اما این رشد و نیز رشد بودجه فرهنگ از بودجه عمومی همواره صعودی نبوده است؛ برای مثال در سال ۱۳۹۹، رشد سهم بودجه عمومی از بودجه کل کشور ۲۰ درصد بوده اما بودجه بخش فرهنگ ۱۶/۲ درصد رشد داشته است. در مجموع، حسب محاسبات ابراهیم غلام‌پور آهنگر، می‌توان گفت ارتباط قطعی میان افزایش یا کاهش بودجه با افزایش و یا کاهش بودجه فرهنگی کشور وجود نداشته است؛ اما در مجموع، سهم بودجه فرهنگی از بودجه عمومی کشور بسیار پایین بوده و در بیشتر اوقات کمتر از ۳ درصد و تنها در نه سال (از ۴۲ سال پس از انقلاب اسلامی) بیش از ۳ درصد بوده و حداکثر به ۳/۶ درصد رسیده است. ضمن آنکه در این ۴ دهه، این سهم هیچ‌گاه به کمتر از ۱/۲۶ درصد نرسیده است. شایان گفتن است که رشد بودجه بخش فرهنگ هیچ‌گاه مطابق رشد نرخ تورم اعلامی توسط نهادهای رسمی کشور نبوده است. از نظر سهم‌بندی فصول مختلف، در بودجه سال ۱۳۹۹، سهم بودجه فصل دین و مذهب ۳۰/۲، فرهنگ و هنر ۲۸/۷، تحقیق و توسعه در فرهنگ ۱۲/۴، رسانه ۱۱/۶، ورزش و تفریحات ۶/۲، میراث فرهنگی ۵/۴، گردشگری ۳/۱

و صنایع دستی ۲/۳ درصد بوده است (غلام‌پور آهنگر، ۱۴۰۰، زیر چاپ). اینک مروری بر اعتبارات فرهنگی دستگاه‌ها مفید فایده خواهد بود.



نمودار ۱: مقایسه تعداد برنامه‌های دستگاه‌هایی که بودجه فرهنگی در قانون بودجه ۱۳۹۹

دریافت می‌کنند

منبع: غلام‌پور آهنگر، ۱۴۰۰

مطابق آنچه در قانون بودجه سال ۱۳۹۹ به‌عنوان بودجه فرهنگی برمی‌شماریم، نهادها و دستگاه‌هایی را می‌توان یافت که از این اعتبارات به‌عنوان منبع هزینه‌های مربوط به فعالیت‌های خود بهره‌مند می‌شوند. با مرور جدول‌های بودجه، ۵۳ دستگاه به‌عنوان دستگاه‌هایی شناسایی می‌شوند که از قبل برنامه‌های فرهنگی اعتبار جذب می‌کنند. نگاهی کلی به این دستگاه‌ها نشان می‌دهد که غالب آن‌ها اهداف و وظایفی فرهنگی دارند، اما همه آن‌ها جایگاه یکسانی در عرصه فرهنگ ندارند. برخی از آن‌ها به‌طور مستقیم به‌عنوان دستگاهی فرهنگی شناخته می‌شوند، مانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان تبلیغات اسلامی؛ برخی نیز با فاصله‌ای نزدیک به عرصه فرهنگ قرار دارند، مانند وزارت آموزش و پرورش و جهاد دانشگاهی؛ برخی دستگاه‌ها نیز به‌دلیل آنکه فعالیت‌هایی فرهنگی برای خود تعریف کرده‌اند، در زمره دستگاه‌های دریافت‌کننده اعتبار فرهنگی برشمرده می‌شوند، مانند وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی.

در میان دستگاه‌های شناسایی‌شده، ۸ وزارتخانه قرار دارند که وزارتخانه‌های «فرهنگ و ارشاد اسلامی»، «ورزش و جوانان»، «میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی» به‌عنوان دستگاه‌های فرهنگی به‌شمار می‌آیند. در کنار آن‌ها، ۶ شورا و ۱۰ سازمان نیز قرار دارند. همچنین باید به مجلس شورای اسلامی به‌عنوان یک قوه اشاره کرد که در میان این دستگاه‌ها قرار دارد. البته برای مجلس شورای اسلامی به «کتابخانه، موزه و مرکز اسناد» و «خبرگزاری خانه ملت» از زیرمجموعه‌های این نهاد اشاره شده است.

طبق یافته‌ها، برای ۱۲۹ برنامه فرهنگی در قانون بودجه، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بیشترین تعداد برنامه‌ها (۱۷ برنامه) را در ذیل خود دارد؛ به‌عبارتی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در میان ۵۳ دستگاه شناسایی‌شده از تعداد برنامه‌های بیشتری نسبت به سایرین اعتبار دریافت می‌کند. پس از این وزارتخانه، وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی قرار دارد که از بابت ۱۲ برنامه فرهنگی بودجه دریافت می‌کند. پس از این دو دستگاه، به‌ترتیب، سازمان تبلیغات اسلامی (۸ برنامه)، دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم (۷ برنامه) و سازمان صداوسیما

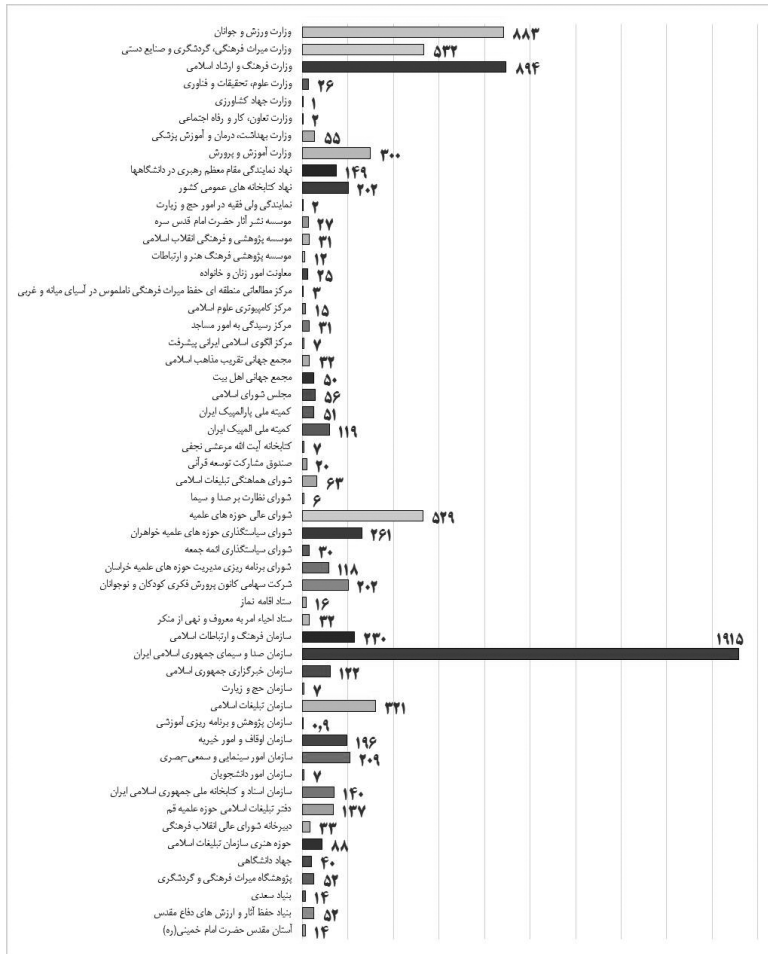
۶ برنامه) قرار دارند. این دستگاه‌ها اغلب به‌عنوان دستگاه‌های اصلی فرهنگی نیز به شمار می‌روند. وضعیت بقیه ۴۸ دستگاه به این شکل است که سه دستگاه دارای ۵ برنامه، شش دستگاه دارای ۴ برنامه، به همین تعداد نیز دارای ۳ برنامه، ۱۲ دستگاه دارای ۲ برنامه و ۲۱ دستگاه دارای ۱ برنامه هستند.

در این بررسی و مقایسه میان دستگاه‌ها و تعداد برنامه‌های آن‌ها باید به این نکته توجه شود که تعداد بیشتر برنامه‌ها به‌معنای در اختیار داشتن بودجه بیشتر نیست. برای آنکه به این موضوع نگاهی دقیق‌تر داشته باشیم، حجم اعتبارات هزینه‌ای را که از بابت برنامه‌های فرهنگی به هریک از این دستگاه‌ها اختصاص یافته است، با بهره‌مندی از دستاوردهای تحقیق غلام‌پور آهنگر مقایسه می‌کنیم.

با مروری بر این اعتبارات شاهدیم که سازمان صداوسیما با داشتن ۶ برنامه بیشترین اعتبار را نسبت به دیگر دستگاه‌های مورد بررسی دریافت می‌کند. این سازمان در سال ۱۳۹۹ مبلغ ۱۹۱۵ میلیارد تومان اعتبار از بابت برنامه‌های فرهنگی دریافت کرده است. این در حالی است که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که بیشترین تعداد برنامه‌ها را در اختیار داشته، ۸۹۴ میلیارد تومان از بابت برنامه‌های فرهنگی اعتبار دریافت کرده است؛ یعنی بیش از نصف اعتبارات فرهنگی سازمان صداوسیما. سایر دستگاه‌های فرهنگی نیز در سطحی پایین‌تر از این وزارتخانه قرار دارند. وزارت ورزش و جوانان که در مرتبه سوم از لحاظ حجم برخورداری از اعتبارات فرهنگی قرار دارد، فقط ۸۸۳ میلیارد تومان از اعتبارات فرهنگی را دریافت می‌کند. پس از آن وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی قرار دارد که ۵۳۲ میلیارد تومان اعتبار گرفته است. همچنین باید به حجم اعتبار دستگاه‌هایی چون «شورای عالی حوزه علمیه» اشاره کنیم که با وجود داشتن تعداد برنامه‌های کمتر، اعتبارات بیشتری را به خود اختصاص داده‌اند. این شورا که فقط ۴ برنامه داشته، اعتبار دریافتی‌اش بیش از اعتباری است که «سازمان تبلیغات اسلامی» با ۸ برنامه و «دفتر تبلیغات اسلامی قم» با ۷ برنامه دریافت کرده‌اند. «شورای عالی حوزه علمیه» ۵۲۹ میلیارد تومان، اما «سازمان تبلیغات اسلامی» ۳۲۱ میلیارد تومان و «دفتر تبلیغات اسلامی قم» ۱۳۷ میلیارد تومان اعتبار فرهنگی دریافت کرده‌اند.

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۵۱

از میان ۵۳ دستگاهی که از اعتبارات و برنامه‌های فرهنگی بهره‌مند می‌شوند، کمترین اعتبار به «سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی- موزه تاریخ تعلیم و تربیت» تعلق می‌گیرد؛ که فقط ۹۰۰ میلیون تومان بابت یک برنامه است.



نمودار ۲: مقایسه اعتبارات فرهنگی دستگاه‌هایی که بودجه فرهنگی در قانون بودجه ۱۳۹۹ دریافت می‌کنند (میلیارد تومان)

منبع: غلام پور آهنگر، ۱۴۰۰

شایان گفتن است، میزان رشد مجموع ردیف‌های بودجه فرهنگی در سال ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۸ به میزان ۹ درصد بوده که کمتر از میزان رشد کل بودجه سال ۱۳۹۹ (۱۶ درصد) است؛ اما در لایحه بودجه سال ۱۴۰۰، بودجه پیشنهادی برای ردیف‌های فرهنگی نسبت به سال ۱۳۹۹، رشد ۲۷/۴۴ درصدی داشته است (رشد بودجه کل سال ۱۴۰۰، ۲۰/۱۷ درصد بوده است). مجموع اعتبارات هزینه‌ای و تملک دارایی‌های سرمایه‌ای برخی از دستگاه‌های فرهنگی در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ و درصد تغییرات آن در جدول زیر آمده است:

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۵۳

جدول ۲: مجموع اعتبارات هزینه‌ای و تسک دارایی‌های سرمایه‌ای برخی از دستگاه‌های فرهنگی در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ (میلیون ریال)

ردیف	ردیف بودجه	عنوان ردیف	قانون ۱۳۹۹	لایحه ۱۴۰۰	درصد تغییرات ۱۳۹۹-۱۴۰۰
۱	۱۰۱۰۰۰۰-۷	نهاد ریاست جمهوری- مرکز امور زنان و خانواده	۲۵۰,۱۰۰	۳۲۵,۱۲۰	۳۰
۲	۱۰۱۰۰۰۰-۱۰	شورای نظارت بر صداوسیما	۵۸,۲۰۰	۸۳,۴۴۰	۴۳/۳۷
۳	۱۰۱۱۰۰	سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران	۱,۴۷۰,۰۰۰	۲,۰۱۰,۰۰۰	۳۶/۷۳
۴	۱۰۱۵۰۲	مجلس شورای اسلامی- کتابخانه، موزه و مرکز اسناد	۴۶۵,۰۰۰	۵۸۵,۰۰۰	۲۵/۸۱
۵	۱۰۶۰۰۲	سازمان عقیدتی و سیاسی نیروی انتظامی	۸۴۸,۷۶۹	۸۵۱,۴۰۰	۰/۳۰
۶	۱۰۹۵۰۰-۲	دانشگاه علوم و معارف قرآنی	۳۷۶,۲۵۰	۴۹۷,۴۰۰	۳۲/۲۰
۷	۱۰۹۵۰۰-۳	حمایت از مدارس علوم دینی اهل سنت- اوقاف	۱,۴۲۰,۰۰۰	۱,۸۵۰,۰۰۰	۳۰/۷۸
۸	۱۱۳۶۰۰-۱	شورای عالی انقلاب فرهنگی	۵۶۳,۲۰۰	۶۹۳,۸۴۰	۲۳/۲۰
۹	۵۵۰۰۰۰-۱۴	اعتبارات موضوع منشور توسعه فرهنگی قرآنی	۲۰۰,۰۰۰	۲۰۰,۰۰۰	۰
۱۰	۱۱۳۶۲۰-۳	جهاد دانشگاهی- کمک به خیرگزاری دانشجویان ایران	۳۲۶,۴۰۰	۴۶۵,۲۰۰	۴۲/۵۲

ردیف	ردیف بوجه	عنوان ردیف	قانون ۱۳۹۹	لايه ۱۴۰۰	درصد تغييرات ۱۳۹۹-۱۴۰۰
۱۱	۱۱۳۶۳۰-۱	نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها	۱,۳۵۴,۰۲۲	۱,۷۶۳,۰۰۰	۳۰/۲۰
۱۲	۱۱۳۶۳۰-۲	نهاد نمایندگی - کمک به ستاد صومعه و عتبات	۵۶,۰۰۰	۶۵,۰۰۰	۱۶/۰۷
۱۳	۱۱۳۶۳۰-۳	نهاد نمایندگی - دانشگاه معارف اسلامی	۱۳۲,۹۰۰	۱۷۸,۳۸۰	۳۴/۲۲
۱۴	۱۱۴۰۰۰-۱	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	۱۱,۵۸۹,۲۴۰	۱۵,۸۲۹,۲۳۹	۳۶/۵۹
۱۵	۱۱۴۰۰۰-۲	مؤسسه پژوهشی فرهنگ، هنر و ارتباطات	۸۰,۲۰۰	۱۱۱,۲۴۰	۳۸/۷۰
۱۶	۱۱۴۰۰۰-۳	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی - حمایت از نشر و کتاب	۳,۱۴۰,۵۰۰	۳,۷۷۰,۰۰۰	۲۰/۰۴
۱۷	۱۱۴۰۰۰-۵	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی - امور سینمایی و تولید فیلم‌های فاخر	۲,۲۲۰,۰۰۰	۲,۸۸۰,۰۰۰	۲۹/۷۳
۱۸	۱۱۴۰۲۸-۱	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی	۲,۴۱۰,۰۰۰	۳,۴۲۸,۰۰۰	۴۲/۲۴
۱۹	۱۱۴۰۲۸-۲	مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی	۳۷,۰۰۰	۴۳۵,۰۰۰	۲۵/۹۴
۲۰	۱۱۴۰۲۸-۳	مجمع جهانی اهل بیت ^(ع)	۵۰۰,۰۰۰	۷۵۵,۰۰۰	۵۱
۲۱	۱۱۴۰۲۸-۵	دانشگاه مذاهب اسلامی	۲۴۵,۲۵۰	۳۳۱,۲۰۰	۳۵/۰۵

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۵۵

ردیف	ردیف بودجه	عنوان ردیف	قانون ۱۳۹۹	لايه ۱۴۰۰	درصد تغییرات ۱۴۰۰-۱۳۹۹
۲۲	۱۰۹۵۰۰-۱	سازمان اوقاف و امور خیریه	۲,۴۴۴,۷۰۰	۲,۳۶۸,۳۲۰	-۷/۲۱
۲۳	۱۰۹۶۰۰-۱	سازمان حج و زیارت	۶۸,۰۰۰	۱۱۲,۰۰۰	۶۴/۷۰
۲۴	۱۱۱۱۴۰	وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح- عقیدتی سیاسی*	۲۵۳,۸۰۴	۲۹۶,۵۰۰	۱۵۲/۲۴
۲۵	۱۱۱۲۱۰	سازمان عقیدتی سیاسی ارتش*	۹۰۱,۶۱۲	۸۰۲,۰۰۰	-۱۱/۰۴
۲۶	۱۱۱۳۲۰	نمایندگی ولی فقیه در سپاه*	۱,۳۰۱,۱۲۳	۱,۳۰۱,۸۰۰	۰/۰۵
۲۷	۱۱۴۰۰۷	دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم	۱,۵۰۰,۰۰۰	۲,۰۵۰,۰۰۰	۳۶/۶۷
۲۸	۱۱۱۴۰۰-۶	ستاد مرکزی راهیان نور*	۲۵۰,۲۵۶	۳۰۰,۰۰۰	۱۹/۸۷
۲۹	۱۱۱۴۵۰-۱	بنیاد حفظ آثار و ارزش‌های دفاع مقدس	۱,۲۰۰,۰۰۰	۱,۵۰۵,۰۰۰	۲۵/۴۲
۳۰	۱۱۱۴۰۰-۴	دفتر عقیدتی سیاسی فرماندهی معظم کل قوا*	۷۹,۸۳۵	۸۰,۰۰۰	۰/۲
۳۱	۱۱۴۰۱۲	شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی	۶۷۸,۲۰۰	۷۵۳,۰۰۰	۱۹/۸۶

ردیف	ردیف پروژه	عنوان ردیف	قانون ۱۳۹۹	لايهه ۱۴۰۰	درصد تغییرات ۱۳۹۹-۱۴۰۰
۳۲	۱۱۴۰۲۱	شورای عالی حوزه‌های علمیه	۵,۳۴۴,۰۰۰	۶,۵۷۱,۶۰۰	۲۲/۹۷
۳۳	۱۱۳۷۰۰-۱	وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی	۱۳,۵۷۹,۲۹۶	۱۳,۴۴۳,۲۲۴	-۱
۳۴	۱۱۳۷۰۰-۲	پژوهشگاه میراث فرهنگی	۴۸۵,۰۰۰	۶۷۳,۰۰۰	۲۸/۷۶
۳۵	۱۱۳۷۰۰-۴	شرکت توسعه ایرانگردی و جهانگردی	۱۵۰,۰۰۰	۲۰۰,۰۰۰	۳۳/۳۳
۳۶	۱۱۴۰۲۰	شورای برنامه‌ریزی عالی حوزه‌های علمیه خراسان	۱,۱۹۵,۰۰۰	۱,۳۹۲,۴۰۰	۲۴/۸۹
۳۷	۱۱۴۰۸۴-۱	مرکز خدمات حوزه‌های علمیه	۷,۹۹۶,۰۰۰	۱۰,۱۱۰,۰۰۰	۲۶/۴
۳۸	۱۱۴۱۰۰	کتابخانه آیت... مرعشی ^(۵)	۶۶,۴۵۰	۸۳,۵۴۰	۲۵/۷۱
۳۹	۱۱۴۳۱۸	شورای سیاست‌گذاری حوزه‌های علمیه	۲,۷۵۲,۸۰۰	۳,۴۱۲,۴۰۰	۲۳/۹۶
۴۰	۱۱۴۰۳۰-۱	مؤسسه نشر آثار حضرت امام خمینی قدس سره	۴۲۱,۰۰۰	۴۱۰,۰۰۰	۲۷/۷۲
۴۱	۱۱۴۰۳۰-۳	آستان مقدس امام خمینی ^(۵)	۲۳۲,۰۰۰	۱۹۲,۰۰۰	-۱۷/۲۴

ردیف	ردیف بوجه	عنوان ردیف	قانون ۱۳۹۹	لايه ۱۴۰۰	درصد تغييرات ۱۳۹۹-۱۴۰۰
۴۲	۱۱۴۳۰۰-۲	پژوهشکده امام خمینی ^(۵) و انقلاب اسلامی	۹۶,۱۰۰	۱۱۶,۳۲۰	۲۱/۰۴
۴۳	۱۱۴۲۰۰	مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی ^(۵)	۱۹۶,۰۰۰	۲۳۵,۰۰۰	۱۹/۸۹
۴۴	۱۱۴۳۰۰-۱	سازمان تبلیغات اسلامی	۲,۷۲۳,۰۰۰	۳,۶۲۷,۷۸۰	۳۲/۲۰
۴۵	۱۱۴۳۰۰-۲	مؤسسه پژوهشی و فرهنگی انقلاب اسلامی	۳۴۰,۰۰۰	۴۵۳,۰۰۰	۳۳/۲۳
۴۶	۱۱۴۳۰۰-۳	بنیاد دایره‌المعارف اسلامی	۹۰,۰۰۰	۱۴۰,۰۰۰	۵۵/۵۵
۴۷	۱۱۴۳۰۰-۵	شورای سیاست‌گذاری ائمه جمعه	۲۹۵,۰۰۰	۳۵۵,۰۰۰	۲۰/۳۳
۴۸	۱۱۴۳۰۰-۶	مرکز رسیدگی به امور مساجد	۳۱۰,۰۰۰	۴۰۷,۰۰۰	۳۱/۲۹
۴۹	۱۱۴۳۰۰-۷	ستاد اقامه نماز	۱۶۰,۰۰۰	۲۱۰,۰۰۰	۳۱/۲۵
۵۰	۱۱۴۳۰۰-۱۰	حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی	۹۰۵,۰۰۰	۱,۳۳۰,۰۰۰	۳۵/۹۱
۵۱	۱۱۴۳۰۰-۱۱	مرکز الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت	۷۰,۷۸۰	۸۵,۶۸۰	۲۱/۹۱
۵۲	۱۱۴۳۰۰-۲۰	بنیاد سعدی	۱۳۵,۶۰۰	۱۹۹,۰۰۰	۴۶/۷۶

ردیف	ردیف پروژه	عنوان ردیف	قانون ۱۳۹۹	لايه ۱۴۰۰	درصد تغییرات ۱۳۹۹-۱۴۰۰
۵۳	۱۱۴۴۰۰	جامعه‌المصطفی‌المالیه	۳,۵۰۵,۹۶۲	۴,۶۷۰,۵۵۰	۳۳/۲۱
۵۴	۱۱۵۸۰۰	نهاد کتابخانه‌های عمومی	۲,۳۱۹,۳۸۰	۳,۱۷۴,۶۳۰	۳۶/۸۷
۵۵	۱۲۸۵۰۰-۱	وزارت ورزش و جوانان	۱۰,۴۲۹,۰۸۵	۱۴,۱۱۱,۵۷۷	۳۵/۳۱
۵۶	۱۲۸۵۰۰-۲	وزارت ورزش و جوانان- شرکت سهامی توسعه و نگهداری اماکن ورزشی	۲,۶۴۰,۰۰۰	۳,۵۰۲,۷۰۰	۳۲/۶۸
۵۷	۱۲۸۵۰۲	کمیته ملی المپیک ایران	۱,۲۲۵,۰۰۰	۱,۶۶۹,۰۰۰	۳۶/۲۴
۵۸	۷۸۲۵۰۰	سازمان خبرگزاری جمهوری اسلامی	۱,۲۴۵,۰۰۰	۱,۷۵۰,۰۰۰	۴۰/۵۶
۵۹	۲۸۳۵۰۰-۱	صداوسیما جمهوری اسلامی ایران	۲,۵۰۸,۱۷۰	۲۸,۳۵۰,۸۴۰	۳۸/۲۴
۶۰	۷۸۴۰۰۰	شرکت سهامی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان	۲,۱۰۴,۸۱۰	۳,۰۲۵,۱۰۶	۴۳/۷۲
		جمع کل	۱۱۸,۰۷۳,۴۹۴	۱۵۰,۴۷۶,۹۲۶	۲۷/۴۴

ارقام ستاره‌دار ممکن است دقیق نباشند

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۵۹

جدول ۳: سهم ۶۰ ردفین فرهنگی فوق نسبت به بودجه کل کشور (به جز درآمد اختصاصی)، سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ (میلیون ریال)

سال	بودجه کل	بودجه ۶۰ ردفین فرهنگی	درصد نسبت بودجه فرهنگ به بودجه کل
۱۳۹۹	۲۰,۲۶۶,۵۳۴,۳۷۱	۱۱۸,۰۷۳,۴۹۴	۰/۵۸٪
۱۴۰۰	۲۴۳۵۷۰۷۸۹۶۰	۱۵۰۴۷۶۹۲۶	۰/۶۱۸٪
درصد رشد ۱۴۰۰ به ۱۳۹۹	۲۰/۱۸٪	۲۷/۴۴٪	-

در ادامه، جزئیات بیشتری از کم و کیف توزیع اعتبارات بخش فرهنگ در سال ۱۴۰۰ با توجه به گزارش‌های مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی ارائه می‌شوند.

جدول ۴: مقایسه اعتبارات دستگاه‌های حوزه دین و تبلیغ در لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ با قانون بودجه سال ۱۳۹۹ (میلیون ریال)

کد دستگاه	شرح دستگاه	قانون بودجه سال ۱۳۹۹			لایحه بودجه سال ۱۴۰۰		
		هزینه‌ای	سرمایه‌ای	جمع	هزینه‌ای	سرمایه‌ای	جمع
۱۱۴۲۰۰	سازمان تبلیغات اسلامی	۲,۷۲۲,۰۰۰	۱۵,۰۰۰	۲,۷۳۷,۰۰۰	۲,۶۲۷,۲۸۰	۱۷,۲۸۰	۲,۶۴۴,۵۶۰
۱۱۴۲۱۰	بنیادهای پژوهشی و فرهنگی انقلاب اسلامی	۳۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰	۶۰,۰۰۰	۴۵۳,۰۰۰	۳۵,۰۰۰	۴۸۸,۰۰۰
۱۱۴۲۱۱	بنیاد دارالمعارف اسلامی	۹۰,۰۰۰	۰	۹۰,۰۰۰	۱۴۰,۰۰۰	۰	۱۴۰,۰۰۰
۱۱۴۲۱۲	پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی	۳,۰۰۰	۲۲۷,۰۰۰	۲۳۰,۰۰۰	۲۹۳,۵۳۱	۱,۰۰۰	۲۹۴,۵۳۱
۱۱۴۲۱۳	شورای سیاستگذاری ائمه جمعه	۰	۲۵۵,۰۰۰	۲۵۵,۰۰۰	۳۵۵,۰۰۰	۲,۰۰۰	۳۵۷,۰۰۰
۱۱۴۲۱۴	مرکز رسیدگی به امور مساجد	۰	۳۱۰,۰۰۰	۳۱۰,۰۰۰	۴۰۲,۰۰۰	۵,۰۰۰	۴۰۷,۰۰۰
۱۱۴۲۱۵	سناد قائم نماز	۱۶,۰۰۰	۰	۱۶,۰۰۰	۲۱۰,۰۰۰	۰	۲۱۰,۰۰۰
۱۱۴۲۱۶	مرکز تحقیقات کلیپوزی علوم اسلامی	۱۵۰,۰۰۰	۰	۱۵۰,۰۰۰	۲۵۱,۰۰۰	۰	۲۵۱,۰۰۰
۱۱۴۲۱۷	بنیادهای دارالمعارف فقه اسلامی	۵۰,۰۰۰	۰	۵۰,۰۰۰	۶۷,۰۰۰	۰	۶۷,۰۰۰
۱۱۴۲۱۹	مرکز لکوی اسلامی - ائمه پیشرفت	۲۸۰	۷۰,۰۰۰	۷۰,۲۸۰	۸۵,۰۰۰	۶۸۰	۸۵,۶۸۰
۱۱۵۶۰۰	حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی	۳۰,۰۰۰	۸۷۵,۰۰۰	۹۰۵,۰۰۰	۱,۱۲۴,۰۰۰	۵۰,۰۰۰	۱,۱۷۴,۰۰۰
۱۱۴۲۲۳	سازمان تبلیغات اسلامی - کمک به نهادهای آموزشی و فرهنگی	۵۰۰,۰۰۰	۰	۵۰۰,۰۰۰	۶۰۰,۰۰۰	۰	۶۰۰,۰۰۰
۱۰۵۵۰۰	سازمان اوقاف و امور خیریه	۱,۹۶۱,۰۰۰	۵۲۸,۶۰۰	۲,۴۸۹,۶۰۰	۱,۵۰۸,۳۲۰	۷۶۰,۰۰۰	۲,۲۷۴,۳۲۰
۱۰۵۵۰۱	دانشگاه علوم و معارف قرآنی	۷۷,۰۰۰	۳۲۹,۲۵۰	۴۰۶,۲۵۰	۵۳۷,۴۰۰	۹۲,۴۰۰	۶۲۹,۸۰۰
۱۰۵۵۰۲	سازمان اوقاف و امور خیریه - حمایت از مدارس علوم دینی اهل سنت کمک به معیشت روحانیون	۱,۴۲۰,۰۰۰	۰	۱,۴۲۰,۰۰۰	۱,۸۵۰,۰۰۰	۰	۱,۸۵۰,۰۰۰
۵۵۰۰۰۰۲۷	سازمان اوقاف و امور خیریه - احداث مساجد و اماکن فرهنگی و مذهبی	۱۷۰,۰۰۰	۰	۱۷۰,۰۰۰	۳۰۰,۰۰۰	۰	۳۰۰,۰۰۰
۱۱۴۰۲۸	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی	۱۱,۰۰۰	۲,۳۰۰,۰۰۰	۲,۴۱۰,۰۰۰	۱۳۸,۰۰۰	۲,۳۰۰,۰۰۰	۲,۴۳۸,۰۰۰
۱۱۴۰۲۳	مجمع جهانی تربیت منابع اسلامی	۰	۳۳۰,۰۰۰	۳۳۰,۰۰۰	۴۳۵,۰۰۰	۱,۰۰۰	۴۳۶,۰۰۰
۱۱۴۰۴۳	مجمع جهانی اهل بیت	۵۰,۰۰۰	۰	۵۰,۰۰۰	۷۵۵,۰۰۰	۵۰,۰۰۰	۸۰۵,۰۰۰
۱۱۴۰۴۸	دانشگاه اهل بیت	۰	۱۲۱,۷۷۵	۱۲۱,۷۷۵	۱۸۳,۰۰۰	۵,۰۰۰	۱۸۸,۰۰۰
۱۱۴۲۳۰	بنیاد سعدی	۱۴۰,۰۰۰	۶۰۰	۱۴۰,۶۰۰	۲۰۴,۰۰۰	۴,۰۰۰	۲۰۸,۰۰۰

۶۰ | رصد سازمان‌های فرهنگی ایران

کد دستگاه	شرح دستگاه	قانون بودجه سال ۱۳۹۹		لایحه بودجه سال ۱۴۰۰		درصد تغییر
		هزینه‌ای	سرمایه‌ای	جمع	سرمایه‌ای	
۱۱۴۹۰۰	دستگاه مناهب اسلامی	۲۴۴,۳۵۰,۰۰۰	۱,۰۰۰	۲۴۵,۳۵۰,۰۰۰	۲۳۰,۰۰۰	۳۵,۰۰۰
۱۱۴۸۰۴	مرکز خدمات خوزه‌های علمیه	۷,۹۹۶,۰۰۰	-	۷,۹۹۶,۰۰۰	۱,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰
۱۱۴۸۰۹	مرکز خدمات خوزه‌های علمیه - حق بیمه طلاب و روحانیون غیرمسلک (یارانه)	۷,۱۵۶,۰۰۰	-	۷,۱۵۶,۰۰۰	۸,۹۴۵,۰۰۰	۲۵۰
۳۰۰۲	پژوهش‌های علمی - معادلات و روابط بین‌المللی در دانشگاهها	۱,۳۵۲,۹۲۲	۱,۱۰۰	۱,۳۵۴,۰۲۲	۱,۶۳۲,۰۰۰	۱۷۲,۷
۱۱۴۳۲۳	پژوهش‌های علمی - معادلات و روابط بین‌المللی در دانشگاهها	۵۶,۰۰۰	-	۵۶,۰۰۰	۶۵,۰۰۰	۱۶,۱
۱۱۴۳۲۳	پژوهش‌های علمی - معادلات و روابط بین‌المللی در دانشگاهها	۱۰,۷۸۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰	۱۰,۸۱۰,۰۰۰	۱۸,۳۲۸,۰۰۰	۳۷,۹
۱۱۴۳۲۳	پژوهش‌های علمی - معادلات و روابط بین‌المللی در دانشگاهها	۸۰,۰۰۰	-	۸۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰	۲۵,۰
۱۱۴۳۲۳	پژوهش‌های علمی - معادلات و روابط بین‌المللی در دانشگاهها	۲۰,۰۰۰	-	۲۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰	۱۵۰,۰
۱۰۹۶۰۰	سازمان حج و زیارت	۶۸,۰۰۰	-	۶۸,۰۰۰	۱۱۲,۰۰۰	۶۶,۷
۱۱۴۲۰۰	جامعه‌محققان اسلامی	۳,۶۸۸,۹۶۲	۱۷,۰۰۰	۳,۷۰۵,۹۶۲	۳,۵۰۰,۰۰۰	۳۳,۳
۱۱۴۲۰۰	شورای عالی خوزه‌های علمیه	۵۵,۰۰۰	-	۵۵,۰۰۰	۶۵,۱۶۰,۰۰۰	۱۷,۰
۱۱۴۰۰۷	دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم	۱,۵۰۰,۰۰۰	-	۱,۵۰۰,۰۰۰	۲,۰۵۰,۰۰۰	۳۶,۷
۱۱۴۰۰۰	مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)	۱۹۶,۰۰۰	-	۱۹۶,۰۰۰	۳۳۵,۰۰۰	۱۹,۹
۱۱۴۱۸۱	شورای سیاستگذاری خوزه‌های علمیه خواران	۲,۶۷۸,۰۰۰	۱۵,۰۰۰	۲,۶۹۳,۰۰۰	۱,۶۳۲,۰۰۰	۲۶,۶
۱۱۴۱۰۲	شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی	۶۲۷,۰۰۰	۱,۳۰۰	۶۲۸,۳۰۰	۷۵۰,۰۰۰	۱۵,۰
۱۱۴۱۰۳	شورای برنامه‌ریزی مدیریت خوزه‌های علمیه خراسان	۱,۱۷۵,۰۰۰	۳۰,۰۰۰	۱,۱۹۵,۰۰۰	۱,۳۲۰,۰۰۰	۲۱,۰
۱۱۴۱۰۵	سازمان احیای امر به معروف و نهی از منکر	۳۱۵,۰۰۰	-	۳۱۵,۰۰۰	۳۵۰,۰۰۰	۱۰,۰
۱۱۴۱۰۴	پژوهشگاه امام خمینی (ره) انقلاب اسلامی	۹۹,۵۰۰	-	۹۹,۵۰۰	۱۱۸,۳۲۰,۰۰۰	۲۱,۸
۱۱۴۱۰۵	انسان مقدس حضرت امام خمینی (ره)	۱۴,۰۰۰	-	۱۴,۰۰۰	۱۶۲,۰۰۰	۱۷۲,۰
۱۱۴۱۰۳	سازمان مرکزی راهیان نور	۲۵,۰۳۵,۶	-	۲۵,۰۳۵,۶	۳۰,۰۰۰	۱۹,۹
۱۱۳۶۰۵	سازمان تبلیغات عالی انقلاب فرهنگی صندوق مشارکت توسعه فرهنگ قرآنی	۲۰۰,۰۰۰	-	۲۰۰,۰۰۰	۲۰۰,۰۰۰	۰,۰
۱۱۳۳۲۳	سازمان تبلیغات اسلامی - مؤسسه فرهنگی قرآنی دانشجویان - برگزاری کارگاه‌های بین‌المللی قرآن مجید	۱۰۰,۰۰۰	-	۱۰۰,۰۰۰	۱۲۰,۰۵۰	۲۰,۱
۱۱۴۰۰۰	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی - برنامه توسعه فعالیت‌های تبلیغی ترویجی قرآنی کریم (انتشار برنامه حمایت و راهبردی فعالیت‌های تبلیغ و ترویج قرآن کریم)	۴۴,۰۰۰	-	۴۴,۰۰۰	۵۲۷,۰۰۰	۱۹,۸
۱۱۴۰۰۰	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی - انتشار برنامه گسترش فعالیت‌های فرهنگی در مساجد	۸۶,۰۰۰	-	۸۶,۰۰۰	۱,۳۰۰,۸۰۳	۵۱,۳

منبع: مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۹

جدول ۵: مقایسه اعتبارات دستگاه‌های حوزه فرهنگ و هنر در لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ با قانون

بودجه سال ۱۳۹۹ (میلیون ریال)

کد دستگاه	شرح دستگاه	قانون بودجه سال ۱۳۹۹		لایحه بودجه سال ۱۴۰۰		درصد تغییر
		هزینه‌ای	سرمایه‌ای	جمع	سرمایه‌ای	
۱۱۴۰۰۰	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی*	۸,۵۹۹,۲۴۰	۲,۵۳۰,۰۰۰	۱۱,۱۲۹,۲۴۰	۳,۲۷۸,۳۹۹	۳۷,۸
۱۱۴۰۱۰	مؤسسه پژوهشی فرهنگ هنر و ارتباطات	۱۱۹,۰۰۰	۲۰۰	۱۱۹,۲۰۰	۱,۲۴۰	۲۲,۷
۱۱۴۰۶۶	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی - حمایت از نشر، کتاب و مطبوعات (یارانه)	۳,۱۴۰,۵۰۰	-	۳,۱۴۰,۵۰۰	۳,۷۷۰,۰۰۰	۲۰,۰
۱۱۴۰۹۲	سازمان امور اجتماعی و سمن، سمنی	۲,۱۰۰,۰۰۰	۱۲۰,۰۰۰	۲,۲۲۰,۰۰۰	۲,۷۵۰,۰۰۰	۲۹,۷
۱۱۵۸۰۰	بنیاد کتابخانه‌های عمومی کشور	۲,۰۹۲,۳۸۰	۳۰,۰۰۰	۲,۱۲۲,۳۸۰	۲,۵۵۲,۳۵۰	۳۹,۹
۱۰۱۱۰۰	سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران	۱,۳۶۵,۰۰۰	۲۲,۰۰۰	۱,۳۸۷,۰۰۰	۱,۵۸۵,۰۰۰	۳۳,۲
۱۰۱۵۰۲	مجلس شورای اسلامی - کتابخانه، موزه و مرکز اسناد	۹۵,۰۰۰	۱۵,۰۰۰	۱۱۰,۰۰۰	۱۵۰,۰۰۰	۶۶,۷
۱۱۴۱۰۰	کتابخانه آیت‌الله - عرشه تبلیغی	۶۶,۰۰۰	۹۵۰	۶۶,۹۵۰	۷۴۰	۲۵,۷
۱۱۴۰۳۰	مؤسسه نشر آثار حضرت امام (قدس سره)	۲۶۶,۰۰۰	۵۵,۰۰۰	۳۲۱,۰۰۰	۳۴۵,۰۰۰	۳۷,۷
۱۱۳۵۲۸	سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی و اسلامی	۳۹۱,۶۶۶	۲,۲۰۰	۳۹۳,۸۶۶	۴۴۰,۴۴۰	۱۴,۶
۱۱۴۱۴۰	بنیاد حفظ آثار و ارزش‌های دفاع مقدس	۵۲۰,۰۰۰	۷۸,۰۰۰	۵۹۸,۰۰۰	۶۷۵,۰۰۰	۱۵,۸
۱۰۱۰۲۲	فرهنگستان زبان و ادب فارسی	۲۵۲,۴۶۸	۵۰,۰۰۰	۳۰۲,۴۶۸	۴۶۹,۸۸۰	۳۱,۵
۱۰۱۰۳۳	فرهنگستان هنر	۲۱۸,۵۸۲	۳۰,۰۰۰	۲۴۸,۵۸۲	۲۸۰,۴۴۵	۳۰,۶
۱۱۱۳۹۸	بنیاد فرهنگی شهید حاج حسین سلیمانی	۱۰۰,۰۰۰	-	۱۰۰,۰۰۰	۸۵,۰۰۰	۱۵,۰

منبع: مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۹

* جمع عمومی: یارانه‌ها (اعتبار برنامه گسترش فعالیت‌های فرهنگی در مساجد و اعتبار برنامه حمایت و راهبردی فعالیت‌های تبلیغ و ترویج قرآن کریم که در دستگاه‌های دینی تبلیغی لحاظ شده؛ در اینجا نیز در سرجمع وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز آمده است).

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۶۱

جدول ۶: مقایسه اعتبارات ردیف‌های متفرقه (نهادهای خاص و ردیف‌های موقت) در لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ و قانون بودجه سال ۱۳۹۹ (میلیون ریال)

درصد تغییر کل	لایحه بودجه سال ۱۴۰۰			قانون بودجه سال ۱۳۹۹			شرح ردیف
	جمع	سرمایه‌ای	هزینه‌ای	جمع	سرمایه‌ای	هزینه‌ای	
۵۰٫۰	۱۵۰٫۰۰۰	۲۰۰٫۰۰۰	۱٫۳۰۰٫۰۰۰	۱۰۰٫۰۰۰	۵۰٫۰۰۰	۹۵۰٫۰۰۰	اعتبارات موضوع اجاره ساختمان‌ها و اراضی دولتی (ازجمله امکانات اماکن و فضاهای آموزشی، فرهنگی، هنری و ورزشی کلیه دستگاه‌های اجرایی) استان قدسی رضوی - استرداد مالیات شرکت‌ها و مؤسسات وابسته
۲۲٫۰	۱٫۰۰۰٫۰۰۰	۹۸۰٫۰۰۰	۳۰۰٫۰۰۰	۸۲۰٫۰۰۰	۸۰۰٫۰۰۰	۲۰۰٫۰۰۰	تکمیل و توسعه زیرساخت‌های استان ایلام در راستای مراسم اربعین اجداد و تکمیل مساجد، مملى و اماکن فرهنگی و مذهبی
۷۶٫۵	۳۰۰٫۰۰۰	۲۰۰٫۰۰۰	۰	۱۷۰٫۰۰۰	۱۷۰٫۰۰۰	۰	تکمیل و توسعه زیرساخت‌های استان خوزستان در راستای مراسم اربعین کمک به مؤسسه آموزش عالی حوزوی علوی
۰٫۰	۲۵۰٫۰۰۰	۲۴۰٫۰۰۰	۱۰۰٫۰۰۰	۲۵۰٫۰۰۰	۲۴۰٫۰۰۰	۱۰۰٫۰۰۰	تکمیل و توسعه زیرساخت‌های استان کرمانشاه در راستای مراسم اربعین
۰٫۰	۲۵۰٫۰۰۰	۲۴۰٫۰۰۰	۱۰۰٫۰۰۰	۲۵۰٫۰۰۰	۲۴۰٫۰۰۰	۱۰۰٫۰۰۰	تکمیل و توسعه زیرساخت‌های استان خوزستان در راستای مراسم اربعین
۱۰۰	۲۰۰٫۰۰۰	۰	۲۰۰٫۰۰۰	۰	۰	۰	کمک به مؤسسه آموزش عالی حوزوی علوی
۲۵۰	۵۰۰٫۰۰۰	۰	۵۰۰٫۰۰۰	۴۰۰٫۰۰۰	۰	۴۰۰٫۰۰۰	کمک به استان‌های مقدس

منبع: مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۹

وضعیت صنایع فرهنگی

نتایج بخش مهمی از عملکرد و فعالیت‌های نهادهای فرهنگی کشور را می‌توان در صنایع فرهنگی و رونق شاخص‌های اقتصاد خلاق یا اقتصاد دانش‌بنیان در حوزه فرهنگ و هنر مطالعه، تحلیل و رصد کرد. صنایع فرهنگی، افزون بر جنبه‌های فرهنگی و شیوه‌های سنتی میراثی و هنجاری پدیده‌های هنری، جنبه صنعتی و اقتصادی نیز دارند؛ چون محل تولید انبوه محصولات فرهنگی هستند و شامل فرایندهای خلق ایده، تولید و توزیع فرهنگ در حوزه‌های مختلف آن می‌شوند. صنایع فرهنگی در جهان کنونی بستر ایجاد ارزش اقتصادی درخور توجهی در اقتصاد جهانی هستند. طبق نخستین نقشه جهانی صنایع خلاق و فرهنگی، این صنایع شامل تبلیغات، معماری، کتاب، بازی، موسیقی، فیلم، روزنامه و مجله، هنرهای نمایشی، رادیو و تلویزیون و هنرهای بصری هستند که در سال ۲۰۱۳، بیش از ۲۲۵۰ میلیارد دلار درآمد ایجاد کرده‌اند؛ یعنی چیزی حدود ۳ درصد از کل تولید ناخالص جهانی. این صنایع در همین سال منشأ ایجاد بیش از ۲۹/۵ میلیون شغل بوده‌اند (ابوجعفری و همکاران، ۱۳۹۹ الف: ۱۰۲).

با توجه به اهمیت صنایع خلاق فرهنگی در رصد عملکرد نهادهای فرهنگی کشور، در اینجا به مرور اجمالی وضعیت اقتصادی چند حوزه اصلی و مهم صنایع

فرهنگی در ایران می‌پردازیم تا نشان دهیم عملکرد و پیامدهای فعالیت نهادهای فرهنگی و هنری در هر کدام از حوزه‌ها چگونه بوده است. با تأسف، به دلیل اثرپذیری هر کدام از حوزه‌های صنعت فرهنگ از بازیگران متعدد (نهادهای بازیگران دولتی، عمومی و خصوصی)، امکان نشان دادن عملکرد تک‌تک نهادها به‌طور جداگانه وجود ندارد. به این منظور به اثر تازه منتشرشده پژوهشکده مطالعات فناوری (۱۳۹۹) مراجعه شده است که در خلال آن، پژوهشگران به بررسی و تحلیل آمار اقتصادی چندین حوزه مهم از صنایع فرهنگی پرداخته‌اند.

صنعت سینما

ازجمله مهم‌ترین صنایع فرهنگی، صنعت سینما یا فیلم است که در سال ۲۰۱۳ در سطح جهان ۷۷ میلیارد دلار درآمد ایجاد کرده و موجب اشتغال ۲ میلیون و ۴۸۴ هزار نفر شده است. سینما ترکیبی از صنعت، هنر و رسانه برای انتقال مفاهیم فرهنگی است و از این‌رو، در تقسیم‌بندی‌های صنایع فرهنگی دارای جایگاه مرکزی است (همان، ۱۷). درآمد جهانی صنعت سینما (از محل فروش بلیت فیلم‌ها در گیشه سینما) در سال ۲۰۱۶ حدود ۳۹/۲۵ میلیارد دلار بوده که مطابق پیش‌بینی‌ها در سال ۲۰۲۰ به ۵۲/۰۱ میلیارد دلار رسیده است. بیشترین میزان این درآمد متعلق به آمریکا (۱۱/۳۸ میلیارد دلار) سپس چین، ژاپن و هند بوده است. تولید جهانی فیلم در سال ۲۰۱۳، تعداد ۷۶۱۰ فیلم بوده است که در ۸۶ کشور تولید شده‌اند؛ و سهم ۵ کشور اول دنیا ۰/۵۲ بوده است. در این سال، هند ۱۷۲۴ فیلم تولید کرده است. به این دلایل، صنعت سینما در اسناد بالادستی فرهنگی کشور ازجمله سند اصول سیاست فرهنگی کشور، نقشه مهندسی فرهنگی کشور و پیش‌نویس «سند ملی فناوری‌های فرهنگی و نرم» موردتوجه قرار گرفته و در سند اخیر، کسب سهم ۰/۲ از بازار سینمای جهان در افق سال ۱۴۰۴ هدف‌گذاری شده است. در این سند پیش‌بینی شده است که در سال ۱۳۹۹، تعداد عناوین فیلم‌های سینمایی تولیدشده (با رشد ۳ درصدی) به ۱۱۲ فیلم، تعداد تماشاگران (با

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۶۳

رشد ۴ درصدی) به ۱۷ میلیون نفر، تعداد سالن‌ها (با رشد ۲/۷ درصدی) به ۳۸۱ سالن، ظرفیت صندلی‌های سالن‌های فعال به ۱۴۹/۵۲۴ صندلی، سرانه صندلی سینمای کشور به ۱/۲ صندلی، سرانه تماشاگر سینما به ۰/۴۰ (نفر بلیت)، تعداد کل فیلم‌های عرضه‌شده در شبکه نمایش خانگی به ۳۹۴ فیلم و تعداد جوایز جهانی تعلق‌گرفته به فیلم‌های ایرانی به ۲۹۶ جایزه برسد (همان، ۲۲-۲۳).

از نظر نهادی، سازمان‌های فعال در صنعت سینما به دو گروه ستادی و صنفی تقسیم می‌شوند که مهم‌ترین مرجع نهادی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سپس حامیان اصلی سینمای ایران (مانند بنیاد مستضعفان، ستاد مبارزه با مواد مخدر، دبیرخانه شورای عالی امنیت ملی، سازمان عقیدتی سیاسی ارتش جمهوری اسلامی ایران و...) است. یک مجموعه شامل بازیگران متولی و قانون‌گذار (دست کم ۹ بازیگر)، بازیگران پشتیبان و بسترساز (دست کم ۲۲ بازیگر) و فعالان اصلی یا صنف‌های محوری (شامل مؤلفان، پخش‌کنندگان، سینماداران، شرکت‌های خدماتی فنی و تولید، پخش، سینماداری، خدمات فنی و...) از سرمایه‌گذاری تا آموزش و پرورش، نظارت و قانون‌گذاری را به عهده دارند (همان، ۲۶-۲۷). در واقع، دست کم ۴۴ بازیگر نهادی در عرصه سینمای ایران فعال و مؤثر هستند تا زنجیره ارزش در سینمای ملی شکل گیرد. این زنجیره شامل حلقه‌های اصلی توسعه، پیش‌تولید، تولید، توزیع، نمایش و ممیزی است.

تقاضای فیلم نیز مسئله مهمی است که تابع عوامل متعددی از جمله عوامل اقتصادی، اجتماعی برنامه‌ریزی، اکران، تبلیغات، سینمای مطلوب و درنهایت کیفیت فیلم (بازیگران، کارگردان و داستان فیلم) است. متأسفانه نظام آماری جامع و دقیقی در صنعت سینمای ایران وجود ندارد؛ اما برخی آمارها نشان می‌دهند در سال ۱۳۹۵، تعداد ۳۸۰ سالن سینما فعالیت می‌کردند؛ و به همین سان اطلاعاتی نیز در خصوص میزان رسوخ نوآوری‌های فنی در عرصه پیش‌تولید، تولید، سرمایه‌گذاری، توزیع و نمایش وجود ندارد، اما شواهد

پراکنده از رشد سریع پردیس‌های سینمایی در مجتمع‌های بزرگ تجاری، ایجاد مسیرهای جدید درآمدی مثل شبکه خانگی (با حذف صداوسیما) و ظهور استارت‌آپ‌ها (مثل سلام سینما و سینما تیکت) حکایت دارد (همان، ۷۰-۷۹). مطابق برخی آمارگیری‌های ملی، در سال ۱۳۹۳، تعداد ۱۳۹ کارگاه تولید فیلم سینمایی و ویدئویی و نیز برنامه تلویزیونی و ضبط صدا وجود داشته است که ۷۹۵۹ نفر در آن‌ها مشغول به کار بوده‌اند. البته طبق آمار معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تعداد مؤسسات و شرکت‌های سینمایی تولید و پخش ثبت‌شده در سینمای ایران از ۳۴۰ مورد در سال ۱۳۸۴ به ۴۲۱ مورد در سال ۱۳۹۴ رسیده است. در این بازه زمانی ده‌ساله (۸۴-۱۳۹۴)، تعداد ۸۴۳ فیلم سینمایی بلند، ۱۸,۳۲۷ فیلم کوتاه، ۶۷۹۰ فیلم مستند، ۶۵ پویانمایی و ۱۷۶۶ فیلم ویدئویی تولید شده است. بنیاد فارابی نیز در این دوره به میزان ۱۰۴ میلیارد تومان از تولید سینمایی حمایت کرده؛ و سازمان سینمایی نیز به ترتیب از ۳۰۹ و ۲۰۳ فیلم طی دو سال ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ حمایت ملی کرده است. در سال‌های قبل نیز تعداد حمایت از ۱۸۸ تا ۱۵۷ مورد نوسان داشته است.

در سال ۱۳۹۴، تعداد آموزشگاه‌های سینمایی ۲۴۳ واحد، تعداد هنرجویان ۳۳۷۹ نفر، تعداد فیلم‌های اکران‌شده ۱۱۸ فیلم، تعداد جوایز جهانی ۳۷۰ نفر - هنرمند، تعداد فیلم‌های صادرشده به خارج از کشور ۷۴ فیلم، تعداد سالن‌ها ۳۸۰ تا، تعداد شهرستان‌های برخوردار از سالن سینما ۱۴۲ شهرستان (۳۳ درصد برخوردار)، میزان تماشاگر فیلم‌های سینمایی اکران‌شده نسبت به جمعیت کشور ۱۷ درصد، میزان فروش فیلم‌های اکران‌شده ۱۷۹ میلیارد تومان، متوسط فروش هر فیلم ۱/۳ میلیارد تومان و گردش مالی شبکه نمایش خانگی ۱۳۵۰ میلیارد تومان بوده است؛ در ضمن، تعداد ۵ سالن دارای سیستم نمایش سه‌بعدی، ۱۱ سالن دارای نمایش D-Cinema و ۳۸۰ سالن دارای E-Cinema بوده‌اند (همان، ۱۱۸-۱۲۲).

صنعت اسباب‌بازی

اسباب‌بازی یکی دیگر از مهم‌ترین صنایع نرم و فرهنگ‌ساز در نظر گرفته شده و حسب مصوبات نقشه جامع علمی کشور مقرر شده است که دست کم سهم ۲۵ درصدی از آن به تولید داخل اختصاص یابد. از سال ۱۳۸۲، استاندارد اسباب‌بازی در ایران اجباری شد و شوراها و نهادهایی برای نظارت بر آن تأسیس شدند. اولین آیین‌نامه در این باره توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی در سال ۱۳۷۷ تصویب شد. زنجیره ارزش در این صنعت بسیار پیچیده است و شامل تعداد زیادی نهاد و سازمان دولتی و خصوصی می‌شود (ابوجعفری و همکاران، ۱۳۹۹ الف: ۳۳-۳۴). بر اساس برآوردها، در بهترین حالت، کمتر از ۱۰ درصد از حجم بازار داخلی را تولیدکنندگان داخلی به خود اختصاص می‌دهند و ۹۰ درصد آن در اختیار کشور چین است. تعداد کارکنان کارگاه‌های صنعتی با ۱۰ نفر کارکن و بیشتر در حوزه تولید وسایل بازی و اسباب‌بازی در سال ۱۳۹۴، ۴۰۹ نفر در ۹ واحد بوده است؛ در حالی که میزان واردات اسباب‌بازی در سال ۱۳۹۵ بیش از ۸۶ میلیون دلار بوده است.

صنایع دستی

بخشی غیررسمی اقتصاد است که تنوع بسیار گسترده‌ای دارد؛ و در ۴ حوزه تولید، توزیع و فروش، آموزش، استانداردسازی و کیفیت تفکیک‌پذیر است. در سال ۲۰۱۱، تعداد کارکنان مستقیم صنایع دستی در هند برابر با ۶/۸۸ میلیون نفر (در بافت پارچه‌های سنتی) و صادرات صنایع دستی هند در سال ۲۰۰۸، ۳۵۱ میلیارد دلار بوده است. صنایع و هنرهای دستی در ایران دارای ۲۹۵ رشته و زیررشته بدون احتساب قالی و گبه است. حجم صادرات محصولات صنایع دستی از ۲ هزار تن در سال ۱۳۸۸ به عدد ۷۷ هزار تن در سال ۱۳۹۵ و ۳۹ هزار تن در ۶ ماهه نخست سال ۱۳۹۶ رسیده است.

صنعت بازی‌های ویدئویی

این صنعت نیز یکی از شاخص‌ترین بخش‌های صنایع فرهنگی است؛ و دستیابی به سهم ۳۰ درصدی بازی‌های ایرانی در بازار داخلی بازی‌های ویدئویی تا سال ۱۴۰۴ هدف‌گذاری شده است. پیش‌بینی درآمدزایی این صنعت تا سال ۲۰۲۰، ۴۰/۳ میلیارد دلار بوده است. تعداد بازیکنان بازی‌های ویدئویی در سال ۱۳۹۳ به‌صورت آنلاین (برخط/اینترنتی) ۱/۱ میلیون نفر و روی رایانه شخصی ۴/۳ میلیون نفر و روی موبایل و تبلت ۹/۵ میلیون نفر بوده است. پنج سبک (ژانر) پرطرفدار نیز رانندگی، دوندگی، پازل، آرکید و ورزشی بوده‌اند. هزینه بازیکنان رایانه ۴۲ میلیارد تومان، کنسول ۳۱ میلیارد تومان و موبایل ۱۳۹ میلیارد تومان در سال ۱۳۹۴ بوده است. تعداد پروژه‌های بازی‌های ایرانی قیمت‌گذاری شده ۱۹ عنوان و تعداد بازی‌های عرضه‌شده در فروشگاه‌های دیجیتال بین‌المللی ۱۵ عنوان بوده است (همان، ۱۰۳). همچنین تعداد ۱۴ شرکت ۹۳ درصد سهم بازار را دارا هستند و ۵ شرکت برتر توزیع‌کننده در ایران فعالیت می‌کنند. تعداد کل فروشگاه‌های عرضه بازارهای غیرموبایلی (فیزیکی) ۱۶/۹۰۰ و فروشگاه‌های مجاز عرضه بازی‌های موبایلی ۱۳۹۰ و تعداد گیم‌نت‌ها ۱۹۳ بوده است (همان، ۱۰۶). در اهمیت این صنعت همین بس که مطابق محاسبات جهانی، مجموع فروش دو صنعت سینما و موسیقی کمی بیش از نیمی از فروش و درآمد صنعت بازی‌های رایانه‌ای بوده است.

صنعت گردشگری

مطابق با پیش‌نویس سند ملی نوآوری صنایع و محصولات فرهنگی و نوآوری‌های نرم کشور، گردشگری یکی از حوزه‌های مهم صنایع فرهنگی و سازوکاری برای مدیریت بهره‌وری و حکمرانی در حوزه فرهنگی و اجتماعی است. در سال ۲۰۱۸، گردشگری دنیا با در اختیار داشتن یک شاغل به‌ازای هر ۱۰ شاغل و ۱۰/۴ درصد از کل تولید ناخالص داخلی جهان، سومین صنعت بزرگ بوده است. سهم مستقیم صنعت گردشگری از تولید ناخالص داخلی در ایران ۲/۷ درصد است و به‌ازای هر ۲۰ نفر شاغل در کشور یک نفر در این

صنعت اشتغال دارد. سهم کل تولید ناخالص داخلی گردشگری ایران (شامل سهم مستقیم، غیرمستقیم و القاشده) از تولید ناخالص داخلی کشور در انتهای سال ۲۰۱۶ برابر با ۷/۷ درصد بوده که این عدد در سال ۲۰۱۶، ۶/۶ درصد گزارش شده است. تعداد شاغلان کل نیز حدود ۱/۶ میلیون نفر بوده که سهمی معادل ۶/۴ را به خود اختصاص داده است (ابوجعفری و همکاران، ۱۳۹۹ ج: ۱۱۶). شاخص خانوارهای حداقل یک بار سفررفته به کل خانوارها در تابستان ۱۳۹۲، ۵۴/۰ و تعداد گردشگران خارجی ورودی به کشور در سال ۱۳۹۵، ۴/۹۱۱/۹۲۰ نفر بوده است. در ضمن، دولت در ایران با هزینه کردن ۰/۱۷ میلیارد دلار در صنعت گردشگری پس از ترکیه، امارات، مصر، عربستان و رژیم صهیونیستی در جایگاه ششم خاورمیانه قرار دارد (همان، ۱۳۷).

اقتصادپویانمایی^۱

پویانمایی یکی از انواع هنرهای بصری و تصویری است که در آن مجموعه‌ای از ایده‌ها، خلاقیت‌ها و فناوری‌ها در کنار یکدیگر اثر هنری را خلق می‌کنند. در این هنر - صنعت از گرافیک رایانه‌ای و عکاسی و... استفاده می‌شود. زنجیره ارزش پویانمایی شامل زیرساخت‌ها، استانداردها، تأمین مالی، فرهنگ‌سازی، قواعد و مقررات، مجوزها، پیش‌تولید، تولید، پس‌تولید، اکران و نمایش (توزیع و عرضه به بازار) است. در اسناد بالادستی کشورمان تولید و اکران ملی و بین‌المللی ۳۰ پویانمایی تا افق ۱۴۰۴ هدف‌گذاری شده است تا ضمن ایجاد اشتغال و خلق ثروت، ایران به قطب این صنعت در منطقه تبدیل شود. ارزش بازار جهانی این صنعت ۲۲۰ میلیارد دلار است که سهم آمریکا از آن ۳۸ درصد است. بر اساس گزارش‌های بین‌المللی، ایران تاکنون بیش از ۴۰۰۰ عنوان فیلم پویانمایی تولید کرده است؛ و سالانه حدود ۱۲۰ فیلم کوتاه پویانمایی به جشنواره خانه سینما ارسال می‌شود. همچنین در هر دوره دوسالانه، حدود ۸۰۰ عنوان انواع پویانمایی به جشنواره پویانمایی کانون

پرورش فکری کودکان و نوجوانان ارسال می‌شود. تا سال ۱۳۹۴، ۶۵ اثر پویانمایی توسط مرکز گسترش سینمای مستند و تجربی مورد حمایت قرار گرفته‌اند. تا سال ۱۳۹۵ نیز ۶ فیلم پویانمایی در سینماها اکران شده‌اند؛ و ۴۵ تولیدکننده در این زمینه فعال هستند. درحالی‌که در ژاپن ۶۶۲ استودیوی پویانمایی با بازاری معادل ۱۶ میلیارد دلار فعال هستند؛ یا در چین ۱۸۲ فیلم تولید شده است. تعداد کل فیلم‌های تحت حمایت طی یک دهه (۸۴-۱۳۹۴) ۶۵ فیلم (معادل ۰/۲ کل فیلم‌های سینمای ایران) بوده است (همان).

صنعت نشر

این صنعت شامل مجموعه فعالیت‌هایی است که منابع اطلاعاتی مختلف مانند کتاب و مجله را در شکل‌های چاپی و الکترونیکی منتشر می‌کند. در سال ۲۰۱۴، ۱/۶ تریلیون دلار در دنیای رسانه هزینه شده که مبلغی بالغ بر ۳۰۰ میلیارد دلار آن به نشر کتاب، مجله، روزنامه و نشر دانشگاهی اختصاص داشته است. سازمان جهانی مالکیت معنوی، نشر را به‌عنوان یکی از صنایع فرهنگی معرفی کرده است. مهم‌ترین فرایندهای نشر شامل تولید محتوا (توسط نویسندگان، محققان، مترجمان، ویراستاران و...)، آماده‌سازی فنی محتوا (توسط حروف‌چین، نمونه‌خوان، صفحه‌بند، گرافیست، لیتوگراف و...)، چاپ و نشر منابع چاپی و بازاریابی و توزیع (اعم از کاغذی یا الکترونیکی) می‌شود. بر اساس اطلاعات اولین نقشه جهانی صنایع فرهنگی و خلاق در سال ۲۰۱۳، از مجموع ۲۲۵۰ میلیارد دلار درآمد این صنعت، ۲۳ درصد سهم کتاب بوده که درآمدی معادل ۱۴۳ میلیارد در پی داشته؛ و تعداد کارکنان آن ۳/۶۷۰ میلیون نفر بوده است. سهم روزنامه و مجله نیز ۳۵۴ میلیارد دلار و تعداد شاغلان این بخش ۲/۸۵۵ میلیون نفر بوده است. سهم صنعت نشر در آمریکا ۱/۱ درصد، بریتانیا ۲/۱، فرانسه ۰/۸، کانادا ۱/۸ و استرالیا ۱/۲ درصد از GDP بوده است (ابوجعفری و همکاران، ۱۳۹۹ ب: ۳۰-۳۶). در سال ۱۳۹۴، تعداد کل عناوین منتشرشده ۸۰،۵۸۲ عنوان کتاب و شمارگان آن‌ها ۱۵۳،۹۶۷ هزار نسخه بوده است. سهم بازار کتاب از تولید ناخالص

داخلی در سال ۱۳۹۳، ۰/۱۲ بوده که هدف‌گذاری برای سال ۱۳۹۹ هم همان ۰/۱۲ بوده است. عناوین نیز ۷۲،۸۷۷ بوده که مقرر شده است در سال ۱۳۹۹ به ۸۹،۴۷۵ برسد؛ تعداد کتاب‌های کتابخانه‌های عمومی نیز از ۳۹،۷۳۸ هزار به ۷۶،۰۸۲ هزار (با رشد ۱۱/۴ درصدی)، سرانه کتابخانه‌های عمومی (به‌ازای هر ۱۰۰ هزار نفر) از ۵۱ به ۹۱ (با رشد ۱۰ درصدی) و عناوین نشریات نیز از ۶۳۲۷ به ۱۵،۲۳۷ (با رشد ۱۵/۸) افزایش یابد. بر اساس مطالعات پیمایشی، حدود نیمی از شمارگان کتاب‌های منتشرشده در کشور سهم کتاب‌های کمک‌آموزشی است (مشکل کنکورمحوری). تعداد کارکنان کارگاه‌های انتشاراتی کشور در سال ۱۳۹۳، ۷۹۵۹ نفر بوده است. مطابق آمار خانه کتاب، تعداد عناوین منتشرشده در سال ۱۳۹۵، ۸۸،۶۲۴ عنوان، شمارگان آن‌ها ۱۴۴،۰۷۹،۵۷۱ نسخه و متوسط شمارگان کتاب ۱۶۲۶ بوده؛ درحالی‌که این رقم در سال ۱۳۵۸، ۷۷۸۶ و در سال ۱۳۹۰، ۳۰۰۲ جلد بوده است (همان، ۱۱۴-۱۱۵). لازم به‌گفتن است، حدود ۰/۷۵ این تعداد نشر در تهران انجام می‌شود. تعداد ناشران در سال ۱۳۹۴، ۴۱۴۷ واحد فعال و ۸۸۰۸ واحد غیرفعال بوده است. همچنین هر ساله ۲۵ نمایشگاه کتاب داخلی برگزار و ۱۰ بار حضور در نمایشگاه‌های کتاب خارجی ثبت شده است (ابوجعفری، ۱۳۹۹).

وضعیت کارآمدی یا اثربخشی

همچنان‌که در مدل یا چارچوب نظری این گزارش ذکر شد، در اینجا به بیان و توصیف خروجی‌ها و عملکردها و یا فعالیت‌های دستگاه‌های فرهنگی پرداخته و تلاش می‌شود ضمن ارائه آمارها و ارقام در خصوص حجم، تعداد، میزان و رشد (تغییرات) فعالیت‌ها و برنامه‌ها (یا همان خروجی‌های اولیه و فعالیت‌های دستگاه‌ها)، تاحدامکان پیامدها و تأثیرات این اقدامات نیز موردتوجه قرار گیرند. بدیهی است، مبنای تقسیم‌بندی ارائه وضعیت کشور بر اساس دستگاه‌ها و نهادهای فرهنگی است، چراکه قصد بیان و توصیف کارآمدی این دستگاه‌ها را داریم؛ و البته مشکل اصلی

از همین جا آغاز می‌شود، چراکه تمامی نهادهای فرهنگی به‌خصوص در بخش غیردولتی آمار برنامه‌ها و فعالیت‌های خود را به‌سهولت در اختیار افکار عمومی و محققان کشور قرار نمی‌دهند. دو دیگر آنکه این آمارها، با عنایت به فرهنگ سازمانی کشورمان، توأم و آمیخته به درجه‌ای از اغراق و بیش‌آوردی^۱ هستند؛ و شوربختانه راستی‌آزمایی آن‌ها دشوار است و دست‌کم از عهده این گزارش بر نمی‌آید. از این‌رو به‌اجبار به آمارهای رسمی، با تمام مشکلات ذاتی این‌گونه آمارها، مراجعه می‌شود؛ به‌خصوص آنکه امکان رصد زمانی و بررسی تغییرات برنامه‌ها و محصولات فرهنگی وجود ندارد و دستگاه‌ها و نهادها به‌صورت قطره‌چکانی و مقطعی (مثلاً آخرین آمارهای ۱۳۹۹) را ارائه می‌کنند و از داده‌های قبلی و گذشته آن خبری نیست. بنابراین امکان مقایسه فراهم نیست و اصولاً رصدی صورت نخواهد گرفت؛ چراکه رصد یک فعالیت به‌لحاظ ذاتی تطبیقی و مقایسه‌ای (طولی و روندی) است، وگرنه آمار مقطعی و در یک برش زمانی محدود کفایت نمی‌کند. این مشکل به‌دلیل نبود یک نظام منسجم آمار و اطلاعات فرهنگی و نبود زیرساخت‌ها و امکانات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری از یک‌سو و عدم تمایل دستگاه‌ها برای ارائه عملکرد و فعالیت خود از سوی دیگر است. درحالی، مقوله یا مفهوم اصلی برای رصد فعالیت‌های فرهنگی برنامه‌ها، تولیدات، محصولات و خدمات فرهنگی است.

میزان، تعداد، حجم و کمیت برنامه‌ها، اقدامات و عملکردهای دستگاه‌های فرهنگی کشور

در علوم اجتماعی رایج، ادبیات موجود در زمینه تولید (و عرضه) و توزیع برنامه‌ها، محصولات و خدمات فرهنگی به‌اندازه ادبیات و نظریه‌های مصرف فرهنگی فرجه نیست و توسعه نیافته است. نظریه‌های فرهنگی در حوزه مصرف فرهنگی بعد از طرح ایده‌هایی مثل جامعه مصرفی، سبک زندگی و اوقات فراغت توسعه بسیاری

1. Overestimate

پیدا کرده‌اند؛ چراکه تصور بر آن است که مصرف، هر نوع مصرفی، پدیده‌ای به شدت فرهنگی است، زیرا با معنا، نماد، نشانه، هویت و بیانگری^۱ و البته با رسانه و تبلیغات گره خورده است. مصرف (و شاید بتوان گفت تولید) فرهنگی گستره‌ای پهناور از کنش‌های روزمره از خوردن و آشامیدن، تفریح و مسافرت تا تأمل و اندیشیدن درباره آثار هنری را شامل می‌شود. معمولاً در پژوهش‌های تجربی بر دو مقوله فعالیت فرهنگی (آیین‌ها و مراسم مذهبی، مسافرت، ورزش، شرکت در مجامع علمی و هنری) و تولید و مصرف کالاهای فرهنگی (مثل کتاب، نشریه، فیلم، مجموعه تلویزیونی، آثار شبکه نمایش خانگی، آثار موسیقایی، سینما و تئاتر) تأکید می‌شود (برای مثال نگاه کنید به پیمایش ملی مصرف کالاهای فرهنگی، موج سوم، ۱۳۹۹، ص ۳). بخش زیادی از تولیدات فرهنگی به مقوله سرگرمی ختم می‌شود و از این رو، با اوقات فراغت و سبک زندگی مرتبط است. اما همه تولیدات فرهنگی به خصوص آن دسته که از سوی نهادهای رسمی، حاکمیتی و دولتی تولید و منتشر می‌شوند، به ناگزیر و کاملاً ماهیت سرگرمی ندارند؛ هرچند هیچ (تقریباً هیچ) فعالیت و برنامه فرهنگی بدون جذابیت و خصلت‌های گیرایی و دلپذیری نمی‌تواند مؤثر واقع شود (چه یک اردوی دانش‌آموزی باشد و چه حتی یک مراسم مذهبی). فعالیت‌ها (یا باتسامح برنامه‌های) فرهنگی پیرامون تولید، به کارگیری، انتقال، استفاده و مصرف معانی و نمادها و شکل دادن، تغییر و ارتقای حیات روحی و معنوی افراد شکل می‌گیرند. این برنامه‌ها از نگاه سلبی فعالیت غیراقتصادی و غیرسیاسی هستند و عنصر اختیاری بودن (در استفاده از آن‌ها) مهم و برجسته است (پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۹: ۱۲). تولیدات، محصولات، خدمات و برنامه‌های فرهنگی معمولاً دارای رگه‌هایی از آفرینش‌ها و نوآوری‌ها هستند؛ چراکه در تحلیل نهایی فعالیت فرهنگی کاری است که در سازمان‌ها و نهادها و توسط هنرمندان و پدیدآورندگان قالب‌های مکتوب (مثل داستان و شعر)، شنیداری (مثل موسیقی) و دیداری (مثل فیلم و گردشگری تاریخی) تولید و عرضه می‌شود؛ یعنی عنصر فرهیختگی در تولید آن باید لحاظ شده باشد. تولیدات فرهنگی با رونق گرفتن صنایع

فرهنگی در سطح بسیار فراوانی عرضه و ارائه می‌شوند. در یک دسته‌بندی اجمالی، این برنامه‌ها و تولیدات را می‌توان به فعالیت‌های مذهبی، فعالیت‌های اجتماعی (مثل مراسم عمومی و مجامع فرهنگی، هنری علمی، کنسرت‌ها، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها، بازدیدها و معاشرت‌های اجتماعی)، فعالیت‌های ورزشی، فعالیت‌های تفریحی و سرگرمی، بازی‌ها، تولیدات صنایع دستی و هنری، گردشگری، زیارت و از این قبیل تقسیم کرد. بنابراین باید هوشیار بود که فعالیت‌های آموزشی و علمی باوجود ماهیت فرهنگی آن‌ها که در دستگاه‌هایی مثل وزارت علوم، تحقیقات و فناوری یا وزارت آموزش و پرورش انجام می‌شوند، به‌عنوان فعالیت فرهنگی تلقی نشوند. به این ترتیب با طیف وسیعی از فعالیت‌ها و برنامه‌های فرهنگی از کتاب و کتاب‌خوانی، قرآنی، روزنامه‌ای، رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی تا رادیو و تلویزیون، سینما، اینترنت، تبلت، موسیقی و تئاتر مواجه می‌شویم که به فراخور هر دستگاه و نهاد فرهنگی تولید و عرضه می‌شوند.

از لحاظ روشی باید دقت کرد که برای رصد خروجی‌های جدانشدنی دستگاه‌ها می‌توان به آمارهای رسمی آن‌ها مراجعه و آن‌ها را تحلیل کرد؛ اما در مورد تحلیل پیامدها و تأثیرات و یا نتایج نهایی فعالیت‌ها باید به سراغ ذهنیت‌ها و باورها و گرایش‌های مخاطبان برنامه‌ها رفت، چراکه تأثیر نهایی برنامه‌ها را باید در این سطح مشاهده و رصد کرد؛ بگذریم از آنکه تأثیرات اساسی را باید در سطح رفتارها و گرایش‌های عملی کنشگران (مخاطبان برنامه‌های فرهنگی) دید. برای مثال، افزایش و تقویت باورهای اخلاقی، معنوی و یا فرهنگ زیست‌محیطی را باید در عمل و میدان و عرصه رفتارهای عینی به‌خصوص بر سر دوراهی‌ها بررسی و ملاحظه کرد که امری خطیر و دشوار است و بررسی دقیق و کامل آن از حوصله گزارش حاضر بیرون؛ به‌خصوص آنکه این مهم از حوزه کار رصد دستگاه‌های فرهنگی خارج می‌شود و رصد همه حوزه‌های فرهنگ را شامل می‌شود. از این‌رو، محققان دیگر در گزارش‌های مستقل باید تغییرات ماهوی و اصلی را در شاخص‌های حوزه‌های مختلف فرهنگ مثل امید و نشاط اجتماعی، باورهای دینی، سرمایه فرهنگی، استحکام خانواده، گروه‌های مرجع، انواع مصرف فرهنگی و مورد بررسی قرار

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۷۳

دهند؛ و در این میان بخش زیادی از فعالیت‌ها و برنامه‌های فرهنگی توسط نهادها و دستگاه‌های آموزشی، علمی، تحقیقاتی، اقتصادی، صنعتی نیز تولید و ارائه می‌شوند که این حجم از فعالیت‌ها نیز غیرقابل اغماض هستند اما امکان رصد کامل آن‌ها در این گزارش وجود ندارد. اکنون شایسته است مروری اجمالی بر حجم و تنوع برنامه‌های فرهنگی چند دستگاه مهم دولتی طی ۸ سال اخیر^۱ داشته باشیم؛ و برای این منظور نگاهی به فعالیت‌های فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مفید است.

عملکرد و اقدامات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

تحلیل وضعیت حوزه سینمایی، سمعی و بصری

جدول ۷: آمار سینماها و تماشاگران فیلم‌های سینمایی^۲

سال و استان	تعداد سینما	تعداد سالن سینما	گنجایش (تعداد صندلی)	تعداد تماشاگر (هزار نفر)
۱۳۹۲	۲۱۲	۳۱۸	۱۲۴,۲۳۳	۷۸۴۳
۱۳۹۳	۱۹۳	۳۰۶	۱۰۷,۶۷۰	۱۴,۲۰۰

۱. با وجود تلاش فراوان نویسنده برای اخذ و بهره‌مندی از گزارش‌های عملکرد اقدامات تمامی دستگاه‌های فرهنگی و پیگیری‌های رسمی و اداری از سوی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، نتایج لازم حاصل نشد. متأسفانه پیگیری‌ها از خود دستگاه‌ها، سایت‌ها و حتی سازمان برنامه‌بودجه نیز متمرکز واقع نشد. بنابراین، در ادامه عملکرد دستگاه‌های فرهنگی درون قوه مجریه (دولتی‌ها) ارائه می‌شود. اما گزارش‌های سایر دستگاه‌ها به‌خصوص صداوسیما، حوزه‌های علمیه و... در دسترس قرار نگرفت؛ که این خود نشان‌دهنده بخشی از مشکلات اساسی دستگاه‌های فرهنگی است؛ به‌نحوی که عملکردهای خود را در دسترس عموم و یا دست کم محققان قرار نمی‌دهند. گزارش‌های دستگاه‌های دولتی نیز بر اساس خوداظهاری دستگاه‌ها ارائه شده‌اند. عمده این گزارش‌ها به مناسبت و در آستانه پایان خدمت دولت دوازدهم تهیه و تدوین شده‌اند و بنابراین دارای جزئیاتی از عملکرد دستگاه‌های دولتی طی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹ و گاهی ۱۴۰۰ هستند که امکان رصد تغییرات را فراهم می‌سازند. شایان ذکر است که دو گزارش از معاونت فرهنگی اجتماعی شهرداری تهران و سازمان تبلیغات اسلامی نیز دریافت شد که اولی به‌دلیل کیفیت گزارش و تمرکز آن بر فعالیت‌های خاص شهرداری تهران مورد استفاده قرار نگرفت. گزارش سازمان تبلیغات اسلامی نیز شامل مجموعه‌ای از گزارش‌های طرح‌های پژوهشی بود که عملاً با موضوع گزارش حاضر که رصد است، ارتباطی نداشت و از این رو مورد استفاده واقع نشد.

۲. آمار مربوط به سینماهای فعال، سالن‌های سینمایی فعال و گنجایش آن‌هاست.

سال و استان	تعداد سینما	تعداد سالن سینما	گنجایش (تعداد صندلی)	تعداد تماشاگر (هزار نفر)
۱۳۹۴	۲۴۸	۳۸۰	۱۲۷,۰۰۹	۱۳,۴۵۰
۱۳۹۵	۲۷۹	۴۱۵	۱۲۸,۹۴۳	۲۵,۴۴۳
۱۳۹۶	۳۴۳	۵۳۹	۱۵۳,۸۳۰	۲۲,۸۴۷
۱۳۹۷	۳۴۱	۵۹۶	۱۵۸,۲۰۷	۲۸,۵۴۷
۱۳۹۸	۳۵۵	۶۳۵	۱۶۱,۶۳۶	۲۶,۳۱۱

منبع: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان سینمایی و امور سمعی و بصری، ۱۳۹۹

جدول ۸: تعداد عناوین فیلم‌های سینمایی تولیدشده و تعداد جشنواره‌های سینمایی برگزارشده

سال	تعداد عناوین فیلم‌های سینمایی تولیدشده	تعداد جشنواره‌های سینمایی برگزارشده
۱۳۹۳	۷۸	۴۱
۱۳۹۴	۷۸	۴۲
۱۳۹۵	۸۱	۱۱۳
۱۳۹۶	۹۸	۱۰۲
۱۳۹۷	۸۲	۱۵۵
۱۳۹۸	۸۸	۱۵۲

منبع: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان امور سینمایی، سمعی و بصری

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۷۵

جدول ۹: تعداد عناوین فیلم‌های سینمایی صادر شده به خارج از کشور و شرکت‌کننده در مجامع بین‌المللی

سال	صادر شده	شرکت‌کننده در مجامع بین‌المللی
۱۳۹۳	۳۰	۶۹
۱۳۹۴	۷۴	۵۲
۱۳۹۵	۳۵	۱۰۱
۱۳۹۶	۱۵	۳۵
۱۳۹۷	۲۶	۳۵
۱۳۹۸	۲۰	۲۰

منبع: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان امور سینمایی، سمعی و بصری

مرور داده‌های عملکردی در حوزه سینمایی و سمعی و بصری روندی مطلوب و چشم‌اندازی روشن را نشان می‌دهد. واقعیت آن است که درآمدهای اقتصادی سینما و تولیدات آن رشدهای قابل قبولی را تجربه کرده‌اند و جامعه نیز از در پیش گرفتن رویه‌های جدید در حوزه فرهنگ و هنر استقبال کرده است؛ بهترین گواه بر این مدعا رشد چشمگیر و مطلوب تماشاگران در عرصه سینماست.

تنها نکته قابل بررسی افت تعداد پروانه‌های ساخت و تولید فیلم و تعداد اکران‌هاست که اگرچه در بیشتر موارد نسبت به سال ۱۳۹۲ هنوز می‌توان از رشد و حرکت رویه‌جلو سخن گفت، در قیاس با رویه ابتدایی شکل گرفته در دولت یازدهم، شاهد عدم تداوم این روند مثبت و افت شاخص‌ها در دولت

دوازدهم بوده‌ایم. معضلات اقتصادی، تحریم‌ها و شیوع کرونا را می‌توان سه عامل اصلی بروز این مسئله عنوان کرد.

در مجموع، داده‌ها نشان از وضعیت بسیار مثبت و روند رو به رشد استقبال از سینما در دولت دوازدهم دارند. سیاست‌های دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در جهت تلاش برای افزایش آزادی بیان و عدم دخالت‌های سوگیرانه و سختگیری‌های سلیقه‌ای را می‌توان از دلایل این رشد چشمگیر دانست. تدوین طرح تحول سینما در حوزه صدور مجوزها، سازمان‌دهی طرح نظارت و حمایت از تهیه فیلم‌های فاخر، بازگشایی خانه سینما به‌عنوان یکی از مطالبات اصلی جامعه بزرگ سینمای ایران و برگزاری مجمع عمومی و انتخاب هیئت‌مدیره و مدیرعامل در کنار حمایت همه‌جانبه از تشکیل و تقویت نهادهای صنفی این حوزه از جمله اقدامات عملی برای عملیاتی‌سازی سیاست‌های رسمی بوده که بی‌شک در رشد استقبال از سینما در کشور در طول سالیان گذشته بسیار تأثیر داشته است. به‌طور کلی بیشتر شاخص‌ها در حوزه ساخت و اکران فیلم‌های سینمایی روند مثبت و قابل‌قبولی را نشان می‌دهند. باوجود این رویه مثبت اما تنها نقطه‌ضعف جدی در تعداد پروانه‌های صادرشده برای ساخت فیلم‌های سینمایی است که به‌صورت جدی از اُفت و نزول این شاخص حکایت دارد. بااین‌وجود عملکرد فیلم‌های سینمایی منتخب ایرانی در جشنواره‌های خارجی و بین‌المللی می‌تواند نوید افزایش کیفیت کارها در حوزه سینما را بدهد.

تحلیل وضعیت نشر کتاب و مطالعه

جدول ۱۰: آمار کتابخانه‌های عمومی، اعضا و کتاب‌های موجود برحسب استان

سال و استان	کتابخانه‌های عمومی	اعضا (هزار نفر)	کتاب‌های موجود (هزار نسخه)
۱۳۹۲	۳۱۴۷	۲۵۱۷	۳۸,۰۷۵
۱۳۹۳	۳۲۰۱	۲۴۵۵	۳۹,۷۳۸
۱۳۹۴	۳۲۷۸	۲۲۶۶	۴۱,۲۸۴
۱۳۹۵	۳۳۴۶	۲۳۷۸	۴۱,۶۸۶
۱۳۹۶	۳۴۲۶	۲۴۹۳	۴۱,۶۶۷
۱۳۹۷	۳۴۸۹	۲۵۸۴	۴۲,۹۳۰
۱۳۹۸	۳۵۳۳	۲۴۸۷	۴۴,۶۲۳

منبع: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور

در یک نگاه کلی، به نظر می‌رسد که به‌نسبت رشد نسبی در این حوزه رخ داده است. به‌طور کلی وضعیت در حوزه کتابخانه‌های عمومی در قیاس با دیگر حوزه‌های فرهنگی کمابیش مطلوب بوده است. هرچند در اکثریت شاخص‌های این حوزه شاهد رشد و حرکت روبه‌جلو بوده‌ایم، می‌توان این‌طور بیان کرد که این پیشرفت‌ها بسیار اندک و در بُعد زمانی کند بوده است. شاید تنها مورد قابل قبول در این عرصه تلاش برای افزایش تعداد کتابخانه‌ها بوده است که می‌توان آن را کوششی برای ایجاد

توازن منطقه‌ای در توزیع کتابخانه‌ها در سطح جغرافیایی دانست. تنها مورد اُفت شاخص در این حوزه نیز تعداد اعضای کتابخانه‌ها بوده است که عمده دلیل آن در دو سال پایانی دولت دوازدهم، مربوط به مسئله شیوع کروناست.

جدول ۱۱: تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده برحسب نوع اثر

سال	جمع	تألیف	ترجمه
۱۳۹۲	۶۶,۱۰۷	۵۳,۳۷۵	۱۲,۷۳۲
۱۳۹۳	۷۲,۸۹۷	۵۷,۵۸۰	۱۵,۳۱۷
۱۳۹۴	۸۰,۵۸۲	۶۵,۵۲۰	۱۵,۰۶۲
۱۳۹۵	۸۸,۶۱۹	۶۹,۹۰۱	۱۸,۷۱۸
۱۳۹۶	۹۹,۱۵۵	۷۵,۹۴۶	۲۳,۲۰۹
۱۳۹۷	۱۰۱,۱۳۶	۷۵,۹۰۱	۲۵,۲۳۵
۱۳۹۸	۱۰۵,۴۸۶	۷۵,۶۱۷	۲۹,۸۶۹

منبع: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، ۱۳۹۹

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۷۹

جدول ۱۲: تعداد عناوین و شمارگان کتاب‌های منتشر شده به تفکیک موضوع و نوع اثر

نوع اثر				شمارگان (هزار نسخه)	عنوان	سال
ترجمه		تألیف				
شمارگان (هزار نسخه)	عنوان	شمارگان (هزار نسخه)	عنوان			
۲۲,۸۹۳	۱۲,۷۳۲	۱۳۴,۷۶۲	۵۳,۳۷۵	۱۵۷,۶۵۵	۶۶,۱۰۷	۱۳۹۲
۲۵,۱۳۱	۱۵,۳۱۶	۱۲۷,۱۹۴	۵۷,۵۶۱	۱۵۲,۳۲۳	۷۲,۸۷۷	۱۳۹۳
۲۳,۰۴۳	۱۵,۰۶۲	۱۳۰,۹۲۴	۶۵,۵۲۰	۱۵۳,۹۶۷	۸۰,۵۸۲	۱۳۹۴
۲۵,۴۵۲	۱۷,۷۱۸	۱۱۸,۶۱۳	۶۹,۹۰۱	۱۴۴,۰۶۶	۸۸,۶۱۹	۱۳۹۵
۲۸,۱۰۵	۲۳,۲۰۹	۱۱۶,۰۸۳	۷۵,۹۴۶	۱۴۴,۱۸۸	۹۹,۱۵۵	۱۳۹۶
۲۸,۶۰۵	۲۵,۲۳۵	۱۱۱,۱۰۳	۷۵,۹۰۱	۱۳۹,۷۰۸	۱۰۱,۱۳۶	۱۳۹۷
۳۳,۹۱۸	۲۹,۸۶۹	۱۱۴,۷۳۰	۷۵,۶۱۷	۱۴۸,۶۳۸	۱۰۵,۴۸۶	۱۳۹۸

منبع: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، ۱۳۹۹

به‌طور کلی، مرور شاخص‌های حوزه نشر نشان می‌دهد که رشد این حوزه نسبت به سال‌های ۱۳۸۸ و ۱۳۹۲ در بخش‌هایی مانند تعداد ناشران، مجوزهای پیش از انتشار کتاب صادر شده و عناوین کتاب‌های منتشر شده مثبت بوده و اغلب روند روبه رشد مطلوبی را داشته است. تنها شاخص متفاوت در این میان شمارگان کتاب‌های منتشر شده است که با وجود اقدامات انجام شده در دیگر

حوزه‌ها، نتوانسته است نسبت به سال ۱۳۹۲ رشد را تجربه کند. با توجه به آنکه تعداد کتاب‌های منتشرشده رابطه‌ای مستقیم با خرید کتاب و حوزه اقتصاد دارد، می‌توان معضلات اقتصادی، تحریم‌های سال ۱۳۹۷ به بعد، گرانی کاغذ و به تبع آن کتاب را از عوامل اصلی روند منفی این شاخص دانست.

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با اتخاذ سیاست‌هایی همچون فرهنگ‌سازی برای گسترش کتاب‌خوانی از طریق انتخاب شهرها و روستاهای پایتخت کتاب، جشنواره کتاب کودک، برگزاری جشنواره‌های کتاب‌خوانی و اهدای گسترده کتاب به کتابخانه‌های مناطق کمتر برخوردار و همچنین فرهنگ‌سازی و درونی‌سازی مطالعه و کتاب‌خوانی در میان جوانان و دانش‌آموزان از طریق راه‌اندازی و سامان‌دهی بیش از ۲۵,۰۰۰ باشگاه کتاب‌خوانی در ۲۰۰۰ شهر و روستا و برگزاری جام باشگاه‌های کتاب‌خوانی موفق به افزایش سرانه مطالعه شده است. بی‌تردید عواملی مانند معضلات اقتصادی، گرانی کاغذ و کتاب و عدم هماهنگی میان دستگاه‌های موازی با وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از جمله معضلات و چالش‌های پیش روی این وزارتخانه برای عملکرد مطلوب در این حوزه به شمار می‌آیند. به‌طور اجمالی می‌توان گفت، سهم بازار نشر از اقتصاد کشور در سالیان اخیر افزایش یافته است.

یکی از عرصه‌های مهم برای تداوم، پایداری و توسعه صنعت نشر برگزاری و مشارکت در نمایشگاه‌های کتاب است. این نمایشگاه‌ها میدان‌ها و فرصت‌های وسیع و مهمی برای عرضه محصولات مکتوب در صنعت نشر محسوب می‌شوند که در اقتصاد فرهنگ و پایداری صنعت نشر نقشی مهم و بی‌بدیل دارند. از سوی دیگر، فرهیختگان و فعالان حوزه فرهنگ و کتاب نیز می‌توانند با حضور در این نمایشگاه‌ها فرصت‌های مناسبی برای دستیابی به محصولات فرهنگی در اختیار داشته باشند. نمایشگاه‌های کتاب نمونه‌ای از ایجاد فرصت در حوزه فرهنگ برای تبادلات فرهنگی محسوب می‌شوند. هرچند دولت تلاش کرده است تا حوزه‌های کتاب‌خوانی و مسائل مربوط به حوزه نشر و مطالعه را توسعه بخشد و در مسیر رشد و پیشرفت قرار دهد و در برخی حوزه‌ها نیز کمابیش موفق بوده، درنهایت نتوانسته است اهداف

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۸۱

اصلی خود را محقق کند. مهم‌ترین دلیل در این میان به مسائل مربوط به اقتصاد و منابع مالی بازمی‌گردد. تورم بالا در چند سال اخیر همراه با عدم ثبات بازار به‌ویژه در چهار سال اخیر، در کنار مسائل ناشی از تحریم‌های ظالمانه که سبب‌ساز گرانی کاغذ و در نتیجه بالا رفتن هزینه‌های چاپ و گرانی کتاب شده‌اند، در نهایت به اُفت بازار کتاب و نشر منجر شده است. در واقع می‌توان این‌طور تبیین کرد که شاکله هر فعالیت اجتماعی، بنیان‌های اقتصادی است و تا زمانی که ثبات لازم در این عرصه به وجود نیاید، سخن از توسعه و پیشرفت فرهنگی امری محال و ناشدنی به نظر می‌رسد. همچنین در رابطه با بحث‌های مربوط به نمایشگاه‌ها نیز نباید از تأثیرات همه‌گیری کرونا به‌ویژه در دو سال اخیر غفلت کرد؛ چراکه برگزاری چنین تجمعاتی را عملاً ناممکن ساخته است.

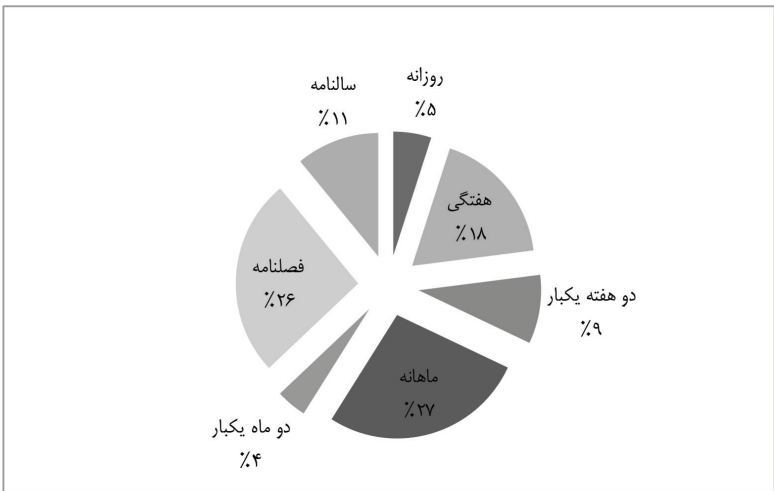
تحلیل وضعیت مطبوعات

جدول ۱۳: تعداد مطبوعات برحسب محل و فاصله انتشار

تهران							سال	
سایر	فصلی	دو ماه یک‌بار	ماهانه	دو هفته یک‌بار	هفتگی	روزانه		
۲۶۵	۱۱۹۶	۱۹۸	۸۹۳	۱۶۶	۲۳۶	۱۲۹	۳۰۸۳	۱۳۹۳
۳۴۳	۱۵۵۳	۲۹۶	۱۳۳۵	۲۳۸	۳۳۴	۱۴۹	۴۲۴۸	۱۳۹۴
۲۱۱	۸۸۱	۱۹۲	۱۰۴۹	۲۰۷	۳۲۱	۱۳۹	۳۰۰۰	۱۳۹۵
۲۳۵	۹۷۱	۱۷۴	۱۰۵۷	۲۲۷	۳۳۳	۱۵۳	۳۱۵۰	۱۳۹۶
۲۸۳	۱۰۸۱	۲۰۴	۱۲۱۹	۲۵۶	۳۷۲	۱۵۴	۳۵۶۹	۱۳۹۷
۳۳۲	۱۱۰۰	۱۷۳	۱۱۱۱	۱۹۶	۳۰۹	۱۶۱	۳۳۸۲	۱۳۹۸

سایر شهرها							سال	
سایر	فصلی	دو ماه یکبار	ماهانه	دو هفته یکبار	هفتگی	روزانه		جمع
۳۲۲	۸۶۸	۶۹	۵۸۹	۲۸۷	۵۵۷	۱۳۹	۲۸۳۱	۱۳۹۳
۴۱۹	۱۱۱۱	۱۳۴	۹۶۰	۴۹۴	۷۷۴	۱۴۷	۴۰۳۹	۱۳۹۴
۲۸۳	۶۲۵	۹۶	۶۶۸	۴۵۵	۷۶۷	۱۵۵	۳۰۴۹	۱۳۹۵
۳۲۹	۶۴۶	۸۴	۵۷۸	۴۶۶	۸۵۵	۱۷۴	۳۱۳۲	۱۳۹۶
۳۸۵	۷۸۸	۱۱۵	۷۸۵	۵۶۹	۱۰۵۲	۱۷۶	۳۸۷۰	۱۳۹۷
۴۶۰	۸۰۷	۹۴	۸۲۴	۴۹۱	۱۰۲۷	۱۹۵	۳۸۹۸	۱۳۹۸

منبع: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، اداره مطبوعات داخلی



نمودار ۲: تعداد مطبوعات برحسب فاصله انتشار

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۸۳

مرور داده‌ها در حوزه امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی حکایت از روند همواره مثبت و رو به رشد رسانه‌های گوناگون دارد. رشدهای بالا و سالانه ۲۸ و ۴۳ درصدی در حوزه رسانه‌ها نشان از فضای باز برای رسانه‌ها دارد. تنها استثنا در این میان رسانه‌های چاپی هستند که هرچند در مقایسه با هشت سال گذشته رشد قابل قبولی داشته‌اند، از نیمه‌های راه روند اُفت را در پیش گرفته‌اند. در این میان دو نکته قابل طرح به نظر می‌رسد. اول آنکه تحریم‌ها و معضلات اقتصادی سبب افزایش بیش‌ازحد قیمت کاغذ شده‌اند که این موضوع در نهایت به افزایش قیمت روزنامه‌ها، هفته‌نامه‌ها و دیگر رسانه‌های چاپی می‌شود. از سوی دیگر، معضلات اقتصادی سبب می‌شوند که هنگام کوچک شدن سبد هزینه‌های خانوار، اولین گزینه‌ها برای حذف، هزینه‌های مربوط به کتاب و روزنامه و به‌طور کلی امور فرهنگی باشند که جزء ضروریات به حساب نمی‌آیند. دوم آنکه گسترش رسانه‌های الکترونیکی و توسعه دسترسی به اینترنت در کشور سبب می‌شود که استفاده از رسانه‌های الکترونیکی، هم از جهت اقتصادی و هم از جهت دسترسی سریع‌تر به داده‌ها، بسیار بهتر و مقرون‌به‌صرفه باشد.

تحلیل وضعیت هنر

در این بخش، عملکردها و اقدامات مربوط به هنر و آموزش‌های هنری مورد بررسی قرار می‌گیرند.

جدول ۱۴: تعداد عناوین نمایش‌های تولیدشده، دفعات اجرا و تماشاگران

سال	نمایش	دفعات اجرا	تماشاگران (هزار نفر)
۱۳۹۲	۴۹۳۸	۶۷,۶۹۹	۲۲۳۱
۱۳۹۳	۴۹۱۰	۶۷,۴۸۰	۲۲۲۸
۱۳۹۴	۵۹۴۴	۸۷,۳۰۸	۳۶۹۴
۱۳۹۵	۶۹۲۴	۱۰۲,۵۲۵	۴۲۴۱

سال	نمایش	دفعات اجرا	تماشاگران (هزار نفر)
۱۳۹۶	۶۹۳۰	۱۰۱,۸۸۸	۵۵۷۹
۱۳۹۷	۷۱۹۸	۸۵,۹۷۷	۸۲۰۰
۱۳۹۸	۶۴۱۵	۹۵,۵۰۲	۵۶۳۲

منبع: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

جدول ۱۵: تعداد اجرای صحنه‌ای موسیقی

سال	جمع	داخل کشور	خارج از کشور
۱۳۹۳	۳۶۶۹	۳۶۵۱	۱۸
۱۳۹۴	۳۸۸۷	۰۰۰	۰۰۰
۱۳۹۵	۵۳۰۴	۰۰۰	۰۰۰
۱۳۹۶	۶۹۶۹	۰۰۰	۰۰۰
۱۳۹۷	۹۸۵۴	۰۰۰	۰۰۰
۱۳۹۸	۶۸۶۸	۰۰۰	۰۰۰

منبع: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

اجرای صحنه‌ای نمایش و موسیقی: اجرای زنده و صحنه‌ای موسیقی و
تثاثر از موضوع‌ها و محورهای اصلی حوزه هنر در هر جامعه‌ای به شمار
می‌آید. در واقع، از جمله شاخص‌های سنجش وضعیت هنر در هر جامعه

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۸۵

میزان برگزاری اجراهای صحنه‌ای موسیقی و نمایش و میزان استقبال جامعه از این برنامه‌ها محسوب می‌شود. مرور شاخص‌ها حاکی از آن است که وضعیت اجرای صحنه‌ای نمایش و موسیقی در طی ۸ سال اخیر نسبت به دولت‌های قبل رشد چشمگیری را تجربه کرده است. با وجود این عملکرد مثبت، معضلاتی همچون شیوع کرونا، معضلات اقتصادی در سالیان اخیر، عدم حمایت مناسب از بخش خصوصی فعال در عرصه هنرهای نمایشی و موسیقی و نیز وجود دیدگاه‌های نامطلوب در برخی گروه‌های قدرت نسبت به هنر و ایجاد معضلات از سوی برخی نهادهای غیررسمی از جمله معضلات پیش روی این وزارتخانه برای عملکرد مطلوب‌تر در این حوزه بوده‌اند. آموزش هنر: هدف اصلی در این بخش سنجش آموزش‌های هنری و روند این آموزش‌هاست.

جدول ۱۶: تعداد آموزشگاه‌های آزاد هنری

شخص	واحد سنجش	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
تعداد آموزشگاه‌های آزاد هنری	تعداد	۲۹۴۶	۳۰۵۰	۳۵۳۶	۳۹۵۶	۴۸۵۱	۵۹۹۱	۵۷۹۱

با توجه به آمار و داده‌های محدود در این شاخص می‌توان به این موضوع اشاره کرد که تعداد آموزشگاه‌های آزاد هنری در انتهای سال ۱۳۹۸، نسبت به ابتدای دولت یازدهم، رشد ۱۲ درصدی را تجربه کرده است. همچنان که گفته شد، مخالفت‌ها با گسترش فعالیت‌های هنری، دخالت نهادهای قدرت و کمبود منابع مالی موانع اصلی در این حوزه هستند. هنرهای تجسمی: یکی از شاخص‌های اصلی هنر، هنرهای تجسمی است. در این بخش، شاخص‌های مربوط به این شاخه از هنر مورد بررسی قرار می‌گیرند.

جدول ۱۶: تعداد نمایشگاه‌های هنرهای تجسمی برگزار شده

شخص	واحد سنجش	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵
تعداد نمایشگاه‌های هنرهای تجسمی برگزار شده	نمایشگاه	۵۲۵۰	۵۴۳۰	۵۹۷۰	۶۶۰۰

در رابطه با این شاخص فقط داده‌های مربوط به دولت یازدهم در دسترس‌اند. طبق این داده‌ها، سیر حرکت این شاخص در طول سال‌های ۹۲-۱۳۹۵ همواره مثبت و صعودی بوده است و در نهایت در پایان سال ۱۳۹۵، رشد ۸ درصدی را نسبت به آغاز به سال پایه نشان می‌دهد.

جدول ۱۷: تعداد آثار خریداری شده از هنرمندان

شخص	واحد سنجش	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵
تعداد آثار خریداری شده از هنرمندان	اثر	۱۷۶	۲۲۰	۲۶۰	۲۹۵

در رابطه با این شاخص فقط داده‌های مربوط به سال‌های ۹۲-۱۳۹۵ در دسترس‌اند. طبق این داده‌ها، سیر حرکت این شاخص در طول این سال‌ها مثبت و صعودی بوده است و در نهایت در پایان سال ۱۳۹۵، رشد ۱۹ درصدی را نسبت به آغاز سال نخست نشان می‌دهد.

جدول ۱۸: تعداد نمایشگاه‌های هنری ایران در خارج از کشور

شخص	واحد سنجش	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵
تعداد نمایشگاه‌های هنری ایران در خارج از کشور	نمایشگاه	۱۰۵	۱۳۰	۱۷۰	۲۰۵

در رابطه با این شاخص فقط داده‌های مربوط به سال‌های ۹۲-۱۳۹۵ در دسترس‌اند. طبق این داده‌ها، سیر حرکت این شاخص در طول این سال‌ها مثبت و صعودی بوده است و در نهایت در پایان سال ۱۳۹۵، رشد ۲۵

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۸۷

درصدی را نسبت به سال آغازین نشان می‌دهد که روند صعودی چشمگیری محسوب می‌شود.

جدول ۱۹: آمار خانه‌های مد و مؤسسات هنری مد و لباس

۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	واحد سنجش	شاخص
۴۱۸	۳۰۱	۱۹۵	۹۰	۲۰	مجوز	تعداد خانه‌های مد دارای مجوز (مزون)
۴۱۶	۳۳۳	۲۶۶	۲۲۰	۱۶۳	مؤسسه	تعداد مؤسسات هنری مد و لباس

طبق این داده‌ها، سیر حرکت این شاخص در طول سال‌های اخیر همواره مثبت و صعودی بوده است و در نهایت در پایان سال ۱۳۹۸، تعداد خانه‌های مد دارای مجوز از این وزارتخانه رشد ۱۱۳ درصدی و تعداد مؤسسات هنری مد و لباس رشد ۲۷ درصدی را نسبت به سال ۹۴ نشان می‌دهند که روند صعودی چشمگیری محسوب می‌شود.

تحلیل وضعیت حوزه هنر

همان‌طور که در توصیف جدول‌ها و شاخص‌ها اشاره شد، اغلب داده‌های مربوط به سال‌های ۹۲-۱۳۹۵ در حوزه هنرهای تجسمی در دسترس قرار دارند. در یک تحلیل کلی باید گفت که وضعیت هنرهای تجسمی در سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۸ مطلوب بوده است و همه شاخص‌ها روندی صعودی و مثبت را به صورت مستمر تجربه کرده‌اند. در تحلیل روابط اجتماعی و فرهنگی، اگر میزان مبادلات و معاملات فرهنگی و هزینه‌های جابه‌جاشده در این مبادلات را به عنوان شاخص‌های اصلی برای ارزیابی رونق و یا افت آن حوزه در نظر بگیریم، آنگاه می‌توان گفت که در سال‌های اخیر، شاهد رونق و رشد عرصه‌های هنری بوده‌ایم. در واقع، همه حوزه‌های هنری از هنرهای صحنه‌ای، گالری‌ها و نمایشگاه‌ها، آموزشگاه‌های هنری و تعداد هنرجویان و البته حوزه‌های مربوط به

مد از رشد و رونق درخور توجهی برخوردار بوده‌اند.

در همین حال، دو موضوع این روند مطلوب و روبه‌رشد را با مخاطره مواجه ساخته و می‌سازد. اولین موضوع که امری پیش‌بینی‌پذیر و البته همیشگی است، به گروه‌های قدرت رسمی و غیررسمی‌ای بازمی‌گردد که به مخالفت با برگزاری برنامه‌ها و مراسم هنری می‌پردازند؛ گروه‌هایی که هنر را جز هنری که انقلابی و دینی معرفی می‌کنند، معادل با بی‌دینی و ابتذال می‌دانند. مخالفت‌های گوناگون در این عرصه در هشت سال گذشته به‌وفور قابل مشاهده بوده‌اند. موضوع دوم اما همه‌گیری کروناست؛ مسئله‌ای که بسیاری از برنامه‌های هنری را با مشکل مواجه ساخته و ضرباتی جدی به عرصهٔ تئاتر، موسیقی صحنه‌ای، برگزاری نمایشگاه‌ها و برنامه‌های گالری‌ها وارد کرده است.

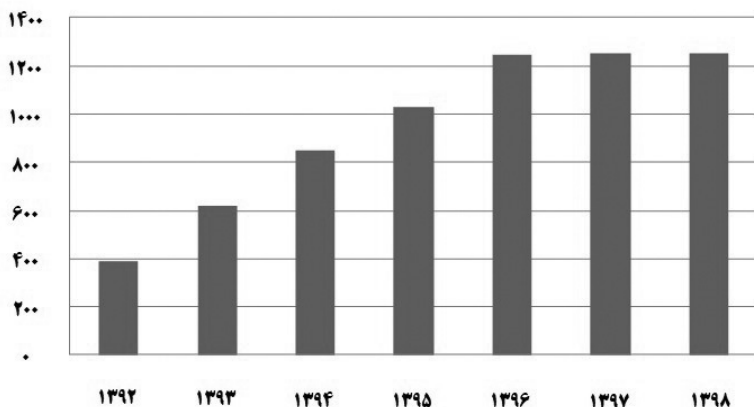
تحلیل وضعیت امور دینی

مؤسسات قرآنی: مؤسسات قرآنی یکی از نهادها در حیطهٔ فعالیت‌های قرآنی هستند که تعدادشان از جمله شاخص‌های مورد بررسی در حوزهٔ قرآن و عترت محسوب می‌شود.

جدول ۲۰: تعداد مؤسسات قرآنی

۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	واحد سنجش	شاخص
۱۲۵۵	۱۲۵۵	۱۲۴۴	۱۰۳۰	۸۵۰	۶۲۰	۳۸۸	مؤسسه	تعداد مؤسسات قرآنی

داده‌ها نشان از رشد پیوستهٔ تعداد مؤسسات قرآنی در دولت تدبیر و امید دارند. تعداد مؤسسات قرآنی در سال ۱۳۹۸، ۲۱/۶ درصد نسبت به سال ۱۳۹۲ رشد داشته است که حکایت از رشدی چشمگیر در زمینهٔ تعداد مؤسسات قرآنی دارد. به‌طور کلی باید گفت عملکرد در رابطه با توسعهٔ فعالیت‌ها و تعداد مؤسسات قرآنی قابل قبول و بسیار مطلوب بوده است.



نمودار ۴: آمار مؤسسات قرآنی

امور مساجد: مساجد یکی از پایگاه‌های مهم فرهنگی و دینی در ایران به شمار می‌آیند. در واقع، بخش مهمی از فعالیت‌های فرهنگی و دینی با محوریت مساجد به‌عنوان پایگاه دینی انجام می‌پذیرد. در این بخش، به شاخص‌های مربوط به حیطه مسئولیت‌های وزارت فرهنگ و ارشاد در حوزه مساجد پرداخته خواهد شد. به‌صورت مشخص و روشن، دو موضوع میزان دسترسی افراد به کانون‌های فرهنگی مساجد و میزان دسترسی افراد به کتابخانه‌های مساجد مورد بررسی قرار می‌گیرند.

جدول ۲۱: تعداد کانون‌های فرهنگی و هنری مساجد

سال	۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	واحد سنجش	شاخص
تعداد کانون‌های فرهنگی و هنری مساجد	۲۵,۵۴۲	۲۴,۹۴۸	۲۴,۲۴۹	۲۲,۴۸۲	۲۱,۹۷۵	۲۰,۰۹۶	۱۷,۹۵۰	کانون	

تعداد کانون‌های مساجد در ۷ سال اخیر همواره رو به افزایش بوده و این شاخص رشد بسیار بالایی را تجربه کرده است. بر مبنای آمارها، تعداد

کانون‌های مساجد در سال ۱۳۹۸ نسبت به سال ۱۳۹۲ رشد ۶ درصدی داشته است که بسیار چشمگیر به نظر می‌رسد.

جدول ۲۲: تعداد کتابخانه‌های مساجد

۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	واحد سنجش	شاخص
۸۲۵۸	۷۴۵۸	۷۲۸۸	۶۴۲۱	۶۱۷۴	۵۹۱۹	۵۳۲۳	باب	تعداد کتابخانه‌های مساجد

کتابخانه‌های مساجد به صورت پیوسته و سالانه افزایش یافته‌اند. در سال ۱۳۹۸، نسبت به سال آغازین دولت یازدهم، یعنی ۱۳۹۲، تعداد کتابخانه‌های مساجد ۷/۶ درصد رشد داشته است.

حوزه حج و زیارت

جدول ۲۳: زائران حج تمتع، عمره مفرده و عتبات عالیات

سال تشریف	جمع	حج تمتع	عمره مفرده	عتبات عالیات
۱۳۹۳	۱,۳۸۵,۲۳۰	۵۹,۵۵۶	(۲)۷۷۵,۷۷۱	۵۴۹,۹۰۳
۱۳۹۴	۱,۰۱۰,۴۰۱	(۳)۵۹,۶۶۰	(۴)۳۶۰,۳۶۲	(۵)۵۹۰,۳۷۹
۱۳۹۵	۷۳۱,۸۴۶	۰	۰	۷۳۱,۸۴۶
۱۳۹۶	۶۵۸,۲۳۷	۷۹,۸۷۸	۰	۵۷۸,۳۵۹
۱۳۹۷	۴۸۴,۱۳۰	۷۹,۸۵۹	۰	۴۰۴,۲۷۱
۱۳۹۸	۳۱۸,۸۱۳	۸۲,۴۳۷	۰	۲۳۶,۳۷۶

منبع: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان حج و زیارت

- (۱) آمار مربوط به بازه زمانی ۱۳۹۲/۰۹/۲۴ تا ۱۳۹۳/۰۴/۰۶ است.
- (۲) آمار مربوط به بازه زمانی ۱۳۹۲/۰۹/۲۴ تا ۱۳۹۳/۰۴/۰۶ است.
- (۳) آمار مربوط به بازه زمانی ۱۳۹۳/۰۹/۱۳ تا ۱۳۹۴/۰۱/۳۰ است.
- (۴) آمار مربوط به بازه زمانی ۱۳۹۴/۰۱/۰۱ تا ۱۳۹۴/۱۲/۲۹ است.

حوزه اوقاف و امور خیریه

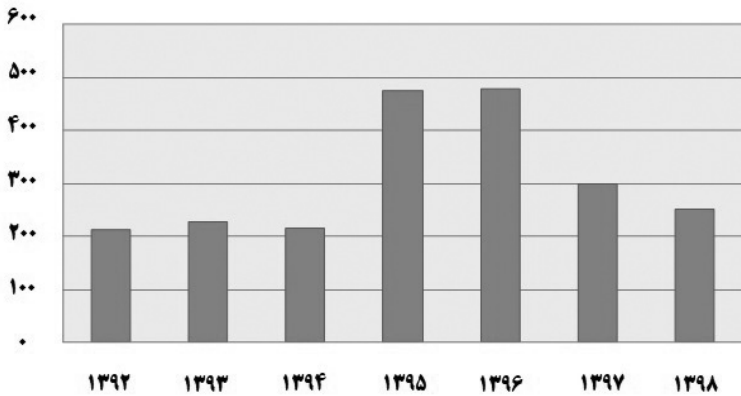
جدول ۲۴: تعداد موقوفات و رقبات

۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	واحد سنجش	شاخص
۲۰۳,۱۸۹	۱۹۶,۹۸۰	۱۹۵,۰۱۵	۱۸۹,۸۰۴	۱۷۸,۷۵۶	۱۷۶,۵۲۷	۱۶۹,۴۸۴	موقوفه	تعداد موقوفات
۱,۳۲۳,۶۶۰	۱,۲۷۸,۸۶۴	۱,۳۹۵,۵۰۸	۹۷۲,۸۲۵	۱,۱۷۷,۶۸۲	۱,۲۳۵,۳۱۵	۱,۱۹۲,۴۴۸	رقبه	تعداد رقبات

تحلیل وضعیت فرهنگی نمایندگی‌های جمهوری اسلامی در خارج از کشور: وضعیت فرهنگی نمایندگی‌های جمهوری اسلامی در خارج از کشور قابل قبول و مطلوب بوده است؛ هرچند وجود برخی از عوامل از جمله تحریم‌ها و گسترش ویروس کرونا در سطح جهان بسیاری از مبادلات و برنامه‌های فرهنگی را در دولت تدبیر و امید با کندی روبه‌رو کرده‌اند. تحلیل وضعیت دوره‌های آموزشی زبان و ادبیات فارسی، ایران‌شناسی و اسلام‌شناسی: تعداد دوره‌های آموزشی زبان و ادبیات فارسی، ایران‌شناسی و اسلام‌شناسی در خارج از کشور رشد ۳ درصدی داشته است.

جدول ۲۵: تعداد دوره‌های آموزش زبان فارسی، ایران‌شناسی و اسلام‌شناسی

۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	واحد سنجش	شاخص
۲۵۱	۳۰۱	۴۸۰	۴۷۷	۲۱۵	۲۲۷	۲۱۳	مورد	تعداد دوره‌های آموزشی زبان و ادبیات فارسی، ایران‌شناسی و اسلام‌شناسی



نمودار ۶: تعداد دوره‌های آموزشی زبان و ادبیات فارسی، ایران‌شناسی و اسلام‌شناسی

تحلیل وضعیت حوزه رسانه، دیجیتال و فضای مجازی

رسانه‌های الکترونیکی: هدف از این شاخص ارزیابی و بررسی رسانه‌های الکترونیکی است؛ رسانه‌هایی که در فضای مجازی منتشر می‌شوند و از طریق دسترسی به اینترنت قابل بهره‌برداری و مطالعه هستند. در واقع، در اینجا، موضوع نشر خبر از طریق رسانه‌های رسمی در فضای مجازی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

جدول ۲۶: تعداد عناوین رسانه‌های الکترونیکی برخط

۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	واحد سنجش	شاخص
۳۳۹۳	۲۸۶۶	۲۲۰۹	۲۲۲۰	۱۶۲۱	۷۳۹	نشریه	تعداد عناوین رسانه‌های الکترونیکی برخط

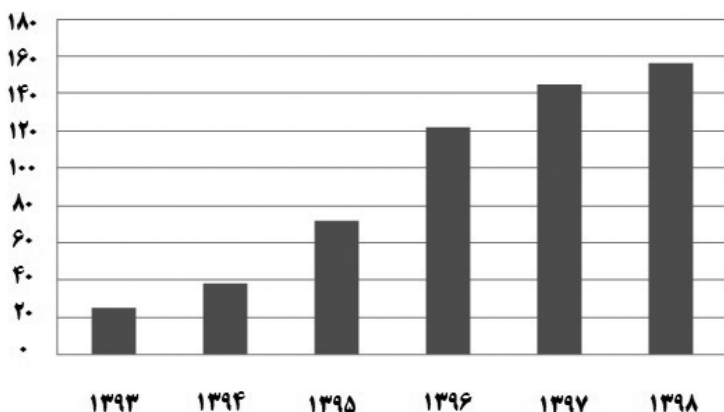
مقایسه تعداد عناوین رسانه‌های الکترونیکی برخط حکایت از آن دارد که در طول سال‌های ۹۳-۱۳۹۸، به‌صورت متوسط، این شاخص سالانه ۳۵/۶ درصد رشد داشته است که قابل قبول و چشمگیر به نظر می‌رسد.

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۹۳

جدول ۲۷: تعداد عناوین رسانه‌های الکترونیکی غیربرخط

شاخص	واحد سنجش	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
تعداد عناوین رسانه‌های الکترونیکی غیر برخط	نشریه	۲۵	۳۸	۷۲	۱۲۲	۱۴۵	۱۵۶

مقایسهٔ تعداد عناوین رسانه‌های الکترونیکی غیربرخط حکایت از آن دارد که تعداد عناوین در طول سال‌های ۹۸-۱۳۹۳، به‌صورت متوسط، سالانه ۴۴ درصد رشد داشته است که قابل قبول و چشمگیر به نظر می‌رسد. وضعیت رسانه‌های الکترونیکی در قیاس با دولت‌های قبلی بسیار مطلوب است و آمارها حکایت از رشدهای چشمگیر در این حوزه دارند.



نمودار ۷: رسانه‌های الکترونیکی غیربرخط

جدول ۲۸: تعداد عناوین بازی‌های رایانه‌ای منتشرشده

شاخص	واحد سنجش	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
تعداد عناوین بازی‌های رایانه‌ای منتشرشده	بازی	۶۷۳	۶۱۸	۵۲۳۰	۶۹۰۳	۳۵۰۴

آمارهای موجود حکایت از رشد مطلوب و مناسب تعداد بازی‌های رایانه‌ای منتشرشده دارند. بر این اساس، میزان بازی‌های رایانه‌ای منتشرشده در سال ۱۳۹۸، ۵۲ درصد رشد را نشان می‌دهد. تولید و انتشار نرم‌افزار: در این بخش به بررسی آمارهای مربوط به حوزه نرم‌افزار و تولید و انتشار آن پرداخته خواهد شد.

جدول ۲۹: تعداد مجوزهای صادرشده بسته‌های نرم‌افزاری داخلی

شاخص	واحد سنجش	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
تعداد مجوزهای صادرشده بسته‌های نرم‌افزاری داخلی	مجوز	۱۹۹۸	۲۳۸۴	۳۱۲۴	۴۵۲۶	۴۲۹۳	۲۳۲۷	۳۷۱۲

جدول ۳۰: تعداد مجوزهای صادرشده تکثیر بسته‌های نرم‌افزاری خارجی

شاخص	واحد سنجش	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
تعداد مجوزهای صادرشده تکثیر بسته‌های نرم‌افزاری خارجی	مجوز	۱۵۲۴	۱۷۰۹	۲۸۷۶	۱۳۱۸	۷۷۱	۵۲۲	۵۷۷

نتیجه عملکرد در حوزه تعداد مجوزهای صادرشده برای تولید بسته‌های نرم‌افزاری داخلی نشان می‌دهد که به صورت پیوسته و هرساله، وضعیت بهتری نسبت به سال قبل وجود داشته؛ این شاخص به صورت متوسط با رشد سالانه ۱۰/۹ درصد مواجه بوده است.

هرچند یکی از شاخص‌ها روندی بسیار مثبت و دیگری روندی سینوسی و در نهایت نزولی را تجربه کرده است، بررسی رابطه این شاخص‌ها با یکدیگر نشان از وضعیت مطلوب در حوزه تولید داخلی دارد. در واقع، افت تعداد مجوزهای صادرشده برای تکثیر بسته‌های نرم‌افزار خارجی هم‌زمان با رشد چشمگیر تعداد مجوزها برای تولید نرم‌افزار داخلی این نکته را به ذهن متبادر می‌کند که عملکرد مثبت و رشد چشمگیر تولیدات داخلی، تقاضا و

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۹۵

گرایش برای تکثیر نمونه‌های خارجی را کاهش داده است. در نتیجه می‌توان این‌طور ارزیابی کرد که عملکرد در این حوزه مثبت و قابل قبول بوده است. فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال: در این بخش میزان مجوزهای فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال مورد بررسی قرار می‌گیرد.

جدول ۳۱: تعداد مجوزهای صادر شده برای فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال

۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	واحد سنجش	شاخص
۱۶۹۰	۲۱۰۷	۱۷۲۹	۲۶۲۹	۷۰۲	۱۲۱	۱۵۵	مجوز	تعداد مجوزهای صادر شده برای فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال

داده‌ها از رشد چشمگیر مجوزهای صادر شده برای فعالیت‌های فرهنگی حکایت دارند. در سال ۱۳۹۸، در قیاس با آغاز دولت تدبیر و امید، تعداد مجوزهای صادر شده حدود ۴۹ درصد رشد داشته است. در یک تحلیل کلی باید گفت که اقدامات و عملکرد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در این حوزه بسیار مثبت و قابل قبول بوده است؛ رشد ۴۹ درصدی نشان از توجه، اهتمام و البته اثربخشی اقدامات و برنامه‌ها دارد. داده‌ها حکایت از رشد درخور توجه و حرکت مثبت و روبه‌جلوی اقدامات مربوط به فضای مجازی و حوزه دیجیتال دارند. تقریباً همه شاخص‌ها در این حوزه رشد‌های بسیار بالایی را تجربه کرده‌اند. این موضوع به‌ویژه در تولید بازی‌های دیجیتال و تولید نرم‌افزار خودنمایی می‌کند. توجه به تولید داخلی سبب شد تا روند مثبت تکثیر بسته‌های نرم‌افزار خارجی با افت مواجه شود؛ که البته در کنار رشد جدی تولید نرم‌افزار داخلی، حاکی از گرایش‌ها به تولید به‌جای تکثیر است. در حوزه فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال نیز رشد تعداد مجوزهای صادر شده نشان‌دهنده گسترش فعالیت‌های فرهنگی در حوزه دیجیتال است. به‌طور کلی و در یک جمع‌بندی باید گفت که ایجاد فضای مناسب و تخصیص تسهیلات و مشوق‌ها رشد جدی و درخور توجه در حوزه

دیجیتال و فضای مجازی را در پی داشته‌اند.

با توجه به اهمیت فضای مجازی، در ادامه به برخی فعالیت‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه فضای مجازی و توسعه دولت الکترونیک اشاره می‌کنیم:

محور اول: توسعه دولت الکترونیک. اگرچه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال‌های قبل اقدامات مناسبی در این زمینه داشته است، تحولات سریع فناوریانه در سال‌های اخیر سبب شده بود که این وزارتخانه در تأمین زیرساخت‌ها و تسهیل دسترسی و خدمت‌رسانی به اهالی فرهنگ، هنر و رسانه دچار کاستی‌های ملموس باشد. بر همین اساس، گروهی از پروژه‌ها ناظر به این مسئله تعریف و اجرایی شدند که اهم نتایج آن‌ها تا پایان آذرماه ۱۳۹۹ به شرح زیر بوده‌اند:

جدول ۳۲: توسعه دولت الکترونیک در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تا سال ۱۳۹۲

عنوان پروژه	مسئله / چالش موجود	وضعیت پیشرفت تا پایان آذرماه
طراحی و ایجاد پنجره واحد مجوزها و خدمات فرهنگی، هنری و رسانه‌ای	تعدد عناوین مجوزها و تعدد و ابهام در دستورالعمل‌ها نبود یک درگاه واحد (پنجره واحد) خدمات عدم شفافیت و نبود آمار و اطلاعات دقیق از مجوزها	۹۲ درصد در وضعیت استقرار آزمایشی و آزمایش سامانه
ایجاد سامانه کاملاً بومی برای تسهیل و بهبود ارتباطات سازمانی بر بستر فضای مجازی (وفا)	کم‌توجهی به ارتباطات شبکه‌ای در سازمان‌های فرهنگی و ضعف‌های مفرط ساختارهای سلسله‌مراتبی استفاده از پیام‌رسان‌های خارجی باوجود ممنوعیت بخشنامه‌های بالادستی عدم امکان ارتباط بین سامانه‌های دولت الکترونیک و پیام‌رسان‌های غیرسازمانی	۹۲ درصد اتمام مرحله طراحی و استقرار شبکه سامانه و حضور بیش از ۱۸۰۰ نفر از کارمندان در سامانه

عنوان پروژه	مسئله / چالش موجود	وضعیت پیشرفت تا پایان آذرماه
توسعه پورتال یکپارچه اطلاع‌رسانی تا سطح همه شهرستان‌ها	ضرورت اطلاع‌رسانی اقدامات فرهنگی شهرستان‌ها در زیرپورتال خاص خود با هویت جداگانه برای شهرستان	۱۰۰ درصد استقرار پورتال به‌صورت کامل در همه شهرستان‌ها
پیااده‌سازی سامانه مدیریت امنیت اطلاعات در سطح ستاد وزارتخانه	ضرورت تدارک و ارتقای امنیت شبکه‌های زیرساختی ارتباطات و صیانت از داده‌های اطلاعاتی وزارتخانه	تشکیل کمیته راهبری و کمیته اجرایی ISMS در وزارتخانه تمهید مقدمات استقرار استاندارد ISO/IEC ۲۷۰۰۱:۲۰۱۳
بهبود وضعیت شبکه‌ای و تجهیزات زیرساختی وزارتخانه	عدم قابلیت به‌روزرسانی‌های امنیتی به‌دلیل ضعف سخت‌افزاری رایانه‌های قدیمی ضرورت بهره‌مندی مدیران از تجهیزات برای انجام دادن وظایف خود در خارج از ساعات کاری و خارج از دفتر کار	۶۴ درصد خرید و راه‌اندازی ۴۰ درصد از تجهیزات موردنیاز در سطح وزارتخانه

محور دوم: متناسب‌سازی سازمان با تحولات فضای مجازی. عدم تناسب میان ساختار سازمانی وزارت و تحولات فضای مجازی، دومین دغدغه این برنامه بود که در این راستا موردتوجه واقع شد و پروژه‌هایی نیز ناظر بر این چالش در دستورکار قرار گرفتند. اهم این پروژه‌ها و نتایج آن‌ها عبارت‌اند از:

جدول ۳۳: متناسب‌سازی وزارت با تحولات فضای مجازی

عنوان پروژه	مسئله / چالش موجود	وضعیت پیشرفت تا پایان آذرماه
متناسب‌سازی بیش از ۷۴ جایگاه (پست) سازمانی فعلی با الزامات کنشگری سازمانی در فضای مجازی	ضعف نیروی انسانی متخصص و در پی آن، عدم اشراف معاونت‌های تخصصی و ادارات کل استانی به محیط دیجیتال	۹۳ درصد اصلاح ۷۴ جایگاه (پست) سازمانی متناسب با تحولات فضای مجازی در ستاد و ادارات کل با تصویب سازمان امور اداری
ایجاد ۱۸۶ جایگاه (پست) سازمانی جدید در ساختار ستاد و ادارات کل استانی	نبود جایگاه‌های (پست‌های) تخصصی متناسب با تحولات فضای مجازی	ابلاغ مصوبه هیئت‌وزیران برای ایجاد ۱۸۶ جایگاه (پست) در وضعیت پیگیری کسب مجوز استخدام و طراحی چگونگی جذب و استقرار نیرو
تغییر نام و ساختار مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال به «مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی»	نبود تناسب میان عنوان و ساختار مرکز با تحولات و تغییرات فضای مجازی به‌ویژه در دو حوزه شبکه‌سازی فعالان فرهنگی در فضای مجازی و کسب‌وکارهای فرهنگی	ابلاغ نام جدید مرکز از سوی سازمان اداری و استخدامی کشور در وضعیت رایزنی با سازمان اداری و استخدامی کشور برای اصلاح ساختار و عناوین جایگاه‌های (پست‌های) سازمانی
ایده‌یابی برای بازطراحی کل ساختار تشکیلات وزارتخانه	تحولات سریع و پیچیده فضای مجازی و تأثیر آن‌ها بر نقش‌های حاکمیتی، ساختارهای ارتباطی و ساختار کلان وزارتخانه نبود نگاه آینده‌نگر برای متناسب‌سازی نقش‌ها و ساختار وزارتخانه با این تحولات	۹۳ درصد تدوین ۵ بسته اقدامات عملیاتی ناظر بر مسائل آینده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در فضای مجازی

عنوان پروژه	مسئله / چالش موجود	وضعیت پیشرفت تا پایان آذرماه
طراحی و اجرای دوره آموزشی در حوزه حکمرانی و فضای مجازی برای مدیران و کارشناسان	ضعف دانش و مهارت مدیران و کارشناسان دستگاه‌های فرهنگی برای مواجهه با تحولات فضای مجازی	۳۹ درصد طراحی کامل دوره آموزشی و سرفصل‌ها تصویب عناوین سرفصل‌های دوره آموزشی توسط سازمان اداری و استخدامی کشور انعقاد قرارداد تولید متون آموزشی
تدوین و ایجاد دستورالعمل سازمانی جدید برای دورکاری و پاسخ‌گویی غیرحضوری	ضرورت امکان انجام دادن مسئولیت‌ها و ارائه خدمات توسط کارکنان در هر زمان و هر مکان ضرورت تدوین و اجرای ضوابط و الزامات برای سنجش فعالیت دورکاران و حفظ امنیت اطلاعات	۱۰۰ درصد دستورالعمل با لحاظ ابعاد فنی، زیرساختی و نیروی انسانی و امنیتی تدوین و ابلاغ شده و در حال اجرا است
متناسب‌سازی بودجه و اعتبارات فعالیت‌های وزارتخانه در فضای مجازی	چندین برابر شدن تولید محتوای داخلی فضای مجازی بدون سیاست‌گذاری هدفمند ضرورت ایفای نقش راهبردی و استراتژیک بودجه در مسیر تحول به‌سمت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نوین	۸۰ درصد معاونت‌های تخصصی سازمان بیش از ۲۰ درصد از برنامه‌های جاری سالیانه خود را متناسب با موضوع و بستر فضای مجازی اصلاح کردند

محور سوم: تمهید صیانت مادی و معنوی از فعالان و کسب و کارهای عرصه فرهنگ و هنر در فضای مجازی. فعالان فرهنگ و هنر در فضای مجازی به‌عنوان اصلی‌ترین کنشگران، هم در تولید و عرضه محتوا و خدمات و هم در ایجاد رونق

اقتصادی در حوزه اقتصاد دیجیتال، نیازمند حمایت‌های مادی و معنوی از سوی دستگاه‌های حاکمیتی هستند. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ناظر به پاسخ‌گویی به این دغدغه، اقدامات زیر را اجرایی کرده است:

جدول ۳۴: عملکرد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در زمینهٔ صیانت از فعالان فرهنگی در فضای مجازی

عنوان پروژه	مسئله / چالش موجود	وضعیت پیشرفت تا پایان آذرماه
سامانه ثبت اثر انگشت بر آثار صوتی و تصویری	بارگذاری غیرمجاز آثار در پلتفرم‌های بومی انتشار محتواهای صوتی و تصویری سازوکار نامشخص احراز مالکیت آثار عدم اشراف مالک اثر نسبت به چگونگی انتشار آثارش در فضای مجازی	۵۸ درصد اتمام طراحی فنی سامانه و در حال برگزاری جلسه‌های رایزنی و هماهنگی با معاونت‌های وزارتخانه و مرکز ملی فضای مجازی
ایجاد مراکز نوآوری و شتاب‌دهی	سنتی ماندن فرایندهای تولید و نشر محصولات فرهنگی، هنری و رسانه‌ای در وزارتخانه ضعف زنجیره و چرخه تولید ارزش از محصولات وزارتخانه ضعف ارتباط میان شرکت‌ها و مؤسسات نوآوری با بخش سنتی وزارتخانه	۵۸ درصد امضای توافق‌نامه با معاونت علمی ریاست جمهوری نهایی شدن دو مکان (سرای اهل قلم و میثاقیه) برای ایجاد مرکز نوآوری سینما و کتاب انتخاب شتاب‌دهنده برتر
ایجاد شبکه ارتباطات فعالان (پلتنار)	عدم هم‌افزایی ظرفیت‌ها و فعالیت‌های فعالان حوزه فرهنگ و هنر نبود شبکه‌سازی و بستری لازم برای به اشتراک‌گذاری تجربه‌ها و دانش برای توانمندسازی فعالان ضعف در سامان‌دهی کسب‌وکارهای فرهنگی	۶۲ درصد اتمام مرحله طراحی مفهومی سامانه در مرحله نهایی طراحی عملیاتی سامانه ایجاد سامانه آموزش مجازی ویژه برای کسب‌وکارهای فرهنگی و هنری

وضعیت پیشرفت تا پایان آذرماه	مسئله / چالش موجود	عنوان پروژه
<p>تشکیل سه مجمع تخصصی شامل مجمع ناشران اسلامی در فضای مجازی، مجمع فعالان حوزه کودک و نوجوان در فضای مجازی و مجمع فعالان عرصه بین‌الملل در فضای مجازی تدارک ایجاد ۸ مجمع جدید</p>	<p>ضعف حضور ظرفیت بخش خصوصی در فرایند مقررات‌گذاری فضای مجازی عدم شناخت و ارتباط کافی فعالان تولید و نشر محتوا با یکدیگر و ضعف هم‌افزایی آن‌ها</p>	<p>ایجاد مجامع تخصصی فعالان فرهنگی و هنری در فضای مجازی</p>
<p>۳۴ درصد شناسایی تمامی موجودیت‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی متناسب با درخواست مرکز ملی فضای مجازی</p>	<p>ضرورت شکل‌گیری نظام قابل اطمینان برای هویت در فضای مجازی کشور نیاز به هویت معتبر برای هر نوع تعامل فنی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اداری میان اشخاص، گروه‌ها، اشیا، خدمات، محتواها و مکان‌ها عدم شفافیت و وجود گمنامی در محتوای موجود در فضای مجازی</p>	<p>طراحی الگوی احراز هویت موجودیت‌های فرهنگی در فضای مجازی</p>

محور چهارم: کنشگری فعال در تولید و نشر و نظارت بر محتوا و خدمات در فضای مجازی. بر اساس اسناد بالادستی، این وزارتخانه به‌عنوان یک دستگاه حاکمیتی باید کنشگری خود را در فضای مجازی ارتقا دهد و در قالب کنشگر فعال وارد این عرصه شود. این مهم الزاماتی دارد که بر اساس آن‌ها می‌توان پروژه‌ها و اقدامات مربوطه را در چند محور می‌توان طبقه‌بندی کرد؛ شامل ایجاد زیرساخت‌های رصد تولید و مصرف، شبکه‌سازی و توانمندسازی فعالان و کسب‌وکارهای فرهنگی، ارتقای سواد رسانه‌ای کاربران و سامان‌دهی و توسعه فعالیت‌های حوزه‌خبر و تبلیغات در فضای مجازی. اهم اقدامات در این محورها عبارت‌اند از:

جدول ۳۵: کنشگری در عرصه خدمات فضای مجازی

عنوان پروژه	مسئله / چالش موجود	وضعیت پیشرفت تا پایان آذرماه
ایجاد پیشخوان (داشبورد) رصد و پایش تولید و مصرف فرهنگی در فضای مجازی	نبود گزارش‌های آماری تولید و مصرف محصولات فرهنگی، هنری و رسانه‌ای در گونه‌بندی‌های مختلف (مانند جغرافیا، سن، موضوع و...) عدم اطلاع از روند تولید و مصرف محصولات فرهنگی، هنری و رسانه‌ای در گذشته و پیش‌بینی آینده به‌منظور ارائه پیشنهاد	۵۹ درصد اتمام مدل مفهومی سامانه در وضعیت مراحل نهایی طراحی عملیاتی سامانه
طراحی و اجرای ۲۷ پویش تولید محتوا در فضای مجازی	عدم توجه به ظرفیت‌های مردمی و عمومی در افزایش تولیدات فرهنگی هنری در فضای مجازی نبود شیوه‌نامه برای استفاده از ظرفیت‌های مردمی در تولید آثار (به موازات جشنواره‌ها)	۵۹ درصد تدوین و ابلاغ دستورالعمل اجرای پویش‌های منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی نهایی‌سازی نظام موضوع‌ها و مجریان پویش‌های استانی و ملی
ایجاد کنسرسیوم تولید و نشر محتوا در فضای مجازی	نبود هم‌گرایی در حوزه تولید و نشر محتوای بومی در فضای مجازی نبود حلقه واسط میان حاکمیت و رسانه‌های دیجیتال تسهیم ناعادلانه درآمدهای ناشی از مصرف محتوا	۹۰ درصد نهایی‌شدن اساسنامه و اعضا و ارکان کنسرسیوم با حضور فعالان اصلی حوزه تولید و نشر محتوا در وضعیت ثبت اساسنامه
تولید ۳۰۰ اثر سواد رسانه‌ای	رشد فزاینده تولید محتواهای نادرست در فضای مجازی ضعف تولیدات خوب (نظام‌مند و هدفمند) برای افزایش سواد رسانه‌ای عموم مردم، کارگزاران و اهالی فرهنگ و هنر	۶۱ درصد تدوین نظام موضوع‌ها و مجریان تولید ۳۰۰ اثر نهایی‌شدن سناریوی ۳۰۰ اثر و تولید ۳۰ اثر تاکنون

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۰۳

عنوان پروژه	مسئله / چالش موجود	وضعیت پیشرفت تا پایان آذرماه
طراحی و ایجاد سامانه مشاوره و پاسخ‌گویی سواد رسانه‌ای و زیست مجازی	وجود سؤال‌ها و شبهه‌های فراوان درباره زندگی مجازی در عرصه‌های مختلف ضعف نظام مشاوره و برای زیست بهتر در فضای مجازی	۶۶ درصد شناسایی و خرید سامانه پاسخ‌گویی هماهنگی با دستگاه‌های همکار
تدوین و ابلاغ دستورالعمل آگهی‌ها و تبلیغات در فضای مجازی	عدم شفافیت و نبود مقررات لازم برای تبلیغات در فضای مجازی نبود نظارت بر تبلیغات در فضای مجازی گرایش تبلیغات از فضای عمومی به فضای مجازی	۹۵ درصد تدوین آیین‌نامه با مشارکت بخش‌های مختلف و ابلاغ آن از سوی معاون امور مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
طراحی و تولید سامانه مقابله با اخبار جعلی و شایعات	نبود سازوکار منظم پاسخ‌گویی به اخبار جعلی در فضای مجازی تولید محتوای آسیب‌رسان و اخبار جعلی به صورت روزانه در فضای مجازی ضرورت اهتمام به بخشنامه روشنگری ابلاغی معاون اول ریاست جمهوری	۶۱ درصد اتمام طراحی مفهومی سامانه و بررسی طرح‌های شرکت‌های مجری

محور پنجم: گسترش حضور فرهنگ و هنر در صحنه مجازی عرصه بین‌الملل. ظرفیت غنی فرهنگ و هنر و تمدن ایرانی اسلامی از یک‌سو و مخاطبان و علاقه‌مندان دسترسی به آن ظرفیت در سراسر جهان از سوی دیگر سبب شده‌اند که بستر عرضه و نشر فضای مجازی به یک فرصت طلایی در تعاملات و ارتباطات فرهنگی بین‌الملل تبدیل شود. در همین راستا، اهم اقدامات نوپا در این زمینه را به شرح زیر می‌توان معرفی کرد:

جدول ۳۶: اقدامات برای حضور فرهنگ و هنر ایران در صحنه مجازی بین‌الملل

عنوان پروژه	مسئله / چالش موجود	وضعیت پیشرفت تا پایان آذرماه
ایجاد شبکه تعاملی رایزنان فرهنگی و فعالان فرهنگ و هنر در فضای مجازی	ضرورت تقویت شناخت رایزنان فرهنگی از ظرفیت‌های فرهنگی، هنری و رسانه‌ای کشور نبود شناخت کافی اهالی فرهنگ و هنر از ظرفیت‌ها و نیازها و امکانات موجود برای عرضه آثار در سطح بین‌الملل و تولید متناسب با نیازهای بین‌المللی	۲۶ درصد اتمام طراحی مدل مفهومی و تدوین طرح «ملاحظات و الزامات اجرایی شبکه تعاملی» و گفت‌وگو با رایزنان منتخب
طراحی و اجرای پوشش تولید و نشر محتوا برای مخاطبان خارج از کشور در فضای مجازی	عدم شناخت فعالان فضای مجازی بین‌الملل داخلی و خارجی همسو کمبود محتوای مناسب فرهنگی و هنری مناسب در فضای مجازی بین‌الملل نبود ظرفیت مناسب برای معرفی محتوای فرهنگی و هنری کشور در حوزه بین‌الملل	۴۲ درصد نهایی شدن دستورالعمل برگزاری پوشش بین‌الملل در وضعیت بررسی طرح پیشنهادی مجری برگزاری
طراحی و اجرای کارگاه‌های توانمندسازی با حضور رایزنان محترم فرهنگی	ضعف توانمندی فعالان داخلی برای تولید محصولات فرهنگی هنری متناسب با نیاز و اقتضات بین‌الملل نبود دوره‌های آموزشی مؤثر برای توانمندسازی فعالان	۲۵ درصد نهایی شدن طراحی مفهومی کارگاه‌های آموزشی

صندوق اعتباری هنر: یکی از اقدامات مهم در حوزه حمایت از نیروی انسانی تأسیس صندوق مالی اعتباری برای حمایت از نیروی انسانی فعال در همان حوزه است. هرچه این صندوق بتواند تعداد بیشتری از افراد را پوشش دهد، به نتیجه مطلوب و نهایی نزدیک‌تر می‌شود. در ادامه، رویه مربوط به تعداد اعضای صندوق اعتباری هنر را بررسی خواهیم کرد.

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۰۵

جدول ۳۷: تعداد اعضای صندوق اعتباری هنر

۱۳۹۸	۱۳۹۳	واحد سنجش	شاخص
۷۲,۱۱۱	۱۷,۸۸۸	نفر	تعداد اعضای صندوق اعتباری هنر

با توجه به آمار جدول بالا می‌توان به این نکته اشاره کرد که تعداد اعضای صندوق اعتباری هنر در سال ۱۳۹۸، نسبت به سال ۱۳۹۳، رشد ۳۲/۲ درصدی را تجربه کرده است.

بیمه: یکی از دغدغه‌های نیروی انسانی در هر حوزه‌ای مسئله اهمیت به آینده و یا مدیریت رخدادهای و حوادث غیرمترقبه از قبیل تصادفات و یا بیماری است. در این بخش به این موضوع پرداخته می‌شود.

جدول ۳۸: پوشش بیمه‌ای هنرمندان

۱۳۹۸	۱۳۹۳	واحد سنجش	شاخص
۴۳,۰۰۰	۲۶,۰۰۰	نفر	تعداد بیمه‌شدگان تأمین اجتماعی صندوق اعتباری هنر
۲۵,۹۴۶	۶۳۴۶	نفر	تعداد بیمه‌شدگان تکمیلی صندوق اعتباری هنر

تعداد بیمه‌شدگان تأمین اجتماعی صندوق هنر در سال ۱۳۹۸ به ۴۳ هزار نفر رسیده که نسبت به سال ۱۳۹۳، ۱۰/۴ درصد رشد داشته است. تعداد بیمه‌شدگان تکمیلی نیز از ۶ هزار و ۳۴۶ نفر در سال ۱۳۹۳ به ۲۵ هزار و ۹۴۶ نفر در سال ۱۳۹۸ رسیده که ۳۲/۵ درصد رشد داشته است.

حمایت از هنرمندان

جدول ۳۹: میزان تسهیلات قرض الحسنه اعطایی به اعضای صندوق اعتباری هنر

۱۳۹۸	۱۳۹۳	واحد سنجش	شاخص
۴۴,۳۱۰	۳۷۶۵	میلیون ریال	میزان تسهیلات قرض الحسنه اعطایی به اعضای صندوق اعتباری هنر

میزان تسهیلات اعطایی قرض‌الحسنه به اعضای صندوق هنرمندان از ۳۷۶ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان در سال ۱۳۹۳ به ۴ میلیارد و ۴۳۱ میلیون تومان در سال ۱۳۹۸ رسیده است که ۶۳/۷ درصد رشد را نشان می‌دهد. تحلیل عملکرد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

مرور کلی عملکرد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نشان می‌دهد که بیشتر شاخص‌های مربوط به حوزه فرهنگ و هنر روند رو به رشد و مثبتی داشته‌اند. البته در ارزیابی عملکرد این وزارتخانه نباید فراموش کرد که به دلیل ماهیت دینی و ایدئولوژیک حاکمیت سیاسی در ایران، نهادهای حاکمیتی، دینی و البته گروه‌های قدرت غیررسمی زیادی هستند که در حوزه فرهنگ مسئولیت و قدرت دارند؛ و بر این اساس و به دلیل تعدد نهادها در این عرصه، بخش مهمی از منابع مالی، اختیارات سیاست‌گذاری و قدرت اجرایی خارج از کنترل دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است.

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال‌های اخیر کوشیده است با تغییر نگرش‌ها و فضاهای کاری در حوزه‌های فرهنگی و هنری، جو و محیطی قابل قبول و مطلوب را برای فعالان این عرصه فراهم کند. درحقیقت، با اتخاذ سیاست‌هایی همچون تلاش برای آشتی اصحاب فرهنگ، هنر، ادب، قلم، نشر، رسانه، سینما و... با وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و دولت؛ ایجاد ثبات و آرامش و پرهیز از فضای مناقشه در محیط فرهنگی؛ ایجاد بستر و فضای امنیت فرهنگی برای فعالان حوزه فرهنگ و هنر (امنیت فکر، بیان و قلم)؛ افزایش تولیگری و کاهش تصدیگری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از طریق به رسمیت شناختن و تقویت نهادهای عمومی، مردمی و مؤسسات فرهنگی و واگذاری امور اجرایی به آن‌ها (ازجمله واگذاری برگزاری جشنواره‌ها، همایش‌ها، نمایشگاه‌ها و خدمات‌رسانی به انجمن‌های صنفی و مؤسسات فرهنگی و هنری بخش خصوصی)؛ توزیع عادلانه امتیازات و فرصت‌های فرهنگی برای تمامی استان‌ها، شهرستان‌ها، مؤسسات و اشخاص؛ و درنهایت تلاش برای رفع اعمال ممیزی‌های سلیقه‌ای و غیرکارشناسی که

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۰۷

موجب واکنش و نارضایتی گستردهٔ اصحاب فرهنگ و هنر شده بود، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کوشیده است تا عملکرد مطلوبی داشته باشد و فضای مناسبی را برای توسعهٔ اقدامات و عملکردها در حوزه‌های فرهنگی و هنری ایجاد کند. مرور داده‌های بررسی شده در این گزارش نیز نشان می‌دهد که این وزارتخانه تاحدودی در دستیابی به این اهداف موفق بوده است. اما همان‌طور که اشاره شد، وجود مشکلاتی جدی در چند دههٔ اخیر تاندازه‌ای موفقیت این سیاست‌ها و برنامه‌ها را با چالش مواجه کرده است. مهم‌ترین این معضلات و چالش‌ها عبارت‌اند از:

- تعدد نهادها و دستگاه‌های تأثیرگذار در حوزهٔ فرهنگ؛
- نبود سیاست و خط‌مشی مشخص و مستمر در خصوص نقش دولت در حوزهٔ فرهنگ؛
- نگاه امنیتی و سلیقه‌ای به حوزهٔ فرهنگ؛
- ابهام و عدم شفافیت و تفسیرپذیر بودن قوانین مربوط به حوزهٔ فرهنگ و هنر؛
- مواجههٔ انفعالی با نوآوری‌ها و فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌ای و مقاومت سنتی در برابر نفوذ و کاربرد آن‌ها؛
- رویکرد انفعالی و تدافعی در مواجهه با جریان‌های فرهنگی جهانی؛ و
- معضلات اقتصادی، کمبود بودجه، تحریم‌ها، شیوع همه‌گیری کرونا که به تعطیلی و آسیب رسیدن به بسیاری از برنامه‌ها و اقدامات در حوزهٔ فرهنگ و هنر منجر شد.

نتیجهٔ تمامی این مسائل، تداوم بحران و ضعف جدی در حوزهٔ اقتصاد فرهنگ بود؛ درحقیقت، رکود نه‌تنها در عرصهٔ اقتصاد بلکه در حوزهٔ فرهنگ نیز به‌شدت وجود داشته است.

بازگشایی خانهٔ سینما یکی از نخستین گام‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دولت در سال‌های اخیر بود. در طول هشت سال گذشته، رشد کمی و کیفی تولیدات سینمایی آشتی مخاطبان با سینما را رقم زد. در چهار

سالی که از فعالیت مدیران سینمایی در سال‌های ۹۲-۱۳۹۶ گذشت، شاهد تجهیز ۹۳ سالن سینما در شهرهای مختلف کشور به پخش دیجیتال، به‌روزرسانی سیستم اکران و نمایش در ۷۰ سالن سینمایی و حمایت از تولید محصولات سینمایی متناسب با نیاز، تقاضا و سلیقه عمومی جامعه بودیم که به نقش‌آفرینی مؤثر دولت در توسعه اقتصاد سینما انجامید. ایجاد گروه سینمایی «هنر و تجربه» با هدف اکران فیلم‌های غیرتجاری، ورود این گروه سینمایی به جشنواره فیلم فجر با داوری مستقل، جدایی بخش ملی و بین‌المللی جشنواره فیلم فجر که وزن و وجهه بالاتری به هر دو بخش داد، دریافت بزرگ‌ترین جایزه بازیگری و فیلم‌نامه از جشنواره کن و دریافت جایزه بهترین فیلم از میان فیلم‌های خارجی در اسکار ۲۰۱۷ از جمله مهم‌ترین رخداد‌های سینمایی در سال‌های اخیر بودند.

شاید مهم‌ترین این تحولات در بحث نشر در سال اول دولت تدبیر و امید اتفاق افتاد. معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از همان ابتدا در حوزه نشر بزرگ نکته بیش از هر چیز تأکید داشت و آن تفویض اختیارات به ناشران بود؛ حتی علی‌جنتی، وزیر وقت فرهنگ و ارشاد اسلامی، در این باره به ممیزی کتاب هم رسید و بحث ممیزی بعد از نشر را مطرح کرد. وی با این اقدام تلاش کرد دقت ناشران را برای انتشار محتوا بالا ببرد. در واقع، در این مسیر کار نظارت بر محتوای کتاب، پس از چاپ کتاب صورت می‌گرفت! امری که خیلی از ناشران زیر بار آن نرفتند و هنوز پا در هوا مانده است. نوسان‌ها و افزایش قیمت کاغذ تا بحران مخاطب و تعطیلی چاپخانه‌ها از جمله مشکلاتی بودند که جنتی در ابتدای راه با آن‌ها دست‌وپنجه نرم کرد. در زمینه نشر کتاب، بر اساس آمار اعلام‌شده از سوی خانه کتاب، از ابتدای سال ۱۳۹۲ تا پایان سال ۱۳۹۸، تعداد ۶۱۳ هزار و ۹۶۲ عنوان کتاب منتشر شد که از این میان، ۴۷۳ هزار و ۸۲۱ عنوان مربوط به تألیف‌اند و بقیه به ترجمه اختصاص دارند. برگزاری طرح‌هایی چون کتاب‌فروشی به وسعت ایران، عیدانه کتاب،

تابستانه کتاب و طرح پاییزه کتاب‌فروشی‌ها را می‌توان از جمله اقدامات دولت در زمینه افزایش کتاب‌خوانی برشمرد.

دولت برای ارتقای فرهنگ قرآنی کشور کاری کرد که ۶/۵ هزار نفر از خادمان قرآنی بیمه شوند. میزان حمایت مالی از مؤسسات قرآنی در پایان سال ۱۳۹۸ به ۲۷ میلیارد و ۸۰۰ میلیون ریال رسید. همچنین میزان حمایت مالی از فعالیت‌های قرآنی در پایان سال ۱۳۹۸ مبلغ ۶ میلیارد و ۲۷۲ میلیون ریال بوده است.

حوزه رسانه هم به‌عنوان یکی از مهم‌ترین حوزه‌های فرهنگی، در هشت سال گذشته مورد توجه و اهتمام دولت بود. صدور مجوز برای نشریه‌های مکتوب و پایگاه‌های خبری یکی از اقدامات مثبت دولت در ایجاد تکثر رسانه‌ای بود. تدوین آیین‌نامه‌ها و اجرای قانون دسترسی آزاد به اطلاعات، اجرای طرح رتبه‌بندی روزنامه‌ها، رسانه‌های فضای مجازی و خبرنگاران توسط صنوف و شفاف‌سازی در یارانه‌های پرداختی به حوزه مطبوعات از دیگر اقدامات دولت در حوزه رسانه هستند. گفتنی است، رسانه‌های الکترونیکی بر خط (خبرگزاری‌ها) نیز رشدی دست‌کم ۳۵ درصدی را تجربه کردند.

هنرهای نمایشی نمادی از توسعه فرهنگی کشور هستند. در جامعه‌ای که همواره سایه دولت بر سر نهادهای صنفی بوده، توسعه تئاتر و هنرهای نمایشی هم در دستان نهادهای دولتی است؛ هرچند مسئولان دولتی از جمله رئیس دولت تدبیر و امید از همان آغاز، چه در میان شعارهای انتخاباتی و چه بعد از آن، بارها تأکید کردند: «فرهنگ را باید به اصحاب هنر بسپاریم، به کسانی که هنر را تجربه کرده‌اند». با این حال، در سال‌های اخیر، ما افزایش سالن‌های تئاتر، افزایش کمی نمایش‌ها و تعداد صندلی‌ها و فعالیت بیشتر گروه‌های تئاتری را شاهد بودیم. از طرف دیگر، بازسازی و افتتاح سه سالن از تئاتر شهر و تالار سنگلج و موزه هنرهای معاصر هم رخدادهای مثبتی به حساب می‌آیند. بر اساس آخرین آمارهای رسمی، در سال ۱۳۹۱، تعداد عناوین نمایش‌های تولیدشده ۴ هزار و ۸۹۱ بود که در سال ۱۳۹۹ این

تعداد رشد چشمگیری داشت. در سال ۱۳۹۱، تعداد تماشاگران نمایش‌های اجراشده ۲ میلیون و ۲۰۸ هزار نفر بود که در سال ۱۳۹۸، این تعداد به ۵ میلیون و ۶۳۲ هزار نفر رسید؛ البته در سال ۱۳۹۹ به دلیل شیوع پاندمی کرونا افت شدیدی داشت. از جمله اقدامات دیگر در عرصه هنرهای نمایشی دو برابر شدن بودجه تئاتر در دور اول و بیش از چهار برابر شدن آن در دور دوم دولت حسن روحانی بود. اجرای روزانه حدود ۱۰۰ نمایش صحنه‌ای از اقدامات مثبت دولت در عرصه نمایش بود. به عنوان نمونه یا مثال، چالش‌های اساسی صنعت سینما و نمایش در کشور شامل موارد زیر هستند:

چند هزار سینماگر بیکار و ازکارافتاده: پس از تغییر سریع و اجتناب‌ناپذیر فضای سینما از آنالوگ به دیجیتال، سیل عظیمی از سینماگران در مشاغل نظیر لابراتوار فیلم، فیلم‌برداری، تدوین و... که همگی با سیستم‌های آنالوگ متکی به نگاتیو کار می‌کردند، بیکار شدند. شمار اندکی از ایشان توانستند خود را به‌روز کنند و به صنعت سینمای دیجیتال بپیوندند؛ اما اغلب آن‌ها به واسطه سن بالا، توان یا حوصله فراگیری فناوری‌های نوین سینما را نداشتند و بیکار ماندند. اغلب این‌ها که همواره پشت دوربین بوده‌اند و برای عموم مردم کمتر شناخته شده هستند، بدون حداقل‌های لازم برای زندگی آبرومندانه هستند و هیچ حمایتی به‌جز بیمه از این گروه بزرگ نمی‌شود؛ گروهی که نقش مؤثری در بسیاری از تولیدات مهم تاریخ سینما داشتند.

اقتصاد ژله‌ای سینما: صعود و رکود اقتصاد سینمای ایران نسبت به دیگر بخش‌ها سریع‌تر و شدیدتر است و همین موضوع، اقتصاد سینما را ژله‌ای کرده است؛ به طوری که با کوچک‌ترین اثر منفی اقتصادی در فضای کسب‌وکار کشور، تأثیر آن بر فروش فیلم‌های سینمایی عیان می‌شود. از سوی دیگر، رونق سینما نیز دیرتر از سایر بخش‌ها آغاز می‌شود. این مسئله به واسطه آن است که سینما جزء نیازهای ضروری نیست و مردم با وارد آمدن فشار اقتصادی، آن را زودتر از سبک کالاهای مصرفی حذف و دیرتر اضافه می‌کنند. برای رفع این چالش نمی‌توان سازوکار قطعی پیشنهاد داد، چون

این مسئله کاملاً به توان اقتصادی خانواده‌ها وابسته است و بحث فراتر از سینما و به کلیت اقتصاد خانوار و قدرت خرید در کشور بازمی‌گردد. عدم توسعه سریع زیرساخت‌های نمایش: از آخرین مجموعه‌هایی که شهرداری‌ها پس از پارک، ورزشگاه، سالن همایش و... سراغ ساختش می‌روند، سالن سینماست. به همین دلیل، هنوز شهرهای زیادی بدون سالن سینما هستند و از دسترسی به این امکان فرهنگی-رفاهی بی‌بهره‌اند. یک راهکار مؤثر و زودبازده می‌تواند «مکلف کردن» شهرداری‌ها به ساخت سالن سینما در یک بازه زمانی کوتاه‌مدت یک تا دو ساله به‌عنوان بخشی از تعهداتشان در قبال دریافت بودجه عمومی باشد تا به‌سرعت زیرساخت این حوزه توسعه پیدا کند. این روش به نظر می‌رسد از سازوکارهایی که تاکنون در پیش گرفته شده‌اند، مؤثرتر خواهد بود؛ و شهرداری‌ها برای دریافت اعتبارات فرهنگی‌شان، به‌سرعت دست به کار ایجاد این زیرساخت مهم برای کشور می‌شوند که کارکرد فرهنگی-رفاهی دارد. حمایت از احداث پردیس‌های سینمایی امید در شهرهای بدون سالن سینما از دیگر اقدامات اخیر دولت در این شهرها بوده است.

هزینه بالای تولید فیلم: با افزایش شدید تورم در چند سال اخیر، هزینه تولید در سینما به‌شدت بالا رفته است. در همین حال، تولید باکیفیت مستلزم هزینه بسیار بالایی است. تولید یک اثر فوق‌العاده نسبت به یک اثر عالی، با افزایش هزینه ۱۰ درصدی مواجه نیست؛ بلکه افزایش هزینه ۸۰ تا ۱۰۰ درصدی را در پی دارد. از این‌رو، یکی از دلایل محدود بودن تولید آثار باکیفیت، منابع و زمان محدودی است که کارگردان برای تولید در اختیار دارد. گیشه سینمای ایران اغلب توان بازگرداندن این هزینه را ندارد؛ و تولید چنین آثاری از ریسک بالایی برخوردار است که کمتر تهیه‌کننده و سرمایه‌گذاری به آن تن می‌دهد. یک راهکار مؤثر همان گسترش سریع سالن‌های سینماست تا با افزایش گستره آکران، تولید گران‌قیمت و پرهزینه در سینمای ایران نیز مقرون‌به‌صرفه شود.

فاصله چشمگیر با دانش و فناوری روز فیلم‌سازی دنیا: این یک واقعیت است که سینمای ایران فاصله چشمگیری با سینمای روز دنیا، چه به لحاظ دانش فنی و چه به لحاظ ابزارهای فنی، دارد. گروهی از سینماگران پیش‌کسوت اغلب از کرختی و غروری برخوردارند که یادگیری در دوران موسسیدی و به‌روزرسانی دانششان را با حضور در کلاس‌های بین‌المللی، خلاف شأن تلقی می‌کنند و بدین ترتیب، با داشته‌های فنی پیشینشان فیلم می‌سازند. نسل جوان نیز اغلب امکان استفاده از دانش روز و تحصیل در مراکز سینمایی آمریکا را ندارد؛ مراکزی که حتی نسبت به سطح فیلم‌سازی کشورهایی چون انگلیس نیز فاصله محسوسی دارند. در حوزه فناوری نیز اگر فناوری را محدود به دوربین و لنز و نور و صدا بدانیم، وضعیت سینمای ایران مناسب است؛ اما اگر قرار باشد دربارهٔ روبات‌هایی سخن بگوییم که نقش فیلم‌بردار را در پروژه‌های بزرگ ایفا می‌کنند یا از دقت و جزئیات فیلم‌برداری با فناوری روز سخنی به میان آوریم، شرایط مناسبی در کشور وجود ندارد.

عدم تناسب منابع با خواسته‌ها: همهٔ نهادها و مسئولان ارشد و چهره‌های تأثیرگذار، از سینمای ایران و سینماگران کشورمان توقع تولید آثار دارای ارزش‌های ملی و مذهبی نظیر آثار دفاع مقدس، تاریخی و مذهبی را دارند. از قضا، این جنس تولیدات در نظام تولید گران‌ترین‌ها هستند و برای تولید هریک از آن‌ها باید سرمایه‌گذاری سنگینی انجام داد.

ممیزی در دسرساز و بی‌قاعدگی: ممیزی در سینمای ایران دارای خطوط قرمزی است که بسته به زمان، مکان و اشخاص حدود و ثغورش دستخوش تغییرات محسوسی است. برخی فیلم‌سازان همواره کارت بلانش^۱ (اختیار نام‌محدود/کارت سفید) دارند و تقریباً سراغ هر سوژه‌ای بروند، می‌توانند اثرشان را بسازند؛ اما گروهی دیگر حتی توان تأییدیه گرفتن برای نام مطلوب فیلمشان را نیز ندارند.

این موضوع شاید یکی از اصلی‌ترین مشکلات دولت در عرصه موسیقی بوده است. برای مثال، دولت یازدهم که از ابتدا با هدف تزیق امید به جامعه آمده بود، همواره یکی از راه‌های شادی را برای جوانان کنسرت و موسیقی می‌دانست! امری که چالش‌های زیادی را به وجود آورد. البته مسئولان فرهنگی برای حل آن به نتیجه نرسیدند و دولت هرچند با بازگشایی ارکستر سمفونیک تهران در اسفندماه ۱۳۹۳ و ارکستر ملی در خردادماه ۱۳۹۴ قدم‌های خوبی را در عرصه موسیقی برداشت، با این حال، مسئله لغو کنسرت‌ها یکی از پُرچالش‌ترین روزهای دولت را رقم زد. به‌رحال، دولت نتوانست برای لغو نشدن کنسرت‌ها کاری انجام دهد؛ امری که به‌باور بعضی ناتوانی دولت و مسئولان در اداره و تصمیم‌گیری فرهنگی را نشان می‌داد؛ و اینکه نهادهایی غیرمرتبط با فرهنگ و غیرمسئول با عنوان گروه‌های فشار قوانین را زیر پا می‌گذاشتند و دولت اقدامی نمی‌کرد. درنهایت، کار به جایی رسید که جنتی (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) اعلام کرد کنسرت‌ها فقط در مشهد برگزار نمی‌شود؛ این در حالی بود که لغو کنسرت‌ها را در خیلی از شهرهای دیگر نیز شاهد بودیم؛ لغو کنسرت‌هایی که حتی موسیقی سنتی هم شامل آن‌ها بود.

عملکرد و اقدامات وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی

در حوزه وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی می‌توان به تدابیر و اقدامات زیر اشاره داشت؛ اما پیش از آن، برای توصیف وضعیت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی می‌توان به چالش‌هایی نظیر ضعف زیرساخت‌های اساسی صنعت گردشگری، موانع و محدودیت‌های قانونی و سازمانی جذب گردشگر خارجی، وجود چالش‌های قانونی در برخورد با جرایم مرتبط با اشیاء و بناهای تاریخی، همکاری ضعیف میان بخش‌های دولتی، خصوصی و سازمان‌های مردم‌نهاد، گسترش شهرها در اطراف بافت‌های تاریخی بدون توجه به آثار مخرب آن، عدم توجه به ابعاد اقتصادی

و درآمدزایی بخش صنایع دستی، نبود هماهنگی‌های لازم میان سازمان و سایر دستگاه‌های اجرایی، ناکارآمدی بخش خصوصی در اداره بناهای تاریخی، تأثیر مستقیم سیاست‌های ملی و بین‌المللی بر اقتصاد گردشگری، ضعف آشنایی تولیدکنندگان و صادرکنندگان صنایع دستی در زمینه تولید آثار صادراتی و بازرگانی خارجی، ضعف مدیریت کلان در صنعت گردشگری، وجود صنایع خرد و کلان و بهره‌برداری از معادن در مجاورت روستاها و سایت‌های گردشگری اشاره کرد.

به‌طور ویژه، چالش‌های حوزه میراث فرهنگی شامل ناکارآمدی در تعیین حریم آثار تاریخی، نبود کارشناسی و حفاظت از اشیای فرهنگی، تاریخی (سامان‌دهی و مستندسازی)، معدن‌کاوی و تخریب میراث طبیعی نظیر جنگل‌ها، عدم رسیدگی به بافت اجتماعی و بافت‌های تاریخی فرسوده و از میان رفتن مزیت‌های گردشگری آن‌ها، تخریب بافت‌های تاریخی به بهانه توسعه شهری، نبود متولی واحد برای اماکن تاریخی و میراث فرهنگی، عدم شفاف‌سازی ارجحیت دستورالعمل‌ها نسبت به یکدیگر در ادارات مربوط به میراث فرهنگی، عدم تعامل و همکاری سازمان میراث فرهنگی با سازمان‌های مردم‌نهاد، ناکارآمدی یگان حفاظت میراث فرهنگی، قصور در حفظ استانداردهای جهانی آثار ثبت‌شده، تخریب اماکن تاریخی توسط قاچاقچیان آثار تاریخی، چالش‌های قانونی برخورد با جرایم علیه میراث فرهنگی، عدم نظارت دقیق و کامل نماینده میراث فرهنگی و فعالیت‌های باستان‌شناسی مراکز علمی و آموزشی دانشگاه‌ها و تحویل به‌موقع اشیاء به امنای اموال و کمبود منابع مالی کافی برای سامان‌دهی اموال با توجه به گستردگی و تعداد اموال فرهنگی تاریخی موجود تأکید کرد.

همچنین چالش‌های حوزه صنایع دستی عبارت‌اند از: نبود نگاه تجاری به صنایع دستی در سطوح عالی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و تمرکز بر معرفی صنایع دستی ایران به‌عنوان یک کالای لوکس و غفلت از بخش صنایع دستی؛ خطر نابودی برخی از رشته‌های صنایع دستی قدیمی

نظیر زیلوبافی به دلیل عدم توجه به آن‌ها؛ ضعف بازاریابی و اطلاع‌رسانی و تبلیغات صنایع دستی در داخل و خارج از کشور؛ نبود بانک اطلاعاتی، نظام آماری و اطلاع‌رسانی صحیح و روزآمد؛ ناکافی بودن آموزش و عدم به‌روزرسانی دانش هنرمندان صنایع دستی؛ عدم اعمال سازوکار حمایتی از بخش صنایع دستی در برابر محصولات رقیب خارجی؛ نبود نوآوری در محصولات صنایع دستی؛ نبود استانداردسازی در زمینه تولید صنایع دستی؛ عدم آموزش در زمینه تولید انبوه صنایع دستی و تبدیل آن به منبعی درآمدزا؛ و عدم توجه به توسعه و رشد صنایع دستی به‌خصوص در مناطق محروم.

چالش‌های حوزه گردشگری نیز مشتمل بر نامشخص بودن سهم درآمد ملی گردشگری، ناهماهنگی در مدیریت گردشگری و نبود برنامه جامع برای مدیریت آن، ضعف تعامل میان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و سایر دستگاه‌های اجرایی، ضعف مطالعات توسعه گردشگری، توزیع نامتعادل گردشگر در طول سال، تمرکز اداری و مالی بر برخی از آثار تاریخی نظیر تخت جمشید و نادیده گرفتن تعداد زیادی از آثار تاریخی و فرهنگی کشور، نبود نظام مدیریت یکپارچه در حوزه گردشگری و عملکرد جزیره‌ای سازمان‌های متولی، ضعف زیرساخت‌های رفاهی و مواصلاتی، عدم بهره‌مندی عادلانه اجتماعات محلی از مزایای گردشگری با توجه به هزینه‌های اجتماعی و اکولوژیک (بوم‌شناسی) آن، تضعیف هویت فرهنگی اجتماعات محلی، بی‌توجهی به گردشگری فرهنگی و عدم بهره‌برداری کافی از مزیت‌های گردشگری فرهنگی، عدم توجه به صنعت گردشگری در برخی استان‌ها به دلیل مشکلات اقتصادی بی‌شمار، نبود آمار و اطلاعات علمی و قابل استناد در زمینه‌های مختلف نظیر تعداد گردشگران ورودی، تعداد شب اقامت گردشگران ورودی، بازارهای هدف و جذابیت آن‌ها، نرخ اشغال محل‌های اقامت، توزیع نامناسب و تمرکز گردشگران داخلی و ورود در مناطق محدود کشور (مانند شمال کشور، شیراز و...)، مشکلات مربوط به ویزای الکترونیکی، عدم توسعه گردشگری حلال و گردشگری سلامت، عدم تغییر

نوع دیدگاه به گردشگری از پدیده‌ای صرفاً فرهنگی به پدیده‌ای اقتصادی فرهنگی، کمبود مؤسسات و مراکز آموزش تخصصی گردشگری، ناکافی بودن تحقیقات در خصوص بازاریابی و سلیقه‌سازی در حوزه گردشگری، نبود نیروهای انسانی متخصص در حوزه‌های مرتبط با گردشگری و مشارکت ضعیف بخش خصوصی در حوزه گردشگری هستند.

اقدامات اساسی انجام‌شده برای دستیابی به اهداف در نظر گرفته‌شده در صنعت گردشگری در یک دهه اخیر شامل موارد زیر بوده‌اند:

- یکپارچه‌سازی نظام آماری گردشگری؛
- ارزیابی ظرفیت‌های گردشگری مناطق و اجرای طرح‌های توسعه بر مبنای مزیت رقابتی آن‌ها؛
- استفاده از ظرفیت‌های محلی در قالب شرکت‌های خصوصی و تعاونی‌های محلی برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری؛
- اعطای مشوق به سرمایه‌گذاران برای توسعه زیرساخت‌ها و تسهیلات نوین همساز با محیط‌زیست و مصالح بومی؛
- ایجاد پنجره واحد صدور مجوزها و کاهش دیوان‌سالاری؛
- اولویت‌دهی به سرمایه‌گذاران محلی و منطقه‌ای در طرح‌های توسعه گردشگری؛
- تسهیل فرایند صدور روادید و تشریفات ورود اتباع خارجه؛
- پیشنهاد بازنگری قوانین و مقررات برای افزایش امکان دسترسی همگان به منابع گردشگری عمومی و جلوگیری از بهره‌برداری خصوصی از منابع مانند سواحل و رودخانه‌ها؛
- مدیریت عرضه و تقاضای ناوگان حمل‌ونقل؛
- توسعه زیرساخت‌ها در مقصدهای دارای اولویت گردشگری با همکاری‌های بین‌دستگاهی؛
- ارتقای استانداردها و کیفیت شبکه و ناوگان خدمات حمل‌ونقل در مقصدهای گردشگری؛

- تنوع‌بخشی به خدمات و تسهیلات گردشگری به‌ویژه در زمینه اقامت و پذیرایی برای تأمین نیازهای گروه‌های مختلف گردشگران؛
- استفاده از روش‌های الکترونیکی و افزایش زمینه‌های مشارکت گردشگران و ذی‌نفعان در ارزیابی و اطلاع‌رسانی کیفیت خدمات گردشگری؛
- طراحی و توسعه تسهیلات و خدمات اقامتی و پذیرایی با بهره‌گیری از دانش بومی در سطح منطقه‌ای و محلی؛
- استفاده از تجربه‌ها و استانداردهای خدمات گردشگری زنجیره‌های بین‌المللی؛
- یکپارچه‌سازی زنجیره تأمین خدمات گردشگری در بستر اینترنت به‌منظور مدیریت بهینه عرضه و تقاضا؛
- استفاده از روش‌های نوین مدیریت، عملیات و ارائه خدمات در کسب‌وکارهای گردشگری به‌منظور ارتقای بهره‌وری و کاهش قیمت تمام‌شده خدمات گردشگری؛
- بسترسازی، تسهیل فرایندها و تقویت زمینه فعالیت استارت‌آپ‌ها در ارائه خدمات گردشگری؛
- ارزیابی و درجه‌بندی، کیفیت‌سنجی و اعطای گواهینامه‌های مربوط به کیفیت برای انواع خدمات گردشگری؛
- نیازسنجی، طراحی و بازنگری دوره‌های کوتاه‌مدت آموزش گردشگری با هدف تربیت نیروی انسانی موردنیاز صنعت گردشگری و بازآموزی شاغلان این صنعت؛
- برقراری پیوند بین صنعت اعم از بخش دولتی و خصوصی، انجمن‌ها، گروه‌های مردم‌نهاد و دانشگاه؛
- برقراری ارتباط با سازمان‌های بین‌المللی در زمینه آموزش‌های گردشگری؛
- طراحی و اجرای دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی توانمندسازی نیروی

- انسانی مرتبط با بخش گردشگری، با مشارکت بخش خصوصی؛
 - افزایش سطح آگاهی عمومی و فرهنگ‌سازی در زمینه سفر و گردشگری، از طریق تعامل با دستگاه‌ها و نهادهای مرتبط از قبیل وزارت آموزش و پرورش، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان صداوسیما و...؛
 - بخش‌بندی بازار و بهنگام‌سازی فهرست کشورهای بازار هدف گردشگری جا ایران
 - توسعه انواع رویدادهای مکمل و متنوع در ارتباط با محصول گردشگری اصلی مقصدها؛
 - اجرای برنامه‌های بازاریابی به‌منظور جذب بازار هدف منطقه‌ای با قدرت هزینه‌کرد بالا؛
 - تهیه و اجرای برنامه یکپارچه بازاریابی و تبلیغات گردشگری؛
 - طراحی و اجرای بسته دیپلماسی گردشگری جا ایران در محیط بین‌الملل؛
 - توزیع مطلوب زمانی و مکانی سفرها در مقصدهای گردشگری؛ و
 - توسعه انواع فعالیت‌های گردشگری سلامت بر اساس قابلیت‌ها، مزیت‌ها و بازارهای هدفمند.
- در ادامه تلاش می‌شود با توجه به شمای کلی ارائه‌شده از وضعیت حوزه‌های مأموریت این نهاد، عملکرد هشت‌ساله اخیر وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی مورد تحلیل و بررسی قرار گیرد.

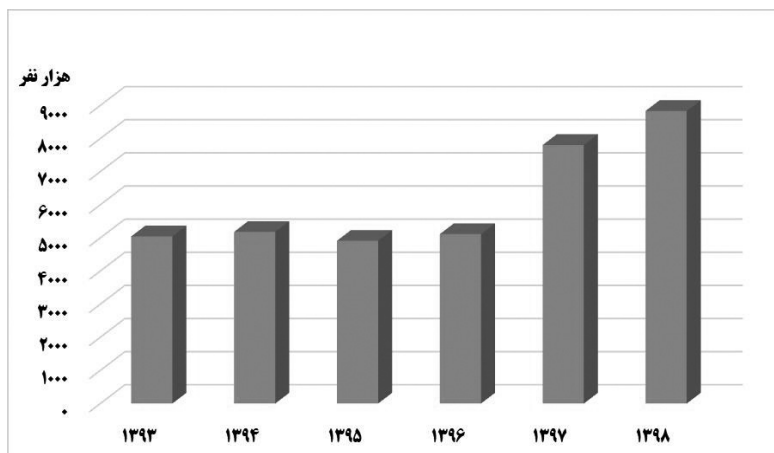
حوزه گردشگری

گردشگران ورودی به کشور

هدف گردشگری به‌عنوان یک صنعت کسب درآمد و سودآوری است و در این میان، مهم‌ترین شاخص و سنجه نهایی در این حوزه برای هر جامعه‌ای میزان ورود و جذب گردشگر خارجی است. در واقع، این شاخص هدف نهایی در این بخش محسوب می‌شود. مرور داده‌ها در این شاخص نشان می‌دهد که

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۱۹

در سال‌های اخیر، اغلب، تعداد گردشگران ورودی به کشور در حال افزایش بوده است؛ تنها استثنا در این میان، سال ۱۳۹۵ محسوب می‌شود. در نهایت، شاخص تعداد گردشگران ورودی به کشور در سال ۱۳۹۸ نسبت به سال آغازین دولت یازدهم، یعنی سال ۱۳۹۲، ۸۴ درصد رشد را تجربه کرده است.



نمودار ۸: گردشگران خارجی وارد شده به کشور

جدول ۴۰: درآمد ارزی حاصل از ورود گردشگران خارجی به کشور (تقریبی)

شاخص	واحد سنجش	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
درآمد ارزی حاصل از ورود گردشگران خارجی به کشور (تقریبی)	میلیارد دلار	۶۷	۷۱	۷۶	۷۴	۷۶	۱۱۶	۱۱۷

جدول بالا حکایت از آن دارد که به صورت معمول و در بیشتر سال‌ها، درآمد حاصل از گردشگران خارجی در حال افزایش است؛ تنها استثنا در این میان، سال ۱۳۹۵ محسوب می‌شود. در نهایت، این شاخص در سال ۱۳۹۸، نسبت به سال ۱۳۹۲، ۷۵ درصد افزایش را تجربه کرده است.

جدول ۴۱: گردشگران خارجی واردشده به کشور برحسب مرزهای ورودی

سال	جمع	مرز هوایی	مرز زمینی	مرز دریایی
۱۳۹۳	۵,۰۴۴,۴۱۲	۱,۵۵۷,۰۱۸	۳,۴۵۷,۸۲۳	۲۹,۵۷۱
۱۳۹۴	۵,۱۸۱,۰۱۸ ^(۱)	۱,۶۸۱,۸۹۹	۳,۳۱۵,۷۰۵	۲۸,۱۴۲
۱۳۹۵	۴,۹۱۱,۹۲۰	۱,۷۰۲,۶۴۵	۳,۱۸۰,۷۴۷	۲۸,۵۲۸
۱۳۹۶	۵,۱۱۳,۵۲۱	۱,۵۲۲,۵۹۷	۳,۵۶۳,۹۷۲	۲۶,۹۵۵
۱۳۹۷	۷,۸۰۴,۱۱۳	۱,۵۵۰,۱۳۶	۶,۲۳۲,۳۰۶	۲۱,۶۷۱
۱۳۹۸	۸,۸۳۲,۰۵۰	۱,۴۵۴,۷۹۷	۷,۳۵۵,۸۱۴	۲۱,۴۳۹

(۱) در سال ۱۳۹۴، تعداد ۱۵۵,۲۷۲ نفر ایرانی مقیم خارج وارد کشور شده‌اند که نوع مرز ورودی آن‌ها نامشخص است.

منبع: سالنامه آماری کشور، ۱۳۹۷

جدول ۴۲: زائران حج تمتع، عمره مفرده و عتبات عالیات

سال تشرف	جمع	حج تمتع	عمره مفرده	عتبات عالیات
۱۳۹۳	۱,۳۸۵,۲۳۰	۵۹,۵۵۶	۷۷۵,۷۷۱ ^(۱)	۵۴۹,۹۰۳
۱۳۹۴	۱,۰۱۰,۴۰۱	۵۹,۶۶۰ ^(۲)	۳۶۰,۳۶۲ ^(۳)	۵۹۰,۳۷۹ ^(۴)
۱۳۹۵	۷۳۱,۸۴۶	۰	۰	۷۳۱,۸۴۶
۱۳۹۶	۶۵۸,۲۳۷	۷۹,۸۷۸	۰	۵۷۸,۳۵۹
۱۳۹۷	۴۸۴,۱۳۰	۷۹,۸۵۹	۰	۴۰۴,۲۷۱

(۲) آمار مربوط به بازه زمانی ۱۳۹۲/۰۹/۲۴ تا ۱۳۹۳/۰۴/۰۶ است.

(۳) آمار مربوط به بازه زمانی ۱۳۹۲/۰۹/۲۴ تا ۱۳۹۳/۰۴/۰۶ است.

(۴) آمار مربوط به بازه زمانی ۱۳۹۳/۰۹/۱۳ تا ۱۳۹۴/۰۱/۳۰ است.

(۵) آمار مربوط به بازه زمانی ۱۳۹۴/۰۱/۰۱ تا ۱۳۹۴/۱۲/۲۹ است.

منبع: سالنامه آماری کشور، ۱۳۹۷

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۲۱

جدول ۴۳: زائران راهیان نور برحسب جنس و مبدأ سفر به تفکیک استان در سال ۱۳۹۷

استان	جمع	مرد	زن
آذربایجان شرقی	۲۸۶,۹۳۳	۱۸۷,۴۹۰	۹۹,۴۴۳
آذربایجان غربی	۱۴۱,۳۶۷	۸۸,۰۱۴	۵۳,۳۵۳
اردبیل	۱۴۰,۱۸۵	۱۰۶,۳۳۱	۳۳,۸۵۴
اصفهان	۵۱۸,۰۴۳	۲۵۶,۹۴۳	۲۶۱,۱۰۰
البرز	۱۵۴,۸۳۳	۸۷,۴۸۸	۶۷,۳۴۵
ایلام	۵۵,۴۲۸	۲۶,۳۵۹	۲۹,۰۶۹
بوشهر	۳۵۶,۱۰۴	۱۸۴,۶۸۳	۱۷۱,۴۲۲
تهران	۱,۲۱۶,۴۰۰	۶۶۶,۷۰۹	۵۴۹,۶۹۱
چهارمحال و بختیاری	۵۲,۷۹۴	۱۷,۶۲۳	۳۵,۱۷۱
خراسان جنوبی	۸۲,۹۷۴	۳۵,۳۸۸	۴۷,۵۸۶
خراسان رضوی	۵۶۱,۰۰۱	۲۹۵,۹۱۸	۲۶۵,۰۸۳
خراسان شمالی	۵۰,۱۷۱	۱۷,۶۴۰	۳۲,۵۳۲
خوزستان	۳۹۶,۶۰۸	۲۲۱,۷۷۲	۱۷۴,۸۳۶
زنجان	۸۷,۴۶۷	۵۸,۳۳۸	۲۹,۱۲۸
سمنان	۱۰۰,۴۱۹	۵۴,۳۱۲	۴۶,۱۰۷
سیستان و بلوچستان	۷۱,۱۰۱	۴۱,۳۵۴	۲۹,۷۴۶

استان	جمع	مرد	زن
فارس	۵۵۶,۹۶۴	۲۸۰,۵۶۰	۲۷۶,۴۰۴
قزوین	۱۱۱,۲۳۶	۵۹,۳۸۴	۵۱,۸۵۱
قم	۲۳۳,۴۰۷	۱۱۷,۵۵۴	۱۱۵,۸۵۳
کردستان	۲۰,۷۲۹	۱۳,۴۶۱	۷۲۶۷
کرمان	۲۹۲,۲۹۸	۱۱۸,۹۹۶	۱۷۳,۳۰۲
کرمانشاه	۹۵,۰۹۲	۴۱,۳۲۷	۵۳,۷۶۴
کهگیلویه و بویراحمد	۸۵,۳۶۹	۴۴,۹۴۷	۴۰,۴۲۲
گلستان	۱۴۵,۰۹۵	۷۶,۷۷۵	۶۸,۳۲۱
گیلان	۱۸۸,۸۸۳	۱۰۱,۶۳۳	۸۷,۲۵۰
لرستان	۶۷,۳۱۳	۲۹,۱۱۸	۳۸,۱۹۵
مازندران	۴۵۰,۸۶۶	۲۴۰,۶۶۴	۲۱۰,۲۰۲
مرکزی	۱۶۶,۴۴۷	۸۹,۵۳۱	۷۶,۹۱۵
هرمزگان	۸۸,۴۷۵	۳۷,۹۹۴	۵۰,۴۸۰
همدان	۱۵۴,۷۹۶	۷۰,۵۸۶	۸۴,۲۱۰
یزد	۱۳۹,۰۳۱	۶۲,۱۲۱	۷۶,۹۱۰

منبع: سالنامه آماری کشور، ۱۳۹۷

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۲۳

جدول ۴۴: سهم گردشگران به تفکیک اهداف سفر، ۱۳۹۷ (درصد)

گردشگر			هدف اصلی سفر
خروجی	ورودی	بومی	
۰۰۰	۱۰۰/۰۰	۱۰۰	جمع کل
۰۰۰	۶۰/۳۴	۲۳	فراغت، تفریح و تعطیلات
۰۰۰	۲۷/۸	۵۹	ملاقات دوستان و خویشان
۰۰۰	۰/۰۰	۰۰۰	تجارت و حرفه
۰۰۰	۸۰/۲۵	۸	معالجه و درمان
۰۰۰	۶۰/۲۱	۷	زیارت و اهداف مذهبی
۰۰۰	۷۳/۹	۳	متفرقه (۱)

(۱) متفرقه در ستون گردشگر بومی شامل اهدافی نظیر آموزش، خرید و کسب‌وکار و در ستون گردشگر ورودی شامل لغو روادید، مناطق آزاد، خروج و مراجعت، مقیمان، بدون روادید هماهنگ‌شده، سیاسی، ۷۲ ساعته کرو پرواز، ۷۲ ساعته ملوانی، عبور، تحصیلی، کثیرالمسافر خدمت، مطبوعاتی، چینج ویزا، راننده ترانزیت و ترانزیت خروج است.

منبع: سالنامه آماری کشور، ۱۳۹۷

جدول ۴۵: تعداد گردشگران به تفکیک استان و نوع گردشگر، ۱۳۹۷

نوع گردشگر				استان
خروجی	بومی ^(۱)	ورودی	جمع	
۵,۰۵۱,۸۹۲	۲,۴۴۵,۹۰۴	۹۸,۰۰۰	۵,۰۵۱,۸۹۲	آذربایجان شرقی
۱,۹۸۵,۴۳۲	۱۴۵,۹۳۴	۳۵۳,۳۶۹	۲,۴۸۴,۷۳۵	آذربایجان غربی
۶,۷۰۰,۱۶۴	۳,۳۰۰,۲۴۰	۵۶۶,۹۷۹	۱۰,۵۶۷,۳۸۳	اردبیل
۵۷۶,۶۹۷	۳۹۸,۳۹۲	۱۳۹,۳۳۸	۵۳۷,۷۳۰	اصفهان
-	۱۵۱,۵۷۲	۴۲۷۸	۱۵۵,۸۵۰	البرز
۲,۱۰۳,۲۲۵	۶۷۴,۱۸۱	۶۳۱۱	۲,۷۸۳,۷۱۷	ایلام
۶,۵۴۲,۸۲۱	۱۳۸,۳۱۲	۴۸۰۰	۶,۶۸۵,۹۳۳	بوشهر
۱,۰۷۹,۴۶۷	۷۱۷,۹۰۷	۳۷۷,۸۴۳	۲,۱۷۵,۲۱۷	تهران
۶۰,۰۰۰	۳۷,۵۰۰	۴۵۰۰	۱۰۲,۰۰۰	چهارمحال و بختیاری
۸۳۵,۰۰۰	۴,۲۴۴,۰۹۶	۱۰۷۰	۴,۲۴۵,۱۶۶	خراسان جنوبی
-	۲۵,۷۲۹,۵۸۱	۱,۷۸۶,۰۶۵	۲۷,۵۱۵,۶۴۶	خراسان رضوی
۳۹,۶۶۳	۷۸,۵۵۳	۴۷۱	۱۱۸,۶۸۷	خراسان شمالی
۱۲,۶۷۲	۳۰,۳۲۲	۵۰۶,۲۴۳	۵۳۶,۵۶۵	خوزستان
۹۷,۶۳۵	۱۰۱,۴۰۲	۳۲۵۵	۱۰۴,۶۵۷	زنجان
۲,۶۰۲,۷۷۱	۷۰۹,۰۴۹	۳۰۹۲	۳,۳۱۴,۹۱۲	سمنان
۷۵	۴۹,۸۵۶	۴۴۳۱	۵۴,۳۶۲	سیستان و بلوچستان
-	۷۰۶,۴۷۸	۱۳۵,۴۳۳	۵۴۱,۹۱۱	فارس

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۲۵

نوع گردشگر				استان
خروجی	بومی ^(۱)	ورودی	جمع	
۲۷,۰۰۰	۶۳۷,۱۶۰	۹۸۵۰	۶۷۴,۰۱۰	قزوین
۴۸,۷۵۰	۲,۶۲۱,۸۷۳	۲۸۲,۰۶۷	۲,۹۵۲,۶۹۰	قم
۵۶۷۳	۲۲۳,۰۹۶	۱۳,۴۷۳	۲۳۶,۵۶۹	کردستان
۸۰۰۰	۴۱۸,۱۲۰	۲۸,۴۷۵	۴۵۴,۵۹۵	کرمان
۶۵۶,۸۱۴	۱۶۲,۶۹۴	۱۶,۸۶۴	۸۳۶,۳۷۲	کرمانشاه
-	۳۷۶,۱۲۶	۱۴۰۷	۳۷۷,۵۳۳	کهگیلویه و بویراحمد
۵۰۰۷	۲۲۶,۴۱۱	۴۰۳۳	۲۳۵,۴۵۱	گلستان
۶۸۸۴	۳,۵۲۶,۵۵۰	۵۱,۵۴۴	۳,۵۸۴,۹۷۸	گیلان
۵۰۰,۰۰۰	۹۶۶,۴۸۷	۲۱۷۰	۱,۴۶۸,۶۵۷	لرستان
۵۸,۲۴۸,۱۱۹	۱,۲۰۵,۱۵۶	۱۷,۲۴۰	۵۹,۴۷۰,۵۱۵	مازندران
۱,۶۰۲,۰۰۰	۹۷,۶۹۷	۵۷۶۲	۱,۷۰۵,۴۵۹	مرکزی
۴,۸۱۰,۶۷۵	۶,۶۴۲,۷۵۰	۱۱,۲۶۵	۱۱,۴۶۴,۶۹۰	هرمزگان
۲۱,۴۲۶,۰۰۰	۱۱۸,۰۳۳	۱۱,۵۱۶	۱۲۹,۵۴۹	همدان
۱۰,۶۰۴	۷۰۸,۳۱۲	۱۰۸,۷۱۱	۸۲۷,۶۲۷	یزد

۱) منظور از گردشگران بومی تعداد گردشگران ورودی ایرانی به اقامتگاه‌های استان است؛ ولی در استان‌های آذربایجان شرقی، اردبیل، قم، کهگیلویه و بویراحمد، خراسان شمالی و مازندران افزون بر گردشگران ورودی ایرانی به اقامتگاه‌های استان، گردشگران ورودی‌ای که در اقامتگاه‌ها اسکان نیافته و استان را ترک کرده‌اند نیز لحاظ شده است.

منبع: سالنامه آماری کشور، ۱۳۹۷

وضعیت گردشگران ورودی به کشور: تحلیل وضعیت جذب گردشگر خارجی نشان می‌دهد که کشور در جذب گردشگر خارجی، در مجموع، عملکرد مطلوب و قابل قبولی داشته است. به نظر می‌رسد تلاش در جهت تنش‌زدایی و مسائل مربوط به تغییرات سیاست خارجی ایران نسبت به گذشته در روند مثبت و روبه‌رشد جذب گردشگر خارجی کارساز بوده است. بر اساس آمارهای کلان رسمی، از سال ۱۳۴۸ تاکنون، در مجموع حدود ۸۲ میلیون گردشگر خارجی وارد کشور شده‌اند؛ که ۵۰ درصد از این سفرها در سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۸ اتفاق افتاده است. همچنین چنین مقایسه‌ای در رابطه با درآمدهای ارزی حاصل از گردشگری نشان می‌دهد که ۶۷ درصد این درآمدها از ابتدای انقلاب تاکنون در هشت سال اخیر محقق شده است.

تعداد تأسیسات اقامتی استانداردسازی‌شده: این شاخص مربوط به آماده‌سازی بستر و زیرساخت‌ها در حوزه گردشگری محسوب می‌شود. در واقع، شاخص فوق را باید فرصت‌سازی برای نیل به اهداف اصلی و مهمی همچون رونق گردشگری و کسب درآمد در نظر گرفت. البته کمبود داده‌ها امکان مقایسه و ارزیابی را فراهم نمی‌کند؛ تنها می‌توان به این نکته اشاره کرد که حداثت سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸، تعداد تأسیسات اقامتی استانداردسازی‌شده افزایش ۳۳۵ درصدی داشته است.

تعداد اقامتگاه بوم‌گردی: از جمله موضوع‌ها در حوزه گردشگری توجه به فرهنگ و سنن بومی در هر منطقه گردشگری است. از دیگر موضوع‌ها تلاش برای مشارکت بخش بیشتری از جامعه بومی مناطق گردشگری با سرمایه‌های اندک است. این شاخص تلاش‌ها و اقدامات در حوزه گردشگری را برای دستیابی به اهداف فوق مشخص می‌کند.

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۲۷

جدول ۴۶: تعداد اقامتگاه‌های بوم‌گردی به بهره‌برداری رسیده

۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	واحد سنجش	شاخص
۶۱۱۰	۵۴۲۰	۴۹۰۰	۲۰۳۰	۱۶۵۰	۹۸۰	۷۴۰	واحد اقامتی	تعداد اقامتگاه‌های بوم‌گردی به بهره‌برداری رسیده

آمار و ارقام ارائه‌شده در رابطه با اقامتگاه‌های بوم‌گردی نشان می‌دهند که روند تأسیس این واحدهای اقامتی بسیار مطلوب و قابل قبول بوده است. نسبت به آغاز سال ۱۳۹۲، تعداد این واحدها در سال ۱۳۹۸ به ۶۱۱ واحد رسیده است که رشد چشمگیر ۷۲۵ درصدی را نشان می‌دهد.

سرمایه‌گذاری در گردشگری: توسعه نیازمند سرمایه اقتصادی و منابع مالی است؛ و بی‌تردید بدون سرمایه، نیل به توسعه و پیشرفت میسر نخواهد شد. از مهم‌ترین شاخص‌های مطرح‌شده در این بخش، سنجش میزان موفقیت این وزارتخانه در جذب سرمایه‌های بخش خصوصی و خارجی در حوزه گردشگری است. توافقی‌های حاصل‌شده بین ایران و اتحادیه اروپا و برداشته شدن برخی تحریم‌ها موجب جلب نظر بسیاری از گردشگران اروپایی به سوی ایران شده؛ از این رو، تعداد گردشگران ورودی به کشور افزایش یافته که باعث افزایش واردات ارز به کشور، اشتغال‌زایی و بالا رفتن بازده صنعت گردشگری شده؛ به طوری که گردشگری به رشد ۱۳ درصدی (در دو سال اخیر) رسیده است.

جدول ۴۷: جذب سرمایه خارجی

۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	واحد سنجش	شاخص
۰۶۵	۰۹۰	۰۶۸	۰۵۱	۰۰۹	۰۲۰	۰۲۷	میلیارد دلار	جذب سرمایه خارجی

داده‌ها نشان می‌دهند جذب سرمایه‌های خارجی در حوزه گردشگری در طول سالیان اخیر روندی بسیار پُر نوسان و سینوسی را تجربه کرده است. صعود و نزول فراوان در طول سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۸ به خوبی این واقعیت را نشان می‌دهد. در نهایت، در یک قیاس باید گفت که هرچند جذب سرمایه خارجی در سال ۱۳۹۸ و در قیاس با آغاز دولت یازدهم بیش از دو برابر شده، در قیاس با سال ۱۳۹۷، ۲۸ درصدی را تجربه کرده است. به نظر می‌رسد تحریم‌ها و مسئله سیاست خارجی در این موضوع مهم‌ترین شاخص اثرگذار محسوب می‌شوند. از سال ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۴، یعنی قبل از امضای برجام، این شاخص در حال اُفت بوده؛ اما پس از برجام و تا قبل از خروج از این توافق، روند این شاخص به شدت مطلوب و مثبت بوده است؛ به طوری که ظرف سه سال، رشد ده برابری را نشان می‌دهد. اما بعد از خروج ایالات متحده از توافق هسته‌ای و بازگشت بسیاری از تحریم‌ها از سوی این کشور، شاهد افت دوباره در این بخش هستیم.

با این حال، داده‌های کلی حکایت از عملکرد قابل قبول دولت در ۸ سال اخیر نسبت به دولت قبل از آن دارد. بر مبنای آمارهای رسمی، ۸۵ درصد کل حجم سرمایه‌گذاری پروژه‌های در حال ساخت کشور در حوزه گردشگری، از ابتدای دولت دهم تا به امروز، در دولت تدبیر و امید انجام گرفته است که آشکارا عملکرد بهتر این دولت را نسبت به دولت گذشته نشان می‌دهد. همچنین ۴۶ درصد کل سرمایه‌گذاری‌های خارجی انجام گرفته در تمامی دولت‌ها در حوزه صنعت گردشگری کشور در ۸ سال اخیر جذب شده است. تعداد اتاق‌ها و تخت‌های اقامتی: تعداد اتاق‌ها و تخت‌های اقامتی از جمله شاخص‌های حوزه گردشگری محسوب می‌شود که وضعیت این صنعت را در بخش زیرساخت‌ها نشان می‌دهد.

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۲۹

جدول ۴۸: ظرفیت اقامتگاه‌های کشور برحسب درجه

هتل ^(۱)						جمع اقامتگاه ^(۱)		سال
سه ستاره		چهار ستاره		پنج ستاره		تخت	اتاق	
تخت	اتاق	تخت	اتاق	تخت	اتاق			
۶۴,۰۶۲	۰۰۰	۱۹,۸۴۴	۰۰۰	۱۰,۷۷۵	۰۰۰	۲۱۶,۳۹۶	۸۲,۵۰۷	۱۳۹۲
۳۲,۰۸۷	۱۲,۳۱۰	۱۷,۸۱۰	۷۷۵۸	۱۲,۵۱۱	۵۷۳۶	۲۳۱,۶۴۷	۸۴,۴۹۹	۱۳۹۳
۳۲,۵۴۸	۱۲,۸۰۸	۱۸,۳۳۳	۸۴۴۵	۱۳,۶۳۰	۶۴۸۶	۲۳۹,۵۲۲	۸۹,۶۰۲	۱۳۹۴
۳۶,۹۹۹	۱۴,۲۶۰	۲۰,۶۱۰	۹۱۳۲	۱۵,۵۳۶	۷۵۱۷	۲۴۸,۳۹۲	۹۳,۱۱۰	۱۳۹۵
۳۶,۶۸۸	۱۴,۶۱۸	۲۲,۹۱۴	۹۸۴۱	۱۶,۷۸۹	۸۲۰۵	۲۴۵,۷۱۸	۹۲,۴۰۲	(۱)۱۳۹۶
۳۶,۴۰۰	۱۴,۱۵۴	۲۴,۶۰۷	۱۰,۴۱۷	۱۸,۵۱۷	۹۰۴۴	۲۳۵,۶۳۰	۹۲,۷۵۲	۱۳۹۷

سایر				هتل ^(۱)				سال
هتل آپارتمان		مهمان پذیر ^(۲)		یک ستاره		دو ستاره		
تخت	اتاق	تخت	اتاق	تخت	اتاق	تخت	اتاق	
۳۰,۲۲۲	۱۱,۱۲۹	۷۲,۵۵۵	۲۵,۶۷۴	۵۹,۶۹۴	۰۰۰	۵۱,۷۲۷	۰۰۰	۱۳۹۲
۳۳,۰۶۳	۱۲,۲۵۶	۷۳,۲۵۹	۲۳,۱۹۱	۱۹,۳۶۱	۷۹۵۷	۲۴,۲۳۲	۱۰,۰۶۲	۱۳۹۳
۴۲,۶۴۷	۱۳,۷۵۳	۶۵,۰۱۹	۲۳,۱۱۸	۲۴,۱۸۱	۹۴۰۵	۲۳,۳۷۰	۱۰,۰۹۹	۱۳۹۴
۴۶,۰۲۱	۱۴,۸۸۳	۶۲,۴۹۵	۲۳,۲۸۵	۲۳,۰۲۳	۸۵۵۵	۲۵,۶۶۲	۱۰,۶۵۲	۱۳۹۵
۵۰,۲۸۹	۱۵,۲۰۰	۶۱,۵۲۶	۲۲,۷۴۳	۱۷,۲۶۴	۶۹۵۲	۲۴,۳۷۴	۱۰,۶۲۵	(۱)۱۳۹۶
۴۱,۹۸۹	۱۳,۴۲۶	۵۸,۳۷۴	۲۳,۷۸۴	۱۷,۱۳۸	۶۹۲۹	۲۵,۶۹۷	۱۱,۰۸۴	۱۳۹۷

سایر				سال
پانسیون		مجتمع اقامتی		
تخت	اتاق	تخت	اتاق	
۱۳,۴۱۱	۳۰۸۹	۵۹۱۳	۲۱۴۰	۱۳۹۳
۱۳,۴۱۸	۳۱۱۰	۶۳۷۳	۲۳۷۸	۱۳۹۴
۸۸۰۸	۲۰۲۹	۹۲۳۸	۲۷۹۷	۱۳۹۵
۸۸۰۱	۲۰۳۵	۷۰۷۳	۲۱۸۳	۱۳۹۶ ^(۳)
۹۷۸۳	۲۲۴۹	۳۱۲۵	۱۶۶۵	۱۳۹۷

(۱) مجموع اقامتگاه‌ها تا قبل از سال ۱۳۹۳ شامل هتل، هتل آپارتمان، پانسیون، مهمانسرای جهانگردی، مجتمع جهانگردی، اردوگاه جهانگردی، پلاژ و متل است.

(۲) آمار مهمانسراهای جهانگردی و متل‌ها نیز در ستون هتل‌ها لحاظ شده است.

(۳) تعداد اتاق‌ها و تخت‌های مهمان‌پذیر شامل زائرسراها نیز می‌شود.

(۴) علت کاهش جمع اتاق و تخت اقامتگاه‌ها در سال ۱۳۹۶ نسبت به سال ۱۳۹۵، تفکیک متل از هتل در راستای اصلاح و بازنگری آیین‌نامه ایجاد، اصلاح، تکمیل، درجه‌بندی و نرخ‌گذاری تأسیسات اقامتی گردشگری و نظارت بر آن‌ها، مصوب ۱۳۹۴ هیئت دولت است.

منبع: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

- وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی گروه آمار دفتر برنامه‌ریزی و بودجه

دفاتر خدمات مسافرتی: یکی از واحدهای اصلی اقتصادی در حوزه گردشگری، دفاتر خدمات مسافرتی هستند که به گردشگران در قالب تورهای مسافرتی ارائه خدمات می‌کنند. هدف این شاخص سنجش و ارزیابی تعداد این دفاتر به‌عنوان یکی از سنجش‌های اقتصاد گردشگری است.

جدول ۴۹: تعداد دفاتر خدمات مسافرتی

شاخص	واحد سنجش	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
تعداد دفاتر خدمات مسافرتی	تعداد	۳۹,۲۱۰	۳۹,۲۱۰	۴۰,۰۵۰	۴۲,۰۳۰	۴۶,۴۸۰	۴۸,۹۹۰	۵۲,۰۵۰

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۳۱

در حوزه تعداد دفاتر خدمات مسافرتی، فقط داده‌ها و آمار سال ۱۳۹۲ در دسترس هستند. طبق این داده‌ها، تعداد این دفاتر به صورت پیوسته در طول هفت سال اخیر در حال افزایش بوده است. در نهایت در سال ۱۳۹۸، تعداد این دفاتر نسبت به سال آغازین، ۳۳ درصد بیشتر بوده است.

تحلیل وضعیت شاخص‌های حوزه گردشگری: به صورت کلی عملکرد هشت ساله در حوزه گردشگری را می‌توان مثبت و قابل قبول تلقی کرد. در واقع، اگر میزان جذب گردشگر خارجی، میزان درآمد کشور از حوزه گردشگری و میزان پیشرفت و توسعه زیرساخت‌های مربوط به گردشگری را به عنوان شاخص‌ها و موضوع‌های کلیدی و اصلی در این بخش در نظر بگیریم، در مجموع می‌توان به عملکرد وزارتخانه قبولی داد. در همین حال، بی‌تردید همان‌طور که داده‌ها نشان می‌دهند، در یک سال و نیم انتهایی دولت دوازدهم، وضعیت در این حوزه متفاوت با سال‌های گذشته بوده و خواهد بود. همه‌گیری کرونا ضربه‌های جبران‌ناپذیری به پیکره صنعت گردشگری در دنیا و ایران وارد کرده است. بر مبنای گزارش‌ها و تحلیل‌های کارشناسان و اعلام مسئولان امر، مهم‌ترین آسیب‌های این همه‌گیری به گردشگری در ایران به قرار زیرند:

- توقف جریان سفر گردشگران خارجی به ایران و حذف درآمدهای ارزی ناشی از آن؛
- آسیب به کسب و کارهای عمده و همین‌طور خرده‌فروشی‌ها و تهدید مشاغل صنعت گردشگری؛
- بسته شدن مرزهای هوایی و زمینی کشورهای جهان به روی یکدیگر (کاهش ۷۵ درصدی پروازها به / از ایران)؛
- لغو شدن بسیاری از تورهای داخلی و خارجی به مقصد کشورمان (حدود ۹۵ درصد تورهای خارجی) و متضرر شدن دفاتر خدمات مسافرتی که از ماه‌ها پیش سبد فروش خود را بسته بودند؛
- آسیب رسیدن به مؤسسات حمل و نقل مسافرتی، ایرلاین‌ها، دفاتر فروش و رزرو و به‌طور کل زنجیره خدمات مرتبط با سفر؛
- به صفر رسیدن تقریبی ضریب اشغال هتل‌ها و مراکز اقامتی و

- ظرفیت فروش سایر مراکز و تأسیسات گردشگری؛
- بار روانی ناشی از وجود یک همه‌گیری که افزایش ریسک سرمایه‌گذاری و فرار سرمایه‌ها را در پی داشته است؛ و
 - از دست رفتن فرصت‌های شغلی در حوزه گردشگری که به دلیل نبود آمار در مراکز بیمه و تأمین اجتماعی، احصای دقیق شاغلان بیکار شده بخش گردشگری امکان‌پذیر نیست.

حوزه صنایع دستی

تعداد پروانه‌های تولید صادر شده: این شاخص یکی از سنجه‌های توسعه کسب‌وکار در حوزه صنایع دستی محسوب می‌شود. بنابراین، به صورت مشخص، این موضوع که چه تعداد واحد جدید در این حوزه راه‌اندازی شده است، مورد بررسی قرار خواهد گرفت. سنجه‌های این شاخص در دو بخش انفرادی و گروهی مورد تحلیل قرار می‌گیرند.

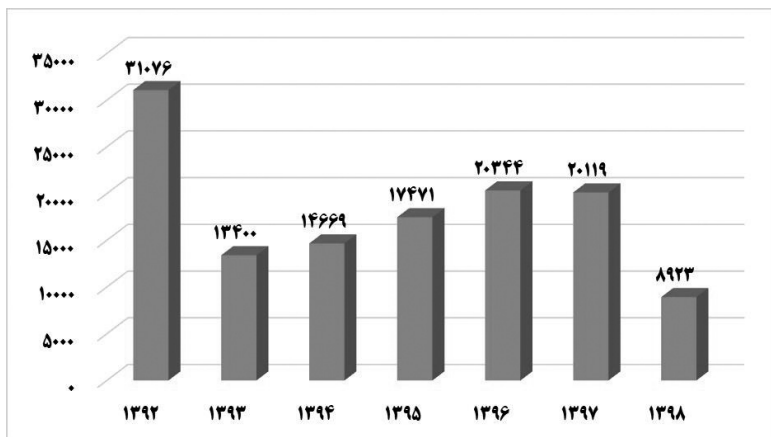
جدول ۵۰: تعداد پروانه‌های تولید انفرادی صادر شده برای صنعتگران صنایع دستی

۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	واحد سنجش	شاخص
۸۹,۳۳۰	۲۰۱,۱۹۰	۲۰۳,۴۴۰	۱۷۴,۷۱۰	۱۴۶,۶۹۰	۱۳۴,۰۰۰	۳۱۰,۷۶۰	فقره	تعداد پروانه‌های تولید انفرادی صادر شده برای صنعتگران صنایع دستی

داده‌های مربوط به صدور پروانه تولید انفرادی برای صنعتگران صنایع دستی نشان می‌دهند که از سال ۱۳۹۳ تا سال ۱۳۹۶ به صورت مرتب صدور این پروانه‌ها در حال افزایش بوده است؛ اما آمارهای سال ۱۳۹۷ نسبت به سال گذشته اندکی افت داشته‌اند. در همین حال، نکته مهم تفاوت جدی میان داده‌های سال ۱۳۹۲ است. داده‌های مربوط به سال ۱۳۹۳ نشان می‌دهند که تعداد پروانه‌های صادر شده انفرادی در این سال اُفتی چشمگیر نسبت به سال قبل داشته‌اند؛ به صورت مشخص،

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۳۳

این آفت ۵۷ درصد بود. هرچند در سال‌های بعد این آمار به‌مرور افزایش یافت، در نهایت نتوانست به نزدیکی تعداد پروانه‌های صادرشده در سال ۱۳۹۲ برسد؛ و فقط ۸۹۲۳ پروانه در سال ۱۳۹۸ صادر شد که آفت ۷۱ درصدی را نسبت به آغاز دولت تدبیر و امید نشان می‌دهد.



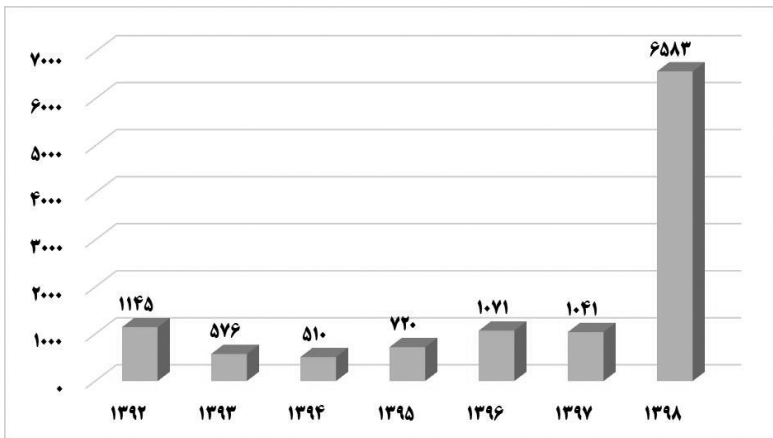
نمودار ۹: تعداد پروانه‌های تولید انفرادی صادرشده

جدول ۵۱: تعداد پروانه‌های تولید کارگاهی صادرشده برای صنعتگران صنایع دستی

شاخص	واحد سنجش	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
تعداد پروانه‌های تولید کارگاهی صادرشده برای صنعتگران صنایع دستی	فقره	۱۱,۴۵۰	۵۷۶۰	۵۱۰۰	۷۲۰۰	۱۰,۷۱۰	۱۰,۴۱۰	۶۵,۸۳۰

داده‌های مربوط به صدور پروانه تولید گروهی برای صنعتگران صنایع دستی نشان می‌دهند که از سال ۱۳۹۴ تا سال ۱۳۹۶ به‌صورت مرتب صدور این پروانه‌ها در حال افزایش بوده است؛ اما آمارهای سال ۱۳۹۷ نسبت به سال گذشته اندکی افت داشته‌اند. در همین حال، نکته مهم تفاوت جدی میان داده‌های سال ۱۳۹۲

است. داده‌های مربوط به سال ۱۳۹۳ نشان می‌دهند که تعداد پروانه‌های صادرشده گروهی با اُفتی چشمگیر نسبت به سال قبل به نصف رسیده و ۵۰ درصد اُفت داشته است. البته در سال‌های بعد این آمار به مرور افزایش یافته است؛ و در نهایت، در سال ۱۳۹۸، تعداد ۶۵۸۳ پروانه صادر شده است که افزایش ۴۷۴ درصدی را نسبت به سال ۱۳۹۲ نشان می‌دهد.



نمودار ۱۰: تعداد پروانه‌های تولید کارگاهی صادرشده

هرچند مرور داده‌ها حکایت از آن دارد که در بیشتر سال‌ها، نسبت به سال قبل از آن، شاهد افزایش تعداد پروانه‌های تولید صادرشده بوده‌ایم، نکته مهم اُفت چشمگیر و ناگهانی صدور پروانه در دو سال ابتدایی دولت مستقر است. آمار می‌گوید صدور پروانه تولیدی انفرادی و کارگاهی در سال ۱۳۹۲ نسبت به سال ۱۳۹۸ افزایش ۱۰۷ درصدی داشته است. در مجموع، عملکرد دولت در این حوزه کمابیش مطلوب ارزیابی می‌شود.

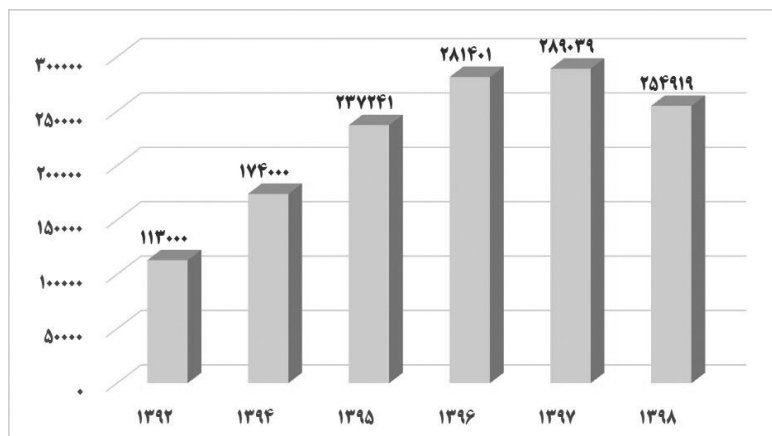
میزان صادرات صنایع دستی: هدف نهایی از هر فعالیت اقتصادی گسترش فروش محصولات و کسب درآمد است. در مقیاس ملی، صادرات و ارزآوری از حوزه‌های اقتصادی و فعالیت‌های تولیدی را می‌توان مهم‌ترین شاخص قلمداد کرد. در این شاخص تلاش می‌شود که ارزش نهایی به‌دست‌آمده از

فعالیت‌ها در حوزه صنایع دستی ارزیابی شود.

جدول ۵۲: ارزش صادرات صنایع دستی

شاخص	واحد سنجش	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
ارزش صادرات صنایع دستی	هزار دلار	۱۱,۳۰۰,۰۰۰	-	۱۷,۷۴۰,۰۰۰	۲۳,۷۲۴,۱۰۰	۲۸,۱۴۰,۱۰۰	۲۸,۹۰۳,۹۰۰	۲۵,۴۹۱,۹۰۰

در دولت یازدهم و دوازدهم رشد قابل قبول و مطلوبی را در حوزه صادرات صنایع دستی شاهد هستیم. در سال ۱۳۹۸، نسبت به سال ۱۳۹۲، ارزش صادرات صنایع دستی ۱۲۵ درصد افزایش داشته است. رشد این شاخص به صورت مداوم در دولت کنونی مثبت بوده؛ اما در سال ۱۳۹۸ به دلیل شیوع بیماری کرونا، میزان صادرات صنایع دستی نسبت به سال ۱۳۹۷ کاهش یافته است.



نمودار ۱۰: میزان صادرات صنایع دستی

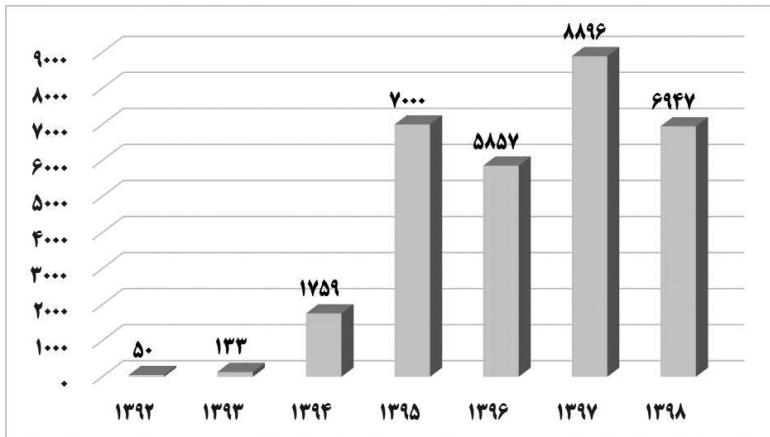
داده‌ها در این حوزه نشان‌دهنده برنامه‌ریزی و عملکرد مطلوب مسئولان حوزه صنایع دستی در اقتصادی‌سازی اقدامات است. عملکرد مطلوب و قابل قبول ۱۲۶ درصدی در مدت زمان ۶ سال نشان از رشد نسبی در این حوزه دارد.

آموزش و تربیت هنرمند: هدف از این شاخص، ارزیابی اقدامات انجام‌شده برای تربیت هنرمندان و آموزش برای ایجاد اشتغال از طریق هنرهای سنتی و صنایع دستی است.

جدول ۵۳: تعداد شاغلان آموزش دیده صنایع دستی

شاخص	واحد سنجش	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
تعداد شاغلان آموزش دیده صنایع دستی	درصد	۵۰	۱۳۳	۱۷۵۹	۷۰۰۰	۵۸۵۷	۸۸۹۶	۶۹۴۷

داده‌های جدول فوق نشان از رشد و صعودی چشمگیر در شاغل شدن آموزش دیدگان در دوره‌های تخصصی صنایع دستی دارد. در حالی که در سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ آمارها در این حوزه به ترتیب برابر با ۵۰ و ۱۳۳ نفر بوده، ظرف سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۷، شاهد رشد چشمگیر در مشغول به کار شدن آموزش دیدگان در حوزه صنایع دستی هستیم. در سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ به ترتیب شاغلان آموزش دیده در این صنعت برابر با ۵۸۵۷ و ۸۸۹۶ نفر بوده‌اند که نسبت به سال ۱۳۹۲، به ترتیب ۱۱۷ و ۱۷۸ برابر شده است. دلیل کاهش عملکرد در سال ۱۳۹۸ اشباع بازار و کاهش تقاضاست. در مجموع، عملکرد دستگاه در این حوزه مطلوب ارزیابی می‌شود.



نمودار ۱۱: تعداد شاغلان آموزش دیده صنایع دستی

برگزاری نمایشگاه‌ها و بازارچه‌های دائمی و موقت: زمینه‌سازی، ایجاد بستر مناسب و آماده‌سازی زیرساخت‌ها برای فعالیت مطلوب و ارائه خدمات و محصولات، ازجمله مهم‌ترین اقدامات و برنامه‌ها برای توسعه اقتصادی در هر حوزه‌ای محسوب می‌شود. هدف این شاخص نیز ارزیابی اقدامات و عملکرد این وزارتخانه برای آماده‌سازی زیرساخت‌ها برای فروش و ارائه محصولات در حوزه صنایع دستی است.

جدول ۵۴: حضور و مشارکت در نمایشگاه‌ها و رویدادهای صنایع دستی در خارج از کشور

شاخص	واحد سنجش	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
حضور و مشارکت در نمایشگاه‌ها و رویدادهای صنایع دستی در خارج از کشور	مورد	۴۰	۸۰	۱۶۰	۲۵۰	۲۵۰	۲۹۰	۱۹۰

حضور در نمایشگاه‌های خارج از کشور در حوزه صنایع دستی به صورت پیوسته هر ساله دارای افزایش بوده؛ اما در سال ۱۳۹۸ به دلیل شیوع بیماری

کووید- ۱۹ (کرونا)، عملکرد در این زمینه کاهش یافته است. تعداد رشته‌های باززنده‌سازی شده در حوزه هنرهای سنتی و صنایع دستی: هدف اصلی در ارزیابی این شاخص، سنجش اقدامات و برنامه‌ها در جهت حفظ و احیای رشته‌ها و گرایش‌های مختلف در حوزه صنایع دستی و هنرهای سنتی است.

جدول ۵۵: تعداد رشته‌های باززنده‌سازی شده در حوزه هنرهای سنتی و صنایع دستی

شخص	واحد سنجش	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷
تعداد رشته‌های باززنده‌سازی شده در حوزه هنرهای سنتی و صنایع دستی	مورد	۳۱	۳۱	۳۲	۳۹

به دلیل آنکه داده‌ها برای ارزیابی مطلوب و مناسب به نظر نمی‌رسند، فقط می‌توان به این نکته اشاره کرد که از میانه دولت یازدهم تا نیمه‌راه دولت دوازدهم، روند باززنده‌سازی رشته‌ها در حوزه هنرهای سنتی و صنایع دستی مثبت و صعودی بوده است.

اقدامات مربوط به مالکیت معنوی هنرمندان: مقصود اصلی در اینجا مربوط به ارزیابی تلاش‌ها و اقدامات برای حفظ مالکیت معنوی و پایداری از حقوق هنرمندان کشور است.

جدول ۵۶: تعداد مستندنگاری و تکمیل پرونده‌های مربوط به مالکیت معنوی در سال

شخص	واحد سنجش	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷
تعداد مستندنگاری و تکمیل پرونده‌های مربوط به مالکیت معنوی در سال	مورد	۳۱	۳۱	۶۲	۶۸

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۳۹

می‌توان به این نکته اشاره کرد که روند مستندنگاری و تکمیل پرونده‌های مربوط به مالکیت معنوی مثبت و صعودی بوده است. به صورت مشخص در حدفصل سه سال، در سال ۱۳۹۷ تعداد مستندنگاری و تکمیل پرونده‌های مربوط به مالکیت معنوی در سال به بیش از دو برابر نسبت به سال ۱۳۹۴ رسیده و افزایش ۱۱۹ درصدی را تجربه کرده است.

جدول ۵۷: تعداد آموزش دیدگان در دوره‌های آموزش عمومی

شاخص	واحد سنجش	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
تعداد آموزش دیدگان در دوره‌های آموزش عمومی	نفر	۷۰۰۰	۱۵,۰۰۰	۱۶۵۵	۱۷,۰۰۰	۲۰,۰۱۱	۱۹,۲۳۰	۴۵,۹۵۸

رشد آموزش‌های عمومی در حدفصل سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۸، به صورت مستمر و مثبت ادامه داشته است؛ و در نهایت در سال ۱۳۹۸، نسبت به سال ۱۳۹۲، ۵۵۶ درصد افزایش را نشان می‌دهد.

تحلیل داده‌ها و آمارها در حوزه آموزش هنر به افراد در بخش صنایع دستی، از برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری مطلوب در این زمینه حکایت می‌کند. در واقع، از یک سو تلاش شده است تا آموزش‌ها افزایش یابند و تعداد بیشتری مهارت‌آموزی کنند؛ و از سوی دیگر، تلاش شده است تا با ایجاد شرایط لازم فرصت‌های بیشتری برای اشتغال ایشان فراهم شود. رشد چشمگیر شاغلان آموزش دیده در سال‌های اخیر نشان از توجه به این مهم دارد.

تحلیل وضعیت حوزه صنایع دستی: عملکرد وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در حوزه صنایع دستی و هنرهای سنتی را باید قابل قبول معرفی کرد. مهم‌ترین و نهایی‌ترین شاخص‌ها در این بخش را می‌توان ایجاد اشتغال و توسعه هنرهای سنتی و صنایع دستی، آموزش و تربیت هنرمند و افزایش سطح فروش در داخل و خارج دانست. مرور

داده‌های مطرح‌شده در این بخش نشان از رشدهای قابل‌قبول در داده‌ها و آمار مربوط به این شاخص‌ها دارد. افزایش صدور مجوزهای انفرادی و گروهی پروانه‌های اشتغال، توسعه و گسترش دوره‌های آموزشی، رشد چشمگیر برگزاری نمایشگاه‌های موقت و دائم صنایع‌دستی و درنهایت رشد ۱۲۶ درصدی صادرات صنایع‌دستی مؤید این ادعاست.

حوزه میراث فرهنگی

در این بخش، شاخص‌های مربوط به حوزه میراث فرهنگی موردبحث و بررسی قرار می‌گیرند.

ثبت آثار و میراث فرهنگی: یکی از فرایندها و روش‌هایی که می‌تواند کمکی جدی برای نگاهداشت میراث فرهنگی باشد، ثبت آثار فرهنگی و تاریخی در فهرست ملی و جهانی است. در واقع، ثبت در چنین فهرست‌هایی می‌تواند تا حد زیادی برنامه‌ریزی‌ها و اتخاذ سیاست‌ها در جهت انجام دادن اقدامات لازم برای محافظت و احیای این آثار را تسهیل و تضمین کند. در این بخش به بررسی این شاخص پرداخته می‌شود.

جدول ۵۸: تعداد آثار غیرمنقول ثبت‌شده در فهرست آثار ملی

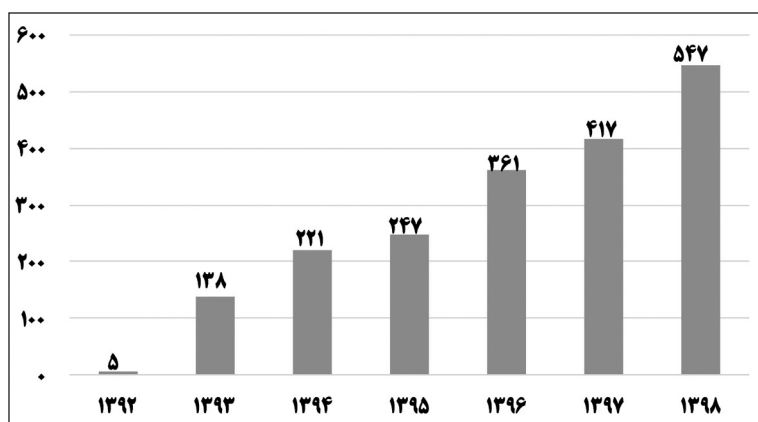
۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	واحد سنجش	شاخص
۵۴۷	۴۱۷	۳۶۱	۲۴۷	۲۲۱	۱۳۸	۵	مورد	تعداد آثار غیرمنقول ثبت‌شده در فهرست آثار ملی

در چند سال اخیر، ثبت آثار غیرمنقول در فهرست آثار ملی روبه‌رشد و مثبت بوده است. به‌صورت مشخص در سال ۱۳۹۷، نسبت به سال ۱۳۹۴، ثبت این آثار ۹۲ درصد افزایش داشته است.

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۴۱

جدول ۵۹: تعداد آثار منقول ثبت‌شده در فهرست آثار ملی

شخص	واحد سنجش	از ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
تعداد آثار منقول ثبت‌شده در فهرست آثار ملی	مورد	۵۴,۷۰۰	۴۸,۹۰۰	۲۷,۶۰۰	۳۲,۷۰۰



نمودار ۱۲: آثار غیر منقول ثبت‌شده در آثار ملی

داده‌ها قابلیت مقایسه ندارند؛ اما می‌توان گفت که در حدها فصل نیمه دولت یازدهم تا نیمه دولت دوازدهم، ثبت آثار منقول در فهرست آثار ملی روبه‌رشد و مثبت بوده است. به‌صورت مشخص در سال ۱۳۹۷، نسبت به سال ۱۳۹۴، ثبت این آثار ۴۸۴ درصد افزایش داشته است.

جدول ۶۰: تعداد آثار ناملموس ثبت‌شده در فهرست آثار ملی

شخص	واحد سنجش	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
تعداد آثار ناملموس ثبت‌شده در فهرست آثار ملی	مورد	۱۰	۱۷	۱۲۳	۲۱۴	۲۰۸	۲۷۸	۲۹۵

روند ثبت آثار ناملموس در فهرست آثار ملی همواره و به‌صورت مداوم صعودی و مثبت بوده است. البته از سال ۱۳۹۴ به بعد و در مقایسه با دو سال، داده‌ها به‌صورت چشمگیری افزایش نشان می‌دهند؛ به‌صورتی که در سال ۱۳۹۸، ثبت آثار ناملموس در فهرست آثار ملی ۲۸۵۰ درصد رشد داشته است. روند کلی ثبت آثار طبیعی در فهرست آثار ملی هرچند با نوسان‌هایی اندک، اما در مجموع مثبت و صعودی بوده است. درنهایت در سال ۱۳۹۸، نسبت به سال ۱۳۹۳، ثبت این آثار ۲۸ برابر شده است.

جدول ۶۱: تعداد آثار ناملموس ثبت‌شده در فهرست آثار جهانی

شخص	واحد سنجش	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
تعداد آثار ناملموس ثبت‌شده در فهرست آثار جهانی	مورد	۱۰	۱۰	۱۰	۱۱	۱۳	۱۳	۱۴

ثبت آثار ناملموس در فهرست آثار جهانی روند افزایشی داشته است. درنهایت در انتهای سال ۱۳۹۸، تعداد آثار ناملموس ثبت‌شده ۴۰ درصد رشد را نسبت به ابتدای سال ۱۳۹۲ نشان می‌دهد.

باوجود برخی ضعف‌ها و کمبودها در حوزه آماری، داده‌های در دسترس می‌توانند در این حوزه ظرفیت‌های حداقلی را برای قضاوت و ارزیابی فراهم آورند. داده‌ها حکایت از اقدامات مثبت و برنامه‌ریزی‌های درخور توجه برای حفظ میراث فرهنگی و طبیعی از طریق ثبت در فهرست آثار ملی و جهانی دارند.

تعداد موزه‌ها و میزان بازدید از آن‌ها: یکی از مهم‌ترین پدیده‌ها در دنیای معاصر در حوزه میراث فرهنگی و تاریخی یک جامعه، موزه‌ها هستند. از یک‌سو، موزه‌ها مکانی مطمئن و امن برای نگاهداری آثار فرهنگی و تاریخی یک کشور محسوب می‌شوند و از سوی دیگر، با میسر کردن امکان بازدید عموم از این آثار، موجبات افزایش آگاهی جامعه نسبت به فرهنگ و تاریخ

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۴۳

ملی را فراهم می‌آورند؛ و به تبع آن حساسیت اجتماعی نسبت به حفظ و نگاهداری از این میراث مهم و ملی را بیشتر می‌کنند. بر این مبنا، یکی از شاخص‌های مهم در حوزه میراث فرهنگی، تعداد موزه‌ها و میزان بازدید از آن‌هاست. در این بخش، این شاخص مورد بررسی قرار می‌گیرد.

جدول ۶۲: تعداد بازدیدکنندگان از موزه‌ها و بناهای تاریخی (۱)

تحت پوشش سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به تفکیک استان (هزار نفر)

موزه						استان
۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	
۰۰۰	۰۰۰	۰۰۰	۰۰۰	۰۰۰	۰۰۰	کل کشور
۲۵۵	۲۷۴	۳۶۳	۳۰۳	۵۰۳	۷۷۸	آذربایجان شرقی
۴۲	۳۵	۶۸	۱۵۳	۸۵	۲۵	آذربایجان غربی
۲۹۳	۲۴	۲۲۱	۲۴۳	۷۰	۲۲۴	اردبیل
۱۱۶	۱۲۹	۴۵	۴۵۲	۴۳	۵۸۸	اصفهان
۷	۲۰	۰۰۰	۱۸	۱۷	۳۰	البرز
۱۷	۸	۲۱	۴۸	۱۰۷	۶۲	ایلام
۶۳	۴۲	۴۱	۴۴	۳۵	۶۴	بوشهر
۴۹۶۵	۴۵۷۸	۳۹۷۰	۴۳۹۷	۳۷۵۴	۳۲۱۷	تهران
۳۰	۲۲	۴۹	۵۴۰	۲۴	۴۶	چهارمحال و بختیاری
۲۸	۳۴	۶۶	۷۳	۱۲۱	۶۹	خراسان جنوبی
۲۷۷	۲۲۸	۷۵	۱۰۱	۱۱۱	۵۹۶	خراسان رضوی
۱۰	۵۲	۲۱	۳۹	۶۷	۱۹	خراسان شمالی

موزه						استان
۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	
۲۱۸	۷۴	۶۸	۸۵	(۱)۰۰۰	۵۱	خوزستان
۱۱۴	۸۰	۹۰	۱۲۴	۱۵۰	۵۹	زنجان
۱۰	۱۷	۱۴	۲۲	۱۶	۲۲	سمنان
۳۳	۳۰	۲۷	۲۴	۱۹۲	۰۰۰	سیستان و بلوچستان
۲۳۷	۲۲۱	۴۰۷	۲۲۸	۲۲۸	۱۲۸۱	فارس
۹۵	۸۷	۷۵	۲۱	۱۴۴	۱۸۸	قزوین
۷۴	۵۶	۶۲	//	۰۰۰	۴۴	قم
۱۰۰	۱۰۴	۱۳۸	۱۶۳	۱۰۴	۲۸	کردستان
۲۵۵	۱۴۴	۱۵۶	۱۹۷	۴۲	۲۹۱	کرمان
۵۴	۳۱	۳۵	//	۱۸	۲۱۷	کرمانشاه
۴	۲	۴	۵	۴	۴	کهگیلویه و بویراحمد
۲۲	۲۱	۲۱	۲۸	۳۴	۷۱	گلستان
۱۵۰	۱۳۹	۱۴۰	۱۷۲	۱۵۹	۲۳	گیلان
۳۴۱	۲۴۷	۱۹۲	۲۲۲	۲	۷	لرستان

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۴۵

موزه						استان
۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	
۹۰	۵۰	۶۴	۴۵	۳۴	۴۱	مازندران
۳۸	۲۹	۳۲	۲۹	۳۱	۱۱۷	مرکزی
۱۱	۱۷	۶	۸	۱۷	۵۸	هرمزگان
۱۵۲	۲۱۴	۱۱۰	۵۲۱	۵۳۳	۱۵۴	همدان
۹۱	۵۵	۴۲	۵۵	۶۲	۱۷۲	یزد

جدول ۶۳: تعداد بازدیدکنندگان از موزه‌ها و بناهای تاریخی (۱)

تحت پوشش سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به تفکیک استان (هزار نفر)

بناهای تاریخی						استان
۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	
۰۰۰	۰۰۰	۰۰۰	۰۰۰	۰۰۰	۰۰۰	کل کشور
۴۷۵	۲۸۷	۱۳۹	۴۰۷	۲۶۴	۱۳۲	آذربایجان شرقی
۹۳	۸۸	۷۸	۳۵	۱۰۳	۸۳	آذربایجان غربی
-	-	۰۰۰	۰۰۰	۱۶۳	۰۰۰	اردبیل
۲۹۷۵	۲۷۷۳	۲۵۰۴	۲۲۴۲	۲۵۲۰	۲۰۹۰	اصفهان

بناهای تاریخی						استان
۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	
۷۴	۶۵	۴۱	۰۰۰	۵۵	۰۰۰	البرز
-	-	-	۰۰۰	۸۸	۳۳	ایلام
-	-	۸۵	۰۰۰	۰۰۰	۰۰۰	بوشهر
۱۳	۹	۱۰	۲۳	۱۹	۲۶۸	تهران
۴۱	۲۶	۲۶	۰۰۰	۱۹	۵۲	چهارمحال و بختیاری
-	-	-	۰۰۰	۰۰۰	۰۰۰	خراسان جنوبی
۸۶۵	۸۲۴	۷۴۳	۱۰۲۱	۱۵۱۸	۸۴۷	خراسان رضوی
۶۷	-	-	۰۰۰	۰۰۰	۰۰۰	خراسان شمالی
۱۸۹	۲۱۲	۱۳۷	۱۴۵	۰	۲۱۰	خوزستان
۱۲۸	۹۳	۱۰۲	۱۲۳	۱۱۴	۱۱۷	زنجان
۶	۷	۱۳	۱۱	۲۳	۱۰	سمنان
-	-	-	۰۰۰	۰۰۰	۱۱۰	سیستان و بلوچستان
۴۸۵۵	۴۷۶۲	۴۱۶۳	۴۰۹۳	۴۱۰۳	۵۰۹۹	فارس
-	-	-	۰	۱۶۴۸	۹۶	قزوین

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۴۷

بناهای تاریخی						استان
۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	
۳۸	۴۳	۵۲	۰۰۰	۰۰۰	۲۶۰	قم
-	۱۰	۱۱	۰۰۰	۱۴	۱۲۵	کردستان
۳۹۲	۳۱۸	۴۳۳	۳۵۷	۵۳۷	۶۶۶	کرمان
۵۹۲	۶۴۵	۴۹۳	۴۵۶	۶۷۰	۳۹۰	کرمانشاه
-	-	۰۰۰	۰۰۰	۰۰۰	۰۰۰	کهگیلویه و بویراحمد
۱۴۲	۸۹	۸۲	۱۱۲	۹۲	۱۰۳	گلستان
۱۸۶	۱۳۹	۱۰۵	۱۵۸	۱۲۷	۲۵۰	گیلان
۵۹۳	۵۸۶	۶۱۰	۲۱۹	۲۰۱	۱۸۹	لرستان
۲۶	۳۲	۱۸	۴۴	۵۱	۳۲۵۳	مازندران
۴	-	۰۰۰	۰۰۰	۰۰۰	۸	مرکزی
-	-	۱۰	۰۰۰	۰۰۰	۱۵	هرمزگان
۲۶۰	۵۳۶	۴۶۸	۲۹۵	۴۱۶	۸۵۶	همدان
۳۹۱	۳۸۰	۰۰۰	۲۸۰	۲۵۷	۹۰	یزد

۱) شامل تعداد بازدیدکنندگانی نیست که به صورت یکسان از موزه‌ها و بناهای تاریخی بازدید می‌کنند.

منبع: سالنامه آماری، سال ۱۳۹۷

جدول ۶۴: تعداد موزه‌های فعال وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی

شاخص	واحد سنجش	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
تعداد موزه‌های فعال وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی	مورد	۲۱۹	۲۲۴	۲۳۴	۲۴۷	۲۵۱	۲۵۶	۲۶۲

تعداد موزه‌های تحت نظر وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در حدهای سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۸ افزایش ۲۰ درصدی داشته است.

جدول ۶۵: تعداد موزه‌های فعال بخش خصوصی

شاخص	واحد سنجش	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
تعداد موزه‌های فعال بخش خصوصی	مورد	۲۹	۳۳	۴۲	۷۹	۱۰۳	۱۲۸	۱۶۲

منبع: وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، دفتر برنامه‌ریزی و آمار موزه‌های بخش خصوصی در حدهای سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۸، افزایش ۴۵۹ درصدی را تجربه کرده‌اند که رشدی چشمگیر و قابل قبول است.

جدول ۶۶: تعداد بازدیدکنندگان از موزه‌های کشور

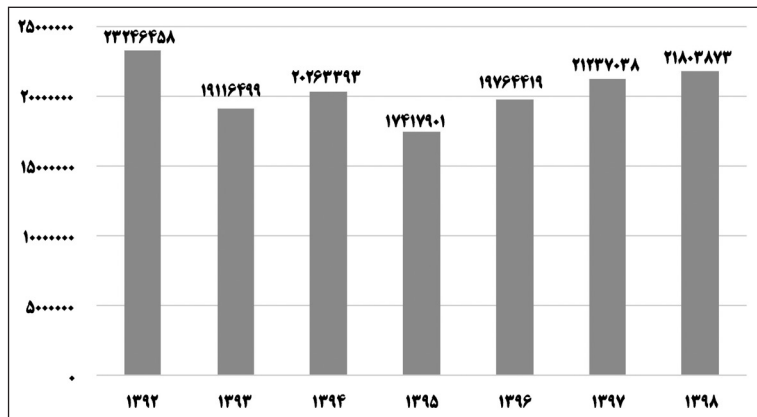
شاخص	واحد سنجش	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
تعداد بازدیدکنندگان از موزه‌های کشور	تعداد	۲۳,۲۴۶,۴۵۸	۱۹,۱۱۶,۴۹۹	۲۰,۲۶۳,۲۹۳	۱۷,۴۱۷,۹۰۱	۱۹,۱۶۴,۴۱۹	۲۱,۳۳۷,۰۳۸	۲۱,۸۰۳,۸۳۳

منبع: وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، دفتر برنامه‌ریزی و آمار

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۴۹

مرور آمارهای رسمی دربارهٔ تعداد بازدیدکنندگان از موزه‌ها، روند نوسانی شدیدی را نشان می‌دهد. در نهایت باید گفت که تعداد بازدیدکنندگان از موزه‌ها در سال ۱۳۹۸، نسبت به سال ۱۳۹۲، افت ۱۵ درصدی داشته است. حتی اگر مسائل مربوط به بیماری کرونا را در این اُفت در نظر بگیریم که بی‌تردید مؤثر بوده‌اند، داده‌های سال ۱۳۹۷ نیز نشان از اُفت ۹ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۲ دارند.

اگر آمارها و داده‌های این بخش را به دو دستهٔ تعداد موزه‌ها و میزان بازدید از آن‌ها تقسیم کنیم، باید بگوییم که عملکرد دستگاه در حوزهٔ افتتاح و ایجاد موزه‌ها مثبت بوده و البته روندی ثابت، یکدست و صعودی را تجربه کرده است، اما در حوزهٔ میزان بازدید از موزه‌ها، داده‌ها از افت‌وخیزهای فراوان و کمابیش درخور توجهی در سالیان اخیر خبر می‌دهند. باین‌حال، مرور و بررسی داده‌های کلی حکایت از عملکرد قابل‌قبول در هر دو حوزه دارد.



نمودار ۱۳: تعداد بازدیدکنندگان از موزه‌های کشور

مطالعه، کارشناسی، حفاظت و مرمت اشیاء، بناها و بافت‌های فرهنگی و تاریخی شهری و روستایی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین وظایف وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی کارشناسی و حفاظت از اشیای فرهنگی-تاریخی و بناهایی

است که در زمره میراث فرهنگی ایران قرار دارند. در واقع در این شاخص، اقدامات انجام‌شده برای محافظت و نگهداری مطلوب از میراث فرهنگی مدنظر قرار دارند.

جدول ۶۷: تعداد اشیای مرمت‌شده

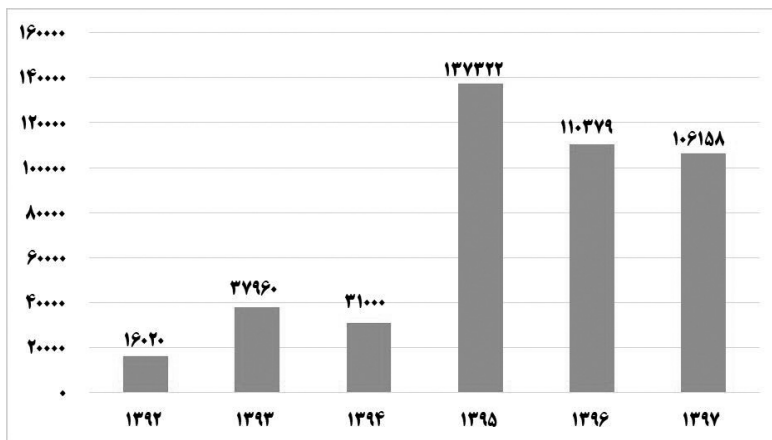
۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	واحد سنجش	شاخص
۸۶۶۶	۷۲۳۲	۶۴۹۹	۱۹۲۸	۱۵,۸۵۱	۸۰۰	۱۵۸۸	قلم	تعداد اشیای مرمت‌شده

روند مرمت اشیای فرهنگی- تاریخی مطلوب و مناسب بوده است. به‌صورت مشخص در سال ۱۳۹۸، تعداد اشیای فرهنگی- تاریخی مرمت‌شده نسبت به سال ۱۳۹۲، بیش از ۴۵ برابر شده است که خبر از عملکرد قابل قبول در قیاس با گذشته در این حوزه می‌دهد.

جدول ۶۸: مستندسازی و سامان‌دهی اشیا

۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	واحد سنجش	شاخص
۱۰,۸۷۴,۷۰۰	۱۰,۶۱۵,۸۰۰	۱۱,۰۳۷,۹۰۰	۱۳,۳۳۲,۲۰۰	۳,۱۰۰,۰۰۰	۳,۷۹۶,۰۰۰	۱۶,۰۲۲,۰۰۰	قلم	مستندسازی و سامان‌دهی اشیا

روند سامان‌دهی و مستندسازی اشیای فرهنگی- تاریخی مطلوب و مناسب بوده است. به‌صورت مشخص در سال ۱۳۹۸، تعداد اشیای فرهنگی- تاریخی مرمت‌شده نسبت به سال ۱۳۹۲، رشد ۴۴۶ درصدی داشته است که خبر از عملکرد قابل قبول در قیاس با گذشته در این حوزه می‌دهد.



نمودار ۱۴: مستندسازی و ساماندهی اشیای تاریخی - فرهنگی

جدول ۶۹: برنامه‌ها و طرح‌های حفاظت اضطراری و مرمت بناها، بافت‌ها و محوطه‌های تاریخی

۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	واحد سنجش	شاخص
۲۰۰,۰۰۰	۱۳۸,۱۰۰	۴۴,۸۰۰	۱۱,۰۰۰	تعداد	برنامه‌ها و طرح‌های حفاظت اضطراری و مرمت بناها، بافت‌ها و محوطه‌های تاریخی

داده‌های در دسترس، به دلیل نواقص، از ظرفیت لازم برای ارائه تحلیل برخوردار نیستند؛ و فقط باید به این نکته اشاره کرد که تعداد برنامه‌ها و طرح‌های حفاظت‌های اضطراری و مرمت بناها، بافت‌ها و محوطه‌های تاریخی در سال ۱۳۹۷، بیش از ۱۸ برابر شده است که از روند مثبت و رشد حکایت دارد.

مطالعه و تحلیل داده‌ها در زمینه کارشناسی و محافظت از اشیاء، بناها و بافت‌های فرهنگی و تاریخی نشان می‌دهد که وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در چند سال اخیر برنامه‌ای جدی برای بهبود

وضعیت در این حوزه داشته است. تقریباً روند همه شاخص‌های مربوط به این حوزه در چند سال اخیر، روندی صعودی بوده است که رشدهای گاهی چشمگیری را نیز نشان می‌دهند.

ایجاد و راه‌اندازی پایگاه در آثار شاخص ملی: در این شاخص، راه‌اندازی پایگاه‌ها در آثار شاخص ملی مدنظر قرار دارد. در این بخش، راه‌اندازی پایگاه‌های ملی و جهانی موردبررسی قرار می‌گیرد.

جدول ۷۰: ایجاد و راه‌اندازی پایگاه در آثار شاخص ملی (پایگاه جهانی)

۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	واحد سنجش	شاخص
۴۰۰	۴۰۰	۵۰۰	۵۰۰	۳۰۰	۱۱۰۰	تعداد	ایجاد و راه‌اندازی پایگاه در آثار شاخص ملی (پایگاه جهانی)

تعیین حریم و سامان‌دهی محوطه بناها و آثار فرهنگی و تاریخی: برای حفظ بناها و آثار فرهنگی و تاریخی تعیین حریم و سامان‌دهی محوطه و محدوده این آثار از جمله اقدامات ضروری به شمار می‌آید. در این بخش، به صورت مشخص، تعیین حریم و سامان‌دهی محوطه بناها و آثاری که جزء میراث فرهنگی و تاریخی هستند، بررسی می‌شود.

جدول ۷۱: تعیین حریم آثار تاریخی

۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	واحد سنجش	شاخص
۲۰,۰۰۰	۱۶,۵۰۰	۲۰,۸۰۰	۴۰,۴۰۰	۱۶,۸۰۰	۳۵,۸۰۰	۳۱۰۰	عدد	تعیین حریم آثار تاریخی

داده‌های جدول نشان می‌دهند که روند تعیین حریم آثار تاریخی در طول سالیان اخیر روندی پُر نوسان داشته است؛ به طوری که ممکن است ظرف یک سال، عملکرد در این حوزه ناگهان به بیش از دو برابر یا کمتر از نصف

کاهش یابد. به صورت مشخص، این تغییر در ۴ سال یعنی ظرف سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۶ تکرار شده است. در طول این ۴ سال، ابتدا عملکرد نصف شده و سپس به دو برابر افزایش یافته است. در همین حال، در یک ارزیابی کلی باید عملکرد در حوزه تعیین حریم آثار تاریخی را قابل قبول و مطلوب ارزیابی کرد. در قیاس با ابتدای استقرار دولت یازدهم، تعیین حریم آثار تاریخی در سال ۱۳۹۸، ۵۴۵ درصد افزایش یافته است.

عملکرد و اقدامات وزارت ورزش و جوانان

حوزه ورزش همگانی و ورزش قهرمانی: فعالیت‌ها و اقدامات وزارت ورزش و جوانان در حوزه‌های ورزش همگانی، ورزش قهرمانی و ورزش بانوان دستاوردهای درخور توجهی را به همراه داشته‌اند. تصویب اساسنامه‌های فدراسیون‌های ورزشی، کمیته ملی المپیک و کمیته ملی پارالمپیک در هیئت‌وزیران، ارتقای جایگاه سازمانی ورزش همگانی (ایجاد معاونت فرهنگی و توسعه ورزش همگانی در ساختار سازمانی) و ارتقای جایگاه ورزش بانوان در ساختار سازمانی ادارات کل ورزش و جوانان استان‌ها و فدراسیون‌های ورزشی کشور نشان از توجه ویژه به تقویت پشتوانه‌های موردنیاز و زمینه‌سازی برای موفقیت ورزشکاران در حوزه‌های همگانی و قهرمانی هستند که در این دوره محقق شدند. گزیده‌ای از اقدامات صورت گرفته به شرح زیرند:

ورزش همگانی: بر اساس ماده (۲) قانون اهداف، وظایف و اختیارات وزارت ورزش و جوانان، منظور از ورزش همگانی هر نوع ورزش و فعالیت بدنی است که نشاط و سلامت عمومی مردم را تأمین می‌کند. نرخ مشارکت فعال مردم در ورزش همگانی و میزان رشد آن در سال ۱۳۹۲، ۱۶ درصد بود که بر اساس داده‌های مرکز آمار ایران و با اجرای گسترده و سراسری برنامه‌های ورزش همگانی طی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۸ این نرخ به ۵۱ درصد افزایش یافته است.

مهم‌ترین اقداماتی که در راستای تقویت ورزش همگانی انجام شده‌اند،

عبارت‌اند از:

- مشارکت در تدوین برنامه توسعه فعالیت بدنی بر اساس الگوی سازمان بهداشت جهانی با همکاری وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و وزارت آموزش و پرورش؛
- مشارکت در تدوین برنامه ترویج فرهنگ ورزش همگانی در شورای فرهنگ عمومی کشور و تصویب و ابلاغ آن توسط وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی؛
- برگزاری بیش از ۶۰ هزار همایش و جشنواره ورزش همگانی به‌طور سالیانه با حضور گسترده خانواده‌ها در مراکز استان‌ها و شهرستان‌های سراسر کشور؛
- برگزاری جشنواره‌های «نوروزانه با ورزش» و «تابستانه با ورزش» در سراسر کشور به‌منظور افزایش سطح نشاط در جامعه با مشارکت بیش از ۲۱ میلیون نفر در سال ۱۳۹۸؛
- اجرای پویای ملی (ورزش در خانه، ورزش تعطیل نیست، قرنطینه با ورزش، ورزش در همسایگی، آوای ورزش، آماده‌باش و...) پس از شیوع ویروس کرونا با حمایت و همکاری مجموعه وزارت ورزش و جوانان و فدراسیون‌های ورزشی و سازمان صداوسیما، با هدف ترغیب آحاد مردم به انجام دادن فعالیت ورزشی در دوران قرنطینه و مقابله با بیماری کرونا؛
- تولید و انتشار مطالب خبری و چندرسانه‌ای پویای ورزش در خانه با شعار «با ماندن در خانه کرونا را شکست می‌دهیم» در فضای مجازی که با حضور چهره‌های ورزشی، فرهنگی و هنری و جوان انجام شد؛
- اجرای طرح‌های ملی ورزش همگانی با محوریت اقشار و کانون‌های جمعیتی بزرگ و ویژه کودکان و دانش‌آموزان، دانشجویان، کارگران، کارمندان، نیروهای مسلح، شهروندان ساکن در مناطق شهری،

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۵۵

روستاییان و عشایر با مشارکت و همکاری نهادها و دستگاه‌های مرتبط؛

- تصویب و اجرای طرح ملی شهر فعال در شورای ورزش همگانی کشور و پیگیری ابلاغیه گنجاندن برنامه ورزش همگانی در بودجه سالانه شهرداری‌های سراسر کشور از سوی وزارت کشور و سازمان دهیاری‌ها و شهرداری‌های کشور؛
- تدوین و ارائه آیین‌نامه توسعه ورزش همگانی در کلان‌شهرها و شهرهای بزرگ کشور به هیئت‌وزیران؛ و
- فعال‌سازی ظرفیت شورای ورزش همگانی کشور و شورای ورزش همگانی استان‌ها در جهت ایجاد هم‌افزایی و تعامل بین نهادها و دستگاه‌های مرتبط با ورزش همگانی و تصویب و اجرای طرح‌های ملی و استانی در موضوع ورزش همگانی.

جدول ۷۲: نرخ مشارکت عمومی در ورزش همگانی

عملکرد تا پایان سال ۱۳۹۹	شروع دولت یازدهم
۵۱٪ (بر اساس داده‌های مرکز آمار ایران) اجرای گسترده و سراسری برنامه‌های ورزش در خانه با توجه به شیوع ویروس کرونا	۱۶٪

ورزش روستایی و عشایری: احیا و تقویت بازی‌های سنتی، بومی و محلی و ورزش‌های آیینی از مهم‌ترین اقدامات وزارت ورزش و جوانان بوده است؛ که در این خصوص فعالیت‌هایی به شرح زیر انجام شده‌اند:

- تعداد رویدادها و مسابقات ورزشی برگزار شده روستایی، عشایری و جشنواره بازی‌های بومی و محلی در سال ۱۳۹۲، ۷۳۷۰ مورد بود که

- این رقم به بیش از ۲۰ هزار مورد رسیده است؛
 - احیا و تقویت بازی‌های سنتی، بومی و محلی و ورزش‌های آیینی با برگزاری ۲۲۳۴ جشنواره بازی‌های سنتی، بومی و محلی و بیش از ۴۰۰ جشنواره ملی ورزشی اقوام و ۳۹ دوره رقابت‌های ورزشی روستایی و عشایری؛
 - رقابت‌های ورزشی روستاییان و عشایر سراسر کشور با عنوان جام خوشه‌چین یکی از دستاوردهای مهم ورزش روستایی است که جمعیت عظیم روستایی را با ورزش همراه کرده و معبری برای شناسایی نخبگان ورزشی روستاها و هدایت آنان به ورزش قهرمانی بوده است. دوره نخست جام خوشه‌چین با مشارکت هفتصد هزار نوجوان و جوان روستایی ۱۵ تا ۲۲ ساله در ۳۱ استان کشور در سه مرحله استانی، منطقه‌ای و ملی در ۶ رشته فوتسال، والیبال، طناب‌کشی، دو و میدانی، چوب‌کشی و هفت‌سنگ مهارتی برگزار شده است.
 - تجهیز و راه‌اندازی بیش از ۶۵۰۰ خانه ورزش روستایی در روستاهای پرجمعیت کشور و پیش‌بینی تحقق ۷۵۰۰ خانه ورزش روستایی در سال ۱۴۰۰؛
 - طراحی و اجرای جشنواره فرهنگی ورزشی «دا» ویژه زنان و دختران روستایی با هدف افزایش مشارکت زنان و دختران روستایی در فعالیت‌های فرهنگی ورزشی با مشارکت ۴۴,۶۹۰ نفر در سال ۱۳۹۶ و ۸۶,۷۴۴ نفر در سال ۱۳۹۸.
- ورزش قهرمانی: ورزشکاران سازمان‌یافته: در ابتدای انقلاب اسلامی، تعداد ورزشکاران سازمان‌یافته در حوزه قهرمانی در بخش بانوان ۵۱ هزار و ۷۷۲ نفر و در بخش آقایان ۳۳۱ هزار و ۵۹۲ نفر بود. در سال ۱۳۹۲، این تعداد در بخش بانوان به ۸۹۴ و ۹۴ هزار و ۲۴۵ نفر و در بخش آقایان به ۱ میلیون و ۸۶۲ هزار و ۶۲۱ نفر رسید. در سال ۱۳۹۸، تعداد بانوان ورزشکار سازمان‌یافته به یک میلیون و ۶۳۰ هزار و ۷۷۰ نفر و در بخش آقایان به ۲

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۵۷

میلیون و ۴۲۹ هزار و ۵۰۹ افزایش یافته است.

جدول ۷۳: رشد جمعیت سازمان‌یافته در ورزش قهرمانی

پیش‌بینی تا نیمه سال ۱۴۰۰	عملکرد تا پایان سال ۱۳۹۹	شروع دولت یازدهم	سال ۱۳۵۷	
۱,۴۴۷,۸۱۲	۱,۴۱۲,۲۹۳	۸۸۸,۱۵۳	۵۱,۷۷۲	بخش زنان
۳,۴۵۴,۵۹۱	۳,۳۸۶,۵۲۲	۲,۷۲۸,۷۹۲	۳۳۱,۵۹۲	بخش مردان

میزبانی رویدادهای ورزشی جهانی، آسیایی، منطقه‌ای و کشورهای اسلامی: تا سال ۱۳۹۲، ایران میزبان چهار رویداد جهانی بود که این عدد به ۹ میزبانی افزایش یافته است. سیزده رویداد آسیایی تا سال ۱۳۹۲ در ایران برگزار شده بود و در ۸ سال اخیر، ۱۴ رویداد به ثبت رسیده است. ایران تا سال ۱۳۹۲ میزبان ۴۵ رویداد بین‌المللی بود و از آن سال به بعد، ۸۴ رویداد بین‌المللی در کشورمان برگزار شده‌اند. در بخش ورزش زنان نیز تا ابتدای سال ۱۳۹۲، ایران میزبانی ۱۸ رویداد بین‌المللی و از آن سال به بعد میزبانی ۳۴ رویداد بین‌المللی را بر عهده داشته است.

جدول ۷۴: میزبانی رویدادهای ورزشی

۱۳۹۹-۹۲	قبل از سال ۱۳۹۲		
۳۴	۱۸	بخش زنان	
۹	۴	جهانی	بخش مردان
۱۴	۱۳	آسیایی	
۸۴	۴۵	بین‌المللی	

از ابتدای سال ۱۳۹۲ تا نیمه اول سال ۱۳۹۹، کشور ایران در مجموع میزبان ۱۴۱ رویداد ورزشی جهانی، آسیایی و منطقه‌ای بوده است (این رقم در ابتدای دولت یازدهم ۸۰ مورد بود).

کسب سهمیه‌های المپیک و پارالمپیک و مدال‌آوری: کسب پنجاه سهمیه حضور در بازی‌های المپیک ۲۰۲۰ توکیو در رشته‌های ورزشی بسکتبال، والیبال، دو و میدانی، کشتی آزاد و فرنگی، تیراندازی، تیراندازی با کمان، دوچرخه‌سواری، تکواندو، کاراته، شمشیربازی و بوکس و کسب ۷۳ سهمیه حضور در بازی‌های پارالمپیک ۲۰۲۰ توکیو در رشته‌های ورزشی دو و میدانی، جودو، نابینایان، پاراتکواندو، والیبال نشسته، بسکتبال با ویلچر، قایقرانی، تیر و کمان، تیراندازی و وزنه‌برداری.

جدول ۷۵: تعداد مدال‌های کسب‌شده به تفکیک مسابقات جهانی، آسیایی، منطقه‌ای و کشورهای اسلامی

سال ۱۳۹۹	سال ۱۳۹۲		
بوئنوس آیرس ۱۳۹۷ (۱۵ مدال)	نانجینگ ۱۳۹۳ (۶ مدال)	المپیک جوانان	مدال‌های کسب‌شده
اینچئون ۲۰۱۴ (۵۷ مدال) جاکارتا ۲۰۱۸ (۶۲ مدال)	گوانگجو ۲۰۱۰ (۵۹ مدال)	بازی‌های آسیایی	
اینچئون ۲۰۱۴ (۱۲۰ مدال) جاکارتا ۲۰۱۸ (۱۳۶ مدال)	گوانگجو ۲۰۱۰ (۸۰ مدال)	بازی‌های پاراآسیایی	
ریو (۸ مدال)	لندن (۱۳ مدال)	المپیک	
ریو (۲۴ مدال)	لندن (۲۴ مدال)	بازی‌های پارالمپیک	

همان‌طور که جدول ۷۵ نشان می‌دهد، ورزشکاران ایرانی در هشت سال

گذشته موفقیت‌های درخور توجه و چشمگیری در کسب مدال بازی‌های جهانی کسب کرده‌اند.

برخی از اقدامات و دستاوردهای مهم ورزش قهرمانی عبارت‌اند از:

- کسب بهترین نتیجه در مدال‌آوری بازی‌های آسیایی ۲۰۱۸ جاکارتا (کسب ۶۲ مدال در بازی‌های آسیایی و ۱۳۶ مدال در بازی‌های پاراآسیایی)؛

- تجلیل از قهرمانان و مدال‌آوران بازی‌های آسیایی و پاراآسیایی اینچئون کره جنوبی ۲۰۱۴ و جاکارتا اندونزی ۲۰۱۸ و پرداخت پاداش آنان با حضور رئیس‌جمهور؛

- برگزاری المپیاد استعدادهای برتر ورزش کشور طی دو دوره: در نخستین دوره که با شعار «ورزش، دوستی، آینده‌ای بهتر» در سراسر کشور برگزار شد، ۱۸,۰۰۰ ورزشکار نوجوان ۱۲ تا ۱۵ ساله در ۳۷ رشته ورزشی به رقابت پرداختند؛ و دومین دوره نیز در ۹۸ رشته ورزشی با حضور بیش از ۱۹,۰۰۰ ورزشکار ۱۲ تا ۱۶ ساله با هدف توسعه ورزش در رشته‌های مختلف ورزشی و پشتوانه‌سازی در ورزش قهرمانی برگزار شد.

حوزه ورزش بانوان: تا ابتدای سال ۱۳۹۲، تعداد ۱۷ مدال در بازی‌های آسیایی ۱۴ مدال در بازی‌های پاراآسیایی حاصل تلاش بانوان ورزشکار بود. در ۸ سال گذشته، نخستین مدال المپیک بانوان کشورمان به ارمغان آمد؛ ۳۴ مدال آسیایی و ۷۰ مدال پاراآسیایی نیز در این دوره کسب شد.

۷۵ رشته ورزشی در ۴۴ فدراسیون در بخش بانوان تا سال ۱۳۹۲ فعالیت می‌کردند که از سال ۱۳۹۲ تا امروز این عدد با رشد چشمگیری مواجه شده است و بانوان در ۴۹ فدراسیون ورزشی و ۱۲۹ رشته ورزشی فعالیت می‌کنند.

- بهبود نگرش نسبت به ورزش و نهادینه کردن فرهنگ ورزش در خانواده طی ۸ سال گذشته
- اجرای ۹ طرح ملی ورزش همگانی در استان‌ها و شهرستان‌های کشور

- با مشارکت ۱,۶۵۵,۳۴۵ نفر به منظور ارتقای نشاط و تندرستی زنان عطف به مصوبه هیئت‌وزیران در جلسه ۱۳۹۷/۶/۲۱ به پیشنهاد معاون رئیس‌جمهور در امور زنان و خانواده و به استناد اصل ۱۳۸ قانون اساسی و در اجرای ماده ۳ آیین‌نامه تشکیل ستاد ملی زن و خانواده، موضوع مصوبه ۱۳۹۰/۶/۲۱ شورای عالی انقلاب فرهنگی؛
- طراحی و اجرای طرح ملی «فراغت بانوان و دختران با ورزش» با هدف افزایش سهم ورزش در اوقات فراغت و ایجاد نشاط و شادابی اجتماعی بین بانوان با مشارکت ۶۶,۴۲۰ نفر؛
- طراحی و اجرای طرح ملی «جام نشاط و تندرستی» با هدف نهادینه کردن ورزش‌های کم‌هزینه و آسان‌یاب در زندگی روزانه مخاطبان با مشارکت ۶۲,۲۱۶ نفر؛
- طراحی و اجرای طرح ملی «فراغت ویژه شاغلان دستگاه‌های اجرایی» با هدف افزایش سهم ورزش در اوقات فراغت و ایجاد نشاط و شادابی اجتماعی بین بانوان شاغل با مشارکت ۶۵,۴۰۶ نفر.
- ایجاد بسترهای حقوقی، فرهنگی و اجتماعی ورزش بانوان طی سالیان اخیر
- تشکیل دفتر سیاست‌گذاری و توسعه ورزش بانوان در نمودار (چارت) تشکیلاتی معاونت توسعه ورزش بانوان با هدف تبیین سیاست‌ها، راهبردها و برنامه‌های کلان منبعت از موارد مصوب مبتنی بر مفاد حاکمیتی جاری و نظام ورزش کشور، نظارت و برنامه‌ریزی به‌منظور حفظ و ارتقای جایگاه و حضور فعال زنان در عرصه‌های داخلی و بین‌المللی ورزش و نظارت بر حسن اجرای برنامه‌های کلان توسعه ورزش بانوان در ابعاد مختلف (جنبه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و حمایتی فدراسیون‌های ورزشی و واحدهای استانی)؛
- ارتقای ساختار تشکیلات استانی در راستای ارتقای منابع انسانی ورزش بانوان از رئیس‌گروه به سطح معاونت؛
- ایجاد ظرفیت و امکان قانونی برای عضویت بانوان در کمیسیون‌ها،

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۶۱

شوراها و کمیته‌های ستادی و استانی (مواد ۵، ۸۸، ۲۷، کمیته‌های اجرایی احکام برنامه ششم و)

استقرار نظام آموزش مربیان تندرستی

- تدوین و اجرای طرح سراسری آموزش و توانمندسازی مربیان آمادگی جسمانی و پیلاتس (بانوان) در راستای اجرای طرح سنجش ساختار قامتی زنان و دختران روستایی و عشایری کشور؛
- تدوین و اجرای طرح آموزشی توانمندسازی بانوان با برگزاری ۴ دوره آموزشی «دوره عالی رهبری در ورزش زنان» با هدف جاننشین‌پروری در ورزش بانوان.
- توسعه رشته‌ها و مواد مسابقاتی ورزش ویژه بانوان با حفظ ارزش‌های اعتقادی و فرهنگی در ۸ سال اخیر؛
- امکان اعزام تعداد ۴۹ رشته ورزشی دارای پوشش مصوب به مسابقات برون‌مرزی؛
- تدوین «شیوه‌نامه حضور خانواده‌ها در ورزشگاه‌ها» با هدف ارتقای انسجام خانوادگی در قالب رفتار اجتماعی و تقویت همبستگی و وفای ملی در عرصه ورزش و حضور رسمی بانوان در ورزشگاه آزادی به‌عنوان تماشاگر مسابقات فوتبال تیم ملی ایران و کامبوج و مسابقات بسکتبال و والیبال؛
- اخذ تأییدیه لباس ورزشکاران زن بسکتبالیست با رعایت موازین اسلامی برای حضور زنان محجبه در میدان‌های بین‌المللی برای اولین بار پس از ۳۹ سال در دولت تدبیر و امید؛
- افزایش تعداد رشته‌ها و مواد مسابقاتی به ۴۹ فدراسیون و ۱۲۹ رشته فعال در حوزه بانوان؛
- مشارکت در بهبود کتبی و کیفی فرایندهای استعدادیابی و نخبه‌پروری؛
- افزایش تعداد رشته‌های ورزشی المپیاد استعدادهای برتر در بخش دختران از ۳۲ رشته در سال ۱۳۹۷ به ۴۱ رشته در سال ۱۳۹۸.

توسعه اماکن و فضاهای اختصاصی بانوان

- افزایش تعداد باشگاه‌های ورزشی ویژه بانوان به تعداد ۳۹۳۱ در سال ۱۳۹۸؛
- افزایش اماکن و فضاهای ورزشی ویژه بانوان به تعداد ۳۷۴۳ در سال ۱۳۹۸؛
- افزایش تعداد باشگاه‌های ورزشی دومنظوره به تعداد ۱۲,۷۳۸ در سال ۱۳۹۸.

جدول‌های شماره ۷۶ و ۷۷ نشان‌دهنده آن هستند که چه تعداد از بانوان ورزشکار طی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹ به مسابقات بین‌المللی اعزام شدند و چه تعداد مدال کسب کردند.

جدول ۷۶: تعداد بانوان ورزشکار اعزامی به خارج از کشور

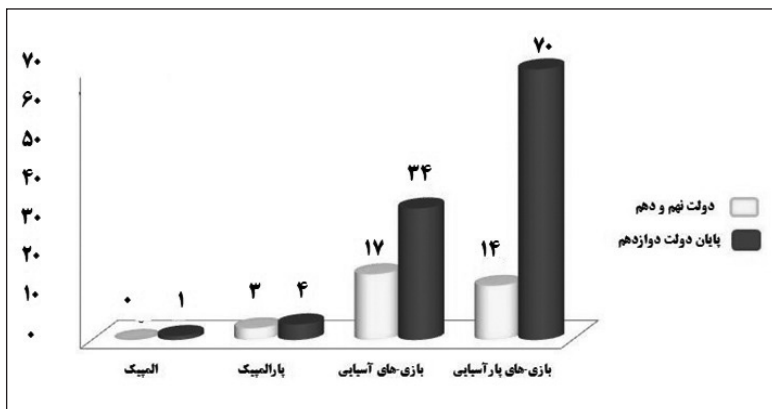
عملکرد تا پایان سال ۱۳۹۹	سال ۱۳۹۲	
۱۵ (ریو)	۱۱ (لندن)	المپیک
۱۵۵	۱۱۴	بازی‌های آسیایی
۳۰	۱۱	پارالمپیک
۱۲۹ ۱۶	۳۴ ۲۱	پاراآسیایی المپیک جوانان/ نوجوانان

جدول ۷۷: مدال‌های کسب‌شده توسط بانوان

عملکرد سال ۱۳۹۹	سال ۱۳۹۲
۱ مدال المپیک ریو ۳۴ مدال (اینچئون و جاکارتا) ۷۰ مدال (بازی‌های پارآسیایی) ۴ مدال (پارالمپیک ریو)	۲۴ مدال (از ۱۹۵۲ تا ۲۰۱۰) ۱۴ مدال (بازی‌های پارآسیایی) ۳ مدال (پارالمپیک لندن)

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۶۳

رشته‌های فعال ورزشی در بخش زنان از ۷۵ رشته در قالب ۴۴ فدراسیون در سال ۱۳۹۲ به ۱۲۹ رشته در قالب ۴۹ فدراسیون در سال ۱۳۹۹ افزایش داشته‌اند.



نمودار ۱۵: مقایسهٔ مدال‌های کسب‌شده توسط بانوان در ابتدای دولت‌های یازدهم و دوازدهم

حوزهٔ جوانان: وزارت ورزش و جوانان به‌عنوان متولی سامان‌دهی امور جوانان و بر اساس اهدافی چون ارتقای هویت دینی، انقلابی و ملی جوانان، ارتقا و تقویت سرمایهٔ اجتماعی، مسئولیت‌پذیری، هویت و مشارکت همه‌جانبهٔ جوانان، بهبود و اصلاح سبک زندگی جوانان منطبق بر ارزش‌های اسلامی-ایرانی، توسعهٔ مشارکت داوطلبانهٔ مردمی در امور جوانان و اتخاذ سیاست‌های حمایتی در جهت اشتغال و ازدواج جوانان از ابتدای دولت یازدهم تا به امروز دستاوردهایی به شرح زیر در حوزه جوانان داشته است:

مشارکت‌های اجتماعی: بر اساس شاخص‌های تعریف‌شده در حوزهٔ جوانان، نسبت تشکیل‌های مردم‌نهاد جوانان به کل جمعیت کشور (به‌ازای هر پنج هزار نفر یک تشکیل جوان) ۰/۵۴ درصد در سال ۱۳۹۷ بود که به ۰/۸ درصد در نیمهٔ اول سال ۱۳۹۹ رسیده است و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۱۴۰۰ این نسبت به عدد ۱ برسد.

صدور مجوز سازمان‌های مردم‌نهاد جوان: حمایت از تأسیس و فعالیت سازمان‌های مردم‌نهاد جوانان از طریق الکترونیکی کردن تمامی مراحل

صدر، تمديد، تغيير و اصلاح اعتبارنامه و راه‌اندازی زیرفرایندهای مرتبط که موجب رشد درخور توجه سمن‌ها (سازمان‌های مردم‌نهاد) شد. سمن‌های جوانان در سال ۱۳۹۲، ۵۴ عدد بودند که این تعداد به ۳۳۲۴ سمن رسیده است و پیش‌بینی می‌شود در سال ۱۴۰۰، این تعداد به ۳۷۰۰ سمن برسد.

ثبت شخصیت حقوقی تشکل‌های جوانان: برای ثبت حقوقی فعالیت تشکل‌های مردم‌نهاد جوانان، مهرماه ۱۳۹۷ تفاهم‌نامه همکاری بین وزارت کشور و وزارت ورزش و جوانان منعقد و دستورالعمل اجرایی آن آذرماه همان سال تنظیم شد. بر این اساس، تاکنون، ۲۵۱ سمن موفق به دریافت کد شناسه از وزارت کشور شده‌اند.

ستاد سامان‌دهی امور جوانان: تعیین جایگاه، نقش و مأموریت‌های اساسی دستگاه‌های دولتی مرتبط با امور جوانان و تقسیم کار ملی و رفع موازی‌کاری به‌منظور هماهنگی و سامان‌دهی فعالیت‌های بخشی و فرباخشی در این زمینه، تعیین، ابلاغ و پیگیری شاخص‌های ارزیابی عملکرد دستگاه‌ها در امور جوانان و ارائه پیشنهادهایی در ارتباط با اصلاح وظایف دستگاه‌های اجرایی با توجه به رویکردهای منشور تربیتی و اهداف و سیاست‌های سند ملی توسعه ازجمله وظایف وزارت ورزش و جوانان در حوزه ستادهای سامان‌دهی امور جوانان است.

۳۰ جلسه ستاد ملی سامان‌دهی امور جوانان، ۹۲۸ جلسه ستاد استانی سامان‌دهی امور جوانان و ۹۶۰۰ جلسه ستاد سامان‌دهی شهرستانی و نیز چهار جلسه شورای عالی جوانان از ابتدای سال ۱۳۹۲ تا سال ۱۳۹۹ برگزار شده‌اند. اوقات فراغت، اشتغال و کارآفرینی

اوقات فراغت: یکی از مهم‌ترین برنامه‌های طراحی‌شده در حوزه اوقات فراغت، اردوهای گردشگری هویتی است که از سال ۱۳۹۲ بیش از ۱۰۶۰۰ اردو با محوریت جوانان برگزار شده است. ازدواج جوانان: وزارت ورزش و جوانان با استناد به سیاست‌های کلی

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۶۵

خانواده، سیاست‌های کلی جمعیت و ماده ۱۰۲ قانون برنامه ششم توسعه و بخش‌نامه هیئت‌وزیران به‌عنوان متولی اصلی آموزش‌های قبل از ازدواج و همکار در آموزش‌های حین و بعد از ازدواج تعیین شده است. در راستای حمایت از ازدواج جوانان، تقویت نهاد خانواده و فرزندآوری اقدامات ویژه‌ای در زمینه‌های آموزش، مشاوره و فرهنگ‌سازی با رویکرد ارتقای آگاهی‌های جامعه جوان در دولت‌های یازدهم و دوازدهم صورت گرفتند؛ که از مهم‌ترین اقدامات این حوزه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- برگزاری تعداد ۶۳,۰۷۳ کارگاه با بیش از ۱,۸۰۰,۰۰۰ شرکت‌کننده کارگاه‌های آموزشی قبل از ازدواج و همکار در آموزش‌های حین و بعد از ازدواج در تمامی استان‌ها و شهرستان‌ها به‌ویژه مناطق محروم و آسیب‌پذیر؛
- ارائه خدمات مشاوره‌ای به‌صورت تلفنی و اینترنتی در ایام کرونا به ۳۱۵,۶۸۷ نفر از متقاضیان در سال ۱۳۹۹؛
- برگزاری تعداد ۳۸۹۶ کارگاه آموزشی پیش از ازدواج به‌صورت برخط (آنلاین) در کشور؛
- برگزاری دوره‌های دانش‌افزایی مدیران مراکز تخصصی مشاوره ازدواج و خانواده در سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ برای ۸۱۰ نفر از مدیران تخصصی مراکز مشاوره؛
- برگزاری دوره‌های تربیت مربی آموزش‌های ازدواج در سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ برای ۵۰۰۰ نفر؛
- ارائه خدمات مشاوره به زوج‌های بی‌بضاعت مراجعه‌کننده برای طلاق به دادگاه خانواده به‌صورت فردی در سال ۱۳۹۸ به تعداد ۱۲۵۲ نفر توسط ۵۶ مرکز مشاوره در ۱۳ استان پرطلاق کشور؛
- برگزاری تعداد ۶۶۰ کارگاه ۱۵۸,۴۰۰ نفر ساعت کارگاه‌های آموزشی و مشاوره‌های رایگان توسط مراکز تخصصی مشاوره به زوج‌ها و خانواده‌ها در راستای کنترل و کاهش طلاق در ۲۱ استان کشور؛

- تولید ۳۷۲ اثر و محصولات رسانه‌ای در قالب (فیلم کوتاه، پویانمایی، موشن گرافی و) با موضوع کاهش آسیب‌های اجتماعی، ازدواج و خانواده و...؛
- برگزاری ۱۰ نشست تخصصی در حوزه توسعه اجتماعی جوانان با موضوع فرزندآوری، ازدواج و خانواده و کنترل و کاهش طلاق؛
- برگزاری پویش ازدواج جوانان با همراهی خیران و تعداد ۱۲,۲۴۹ جهیزیه اهدایی به جوانان
- تدوین و انتشار بانک اطلاعاتی مدیران، روان‌شناسان و مشاوران حوزه ازدواج و خانواده در کشور به تفکیک استان‌ها و شهرستان‌ها و قرار دادن آن در سایت وزارت ورزش و جوانان با هدف سهولت دسترسی برای مخاطبان؛
- انعقاد تفاهم‌نامه با بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و حمایت از برگزاری هکاتون بازی‌های جدی با موضوع انتخاب آگاهانه و حمایت از ترویج ازدواج موفق در سه شهر تهران، اصفهان و تبریز در سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹؛
- افزایش تعداد مراکز مشاوره تخصصی ازدواج و خانواده از ۱۹ مرکز در سال ۱۳۹۲، به ۴۰۰ مرکز (تعداد بهره‌برداران از مشاوره ازدواج نزدیک به ۳ میلیون نفر است)؛
- اعطای تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج به زوج‌های جوان در سال ۱۳۹۲، ۹۴۴ هزار و ۶۲۷ فقره بود که طی آن مبلغ ۳۰ هزار میلیارد تومان به هفت میلیون و ۸۸۱ هزار و ۵۱۷ نفر پرداخت شد؛ که در پایان سال ۱۳۹۹، این مبلغ به ۸۰ هزار میلیارد تومان افزایش یافت؛
- برگزاری ۲۸۴ جشنواره ازدواج به مناسبت هفته ازدواج؛
- ثبت مجمع ملی خیرین ازدواج برای نخستین بار در سال ۱۳۹۹، راه‌اندازی دبیرخانه این مجمع در وزارت ورزش و جوانان و ایجاد مجامع استانی آن در ۲۸ استان کشور؛

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۶۷

- جلب مشارکت خیرین در راستای حمایت از تسهیل و گسترش ازدواج جوانان شامل ۱۴ هزار و ۵۳۹ جهیزیه، حمایت از برگزاری چهار هزار و ۸۷۲ مراسم ازدواج، اهدای سه هزار و ۵۹۵ وام ازدواج به زوج‌های در آستانه ازدواج، اهدای سه هزار و ۱۸۳ وام مسکن به زوج‌های جوان، اهدای سه هزار و ۴۶۹ وام اشتغال به زوج‌های جوان، تهیه دو هزار و ۷۶۲ مسکن برای زوج‌های در آستانه ازدواج و ایجاد سه هزار و ۸۲۴ شغل برای زوج‌های جوان؛
- انعقاد تفاهم‌نامه با وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی با هدف برنامه‌ریزی به‌منظور ترویج فرهنگ و ارتقای سواد سلامت جوانان، برنامه‌ریزی به‌منظور ترویج ازدواج بهنگام، فرزندآوری به‌موقع و تقویت مهارت‌های فرزندپروری در میان جوانان؛
- انعقاد تفاهم‌نامه با وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی با هدف برنامه‌ریزی برای تقویت دانش و آگاهی پیش از ازدواج کارگران جوان؛
- حمایت از اجرای ۱۸۹ برنامه الگویی و آموزشی و فرهنگی سازمان‌های مردم‌نهاد با موضوع رفع موانع ازدواج، تسهیل و ترویج تشکیل خانواده و افزایش فرزند، کاهش سن ازدواج و حمایت از زوج‌های جوان و توانمندسازی آنان در تأمین هزینه‌های زندگی و تربیت فرزند.

نگاهی آماری به فعالیت‌های حوزه جوانان

افزایش تعداد مراکز مشاوره تخصصی ازدواج و خانواده به‌ازای هر ۱۰ هزار نفر جمعیت جوان کشور و نرخ رشد آن، یکی از اقدامات مهم وزارت ورزش و جوانان به‌عنوان متولی اصلی امور جوانان، توجه به فعالیت مراکز تخصصی مشاوره و ازدواج بوده است.

جدول ۷۸: تعداد مراکز مشاوره تخصصی ازدواج و خانواده به‌ازای هر ۱۰ هزار نفر

پیش‌بینی تا نیمه سال ۱۴۰۰	عملکرد تا پایان سال ۱۳۹۹	سال ۱۳۹۲
۵۰۰	۴۰۰	۱۹

در سال ۱۳۹۲ به‌ازای هر ۱۰ هزار نفر جمعیت کشور، ۴۰۰ مرکز مشاوره تخصصی ازدواج و خانواده توسط وزارت ورزش و جوانان راه‌اندازی شده است. تعداد این مراکز در سال ۱۳۹۲، ۱۹ مرکز بوده است. همچنین ۳۶،۹۲۵ کارگاه آموزشی ازدواج رایگان در استان‌ها و شهرستان‌ها در ۸ سال گذشته برگزار شدند.

تعداد سازمان‌های مردم‌نهاد جوانان و نرخ رشد آن

جدول ۷۹: تعداد سازمان‌های مردم‌نهاد جوانان

سال ۱۳۹۲	عملکرد تا پایان سال ۱۳۹۹	پیش‌بینی تا نیمه سال ۱۴۰۰
۵۴	۳۳۲۴	۳۷۰۰

جدول ۷۹ نشان می‌دهد که تعداد سازمان‌های مردم‌نهاد جوانان در نیمه سال ۱۳۹۹ برابر با ۳۳۲۴ مرکز بوده است؛ این در حالی است که تعداد این مراکز در سال ۱۳۹۲ فقط ۵۴ مرکز بود. همچنین در راستای تقویت سازمان‌های مردم‌نهاد، دوره‌های توانمندسازی این سازمان‌ها در ۱۵ استان برگزار شد.

تعداد کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی برگزار شده در حوزه جوانان به تفکیک موضوع و گروه‌های هدف:

تعداد آموزش‌های انجام‌شده سرباز ماهر ۲۱۳،۰۰۰ نفر

تعداد بهره‌برداران از مشاوره ازدواج ۲،۸۰۰،۰۰۰ نفر

میزان تسهیلات اعطاشده قرض‌الحسنه به جوانان و نرخ رشد آن

بر اساس انعقاد قرارداد عاملیت بین وزارت ورزش و جوانان و بانک‌های عامل (صندوق کارآفرینی امید و بانک قرض‌الحسنه رسالت) تسهیلات اشتغال و کارآفرینی به جوانان واجد شرایط پرداخت شد. همچنین تسهیلات اشتغال و کارآفرینی به جوانان واجد شرایط، به استناد قراردادهای عاملیت منعقدشده

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۶۹

بین وزارت ورزش و جوانان و صندوق کارآفرینی امید و بانک قرض‌الحسنه رسالت (در سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸)، پرداخت شده است.

جدول ۸۰: میزان تسهیلات اعطاشده به جوانان

شخص	سال ۱۳۹۲	عملکرد تا پایان سال ۱۳۹۹	پیش‌بینی تا نیمه سال ۱۴۰۰
اعطای تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج (نفر)	۲۹,۰۰۰ میلیون ریال	۴۵۰,۰۰۰ میلیون ریال	
پرداخت تسهیلات اشتغال و کارآفرینی به جوانان واجد شرایط		۱,۳۳۰,۰۰۰ میلیون ریال	
تعداد تسهیلات پرداخت‌شده		۳۱۶۴ فقره	
تعداد جوانان شاغل‌شده از محل تسهیلات اعطایی صندوق کارآفرینی امید (براساس راستی‌آزمایی صورت‌پذیرفته)		۱۳۰۶ نفر	
تعداد جوانان شاغل‌شده از محل تسهیلات اعطایی بانک قرض‌الحسنه رسالت		نفر	

اولین سامانه کارآفرینی جوانان (با ۷ میلیون تومان اعتبار برای هر جوان) در سال ۱۳۹۲ راه‌اندازی شد. از دستاوردهای دیگر در حوزه اعطای تسهیلات، افزایش سقف و تعداد دریافت‌کنندگان وام ازدواج جوانان، تدوین برنامه‌های اجرایی بیانیه گام دوم با همکاری دستگاه‌های اجرایی و ارتقای سطح روابط بین‌الملل حوزه جوانان بوده است.

سهم ورزش از تولید ناخالص ملی و نرخ رشد آن صنعت ورزش از ابعاد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی دارای اهمیت

بسیار بالایی است. مطالعات اخیر حاکی است که سهم صنعت ورزش از GDP کشورهای مختلف از حدود ۰/۷۵ تا ۴/۴ درصد است؛ این در حالی است که سهم این صنعت از تولید ناخالص ملی ایران ۱/۱ درصد است.

جدول ۸۱: سهم ورزش از تولید ناخالص ملی

سال ۱۳۹۲	عملکرد تا پایان سال ۱۳۹۹	پیش‌بینی تا نیمه سال ۱۴۰۰
۰/۳۹	۱/۱	۱/۲

سهم ورزش از تولید ناخالص ملی از ۰/۳۹ درصد در سال ۱۳۹۲ به ۱/۱ درصد در سال ۱۳۹۹ افزایش داشته است.

وضعیت زیرساخت‌های ورزشی: ماده ۱۶ قانون اهداف، وظایف و اختیارات وزارت ورزش و جوانان، مصوب سال ۱۳۹۹، مرتبط با «تأمین متناسب و متوازن زیرساخت‌ها، امکانات و نیروی انسانی موردنیاز توسعه ورزش در سطح کشور» است. فراهم ساختن زیرساخت‌سازی‌های ورزشی باعث افزایش مشارکت ورزشی مردم در ورزش همگانی و قهرمانی می‌شود.

جدول ۸۲: توسعه زیرساخت‌های ورزشی

سال ۱۳۹۹	سال ۱۳۹۲	عملکرد
۰/۸۵	۰/۴۵۳	سرانه فضای ورزشی به تفکیک انواع فضاهای ورزشی و گروه‌های اجتماعی هدف
۲۵,۱۷۵ مکان	۲۲,۱۲۷ مکان	ساخت‌وسازهای ورزشی (پروژه‌های احداث و افتتاح شده)
۶۲۵۰ خانه	۷۰۰ خانه	راه‌اندازی و تجهیز خانه‌های ورزش روستایی
۱۹۰۹	۳۱۱	زمین‌های چمن مصنوعی و فضاهای ورزشی در مناطق روستایی

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۷۱

نسبت به سال ۱۳۹۲، سرانه فضای ورزشی ۱۸۸ برابر، خانه‌های ورزش روستایی بیش از ۷ برابر و زمین‌های چمن مصنوعی و فضاهای ورزشی در مناطق روستایی ۵/۵ برابر شده‌اند.

سرانه فضاهای ورزشی به تفکیک انواع فضاهای ورزشی به شرح زیر است:

جدول ۸۳: سرانه فضاهای ورزشی

پیش‌بینی تا نیمه سال ۱۴۰۰	عملکرد تا پایان سال ۱۳۹۹	سال ۱۳۹۲
۰/۹۵	۰/۸۵	۰/۴۵۳

سرانه فضای ورزشی در مدت فعالیت دولت طی ۸ سال اخیر ۱۸۸ برابر شده است و از ۰/۴۵۳ در سال ۱۳۹۲ به ۰/۸۵ در سال ۱۳۹۹ افزایش داشته است.

حوزه فرهنگی

وزارت ورزش و جوانان در حوزه فرهنگی و مشارکت در امور خیریه، امدادی و داوطلبانه با حضور جامعه ورزش و جوانان فعالیت‌های متعددی را انجام داده است. تا سال ۱۳۹۲، ۴۴ هزار و ۱۳۲ نفر در برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی مشارکت داشتند که این عدد به سه میلیون و ۳۱۸ هزار و ۸۳۷ نفر رسیده است. گزیده‌ای از این اقدامات عبارت‌اند از:

اقدامات معطوف به اصلاح و تقویت ساختار سامان‌دهی امور فرهنگی ورزش

- پیگیری تدوین، تصویب و ابلاغ نظام‌نامه فرهنگی ورزش کشور در شورای عالی انقلاب فرهنگی و سند توسعه فرهنگ ورزش همگانی در شورای فرهنگ عمومی کشور؛
- تشکیل منظم و مستمر جلسه‌های کمیسیون فرهنگی تربیت بدنی و ورزش کشور مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی؛
- پیگیری برای تشکیل و فعال‌سازی کمیته امور فرهنگی در ساختار

مدیریت تمامی فدراسیون‌های ورزشی؛

- حمایت از تشکیل و فعال‌سازی مجمع مسئولان فرهنگی فدراسیون‌های ورزشی؛
- برگزاری کارگاه‌های آموزشی و هم‌اندیشی‌های علمی و تخصصی مسئولان فرهنگی فدراسیون‌ها و باشگاه‌های ورزشی؛
- حمایت از تشکیل و فعال‌سازی معاونت امور فرهنگی در باشگاه‌های حرفه‌ای و قهرمانی ورزش و کانون‌های هواداری در باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال از طریق سازمان لیگ فوتبال کشور؛
- به‌کارگیری ظرفیت بیش از ۱۰۰ سازمان و تشکل مردم‌نهاد فعال در امور فرهنگی ورزش.

اقدامات معطوف به تقویت برنامه‌ریزی و تنظیم مقررات در حوزه فرهنگی ورزش کشور

- تدوین و ابلاغ دستورالعمل پیوست فرهنگی ویژه رویدادهای ورزشی و تصویب آن در کمیسیون فرهنگی ورزش کشور؛
- تدوین و ابلاغ «دستورالعمل ترویج فرهنگ پهلوانی» در کمیسیون فرهنگی ورزش کشور؛
- تدوین و ابلاغ «آیین‌نامه کمیته صیانت از ارزش‌های اخلاقی و حرفه‌ای ورزش کشور» در کمیسیون فرهنگی ورزش؛
- تدوین «دستورالعمل اجرای آیین‌نامه حمایت از ورزش جانبازان و معلولان» و تصویب در کمیسیون فرهنگی؛
- تدوین و تصویب آیین‌نامه مجمع مسئولان فرهنگی فدراسیون‌های ورزشی؛
- تدوین «سند راهبردی اقامه نماز در بخش ورزش و جوانان» و تصویب در شورای اقامه نماز وزارت ورزش و جوانان؛
- تدوین «برنامه جامع ارتقای فرهنگ عفاف و حجاب وزارت ورزش و جوانان» و تصویب آن در ستاد راهبری و هماهنگی عفاف و حجاب این وزارتخانه؛

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۷۳

- تدوین «برنامه بهبود وضعیت فرهنگی هواداران و تماشاچیان فوتبال» و تصویب آن در کمیسیون فرهنگی ورزش کشور.

اقدامات معطوف به ارتقای فرهنگ حرفه‌ای و اخلاق و منش پهلوانی

- تشکیل ستادهای ملی و استانی ترویج فرهنگ پهلوانی و حمایت از فعال‌سازی دبیرخانه ستاد ملی (فدراسیون زورخانه‌ای و کشتی پهلوانی) در جهت بزرگداشت روز فرهنگ پهلوانی (۱۷ شوال)؛
- برگزاری سلسله همایش‌ها و مراسم آیینی نکوداشت فرهنگ پهلوانی
- ۱۰۰۰ زورخانه کشور در هفته ترویج فرهنگ پهلوانی با محوریت هیئت‌های ورزشی زورخانه‌ای و کشتی پهلوانی در تمامی استان‌ها؛
- برگزاری همایش ملی سالیانه «آیین نکوداشت فرهنگ پهلوانی» با حضور نمایندگان جامعه ورزش کشور به مناسبت بزرگداشت روز فرهنگ پهلوانی از سال ۱۳۹۲ تاکنون؛
- تجلیل از ورزشکاران، قهرمانان، پیش‌کسوتان، مدیران و دست‌اندرکاران اخلاق‌مدار و دارای منش پهلوانی در مناسبت‌های مختلف به‌خصوص در هفته ترویج فرهنگ پهلوانی؛
- تدوین مرام‌نامه ورزش کشور و تصویب و ابلاغ آن به نهادهای ذی‌ربط؛
- برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های سالیانه «اخلاق و منش پهلوانی» برای مربیان ورزشی در سطوح استانی و ملی با همکاری سازمان بسیج ورزشکاران؛
- برگزاری سالیانه همایش تجلیل از جوانمردان ورزش کشور (ورزشکارانی که از رقابت با نماینده رژیم اشغالگر قدس امتناع کرده‌اند) با همکاری سازمان بسیج ورزشکاران.

اقدامات معطوف به حفظ و ترویج هویت و فرهنگ و ارزش‌های اسلامی- ایرانی در ورزش

- برگزاری چهار دوره جشنواره و مسابقات قرآن کریم ویژه ورزشکاران و

- جوانان در دو سطح استانی و کشوری از سال ۱۳۹۳ تا پایان سال ۱۳۹۹؛ حمایت از ساخت و ساز و تجهیز نمازخانه‌ها در اماکن اداری و ورزشی تابعه وزارت ورزش و جوانان در سراسر کشور؛
- برگزاری یادواره شهدای ورزشکار در فدراسیون‌ها و هیئت‌های ورزشی، شهرستان‌ها و مراکز استان‌ها با همکاری ادارات کل ورزش و جوانان استان‌ها و سازمان بسیج ورزشکاران از سال ۱۳۹۳ تا پایان سال ۱۳۹۹؛
- برگزاری نخستین کنگره ملی ۵۰۰۰ شهید ورزشکار کشور در سال ۱۳۹۴ و برنامه‌ریزی برای دومین کنگره ملی در سال ۱۴۰۰؛
- ایجاد موزه ملی ورزش، المپیک و پارالمپیک که در اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۸ با همکاری وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک، کمیته ملی پارالمپیک و فدراسیون‌های ورزشی افتتاح شد. این موزه به معرفی تاریخ ورزش ایران، جهان، المپیک و پارالمپیک؛ معرفی قهرمانان و پیش‌کسوتان ورزشی؛ نمایش مدال‌ها، جام‌ها و مشعل‌ها؛ نمایش رشته‌های ورزشی تابستانی و زمستانی، ابزار، وسایل و لباس‌های ورزشی، تندیس قهرمانان و پیش‌کسوتان ورزش کشور و... می‌پردازد. هدف اصلی ساخت این موزه حفاظت و صیانت از میراث ورزش ایران و انتقال مفاهیم و آموزه‌هایی چون آیین جوانمردی، پویایی و خلاقیت است. این موزه در سه طبقه برای نمایش اشیا و افتخارات و خاطرات و معرفی تاریخ ورزش ایران و تاریخ المپیک و پارالمپیک و... ساخته شده است؛ و
- مشارکت فعال جامعه ورزش و جوانان در حوزه مسئولیت اجتماعی و برنامه‌های حمایتی ملی در جهت کمک به هم‌وطنان آسیب‌دیده در بلایای طبیعی.

عملکرد و اقدامات حوزه معاونت ریاست جمهوری در امور زنان و خانواده

معاونت ریاست جمهوری در امور زنان و خانواده در چارچوب جایگاه ستادی و فرابخشی خود و بر مبنای رویکرد عدالت‌مداری و منطبق با موازین و تکالیف

مندرج در اسناد بالادستی^۱، قوانین توسعه‌ای^۲ و عادی^۳ و نیز مقررات مرتبط و در چارچوب اولویتهای تخصصی ابلاغی رئیس جمهوری اسلامی ایران^۴،

۱. ازجمله موازین مندرج در اسناد بالادستی می‌توان به اصول ۱۰ و ۲۱ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، مصوب ۱۳۵۸/۰۹/۱۲ با اصلاحات بعدی، اشعار داشت. این اصول به‌ترتیب بر «جهت‌گیری قوانین و مقررات و برنامه‌ها به‌سمت تحکیم بنیان خانواده و استواری روابط خانوادگی» و «تقویت جایگاه زنان و فراهم آوردن زمینه‌های لازم برای استیفای حقوق شرعی و قانونی آن‌ها» تصریح دارند.

۲. در قوانین توسعه‌ای به‌خصوص ماده ۱۰۱ قانون برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۶-۱۴۰۰)، مصوب ۱۳۹۵/۱۲/۱۴، تصریح شده است تمامی دستگاه‌های اجرایی باید در تمامی سیاست‌ها، برنامه‌ها و طرح‌های خود رویکرد عدالت جنسیتی را اعمال کنند؛ و معاونت امور زنان و خانواده را وفق تبصره ۱ موظف داشته است ضمن ارزیابی و تطبیق سیاست‌ها، برنامه‌ها و طرح‌های دستگاه‌ها و رصد مستمر ارتقای شاخص‌های وضعیت زنان و خانواده، گزارش سالانه آن را تهیه و تنظیم کند.

۳. از بین قوانین عادی، باید به قانون راهکارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب، مصوب جلسه شماره ۴۲۷ شورای عالی انقلاب فرهنگی مورخ ۱۳۸۴/۱۰/۱۳ اشاره کرد. قانون مذکور در قسمت «وظایف تخصصی دستگاه‌های قانونگذار و اجرایی»، شش وظیفه مشخص را برای این معاونت پیش‌بینی و در پی آن، در مصوبه جلسه شماره ۸۲۰ این شورا در تاریخ ۱۳۹۸/۰۶/۱۲ با عنوان مجموعه تکمیلی اقدامات اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب، دو وظیفه دیگر را به این شش وظیفه الحاق کرده است؛ ازجمله تهیه پودمان آموزشی ترویج فرهنگ عفاف برای خانواده‌ها، برگزاری همایش‌ها و نشست‌های تخصصی با موضوع فرهنگ عفاف در مراکز علمی - تحقیقاتی، همکاری با سازمان صداوسیما و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در خصوص ترویج و الگوهای لباس‌های بومی ایرانی و تشویق و حمایت از مراکز تولید و توزیع لباس‌های ملی و اسلامی.

۴. عناوین اولویتهای تخصصی رئیس جمهوری اسلامی ایران به‌موجب مکاتبه شماره ۱۳۲۵۹ مورخ ۱۳۹۶/۱۰/۰۴ به شرح زیر عبارت‌اند از:

۱. سامان‌دهی نظام آمار و اطلاعات حوزه زنان و خانواده در دو زمینه داده‌های شتی و غیرشتی؛
۲. بازتعریف نهادی و بازطراحی ساختار معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری و ارائه آن برای تصویب شرح وظایف مشخص در دولت؛
۳. تدوین و ارائه گزارش‌های سالانه ارزیابی وضعیت شاخص‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی زنان و خانواده و پایش شاخص‌ها به تفکیک استانی؛
۴. تدوین گزارش سالیانه شکاف جنسیتی در جامعه ایران به تفکیک استان‌ها؛
۵. تدوین چارچوب‌های تهیه پیوست تحلیل و ارزیابی اثر جنسیتی برای سیاست‌ها و برنامه‌ها و پروژه‌ها در کشور؛
۶. تولید دانش سیاست‌ها و برنامه‌های عملیاتی برای ارتقای نقش آفرینی زنان در عرصه اشتغال، مدیریت مصرف منابع و انرژی، اصلاح الگوی مصرف حفاظت از محیط‌زیست، حضور بیشتر در اقتصاد دانش‌بنیان و حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات؛
۷. بررسی و ارزیابی آثار و پیامدهای اجتماعی و فرهنگی قوانین موجود درباره زنان و خانواده؛
۸. تولید دانش، سیاست‌ها و برنامه‌های عملیاتی برای تحقق بندهای به‌طور خاص مرتبط با حقوق زنان در منشور حقوق شهروندی؛
۹. تدوین شاخص‌های مسئولیت اجتماعی دستگاه‌های دولتی، شهرداری‌ها، شرکت‌ها و بنگاه‌های بخش دولتی و خصوصی در قبال زنان؛
۱۰. تدوین گزارش ملی موانع و فرصت‌های مشارکت زنان در اقتصاد و جامعه ایران؛

مسئولیت برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری، هدایت، هماهنگی، سازمان‌دهی، دیده‌بانی، پایش و ارزشیابی برنامه‌ها و اقدامات برای زنان و خانواده را بر عهده دارد؛ و با بهره‌گیری حداکثری از تمامی ظرفیت‌های سازمانی و هم‌افزایی با دستگاه‌های اجرایی و انجمن‌های علمی و تشکل‌های مردم‌نهاد مرتبط در قالب عقد تفاهم‌نامه‌ها و موافقت‌نامه‌های همکاری، برنامه‌ها و فعالیت‌های خود برای «تقویت نهاد خانواده و جایگاه زن در آن» و «تحقق و استیفای حقوق شرعی و قانونی زنان در تمامی حوزه‌ها» را در سطوح محلی، استانی و ملی سامان می‌دهد. همچنین به موجب ماده ۴ آیین‌نامه داخلی ستاد ملی زن و خانواده، مصوب ۱۳۹۱/۰۲/۱۶، به‌عنوان «دبیرخانه ستاد ملی زن و خانواده» انتخاب و در پی آن، وفق ماده ۱ آیین‌نامه دبیرخانه ستاد ملی زن و خانواده، مصوب ۱۳۹۱/۰۲/۱۶ با اصلاحات بعدی، عهده‌دار وظایف تصریح‌شده در این آیین‌نامه از جمله «بررسی و تعیین وضعیت موجود و مطلوب زنان و خانواده» شده است.

این معاونت فعالیت‌های خود را بر «محورهای چهارده‌گانه» ملهم و مستفاد از احکام مندرج در اسناد بالادستی، قوانین توسعه‌ای، قوانین عادی و مقررات نظم بخشیده است که عبارت‌اند از:

- تقویت، ترویج و نهادینه‌سازی عدالت جنسیتی؛
- گفتمان‌سازی سبک زندگی خانواده اسلامی- ایرانی و تحکیم بنیان خانواده؛
- توان‌افزایی ارتقای مهارت‌های فردی و اجتماعی دختران؛
- اقتصاد مقاومتی، اشتغال و کارآفرینی؛
- کاهش آسیب‌های اجتماعی؛

۱۱. تولید دانش در زمینه مباحث فقهی و دینی اثرگذار بر کیفیت زندگی و مشارکت اجتماعی و اقتصاد زنان ایرانی؛

۱۲. تدوین برنامه ملی کاهش آسیب‌های اجتماعی زنان؛

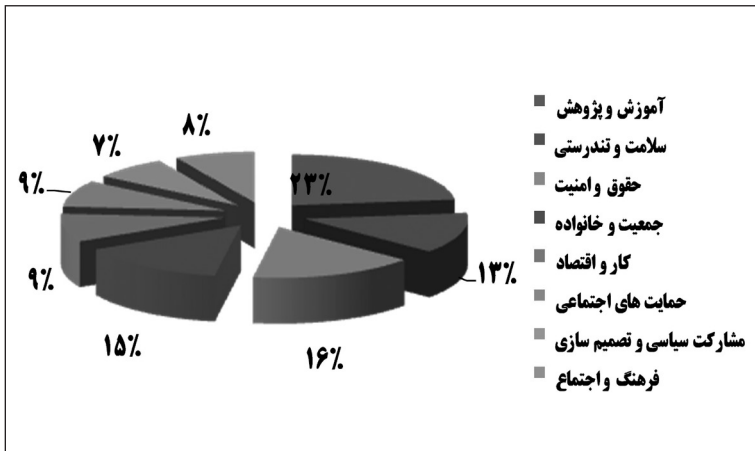
۱۳. ارائه سیاست‌ها برنامه‌ها و راهکارهای علمی ارتقای زنان در ساختارهای مدیریت کشور؛ و

۱۴. ارائه راهکارهای تقویت سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه زنان و جلب مشارکت اجتماعی و اقتصادی زنان از طریق این سازمان‌ها.

- تقویت و تکمیل نظام حقوقی کشور؛
- ارتقای سلامت، تندرستی و نشاط؛
- عفاف و حجاب؛
- تعمیق باورها و ارزش‌های دینی؛
- توان‌افزایی تشکلهای اجتماعی.

مهم‌ترین فعالیت‌های این معاونت در بازه زمانی ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹ به شرح زیرند:

- تقویت و ترویج و نهادینه‌سازی عدالت جنسیتی
- جریان‌سازی جنسیتی با تصویب ماده ۱۰۱ در لایحه احکام برنامه ششم توسعه و تدوین سند راهبردی برنامه در بخش زنان و خانواده (۹۲-۱۳۹۶).
- تشکیل دو نشست ستاد ملی زن و خانواده با حضور رئیس‌جمهور و تصویب کلیات برنامه تدوین شاخص‌های عدالت جنسیتی در اولین نشست (۱۳۹۶-۱۳۹۹).
- تهیه، تصویب و ابلاغ شاخص‌های ملی عدالت جنسیتی برای دستگاه‌های اجرایی پیرو تشکیل اولین جلسه ستاد ملی زن و خانواده در ۸ محور: آموزش و پژوهش، سلامت و تندرستی، حقوق و امنیت، جمعیت و خانواده، کار و اقتصاد، حمایت‌های اجتماعی، مشارکت سیاسی و تصمیم‌سازی و فرهنگ و اجتماع؛ شامل ۲۵ شاخص اصلی و ۱۷۷ زیرشاخص با همکاری دستگاه‌های اجرایی و اختصاص ۶۰۰ نفر ساعت کار کارشناسی.
- تدوین شناسنامه شاخص‌های عدالت جنسیتی با همکاری پژوهشکده آمار و دستگاه‌های ذی‌ربط و ابلاغ آن به دستگاه‌ها برای بهره‌برداری در ارائه برنامه‌های بهبود وضعیت شاخص‌ها (دولت دوازدهم).



نمودار ۱۶: ۱۷۷ زیرشاخص مصوب عدالت جنسیتی به تفکیک محور

تدوین و تصویب آیین‌نامه اجرایی ماده ۱۰۱ قانون برنامه ششم توسعه در خصوص نحوه اعمال، سازوکارهای نظارت و پایش شاخص‌ها و وظایف و الزامات دستگاه‌های اجرایی برای ارتقای شاخص‌های مذکور، به پیشنهاد معاونت امور زنان و خانواده طی برگزاری ۵ جلسه با همکاری نمایندگان سازمان برنامه‌بودجه، سازمان اداری و استخدامی کشور و سایر دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط تهیه و طی مکاتبه‌ای به سازمان برنامه‌بودجه ارسال شد؛ و پس از طی تشریفات اداری لازم در نهایت این آیین‌نامه طی نامه شماره ۱۶۰۷۴۸/ت ۵۵۰۵۳ هـ مورخ ۱۳۹۷/۱۲/۲ به تصویب هیئت‌وزیران رسید. طراحی، پیاده‌سازی، استقرار و پشتیبانی سامانه جامع رصد و پایش وضعیت امور زنان و خانواده (دولت دوازدهم) مشتمل بر سامانه‌های زیر:

- سامانه رصد و ارزیابی شاخص‌های عدالت جنسیتی؛
- سامانه رصد و ارزیابی ساختار و تشکیلات دستگاه‌های اجرایی؛
- سامانه تکالیف معاونت در قانون برنامه ششم توسعه؛
- سامانه مدیران زن؛

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۷۹

- سامانه ستاد ملی زن و خانواده؛
- سامانه خانواده؛
- سامانه سند وضعیت زنان و خانواده؛
- بانک‌های اطلاعاتی معاونت امور زنان و خانواده.
- تدوین سند ارتقای وضعیت زنان و خانواده در ۳۱ استان کشور با مشارکت استانی و تصویب در شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان‌ها با حضور معاون رئیس‌جمهور و ابلاغ آن به دستگاه‌های اجرایی استانی (۱۳۹۶-۱۳۹۹).
- پیگیری اجرایی‌سازی طرح بازاریابی ساختار سازمانی دستگاه‌های اجرایی مصرح ماده ۳ آیین‌نامه اجرایی ماده ۱۰۱ قانون برنامه پنج‌ساله ششم توسعه موضوع تصویب‌نامه شماره ۱۶۰۷۴۸/ت ۵۵۰۵۳ هـ مورخ ۱۳۹۷/۱۲/۲ هیئت‌وزیران از دستگاه‌های اجرایی و تهیه گزارشی از عملکرد دستگاه‌های اجرایی در ارتباط با موضوع فوق.
- تهیه سه دوره کارنامه وضعیت انتصاب مدیران زن در دستگاه‌ها در راستای تصویب‌نامه شماره ۱۳۵۱۸۲۴ مورخ ۹۶/۵/۳۰ شورای عالی اداری و ارائه گزارش در هیئت‌وزیران و ارسال کارنامه به هر یک از استانداران و وزرا. وضعیت انتصاب زنان از حدود ۵٪ در سال ۱۳۹۲ به ۱۲٪ در سال ۱۳۹۶ ارتقا یافته و سپس به حدود ۲۵٪ در سال ۱۳۹۹ رسیده است.
- طراحی دوره‌های آموزشی برای زنان مدیر در سطوح میانه، پایه و ارشد، در دو بخش آموزش‌های عمومی و آموزش‌های اختصاصی، به‌منظور اجرای ماده ۴ آیین‌نامه اجرایی ماده ۱۰۱ قانون برنامه ششم توسعه و همچنین اولویت‌های ابلاغی رئیس‌جمهور. با همکاری سازمان اداری و استخدامی این پیشنهادها در بازطراحی دوره‌های آموزشی تخصصی مدیران زن کشور - قبل، حین و بعد از انتصاب -

- لحاظ شد و درنهایت، از سوی سازمان اداری و استخدامی دستور برگزاری دوره‌های آموزشی از طریق ابلاغ نامه شماره ۱۱۲۰۳۱ مورخ ۹۸/۳/۷ به رؤسای سازمان برنامه‌بودجه استان‌ها اعلام شد.
- تهیه گزارش تحولات جامعه زنان ایران؛ بررسی روند ۴۰ شاخص در ۴۰ سال به زبان‌های فارسی و انگلیسی.
- تهیه و تدوین گزارش وضعیت زنان در جمهوری اسلامی ایران؛ موفقیت‌ها و ناکامی‌ها در ۴ دهه (۱۳۹۸).
- گفتمان‌سازی سبک زندگی خانواده اسلامی - ایرانی و تحکیم بنیان خانواده
- تدوین، تصویب و ابلاغ شاخص‌های خانواده در ۱۰ محور شامل سلامت؛ معیشت، امور رفاهی و مسکن؛ روابط و مناسبات خانوادگی و خویشاوندی؛ آموزش، مشاوره و اطلاع‌رسانی؛ دین و ارزش‌های اخلاقی؛ مشارکت خانواده در امور جامعه؛ موانع، نابهنجاری‌ها و آسیب‌ها؛ فرزندآوری، تربیت و آینده فرزندان؛ نظام حقوقی خانواده و تشکیل خانواده و ۴۵ مؤلفه و ابلاغ آن به دستگاه‌ها برای اجرا طبق تصویب نامه هیئت‌وزیران به شماره ۱۵۰۵۴/ت/۵۷۶۳۸ هـ مورخ ۱۳۹۷/۲/۲۰ (دولت دوازدهم).
- تدوین برنامه ملی آموزش‌های عمومی در حوزه آموزش‌های قبل، حین و بعد از ازدواج به پیشنهاد دبیرخانه و تصویب در اولین نشست ستاد ملی زن و خانواده و ابلاغ توسط هیئت‌وزیران؛ رصد و پایش نحوه اجرای آن توسط دستگاه‌های مسئول و همکار طی برگزاری نشست‌های تخصصی و دریافت و بررسی گزارش اقدامات و فعالیت‌ها (دولت دوازدهم).
- برگزاری جلسه‌های کمیسیون مشورتی - تخصصی ستاد ملی زن و خانواده (دولت دوازدهم).
- رصد اجرایی شدن تقسیم‌کار ملی سیاست‌های کلی خانواده ابلاغی

مقام معظم رهبری و اجرای بند «ذ» ماده ۱۰۲ قانون برنامه ششم توسعه در دستگاه‌های اجرایی با برگزاری نشست‌ها و جلسه‌های تخصصی و بررسی و ارزیابی گزارش‌های اقدامات دستگاه‌های مرتبط برای ارائه به هیئت دولت و مجلس شورای اسلامی و شورای عالی انقلاب فرهنگی (دولت دوازدهم).

- همکاری در برگزاری کارگروه تشکیل، تحکیم و تعالی خانواده ذیل شورای اجتماعی کشور و برگزاری نشست‌های تخصصی با رویکرد ارتقای وضعیت خانواده (دولت یازدهم).
- مشارکت در تدوین برنامه ملی کنترل و کاهش طلاق با همکاری دستگاه‌های ذی‌ربط (دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی).
- اقدام به تدوین بسته جامع حمایتی زنان شاغل با همکاری سازمان برنامه و بودجه کشور با هدف توازن بین کار و زندگی زنان (دولت یازدهم).
- اجرای طرح ملی گفت‌وگوی خانواده در ۶۸ نقطه شهری با همکاری انجمن جامعه‌شناسی ایران و با هدف شناسایی و حل بنیادی مسائل اجتماعی مربوط به خانواده؛ آموزش ۳۵ مجری استانی و تسهیلگر سطح ۱، آموزش ۱۸۲۷ تسهیلگر سطح ۲، تدوین گزارش ۳۴ شهر و استان به صورت نسخه‌های الکترونیکی و تهیه ۴ پادکست از فعالیت‌های طرح ملی گفت‌وگوی خانواده (دولت دوازدهم).
- اجرایی‌سازی طرح ملی گفت‌وگوی خانواده و گفت‌وگوی بین‌نسلی ویژه متخصصان امور زنان و خانواده در سطح ملی و بین‌المللی با همکاری جهاد دانشگاهی واحد الزهرا(س) (دولت دوازدهم).
- اجرای طرح گفت‌وگوی بین‌نسلی با هدف بازاندیشی در مطالعات روابط میان‌نسلی برای حدود ۷۰۰ هزار دانش‌آموز دختر و ارائه مباحث موردنیاز از طریق ۱۱ پادکست تحت عنوان رادیو نسل با همکاری انجمن مطالعات فرهنگی ایران (دولت دوازدهم).
- تهیه و تدوین محتوای آموزشی ویژه مدیران، مشاوران حوزه زنان و

خانواده و مربیان مدارس با عنوان تاب‌آوری فردی حول ۱۲ محور شامل شادی و نشاط، امید، خوش‌بینی، خویشتن‌داری، شیوه‌های مثبت مقابله با استرس، ابراز وجود مثبت، معنا و هدف، هوش هیجانی، روابط مثبت/ ارتباط و گفت‌وگوی بین‌نسلی، خودباوری، معنویت، نوع‌دوستی و مهربانی (دولت دوازدهم).

- برگزاری کارگاه‌های آموزشی ارتقای مهارت‌های پرورشی برای بیش از ۲۱۰۰ نفر از مربیان مدارس در ۳۱ استان کشور با همکاری وزارت آموزش و پرورش (دولت دوازدهم).

- اجرای طرح بهار در خانه (ویژه دوران شیوع ویروس کرونا) با هدف ترویج و اشاعه فرهنگ گفت‌وگو در جامعه به صورت عام و خانواده به صورت خاص با همکاری کانون گفت‌وگوی مؤسسه امام موسی صدر (دولت دوازدهم).

- اجرای طرح مسئله‌یابی مشارکتی مسائل خانواده به‌ویژه در دوران کرونا برای کارشناسان اورژانس اجتماعی ۱۲۳ (دولت دوازدهم).

- توان‌افزایی و ارتقای تاب‌آوری اجتماعی ۵۰۰۰ نفر از کارشناسان اورژانس اجتماعی در ۳۱ استان کشور با همکاری سازمان بهزیستی (دولت دوازدهم).

- توانمندسازی ۵۰۰ نفر از زنان کارگر با رویکرد ارتقای تاب‌آوری اجتماعی در سطح کشور با همکاری وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (دولت دوازدهم).

- سیاست‌گذاری در جهت راه‌اندازی «دانشگاه دوستدار خانواده» با همکاری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و تهیه برنامه‌های عملیاتی مربوط به آن (دولت دوازدهم).

- ارائه اقدامات و پیشنهادهای معاونت در راستای اجرای سیاست‌های کلی جمعیت به مجمع تشخیص مصلحت نظام (دولت‌های یازدهم و دوازدهم).

- حمایت از تولیدات فرهنگی در حوزه خانواده از جمله:
- حمایت از انتشار کتاب‌های «خانواده متعادل و توسعه پایدار» (خلاصه مقالات نخستین همایش علمی - تخصصی خانواده متعادل و توسعه پایدار) به قلم فاطمه دوستی و «اسم من نبود است، ده ساله‌ام، طلاق گرفته‌ام» (در خصوص ازدواج زود هنگام و معضلات آن) به قلم دلفین مینویی و معرفی به دستگاه‌های اجرایی مرتبط برای تهیه و توزیع (دولت یازدهم).
- حمایت از ساخت و تولید فیلم از جمله مستند ازدواج زنان با اتباع خارجی، حمایت از ساخت فیلم مستند «اقدامات حمایتی دولت از زنان سرپرست خانوار»، حمایت از تولید فیلم ۱۰۰ ثانیه‌ای در حوزه خانواده، حمایت از فیلم‌نامه سینمایی با عنوان «مائه» با محوریت ازدواج آسان (دولت یازدهم).
- معرفی و تقدیر از دو فیلم برتر سی‌وهفتمین جشنواره فیلم فجر با تعیین شاخص‌های مربوط به زنان و خانواده (دولت دوازدهم).
- ارائه پیشنهاد معاونت و لحاظ بند بودجه‌ای حمایت از ترویج ازدواج جوانان از طریق ارائه تسهیلات وام ازدواج به زوج‌های جوان در لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ (بند الف تبصره ۱۶) (دولت دوازدهم).
- انعقاد تفاهم‌نامه با سازمان منطقه آزاد قشم و منطقه آزاد کیش با هدف ایجاد «جزیره دوستدار خانواده» (دولت دوازدهم).
- توان‌افزایی ارتقای مهارت‌های فردی و اجتماعی دختران
- سوادآموزی زنان و دختران روستایی و عشایری در ۲۶ استان از طریق توان‌افزایی حدود ۴۵۰۰ آموزش‌دهنده زن و سوادآموزی بیش از ۳۳,۰۰۰ نفر از زنان و دختران روستایی و عشایری کم‌سواد و بازمانده از تحصیل با همکاری سازمان نهضت سوادآموزی (دولت یازدهم و دوازدهم).
- تهیه و تولید دست‌کم ۱۲ کتابچه آموزشی ویژه بی‌سوادان و نوسوادان

- عشایری با همکاری سازمان نهضت سوادآموزی (دولت دوازدهم).
اجرای طرح پویش ملی بانوی مهربانی برای دستیابی کودکان خانواده‌های محروم به وسایل بازی و تفریح با همکاری ۳۱ نماینده منتخب تشکلهای اجتماعی حوزه زنان و خانواده و دفاتر امور بانوان استانداری‌های کشور در قالب ۳۱ طرح در ۱۲۴ شهرستان (دولت دوازدهم).
- جذب و ارتقای پایه تحصیل حدود ۱۳۵۰ دختر بازمانده از تحصیل در استان سیستان و بلوچستان با همکاری سازمان‌های مردم‌نهاد (دولت یازدهم و دوازدهم).
- حمایت از برگزاری جشنواره سراسری پروین اعتصامی با انتخاب و تجلیل از دست‌کم ۲۰ نفر از دانشجویان برتر با همکاری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری (دولت دوازدهم).
- آموزش مهارت کودک‌یاری به ۵۳۰۰ نفر از دانش‌آموزان دختر و پسر با همکاری وزارت آموزش و پرورش (دولت دوازدهم).
- حمایت از طرح افزایش مشارکت اجتماعی دختران با آموزش ۲۲,۰۰۰ نفر از دانش‌آموزان دختر، اولیا و مربیان با همکاری وزارت آموزش و پرورش (دولت دوازدهم).
- بهبود وضعیت آموزشی - بهداشتی ۱۷۰۰ نفر از دانش‌آموزان دختر دوره اول متوسطه روستایی و محروم در استان کهگیلویه و بویراحمد با همکاری وزارت آموزش و پرورش (دولت دوازدهم).
- برگزاری جشنواره فرهنگی دختر - خانواده - گذر از کرونا با همکاری وزارت آموزش و پرورش (دولت دوازدهم).
- اجرای پروژه ملی تهیه بسته جامع سیاست‌گذاری و راهبردهای عملیاتی برای ارتقای وضعیت فرهنگی - اجتماعی و رفاهی خوابگاه‌های دانشجویان دختر در کشور با نظرسنجی و نیازسنجی از ۶۰۰۰ نفر از دانشجویان مستقر در خوابگاه‌های دانشجویی سراسر

کشور با همکاری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری (دولت‌های یازدهم و دوازدهم).

- تقویت شیوه‌های ارتباطی و مهارتی ۵۶,۰۰۰ دانش‌آموز دختر پایه دوم دوره اول متوسطه، والدین آنان و کارکنان آموزشی با همکاری وزارت آموزش و پرورش (دولت یازدهم و دوازدهم).

- تقویت شیوه‌های مهارتی و ارتباطی ۸۱۸ نفر از والدین دارای فرزند نوآموز مبتلا به اوتیسم و فرزندان آنان در ۱۵ استان با همکاری وزارت آموزش و پرورش (دولت یازدهم).

- آموزش مهارت‌های گفت‌وگو و ارتباط مؤثر (دانش‌آموزان با همسالان، خانواده، مدرسه و جامعه) به ۶۵,۰۰۰ دانش‌آموز دختر، والدین آنان و مربیان مدارس با همکاری وزارت آموزش و پرورش (دولت دوازدهم).

- آموزش حقوق و مسئولیت‌های فردی، خانوادگی و اجتماعی به ۳۰,۷۹۴ دانش‌آموز دختر در مقطع متوسطه دوم، ۳۰,۷۹۴ نفر از والدین آنان و ۲۲۷۶ نفر از مربیان، با همکاری وزارت آموزش و پرورش (دولت دوازدهم).

- تدوین بسته عملیاتی بازگرداندن دختران بازمانده از تحصیل به چرخه تحصیل در ۵ استان و حمایت از طرح جذب آن‌ها با تحت پوشش قرار دادن ۳۵۰۰ نفر از ایشان و آموزش ۴۲۰۰ نفر از اولیا و مربیان با همکاری وزارت آموزش و پرورش (دولت دوازدهم).

- حمایت معنوی و تشویق هنرمندان زن در رشته‌های موسیقی، تئاتر، سینما، نقاشی و صنایع دستی یا آثار مرتبط با زنان در این حوزه و حمایت از برگزاری برنامه‌های هنری مانند جشنواره فیلم و عکس مادر، جشنواره تئاتر بانو و جشنواره بین‌المللی تئاتر دانشگاهی ایران (دولت یازدهم و دوازدهم).

- حمایت از نخستین دوره جایزه کتاب سال جوانان و اعطای دو جایزه

- به دو نویسنده زن (دولت دوازدهم).
- حمایت از کارزار (کمپین) «تاروپود زندگی» با هدف حمایت از فعالیت اقتصادی دختران و زنان هنرمند کشور و تبدیل هنر آنان به نماد هویت ایرانی (دولت دوازدهم).
- تحکیم و تقویت نظام حقوقی کشور در حوزه زنان و خانواده
- تدوین لوایح:
- الحاق یک تبصره به ماده ۶۱۲ قانون مجازات اسلامی (تعزیرات و مجازات بازدارنده)، مصوب ۱۳۷۵/۰۳/۰۲، در موضوع تشدید مجازات پدر در فرض قتل فرزند و تدوین سند پشتیبان و تقدیم به دولت (دولت دوازدهم).
- الحاق یک تبصره به ماده ۴۱ قانون حمایت خانواده، مصوب ۱۳۹۱/۱۲/۰۱، در موضوع توسعه اختیارات مادر در دوران حضانت فرزند و تدوین سند پشتیبان و تقدیم به دولت (دولت دوازدهم).
- اصلاح تبصره قانون اجازه افتتاح حساب پس‌انداز برای اطفال، مصوب ۱۳۵۶/۱۱/۳۰ و تدوین سند پشتیبان و تقدیم به دولت (دولت دوازدهم).
- اصلاح ماده ۱۰۴۱ قانون مدنی، مصوب ۱۳۸۱/۰۴/۰۱ مجمع تشخیص مصلحت نظام و تقدیم به دولت و تدوین سند پشتیبان آن (دولت دوازدهم).
- اصلاح بند (۳) ماده ۱۸ قانون گذرنامه، مصوب ۱۳۵۱/۱۲/۱۰، با اصلاحات و بعدی و الحاق یک تبصره به آن و تدوین سند پشتیبان (دولت دوازدهم).
- اصلاح تبصره ماده ۲۶ قانون حمایت از کودکان و نوجوانان بی‌سرپرست و بدسرپرست، مصوب ۱۳۹۲/۰۶/۳۱ مجلس شورای اسلامی و تدوین سند پشتیبان آن و تقدیم به دولت (دولت‌های یازدهم و دوازدهم).

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۸۷

- اصلاح تبصره ۲ ماده ۱۴ قانون آیین دادرسی کیفری، مصوب ۱۳۹۲/۱۲/۰۴، با اصلاحات و الحاقات بعدی در موضوع بهره‌مندسازی بزه‌دیده از خسارات معنوی و تدوین سند پشتیبان آن (دولت دوازدهم).
- اصلاح ماده ۱۱۳۳ قانون مدنی، مصوب ۱۳۸۱/۰۸/۱۹، ناظر بر تعیین شرایط درخواست طلاق برای زوج با رویکرد خارج کردن حق طلاق زوج از ماهیت اطلاق و تدوین سند پشتیبان آن (دولت دوازدهم).
- اصلاح مواد ناظر بر دیه زنان در قوانین کیفری با رویکرد برابری دیه زنان و مردان در تمامی جرایم مستوجب دیه و تدوین سند پشتیبان آن (دولت دوازدهم).
- اصلاح ماده ۶۳۰ قانون مجازات (کتاب پنجم شامل تعزیرات و مجازات بازدارنده) مصوب ۱۳۷۵/۳/۲ و بند (ث) ماده ۳۰۲ قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۹۲/۰۲/۰۱ و تدوین سند پشتیبان آن و تقدیم به دولت (دولت دوازدهم).
- مشارکت مؤثر با قوه قضائیه و کمیسیون لوایح دولت در تکمیل و تصویب لایحه حفظ کرامت و تأمین امنیت زنان در برابر خشونت (دولت‌های یازدهم و دوازدهم).
- ارتقای سلامت، تندرستی و نشاط
- انعقاد تفاهم‌نامه همکاری با وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در راستای اجرای سیاست‌های کلی جمعیت و سلامت و به‌منظور برخورداری از زنان و دختران توانمند و سالم بر پایه نظام سلامت عدالت‌محور در ایجاد و رشد خانواده و نسل سالم (۱۴۸۷۶۰ مورخ ۱۳۹۶/۱۱/۲۳) (دولت دوازدهم).
- تصویب برنامه ملی ارتقای نشاط و تندرستی زنان و دختران با ورزش، پیشنهادی وزارت ورزش و جوانان در نشست ستاد ملی زن و خانواده و

ابلاغ آن توسط هیئت‌وزیران به شماره ۸۴۴۳۰/ت ۵۵۶۸۱ هـ (دولت دوازدهم).

- سیاست‌گذاری برای بررسی و اصلاح آیین‌نامه چگونگی توسعه و تعمیم ورزش کارکنان دولت با تشکیل کمیته‌ای متشکل از دستگاه‌های مرتبط از جمله وزارت ورزش و جوانان، سازمان اداری و استخدامی کشور، وزارت کشور، وزارت آموزش و پرورش و سازمان برنامه و بودجه (دولت دوازدهم).

- سیاست‌گذاری برای اجرای طرح نشاط در مدارس؛ بهینه‌سازی و تجهیز اماکن و فضاهای ورزشی در مدارس دخترانه با همکاری وزارت آموزش و پرورش و سازمان برنامه و بودجه (دولت دوازدهم).

- پیگیری و ارزیابی برنامه‌های طرح «ارتقای نشاط و تندرستی زنان و دختران با ورزش» در راستای اجرای مصوبه ستاد ملی زن و خانواده از وزارت ورزش و جوانان با اجرای برنامه‌هایی مانند برنامه ملی جام نشاط و تندرستی، جشنواره‌های فرهنگی- ورزشی «دا»، فراغت بانوان با ورزش، برنامه ملی سنجش قامت و آموزش حرکت زنان و دختران روستایی، برنامه ملی «پارک‌گام» و طرح ورزش‌های تطبیقی محله‌محور (دولت دوازدهم).

- برگزاری پویش ملی ارتقای نشاط و سلامت زنان با ورزش با هدف فرهنگ‌سازی و اهمیت نقش ورزش در تأمین سلامت جسمی و بهداشت روان به استناد مصوبه ستاد ملی زن و خانواده (دولت‌های یازدهم و دوازدهم).

- گرامیداشت هفته سبا (سلامت بانوان ایرانی) با هدف اطلاع‌رسانی و اهمیت‌بخشی به موضوع ارتقای سلامت زنان و خانواده و تشکیل کمیته هماهنگی بین‌دستگاهی برای اجرای برنامه‌های کاربردی و ملی (دولت‌های یازدهم و دوازدهم).

- پیشنهاد و پیگیری تصویب طرح «ارائه خدمات رایگان پیشگیری و

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۸۹

تشخیصی سرطان‌های شایع زنان» برای مناطق روستایی و عشایر و لحاظ آن در تفاهم‌نامه با وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سازمان بیمه سلامت (دولت دوازدهم).

- همکاری و حمایت از برگزاری پویش ملی پیشگیری و مبارزه با سرطان در کشور و افتتاح هم‌زمان ۷۵ مرکز پیشگیری و تشخیص زودهنگام سرطان و بیماری‌های غیرواگیر در ۶۰ دانشگاه در کشور (دولت دوازدهم).

- حمایت از تدوین سند ملی سلامت مردان و پیگیری تصویب آن در شورای عالی سلامت وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی (دولت دوازدهم).

- فرهنگ‌سازی و ارتقای شاخص‌های سلامت روان در جامعه با حمایت معنوی از برگزاری همایش سراسری «پیشگیری از آسیب‌های روانی، اجتماعی و مشارکت در مدیریت بحران» مطابق بند سوم سیاست‌های ابلاغی کلی سلامت (دولت دوازدهم).

- حمایت از اجرای طرح ملی «بانوان؛ طلایه‌داران شفا» و آموزش ۱۰ میلیون نفر از زنان با هدف ایجاد یک شبکه مروج سلامت اجتماعی هنگام بحران شیوع ویروس کرونا (دولت دوازدهم).

- تهیه پادکست‌ها و کلیپ‌های کوتاه آموزشی با موضوع‌های مرتبط با کرونا با کمک سازمان‌های مردم‌نهاد مرتبط (دولت دوازدهم).

- آموزش و توانمندسازی ۲۰۰۰ مربی آمادگی جسمانی و پیلاتس به‌منظور سنجش ساختار قامتی زنان و دختران روستایی و عشایری با همکاری وزارت ورزش و جوانان (دولت دوازدهم).

- تهیه و تنظیم گزارش اقدامات معاونت در راستای اجرای سیاست‌های کلی جمعیت و بند (ذ) ماده ۱۰۲ قانون برنامه ششم توسعه و ارائه آن به هیئت‌دولت، مجلس شورای اسلامی، مجلس خبرگان رهبری، مجمع تشخیص مصلحت نظام و سازمان بازرسی کل کشور

(دولت‌های یازدهم و دوازدهم).

- پیشنهاد اصلاح و درج دوره‌های آموزشی عمومی در موضوع ارتقای سطح آگاهی‌های زوج‌های جوان و مهارت‌ها از منظر پزشکی و سلامت جنسی برای تمامی کارکنان دولتی به سازمان اداری و استخدامی (دولت دوازدهم).
- اجرای برنامه سلامت زنان در محیط کار از طریق برگزاری کارگاه آموزشی «خودمراقبتی و ارتقای سلامت زنان شاغل» با تمرکز بر پیشگیری و آگاهی‌سازی زنان شاغل (دولت یازدهم).
- توانمندسازی ۴۵,۰۰۰ زن سالمند به منظور بهبود کیفیت زندگی آنان در ۱۰ استان با همکاری سازمان بهزیستی کشور، اجرای طرح ملی بهبود وضعیت بهداشتی ۶۲,۵۸۰ دانش‌آموز دختر در مناطق محروم با همکاری وزارت آموزش و پرورش و غربالگری سلامت جسمی و رفتاری و آموزش ۱۰,۱۰۹ دانش‌آموز دختر (مدارس شبانه‌روزی مناطق محروم پایه‌های تحصیلی دوره اول متوسطه) و تهیه و توزیع بسته آموزشی در ۴ استان کشور با همکاری وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی (دولت یازدهم).
- تهیه و ارائه مکمل‌های غذایی به ۱۱,۰۰۰ مادر نیازمند در ۴ استان با همکاری وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی.
- حمایت از سیاست‌های سلامت باروری و حفظ فرایند طبیعی تولد در قالب اجرای طرح «دوستدار مادر» در ۸ بیمارستان تحت پوشش دانشگاه‌های علوم پزشکی از طریق آموزش و اطلاع‌رسانی به ۱۰,۰۰۰ زن باردار و ارائه آموزش تکمیلی به ۳۰۰ ماما و پزشک زنان و زایمان (دولت یازدهم).
- حمایت از طرح سامان‌دهی مشاوره قبل از ازدواج در جهت بهبود سبک زندگی زناشویی و ایفای نقش همسری و فرزندآوری و باروری سالم با همکاری وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی (دولت یازدهم).

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۹۱

- پیگیری اختصاص اعتبار برای تجهیز و احداث پارک‌های بانوان در ۳۱ استان کشور (دولت یازدهم).
- طراحی و دریافت مجوز برگزاری دو دوره آموزشی در حوزه سلامت برای تمامی زنان و مردان شاغل (سبا و سما) از سازمان برنامه و بودجه کشور با عناوین «راهنمایی برای سفیران سلامت» و «ارتقای سلامت از طریق ورزش» و ابلاغ آن (دولت یازدهم).
- حمایت از اجرای برنامه توانمندسازی زنان سالمند برای بهبود کیفیت زندگی در دوران سالمندی و تحت پوشش قرار دادن ۴۵,۴۵۱ زن سالمند (دولت یازدهم).

عفاف و حجاب

- انعقاد تفاهم‌نامه با کارگروه سامان‌دهی مد و لباس/ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با موضوع تقویت بنیه اعتقادی، اخلاقی و هنری نسبت به ضرورت و اهمیت پوشش اسلامی- ایرانی (دولت یازدهم).
- برپایی و حمایت از نمایشگاه‌های لباس اقوام ایرانی با تأکید بر اصالت زن ایرانی در رعایت پوشش و حمایت از کالای ایرانی با همکاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، استانداری‌ها و سازمان صنایع دستی کشور (دولت یازدهم).
- اقدام و پیگیری لازم به منظور عرضه گسترده پوشش مناسب اسلامی از طریق حمایت از اتحادیه‌های صنفی با همکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت متعاقب دستور رئیس‌جمهور و ابلاغ دفتر دولت و آسیب‌شناسی وضعیت موجود حجاب و عفاف (دولت یازدهم).
- حمایت از طرح عفاف و حجاب «تعمیق باورهای دینی و گسترش فرهنگ حجاب و عفاف از طریق تولید اقلام حجاب و پوشاک اسلامی توسط زنان سرپرست خانوار و بدسرپرست» در استان کرمانشاه (دولت یازدهم).

- حمایت از برگزاری جشنواره ملی مد و لباس ایرانی (سی‌پال) با محوریت نمایش آثار ارزنده هنر و اصالت ایرانی-اسلامی با حضور فعالان مد و لباس کشور در بخش‌های مختلف (دولت دوازدهم).
- تهیه و توزیع بسته‌های فرهنگی با محوریت حجاب (دولت دوازدهم).
- حمایت از طرح آموزشی- عملیاتی سازمان‌های مردم‌نهاد استان‌های گلستان و خراسان جنوبی با موضوع ترویج معنویت و آموزه‌های سبک زندگی بهشت (دولت دوازدهم).

تعمیق باورها و ارزش‌های دینی

- حمایت از ۳ طرح پژوهشی «بررسی عوامل مؤثر در پایداری ارزش‌های دینی در بین زنان و دختران»، «بررسی اثربخشی الگوی آموزشی هستی‌شناسی اسلامی بر تاب‌آوری و معناداری زندگی زنان نابارور» و «بررسی نظام مسائل اجتماعی همسران و فرزندان شهیدان و ایثارگران - فاز نخست چالش‌های اجتماعی همسران جانبازان ایرانی» (دولت یازدهم).
- حمایت از تهیه پودمان‌ها و بسته‌های آموزشی از جمله بسته آموزشی حقوق و مسئولیت‌های فردی، خانوادگی و اجتماعی؛ تدوین بسته جامع سیاست‌گذاری و راهبردهای عملیاتی برای ارتقای وضعیت فرهنگی - اجتماعی و رفاهی خوابگاه‌های دانشجویان دختر؛ برنامه توانمندسازی و ارتقای سطح سلامت روانی و جسمانی؛ و برنامه آسیب‌شناسی روانی- اجتماعی دانش‌آموزان (دولت یازدهم)
- حمایت از طرح‌های آموزشی- عملیاتی سازمان‌های مردم‌نهاد «معنویت و شاداب‌سازی خانواده»، آموزش مهارت‌های زندگی با رویکرد دینی، سلسله نشست‌های «گفتمان دینی فاطمه‌شناسی»، «آموزش مهارت‌های زندگی با رویکرد قرآنی»، «نهادینه‌سازی و ترویج الگوی زندگی دینی بهشت خانواده» و «تحکیم بنیان خانواده از

- منظر قرآن کریم» در دستگاه‌های مختلف (دولت یازدهم).
- حمایت و برگزاری همایش‌ها و نشست‌های تخصصی از جمله همایش بین‌المللی بانوان قرآن‌پژوه، همایش بین‌المللی دکترین مهدویت، همایش پرواز پرستوها، همایش ریحانه انقلاب، همایش انسان عقیف، همایش اسوه‌های صبر و مقاومت، همایش ملی پوشش ایرانی- اسلامی، همایش نقش‌آفرینی زنان در حماسه آزادسازی خرمشهر، همایش بین‌المللی بانوان مروج فرهنگ رضوی، همایش نقش زنان در دفاع مقدس، مراسم بزرگداشت شهیده محبوبه دانش، سلسله نشست‌های تخصصی زن، معرفت دینی و اندیشمندان معاصر، نشست زنان ایثارگر، نشست گرامیداشت زنان و دفاع مقدس، نشست بزرگداشت حضرت معصومه (س)، نشست بیان تجارب زیسته زنان ایثارگر با حضور دو نسل انقلاب و فرزندان آن‌ها، نشست زنان ایثارگر با حضور مادران و همسران شهدا و مراسم تجلیل و تکریم از همسران شهدای مدافع حرم (دولت یازدهم).
 - حمایت و برگزاری همایش‌ها، نشست‌های تخصصی در مراکز علمی - تحقیقاتی از جمله نشست تخصصی گفت‌وگو محور بازخوانی حیات اجتماعی - اخلاقی بانو فاطمه زهرا (س)، نشست‌های بین‌نسلی با حضور معاون رئیس‌جمهور و مسئولان و دبیران کارگروه‌ها به مناسبت‌های مختلف از جمله هفته عفاف و حجاب با حضور جمعی از جوانان از طیف‌های مختلف فکری، مجلس دانش‌آموزی و جوانان خانواده‌های ایثارگران، بررسی چالش‌های پیش روی زنان و دختران شهدا و جانبازان (زنان ایثارگر)، نشست تخصصی با موضوع حماسه و ایثار و زنان ایثارگر از نگاه دوربین و قلم و کارگردانان و هنرمندان و نویسندگان و شاعران دفاع مقدس به مناسبت هفته دفاع مقدس، نشست «بیان تجارب زیسته راویان از تاریخ شفاهی، ادبیات، عکس و سینما از نقش زنان در دفاع مقدس» به مناسبت هفته دفاع مقدس

(سال ۱۳۹۹)، شرکت در نمایشگاه ملی چهلمین سالگرد هفته دفاع مقدس با موضوع «اقدامات و فعالیت‌ها و نقش زنان در ۸ سال دفاع مقدس و پس از آن»، طرح سپاس دیدار با خانواده‌های شهدا «همسران و مادران»، نشست زنان ایثارگر دهه فجر ۱۳۵۷ با حضور مادران، همسران و دختران شهدای دهه فجر انقلاب اسلامی به مناسبت مراسم بزرگداشت چهلمین سالگرد انقلاب اسلامی (دولت دوازدهم).

- ارائه بسته ۵۰ تایی نمایشگاه عکس از نقش زنان در دفاع مقدس به امور زنان برخی سازمان‌ها و اهدای کتاب‌های فاطمه، فاطمه است و من زنده‌ام (دولت دوازدهم).
- تولید ۳۰ پادکست قرآنی با موضوع‌های مربوط به زنان و خانواده (دولت دوازدهم).
- تولید ۱۵ کلیپ تصویری - گفتاری با محوریت حضرت فاطمه (س) (دولت دوازدهم).
- وینار نشست و گفت‌وگو با ایثارگران سردشتی و نمایش فیلم «سپیده‌دمی که بوی لیمو می‌داد» اثر آزاده بیزارگیتی به مناسبت بمباران سال ۱۳۶۶ در سردشت (دولت دوازدهم).
- برگزاری وینار خانواده و آموزه‌های قرآنی به مناسبت روز ازدواج حضرت علی (ع) و حضرت فاطمه (س) (دولت دوازدهم).
- تجلیل و تکریم از خانواده‌های شهدای مسیحی در مناسبت میلاد حضرت مسیح (دولت دوازدهم).
- وینار بیان تجارب زیسته زنان از تاریخ شفاهی، ادبیات، عکاسی و سینمای دفاع مقدس با حضور پژوهشگران و محققان، عکاس و کارگردان سینمای دفاع مقدس در چهلمین سالگرد آن؛ تجلیل و تکریم از خانواده‌های فرماندهان شهید به مناسبت روز فرماندهان شهید دفاع مقدس؛ وینار تخصصی روایت توانمند شدن زنان

ایثارگر؛ وینار نشست تخصصی حماسه زنان از عاشورا تاربعین با همکاری مؤسسه مطالعات زنان؛ وینار نشست تخصصی با موضوع زنان همراه با رسالت و نگاه قرآن به موضوع زنان با مشارکت و همکاری مؤسسه انتظار یار و مؤسسه مطالعات زنان به مناسبت میلاد پیامبر صلح و مهربانی حضرت محمد(ص)؛ و وینار روایتگری زنان پرستار، بهیار و امدادگر از تجارب زیسته خود در جبهه‌های حماسه‌آفرین دفاع مقدس و حریم سلامت، به مناسبت میلاد بانوی صبر و مقاومت و عشق و ایثار حضرت زینب(س) و روز پرستار (دولت دوازدهم).

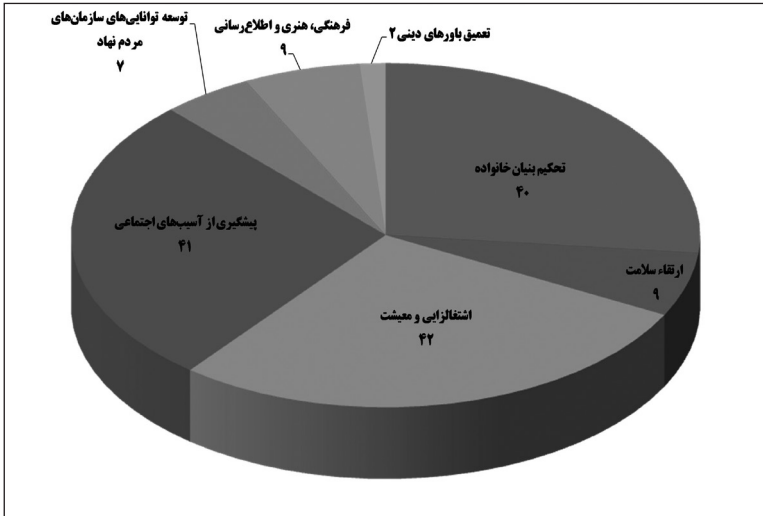
- برگزاری کنگره ۱۷,۰۰۰ زن شهید، جانباز و آزاده با مشارکت بنیاد شهید انقلاب اسلامی (دولت دوازدهم).
- اجرای طرح سامان‌دهی، تکمیل و به‌روزرسانی بانک اطلاعاتی سازمان‌های مردم‌نهاد زنان و خانواده ۳۰ استان کشور و درج اطلاعات آن برای نخستین بار در پورتال معاونت (دولت یازدهم).
- راه‌اندازی سامانه الکترونیکی بانک جامع اطلاعاتی سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه زنان و خانواده (دولت یازدهم).
- اجرای طرح توانمندسازی اقتصادی خانواده زندانیان و معدومان در دو بخش حرفه‌آموزی و اشتغال‌زایی از طریق آموزش حدود ۱۷۴۴ نفر و ایجاد فرصت شغلی برای حدود ۶۴۴ نفر با همکاری یکی از سازمان‌های مردم‌نهاد و نیز ارائه آموزش به ۱۵,۰۰۰ نفر از خانواده‌های زندانیان و معدومان در معرض خطر با هدف ارتقای سلامت روان و ارائه مشاوره خصوصی (دولت یازدهم).
- توانمندسازی اقتصادی ۳۰۰ زن سرپرست خانوار و بدسرپرست جویای کار در ۹ استان کشور با همکاری یازده سازمان مردم‌نهاد حوزه زنان و خانواده سراسر کشور (دولت یازدهم).
- ایجاد تمهیدات لازم برای گسترش فعالیت حوزه زنان و خانواده

- در قالب سمن‌ها (سازمان‌های مردم‌نهاد) و افزایش تعداد آن‌ها از ۱۶۷۷ به ۲۷۲۲ در سال ۱۳۹۶ (دولت یازدهم).
- جذب و ارتقای پایهٔ تحصیل حدود ۳۸۰ دختر بازمانده از تحصیل در استان سیستان و بلوچستان با همکاری سازمان‌های مردم‌نهاد (دولت یازدهم).
- ترویج همکاری‌های شبکه‌ای و تقویت مثلث همکاری دولت-دولت/ دولت-سمن‌ها/ سمن‌ها-سمن‌ها از طریق برگزاری ۸ نشست منطقه‌ای با حضور ۱۵۳۵ نفر از سازمان‌های مردم‌نهاد سراسر کشور (دولت یازدهم).
- حمایت از ۲۶۵ طرح مشترک معاونت با سازمان‌های مردم‌نهاد زنان و خانواده در موضوع اشتغال‌زایی و معیشت، ارتقای سلامت (جسمی، روانی، اجتماعی)، پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی، توسعهٔ توانایی‌های سازمان‌های مردم‌نهاد، موضوع‌های فرهنگی و هنری و اطلاع‌رسانی، تحکیم بنیان خانواده و تعمیق ارزش‌ها و باورهای دینی (دولت یازدهم).
- حمایت از برگزاری دو دوره طرح توان‌افزایی سازمان‌های مردم‌نهاد با رویکرد کسب‌وکار و کارآفرینی، از طریق آموزش به ۲۴۲ نماینده از سازمان‌های مردم‌نهاد ۳۱ استان سراسر کشور و تنظیم بانک اطلاعات از بانوان صاحب ایده با همکاری بنیاد توسعهٔ کارآفرینی زنان و جوانان (دولت‌های یازدهم و دوازدهم).
- برگزاری جشنوارهٔ معرفی و تجلیل از زنان صاحب کسب‌وکار و کارآفرین در مناطق محروم و کمتر برخوردار کشور در ۸ استان آذربایجان غربی، ایلام، خراسان جنوبی، خوزستان، سیستان و بلوچستان، کردستان، لرستان و هرمزگان توسط انجمن زنان مدیر کارآفرین تهران و نیز تهیهٔ بانک اطلاعات از زنان و دختران صاحب کسب‌وکار در استان‌های مذکور (دولت دوازدهم).

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۹۷

- اجرای طرح ملی توان‌افزایی زنان جویای فرصت‌های کسب‌وکار با رویکرد کارآفرینی در ۳۱ استان کشور و تنظیم بانک اطلاعات از بانوان صاحب ایده با همکاری بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان در تمامی استان‌ها (دولت دوازدهم).
 - حمایت از طرح توانمندسازی زنان روستایی و عشایر شهرستان‌های جنوب کرمان (شهرستان قلعه گنج و روستاهای رمشک، چاه داد خدا و مارز) با همکاری سازمان‌های مردم‌نهاد (دولت دوازدهم).
 - توان‌افزایی و تقویت همکاری ۱۷۰۰ نفر از نمایندگان تشکل‌های اجتماعی حوزه زنان و خانواده سراسر کشور از طریق ارائه آموزش‌های پروژه نویسی و نحوه جذب منابع مالی، از طریق برگزاری ۸ نشست منطقه‌ای با حضور ۱۲۰۰ نفر و آموزش مجازی با حضور ۱۰۰۰ نفر (دولت دوازدهم).
 - حمایت از حدود ۱۵۰ طرح تشکل اجتماعی زنان و خانواده در موضوع‌های اشتغال‌زایی و معیشت؛ ارتقای سلامت جسمی، روانی و اجتماعی؛ پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی؛ توسعه توانایی‌های سازمان‌های مردم‌نهاد؛ مسائل فرهنگی، هنری و اطلاع‌رسانی؛ تحکیم بنیان خانواده و تعمیق ارزش‌ها و باورهای دینی (دولت دوازدهم).
 - تولید ۸ فیلم مستند آموزشی از سازمان‌های مردم‌نهاد پایدار با سابقه بیش از ۳۰ سال به منظور آموزش به سایر سمن‌ها (دولت دوازدهم).
- جدول ۸۴: تعداد طرح‌های مورد حمایت معاونت از تشکل‌های اجتماعی حوزه زنان و خانواده در سال‌های ۱۳۹۶-۱۴۰۰ به تفکیک موضوع

تعداد کل	تحکیم بنیان خانواده	ارتقای سلامت	اشتغال‌زایی و معیشت	پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی	توسعه توانایی‌های سازمان‌های مردم‌نهاد	فرهنگی، هنری و اطلاع‌رسانی	تعمیق باورهای دینی
۱۵۰	۴۰	۹	۴۲	۴۱	۷	۹	۲



نمودار ۱۷: طرح‌های مورد حمایت معاونت از تشکل‌های اجتماعی حوزه زنان و خانواده طی سال‌های ۱۳۹۶-۱۴۰۰ به تفکیک موضوع

روند شاخص‌های کلان حوزه زنان و خانواده طی ۸ سال اخیر

- افزایش سن امید به زندگی زنان از ۷۴/۵ در سال ۱۳۹۲ به ۷۵/۷ در سال ۱۳۹۹.
- افزایش ۵ درصدی ازدواج و کاهش ۳ درصدی طلاق در سال ۱۳۹۹؛ در سال ۱۳۹۸ وام ازدواج از ۲۰ میلیون تومان به ۵۰ میلیون تومان رسید و به یک میلیون نفر اعطا شد.
- افزایش درصد مدیران زن دولت از ۵٪ به ۲۴٪ در سال ۱۳۹۹؛ در دولت دوازدهم ۱۷ معاون استاندار زن منصوب شدند.
- افزایش اعضای هیئت علمی زن دانشگاه‌ها از ۱۴,۸۸۶ نفر در سال ۹۰-۱۳۹۱ به ۲۴,۰۳۷ نفر در سال ۱۳۹۸؛ افزایش از ۲۵٪ به ۳۳/۳٪.
- افزایش نرخ مشارکت زنان در فناوری از ۲۲٪ به ۳۱/۵٪.
- افزایش نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۳/۳٪ در سال ۱۳۹۴ به ۱۶٪.

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۱۹۹

٪ در سال ۱۳۹۸.

- افزایش سهم زنان از وام اشتغال پایدار روستایی در سال ۱۳۹۸ به ۴۱٪.
- رشد نرخ اشتغال زنان طی ۸ سال گذشته از ۷۹/۱٪ در سال ۱۳۹۰ به ۸۲/۷٪ در سال ۱۳۹۸.
- کاهش نرخ بیکاری زنان ۱۵ ساله و بیشتر از ۲۰/۷٪ در سال ۱۳۹۵ به ۱۳/۷٪ در بهار ۱۳۹۹.
- کاهش نرخ بیکاری فارغ‌التحصیلان آموزش عالی زن از ۲۰/۷٪ به ۲۰/۵٪ در بهار ۱۳۹۹.
- افزایش تعداد زنان بیمه‌شده اجباری از ۱,۵۵۵,۷۱۰ نفر در سال ۱۳۹۲ به ۱,۸۹۱,۸۰۳ نفر با سهم ۱۹٪ در سال ۱۳۹۹.
- افزایش تعداد زنان خانه‌دار بیمه‌شده از ۴۸,۴۶۰ نفر در سال ۱۳۹۲ به ۳۰۳,۵۸۵ نفر در سال ۱۳۹۹.
- افزایش تعداد زنان تحت پوشش سازمان بهزیستی کشور از ۱۷۸,۴۰۳ نفر در سال ۱۳۹۵ به ۲۵۵,۶۹۲ نفر در سال ۱۳۹۸.
- افزایش سهم زنان از کل بیمه‌شدگان از ۱۸/۹٪ در سال ۱۳۹۲ به ۱۹/۹٪ در سال ۱۳۹۸.
- افزایش تعداد زنان عضو صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر از ۲۳۵,۶۸۵ نفر در سال ۱۳۹۵ به ۳۴۹,۲۸۸ نفر در سال ۱۳۹۹.
- کسب سهم ۱۷٪ درصدی از مدیریت شرکت‌های دانش‌بنیان توسط زنان؛ ۶۲۸ نفر در سال ۱۳۹۹.
- افزایش سهم نامزدهای زن در انتخابات شوراهای اسلامی شهر و روستا از ۴/۲٪ به ۶/۳٪.
- افزایش تعداد بخشداران زن از صفر در سال ۱۳۹۲ به ۵۲ نفر در سال ۱۳۹۸.

- افزایش تعداد دهیاران زن از ۸۸۸ نفر در دوره سوم فعالیت شوراهای اسلامی روستا به ۲۱۶۷ نفر در دوره چهارم (۱۴۴٪ رشد).
- افزایش تعداد سازمان‌های مردم‌نهاد حوزه زنان و خانواده از ۱۶۷۷ در سال ۱۳۹۲ به ۲۷۲۲ در سال ۱۳۹۶.
- ثبت ۱۷ حزب و تشکل سیاسی به دبیرکلی زنان تا سال ۱۳۹۴.
- کاهش نرخ ترک تحصیل دانش‌آموزان دختر مقطع ابتدایی از ۱/۴۲٪ در سال تحصیلی ۹۳-۱۳۹۴ به ۱/۰۳٪ در سال تحصیلی ۹۷-۱۳۹۸ و دختران متوسطه دور دوم از ۶/۰۶٪ به ۲/۱۸٪ طی همان سال‌ها.
- افزایش پوشش تحصیلی واقعی دختران ابتدایی از ۹۷/۸٪ در سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۵ به ۹۸/۲٪ در سال ۹۷-۱۳۹۸ و در مقطع متوسطه دور دوم از ۹۲/۲٪ به ۹۲/۵٪ طی همان سال‌ها.
- افزایش نرخ باسوادی زنان ۶ ساله و بیشتر در نقاط روستایی به ۷۵/۴٪ و در نقاط شهری به ۸۹٪ در سال ۱۳۹۸.
- کاهش نرخ مرگ‌ومیر مادران هنگام زایمان (در هر ۱۰,۰۰۰ تولد زنده) از ۲۰ نفر در سال ۱۳۹۴ به ۱۷/۷٪ نفر در سال ۱۳۹۷.
- رشد ۶۰ درصدی قهرمانی زنان ورزشکار سازمان‌یافته از سال ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۸.
- افزایش ۶۲ درصدی فعالیت باشگاه‌های ورزشی حوزه زنان از سال ۱۳۹۲ تا سال ۱۳۹۸.
- افزایش تعداد زنان امدادگر سازمان امداد و نجات جمعیت هلال‌احمر از ۲۹۲۴ نفر در سال ۱۳۹۵ به ۱۴,۷۳۴ نفر در سال ۱۳۹۹.
- افزایش تعداد زنان داوطلب سازمان داوطلبان جمعیت هلال‌احمر از ۱۰۹۰۹ نفر در سال ۹۵ به ۷۰۵۹۱ نفر در سال ۹۹.
- افزایش تعداد زنان آموزش‌دیده جمعیت هلال‌احمر از تعداد ۱۳,۸۳۳ نفر در سال ۱۳۹۵ به ۸۵,۳۲۵ نفر در سال ۱۳۹۹.

- افزایش ۶۸ درصدی بودجه حوزه خانواده در لایحه بودجه ۱۴۰۰ نسبت به قانون بودجه سال ۱۳۹۵:

عملکرد و اقدامات سازمان صداوسیما

با وجود اهمیت جایگاه و مأموریت‌های فرهنگی سازمان صداوسیما و گستردگی فعالیت‌ها و آثار آن‌ها و نیز تلاش‌ها و پیگیری‌های انجام‌شده، گزارشی از عملکرد این سازمان به دست نیامد؛ اما در سالنامه مرکز آمار ایران، اطلاعات مختصر زیر در دسترس بودند:

۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	
۲۲۷,۷۲۴	۲۴۱,۴۵۹	۲۴۳,۴۵۴	-	میزان تولید برنامه‌های رادیویی (ساعت)
۸۴,۷۴۷	۷۵,۴۶۲	۷۵,۷۵۳		میزان تولید برنامه‌های تلویزیونی (ساعت)

منبع: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۹

با جست‌وجوی بیشتر، از سازمان برنامه‌بودجه نیز اطلاعاتی به دست نیامد؛ اما با مرور گزارش‌های رسمی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی گزارشی با عنوان «تحلیل عملکردی سیاستی صداوسیما در مواجهه با کرونا» ملاحظه شد که تیرماه ۱۳۹۹ منتشر شده است. این گزارش را که می‌توان نوعی مطالعه موردی عملکرد رسانه ملی در مدیریت بحران‌ها و مواجهه با آسیب‌ها و بلایای جمعی دانست (در کنار وظایف اطلاع‌رسانی، آموزش و سرگرمی این سازمان)، بر عملکرد سه بخش خبری اصلی و پرمخاطب صداوسیما توجه داشته و مدعی شده است نوعی وحدت رویه سیاستی شبکه خبر با سایر بخش‌های خبری وجود دارد.

عملکرد صداوسیما را می‌توان به پنج دوره تقسیم کرد: اول، دور بودن

۱. سایر اقدامات و عملکردهای حوزه معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری مانند اقدامات حقوقی یا عملکردها در حوزه کاهش آسیب‌های اجتماعی در اینجا ارائه و مرور نشده‌اند.

خطر و انکار ورود؛ دوم، تحت کنترل بودن اوضاع؛ سوم، جدی بودن خطر، ضرورت آموزش و مشارکت عمومی؛ چهارم، امتداد خطر، کلیشه شدن آموزش و افتادن به تکرار؛ و پنجم، کاهش خطر، مدیریت‌پذیری و خروج. ادراک صداوسیما در دوره‌های اول و دوم از مخاطره، به دلیل عدم شناخت کامل کرونا و میزان ایجاد خطر ناشی از آن، بسیار پایین است و سهل‌انگاری‌هایی دارد. سرریز چالش‌های سیاسی پیشین، افزون بر برداشت‌های اشتباه و ناقص نهادهای متولی امر سلامت، مزید بر علت این عملکرد شده است. این سازمان در دوره سوم، به طور مؤثر، وارد کار ساختن ادراک عمومی از مخاطره شده و توانسته است افزون بر آموزش بهداشتی مناسب و ایجاد مشارکت همگانی در مدیریت مسئله، برنامه‌های مختلفی را به منظور پُر کردن اوقات فراغت و سرگرمی و رفع برخی از نگرانی‌های مردم تولید و پخش کند. در دوره چهارم هم با وجود اشکال‌های متعدد، در زمینه کاهش سفرهای نوروزی و سیاست در خانه ماندن مردم نقش درخور توجهی ایفا کرده است. در دوره پنجم، صداوسیما ناگزیر از پرداختن به حوزه مدیریت پیامدهای کرونا، درگیر دوگانه سلامت- معیشت شده است؛ بنابراین همه تلاش خود را به سیاست دولت برای توجه دادن به دیگر آسیب‌های این بیماری از جمله امور اقتصادی و معیشتی مردم معطوف کرده و به دنبال عقلانی نشان دادن فاصله‌گذاری اجتماعی، با وجود برخی نقایص، بوده است.

مهم‌ترین علت تغییر دوره در عملکرد صداوسیما، سرعت تغییرات و تحولات ناشی از مخاطره و ایفای نقش روابط عمومی ستاد ملی کرونا و تغییر سیاست‌های دولت در این زمینه است. موضوعی که از یک سو در هنگامه بحران دارای اهمیت و درخور توجه است و در دیگر سو، امکان مطالبه‌گری عمومی و نیازها و خواست‌های مردم را به حداقل می‌رساند؛ که به نوبه خود موجب شده است که بخشی از مدیریت رسانه‌ای مخاطره یا بحران به رقاباتی چون شبکه‌های اجتماعی و ماهواره‌های فارسی‌زبان داده شود.

هرچند خبر همچنان در صدر ارائه خدمات رسانه‌های خدمت عمومی

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۲۰۳

در مخاطرات و بحران‌ها قرار گرفته، سازمان صداوسیما تلاش‌ها و تغییرات جدی در دیگر بخش‌های غیرخبری اغلب در حوزه‌های آموزش و سرگرمی ایجاد کرده است (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، تیرماه ۱۳۹۹).

بررسی و تحلیل میزان تحقق و پیاده‌سازی اهداف نقشه مهندسی فرهنگی کشور

همچنان‌که گفته شد، برای تحلیل پیامدها و تأثیرات برنامه‌ها و فعالیت‌های دستگاه‌ها چاره‌ای جز مراجعه به داده‌های پیمایشی و نظرسنجی موجود نیست؛ چراکه خروجی نهایی فعالیت‌ها را باید به تناسب برنامه‌های مختلف در کم‌وکیف مصرف فرهنگی، ارزش‌ها و باورها و نیز ملاحظه و مشاهده و رصد نمود. برای این منظور مروری بر برخی یافته‌های در دسترس در گزارش‌های ملی خواهیم داشت؛ و باز هم باید تذکر داد که متأسفانه این داده‌ها امکان ردگیری عملکرد و تأثیرات را به تفکیک دستگاه‌ها و نهادها ندارند، چون تولید یک کالا یا محصول فرهنگی توسط چندین دستگاه انجام می‌شود و مشخص نیست که میزان مصرف یا تغییرات گرایش‌های ایجادشده در ذهنیت و باورهای عمومی تحت تأثیر کدام دستگاه خاص فرهنگی بوده و سهم یا وزن هر دستگاه در آن تغییرات به چه میزان بوده است؟ (البته اگر تغییرات معنی‌داری رخ داده باشند!)

بر این اساس، مرور اجمالی به مهم‌ترین یافته‌ها و داده‌های آخرین پیمایش ملی مصرف فرهنگی (موج سوم، ۱۳۹۹) خواهیم داشت که طی چند هفته اخیر توسط پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات اجرا و منتشر شده است. حسب داده‌های موجود، ۴۶/۶ درصد نمونه ملی (با حجم ۱۵,۵۸۵ نفر از تمامی استان‌های کشور) کتاب می‌خوانند که ۷۴/۵ درصد کتاب‌خوان‌ها، کتاب‌های غیردرسی را می‌خوانند (ص ۳۳)؛ و میانگین مطالعه کتاب نیز ۱/۵ ساعت در هفته است؛ این رقم برای اهل مطالعه ۳/۷ ساعت در هفته است. بیشترین نوع کتاب‌های مطالعه‌شده از بین ۱۲ نوع کتاب، به ترتیب کتاب‌های رمان و داستان ۳۵ درصد، معارف دینی ۲۱/۶ درصد، تخصصی

۲۰ درصد، روان‌شناسی و تربیتی ۱۹/۸ درصد و ادبیات و شعر ۱۶/۱ درصد هستند. در ضمن، حدود ۳۵ درصد کتاب‌خوان‌ها در سال بین یک تا ۵ جلد کتاب می‌خرند و میانگین کتاب‌های غیردرسی در منزل افراد اهل مطالعه ۳۴ جلد و در کل جمعیت نمونه ۲۴ جلد است (به‌جز کتاب‌های دینی). ۲۸ درصد مردم روزنامه و مجله می‌خوانند که ۴۳ درصد آن‌ها به‌صورت الکترونیکی مطالعه می‌کنند؛ و بیشترین صفحه‌های مراجعه‌شده پس از صفحه اول به‌ترتیب صفحه‌های حوادث، سیاسی، اجتماعی و سپس ورزشی و فرهنگی و اقتصادی هستند (ص ۶۳). حدود ۳۰ درصد به رادیوهای ایران گوش می‌دهند که میانگین زمان در کل نمونه ۰/۵۵ ساعت و در میان کسانی که رادیو گوش می‌دهند، ۱/۸۷ ساعت است. جالب آنکه بیشترین استقبال پس از رادیوهای محلی (استانی) به رادیوهای جوان، پیام و آواست. در ضمن، فقط ۲ درصد به رادیوهای خارجی گوش می‌دهند؛ حدود ۹۳ درصد تلویزیون ایران را نگاه می‌کنند که میانگین آن ۳ ساعت در روز است (شبکه ۳ و آی‌فیلم در اولویت هستند). ۳۲ درصد هم ماهواره تماشا می‌کنند که شبکه‌های جم، من و تو و بی‌بی‌سی در اولویت قرار دارند. ۲۳ درصد رایانه دارند و ۴۳ درصد مردم سریال‌های خانگی ایرانی فروخته‌شده را می‌بینند؛ که صدر آن‌ها سریال‌های شهرزاد، سپس قهوه تلخ و عشق ممنوعه قرار دارند. مطابق یافته‌های این گزارش، ۷۲ درصد مردم موسیقی گوش می‌دهند که میانگین زمان آن ۱/۶۳ ساعت؛ و بیشترین تمایل به‌ترتیب به موسیقی سنتی، پاپ ایرانی و محلی است. ۶۰ درصد مردم از اینترنت استفاده می‌کنند (ص ۱۵۲) که میانگین آن در میان بهره‌مندان ۲/۶۱ ساعت است؛ و بیشترین استفاده از آن برای فعالیت در شبکه‌های اجتماعی (۶۸ درصد)، چت و گفت‌وگو (۴۴ درصد) و بارگیری/دانلود موسیقی (۴۳ درصد) است. همچنین ۶۸ درصد مردم کشور تلفن همراه هوشمند دارند. در زمینه سینما، ۲۲ درصد مردم به سینما می‌روند که میانگین آن حدود ۴ بار در سال است؛ و فقط ۴/۳ درصد به تئاتر می‌روند که میانگین آن

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۲۰۵

برای تئاترورها ۲/۶ بار در سال است. ۷۲ درصد مردم در مجلس جشن و سرور مذهبی، ۷۶ درصد در مجالس روضه و عزاداری، ۵۵ درصد در جلسات دعا و ۵۵ درصد در نماز جماعت مساجد شرکت می‌کنند. ۷۴ درصد مردم به زیارتگاه‌ها و امام‌زاده‌ها می‌روند و ۶۲ درصد در منزل قرآن می‌خوانند. به‌طورکلی، ۸۲ درصد مردم بیش از دو نوع فعالیت مذهبی انجام می‌دهند. حدود ۳۰ درصد مردم به کافی‌شاپ و ۵۸ درصد به مراکز بزرگ خرید مراجعه می‌کنند. ۱۶ درصد به کنسرت موسیقی و ۲۴ درصد به نمایشگاه‌های کتاب و مطبوعات می‌روند. ۲۶ درصد مردم فعالیت‌های هنری و دستی انجام می‌دهند و ۵۰ درصد ورزش می‌کنند. میانگین زمان ورزش ۱/۷۹ ساعت در هفته در کل نمونه است. ۳۱ درصد مردم انواع بازی‌ها را انجام می‌دهند و ۵۸/۵ درصد به مسافرت می‌روند؛ مقصد حدود ۳۰ درصد سفرها مشهد و ۱۴ درصد شمال کشور است (پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۹: ۱۹-۲۸۷).

بخش دیگری از تأثیرات نهایی عملکرد دستگاه‌ها را می‌توان در باورها، ارزش‌ها و گرایش‌های شهروندان جست‌وجو کرد. از این‌رو، بی‌مناسبت نیست مروری سریع به برخی یافته‌ها و داده‌های موج سوم پیمایش و ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (۱۳۹۵) داشته باشیم. در این زمینه گفتنی است که باآنکه ارزش‌های اخلاقی دومین، همسر خوب سومین، خانواده خوب ششمین و ارزش‌های مذهبی هفتمین عامل خوشبختی به شمار می‌آیند، بیشترین دغدغه و نگرانی مردم همواره مسائل اقتصادی است و کم‌رنگ شدن ارزش‌ها در انتهای جدول نگرانی‌های عمومی قرار دارد. میانگین سن ازدواج برای پسران از نظر مردم ایران ۲۵/۶ سال و برای دختران ۲۱/۲ سال است. ۲۴ درصد با معاشرت و دوستی دختر و پسر موافق و ۶۳ درصد مخالف و ۱۲ درصد بی‌نظر هستند. ۹۱ درصد با زندگی دختر و پسر بدون ازدواج رسمی و قانونی مخالف‌اند. ۶۸ درصد مردم معتقدند در ۵ سال آینده، صفات اخلاقی منفی بیشتر می‌شود و فقط ۱۱ درصد بر آن هستند که در این بازه زمانی،

صفات مثبت اخلاقی بیشتر خواهد شد. اعتقاد به برخی باورهای دینی مثل توکل به خدا در حد ۹۰ درصد، احساس نزدیکی به خدا ۷۹ درصد، اعتقاد به آخرت ۸۷ درصد، امر به معروف و نهی از منکر ۷۰ درصد، ارادت به ائمه اطهار ۸۸ درصد است؛ و پایبندی حدود ۴۰ درصد به نماز خواندن در حد زیاد و خیلی زیاد است و ۵۸/۵ درصد مردم همیشه و ۲۰ درصد اکثر اوقات نماز می‌خوانند. همچنین ۵۱ درصد همیشه و ۲۲ درصد اکثر اوقات روزه می‌گیرند. ۲۶ درصد همیشه یا اکثر اوقات در نماز جماعت شرکت می‌کنند. ۲۸ درصد هم همیشه یا اکثر اوقات در مسجد حضور می‌یابند. ۲۳ درصد مردم با حجاب اجباری مخالف هستند، ۲۵ درصد نظر ممتنع دارند و حدود ۵۲ درصد موافق آن هستند. در ضمن، ۱۸ درصد با برگزاری مهمانی‌های مختلط، ۲۸ درصد با تماشای موسیقی همراه با رقص و ۱۱ درصد با بدحجابی خانم‌ها مشکلی ندارند؛ و بخش چشمگیری هم با آنکه مخالف این اعمال هستند، کاری علیه آن‌ها نمی‌کنند.

در زمینه آزادی‌های فرهنگی اجتماعی حدود ۵۰ درصد افراد به‌طور میانگین احساس آزادی زیاد و خیلی زیاد دارند؛ ۲۷ تا ۳۴ درصد تاحدودی احساس آزادی می‌کنند؛ و بین ۱۵ تا ۲۰ درصد احساس آزادی کم و خیلی کمی دارند. میزان خودگرایی و خودخواهی افراد جامعه ۱۸ درصد کامل و ۱۸ درصد تاحدودی است. از مهم‌ترین شاخص‌های نهایی در سیاست‌گذاری فرهنگی حس وفاداری ملی است. در این زمینه ۱۷ درصد اعتقاد کم و خیلی کم، ۲۸ درصد تاحدودی و ۵۵ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد وفاداری مردم را به کشور تصور می‌کنند. همچنین در خصوص هویت ملی، حدود ۱۸ درصد تمایل دارند در کشوری به غیر از ایران زندگی کنند (مقدار این آمار در شهرهای مرکز استان ۲۵ درصد است). گرایش به ابعاد مختلف هویت ملی نیز بین ۸۰ تا ۸۵ درصد و گرایش به هویت انقلابی به میزان بین ۶۵ تا ۷۰ درصد قرار دارد. یک شاخص مهم دیگر توان صحبت کردن به زبان فارسی است که حدود ۱۳ درصد کم و خیلی کم و ۲۷ درصد در حد متوسط توانایی

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۲۰۷

آن را دارند؛ که بیشترین آن در استان آذربایجان شرقی (حدود ۲۷ درصد) سپس استان سیستان و بلوچستان (۲۵/۵ درصد) است.

در زمینه گروه‌های مرجع، ۳۸ درصد نظرات خانواده، ۱۳ درصد علما و روحانیان، ۱۱ درصد مراجع تقلید، ۷ درصد استادان دانشگاه‌ها، ۱/۳ درصد معلمان، ۰/۰۶ درصد هنرمندان، ۰/۰۶ درصد ورزشکاران و ۵ درصد دوستان را مهم می‌دانند.

در خصوص هنجارهای شغلی، حدود ۴۸ درصد معتقدند مردم هنجارها را رعایت نمی‌کنند (فقط ۱۳ درصد سایرین را مقید می‌دانند). ۴۴ درصد معتقدند مردم به قانون و مقررات بی‌اعتنا هستند و فقط ۱۶ درصد رعایت می‌کنند (دفتر طرح‌های ملی و مرکز رصد اجتماعی، ۱۳۹۵).

در ادامه و با توجه به اهمیت وضعیت خانواده و نیز در دسترس بودن آمارهای معتبر ملی، مروری بر شرایط این نهاد در جامعه ایران خواهیم داشت. بر اساس داده‌های پیمایش ملی خانواده در سال ۱۳۹۸ که با حجم نمونه ۵۰۳۶ نفر در تمام استان‌های کشور اجرا شده است، حدود ۱۱/۵ درصد اصلاً تلویزیون‌های داخلی را نمی‌بینند؛ ۲۱ درصد هم تا ۱ ساعت، ۲۴ درصد از یک تا حدود ۲ ساعت و بقیه بیشتر از ۲ ساعت نگاه می‌کنند. همچنین ۴۰ درصد مردم ماهواره می‌بینند و ۵۶ درصد از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. ۷۵ درصد مردم اوقات فراغت خود را با خانواده سپری می‌کنند. بین ۷۰ تا ۸۰ درصد با ازدواج موافق و نگرش مثبتی نسبت به آن دارند. ۳۲ درصد به رابطه دوستی قبل از ازدواج نگرش موافق و خیلی موافق دارند. حدود ۱۰ درصد با زندگی دختر و پسر قبل از ازدواج موافق هستند، ۶ درصد بی‌تفاوت و ۸۰ درصد مخالف‌اند. ۸/۵ درصد با رابطه جنسی زنی که هرگز ازدواج نکرده، موافق، ۶ درصد ممتنع و بقیه مخالف‌اند. در ضمن، ۲۰ درصد هم ازدواج را چندان مهم و مفید نمی‌دانند و ۱۴ درصد آن را مانع پیشرفت تلقی می‌کنند. ۲۴ درصد اهمیتی برای برگزاری مراسم ازدواج قائل نیستند و ۳۲ درصد در حد متوسط با این مراسم موافق‌اند. حدود ۵۰ درصد

مردم معتقدند رابطه‌شان با همسرانشان طی ۵ سال گذشته بهتر شده، ۴۰ درصد فرقی نکرده و ۱۰ درصد هم معتقدند بدتر شده است. طبق یافته‌های این پیمایش، رابطه اکثریت قریب به اتفاق مردم با پدران و مادرانشان خوب و خیلی خوب است؛ و میزان معاشرت با برادران و خواهران ۶۲ درصد، با فامیل ۳۵ درصد، با همسایگان ۱۶ درصد و با دوستان ۲۷/۵ درصد است. در ضمن، ۷۳ درصد با خواهران و برادرانشان رابطه صمیمی دارند.

از نظر اعتقادات خانوادگی نیز ۶۹ درصد به شدت معتقدند خیانت در خانواده‌ها افزایش یافته است؛ ۶۵ درصد با رواج دروغ گفتن و ۴۹ درصد با شیوع پنهان کاری در خانواده‌ها موافق هستند. بین ۳۲ تا ۳۹ درصد افراد ۱۵ تا ۴۹ ساله با فرزندآوری مخالف‌اند. قابل ذکر است که ۶۸ درصد به دلیل نگرانی از آینده فرزندان، ۲۶/۵ درصد به خاطر تفریح، ۶۲ درصد به خاطر سخت بودن تربیت بچه‌ها، ۵۳ درصد به دلیل اقتصادی و ۵۳ درصد به دلیل مخالفت با افزایش تعداد فرزندان تمایلی به بچه دار شدن ندارند. در واقع، دلایل فرهنگی مهم‌ترین مانع فرزندآوری هستند. در خصوص راه‌حل‌های ارضای نیاز جنسی جوانان، ۵۱ درصد با خویشتن داری تا فراهم شدن شرایط ازدواج موافق‌اند؛ و ۲۶ درصد عقد بدون زندگی مشترک، ۶/۶ درصد ازدواج موقت، ۱/۲ درصد هم‌خانگی و ۷ درصد داشتن دوست از جنس مخالف را پیشنهاد می‌کنند. در مجموع، بین ۳۰ تا ۴۰ درصد جامعه موافق طلاق هستند و آن را یک راه‌حل در شرایط ضروری می‌دانند. در پایان این گزارش، آماری از برخی رفتارهای ضد فرهنگی ارائه شده که کمابیش درخور توجه است؛ از جمله اینکه ۳/۶ درصد مواد مخدر و ۸/۳ مشروبات الکلی مصرف می‌کنند، ۴/۸ درصد روابط جنسی خارج از خانواده دارند، ۸ درصد فیلم‌های غیراخلاقی تماشا می‌کنند، ۳/۵ درصد رشوه می‌پردازند، ۲/۱ درصد سابقه زندانی شدن و ۵/۷ درصد فکر خودکشی در سر دارند. همچنین ۱۰ درصد هم سابقه زدو خورد و درگیری دارند (جهاد دانشگاهی، ۱۳۹۸).

در انتها لازم است به برخی یافته‌های گزارش سنجش سرمایه اجتماعی

کشور نیز اشاره شود. این پیمایش با حجم نمونه در سال ۱۳۹۴ توسط دفتر طرح‌های ملی و مرکز رصد اجتماعی وزارت کشور اجرا شده است. نتایج حاکی از آن است که حدود ۱۷ درصد زیاد و خیلی زیاد و ۳۳ درصد کم و خیلی کم به دیگران اعتماد دارند. میزان دروغ‌گویی ۵۷ درصد، تظاهر و دورویی ۵۷ درصد فریب و تقلب ۵۶ درصد، خودخواهی ۵۴ درصد، در حد زیاد و خیلی زیاد است؛ و میزان گذشت هم ۴۸ درصد کم و خیلی کم و احترام به دیگران ۳۵/۵ درصد، رعایت حقوق دیگران ۴۴ درصد، وجدان کاری ۵۰ درصد و وفای عهد ۳۴ درصد کم و خیلی کم گزارش شده است. متأسفانه مقادیر زیاد و خیلی زیاد صفات اخلاقی مثبت اغلب زیر ۱۵ درصد بوده‌اند. شعاع اعتماد هم بیشتر در سطح خانواده و اندکی در همسایگان و آشنایان است؛ اما اعتماد به غریبه‌ها بسیار ناچیز است. میزان مدارا نسبت به دیگران ۳۱ درصد زیاد، ۵۳ درصد متوسط و ۱۵ درصد کم است. ۲۳ درصد هم تمایل زیادی برای مهاجرت به خارج از کشور دارند. نتیجه کلی این گزارش آن است که سرمایه اجتماعی در هر سه سطح کلان، میانی و خرد زیر حد میانگین قرار دارد.

حل مسائل فرهنگی و رفع نیازها و دغدغه‌های مخاطبان و مردم توسط سازمان‌های فرهنگی

یک انتظار مشروع از ساختارها و سازمان‌های فرهنگی کشور، تلاش برای حل یا مدیریت مسئله‌های پیش روی کشور، مردم و نظام در حوزه فرهنگ است؛ که البته این مهم در پرتو و متعاقب شناسایی و فهم مسائل فرهنگی خواهد بود؛ یعنی فهم، درک و شناسایی مسئله مقدم و یا حتی مهم‌تر از حل مسئله است (فاضلی، ۱۳۹۹). متأسفانه در این زمینه، سیاهه یا فهرستی از مسئله‌ها وجود ندارد و اضافه بر آن، انواع مسائل در حوزه‌های مختلف فرهنگی مثل هنر، تعلیم و تربیت، رسانه، اطلاعات و ارتباطات، اخلاق و... روشن نیستند. همین‌طور مسائل موجود در حوزه‌های سازمانی و اداری فرهنگ هم واضح

نیستند؛ اما در برخی اسناد بالادستی از جمله نقشه مهندسی فرهنگی کشور، برخی مسائل شناسایی و ارائه شده‌اند. در نقشه مهندسی فرهنگی کشور بند «اولویت‌های فرهنگی» گنجانده شده است که شامل موضوع‌ها، مسائل و چالش‌های اساسی است؛ اولویت‌هایی که ناظر به ارزش‌ها، الگوهای رفتاری، محصولات و نهادهای فرهنگی کشور در سطوح فرهنگ ملی (اسلامی- ایرانی) عمومی و حرفه‌ای هستند. این اولویت‌ها، متأسفانه، بسیار کلی و بدون ویژگی‌های مسئله‌شناسی هستند؛ اما به‌طور اجمالی می‌توانند حوزه‌های مسئله را بیان کنند. این مسائل در ده بند به شرح زیر بیان شده‌اند:

۱) هویت اسلامی- ایرانی و انقلابی؛ ۲) نهاد خانواده و جمعیت (تسهیل ازدواج، کاهش طلاق و جمعیت مطلوب)؛ ۳) سبک زندگی ایرانی- اسلامی (عفاف و حجاب، معماری و شهرسازی، صلۀ رحم و...)؛ ۴) اخلاق و فرهنگ عمومی (صداقت و راست‌گویی، تعاون، اعتماد اجتماعی، انضباط، قانون‌گرایی، وجدان‌کار، اسراف، تجمل‌گرایی، رباخواری، وحدت ملی، سلامت اداری، مشارکت عمومی، عدالت اجتماعی، استقلال و آزادی‌های مشروع)؛ ۵) هنر (محصولات چندرسانه‌ای و تربیت هنرمندان متعهد)؛ ۶) تولید قدرت نرم و تولید سرمایه‌ها؛ ۷) اطلاعات، ارتباطات و رسانه (تقویت محتوا و مصونیت‌بخشی، توسعه زیرساخت‌ها)؛ ۸) تعامل منطقه‌ای و جهانی (گفتمان‌سازی برای تمدن اسلامی و مقابله با نظام سلطه)؛ ۹) نظام فرهنگی فراگیر و کارآمد (سامان‌دهی جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی و...)؛ و ۱۰) محصولات و صنایع فرهنگی (توسعه محصولات چندرسانه‌ای).

اما در یک نگاه انضمامی‌تر برای شناسایی مسائل عینی پیش رو در هر کدام از دستگاه‌ها و نهادهای فرهنگی، می‌توان به اولویت‌های ارائه‌شده توسط دولت و وزیران فرهنگی اشاره داشت. برای مثال، دولت دوازدهم در حوزه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۱۴ مسئله (اولویت تخصصی) شامل تقویت فرهنگ دینی، افزایش مشارکت بخش خصوصی و مردمی، افزایش حضور ایران در بازار محصولات و آثار و رویدادهای جهانی، نقش‌آفرینی در

فضای مجازی، توسعه دیپلماسی فرهنگی، حمایت از حقوق مؤلفان، تقویت اقتصاد فرهنگ و هنر، ارتقای امنیت سرمایه‌گذاری، استقرار نظام ارزشیابی فعالیت‌ها و اقدامات فرهنگی دولت و بخش عمومی غیردولتی را بیان کرده است. وزیر وقت فرهنگ و ارشاد اسلامی (سید عباس صالحی) نیز در هنگام تصدی مسئولیت وزارت ۱۴ مسئله مشخص را ارائه و برای هر کدام نیز هدف و برنامه خاصی را پیش‌بینی کرده است. برای مثال، ایران‌هراسی و شیعه‌هراسی در منطقه و جهان یا پایین بودن تقاضای فرهنگی و سهم اندک و نابرابر سرانه مصرف فرهنگی و یا نبود گفت‌وگوی سازنده و مستمر و همگانی میان کنشگران عرصه هنر، اندیشه و فرهنگ به‌عنوان «مسائل» بیان شده‌اند. به همین‌سان، دولت دوازدهم در حوزه وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی یک مجموعه اولویت‌ها (مسائل) اختصاصی (مثل بازاریابی جاذبه‌های گردشگری، توسعه زیرساخت‌ها و...) را مشخص کرده است (۲۱ مسئله). وزیر وقت این وزارتخانه (مهندس مونس‌ان) در سال ۱۳۹۶ نیز چالش‌ها و مسائل این دستگاه را در سه حوزه میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی به تفصیل ارائه و در برنامه کاری خود قرار داده است؛ برای مثال، رونق گردشگری دریایی و مذهبی، حمایت از فعالیت‌های خلاقانه در صنایع دستی و افزایش حساسیت مراجع قضایی نسبت به آثار میراثی به‌عنوان مسئله (راهبرد) بیان شده‌اند. بر همین منوال، در وزارتخانه‌های ورزش و جوانان، آموزش و پرورش، علوم، تحقیقات و فناوری و سایر دستگاه‌های فرهنگی وابسته به دولت (قوه مجریه) نیز این شیوه مسئله‌یابی انجام و اجرا شده است. ضمن آنکه می‌توان به تکالیف و وظایفی که بر اساس برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور به دستگاه‌های فرهنگی واگذار شده است هم به‌عنوان مسئله اشاره کرد. برای مثال، برنامه ششم برای وزارت ورزش و جوانان تکالیفی مثل تقسیم درآمدهای تبلیغاتی پخش مسابقات ورزشی، ترویج ازدواج موفق و پایدار و آسان، کاهش نرخ طلاق به میزان ۲۰ درصد از سال پایه، ایجاد زیرساخت‌های ورزشی، توسعه ورزش

بانوان و... را تعریف کرده است. اما مشکل در بررسی توانایی و اقدامات این دستگاه‌ها برای حل مسئله‌ها، مفصل بودن و گسترده بودن آن‌هاست؛ چراکه با افزایش کمی مسائل، موضوع‌ها و مأموریت‌های دستگاه‌ها (به‌عنوان اولویت‌های کاری یا هر عنوانی دیگر) عملاً دستگاه و نهاد در دوره‌های مشخص مدیریتی (مثلاً دوره‌های ۴ ساله یا کمتر وزارت و دولت) از عهده حل همه آن‌ها برنخواهد آمد و عملاً گرهی جدی و اساسی از مسائل فرهنگی کشور گشوده نمی‌شود. بنابراین نبود اولویت‌های ملی در سطح دستگاه‌های فرهنگی و تعدد مسائل خود یک مشکل اساسی به نظر می‌رسد. برای مثال عینی، همه دستگاه‌های فرهنگی برای مراسم راهپیمایی اربعین حسینی وظایف و اقدامات گسترده‌ای را انجام می‌دهند؛ درحالی‌که، در مقام مقایسه، این سازمان‌دهی، پیگیری و انسجام در حوزه تسهیل ازدواج جوانان عملاً مشاهده نمی‌شود. این در حالی است که همه دستگاه‌ها در هر دو این حوزه‌ها (به‌عنوان ۲ نمونه) درگیری و اهتمام نسبی دارند و اقداماتی را انجام می‌دهند. در واقع، سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها در دستگاه‌های فرهنگی کشور برای حل مسئله (با رویکرد مسئله‌محوری) انجام نمی‌شوند؛ و این به دلیل تنوع و گستردگی موضوع‌های کاری مدیران ارشد دستگاه‌هاست. از سویی دیگر، اصل اساسی در حل مسئله، لزوم هماهنگی و تشریک مساعی و همکاری دستگاه‌ها با همدیگر با یک تفکر ماتریسی است (حاجیانی، ۱۳۹۱، فصل سوم). به عبارت دیگر، یک تقسیم‌کار تخصصی و ملی بین همه دستگاه‌ها باید به وجود آید تا یک مسئله اندکی مدیریت برطرف شود؛ درحالی‌که می‌دانیم اصولاً در فرهنگ سازمانی کشورمان این نوع هماهنگی ضعیف است. افزون بر این‌ها، حل و فصل مشکلات فرهنگی مانند آنچه در بالا به‌عنوان مثال ذکر شد، به ابزارها و منابع فراوان نیاز دارد که به‌لحاظ فنی (تکنیکی) و اقتصادی، مالی و بودجه‌ای دستگاه‌ها با محدودیت جدی مواجه هستند و جز با حضور بخش خصوصی و نهادهای مدنی حل نمی‌شوند؛ که البته نظام دولتی و رسمی هم فاقد بنیه لازم برای جلب مشارکت‌ها هستند.

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۲۱۳

در زمینه حل مسئله‌های فرهنگی و رفع نیازهای مخاطبان و مردم، داده‌ها و یافته‌های شفاف و تعمیم‌پذیری وجود ندارند؛ چون نه سیاه‌های از مسائل از سوی نهادهای بالادستی ارائه شده است و نه محققان داده‌هایی خاص این شاخص تولید کرده‌اند. به این سبب، به برخی داده‌های مهم پیمایشی مراجعه می‌شود که می‌توانند اندکی ما را به رصد و توصیف وضعیت موجود نزدیک کنند. برای مثال، کیفیت پنداشت مردم از موفقیت نظام در حل مشکل قانون‌گریزی به‌عنوان یک معضل مهم فرهنگی در اینجا قابل ذکر است. بر اساس داده‌های طرح ملی سنجش سرمایه اجتماعی کشور، در سال ۱۳۹۴، این عملکرد به میزان حدود ۵۰ درصد کم و خیلی کم، ۳۶ درصد تاحدودی و فقط ۱۵ درصد زیاد و خیلی زیاد ارزیابی می‌شود که نشان می‌دهد در مجموع، عملکرد مثبتی تلقی نمی‌شود. برای ارزیابی نهادهای فرهنگی، در این طرح در خصوص میزان موفقیت نهادها(ی فرهنگی) در انجام دادن وظایفشان سؤال‌هایی پرسیده شده است. در این زمینه، عملکرد سازمان‌های دینی به ۲۴ درصد کم و خیلی کم، ۳۸ درصد تاحدودی و ۳۸ درصد زیاد و خیلی زیاد ارزیابی شده است. عملکرد آموزش و پرورش ۲۵ درصد کم و خیلی کم، ۴۰ درصد تاحدودی و ۳۵ درصد زیاد و خیلی زیاد ارزیابی شده است. عملکرد رسانه‌ها نیز ۲۵ درصد کم و خیلی کم، ۳۸ درصد متوسط و ۳۷ درصد زیاد و خیلی زیاد ارزیابی شده است. در مقام مقایسه، عملکرد این ۳ نهاد فرهنگی نسبت به سایر نهادهای اقتصادی و سیاسی مفیدتر و مؤثرتر ارزیابی شده است، اما در مجموعه عملکرد نهادهای فرهنگی چندان مثبت تلقی نمی‌شود. در همین پیمایش و در سؤال دیگر، میزان اعتماد مردم به برخی سازمان‌ها (۳۲ سازمان) پرس و جو شده است که در نسبت ارزیابی مثبت به منفی، صداوسیما در رتبه ۵ و قابل قبول، مدارس در رتبه یک اعتماد و دانشگاه‌ها در رتبه ۴ از میان این ۳۲ سازمان اقتصادی قرار گرفته‌اند؛ که حاکی از اعتماد عمومی قابل قبول مردم به این نهادهاست. برای مثال، بیش از ۵۰ درصد مردم اعتماد زیاد و خیلی زیادی به مدارس دارند.

در یک پرسش دیگر، محققان به ارزیابی کیفیت خدمات برخی سازمان‌ها توجه داشته و ۲۰ سازمان را به قضاوت عمومی گذاشته‌اند؛ که در این زمینه نیز مدارس بالاترین میزان کیفیت خدمات‌رسانی را داشته‌اند (رتبه اول)، در مرحله بعد صداوسیما با رتبه ۱۹ و سپس دانشگاه‌ها با رتبه ۱۵ قرار داشته‌اند. در این گزارش، عملکرد و پاسخ‌گویی فعلی سازمان‌ها با نیازهای مردم نیز مورد بررسی قرار گرفته است و ۱۸ سازمان فرهنگی، سیاسی و اقتصادی مقایسه شده‌اند. در این زمینه نیز مدارس دارای بالاترین رتبه پاسخ‌گویی (رتبه ۱۸)، صداوسیما رتبه ۱۷ و دانشگاه‌ها رتبه ۱۳ را به خود اختصاص داده‌اند؛ و درحالی‌که نمره میانگین کل همه ۱۸ نهاد پایین‌تر از میانگین بوده، نمره این ۳ نهاد فرهنگی بسیار بالاتر از میانگین قرار گرفته است. برای تحلیل بیشتر می‌توان به یک یافته دیگر این گزارش نیز ارجاع داد و آن آمادگی مشارکت و کمک مردم به برخی سازمان‌ها در صورت نیاز است؛ که در این مورد ۱۶ سازمان فرهنگی، خدماتی (امدادی)، اقتصادی و سیاسی به پاسخ‌گویان ارائه شده‌اند. بدیهی است رتبه‌های اول تا دوم به هلال‌احمر و سازمان بهزیستی و انجمن‌های خیریه می‌رسد؛ سپس کمیته امداد امام خمینی (ره) و بیمارستان‌ها و درمانگاه‌ها قرار می‌گیرند؛ اما رتبه ۶ به مدارس، رتبه ۹ به دانشگاه‌ها و رتبه ۱۰ به حوزه‌های علمیه تعلق گرفته است که نشان می‌دهد مدارس و دانشگاه‌ها مورد وثوق جامعه ایرانی هستند. البته نکته مهم و درخور توجه آنکه در مجموع، میزان آمادگی برای مشارکت با این سازمان‌ها در حد پایین‌تر از میانگین است که گویای آن است عملکرد نهادهای فرهنگی برای جلب مشارکت‌های داوطلبانه، خیریه و امدادی ضعیف است.

هرچند اعتماد به گروه‌های مختلف شغلی و حرفه‌ای گویای نگرش مردم به سازمان‌ها و نهادها نمی‌تواند باشد، به دلیل کمی داده‌ها، بررسی میزان اعتماد تعمیم‌یافته به برخی اصناف و گروه‌های شغلی به‌عنوان کارگزاران یا نهادهای سازمانی می‌تواند مورد توجه قرار گیرد و در تحلیل‌ها از آن بهره برد. به این منظور اشاره‌ای اجمالی به میزان اعتماد تعمیم‌یافته مردم به ۱۳ گروه شغلی و صنفی می‌شود که طی پرسشی در پیمایش ملی سرمایه

فصل چهارم: وضعیت و شرایط سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی | ۲۱۵

اجتماعی در سال ۱۳۹۴ مطرح شده است. بر اساس داده‌های به‌دست‌آمده مشخص شده است که معلمان دارای بالاترین میزان اعتماد هستند و پس از آن‌ها، استادان دانشگاه، پزشکان، مأموران انتظامی و امنیتی و روحانیان قرار می‌گیرند. قضات رتبه ششم، اعضای هیئت‌دولت رتبه هفتم، روزنامه‌نگارها (مطبوعاتی‌ها) رتبه هشتم و مشاغل مهندسی و فنی و تولیدی در رتبه‌های بعدی قرار می‌گیرند. درضمن، رتبه‌بندی میزان دگرخواهی، وظیفه‌شناسی و پرهیزگاری نیز به‌ترتیب معلمان، پلیس، استادان دانشگاه، مأموران امنیتی، روحانیان، پزشکان، قضات، روزنامه‌نگاران، اعضای هیئت‌دولت و سپس بقیه مشاغل بوده است که نشان می‌دهد باز هم معلمان و استادان دانشگاه به‌عنوان نماد آموزش و پرورش و دانشگاه دو سازمان مورد اقبال مردم هستند. چنان‌که سنجش میزان عام‌گرایی مشاغل و اصناف سیزده‌گانه (از حیث برخورد یکسان و عادلانه با مراجعه‌کنندگان) نیز نشان می‌دهد پلیس، معلمان و استادان دانشگاه در رتبه‌های اول تا سوم قرار دارند؛ و روحانیان، مأموران امنیتی، پزشکان، قضات و سایر اصناف پس از آن‌ها قرار می‌گیرند (دفتر طرح‌های ملی و شورای اجتماعی کشور، ۱۳۹۴).

فصل پنجم: جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

اکنون در مقام یک توصیف‌جامع از وضعیت کنونی (جاری) دستگاه‌ها و نهادهای فرهنگی کشور و مطابق با چارچوب مفهومی طراحی شده برای رصد وضعیت این مؤسسات، به مهم‌ترین گزاره‌های مورد اجماع محققان، نویسندگان، مدیران ارشد، اتاق فکرها و مجامع سیاست‌گذاری می‌پردازیم و در پرتو آن به برخی راهبردها و توصیه‌ها برای ارتقای خط‌مشی‌ها و سیاست‌های فرهنگی در جهت اجرای نقشه جامع مهندسی فرهنگی کشور (در ارتباط با دستگاه‌ها و نهادها) اشاره می‌شود.

ارزیابی وضعیت درونی سازمان‌های فرهنگی کشور (بعد کارایی)

- نظام خط‌مشی‌گذاری فرهنگی بسیار ضعیف، نامنسجم، در اندک موارد از بالا و پایین و در موارد زیادی به هم ریخته است.
- محتوا و مضمون سیاست‌ها و مسئله‌ها (یا اولویت‌ها) در کثیری از موارد با دینامیسم‌های فرهنگی و امور روزمره فرهنگی - اجتماعی ناهمخوانی دارد؛ و بدتر آنکه متولیان نهادهای فرهنگی از درک این

ناهمخوانی غافل‌اند یا خود را به تغافل می‌زنند. هرچند رویه کلی فرهنگی نظام احترام به اهل تنوع است، پاره‌ای افراط‌خواهی‌ها که در نهادهای رسانه‌ای - هنری لانه‌گزیده‌اند، این سیاست اصولی نظام را تخطئه می‌کنند.

- سیاست‌ها و خط‌مشی‌ها کمتر مبتنی بر آینده‌پژوهی و درک تحولات پیش رو هستند و از این‌رو از رویکرد تدریجی و فرصت‌طلبانه برخوردار نیستند؛ دستگاه‌های فرهنگی فاقد رویکردهای تحول‌گرا و به‌روز هستند.
- توجه به اسناد بالادستی و به‌ویژه نقشه مهندسی فرهنگی کشور در دستگاه‌ها کمتر مشاهده شده است.
- مخاطب‌شناسی مستمر (عموم مخاطبان یا مخاطبان خاص هر دستگاه، نهاد یا سازمان) و نیازسنجی مشتریان بسیار ضعیف است.
- نبود نظام آماری منسجم و عدم دسترسی به اطلاعات.
- دستگاه‌های فرهنگی کشور به‌شدت تحت تأثیر شرایط سیاسی - جناحی قرار دارند و فاقد استقلال در سیاست‌ها، راهبردها و برنامه‌های خود در راستای اهداف درازمدت انقلاب اسلامی هستند.
- دستگاه‌ها و نهادها دارای عرض و طول سازمانی زیاد شده‌اند و فاقد چالاکی و چابکی و تحرک و انعطاف سازمانی لازم برای هماهنگی با شرایط هستند. دغدغه اصلی آن‌ها افزایش بودجه از منابع نفتی و به‌تازگی دلاری است (نک. گزارش مستمع، ۱۳۹۹: ۳۸-۴۱)؛ یعنی نوعی فرهنگ نفتی (دولتی) بر آن‌ها حاکم شده است؛ و از این‌رو، فضا را برای هر نوع نهاد مدنی تنگ می‌کنند و در حال رقابتی مستمر برای گرفتن بودجه از دولت در قالب جدول‌ها (ی ۱۷ گانه سابق، ۷ گانه کنونی و یا شماره‌های بعدی!) هستند تا بدین وسیله، مدیران مؤسسات فرهنگی به همدیگر پز بدهند.
- حجم و انباشت نیروی انسانی غیرمتخصص در سازمان‌های فرهنگی

ایرانی (نسبت به نیروهای خلاق) زیاد است.

- هیچ‌گونه ارزیابی روشنی از عملکرد بودجه‌ها و منابع تخصیص‌یافته به حوزه فرهنگ (از نظر هزینه- فایده) وجود ندارد. شاید اگر دولت اعتبارات موجود را به بخش‌های غیردولتی پرداخت می‌کرد و انواع رسانه‌ها و جشنواره‌های گلخانه‌ای و انکوباتوری (مثل سینمای معناگرا و یا انواع شبکه‌های تلویزیونی) را به جریان‌های اصیل فرهنگی واگذار می‌کرد، توفیقات بیشتری نصیب می‌شد.
- دستگاه‌های فرهنگی، به‌خصوص دستگاه‌های خارج از حوزه دولت، زیر بار هیچ‌گونه نظارت جدی و ملموسی نمی‌روند و فقط نظارت خودشان بر خودشان را به رسمیت می‌شناسند.
- تناسبی میان (مأموریت‌های ذاتی) نهادهای فرهنگی با حجم سازمانی آن‌ها وجود ندارد. برای مثال، در حوزه ادبیات داستانی بیش از سی نهاد حمایتی از سوی دولت وجود دارند که در مجموع ۲۰۰ کارمند تمام‌وقت دارند که اگر در یک نقطه متمرکز شوند، می‌توانند یک برج پانزده طبقه را اشغال کنند؛ درحالی‌که داستان‌نویسان کشور این قدر نیستند؛ یعنی به ازای هر نویسنده واقعی دو کارمند به‌صورت مستقیم برای حمایت از آن‌ها از دولت حقوق می‌گیرند (امیرخانی، ۱۳۹۶: ۸۸).
- عدم تناسب قابلیت کار ظرفیت تخصصی و حرفه‌ای دستگاه‌های فرهنگی کشور با انتظارات و مأموریت‌های نظام از آن‌ها.
- دستگاه‌های فرهنگی فاقد نگاه تعاملی بین‌المللی هستند و به بهانه محدودیت‌های بودجه‌ای و زبانی، توجهی به مخاطب بین‌المللی ندارند. فرهنگ مانع نفوذ ایران در بازارهای جهانی و کسب جایگاه جهانی برای هنر ایران شده است (ستاری، به نقل از فاضلی، ۱۳۹۹: ۱۱۰).
- این دستگاه‌ها، در عمل، نگاه سطحی به فناوری‌های جدید ارتباطی

و اطلاعاتی دارند و به دلیل ضعف در نیروهای مبدع و خلاق، هنوز فناوری‌های صنایع خلاق یا نرم به درون آن‌ها راه نیافته‌اند.

- ضعف در هدف‌گذاری، آینده‌پردازی، تصویرپردازی و طراحی الگوی مطلوب و تقلیل یا خلط آن با برنامه‌ریزی فرهنگی در بیشتر دستگاه‌های فرهنگی دیده می‌شود.

- رواج توأمان ۴ نگاه توسعه‌ای، ایدئولوژیک، ملی‌گرایانه و مکانیکی به سیاست‌ها، نهادها و سازمان‌های فرهنگی کشور و حاکمیت دو گفتمان اصلی انقلابی- سنتی و توسعه‌ای- لیبرال که در هر دو این رویکردها همگون‌سازی ویژگی اصلی است؛ و از این‌رو، تکثر فرهنگی به حاشیه رانده شده است و تفاوت‌های فرهنگی تهدیدپذیری شده‌اند (صدیق سروستانی و زائری، ۱۳۸۹).

- ابهام و سردرگمی دستگاه‌های فرهنگی کشور در نحوه مواجهه با نظم جدید جهانی، فرهنگ مدرنیته، مسائل و موضوع‌های فرهنگی وارداتی (فاضلی و قلیچ، ۱۳۹۲).

- تعارض دائمی میان دو گفتمان ملی‌گرایی، باستانی و ایرانی بودن و گفتمان امت اسلامی و فرهنگ جهانی اسلامی (خالق‌پناه و حبیبی، پاییز ۱۳۹۹). همچنین نزاع میان انواع و اقسام گفتمان‌ها در سطوح درون‌دینی (گفتمان مدرنیسم اسلامی و گفتمان اسلام سیاسی) و مناقشه بین گفتمان دینی و غیردینی.

- کم‌توجهی به عنصر تفاوت‌های فرهنگی در جامعه ایران از سوی سازمان‌های فرهنگی.

- انتصاب‌های مدیران در دستگاه‌های فرهنگی اغلب با معیارها و استانداردهای شایسته‌سالاری و شایسته‌گزینی فاصله دارد. انتصاب مدیران بیشتر تحت تأثیر روابط سیاسی و جناحی و با فشار نمایندگان مجلس و به دور از ضوابط اداری انجام می‌شود.

ارزیابی وضعیت بیرونی سازمان‌های فرهنگی کشور (بُعد اثربخشی یا کارآمدی)

هرچند در این زمینه داد سخن فراوان می‌توان زد، به اختصار چند گزاره مهم برای توصیف شرایط جاری بیان می‌شود:

- در مجموع، دستگاه‌های مهم و اصلی فرهنگی کشور (از نظر حجم و بزرگی نیروی انسانی، بودجه، تعداد برنامه‌های سالیانه و انتظارات عمومی مردم و نظام از آن‌ها) که شامل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان صداوسیما، وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، وزارت آموزش و پرورش، وزارت ورزش و جوانان، سازمان تبلیغات اسلامی، نهاد روحانیت و حوزه‌های علمیه و... می‌شوند، طی یک دهه اخیر و در مواجهه با جنگ نرم و پیکار هوشمندانه دشمنان نظام و کشور و مردم ایران، دارای حداقل دستاورد مشخص و ملموسی بوده‌اند؛ و این غیر از خدمات رسمی و سطحی است که این ۶۰-۷۰ نهاد فرهنگی بودجه‌گیر و ده‌ها نهاد غیررسمی بودجه‌گیر در کشور انجام داده‌اند. همان‌طور که در تحلیل‌ها و متن گزارش نشان داده شد، دستگاه‌های فرهنگی کشور بنا به دلایلی که در بند قبل به آن پرداخته شد (به‌خصوص آسیب‌های سیاست‌گذاری فرهنگی)، دارای حداقلی از اثرگذاری فرهنگی بوده‌اند و این نباید به معنی بی‌اهمیت بودن بخش فرهنگی تلقی شود؛ یعنی وقتی در هر شب در شهر تهران حدود ۳۰۰ نمایش تئاتر و کنسرت موسیقی اجرا می‌شود (رقم تقریبی و آمار مربوط به قبل از شیوع کروناست)، پس فرهنگ جدی است، اما این به واسطه دستگاه‌های فلان نهاد فرهنگی نیست. همین‌طور رونق نسبی مساجد و اعتقادات مذهبی مردم هیچ نسبتی با عملکرد بهمان دستگاه عریض و طویل مذهبی ندارد. در واقع می‌توان گفت نهادهای مدرسه، مسجد و رسانه ملی مهم‌اند، اما بدون جایگاه سازمانی استادان بدون دانشگاه، معلمان

بدون وزارت آموزش و پرورش، مسجد بدون نهاد روحانیت، سینما بدون وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. به عبارتی، دستگاه‌های فرهنگی فاقد مرجعیت تام و تمام هستند که از قبل آن بتوانند در بدترین (با بهترین) حالت، سوژه‌ها، مخاطبان و مصرف‌کنندگان (استادان، دانشجویان، مردم، دانش‌آموزان و...) را مطیع و با خود هماهنگ کنند (فاضلی و کلانی، ۱۳۹۹، ج ۱: ۲۲).

- تقلیل ایده فرهنگ به مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی: فرهنگ به امری کُتی، قابل اندازه‌گیری و سنجش‌پذیر تبدیل شده است که به وسیله بودجه‌ریزی از منابع عمومی و به صورت کوتاه‌مدت و غیرزمان‌بر از طریق سازمان برنامه‌بودجه امکان اعمال اراده حاکمیت و سیاست‌گذاری را دارد. از این‌رو، فرهنگ در کثیری از موارد دولتی می‌شود و تحت قیمومیت کارگزاران فن‌سالار حکومتی و دولتی قرار می‌گیرد. در نتیجه، بخشی از فعالیت‌های فرهنگی که مبتنی بر منفعت اقتصادی نیستند یا سودآور به شمار نمی‌روند، در درجه دوم اهمیت قرار نمی‌گیرند (همان، ۳۲-۳۴).

- تلقی از فرهنگ در برخی دستگاه‌های اجرایی بخصوص (در بخش شبه‌رسمی) صرفاً به‌عنوان یک ایدئولوژی سیاسی و ابزار تولید قدرت نرم موجب تبدیل آن به امری نیازمند مدیریت و برنامه‌ریزی توسط مرجعیت سیاسی شده است. این مرجعیت سیاسی گاهی فرهنگ را یک ایدئولوژی سیاسی، گاهی یک ایدئولوژی انقلابی، ایدئولوژی ملی‌گرایی رمانتیک و خیال‌گونه (باستان‌گرایانه) و... می‌داند که در حال، باعث شکاف یا ایجاد دوقطبی میان نظرات، ایده‌ها و اقدامات کنشگران عمومی فرهنگی (نخبگان و هویت‌سازان و هنرمندان) و سیاست‌گذاران، کارگزاران حکومتی و تصویرسازان رسمی فرهنگی و کارمندان بخش دولتی دارای گرایش ایدئولوژیک یا اداری صرف شده است (همان، ۲۴).

- موضوع نظارت بر عملکرد نهادهای فرهنگی، رسانه‌ای و هنری خارج از حوزه دولت یکی از چالش‌های اساسی به شمار می‌آید. به‌خصوص این موضوع برای نظارت بر دستگاه عریض و طویل سازمان صداوسیما حائز اهمیت است. طبق اصل ۱۷۵ قانون اساسی نظارت بر این سازمان ساختاری فراقوه‌ای و بیرونی دارد. اما اکنون و پس از گذشت تجربه‌ای چند دهه‌ای مشخص شده است که این سبک نظارت فاقد کارایی است و شورای نظارت بر سازمان صداوسیما دارای مشکلاتی قانونی از جمله ابهام در قانون نظارت، نبود قدرت قانونی برای نظارت و نبود وجاهت شورا در ساختار رسمی کشور است. همچنین این شورا دچار نبود قدرت برای اعمال نظارت است و به دلیل رویکرد امنیتی و محصور بودن صداوسیما، اختیارات بیش‌ازحد رئیس سازمان، عدم اطلاع شورا از ضوابط درونی سابق، لابی‌گری و سیاست‌زدگی در شورای نظارت، نبود ضمانت اجرا، سیاسی بودن ماهیت شورا، طولانی بودن فرایندهای نظارت، نظارت صرف پسینی، عدم پایداری شورا و قائم به فرد بودن و جز آن فاقد شأن، جایگاه و توان نظارت است (نصرالهی، رشیدی کوچی، زمستان ۱۳۹۹). این مشکل و ضعف در نظارت بر سازمان‌های فرهنگی (هم در بُعد درونی و هم بُعد بیرونی) برای عمده دستگاہ‌های فرهنگی به‌خصوص نهادهای خارج از حوزه اختیارات دولت وجود دارد که به عدم پاسخ‌گویی آن‌ها به افکار عمومی منجر شده است.
- درجه پاسخ‌گویی و مشارکت‌طلبی اندک دستگاه و کاهش سیطره نهادهای قانونی و نظارتی بر دستگاه‌های فرهنگی.
- عدم توجه کافی دستگاہ‌های فرهنگی به موضوع مهم پیوست‌نگاری فرهنگی. دستگاہ‌های فرهنگی کشور نسبت به پیامدها و تبعات فرهنگی اقدامات خود و نیز پیامدهای فرهنگی اقدامات و طرح‌های

اقتصادی، عمرانی، زیرساختی و سیاسی سایر دستگاه‌ها حساسیت لازم را نداشته‌اند. موانع کنونی اجرای پیوست فرهنگی شامل سه دسته موانع مفهومی، موانع ساختاری و موانع عملیاتی هستند که لازم است در دستگاه‌های فرهنگی کشور مورد توجه قرار گیرند (پورصالحی و همکاران، تابستان ۱۳۹۱).

وضعیت هماهنگی در سازمان‌های فرهنگی: نبود نظام جامع مدیریت فرهنگی

- تعدد سازمان‌های حوزه فرهنگ و نبود تمایزهای مأموریتی میان آنها.
 - تعارض و تداخل وظایف، فعالیت‌های موازی، عدم تناسب وظایف محوله دستگاه‌ها با نیازهای جامعه، نبود متولی برای برخی امور فرهنگی.
 - پراکنده کاری و نبود مدیریت واحد و نظام برنامه‌ریزی صحیح فرهنگی.
 - شکست و ضعف در هماهنگی‌های بین‌سازمانی و ناتوانی از اعمال تفکر و برنامه‌ریزی شبکه‌ای و ماتریسی.
 - سرگرم شدن به درگیری‌های سیاسی و سیاسی کارهای نهادها، سطحی‌نگری و عوام‌زدگی.
 - تخصصی نبودن برخی سازمان‌ها.
 - نبود سازوکار تعامل دستگاه‌های فرهنگی با یکدیگر، دولت و شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- به نظر می‌رسد سازمان‌های فرهنگی کشور در شرایط کنونی از مسئله‌ها و اهداف ذاتی خود فاصله گرفته و تحت تأثیر فشارهای نامتعارف محیطی دچار سردرگمی، ابهام و انحراف در تشخیص اهداف خود شده‌اند. رواج و تسلط رویکرد «نامسئله‌محوری» در سازمان‌های فرهنگی به معنای سلطه

رویکردهایی همچون ساختاری محوری (تأکید بر حفظ ساختار سازمانی برای مثال در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی)، فناوری محوری (تأکید بر جذب فناوری‌های نوین برای مثال در مرکز تحقیقات اسلامی علوم کامپیوتری و سازمان تبلیغات اسلامی)، جغرافیامحوری (تأکید بر توسعه فیزیکی سازمان برای مثال در جامعه‌المصطفی و سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی) و سیاست محوری (اهتمام به تأمین خواسته‌های حداکثری ذی‌نفعان مانند صداوسیما)، بدون محور و مسئله مشخص (بدون اولویت مانند شورای عالی انقلاب فرهنگی و سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران) است. البته محققان با بررسی وضعیت ۱۲ سازمان مهم فرهنگی کشور دریافته‌اند که برخی سازمان‌های فرهنگی از جمله ستاد اقامه نماز، دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، مجمع تقریب مذاهب اسلامی، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان از رویکرد مسئله‌محوری به معنی اهتمام به حل مسائل اولویت‌دار پیروی می‌کنند (واعظی و همکاران، پاییز و زمستان ۱۳۹۶).

درمجموع تعدد، نابسامانی، نبود تمایز مأموریتی و نبود سازوکار انسجام‌بخش، هماهنگ‌کننده، محور هماهنگی و انتظام‌بخش یا ستاد فرماندهی مرکزی قدرتمند و مؤثر (جعفری هفتخوانی، ۱۳۹۹) مهم‌ترین مشکل وضعیت موجود است؛ درحالی‌که دغدغه اصلی این سازمان‌ها همچنان افزایش بودجه و افزایش اختیارات و تصدی‌هاست. ضمن آنکه همچنان به صورت عملی، وقعی به جلب مشارکت‌های مدنی و غیردولتی داده نمی‌شود (به صورت واقعی و عملی).

○ فصل ششم: راهبردهای ارتقای خط مشی گذاری و سیاست گذاری فرهنگی

برای ارتقای نظام خط‌مشی‌گذاری در سازمان‌های فرهنگی ایران و تحقق اهداف بخشی، سازمانی، فرابخشی و ملی در حوزه فرهنگ و اجرای سیاست‌های فرهنگی کشور و به‌طور مشخص نقشه مهندسی فرهنگی کشور در ابعاد و زوایای پیدا و پنهان آن توصیه‌های متعددی می‌توان ارائه کرد؛ که بدیهی است با توجه به شرایط و اقتضائات هر کدام از نهادها و دستگاه‌ها، این توصیه‌ها می‌توانند تا حدودی متفاوت باشند. نگارنده با مرور ادبیات موجود و مطالعه و مقایسه تحقیقات انجام‌شده، یکی از جامع‌ترین سرمشق‌ها یا الگوهای ارائه‌شده را برگزیده است که پیشنهادهای آن را در اینجا مرور و معرفی می‌کند. اما پیش از آن، نقد و ارزیابی ۲ الگو یا مدل راهبردی ارائه‌شده دیگر توسط محققان نیز خالی از لطف نیست.

در مدل نخست، الهه حیدری‌زاده و همکاران در سال ۱۳۹۵ تلاش کرده‌اند مؤلفه‌های برنامه‌ریزی راهبردی (استراتژیک) در مدیریت

سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی ایران را با رجوع به آرا و نظرات خبرگان ارائه کنند. ایشان ۴ عامل مؤثر چشم‌انداز، تدوین مأموریت، اهداف عوامل درون‌سازمانی و عوامل محیطی را مهم شمرده‌اند. سپس مؤلفه‌های مؤثر بر برنامه‌ریزی راهبردی را در شرایط وضع موجود و مطلوب بررسی کرده‌اند؛ که شامل ۱۴ مؤلفه حفظ انسجام ملی، تربیت شهروند جهانی، علم‌افزایی فرهنگی، سازگاری فرهنگی، منابع مالی، منابع فناورانه، فضا و فرهنگ سازمانی، اقتصادی، اجتماعی و... بوده‌اند؛ که وضعیت کنونی همگی آن‌ها در شرایط کنونی کمتر از حد متوسط بوده است. سپس نویسندگان گرفتار یکسری بازی‌های آماری با مفاهیم راهبردی شده‌اند و موضوع مدیریت راهبردی دستگاه‌های فرهنگی اصولاً فراموش شده است (حیدری‌زاده و همکاران، بهار ۱۳۹۵).

در تلاشی دیگر، نادر جعفری هفتخوانی در سال ۱۳۹۰ به‌درستی بر یک ویژگی مهم سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی جمهوری اسلامی، یعنی نبود تمایز میان مأموریت‌های آن‌ها، تأکید کرده است؛ به‌نحوی که یک سازمان، هم سیاست‌گذاری می‌کند و هم خودش به اجرا و نظارت بر عملکرد خود مشغول می‌شود (مثل صداوسیما یا وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی)؛ که نتیجه آن، تداخل وظایف و فعالیت‌های موازی، نبود مدیریت واحد و نظام برنامه‌ریزی صحیح، سرگرم شدن به درگیری‌های سیاسی و... است. نویسنده نتیجه گرفته است که راه‌حل این مشکل ایجاد یک نظام جامع مدیریت فرهنگی برای هدایت مجموعه سازمان‌های فرهنگی کشور است تا بتواند تمایزهای مأموریتی در سازمان‌های فرهنگی ایجاد کند و انسجام و هماهنگی نهادینه را میان این نهادها فراهم سازد. از این‌رو، پیشنهاد یا ایده «منظومه فرهنگی» را ارائه کرده است (جعفری هفتخوانی، بهار و تابستان ۱۳۹۰). البته باید گفت هم‌اکنون پس از گذشت حدود یک دهه از طرح این ایده و شکل‌دهی ستاد و ساختاری برای این منظور، مشخص شده است که نه مسئله اصلی نهادها و دستگاه‌های فرهنگی این تعدد و فراوانی است و نه

راه‌حل آن تشکیل چنین منظومه شمس‌ای؛ و اصولاً چنین تفکرات رسمی (فرمال) و سطحی در عرصه فرهنگ پاسخ‌گوی مشکلات دستگاه‌ها و مشکلات فرهنگی کشور نخواهند بود.

برای ارائه هرگونه تحلیلی از وضعیت موجود، مدل مناسب و جامعی توسط وجه‌اله قربانی‌زاده و همکاران ارائه شده که بر اساس نظرات خبرگان فرهنگی (شامل مدیران و کارشناسان) تهیه شده است. این مدل تمامی ابعاد و مقولات لازم اعم از بسترها و عوامل برون‌سازمانی، شرایط طی شده (سازدهای خط‌مشی‌گذاری)، الزامات اثربخشی خدمات و تأثیرگذاری بر مخاطبان، بایسته‌های راهبردی، پیامدها و برون‌دادهای خط‌مشی‌گذاری و درنهایت، شرایط مداخله‌گر (عوامل درون‌سازمانی) را باید پوشش دهد و دربرگیرد (قربانی‌زاده، پاییز ۱۳۹۶).

پیشنهادها

در ادامه باید به لزوم تصحیح رویکرد و جهت‌گیری سازمان‌های فرهنگی (در اسناد بالادستی هر سازمان) به سمت مسئله‌محوری^۱ اشاره کرد که به معنی ضرورت تمرکز سازمان بر کاهش فاصله میان وضعیت موجود و وضعیت مطلوب است؛ به نحوی که راهبردهای سازمان بر مسائل خاص و محوری خود استوار و متناسب گردد. مسئله‌محوری موجب می‌شود سازمان از اهداف و مأموریت‌های ذاتی خود منحرف نشود و اهداف فراموش نشوند. برای تحقق این مهم سازمان‌های فرهنگی باید با تلفیق آرمان‌ها و چشم‌اندازها از یک سو و رصد واقعیت‌ها و شرایط محیطی (و نیازهای مخاطبان یا مشتریان) از سوی دیگر، اهداف (و مسائل) حوزه مأموریت خود را مشخص و پیوسته اولویت‌گذاری کنند. نتیجه این رویکرد انعطاف و پویایی سازمانی خواهد بود. برای این منظور پیشنهاد می‌شود با تشکیل قطب‌ها و میزکارهای تخصصی، مسئله‌های مرتبط با هر میز شناسایی شوند. بدیهی است برای تحقق این

مهم در میان سازمان‌های فرهنگی، باید یک مرجع بالاتر یک نظام شفاف تقسیم‌کار ملی را بین آن‌ها ایجاد کند که این مرجع می‌تواند شورای عالی انقلاب فرهنگی باشد.

منابع

- ابوجعفری، روح‌الله و همکاران (۱۳۹۹ الف)، بررسی و تحلیل نظام آمار اقتصادی: بازی‌های ویدئویی، مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
- _____ (۱۳۹۹ ب)، بررسی و تحلیل نظام آمار اقتصادی: صنایع دستی، مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
- _____ (۱۳۹۹ ج)، بررسی و تحلیل نظام آمار اقتصادی: سینما، مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
- _____ (۱۳۹۹ د)، بررسی و تحلیل نظام آمار اقتصادی: گردشگری، مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
- _____ (۱۳۹۹ د)، بررسی و تحلیل نظام آمار اقتصادی: اسباب‌بازی، مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
- _____ (۱۳۹۹ هـ)، بررسی و تحلیل نظام آمار اقتصادی: نشر و پی‌نمایی، مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
- امیرخانی، رضا (۱۳۷۹)، در بی‌دولتی فرهنگ: نگاهی به برخی فعالیت‌های فرهنگی-هنری در بازپسین سال‌های نظام پیشین، تهران: نشر مرکز.
- امیرمظاهری، امیرمسعود (۱۳۸۹)، «آسیب‌شناسی تعاملات ارتباطی سازمان‌های دینی از دیدگاه جامعه‌شناختی» (با تأکید بر سازمان مساجد)، فصلنامه اسلام و علوم اجتماعی، سال دوم، شماره ۴، پاییز و زمستان ۱۳۸۹.
- اندروز، مت؛ لنت پریچت و مایکل ولکاک (۱۳۹۸)، توانمندسازی حکومت: شواهد، تحلیل و عمل، تهران: روزنه.
- اولیا، محمدصالح (۱۳۸۵)، ارائه مدل‌های مهندسی مجدد فرایندهای مدیریت فرهنگی کشور، در کتاب مجموعه مقالات مهندسی فرهنگی.
- آزاد، تقی و نوح منوری (۱۳۹۱). تحلیل محتوای سیاست‌های فرهنگی ایران بر اساس قانون اساسی، سند سیاست‌های فرهنگی و برنامه پنجم توسعه، فصلنامه علمی راهبرد فرهنگی اجتماعی، دوره ۱، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۱.
- آشنا، حسام‌الدین (۱۳۹۷)، از سیاست‌گذاری تا سنجش فرهنگی: چارچوبی پیشنهادی برای

- جمهوری اسلامی ایران، تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات. بنیانیان، حسن (۱۳۹۹)، «مسیر پیشرفت از رهگذر مدیریت فرهنگی جامعه می‌گذرد»، ماهنامه گفتمان پیشرفت، سال اول، شماره دوم، اسفندماه ۱۳۹۹.
- پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات (۱۳۹۹)، پیمایش ملی مصرف کالاهای فرهنگی، گزارش کشوری، موج سوم، تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- پورسعید، فرزاد (۱۳۹۹)، کارآمدی نظام سیاسی، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- پورصالحی، مینو و همکاران (۱۳۹۱)، «بررسی موانع تحقق طرح پیوست فرهنگی»، فصلنامه راهبرد فرهنگی اجتماعی، سال اول، تابستان ۱۳۹۱.
- جعفری هفتخوانی، نادر (بهار و تابستان ۱۳۹۱)، «منظومه فرهنگی: کاربرد استعاره منظومه شمسی برای سامان‌دهی سازمان‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران»، دوفصلنامه دین و ارتباطات، دوره ۱۹، شماره ۴۱.
- جلالی، رضا و فاطمه موسوی (۱۳۹۵)، نوسازی و ارتقای اثربخشی نهادهای دینی و تبلیغات اسلامی، در کتاب مجموعه مقالات مهندسی فرهنگی.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۹۱)، برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک فرهنگی شهر (ماتریس فرهنگی شهر تهران)، تهران: انتشارات تیسرا.
- _____ (۱۳۹۹)، آسیب‌شناسی کارآمدی خرده‌نظام سیاست‌گذاری در ایران، در کتاب: پورسعید، فرزاد (۱۳۹۲)، کارآمدی نظام سیاسی، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- حیدری‌زاده، الهه؛ علی‌اکبر رضایی و افسانه زمانی مقدم (بهار ۱۳۹۵)، «شناسایی وضعیت موجود و مطلوب مؤلفه‌های برنامه‌ریزی استراتژیک در مدیریت سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی ایران»، فصلنامه راهبرد فرهنگی اجتماعی، سال پنجم، شماره هجدهم.
- خالق‌پناه، کمال و علی سنایی (پاییز ۱۳۹۹)، «مدرنیته و صورت‌بندی سیاست فرهنگی: تحلیل گفتمان سیاست فرهنگی دولتی در ایران (۱۲۸۵ ه.ش تا به امروز)»، جامعه‌شناسی کاربردی، سال سی‌ام، پیاپی ۷۹، شماره سوم.
- خلیلی، رضا (۱۳۹۹)، کارآمدی نظام سیاسی، مفاهیم و رویکردها، در پورسعید، فرزاد (۱۳۹۹)، کارآمدی نظام سیاسی، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.

دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۸۹)، شاخص‌های راهبردی، ابعاد و مؤلفه‌های فرهنگی.

_____ (۱۳۹۳)، نقشه مهندسی فرهنگی کشور.

دشتی، تقی و یاور عیوضی (۱۳۹۹)، شاخص‌های فرهنگی و اجتماعی کارآمدی، در کتاب: پورسعید، فرزاد (۱۳۹۹)، کارآمدی نظام سیاسی، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.

دفتر طرح‌های ملی و مرکز ملی رصد اجتماعی (۱۳۹۴)، گزارش ملی سنجش سرمایه اجتماعی کشور، گزارش کشوری، تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات و شورای اجتماعی کشور.

دفتر طرح‌های ملی و مرکز ملی رصد اجتماعی (۱۳۹۵)، پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، گزارش کشوری (موج سوم)، تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

دین، میشل (۱۳۹۶)، حکومت‌اندیشی قدرت و تدبیر در جامعه مدرن، ترجمه کرم حبیب‌پور گتایی، تهران: انتشارات مهاجر.

رحمانی، جعفر (۱۳۸۹)، الگوی ارزیابی در سازمان نهادهای فرهنگی، تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.

طالب‌زاده، خسرو (۱۳۹۹)، بررسی نهادهای فرهنگی برخوردار از بودجه فرهنگی؛ با تأکید بر نهادهای فرادولتی (گزارش پژوهش)، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

عظیمی، سید مصطفی (۱۳۹۷)، ارائه توصیه‌های سیاستی کاربست الگوی فراحکروایی برای مدیران بخش عمومی، مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران.

غلام‌پور آنگر، ابراهیم (۱۳۹۹)، گزارش رصد وضعیت بودجه فرهنگی کشور، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات (زیر چاپ).

فتاحی، نعمت‌الله و مانی کلانی (۱۳۹۹)، چشم‌اندازهای فرهنگ معاصر ایران، ج ۱، تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

فتاحی، سجاد و همکاران (۱۳۹۷)، پایداری ملی و سیستم‌های حکمرانی (ایران و مسئله پایداری)، مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری.

قربانی‌زاده، وجه‌اله و همکاران (پاییز ۱۳۹۶)، «ارائه الگوی خط‌مشی‌گذاری سازمان‌های فرهنگی»، فصلنامه سیاست‌گذاری عمومی، دوره ۳، شماره ۳، ص ۶۱-۷۸.

قلی‌زاده، محرم (۱۳۹۱)، «بازکاوای ریشه‌های تئوریک سیاست‌های فرهنگی حکومت رضاشاه در اندیشه‌ی روشنفکران بومی»، فصلنامه‌ی مطالعات تاریخی، سال ۱۰، شماره ۳۹.

قیصری، نورالله و مصطفی قربانی (۱۳۹۴)، «کارآمدی نظام جمهوری اسلامی ایران: مدلی برای سنجش و ارزیابی»، دوفصلنامه‌ی دانش سیاسی، سال یازدهم، شماره دوم، پاییز و زمستان، پیاپی ۲۲.

کمالی، یحیی؛ صدیقه شیخ‌زاده جوشانی و فاطمه احمدی‌نژاد (تابستان ۱۳۹۹)، «اجرای سیاست‌های عمومی: ارائه معیارهایی برای اجرای موفق سیاست‌ها»، فصلنامه‌ی سیاست‌گذاری عمومی، دوره ۶، شماره ۲.

لاریجانی، محمدجواد (۱۳۷۳)، «حکومت و مبانی کارآمدی»، مجلس و پژوهش، شماره ۱۰، تیر و مرداد.

لاریجانی، محمدجواد (۱۳۷۴)، حکومت: مباحثی در مشروعیت و کارآمدی، تهران: سروش.

مجموعه مقالات همایش ارزیابی عملکرد (۱۳۷۸)، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، دومین جشنواره شهید رجایی.

مرکز آمار ایران (۱۳۹۹)، جایگاه اقتصادی- اجتماعی و فرهنگی استان‌های کشور ۹۴-۱۳۹۸، تهران: انتشارات مرکز آمار ایران.

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (تیرماه ۱۳۹۹)، تحلیل عملکرد سیاستی صداوسیما در مواجهه با کرونا.

مستمع، رضا (۱۳۹۹)، بررسی لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ کل کشور (بودجه‌های دینی- تبلیغی و بخش فرهنگ و هنر)، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۷۳۵۳.

میرمحمدی، سید محمد و اکبر حسن‌پور (۱۳۹۰)، «نظام اداری ایران: تحلیلی بر مشکلات و چالش‌ها»، مجله چشم‌انداز مدیریت دولتی، دوره ۲، شماره ۸، زمستان ۱۳۹۰، ص ۹-۲۲.

ناظمی اردکانی، مهدی و سوسن کشاورز (۱۳۸۵)، مبانی نظری مدیریت تحول فرهنگی در ایران، در مجموعه مقالات همایش مهندسی فرهنگی.

نائینی، علی محمد (۱۳۸۹)، درآمدی بر آشنایی با سیاست‌گذاران و مجریان فرهنگی کشور، تهران: نشر ساقی.

نصراللهی، محمدصادق و علی رشید کوچی (۱۳۹۹)، «صورت‌بندی مسائل نظارت بر

منابع | ۲۳۵

صداوسیما؛ تأکید بر شورای نظارت بر صداوسیما»، فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، دوره ۱۰، شماره ۲۷.

واعظی، احمد؛ علی‌اللهی نیسیانی و کریم ابراهیمی (پاییز و زمستان ۱۳۹۶)، «مسئله‌محوری و نامسئله‌محوری؛ مقایسه و تحلیل رویکردهای جهت‌دهی سازمانی در مدیریت سازمان‌های فرهنگی کشور»، دوفصلنامه دین و سیاست فرهنگی، شماره نهم.

واثقی، شاکر (۱۳۹۹)، نگاهی به دستاوردهای جمهوری اسلامی ۱۳۵۷-۱۳۹۷، پدیدآورنده منطقه فرهنگی گردشگری عباس‌آباد، تهران: سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، مؤسسه نشر شهر.

وکیلی، شروین (۱۳۸۸)، نظریه منش‌ها، تهران: انتشارات شورآفرین.



پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

نشانی فروشگاه اینترنتی پژوهشگاه
www.ibook.ricac.ac.ir

نشانی برخی از فروشگاه‌های عرضه‌کننده آثار پژوهشگاه

تهران

کتاب فروشی خوارزمی

خیابان انقلاب، بین خیابان دوازده فروردین و خیابان فخررازی، پلاک ۱۲۶۸

۶۶۴۰۶۲۷۳-۶۶۴۰۰۷۰۶

کتاب فروشی جهاد دانشگاهی

خیابان انقلاب، بین خیابان فلسطین و چهارراه ولیعصر، جنب موسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران

۶۶۴۸۷۶۲۵۶

فرهنگستان هنر

خیابان ولیعصر، نرسیده به چهارراه طالقانی، ساختمان مرکزی، فرهنگستان هنر، شماره ۱۵۵۰

۶۶۴۹۰۹۹۰

کتاب فرهنگ

خیابان انقلاب، خیابان کارگر جنوبی، تقاطع لبافی‌نژاد، پلاک ۲۶۶، واحد ۴

۶۶۴۸۲۱۵۰

دانشکده علوم اجتماعی

بزرگراه جلال آل احمد، جنب دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم اجتماعی، خانه کتاب

۹۳۸۴۴۳۹۵۷۷

باغ کتاب

۹۶۰۴۵۷۶۳-۹۶۰۴۵۷۶۱

بزرگراه شهید حقانی (غرب به شرق) بلوار کتابخانه ملی

پخش چشمه (شعبات)

دفتر مرکزی

۷۷۱۴۴۸۲۸-۷۷۱۴۴۸۰۸-۷۷۷۸۸۵۰۲

خیابان دماوند، بلوار اتحاد، ۱۱ غربی، پلاک ۸

کتاب فروشی کریمخان

۸۸۹۰۷۷۶۶ خیابان کریمخان زند، نبش میرزای شیرازی، شماره ۱۰۷

کتاب فروشی کوروش

بزرگراه ستاری شمال، نبش خیابان پیامبر مرکزی، مجتمع تجاری کوروش، طبقه پنچ، واحد ۴

۴۴۹۷۱۹۸۹

کتاب فروشی آرن

شهرک قدس (غرب)، بلوار فرحزادی، نرسیده به بزرگراه نیایش، خیابان حافظی، نبش خیابان فخارمقدم، مجتمع

۲۷۵۹۳۵۴۵۵

تجاری آرن، طبقه

کتاب فروشی پریس

پاسداران، نبش گلستان یکم، مجتمع پریس، طبقه ۲

۹۱۰۰۱۲۵۸

کتاب فروشی رایزن

خیابان نیاوران (باهنر)، بعد از سه راه یاسر(به سمت تجریش)، پلاک ۳۱۱

۲۶۸۵۴۱۳۵

کتاب فروشی کارگر

خیابان کارگرشمالی، تقاطع بزرگراه شهید گمنام، کوچه چهارم، پلاک ۲

۸۸۳۳۳۶۰۰

شهرستان‌ها

اراک

کتاب فروشی چشمه آفتاب

۰۸۶۳ ۲۲۳۶۶۰۸-۲۲۲۹۸۰۸ خیابان شهید بهشتی، سه راه ارامنه، خیابان شکرایی، پلاک ۶۷۸۴

شیراز

فروشگاه شیرازه

۰۷۱ ۳۶۳۳۸۸۴ پل معالی آباد، ساختمان الف، طبقه دوم

بابل

کتاب فروشی چشمه بابل

۰۱۱ ۳۲۴۷۶۵۷۱ خیابان شریعتی، روبروی شیرینی‌سرای بابل،

مشهد

کتاب فروشی اسماء قلم

۰۹۱۵۸۰۶۱۸۱۴-۰۹۱۲۳۵۱۶۸۷۵ چهارراه شهدا، بازار مرکزی، فاز ۲، طبقه همکف، واحد ۲/۲

کتاب فروشی چشمه دلشدگان

۰۵۱ ۳۸۶۷۸۵۸۷ بین وکیل آباد ۱۸ و ۲۰ (بین هفت تیر و هنرستان)، پلاک ۳۸۶



این کتاب نخستین پژوهش رصدی در حوزه سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی ایران است. در این پژوهش پس از مرور و سنج‌شناسی طیف وسیع نهادهای فرهنگی فعال کشور، یک چارچوب جامع برای رصد این سازمان‌ها طراحی شده و سپس بر مبنای این چارچوب، توصیف جامعی از وضعیت کنونی (جاری) سازمان‌های فرهنگی کشور ارائه شده است. در پایان برخی راهبردها و توصیه‌ها برای ارتقای ختم‌شی‌ها و سیاست‌های فرهنگی در جهت اجرای نقشه جامع مهندسی فرهنگی کشور (در ارتباط با دستگاه‌ها و نهادها) ذکر شده است.

