

ویژه کارکنان شهرداری‌ها، دهیاری‌ها و شوراهای اسلامی شهر و روستا

اصول راهنمای برنامه‌ریزی فرهنگی در سطح ملی

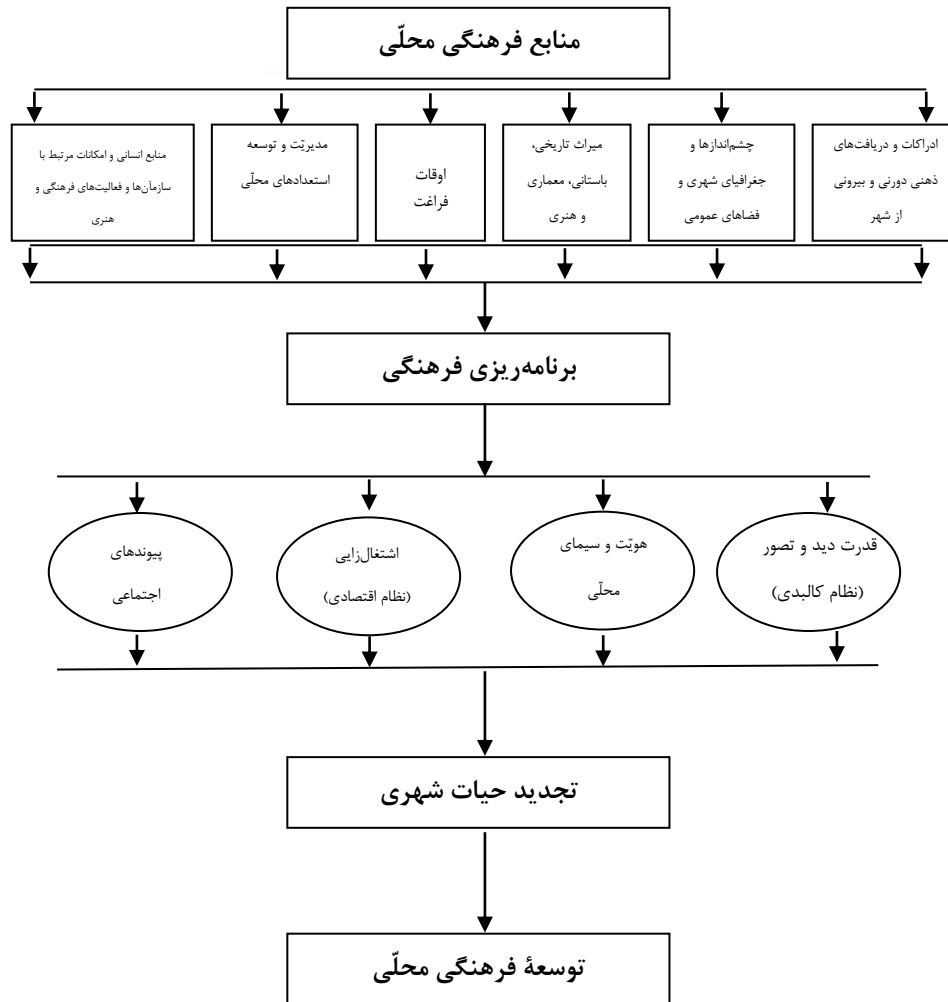
برنامه‌ریزی فرهنگی شیوه‌ای برای کمک به مدیران محلی است که درصدد یکپارچه کردن اقدامات تأثیرگذارنده بر کیفیت زندگی افراد جامعه است. برنامه‌ریزی فرهنگی شیوه‌ای برای پیوند دادن آن اقدامات با راهبردها و طرح‌های کلان مدیریت است. به کمک برنامه‌ریزی فرهنگی عقلانی، مدیران محلی می‌توانند به درک مناسب و دقیق‌تری از خواسته‌ها، ارزش‌ها و گرایش‌های اجتماع دست پیدا کنند. این امر می‌تواند به اصلاح سیاست‌گذاری‌ها و تصمیم‌های برنامه‌ریزی برای کل اجتماع محلی بیانجامد.

مهم‌ترین ملاحظه در اجرای برنامه‌ریزی فرهنگی این است که مجریان و سیاست‌گذاران فرهنگی در واقع برنامه‌های خود را بر اساس نیازها و ضرورت‌های محلی پایه‌ریزی نمایند. موفقیت در برنامه‌ریزی فرهنگی، می‌تواند مستلزم مراحل زیر باشد:

- 1- تجزیه و تحلیل گذشته پدیده فرهنگی (پدیده‌ای که می‌خواهیم برای آن برنامه را طراحی کنیم)؛
 - 2- طراحی، تدوین و ترسیم دقیق اهداف فرهنگی؛
 - 3- بررسی علمی نیازها و نگرش‌های اجتماعی فرهنگی گروه مخاطب و شناسایی مناسبات حاکم بر آنها به منظور دستیابی به اولویت‌ها؛
 - 4- شناسایی قابلیت‌ها، امکانات و توانمندی‌های ممکن در ابعاد نرم‌افزاری و سخت‌افزاری؛
 - 5- شناسایی موانع، مشکلات و محدودیت‌ها برای اجرای برنامه در ابعاد نرم‌افزاری و سخت‌افزاری؛
 - 6- طراحی برنامه‌ها با توجه به اهداف، سنجش نیازها، قابلیت‌ها و محدودیت‌ها؛
 - 7- ابلاغ برنامه به مجریان؛
 - 8- نظارت، ارزشیابی، رفع موانع احتمالی و در صورت نیاز، تجدید نظر در برنامه و طراحی برنامه علمیاتی.
- برای تحقق هر برنامه فرهنگی، مقدمات و شرایطی لازم است و در سطح کلان، ثبات و اقتدار نظام اجتماعی از جمله شرایط اولیه برنامه‌ریزی است.

کارکردهای برنامه‌ریزی فرهنگی

برنامه‌ریزی فرهنگی به عنوان فرآیند دستیابی به هدف‌های راهبردی مدیریت محلی، می‌تواند به مدیریت‌ها و حکومت‌های محلی از جهت هدایت و کنترل تعارضات و مطالبات شهری کمک نماید. هدف اصلی برنامه‌ریزی فرهنگی، توسعه فرهنگی محلی یا توسعه فرهنگی اجتماع محلی است که در واقع همان تجدید حیات شهری است. بدین ترتیب، رویکرد اصلی برنامه‌ریزی فرهنگی رویکرد مکان محور است و نه حوزه محور (مانند هنرهای نمایشی، تجسمی و میراث). حوزه‌های هنری، بخشی از برنامه‌ریزی فرهنگی مکان محور محسوب می‌گردد. از این رو برنامه‌ریزی فرهنگی محلی با سایر عرصه‌ها و نظام‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و ... ارتباط دارد. به بیان دیگر، می‌توان گفت که در بطن خود دارای ابعاد اقتصادی، سیاسی و اجتماعی است. ایجاد فرصت‌های شغلی، تقویت روابط سالم، مطمئن و امن در اجتماع محلی، افزایش پیوندهای اجتماعی و نیز برجسته کردن و آشکار نمودن هویت و سیمای محلی و نیز تقویت دریافت‌ها و ادراکات ذهنی و شناختی و بصری از جمله کارکردهای برنامه‌ریزی فرهنگی است.



تصویری از سرشت برنامه‌ریزی فرهنگی و ابعاد وسیع آن

دلایل زیادی وجود دارد که چرا مدیریت‌های محلی بهترین نهادهایی هستند که می‌توانند برنامه‌ریزی فرهنگی محلی و توسعه فرهنگی محلی را مدیریت نمایند. مدیریت‌های محلی نزدیک‌ترین سازمان‌ها به افراد یک جامعه می‌باشند. تجارب و مهارت‌های مدیریت‌های محلی از نشست‌های مشورتی اجتماع محلی و شناخت ارزش‌های محلی و خواسته‌های محلی که تأثیرگذار در برنامه‌ریزی فرهنگی محلی است، حاصل شده است. در حوزه محلی، همواره طیفی از خدمات فرهنگی مانند جشنواره‌های هنری، نمایشگاه‌ها، موزه‌ها و کتابخانه‌ها دیده می‌شود، اما در اینجا نهادهایی ضروری هستند که برای اجرای سیاست‌های برنامه‌ریزی فرهنگی نیازمند به قدرت و منابع باشند. برای بسیاری از شوراها، برنامه‌ریزی فرهنگی چیز جدیدی نیست. این شوراها، برنامه‌ریزی فرهنگی را به مثابه روش دستیابی و تحقق هدف‌ها و راهبردهایی می‌دانند که به طور مستقیم پاسخ‌گوی نیازهای اجتماع محلی است.

اطلاعات موجود در یک برنامه فرهنگی می‌تواند خطامشی‌ها و تصمیم‌های برنامه‌ریزی را در حوزه‌های مختلف اصلاح نماید. دیوید گراگان و کالین مرسر در کتاب خود (Cultural Planning Handbook) مدعی هستند که برنامه‌ریزی فرهنگی مانند تمامی فرآیندهای راهبردی باید با کیفیت مطلوب و همراه با داده‌های تحلیل شده دقیق تنظیم شده و به دنبال دیدگاهی مشترک از نحوه دستیابی اجتماعی محلی به خواسته‌های خود در آینده باشد. همچنین پیوندهای بالقوه و بالفعل میان برنامه‌ریزی فرهنگی و سایر برنامه‌ریزی‌ها (مانند؛ برنامه‌ریزی‌های محیطی، اقتصادی و اجتماعی) را به رسمیت شناخته و در میان این روابط سیال وجود داشته باشد.



ssafta.imo.org.ir