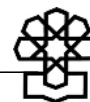


**با نمایندگان مردم در مجلس نهم
۳۷. مروری اجمالی بر حوزه فرهنگ
و چالش‌های پیش روی آن**

به نام خدا

فهرست مطالب

۱	پیشگفتار
۲	چکیده
۲	مقدمه
۳	۱. حوزه‌های مرتبط با بخش فرهنگ
۴	۲. دستگاه‌های فرهنگی
۵	۳. اعتبارات بخش فرهنگ
۸	۴. قوانین حوزه فرهنگ
۱۳	۵. بررسی چالش‌های حوزه فرهنگ
۱۳	۶. چالش‌های درونی حوزه فرهنگ
۱۹	۷. چالش‌های ناشی از اقدامات برون‌مرزی
۲۲	پیوست‌ها
۲۹	منابع و مآخذ



با نمایندگان مردم در مجلس نهم ۳۷. مروری اجمالی بر حوزه فرهنگ و چالش‌های پیش روی آن

پیشگفتار

جایگاه مجلس شورای اسلامی در مقام «خانه ملت» که «عصاره فضایل مردم» است و در جایگاه مرجع انحصاری قانونگذاری در کشور که صلاحیت نظارت بر امور کشور را هم دارد به قدری والا است که معمار کبیر انقلاب اسلامی خمینی روح‌الله این جایگاه را در رأس امور دانست.

وظیفه نمایندگی و وظیفه الهی در مقام نمایندگی مردم در نظام اسلامی است و نمایندگان محترم مجلس ضروری است که با علم و عمل به این تکلیف عمل نموده و پاسدار حقوق مردم شریف بوده و در تحقق اهداف انقلاب اسلامی تلاش نمایند.

مهمترین وظیفه مجلس شورای اسلامی و نمایندگان محترم مجلس، قانونگذاری و نظارت بر حسن اجرای قوانین مصوب است. بدیهی است برای کارآمدی و اثربخشی هرچه بیشتر فعالیت‌هایی که در بازه زمانی چهارساله دوره نهم مجلس در این دو عرصه انجام می‌گیرد لازم است تا نمایندگان محترم توجه خود را معطوف به موضوعات و مسائلی نمایند که تأثیر قانونگذاری آنها در نظام اجرایی کشور بادوام و فراگیر بوده و تضمین‌کننده توأمان توسعه و عدالت باشد.

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در راستای ارائه خدمت به نمایندگان محترم مبادرت به تهیه یک بسته اطلاع‌رسانی در موضوعات مختلف نموده است تا اطلاعات لازم و مورد نیاز اولیه را جهت نمایندگان برگزیده مردم در دوره نهم مجلس تأمین نماید و چنانچه نمایندگان برگزیده در موضوعاتی اطلاعات کمتری را داشته باشند با استفاده از این مجموعه امکان افزایش سطح دانش آنان در این موارد فراهم شود. موضوعاتی که در این سلسله گزارشات انتخاب شده‌اند در موضوعات مختلف حقوقی، سیاسی، اقتصادی، برنامه و بودجه، اجتماعی، زیربنایی، انرژی و صنعت و معدن با همین رویکرد برگزیده و اولویت‌گذاری شده‌اند.

امید است آنچه انتشار یافته و در اختیار قرار گرفته قابل استفاده و مفید باشد و اطلاعات اولیه لازم مورد نیاز را برای نمایندگان محترم مجلس شورای اسلامی فراهم نماید. همچنین امید است دوره نهم مجلس شورای اسلامی با همکاری تمام نهادهای مؤثر در سیاستگذاری و همت نمایندگان شاهد دوره‌ای پربر و کارآمد از نظام قانونگذاری باشیم که مرضی حضرت حق جل و علا و حضرت بقیةالله قرار گیرد.

چکیده

گزارش پیش رو جهت آشنایی نمایندگان مجلس نهم با حوزه فرهنگ و چالش‌های پیش روی آن تهیه شده است. حوزه فرهنگ را در یک نگاه کلی می‌توان به دو بخش فرابخشی (زنان، خانواده و جوانان) و بخشی (هنر و رسانه، گردشگری و میراث فرهنگی، ورزش و تربیت‌بدنی و دین، تبلیغ و ارشاد اسلامی) تقسیم کرد. دستگاه‌های فرهنگی حاکمیتی - دولتی (شورای عالی انقلاب فرهنگی، سازمان صداوسیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی...) و غیردولتی (دانشگاه امام صادق (ع)، حوزه‌های علمیه و...) بدنه اصلی حوزه فرهنگ را تشکیل می‌دهند. بخش فرهنگ هر ساله با افزایش بودجه دولتی خود مواجه است هرچند که این بودجه در مقایسه با بودجه کل کشور رقمی ناچیز را (۲ درصد) دربرمی‌گیرد. امری که چالش‌های متعددی را می‌تواند در حوزه فرهنگ رقم زند. دو نوع چالش کلی در رابطه با حوزه فرهنگ قابل بررسی است:

الف) چالش‌های درونی حوزه فرهنگ: این چالش‌ها در بخش‌های تولید، توزیع، مصرف کالای فرهنگی، امور زیربنایی، نابسامانی در هزینه‌کرد منابع مالی حوزه فرهنگ و ساختار دستگاه‌های فرهنگی قابل بررسی است.

ب) چالش‌های ناشی از اقدامات برون‌مرزی: این چالش‌ها در بخش‌های تهاجم فرهنگی و جنگ نرم و شبکه‌ای شدن جهان و امکان حذف فرهنگ‌های بومی قابل طرح هستند.

مقدمه

حوزه فرهنگ به دلیل ماهیت انقلاب اسلامی از ابتدای شکل‌گیری نظام جمهوری اسلامی از جمله حوزه‌های مورد توجه و تمرکز بوده، هرچند که در سالیان آغازین جمهوری اسلامی ایران به علت مسائلی چون جنگ این توجه افت‌وخیز داشته است. ایجاد نهادها و دستگاه‌های متعدد در حوزه فرهنگ و توجه به نقش آن، در پیشرفت و پویایی جامعه که در سند چشم‌انداز و قانون برنامه‌های پنج‌ساله به خصوص برنامه پنجم توسعه لحاظ شده است، گویای این اهمیت است. هرچند که این حوزه نیز همانند بخش‌های دیگر، با چالش‌هایی نیز روبرو است. چالش‌هایی که براساس نگاه مقام معظم رهبری، بازنگری مجدد حوزه فرهنگ را الزامی می‌کند.

«ما باید مقوله فرهنگ را از نو ارزیابی کنیم. من به ذهنم این‌طور می‌رسد که ما در نظام جمهوری اسلامی، مقوله فرهنگ را قدری دستکم گرفته‌ایم. به نظر من تأثیر فرهنگ، هم به‌عنوان یک عامل اصلی و تعیین‌کننده در رفتارهای فردی و اجتماعی کشور و امتان؛ هم به‌عنوان یک عامل



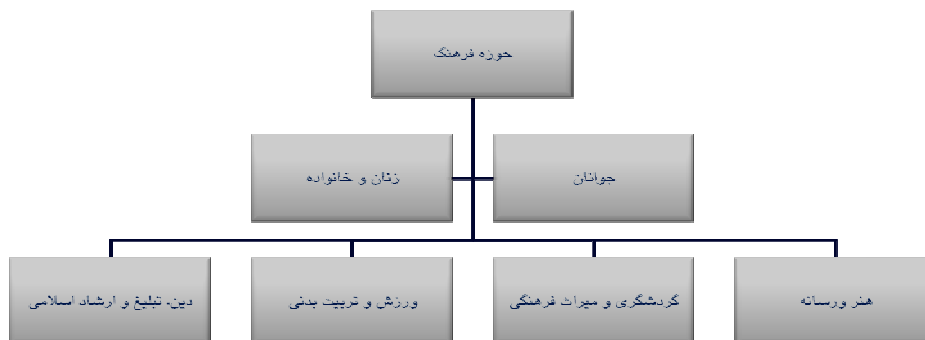
برای تأثیرات و اثرگذاری‌های سیاسی - گرایش‌های سیاسی - مغفول‌عنه قرار گرفته و آنچنان که باید و شاید نیست»^۱.

گزارش حاضر به‌منظور آشنایی هرچه بیشتر نمایندگان مجلس دوره نهم با حوزه فرهنگ تهیه شده و تلاش می‌کند تا با مروری اجمالی بر حوزه‌های مرتبط با فرهنگ، دستگاه‌های فرهنگی و اعتبارات آن در قانون برنامه بودجه آشنایی مختصری را از این حوزه فراهم آورد. از آنجا که لازمه بازنگری مجدد حوزه فرهنگ، شناخت چالش‌ها و آسیب‌های این حوزه و برنامه‌ریزی جهت حل آنهاست، به برخی از چالش‌های کلی پیش روی آن نیز اشاره می‌شود.^۲

۱. حوزه‌های مرتبط با بخش فرهنگ

در یک تقسیم‌بندی کلی می‌توان حوزه فرهنگ و مسائل پیش روی آن را به دو بخش فرابخشی و بخشی تقسیم کرد. تقسیم‌بندی که در قانون برنامه چهارم توسعه نیز لحاظ شده است. بر این اساس، دو حوزه زنان و خانواده و جوانان به‌عنوان دو حوزه «فرابخشی» و هنر و رسانه، گردشگری و میراث فرهنگی، ورزش و تربیت‌بدنی و مسائل دینی - تبلیغی به‌عنوان حوزه‌های «بخشی» مطرح می‌شوند.

نمودار حوزه‌های مرتبط با بخش فرهنگ



اهمیت و اولویت هریک از حوزه‌های بخشی با توجه به میزان تأثیرگذاری آنها قابل بررسی است. با عنایت به تحولات صورت گرفته در حوزه هنر و رسانه به‌نظر می‌رسد نقش و تأثیرگذاری

۱. دغدغه‌های فرهنگی، شرح مزجی یکی از بیانات مقام معظم رهبری در سال ۱۳۷۳ با استفاده از دیگر بیانات معظم‌له، انتشارات صهبا، ۱۳۹۰، ص ۱۸.

۲. جهت آشنایی هرچه بیشتر با چالش‌های تخصصی هریک از حوزه‌های فرهنگی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی گزارش‌های مجزایی چاپ کرده است.

این بخش، امروزه پررنگ‌تر از سایر حوزه‌هاست. نقش مهم هنر و رسانه در معرفی انقلاب اسلامی در سخنان رهبر معظم انقلاب نیز مورد تأکید قرار گرفته است:

«در مورد انقلاب و این ایدئولوژی و فرهنگی که تحول عظیم ملت ما در جامعه به وجود آورد؛ - که واقعاً ابعاد او را نمی‌شود الان مشخص کرد و اسم ساده همه جایی «انقلاب» را که بر برخی تحولات کشورها در دنیا حاکم است کوچک می‌بینم که روی این تحول عظیم تاریخی مقطعی تعیین‌کننده ملت ایران بگذارم - این به ادبیات و هنر نیاز فراوانی دارد... این انقلاب بیش از همه به یک ادبیات قوی، به یک فرهنگ غنی نیازمند است. ما امروز به یک زبان قوی، که داریم و به یک فرهنگ عمیق و تاریخی و غنی، که داریم و به یک ذهنیت فرهنگی در ملتمان و در همه مردمان، که داریم و به یک هنر سطح بالا که نداریم؛ به شدت نیازمندیم. همه این ابزارها لازم هست، اما آن هنر برنده تیزی که امروز بتواند این ابزارها را سرهم کند و سوار کند و این ظرف را از محتوای فرهنگی این انقلاب پر کند و ارائه بدهد؛ این را ما نداریم. این مشکل بزرگ کار ماست و به این به شدت نیازمندیم و باید دنبالش باشیم»^۱.

از سویی دیگر با توجه به ساختار جمعیتی کشور و جوان بودن آن، حوزه ورزش و تربیت بدنی نیز دارای اهمیت ویژه‌ای است. حوزه میراث فرهنگی و گردشگری نیز به واسطه میراث عظیمی که از گذشتگان بازمانده و نقش این میراث در شکل‌دهی به هویت اسلامی - ایرانی درخور توجه است. جهت‌گیری تمامی این حوزه‌ها و نتایج حاصل از آن، در نهایت باید منجر به غنی‌تر شدن حوزه دین و ارزش‌های انقلاب اسلامی در جامعه شود.

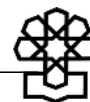
۲. دستگاه‌های فرهنگی

دستگاه‌های فرهنگی کشور را می‌توان به دو دسته دستگاه‌های فرهنگی دولتی - حاکمیتی و غیردولتی تقسیم کرد:

۲-۱. دستگاه‌های فرهنگی دولتی - حاکمیتی

این دستگاه‌ها تحت نظارت و حمایت حاکمیت عمل می‌کنند؛ هر ساله در قانون برنامه و بودجه کل کشور به این نهادها در دو بخش هزینه‌ای و تملک دارایی، بودجه اختصاص می‌یابد. این دستگاه‌ها حجم گسترده‌ای از مخاطبان و وظایف را پوشش می‌دهند. برنامه‌های این دستگاه‌ها براساس سند

۱. دغدغه‌های فرهنگی، شرح مزجی یکی از بیانات مقام معظم رهبری در سال ۱۳۷۳ با استفاده از دیگر بیانات معظمه، انتشارات صهبا، ۱۳۹۰، ص ۳۷.



چشم‌انداز، سیاست‌های کلی نظام، قانون برنامه پنج‌ساله توسعه و قانون برنامه و بودجه تعیین می‌گردد. از مهمترین این دستگاه‌ها می‌توان به:

۱. شورای عالی انقلاب فرهنگی،
۲. سازمان صداوسیما،
۳. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی،
۴. سازمان میراث فرهنگی و گردشگری،
۵. وزارت ورزش و جوانان،
۶. سازمان تبلیغات اسلامی و.... اشاره کرد.

۲-۲. دستگاه‌های فرهنگی غیردولتی (کمک‌بگیر حقیقی و حقوقی)

این دستگاه‌ها در اساسنامه خود به‌عنوان نهادهایی مستقل و غیردولتی در حوزه فرهنگ معرفی شده‌اند، اما هر ساله در قانون بودجه کشور در قالب کمک به اشخاص حقیقی و حقوقی غیردولتی بودجه‌ای به آنها اختصاص داده می‌شود. با افزایش بودجه دستگاه‌های فرهنگی، هر ساله شاهد افزایش تعداد و میزان اعتبارات این دستگاه‌ها هستیم^۱ در قانون بودجه سال ۱۳۸۹ تعداد اشخاص حقیقی و حقوقی کمک‌بگیر، ۲۷۵ مورد بوده که در قانون بودجه سال ۱۳۹۰ به ۱۱۲ مورد افزایش پیدا کرده است یعنی در طول یک‌سال با رشدی ۴۹ درصدی در تعداد این دستگاه‌ها در قانون بودجه سال ۱۳۹۰ مواجه هستیم. از مهمترین این نهادها می‌توان به آستان مقدس حرم امام (ره)، شاهچراغ (آستان احمدبن موسی)، دانشگاه امام صادق (ع)، حوزه‌های علمیه و.... اشاره کرد. در قانون بودجه سال ۱۳۹۰ بیشترین اعتبار اختصاص داده شده به این مراکز در حوزه فرهنگ، معادل ۴۵۰ میلیارد ریال و جهت کمک به نهادها و مراکز فرهنگی - دینی^۲ است.

۳. اعتبارات بخش فرهنگ

مهمترین منبع تأمین اعتبارات مالی بخش فرهنگ علاوه بر کمک‌های مردمی، اعتباراتی است که هر ساله به بخش فرهنگ در قانون بودجه اختصاص داده می‌شود. بودجه سال ۱۳۹۰ کل کشور از حیث منابع بالغ بر ۵ میلیون و ۸۳ هزار و ۹۳۸ میلیارد و ۷۲۹ میلیون ریال است که ۳۳ هزار و ۹۳۲

۱. نرگس صادقی‌پور، درباره لایحه بودجه سال ۱۳۹۰ کل کشور، (۲۲) اشخاص حقیقی و حقوقی کمک‌بگیر (دینی - فرهنگی) مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر فرهنگی، ۱۳۸۹.

۲. فقط تعداد اشخاص کمک‌بگیر حقیقی و حقوقی فرهنگی احتساب شده است.

۳. قانون بودجه سال ۱۳۹۰، جدول شماره ۱۷، کمک به اشخاص حقیقی و حقوقی غیردولتی موضوع ردیف ۱۰۲۵۰۰ جدول (۷).

میلیارد و ۷۹۷ میلیون ریال آن به فصل فرهنگ و ۸ هزار و ۸۵ میلیارد و ۳۶۰ میلیون ریال از آن نیز به فصل ورزش و تربیت‌بدنی اختصاص داده شده است. علاوه بر این در بخش ردیف‌های متفرقه نیز (موضوع جدول شماره ۹) اعتباراتی برای حوزه‌های فرهنگی اختصاص داده شده است. از سال ۱۳۸۹ نیز در قانون بودجه کشور، اعتباری برای «ارتقای شاخص‌های فرهنگی کشور» تخصیص داده شده است.



جدول ۱. برآورد اعتبارات هزینه‌ای و تملک دارایی سرمایه‌ای بخش فرهنگ

(ارقام به میلیون ریال)

درصد رشد قانون بودجه سال ۱۳۹۰ در مقایسه با قانون بودجه سال ۱۳۸۹			قانون بودجه سال ۱۳۹۰			قانون بودجه سال ۱۳۸۹			عنوان
کل اعتبار	تملك دارایی‌های سرمایه‌ای	هزینه‌ای	کل اعتبار	تملك دارایی‌های سرمایه‌ای	هزینه‌ای	کل اعتبار	تملك دارایی‌های سرمایه‌ای	هزینه‌ای	
۱۳/۸۹	-۱۱/۸۱	۲۶/۸۵	۳۳,۹۳۲,۷۹۷	۸,۸۰۲,۹۲۸	۲۵,۱۲۸,۸۶۹	۲۹,۷۹۲,۷۰۲	۹,۹۸۳,۲۵۰	۱۹,۸۰۹,۴۵۲	فصل فرهنگ و هنر، رسانه‌های جمعی و گردشگری
۲/۷	-۰/۵	۱۱	۸,۰۸۵,۳۶۰	۵,۵۹۴,۱۹۸	۲,۴۹۱,۱۶۲	۷,۸۶۷,۷۷۰	۵,۶۲۵,۰۰۷	۲,۲۴۲,۷۶۳	فصل تربیت‌بدنی
۳/۲	-۴۴	۳۴/۶۶	۱۵,۴۷۴,۴۸۷	۳,۳۵۴,۴۸۷	۱۲,۱۲۰,۰۰۰	۱۵,۰۰۰,۰۰۰	۶,۰۰۰,۰۰۰	۹,۰۰۰,۰۰۰	ارتقای شاخص‌های فرهنگی کشور
۲۲۰	۹۲۱/۵	۱۰۵	۳۴,۵۳۰,۸۴۴	۱۵,۵۱۷,۳۴۲	۱۹,۰۱۳,۵۰۲	۱۰,۷۸۹,۹۹۰	۱,۵۱۸,۹۹۰	۹,۲۷۱,۰۰۰	ردیف‌های متفرقه فرهنگی
۲۳/۴۶	۴۵/۸۲	۵۳/۶۴	۴,۹۰۳,۳۰۲	۹۳۱,۸۰۲	۳,۹۷۱,۵۰۰	۳,۲۲۳,۹۵۵	۶۳۹,۰۰۰	۲,۵۸۴,۹۵۵	اشخاص کمک‌بگیر حقیقی و حقوقی فرهنگی
۴۵/۳۷	۴۳/۹۰	۴۶/۱۸	۹۶,۹۲۶,۷۹۰	۳۴,۲۰۱,۷۵۷	۶۲,۷۲۵,۰۳۳	۶۶,۶۷۴,۴۱۷	۲۳,۷۶۶,۲۴۷	۴۲,۹۰۸,۱۷۰	مجموع

کل اعتبار بخش فرهنگ در قانون بودجه سال ۱۳۹۰ کشور، ۹۶ هزار و ۹۲۶ میلیارد و ۷۹۰ میلیون ریال است که در مقایسه با قانون بودجه سال ۱۳۸۹، ۴۵/۳۷ درصد رشد داشته است. میزان اعتبارات هزینه‌ای در نظر گرفته شده برای بخش فرهنگ، ۶۲ هزار و ۷۲۵ میلیارد و ۳۳ میلیون ریال و میزان اعتبارات تملک دارایی و سرمایه‌ای در نظر گرفته شده ۳۴ هزار و ۲۰۱ میلیارد و ۷۵۷ میلیون ریال است که همگی نسبت به قانون بودجه سال ۱۳۸۹ با رشد همراه بوده است. هرچند که اعتبار بخش فرهنگ در مقایسه با بودجه کل کشور (۵ میلیون و ۸۳ هزار و ۹۳۸ میلیارد و ۷۲۹ میلیون ریال) بسیار ناچیز است و تنها ۲ درصد بودجه کل کشور تشکیل می‌دهد.

۴. قوانین حوزه فرهنگ

مهمترین قوانین حوزه فرهنگ شامل مواد برنامه پنجم توسعه^۱ است که در قالب آن، مجموعه اقداماتی را که باید طی پنج سال آینده، در نظام جمهوری اسلامی در بخش فرهنگ انجام شود، معین شده است. مواد ۱-۱۴ این قانون به فصل فرهنگ اختصاص دارد. این مواد عبارتند از:

۱. این قانون در تاریخ ۱۵/۱۰/۱۳۸۹ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده است.

**جدول ۲. قانون برنامه پنجم توسعه، فصل فرهنگ**

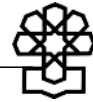
قانون برنامه پنجم توسعه / فصل فرهنگ	
ماده	توضیحات
(۱)	دولت موظف است با همکاری سایر قوا «الگوی توسعه اسلامی - ایرانی» که مستلزم رشد و بالندگی انسان‌ها بر مدار حق و عدالت و دستیابی به جامعه‌ای متکی بر ارزش‌های اسلامی و انقلابی و تحقق شاخص‌های عدالت اجتماعی و اقتصادی باشد را تا پایان سال سوم برنامه تدوین و جهت تصویب به مجلس شورای اسلامی ارائه دهد. این الگو پس از تصویب در مجلس شورای اسلامی مبنای تهیه برنامه ششم و برنامه‌های بعدی قرار می‌گیرد. تبصره - دبیرخانه تهیه این الگو در قوه مجریه مستقر خواهد بود و رؤسای قوای سه‌گانه کشور موظفند با اتخاذ سازوکارهای لازم در هر قوه به فرآیند تهیه آن کمک کنند.
(۲)	دولت موظف است براساس نقشه مهندسی فرهنگی کشور و نظامنامه پیوست فرهنگی که تا پایان سال اول برنامه به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی می‌رسد، نسبت به تهیه پیوست فرهنگی برای طرح‌های مهم و جدید اقدام نماید. تبصره - معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رئیس‌جمهور که در این قانون به اختصار «معاونت» نامیده می‌شود، در ابتدای هر سال عناوین طرح‌های مهم موضوع این ماده را تهیه و به دستگاه‌های ذیربط جهت اجرا ابلاغ می‌نماید.
(۳)	به‌منظور تعمیق ارزش‌های اسلامی، باورهای دینی و اعتلای معرفت دینی و تقویت هنجارهای فرهنگی و اجتماعی و روحیه کار جمعی، ابتکار، ترویج فرهنگ مقاومت و ایثار، تبلیغ ارزش‌های اسلامی و انقلاب اسلامی و گسترش خط و زبان فارسی، دولت مکلف است حمایت‌های لازم را از بخش غیردولتی اعم از حقیقی و حقوقی در موارد زیر به عمل آورد: الف) برنامه‌های اجرایی دینی، مذهبی، هنری، فرهنگی، آموزشی و علمی ب) طراحی، تولید، توزیع، انتشار و صدور خدمات و محصولات فرهنگی، هنری، رسانه‌ای، صنایع دستی و میراث فرهنگی ج) توسعه تولیدات و فعالیت‌های رسانه‌ای، فرهنگی و هنری دیجیتال و نرم‌افزارهای چندرسانه‌ای و نیز حضور فعال و تأثیرگذار در فضای مجازی د) توسعه و راه‌اندازی مؤسسات، هیئت‌ها و تشکل‌های فرهنگی، هنری، رسانه‌ای، دینی و قرآنی هـ) اقدام برای حذف اسامی لاتین از سر در اماکن عمومی، شرکت‌ها و بسته‌بندی کالاهای غیرصادراتی تبصره «۱» - دولت موظف است کلیه استانداردهای لازم برای خط و زبان فارسی و تاریخ هجری شمسی را حداکثر تا پایان سال اول تدوین نماید. تبصره «۲» - طراحی، تولید، توزیع و صدور خدمات و محصولات فرهنگی، هنری و سینمایی، رسانه‌ای، صنایع دستی که موجب ترویج فرهنگ برهنگی، بدحجابی و بی‌حجابی و ابتذال باشند، ممنوع است.
(۴)	در اجرای منشور توسعه فرهنگ قرآنی مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی، معاونت موظف است حداکثر تا پایان سال دوم برنامه، اسناد راهبردی توسعه حوزه‌های آموزش عمومی، تبلیغ و ترویج، پژوهش و آموزش عالی قرآنی کشور را براساس پیشنهاد شورای توسعه فرهنگ قرآنی تهیه و برای تصویب به هیئت وزیران تقدیم کند.

قانون برنامه پنجم توسعه / فصل فرهنگ	
ماده	توضیحات
(۵)	<p>به منظور تبیین مبانی اسلام ناب محمدی (ص) و فرهنگ غنی قرآن کریم، انقلاب اسلامی و اندیشه‌های دینی و سیاسی حضرت امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری و نیز شناساندن و معرفی فرهنگ و تمدن اسلامی - ایرانی و گسترش خط و زبان و ادبیات فارسی به‌ویژه برای ایرانیان خارج از کشور، با تأکید بر تقریب مذاهب اسلامی و تقویت گفتگو و همگرایی بین پیروان ادیان و نخبگان علمی و فکری جهان و توسعه ارتباط و همکاری با مراکز ایران‌شناسی، اسلام‌شناسی و صیانت از مفاخر معنوی، فرهنگی و علمی «سند ملی توسعه روابط فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در سطح بین‌الملل» تا پایان سال اول برنامه توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی) با همکاری وزارت امور خارجه و سایر دستگاه‌های مرتبط، شورای عالی حوزه علمیه قم و جامعه المصطفی العالمیه تهیه و به تصویب هیئت وزیران می‌رسد.</p>
(۶)	<p>به‌منظور توسعه فضاهای مذهبی فرهنگی و بهره‌گیری بهینه از بقاع متبرکه، گلزار شهدا و اماکن مذهبی و تثبیت جایگاه مسجد به‌عنوان اصلی‌ترین پایگاه عبادی و تربیتی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی اقدامات زیر انجام می‌شود:</p> <p>الف) وزارت مسکن و شهرسازی، بنیاد مسکن انقلاب اسلامی و شهرداری‌ها موظفند در طراحی و اجرای طرح‌های جامع تفصیلی شهری و هادی روستایی و شهرک‌ها و شهرهای جدیدالاحداث، اراضی مناسبی را برای احداث مسجد و خانه عالم پیش‌بینی و پس از آماده‌سازی، بدون دریافت هزینه و با حفظ مالکیت عمومی و دولتی در اختیار متقاضیان احداث مساجد قرار دهند.</p> <p>ب) مالکان اماکن تجاری، اداری و خدماتی جدیدالاحداث موظفند نمازخانه مناسبی را در اماکن مذکور احداث نمایند. تأیید نقشه مجتمع‌های مذکور منوط به پیش‌بینی محل مناسب برای نمازخانه براساس دستورالعمل ابلاغی شورای عالی معماری و شهرسازی است.</p> <p>ج) سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور و شهرداری‌ها موظفند نسبت به احداث یا اختصاص فضای کافی و مناسب برای مسجد یا نمازخانه در پارک‌های ملی و بوستان‌های شهری اقدام نمایند.</p> <p>د) کلیه دستگاه‌های اجرایی، مراکز آموزشی، بیمارستان‌ها و مراکز درمانی، مجموعه‌های ورزشی، مجتمع‌های رفاهی، تفریحی و مجتمع‌های تجاری اعم از دولتی یا غیردولتی، موظفند نسبت به احداث یا اختصاص و نگهداری فضای کافی و مناسب برای مسجد یا نمازخانه اقدام نمایند.</p> <p>هـ) وزارتخانه‌های راه و ترابری و نفت موظفند نسبت به احداث مسجد و نمازخانه در پایانه‌های مسافری و جایگاه‌های عرضه سوخت بین‌شهری و همچنین نگهداری و مدیریت مساجد و نمازخانه‌های مذکور از طریق بخش غیردولتی اقدام نمایند.</p> <p>و) به‌منظور ارتقای کارکرد فرهنگی و هنری مساجد، برقراری عدالت فرهنگی و ترویج فرهنگ اسلامی و جذب جوانان و نوجوانان به مساجد، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مکلف است با رعایت موازین اسلامی ترتیبی اتخاذ نماید تا پایان برنامه حداقل یک‌چهارم مساجد شهری و روستاهای بالای هزار نفر جمعیت برخوردار از کانون فرهنگی و هنری باشند.</p>



قانون برنامه پنجم توسعه / فصل فرهنگ	
ماده	توضیحات
(۷)	دولت به منظور زنده و نمایان نگه داشتن اندیشه دینی و سیاسی و سیره عملی حضرت امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری و برجسته کردن نقش آن به عنوان یک معیار اساسی در تدوین الگوی توسعه اسلامی - ایرانی و سیاستگذاری‌ها و برنامه‌ها و تسری آن به مجموعه ارکان نظام، از انجام پژوهش‌ها و مطالعات بنیادی و کاربردی در عرصه فرهنگ‌سازی، آموزشی و تأسیس رشته‌های تخصصی لازم با تکیه بر علوم، فناوری و بهره‌گیری مناسب از ظرفیت دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی و پایان‌نامه‌های دوره‌های تحصیلات تکمیلی با موضوعاتی مرتبط با حضرت امام خمینی (ره)، مقام معظم رهبری، انقلاب اسلامی، دفاع مقدس و ایثار و شهادت در داخل و خارج از کشور و تجهیز کتابخانه‌های عمومی کشور و کتابخانه‌های معتبر خارجی به آثار منتشر شده در این زمینه، در قوانین بودجه‌های سنواتی حمایت مالی می‌نماید. همچنین برای تشویق پدیدآورندگان آثار برتر علمی، فرهنگی، هنری و ادبی مرتبط و نیز چهره‌ها و شخصیت‌های انقلابی و عدالتخواه در سطح جهان به‌ویژه افرادی که اقدامات مؤثر در جهت ترویج اندیشه امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری انجام دهند با رعایت اصل یکصدویست‌ونهم (۱۲۹) قانون اساسی نشان ملی حضرت امام (ره) و رهبری اعطا نماید.
(۸)	به منظور توسعه انجمن‌ها و قطب‌های علمی حوزوی و دانشگاهی، کرسی‌های نظریه‌پردازی، نقد و مناظره، دولت از توسعه آموزش‌ها و پژوهش‌های بنیادین کاربردی در حوزه‌های دین و نشر فرهنگ و معارف اسلامی و گرایش‌های تخصصی مرتبط حمایت‌های لازم را در ابعاد مالی، حقوقی به عمل آورد.
(۹)	به دولت اجازه داده می‌شود به منظور افزایش سرانه بهره‌مندی اقشار مختلف مردم از فضاهای فرهنگی، هنری و ورزشی و ایجاد زیرساخت‌های لازم برای توسعه فعالیت فرهنگی و هنری اقدام‌های زیر را انجام دهد: الف) حداقل پنج‌جاه درصد (۵۰٪) هزینه تکمیل مراکز فرهنگی، هنری، دینی و قرآنی دارای پیشرفت فیزیکی حداقل پنج‌جاه درصد (۵۰٪) بخش غیردولتی و همچنین احداث اماکن ورزشی همجوار و متعلق به مساجد و کانون‌های فرهنگی ورزشی جوانان بسیج را که تکمیل و بهره‌برداری از آنها برای استفاده عمومی ضروری است براساس آیین‌نامه مصوب هیئت وزیران به صورت کمک بلاعوض تأمین نماید. تبصره - در صورت تغییر کاربری این‌گونه مراکز یا تغییر استفاده از عمومی به خصوصی، معادل ارزش کمک‌های دولتی به قیمت روز از دریافت‌کنندگان این کمک‌ها اخذ می‌شود. ب) از تأسیس شهرک‌های سینمایی، تلویزیونی و رسانه‌ای و اداره آنها حمایت مالی و حقوقی نماید.
(۱۰)	دولت موظف است به منظور ساماندهی فضای رسانه‌ای کشور، مقابله با تهاجم فرهنگ بیگانه و جرائم و ناهنجاری‌های رسانه‌ای، در چارچوب سیاست و ضوابط مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی و فراهم آوردن زمینه بهره‌برداری حداکثری از ظرفیت رسانه‌ای اقدامات قانونی در موارد ذیل را انجام دهد: الف) تهیه و تدوین «نظام جامع رسانه‌ها» تا پایان سال اول برنامه با رویکرد تسهیل فعالیت‌های بخش غیردولتی ب) ارتقای آگاهی، دانش و مهارت همگانی، تقویت رسانه‌های ماهواره‌ای و اینترنتی همسو و مقابله با رسانه‌های معارض خارجی ج) پیشنهاد، وضع و اجرای سیاست‌ها و مقررات مورد نیاز و ایجاد و تقویت سازوکارهای لازم برای ساماندهی، نظارت و پالایش محتوای دیداری، شنیداری و نوشتاری در فضای رسانه‌ای کشور اعم از رسانه‌های مکتوب، دیداری، شنیداری، رقومی (دیجیتال)، مجازی و شبکه‌های ارتباطی غیرمکالماتی، شبکه‌های داده و ماهواره‌ای و سامانه‌های مخابراتی به شورای عالی انقلاب فرهنگی

قانون برنامه پنجم توسعه / فصل فرهنگ	
ماده	توضیحات
(۱۱)	<p>سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی مجاز است:</p> <p>الف) اقدامات قانونی در جهت امکان ایجاد مراکز فرهنگی و گردشگری و نحوه تأسیس مراکز تخصصی غیردولتی را در زمینه میراث فرهنگی از قبیل موزه‌ها، مرمت آثار فرهنگی و تاریخی، کارشناسی اموال تاریخی و فرهنگی و همچنین مراکزی جهت نظارت بر مراکز اقامتی، پذیرایی، دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری با استاندارد لازم و شرایط سهل و آسان را فراهم نماید.</p> <p>ب) از راه‌اندازی موزه‌های تخصصی به‌ویژه موزه‌های دفاع مقدس و شهدا توسط مؤسسات یا نهادهای عمومی غیردولتی، تعاونی و بخش خصوصی حمایت مالی نماید.</p> <p>ج) از ایجاد مراکز حفظ آثار و فرهنگ سنتی عشایری و روستایی توسط بخش خصوصی و نهادهای عمومی غیردولتی و تعاونی با رعایت موازین اسلامی به‌منظور توسعه گردشگری آن مناطق حمایت مالی نماید.</p> <p>د) از مالکیت و حقوق قانونی مالکین بناها و آثار و اشیای تاریخی منقول در جهت حفظ، صیانت و کاربرد مناسب آنها و اقدامات لازم جهت بیمه آثار فرهنگی، هنری و تاریخی حمایت مالی و معنوی نماید.</p> <p>هـ) آثار فرهنگی تاریخی و میراث معنوی حوزه فرهنگی ایران، موجود در کشورهای همسایه و منطقه و سایر کشورها به‌عنوان میراث فرهنگی را شناسایی و از آنها حمایت نماید.</p>
(۱۲)	<p>دولت به‌منظور تعمیق ارزش‌ها، باورها و فرهنگ مبتنی بر هویت اسلامی و ترویج سیره و سنت اهل بیت علیهم‌السلام و استقاده بهینه از ظرفیت معنوی اماکن زیارتی به‌ویژه در شهرهای مقدس مشهد، قم و شیراز نسبت به انجام امور ذیل تا پایان برنامه اقدام می‌نماید:</p> <p>الف) شناسایی دقیق نیازها و مشکلات زائرین، برنامه‌ریزی و تدوین سازوکارهای لازم جهت ساماندهی امور زائرین و تأمین زیرساخت‌های لازم از طریق حمایت از شهرداری‌ها و بخش‌های غیردولتی</p> <p>ب) توسعه امکانات، فعالیت‌های فرهنگی و خدمات زیارتی در قطب‌های زیارتی و گردشگری مذهبی و فراهم نمودن زمینه زیارت مطلوب و اجرای پروژه‌های زیربنایی مورد نیاز در قالب بودجه‌های سنواتی</p>
(۱۳)	<p>دولت مکلف است به‌منظور توسعه ورزش همگانی، قهرمانی و توسعه زیرساخت‌های ورزشی اقدامات زیر را انجام دهد:</p> <p>الف) اعتبارات تملک دارایی‌های سرمایه‌ای و هزینه‌ای مورد نیاز را در ردیف‌های مستقل در قالب بودجه‌های سنواتی منظور نماید.</p> <p>ب) اعتبار مورد نیاز برای پرداخت تسهیلات در قالب وجوه اداره شده، یارانه سود و کارمزد و یا کمک‌های بلاعوض به متقاضیان بخش خصوصی و تعاونی برای احداث، توسعه و تکمیل واحدهای ورزشی را در ردیف مستقل بودجه‌های سنواتی پیش‌بینی نماید.</p> <p>تبصره - پرداخت هرگونه وجهی از محل بودجه کل کشور به هر شکل به ورزش حرفه‌ای ممنوع است.</p>
(۱۴)	<p>وزارت جهاد کشاورزی موظف است اراضی ملی غیرکشاورزی به‌استثنای اراضی واقع در مناطق چهارگانه محیط زیست و خارج از حریم شهرها و محدوده روستاها را که مورد نیاز سازمان تربیت‌بدنی است، به‌منظور احداث و توسعه اماکن و فضاهای ورزشی تأمین و به‌طور رایگان به سازمان تربیت‌بدنی واگذار نماید. همچنین وزارت مذکور موظف است با تأیید سازمان تربیت‌بدنی، اراضی با شرایط فوق را که مورد نیاز بخش غیردولتی و تعاونی برای احداث اماکن ورزشی است به قیمت ارزش معاملاتی اعلام شده توسط وزارت امور اقتصادی و دارایی با اولویت به تعاونی‌های ایثارگران واگذار نماید. تغییر کاربری این قبیل اراضی ممنوع است.</p>



علاوه بر این قانون، به دلیل جایگاه شورای عالی انقلاب فرهنگی و سایر شوراهای تصمیم‌گیرنده در حوزه فرهنگ، در هریک از حوزه‌های تخصصی مرتبط با فرهنگ، اسنادی لازم‌الاجرا از قبیل «منشور توسعه فرهنگی»، «سند مهندسی فرهنگی» و... وجود دارد.

۵. بررسی چالش‌های حوزه فرهنگ

دو نوع چالش کلی در رابطه با حوزه فرهنگ قابل بررسی است:

الف) چالش‌های درونی حوزه فرهنگ: این چالش‌ها در بخش‌های تولید، توزیع، مصرف کالای فرهنگی، امور زیربنایی، نابسامانی در هزینه‌کرد منابع مالی حوزه فرهنگ و ساختار دستگاه‌های فرهنگی قابل بررسی است.

ب) چالش‌های ناشی از اقدامات برون‌مرزی: این چالش‌ها در بخش‌های تهاجم فرهنگی و جنگ نرم و شبکه‌ای شدن جهان و امکان حذف فرهنگ‌های بومی قابل طرح هستند.

۶. چالش‌های درونی حوزه فرهنگ

۶-۱. چالش‌های حوزه کالای فرهنگی

در یک تقسیم‌بندی کلی می‌توان کالای فرهنگی را به سه دسته تقسیم کرد:

۱. کالاهای فرهنگی خصوصی، مثل کتاب، سی‌دی و... که مالکیت آنها مشخص است و دارای قیمت نسبتاً مشخصی هستند.

۲. کالاهای فرهنگی عمومی، که حقوق مالکیت آنها دولتی بوده و قیمت آنها مشخص نیست مثل میراث فرهنگی.

۳. کالاهای فرهنگی ترکیبی که ترکیبی از کالاهای خصوصی و عمومی هستند به‌عنوان مثال تابلو نقاشی «ون گوگ» می‌تواند به‌عنوان شیئی هنری خرید و فروش شود که ارزش کالای خصوصی آن فقط عاید کسانی می‌شود که صاحب آن هستند یا آن را می‌بینند؛ در عین حال به‌عنوان عنصری از تاریخ هنر، منافع کالای عمومی گسترده را نصیب مورخان و دوستداران هنر و عامه مردم می‌کند.^۱

یکی از مهمترین چالش‌های درونی پیش روی حوزه فرهنگ در زمینه تولید، توزیع و مصرف کالای فرهنگی است، در ادامه به‌صورت اجمالی به بررسی مشکلات هریک از این بخش‌ها پرداخته شده است.

۱. سپیدرضا صالحی امیری، اسماعیل کاووسی و پوران‌دخت تقدسی، بررسی عوامل مؤثر در صادرات کالاهای فرهنگی در ایران و ارائه راهبردهای مدیریتی، مجله مدیریت فرهنگی، سال چهارم، ش نهم، پاییز ۱۳۸۹.

۱-۱-۶. چالش‌های پیش روی تولید کالای فرهنگی

- چالش‌های پیش روی کیفیت تولید کالاها

هنری بودن و توجه به ظاهر جذاب کالا، شیوه بسته‌بندی، طراحی جلد، جنس صفحات کتاب و روزنامه، تصاویر گرافیکی، رنگ، اندازه و قالب بسته‌بندی و... از جمله عناصر اصلی ارتقای کیفیت صوری تولید کالای فرهنگی است. یکی از چالش‌های حوزه تولید فرهنگی در ایران فقدان خلاقیت در ارائه کالای فرهنگی با کیفیت صوری بالا در حوزه‌های بااهمیتی چون ژانر دفاع مقدس، کودک و نوجوان و ادبیات دینی در مقایسه با سایر ژانرهاست. جلد، قطع، طرح روی جلد کتاب و... از جمله نکاتی است که سبب جذب مخاطب شده و در نتیجه توجه به آن امری ضروری است.

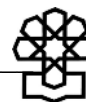
از سوی دیگر لزوم توجه به صورت و شکل، شامل سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی نیز می‌گردد. بسیاری از مساجد، نمازخانه‌ها، بناهای تاریخی، سینماها و کتابخانه‌های کشور از ظاهر چندان جالبی برخوردار نیستند و نیازمند بازسازی مجدد هستند، زیرا یکی از عوامل جذب مخاطب به این نهادها، علاوه بر نوع خدماتی که در آنها ارائه می‌شود، شکل ظاهری آنهاست. فرسوده نبودن بافت ساختمانی آنها، بهره‌مندی از ظاهری مناسب و شکل باید مورد توجه برنامه‌ریزان و مدیران فرهنگی کشور باشد.

در صنعت گردشگری و توریسم نیز توجه به صورت و کیفیت خدمات قابل ارائه دارای اهمیتی کلیدی است. متأسفانه بسیاری از بناهای تاریخی و گردشگری علاوه بر اینکه از وضعیت ظاهری مناسبی بهره‌مند نیستند، هیچ‌گونه خدمات بازاریابی و جلب مشتری را نیز انجام نمی‌دهند. بسیاری از این بناها فرتوت شده و نیاز به بازسازی مجدد دارند. بسیاری از کشورها جهت جلب توریست امروزه اقدام به استفاده از تبلیغات گسترده، صنعت هتلداری، خدمات رفاهی و... کرده‌اند که می‌تواند الگوی مناسبی برای گسترش صنعت گردشگری کشور باشد.

۱-۲-۶. محتوای کالای فرهنگی

الف) مغایرت محتوای برخی از کالاهای فرهنگی تأثیرگذار با فرهنگ دینی - مذهبی

یکی دیگر از نکاتی که در بحث تولید کالای فرهنگی اهمیت دارد، محتوای کالاهای تولید شده و پاسخگویی به نیاز مخاطب است. در کشورهایی چون کشور ما که محتوای کالاهای فرهنگی شکلی ارزشی دارد، باید دو نکته در این مسئله مد نظر قرار گیرد؛ از یک سو محتوای تولید شده باید با توجه به نیاز جامعه تولید شود و از سوی دیگر با فضای ارزشی - دینی جامعه هماهنگ باشد. بسیاری از کالاهای فرهنگی که امروزه تولید می‌شوند، از نظر محتوا با فرهنگ اسلامی - ایرانی هماهنگی چندانی ندارد. نگاهی به فیلم‌های سینمایی تولید شده و انعکاس عشق‌های مثلثی،



شوخی‌های مستهجن، پوشش‌های نامناسب، مضامینی غیراسلامی و ... در آنان، موسیقی‌های تولید شده که پیوند بسیاری از آنان با فرهنگ اسلامی مشخص نیست، کتاب‌های ترجمه شده و ... نشان‌دهنده این مغایرت با فرهنگ اسلامی هستند.

با وجود اینکه بسیاری از تولیدات فرهنگی در ایران از مجاری ممیزی و نظارت ارگان‌های دولتی - انقلابی عبور می‌کنند، هنوز بسیاری از تولیدات موجود از محتوای دینی - اسلامی بهره‌مند نیستند. امری که نیازمند توجه ویژه مدیران فرهنگی است.

ب) تمرکزگرایی محتوای ارائه شده بر یک قشر خاص

نکته دیگری که در رابطه با محتوای کالاهای فرهنگی - تصویری باید ذکر شود، تمرکز این کالاها بر طبقه و سبک زندگی خاص یعنی طبقه متوسط شهری و به‌خصوص سبک زندگی پایتخت‌نشینان است. فرهنگ سایر مناطق جغرافیایی ایران انعکاس‌چندانی در فضای فیلمنامه‌ها ندارد. توجه به تفاوت‌های قومی و جغرافیایی جامعه، انعکاس مسائل و مشکلات آنان در کالاهای فرهنگی تصویری، عنصر غایب محتوایی این کالاهاست.

به‌عبارت دیگر رسانه‌های امروزی به‌جای به‌تصویر کشیدن نیازهای تمامی مردم از هر منطقه، طبقه و قومیت به ساختن نیازهای جامعه، آن هم براساس الگوی زندگی طبقه متوسط شهرنشین روی آورده‌اند. این مسئله که ریشه در عدم مدیریت صحیح فرهنگی و عدم درک صحیح نیازهای مردم دارد، سبب تکراری شدن و الگوبرداری محتوایی از فرهنگ غرب در تولید کالاهای فرهنگی شده و در نتیجه توانایی فرهنگ ایرانی - اسلامی در خلق اثری متفاوت و ماندگار به فراموشی سپرده شده است. نتیجه چنین شرایطی هجوم گسترده فرهنگ غربی است. به‌عنوان مثال تأسیس شبکه تلویزیونی بازار که در حقیقت نوعی الگوبرداری از شبکه‌های فروش کالای تلویزیونی غربی است علاوه‌بر به‌وجود آوردن فضایی جهت تبلیغ کالاهای ایرانی (کارکرد مثبت)، مصرف‌گرایی در جامعه (کارکرد منفی) را نیز رواج خواهد داد. یکی از اصول اساسی ارتقای محتوای کالاهای فرهنگی توجه به فرهنگ تمامی اقشار جامعه و انعکاس آن در کالای تولید شده است.

۳-۱-۶. عرضه کالای فرهنگی

الف) چالش‌های ناشی از نحوه عرضه کالای فرهنگی

یکی از چالش‌های عمده پیش روی کالای فرهنگی این نکته است که بسیاری از محصولات فرهنگی به شکل مناسبی عرضه نمی‌شوند.

به‌عنوان مثال عرضه نشریات و مطبوعات در کشور در شرایط نامناسبی صورت می‌گیرد. ساختمان دکه‌های مطبوعاتی به‌گونه‌ای است که نمی‌توان محصول مطبوعاتی را به‌خوبی رؤیت کرد و دست به انتخاب زد. این موضوع برای نشریه‌های تازه‌وارد یا با تیراژ محدود، سبب حذف شدن

می‌گردد. عرضه نشریات و مطبوعات در داخل دهکده‌های خیابانی که فضای بسیار محدودی دارند، مانع از دیده شدن آنها از سوی مخاطب و ایجاد جاذبه می‌شود.^۱ از سوی دیگر محصول مطبوعاتی به شدت آسیب‌پذیر است و در مقابل باد و باران و پا خوردن به سرعت خراب می‌شود.

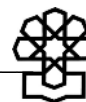
فقدان مکان مناسب جهت عرضه کالاهای فرهنگی در بسیاری از شهرهای کشور، از دیگر مشکلات عرضه کالاهای فرهنگی است. در حال حاضر یکی از راهبردهای دولت جهت حل این معضل برگزاری نمایشگاه‌های کتاب و مطبوعات است. دولت به جای تلاش در جهت عرضه و توزیع مناسب‌تر کالاهای فرهنگی در شهرهای کوچک‌تر به راه حل مقطعی چون برگزاری نمایشگاه روی آورده است که از یکسو پاسخگوی نیاز فرهنگی شهرستان‌ها در تمام طول سال نخواهد بود و از سوی دیگر مانع از شکل‌گیری مراکز عرضه فرهنگی متنوع در شهرستان‌ها خواهد گشت.

فقدان نهادهای تخصصی متولی برای انجام عملیات گسترده توزیع و عرضه محصولات فرهنگی در سراسر کشور، از دیگر مشکلات مرتبط با توزیع کالای فرهنگی است. از آنجا که کار توزیع و تولید، دو حوزه کاملاً مجزا از یکدیگر می‌باشند و مقتضیات متفاوتی را دارا هستند، وجود نهادهای تخصصی توزیع، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر در مناسبات نوین بازار است. به بیان دیگر؛ اقتضای کار تولید با توزیع متفاوت است؛ دستگاه‌هایی که کار تولید را انجام می‌دهند، عمدتاً باید در حوزه فکر و اندیشه صاحب ابتکار عمل باشند؛ مدیریت محتوای تولید شده مهمترین وظیفه این گروه است. در حالی که دستگاه‌هایی که به دنبال توزیع این تولیدات هستند، باید بتوانند در حوزه اقتصاد، مسائل مالی، بازار و اقتضائات آن صاحب ابتکار باشند، به نحوی که بتوانند مسائل اقتصادی و جذب مخاطب را مدیریت کنند. این دو حوزه در یکدیگر قابل ادغام نیستند. لازمه عرضه مناسب کالاهای فرهنگی، شکل‌گیری نهادهایی مجزا از بخش تولید و توجه آنها نیاز مردم و اقتصاد فرهنگ است.

ب) تمرکزگرایی عرضه فرهنگی - تهران محوری / مرکز استان محوری

مشکل دیگری که در زمینه عرضه کالای فرهنگی به چشم می‌خورد، این مسئله است که اغلب محصولات فرهنگی در کلان‌شهرها و به‌خصوص تهران توزیع می‌شوند و در بسیاری از شهرستان‌ها توزیع این اقلام به درستی صورت نمی‌گیرد. به عبارت دیگر در قلمرو عرضه کالای فرهنگی شاهد نوعی تمرکزگرایی و انحصار در شهرهای بزرگ هستیم که این مسئله سبب شده کالای فرهنگی تبدیل به پدیده‌ای لوکس شود که در هر جایی قابل دسترسی نیست. مسلم است که امکان دسترسی کمتر به یک کالا، در مصرف آن نیز تأثیر منفی خواهد گذاشت. عدم توزیع مناسب

۱. گفتگو با ناصر فکوهی، چرخه توزیع بی‌بهره از غنای فرهنگ، همشهری آنلاین، ۱۳۸۹/۴/۱۵.



کالاهای فرهنگی بیش از هر چیز در قلمرو کتاب دیده می‌شود.

درحالی که توزیع محصولاتی نظیر CDهای موسیقی و فیلمهای سینمایی که در شبکه خانگی توزیع می‌گردند، به‌علت پیوند کامل با اقتصاد فرهنگ، از شرایط بسیار مناسبی برخوردار است. این محصولات به‌علت ورود به سوپرمارکت‌ها از کالایی لوکس تبدیل به کالایی پرمصرف و همگانی شده‌اند.

۴-۱-۶. مصرف کالای فرهنگی

یکی دیگر از معضلات کالای فرهنگی در جامعه ایران، کم‌رنگ بودن مصرف کالای فرهنگی در سبد خانوار است به نحوی که تنها ۲ درصد هزینه مصرفی خانوار را تشکیل می‌دهد. کالای فرهنگی به‌خصوص کتاب، تئاتر، کنسرت موسیقی، موزه در جامعه ایران تبدیل به پدیده‌ای لوکس شده که تمامی افراد جامعه توانایی مالی برخوردار از آن را ندارند. امری که نیازمند برنامه‌ریزی جدی مدیران فرهنگی است. برای آشنایی با میزان مصرف فرهنگی کالاهای مختلف در جامعه به آمارهایی که در انتهای گزارش آورده شده‌اند (پیوست ۱ و ۲)، مراجعه کنید.

۲-۶. چالش‌های پیش روی امور زیربنایی فرهنگی

یکی از مسائل مهم در ارتقای رفتارهای فرهنگی، توسعه مراکز فرهنگی و امور زیربنایی فرهنگی است. افزایش آمار سازمان‌های فرهنگی و در دسترس بودن آنها در همه نقاط شهر و در تمامی کشور از مهمترین اقداماتی است که باید در این زمینه صورت پذیرد. چالش‌های این حوزه عبارتند از:

۱-۲-۶. نامتناسب بودن میزان فضاهای فرهنگی در مقایسه با جمعیت کشور

دولت هر ساله بودجه‌ای را جهت افزایش تعداد مساجد، کتابخانه‌ها، فرهنگسراها، ورزشگاه‌ها، مراکز فرهنگی - تفریحی، پارک‌ها و... (اعتبارات تملک دارایی سرمایه‌ای) اختصاص می‌دهد. در قانون بودجه سال ۱۳۹۰ به برنامه احداث، تأمین، نگهداری و اداره اماکن و فضاهای فرهنگی^۱ ۱ هزار و ۷۳۳ میلیارد و ۲۵۱ میلیون ریال اختصاص یافته است، اما همچنان تعداد این مراکز در مقایسه با جمعیت کل کشور ناچیز است. به‌عنوان مثال سرانه فضای ورزشی در کشور باید به‌ازای هر نفر ۱/۵ مترمربع باشد درحالی که درحال حاضر برای هر نفر تنها ۰/۷۵ فضای ورزشی اختصاص یافته است. در سال ۱۳۸۸ به ازای هر هزار نفر تنها ۱۹ صندلی سینما وجود داشته و تعداد کتابخانه‌ها و مساجد کشور نیز در مقایسه با جمعیت کشور بسیار ناچیز است.

۲-۲-۶. تمرکزگرایی در ساخت مراکز فرهنگی

در هنگام ساخت این امور زیربنایی توجه به در دسترس بودن این مراکز جهت بهره‌مندی تمامی

آحاد جامعه در همه نقاط مختلف شهر باید مورد توجه قرار گیرد. در کلان‌شهری چون تهران پراکندگی این مراکز از الگوی یکسانی تبعیت نمی‌کند، در بعضی از نقاط شهر شاهد تمرکز این مراکز در یک محدوده جغرافیایی و در برخی دیگر از نقاط شهر شاهد پراکندگی این مراکز و عدم دسترسی آسان به آنها هستیم. به‌عنوان مثال پارک‌ها، سینماها عمدتاً در مناطق شمالی شهر تهران تمرکز یافته است، پراکندگی مساجد شهر تهران نیز از الگوی منسجمی تبعیت نمی‌کند. این مسئله در شهرستان‌های کشور در مقایسه با کلان‌شهرها نیز به چشم می‌خورد به‌عنوان مثال برخی از شهرهای کشور فاقد سینما، سالن تئاتر و... هستند.

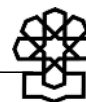
۳-۶. نابسامانی در هزینه‌کرد منابع مالی حوزه فرهنگ

علی‌رغم اینکه در سال‌های اخیر بودجه بخش فرهنگ رشد چشمگیری داشته و شاهد رشد ۴۳ درصدی بودجه سال ۱۳۹۰ در مقایسه با قانون بودجه سال ۱۳۸۹ هستیم، اما این رقم تنها ۲ درصد بودجه کل کشور را تشکیل می‌دهد. همان‌طور که در جدول ۱ قابل مشاهده است، بیشترین رشد در بخش ردیف‌های متفرقه (۲۲۰ درصد) و کمترین رشد مربوط به فصل تربیت‌بدنی است. یکی از مشکلاتی که در بخش ردیف‌های متفرقه قابل ملاحظه است امکان کمتر پیگیری روند هزینه‌کرد بودجه و در نتیجه نظارت کمتر بر آن است.

نکته دیگری که در این بخش حائز اهمیت است، افزایش هرساله و چشمگیر اشخاص کمک‌بگیر حقیقی و حقوقی در قانون بودجه است. براساس ماده (۶۷) قانون محاسبات عمومی کشور، عناوین کمک مندرج در بودجه کل کشور منحصراً ناظر بر اعتبارات جاری است. این درحالی است که در جدول شماره (۹)، ردیف ۵۴۰۰۰۰، بند «۴» ۹۳۱ میلیارد و ۸۰۲ میلیون ریال جهت اعتبارات تملک دارایی سرمایه‌ای، به این اشخاص اختصاص داده شده است. ازسوی دیگر از آنجا که نهادها و مؤسسه‌های کمک‌بگیر، ردیف مستقل و مشخصی ندارند و به‌عنوان کمک‌بگیر از بودجه عمومی کشور بهره‌مند هستند، لذا دیوان محاسبات عمومی کشور نمی‌تواند نظارت و ارزیابی درستی از نحوه عملکرد آنها داشته باشد.^۱

به‌عبارت دیگر ناچیز بودن اعتبار بخش فرهنگ در مقایسه با سایر بخش‌ها و رشد اعتبار هرساله و چشمگیر نهادهایی که نظارت کمتری بر نحوه عملکرد مصارف آنها می‌توان داشت از مهمترین چالش‌های مرتبط با حوزه اعتبارات مالی است.

۱. نرگس صادقی‌پور، درباره لایحه بودجه سال ۱۳۹۰ کل کشور، (۲۲) اشخاص حقیقی و حقوقی کمک‌بگیر (دینی - فرهنگی) مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر فرهنگی، ۱۳۸۹.



۴-۶. ساختار دستگاهها و نهادهای فرهنگی

یکی از مهمترین چالش‌های حوزه فرهنگ، آشفتگی ناشی از دستگاهها و نهادهای تصمیم‌گیرنده و دخیل در این حوزه است. تعداد قابل توجهی از دستگاه‌های حوزه فرهنگی از قبیل صداوسیما، سازمان تبلیغات و... زیر نظر مقام معظم رهبری اداره می‌گردند درحالی که دستگاه‌هایی چون وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، آموزش و پرورش، زیر نظر قوه مجریه قرار دارند. برخی از دستگاه‌های وابسته به شهرداری‌ها نیز با واسطه زیر نظر رهبری فعالیت می‌کنند.

شورای عالی انقلاب فرهنگی به‌عنوان یک دستگاه سیاستگذار اقدام به سیاستگذاری و تصمیم‌گیری برای دستگاه‌های فرهنگی می‌کند، در همان حال و در همان زمان مجلس و کمیسیون فرهنگی نیز به این کار مشغول است. درحالی که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه هنر و به‌خصوص سینما فعالیت می‌کند، حوزه هنری نیز به‌عنوان نهادی مستقل از قوه مجریه نیز به این کار اشتغال دارد. شهرداری‌ها نیز در این فرآیند حضور دارند. مسئله‌ای که در اینجا با آن مواجه هستیم، این نکته است که تعدد نهادهای سیاستگذار در حوزه فرهنگ و موازی‌کاری فعالیت‌های آنها (که اعتباراتشان از مجرای متفاوتی تأمین می‌شود) در کنار نبود نظام نظارتی یکسان بر آنها، سبب شده ایجاد نظم و هماهنگی در رابطه با عملکرد دستگاه‌های فرهنگی بسیار دشوار و پیچیده شود. چنین شرایطی منجر به افزایش امکان اثرگذاری رویکردها و جهت‌گیری‌های سلیقه‌ای کارگزاران شده و در نتیجه با تغییر هریک از مسئولین، جهت‌گیری سیاستگذاری‌ها نیز تغییر می‌نماید.

۷. چالش‌های ناشی از اقدامات برون‌مرزی

بخشی از چالش‌های حوزه فرهنگ ناشی از اقدامات برون‌مرزی است. همان‌طور که ذکر شد این چالش‌ها در بخش‌های تهاجم فرهنگی و جنگ نرم و شبکه‌ای شدن جهان و امکان حذف فرهنگ‌های بومی قابل طرح هستند.

۷-۱. چالش‌های ناشی از تهاجم فرهنگی و جنگ نرم

در سال‌های پس از پیروزی انقلاب و پس از شکست دشمنان در جنگ نظامی مقابل جمهوری اسلامی ایران، یکی از چالش‌های اساسی کشور مسئله تهاجم فرهنگی و جنگ نرم است. امری که در سخنان رهبر معظم انقلاب نیز بازتاب یافته است:

«دشمن در این برهه از زمان به سنگر مبارزات فرهنگی با نظام جمهوری اسلامی پناه آورده است. دشمن ابزار زیادی دارد. بله؛ دشمن ایمان ندارد، یقین در قلبش نیست، متکی به سنن الهی

نیست، کیدش کید شیطان است و لذا ضعیف است، اما تلاشش انبوه است، ابزارش مدرن و پولش زیاد است. اگر اندکی سستی به خرج دهیم دشمن با همین حمله خواهد توانست از لحاظ فرهنگی، خسارتی بر ما وارد کند. دغدغه بنده این است. آن خسارت هم مثلاً، خسارت ضربه زدن به ایمان نسل جوان است؛ یعنی چیزی که جایگزینی ندارد. یا ضربه زدن به حرکت انقلابی عموم مردم است. ضربه تهاجم فرهنگی اینهاست»^۱.

عمده تمرکز جنگ نرم بر نکات زیر است:

۱-۱-۷. هجمه دشمنان بر فرهنگ انقلابی حاکم بر ذهنیت جامعه

یکی از تلاش‌های دشمنان در عرصه فرهنگ، کمرنگ ساختن روحیه انقلابی، تلاشگر و مبارز جامعه است، روحیه‌ای که سرچشمه پیروزی انقلاب اسلامی و عامل دوام و بقای آن است. دشمنان انقلاب امروزه به مدد گسترش فناوری‌های نوین ارتباطی تلاش می‌کنند پایه‌های فرهنگ اسلامی را در جامعه سست کنند. امری که مقابله با آن نیازمند کار فرهنگی و تربیت نیروی مستعد انقلابی در حوزه فرهنگ است.

۲-۱-۷. تلاش جهت انحراف جریان ادب و هنر از مسیر انقلاب

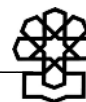
یکی دیگر از راهکارهای پیش روی دشمنان، نفوذ در نیروی فعال در حوزه فرهنگ جامعه و تلاش جهت ایجاد بی‌توجهی یا کم‌توجهی کارگزاران به تولید محتوای ارزشی و اسلامی در تولیدات هنری است. نگاهی به فیلم‌ها و کتب تقدیر شده در مجامع بین‌المللی نشان‌دهنده تلاش دشمن جهت تحقیر فرهنگ اسلامی و تشویق آثاری است که تأییدکننده ضعف نظام و مشکلات اجتماعی آن است.^۲

۲-۷. شبکه‌ای شدن جهان و امکان حذف فرهنگ‌های بومی

فرآیند فشرده‌گی جهان معاصر و تبدیل آن به یک کل واحد که به مدد گسترش ابزارهای ارتباطی نوین رخ داده است، سبب گسترش ارتباطات میان‌فرهنگی و به تبع آن امکان حذف فرهنگ‌های بومی به نفع فرهنگ کشورهای غربی است. لازمه مقابله با چنین شرایطی استفاده از تکنولوژی‌های نوین

۱. دغدغه‌های فرهنگی، شرح مزجی یکی از بیانات مقام معظم رهبری در سال ۱۳۷۳ با استفاده از دیگر بیانات معظمه، انتشارات صهباء، ۱۳۹۰، ص ۱۱۱.

۲. مقام معظم رهبری نیز این مسئله را مورد اشاره قرار داده است. «اصل قضیه‌ای که من از آن نگرانم، همین تهاجم فرهنگی است... این تهاجم فرهنگی به دو صورت یا به دو معنا انجام می‌گیرد. یکی از معانی‌اش این است که بعد از آنکه دشمن با ابزارهای نظامی و سیاسی و اقتصادی به جایی نرسید، به ابزار فرهنگی، یعنی تبلیغات، هنر، کتاب، مقاله، رمان، فیلم‌های وارداتی و تولید دیگر کالاهای فرهنگی به‌وسیله کسانی که در داخل ایران اسلامی زندگی می‌کنند، اما دلشان برای ایران، برای ملت ایران، برای عقاید و مصالح این ملت نمی‌تپد، بلکه دلشان برای منافع آمریکا و برای سرچشمه‌های گل‌آلود و متعفن فساد در کشورهای غربی می‌تپد، پناه آوردند». دغدغه‌های فرهنگی، شرح مزجی یکی از بیانات مقام معظم رهبری در سال ۱۳۷۳ با استفاده از دیگر بیانات معظمه، انتشارات صهباء، ۱۳۹۰.



ارتباطی و تلاش هرچه بیشتر در راستای تولید محصولات فرهنگی و شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای است که جهان را تحت‌الشعاع قرار دهد.

تداوم حیات فرهنگی جامعه نیازمند برنامه‌ریزی و مدیریت این حوزه است، زیرا در جهان رقابتی امروز، کشورهایی که برای فرهنگ خود برنامه‌ای نداشته باشند، ازسوی فرهنگ‌های دیگر استحاله می‌گردند.

پیوست‌ها

پیوست ۱

جدول ۱. مصرف فرهنگی (مردم از چه محصولات، تولیدات فرهنگی استفاده می‌کنند؟)^۱

میزان به درصد	متغیر و مؤلفه
میزان و نحوه مطالعه	
۵۳	۱ میزان مطالعه کتاب (غیردرسی)
۱ ساعت و ۴۸ دقیقه	۲ سرانه مطالعه غیردرسی در هفته
۱ ساعت و ۲۵ دقیقه	۳ میانگین مطالعه قرآن و ادعیه در هر هفته
۹	۴ میزان استفاده از کتاب‌های الکترونیکی
اولویت مطالعه کتاب غیردرسی	
۲۰	قرآن و ادعیه
۱۵	دینی به غیر از قرآن و ادعیه
۱۴	شعر
۱۴	رمان و داستان
۱۴	تاریخ
۱۲	روان‌شناسی و تربیتی
۳۷	اجتماعی، فلسفی، هنر و...
۲۳	۶ میزان عضویت در کتابخانه عمومی

۱. این جداول خلاصه‌ای است از: طرح بررسی و سنجش شاخص‌های فرهنگ عمومی کشور (شاخص‌های غیرثبیتی)، گزارش: مربوط به کل کشور، به سفارش دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی، انتشارات، پژوهشگران خبره پارس، ۱۳۹۰.



متغیر و مؤلفه		میزان به درصد	
۷	میزان مطالعه روزنامه در یک هفته	۵۳	
۸	اولویت مطالعه روزنامه	حوادث	۲۶
		سیاسی	۱۷
		ورزشی	۱۸
		سایر	۶۲
۹	میزان مطالعه نشریه غیرروزانه (هفته‌نامه و...)	۳۸	
۱۰	اولویت‌های مطالعه مجلات تخصصی	پزشکی و پیراپزشکی	۶
		ادبیات و هنر	۹
		علوم انسانی	۷
		سایر	۱۵
۱۱	اولویت‌های مطالعه مجلات غیرتخصصی	طنز و سرگرمی	۱۴
		ورزشی	۱۰
		فرهنگی	۱۲
۱۲	میزان استفاده از امکاناتی چون ویدئو، سی‌دی و دی.وی.دی	۶۸	
۱۳	اولویت‌های برنامه‌های تماشا شده (فیلم سینمایی ایرانی) با استفاده از امکانات بصری فوق (فیلم سینمایی خارجی)	فیلم سینمایی ایرانی	۵۰
		فیلم سینمایی خارجی	۲۹
		موسیقی، شو و سرگرمی	۲۷
		مراسم و مجالس مذهبی	۱۳
۱۴	اولویت فیلم‌های سینمایی تماشا شده با این امکانات	اجتماعی	۳۰
		حادثه‌ای - پلیسی	۲۲
		کمدی	۱۶
		رزمی	۱۱
۱۵	میزان استفاده از موسیقی	۷۰	

متغیر و مؤلفه		میزان به درصد
اولویت‌های استفاده از موسیقی	سنّتی	۴۴
	محلی	۲۸
	پاپ ایرانی	۲۹
	رپ	۱۱
میزان استفاده از امکانات بصری مثل mp3 و... برای گوش کردن به غیرموسیقی		۳۳
اولویت‌های گوش کردن با ابزارهای بصری فوق	قرآن و مناجات	۱۴
	سخنرانی	۱۰
	آموزشی	۱۳
میزان استفاده از سینما		۲۲
میزان استفاده از تئاتر		۵
میزان افرادی که فعالیت ورزشی انجام می‌دهند		۶۴
اولویت ورزش‌های انجام شده	نرمش و پیاده‌روی	۳۳
	فوتبال	۱۱
	والیبال	۹
سرانه تماشای برنامه‌های ورزشی		۳ ساعت و ۸ دقیقه
تعداد افرادی که بازی غیرورزشی انجام می‌دهند		۲۸
اولویت‌های بازی‌های غیرورزشی	بازی‌های روی موبایل	۱۴
	بازی‌های کامپیوتری	۱۳
	سگا، پلی‌استیشن و psp	۴
میزان افرادی که تلویزیون جمهوری اسلامی ایران را اصلاً نمی‌بینند؟		۹



میزان به درصد	متغیر و مؤلفه
۵۳	میزان افرادی که اصلاً به رادیوی داخلی گوش نمی‌دهند ۲۷
۲۶	میزان افرادی که ماهواره تماشا می‌کنند؟ ۲۸
۲۵	میزان استفاده از اینترنت ۲۹

پیوست ۲

جدول ۲. وضعیت فرهنگی افراد جامعه و رفتارهای مبتنی بر باورها و عقاید^۱

درصد	متغیر و مؤلفه	
۱۰	میزان افرادی که سینمای خانگی دارند	
۲۶/۵	به‌طور دائم	میزان استفاده از عطر و خوشبوکننده
۲۷	در میهمانی‌ها و مجالس	
۲۲	به ندرت	
۲۰	هرگز	
۱۴	میزان افرادی که در سال سیگار مصرف می‌کنند	
۹۴/۵	میزان افرادی که صدقه، نذر و خیرات می‌پردازند	
۸۱/۵	صندوق صدقات و کمک به مستمندان در شهر	اولویت‌های پرداخت صدقه
۴۵/۵	کمک به مسجد و اماکن متبرکه	
۱۱	کمک به مستمندان در دیگر کشورها	
۱۲/۵	قرض‌الحسنه به اطرافیان	
۸/۵	هر هفته	تعداد دفعات شرکت در نماز جمعه
۱۰	۲ تا ۳ بار	
۵۳	هرگز	
۱۶/۵	عدم وجود برای زنان اهل سنت	دلایل عدم شرکت
	دور بودن محل برگزاری	

۱. این جداول خلاصه‌ای است از: طرح بررسی و سنجش شاخص‌های فرهنگ عمومی کشور (شاخص‌های غیرثبیتی)، گزارش: مربوط به کل کشور، به سفارش دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی، انتشارات، پژوهشگران

خبره پارس، ۱۳۹۰.



درصد	متغیر و مؤلفه	
۲۸	اشتغالات و گرفتاری	
۸۳	میزان افرادی که کاملاً یا تا حدی از احکام نماز جماعت آگاهند	
۱۱	صبح	درصد افرادی که تقریباً همیشه نماز را به جماعت خوانده‌اند
۱۵	ظهر و عصر	
۱۹	مغرب و عشاء	
۶۶/۵	صبح	درصد افرادی که اصلاً نماز را به جماعت نخوانده‌اند
۴۲	ظهر و عصر	
۳۸	مغرب و عشاء	
۲۷	تقریباً همیشه	میزان مشارکت در جشن‌ها و اعیاد مذهبی
۴۱	گاهی اوقات	
۱۴/۵	به ندرت	
۱۵/۵	اصلاً	
۴۷/۵	تقریباً همیشه	میزان مشارکت در عزاداری، مداحی و ذکر مصیبت
۳۱/۵	گاهی اوقات	
۹	به ندرت	
۱۰	اصلاً	
۲۸	تقریباً همیشه	میزان مشارکت در مراسم دعا و نیایش
۳۶	گاهی اوقات	
۱۶/۵	به ندرت	
۱۷	اصلاً	
۲۳	تقریباً همیشه	میزان مشارکت در مجالس قرآن
۳۰/۵	گاهی اوقات	
۱۸	به ندرت	
۲۶	اصلاً	

متغیر و مؤلفه		درصد
میزان مشارکت در سفره‌ها و جلسات مذهبی خانگی	تقریباً همیشه	۲۵
	گاهی اوقات	۲۹/۵
	به ندرت	۱۵/۵
	اصلاً	۲۷/۵
درصد افراد مشارکت‌کننده در راهپیمایی روز قدس		۱۶
درصد افراد مشارکت‌کننده در راهپیمایی روز ۲۲ بهمن		۱۷
درصد افراد مشارکت‌کننده در راهپیمایی‌های موردی و خاص		۱۸
درصد افرادی که به قصد زیارت به مشهد مقدس رفته‌اند (در سال گذشته)	یک بار	۲۵/۵
	دو بار	۶
	بیش از دو بار	۱۲/۵
	اصلاً	۵۳/۵
درصد افرادی که به قصد زیارت به قم رفته‌اند (در یک سال)	یک بار	۲۱
	دو بار	۷
	بیش از دو بار	۸
	اصلاً	۶۱
درصد افرادی که به زیارت سایر امامزاده‌ها رفته‌اند (در سال)	یک بار	۱۴/۵
	دو بار	۱۴/۵
	بیش از دو بار	۴۲/۵
	اصلاً	۲۶/۵
درصد افرادی که به قصد زیارت به گلزار شهدا رفته‌اند. (در سال)	یک بار	۱۱/۵
	دو بار	۹/۵
	بیش از دو بار	۴۸
	اصلاً	۲۹



منابع و مأخذ

۱. دغدغه‌های فرهنگی، شرح مزجی یکی از بیانات مقام معظم رهبری در سال ۱۳۷۳ با استفاده از دیگر بیانات معظم‌له، انتشارات صهبیا، ۱۳۹۰.
۲. صادقی‌پور، نرگس. درباره لایحه بودجه سال ۱۳۹۰ کل کشور، (۲۳) اشخاص حقیقی و حقوقی کمک‌بگیر (دینی - فرهنگی) مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر فرهنگی، ۱۳۸۹.
۳. صالحی‌امیری، سیدرضا، اسماعیل کاووسی و پوران‌دخت تقدسی. بررسی عوامل مؤثر در صادرات کالاهای فرهنگی در ایران و ارائه راهبردهای مدیریتی، مجله مدیریت فرهنگی، سال چهارم، ش نهم، پاییز ۱۳۸۹.
۴. طرح بررسی و سنجش شاخص‌های فرهنگ عمومی کشور (شاخص‌های غیرثبیتی)، گزارش مربوط به کل کشور، به سفارش دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی، انتشارات پژوهشگران خبره پارس، ۱۳۹۰.
۵. فکوهی، ناصر. چرخه توزیع بی‌بهره از غنای فرهنگ، همشهری آنلاین، ۱۳۸۹/۴/۱۵.
۶. قانون بودجه سال ۱۳۸۹ کل کشور.
۷. قانون بودجه سال ۱۳۹۰ کل کشور.
۸. قانون برنامه پنجم توسعه.

www.hamshahrionline.ir



مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل: ۱۲۱۵۵

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: با نمایندگان مردم در مجلس نهم ۳۷. مروری اجمالی بر حوزه فرهنگ و چالش‌های پیش روی آن

نام دفتر: مطالعات فرهنگی

تهیه و تدوین‌کنندگان: سینا کلهر، آسیه ارحامی

ناظر علمی: —

متقاضی: معاونت پژوهشی

ویراستار تخصصی: —

ویراستار ادبی: —

واژه‌های کلیدی:

۱. فرهنگ

۲. دستگاه‌های فرهنگی

۳. اعتبارات حوزه فرهنگ

۴. چالش‌های حوزه فرهنگ

تاریخ انتشار: ۱۳۹۰/۱۱/۳