فصلنامه علمی راهبرد سیاسی
انتشارات پژوهشگاه راهبردی

# طراحی، تدوین و اعتبار سنجی راهبردی فرهنگی بر اساس بررسی تطبیقی سیاست‌های فرهنگی ایران و فرانسه

زهرا خلجی[1]، سیدرضا صالحی امیری[2]، حجت‌اله ایوبی[3]، محمدباقر نوبخت[4]، فاطمه فراهانی عزیزآبادی[5]



دوره ۱۰، شماره ٤ پیاپی ۳۹
زمستان ۱٤۰۵

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:
۱٤۰۵/۰٤/۲۵
تاریخ پذیرش:
۱٤۰۵/۰۸/۲۲
صص: ۲۲۹-۲۰۱

شاپا چاپی: ٤۵۶۵-۲۵۸۸
الکترونیکی: ۰۳۸۱-۲۷۱۷

ISC

## چکیده

هدف این پژوهش طراحی، تدوین و اعتبار سنجی راهبرد فرهنگی مبتنی بر بررسی تطبیقی سیاست‌های فرهنگی ایران و فرانسه است. پژوهش از نظر هدف، اکتشافی و با رویکرد کیفی انجام شده است. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با ۱۷ نفر از خبرگان دانشگاهی و نظری گردآوری شد که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. فرایند نمونه‌گیری تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت. تجزیه‌وتحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی و نرم‌افزار MAXQDA انجام شد. یافته‌های پژوهش منجر به شناسایی ۸ کد اصلی و ٤۰ کد فرعی شد. مهم‌ترین کدهای اصلی شامل خط‌مشی‌گذاری راهبردی فرهنگی، ارزیابی خط‌مشی، سیاست‌های فرهنگی، برگزاری جشنواره‌های فرهنگی، توسعه رایزنی‌های فرهنگی، آموزش و تربیت نیروی انسانی در حوزه فرهنگ، نظام خط‌مشی‌گذاری و ظرفیت تعاملی بین‌المللی است. نتایج نشان می‌دهد که مقایسه سیاست‌های فرهنگی ایران و فرانسه، ضمن آشکار ساختن برخی اشتراکات، تفاوت‌های معناداری را نیز در ساختار حکمرانی فرهنگی، میزان سرمایه‌گذاری، شیوه‌های اجرا و تعاملات بین‌المللی نمایان می‌سازد. بررسی‌ها حاکی از آن است که فرانسه به دلیل جایگاه راهبردی فرهنگ در سیاست‌گذاری عمومی و تخصیص منابع مالی گسترده، از ظرفیت بیشتری برای ترویج فرهنگ ملی، توسعه صنایع فرهنگی و گسترش دیپلماسی فرهنگی برخوردار است. در مقابل، سیاست‌های فرهنگی ایران با وجود برخورداری از ظرفیت‌های فرهنگی ارزشمند، با محدودیت‌هایی در حوزه سرمایه‌گذاری، انسجام نهادی و تعاملات بین‌المللی مواجه است. بر این اساس، بهره‌گیری از تجارب موفق فرانسه می‌تواند در تدوین راهبردهای فرهنگی کارآمدتر و ارتقای نظام سیاست‌گذاری فرهنگی ایران مؤثر باشد.

**کلیدواژه‌ها:** خط‌مشی گذاری راهبردی، خط مشی گذاری فرهنگی، مطالعه تطبیقی، فرهنگ ایران و فرانسه.

۱. دانش‌آموخته دکتری مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، گروه مدیریت فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران. Khalaji.zahra90@gmail.com
۲. دانشیار واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) r-salehi@srbiau.ac.ir
۳. دانشیار دانشگاه تهران دانشکده مطالعات جهان، تهران، ایران. hayyobi@ut.ac.ir
٤. استاد مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری، تهران، ایران. journaldfrc73@gmail.com
۵. دانشیار واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. f.a.farahani@srbiau.ac.ir

**مقدمه**

برای بیش از یک و نیم‌قرن، شاخص تو سعه ک شورها، صرفاً محدود به حوزه اقت صادی بوده است، اما در حال حاضر این فرهنگ است که در نقش محور اصلی توسعه کشورها ظاهرشده است و پیش شرطی برای حضور فعال و مؤثر در عر صه‌های جهانی ا ست (*Athique, 2019*). در واقع، فرهنگ را می‌توان گ سترده‌ترین و به‌تبع مورد مناق شه‌ترین مفهومی دان ست که ب شر با آن سروکار دارد. فرهنگ مفهومی گ سترده ا ست چرا که ابعاد، سطوح و حوزه‌های گوناگونی را در برمی‌گیرد. گسـتردگی فرهنگ در سـطحی دیگر در بومی بودن و ارتباط آن با تاریخ و جغرافیا معنا می‌یابد. از این رو کمتر نگاه جامع‌نگری است که بتواند گستردگی فرهنگ را در تعریف بگنجاند و آن را تبیین کند. بنابراین فرهنگی مفهومی مورد مناقشـه اسـت. چرا که اولاً تعریف آن بسـتگی به جایگاه و خاسـتگاه تعریف‌کننده دارد و ثانیاً مسـائل مبتلا به جامعه‌ای که فرد از درون آن به تعریف فرهنگ می‌پردازد نیز در این مناقشه بی‌تأثیر نیست (*Bellon, 2019*).

فرهنگ یک مفهوم پیچیده اسـت که بخشـی از این پیچیدگی ناشـی از چندحوزه‌ای بودن آن است. از سوی دیگر فرهنگ تک‌بعدی و تک‌سطحی نیست. فرهنگ را در ابعاد و سطوح گوناگون نیز می‌توان تعریف کرد. بنابراین با الگوی چندوجهی در تعریف فرهنگ مواجه هسـتیم که هم نشـان‌دهنده حوزه‌های گوناگون فرهنگ اسـت و هم نشـان‌دهنده ابعاد و سـطوح گوناگون فرهنگ (*Malterud et al, 2018:123*) از حوزه‌های فرهنگ می‌توان به حوزه‌هایی نظیر رسـانه، مد، ادبیات، هنر، و غیره ا شاره کرد. از سوی دیگر فرهنگ دارای سطوح گوناگونی ا ست که می‌توان از زیرسـاخت‌های فرهنگی، سـازوکارها و برنامه‌های فرهنگی و همچنین محتواهای فرهنگی یاد کرد (فرخی و نادری نژاد، ۱۳۹۸: ۱۱۵). در تق سیم‌بندی دیگر فرهنگ دارای ابعادی ا ست که می‌توان به ابعاد نخبگی فرهنگ و ابعاد عمومی فرهنگ ا شاره کرد. در چنین تق سیم‌بندی شاید بتوان قدری از پیچیدگی مفهوم فرهنگ را نشان داد. از سوی دیگر روندهای جهانی فرهنگی قرار دارند که عنا صر خا صی از فرهنگ یک جامعه برجسته و با ا ستفاده از ابزارهای تو سعه و ترویج فرهنگی در عر صه جهانی گسـترده و پراکنده می‌شـوند و درنهایت تبدیل به روندهای فرهنگی می‌گردند (*Ergashev &Farxodjonova, 2020*). همچنین، نظام مسـلط بین‌المللی در حوزه فرهنگ نیز چنان مفهوم فرهنگ بین‌الملل را مطرح ساخته ا ست، که یک سوی ارتباطات میان‌فرهنگی همواره باید غرب و

فرهنگ آمریکا مدار و اروپامدار باشـد. با چنین نگاهی روابط بین‌الملل فرهنگی که میان کشـورهای همسـایه صـورت می‌گیرد، و یا حتی میان کشـورهایی که خارج از حوزه اروپا و آمریکا و غرب به‌صورت کلی تعریف می‌شوند، فرهنگ و تبادلات فرهنگی بین‌الملل نیست.

در سال ۲۰۱۰ مجمع عمومی سازمان ملل متحده قطعنامه‌ای را در خصوص فرهنگ و توسعه صـادرکرد که در آن به سـهم مهم فرهنگ برای توسـعه پایدار و دسـتیابی به اهداف توسـعه ملی و بین‌المللی شـامل اهداف توسـعه هزاره تاکید شـده بود. سـازمان ملل متحد معتقد اسـت فرهنگ به عنوان بخش جدایی ناپذیر توسعه انسانی چندان مورد توجه سیاستمداران قرار نگرفته است. این سازمان هفت حوزه اساسی را برای توسعه فرهنگی کشورهای مختلف به‌منظور توسعه عمومی آنها برمی شمارد (مصدق صدقی، ۱۳۹۷: ۱۲). اگر چه ممکن است کشورهای مختلف برای توسعه فرهنگی، ترجیحات بومی متفاوتی داشـته باشـند، اما رویکرد سـازمان ملل به فرهنگ، اولاً به دلیل جامعیت نسـبی آن و ثانیاً به دلیل به دسـت دادن رویکردی مشـترک و بین‌المللی به مقوله توسـعه فرهنگ، حائز اهمیت است. در عین حال، لازم است توجه داشته باشیم که محورهای مورد اشاره سـازمان ملل متحد، ممکن اسـت از نظر مصـادیق در هر جامعه، معنای خاص مرتبط با شـرایط اجتماعی و فرهنگی زمینه‌ای داشته باشد. به عنوان مثال، مفهوم برابری جنسیتی، آنطور که در بیانیه سازمان ملل ارائه شده است، تا حدی و نه کاملاً با رویکرد اسلامی به تمایز زن و مرد انطباق دارد. از همین روی است که تضاد یا تهاجم فرهنگی در دوره معاصر، مفهومی جدید به خود گرفته است و بنابراین، تمرکز بر سـیاسـت‌گذاری کلان حوزه فرهنگ اهمیت مضـاعف یافته اسـت (مؤمنی و احسانی، ۱۳۹٦: ۵).

جهان اسلام و به طریق اولی، کشور جمهوری اسلامی ایران، همواره تحت تهاجم فرهنگ‌های متخاصم بوده است. در گذشته کفار به فرهنگ و اندیشه اسلامی هجوم می‌آوردند، زمانی دیگر قوم و عصبیت‌های دیگر اجتماعی و امروز دنیای استکبار و استعمار سعی در تهاجم به فرهنگ و اندیشه اسـلامی در همه ابعاد سـیاسـی، فرهنگی و تبلیغاتی دارد. این امر به یکی از مهم‌ترین مسـائل و چالش‌های سیاستگذاری فرهنگی در کشور اسلامی ایران تبدیل شده است. با توجه به پیشرفت‌های چشـم‌گیری که در زمینه‌های مختلف فناوری و ارتباطات رخ داده اسـت، گرایش به‌سـوی فرهنگ جهانی افزایش یافته است که از این فرصت تفکر لیبرال، سکولار و لائیک غرب برای معرفی خود

به‌عنوان فرهنگ جهانی اســـتفاده می‌کند و تلاش می‌کند مرجعیت فرهنگی را در جهان به خود اختصاص دهد (باباخانی و افتخاری، ۱۳۹۵ ص. ۷). جهان شدیداً کوچک و به‌هم فشرده شده و مردم کشورهای مختلف، بیش از هر زمان دیگری فرصت آشنایی و شناخت عناصر و ویژگی‌های فرهنگ‌های جوامع دیگر را یافته‌اند، از طرف دیگر این امکان فراهم شده است تا فرهنگ‌ها و آداب و رسوم مختلف، فرصت رهایی از مرزهای محدود ملی را پیدا کنند و در سایر جوامع نیز گسترش یابند؛ در اینجا اندیشـــه نفوذ و تهاجم به فرهنگ‌های دیگر نیز به‌وجود می‌آید. اندیشـــه از بین بردن آداب و ســـنن و ویژگی های ملی یک فرهنگ و در نتیجه‌ی نفی ماهیت بومی فرهنگ، یکی از رویکردهای اصـــلی جریان فرهنگی غرب اســـت. در واقع نفوذ فرهنگی، وســـایل و ابزار هویت فرهنگی را مورد هدف و هجوم خود قرار می‌دهد. به عقل و روان هجوم می‌آورد و به‌وسیله‌ی ابزار ادراک با جهان رابطه برقرار می‌کند (اکبری و فریدنیا، ۱۳۹۸).

در برخورد ایدئولوژیک هدف همیشه به آگاهی رساندن و بیدار نمودن بوده است. در صورتی که، نفوذ و تهاجم فرهنگی، چیره‌شدن و مسلط‌شدن بر ادراک غیر است و در نتیجه به سلب آگاهی و بیداری ملل و نیز به چـــیره‌شدن و تســـتلط بر هویت فرهنگی فردی واجتماعی می‌انجامد. در دوره کشـــمکش‌های ایدئولوژیک وسیله بیداری مردم، استفاده از ایدئولوژی و عقیده بوده است. در صورتی که در عصر تهاجم فرهنگی، ابزار چیره‌شدن بر ادراک، شامل گونه‌های مختلف سمعی و بصری می‌شود که سعی دارد تا از راه تبلیغات، تمامی انظار را متوجه مسائل ظاهری و سطح زندگی پیرامون نماید (مصباح‌یزدی، ۱۳۸۱: ۲۶). تهاجم فرهنگی، سیستمی است که برای تهی‌سازی هویت اجتماعی از هرگونه محتوا، گام بر می‌دارد و جامعه را به سوی از هم‌پاشیدگی سوق می‌دهد تا مردم را به انســـان‌هایی بدون وطن، امت و دولت تبدیل کند (مصـــباح‌یزدی، ۱۳۸۱: ۱۳). آنچه امروز در فرهنگ عصر ما، به غرب نسبت داده می شود دارای یک بار منفی است. (که همان آثار ضدمعنوی، ضـــداســـلامی و ضـــدالهی اســـت که در تمدن غرب و فرهنگ آن‌ها به‌وجود آمده اســـت) (خامنه‌ای، ۱۳۸۲: ۳٤). این موضوع به جغرافیای مغرب زمین مربوط نیست، اما به‌دلیل این‌که غالباً فسادهای موجود در کشور ما معلول نفوذ فرهنگ استعماری غرب است، از این‌رو، به‌خاطر اختصار، فرهنگ غربی تعبیر می‌کنیم و گرنه اکنون نیز در مغرب زمین عده‌ای هســـتند که با این فرهنگ مخالفند، هم‌چنان که در گذشته هم افراد بسیاری با آن مخالف بوده‌اند (مصباح‌یزدی، ۱۳۸۱: ٥٤). قلمرو و

حیطه‌ی نفوذ تهاجم فرهنگی، تمامی ارزش‌ها، نظام‌ها، فرهنگ‌ها و نمودهای یک جامعه را شـــامل می شود (خامنه‌ای، ١٣٨٤: ٧٨). در تهاجم فرهنگی، هم به ریشه‌ها و سرچشمه‌ها حمله می شود و هم به ســاقه و برگ و میوه‌ها دســت‌برد زده می‌شــود. گرچه غارت میوه‌ها مشــهودتر اســت، لیکن خشکاندن ریشه‌ها خطرناک‌تر است، چرا که در هجوم فرهنگی، تحول و دگرگونی باورها، ایده‌ها و گرایش‌ها، اصلی‌ترین و اساسی‌ترین هدف مهاجمان است (خامنه‌ای، ١٣٨٤: ٤٦).

طرح تحقیقاتی حا ضر، با تمرکز بر اهمیت اقت صادی، سیا سی و اجتماعی نوظهور فرهنگ و با هدف برر سی و ضعیت سیا ست فرهنگی کشور ایران و مقایسه آن با سیا ست فرهنگی در کشور فرانسه و تطبیق و مقایسه نتایج و درنهایت دستیابی به مجموعه‌ای از راهبردها و سیاست‌ها در مسیر مدیریت بهتر سیا ست فرهنگی در کشور ایران، تنظیم شده ا ست. پر سش تحقیقاتی طرح این ا ست که سیا ست فرهنگی در ک شور ایران ن سبت به سیا ست فرهنگی در ک شورهای نمونه غربی و در حوزه‌های م شترک قابل مقایسه و تطبیق، چه و ضعیتی دارد؟ همچنین، پر سش مهم دیگر این ا ست که روندهای آینده سیا ست فرهنگی در ایران چه ن سبتی با این روندها در جوامع نمونه غربی دارد و با توجه به آینده سیا ست فرهنگی، چه راهبردها و سیا ست‌های آینده‌نگری را می‌توان برای ارتقاء سیا ست فرهنگی کشور ایران تدارک دید؟

## پیشینه پژوهش

تاکنون تعاریف مختلفی از خط‌م شی از سوی صاحبنظران ارائه شده ا ست. به طور مثال دورر[1] و مگان (٢٠١٧)، خط‌م شی عمومی را سل سله اقداماتی هدفدار تو صیف می‌کنند که به تو سط فرد یا گروهی از افراد قدرتمند و دارای مشــروعیت خط‌مشــی گذاری، برای مقابله و رفع یک مشــکل عمومی شــکل می‌گیرد. یا در تعریفی از گیلمور و همکاران[2] (٢٠١٩)، خط‌مشــی عمومی به عنوان شــاخص بایدها و نبایدها در جامعه توصــیف شــده اســت. کاوامورا (٢٠١٩)، در مقاله‌ای با عنوان سیا ستگذاری فرهنگی در ژاپن، بیان می‌دارد که خط‌م شی عمومی تعیین می‌کند که چه فعالیت‌ها و

1 Durrer, V., & Magan
2 Gilmore

اقداماتی در بخش عمومی باید اجرا شـــود و چه اقداماتی نباید انجام گیرد از دیدگاه این شـــخص خطمشی عمومی بیانگر فرهنگ، نظام اقتصادی و اولویتهای مورد قبول جامعه می‌باشد.

در تعریف دیگری از کارولینا [1](۲۰۱۸) ، هر چیزی که دولتها انتخاب می‌کنند، چه انجام دهند یا ندهند خطمشی عمومی فرهنگی دانسته شده است. در تعریف دیگری، بارن[2] و همکاران (۲۰۲۰) ، در مقاله‌ای با عنوان عرصه سیاستگذاری فرهنگی، خطمشی فرهنگی را این گونه تعریف کرده‌اند که اقدامات، اهداف و اعلانیه های دولت‌ها در مورد موضوعات خاص، گام‌هایی که برای اجری آنها در پیش می‌گیرند و تبیین‌هایی که به آنچه رخ می‌دهد اعطا می‌کنند، خطمشـــی فرهنگی می گویند. کســلر[3](۲۰۲۰) مطالعه‌ای با عنوان «دیپلماســی فرهنگی» انجام داد. این تحقیق با رویکرد توصـیفی-مروری به بررســی مفهوم دیپلماســی فرهنگی و کاربردهای آن در نقاط مختلف دنیا پرداخته اســت. محقق بیان می‌کند که دیپلماسی فرهنگی بخشی از سیاست خارجی است. دیپلماسی فرهنگی یک سیاست عمومی است که در چارچوب سیاست‌های خارجی سعی در صادرات ایده‌ها و عقاید فرهنگ ملی و ترویج تعامل با سایر کشورها در عرصه فرهنگی دارد. دامنه مداخلات بالقوه در حوزه دیپلماسی فرهنگی بسیار گسترده است، زیرا کلمه «فرهنگ» مبهم است و برداشت‌های متنوعی از آن می شود که این موضوع به ویژه در رسانه‌های سمعی و بصری، مطبوعات، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به وضـــوح قابل مشـــاهده اســـت. کلمه «فرهنگ» همچنین می‌تواند به عنوان یک مقوله چندبعدی مورد استفاده قرار گیرد، و مفاهیم تبلیغاتی، و تأثیرات روانی را در بر داشته باشد. همچنین از فرهنگ به معنای شریف‌تری استفاده می‌شود: حفظ میراث، توسعه هنری، فکری و ادبی، حرکت آزاد ایده‌ها. در فرایند دیپلماســی فرهنگی، ســیســتم‌های مختلف ســیاســت‌گذاری عمومی در بخش فرهنگی به‌صـورت دو جانبه و چند جانبه مورد بررسـی قرار می‌گیرد. بازیگران دیپلماسـی فرهنگی اولین بخش از سیستم دولتی هستند. در رابطه با سیاست‌گذاری‌های فرهنگی نیز قوانین متنوعی بسته به رژیم‌های سیاسی درگیر وجود دارد.

بلون[4](۲۰۱۹) مطالعه‌ای با عنوان سیاست‌های فرهنگی فراسه در عصر دیجیتال انجام داد. در این تحقیق به بررســی اســتفاده از فناوری‌های دیجیتال در ســیاســت‌های فرهنگی وزارت فرهنگ

1 Karelina
2 Borén
3 Kesler
4 Belone

فرانسه پرداخته شده است. در این تحقیق با بررسی وضعیت استفاده از رسانه‌های دیجیتال توسط وزارت فرهنگ فرانسه در پانزده سال گذشته مشخص می‌شود که این وزارت استفاده زیادی از این فناوری برای توسعه سیاست‌های فرهنگی خود چه در داخل جامعه فرانسه و چه در کشورهای دیگر کرده است. استفاده از رسانه‌های دیجیتال باعث ایجاد سیاست‌های جدید و متنوعی توسط وزارت فرهنگ فرانسه شده است که در آن، گروه‌های مختلف و بعضاً متضادی نقش آفرینی می‌کنند. در عین حال، این محقق عنوان می‌کند که استفاده گسترده از رسانه‌های دیجیتال بعنوان بخشی از سیاست‌های فرهنگی فرانسه مستلزم تصویب قوانین نظارتی جدیدی در این کشور است.

آدلیبا[1] و همکاران (۲۰۱۹)، مطالعه‌ای با عنوان «دیپلماسی فرهنگی فرانسه: ماهیت، مسیرها و ابزارهای اصلی» انجام دادند. این مقاله به بررسی «دیپلماسی فرهنگی» فرانسه در سالیان خیر اختصاص یافته است. ارتباط موضوع با این واقعیت است که دولت‌ها هر چه بیشتر از اهرم‌های نفوذ فرهنگی استفاده می‌کنند و تلاش می‌کنند تا ارزش‌ها و فرهنگ خود را در جهان گسترش دهند تا حضور خود را در عرصه بین المللی تقویت کنند. جمهوری فرانسه برای احیای عظمت سابق خود، فعالیت‌های مؤسسات خود را طی دهه‌های گذشته تسریع کرده است، که می‌توان آن را به عنوان مظاهر «قدرت نرم» به طور عام، و «دیپلماسی فرهنگی» به شکل خاص تعبیر کرد. افزایش نفوذ زبان، فرهنگ و تاریخ فرانسوی در بین جمعیت اروپا، آمریکا، آفریقا و خاورمیانه در حال تبدیل شدن به یک مقوله اولویت دار در سیاست خارجی دولت فرانسه است. این امر، به ویژه، با بیانات رهبران فرانسه، و همچنین اصلاحات انجام‌شده در ساختارهای داخلی برای افزایش اثربخشی اجرای مفهوم «دیپلماسی فرهنگی» آن، مشهود است. نویسندگان مقاله به این نتیجه رسیده‌اند که در طول ده سال گذشته، فرانسه نه تنها روابط فرهنگی و مشارکت خود را در سراسر جهان تجدید کرده، بلکه فرصت‌های جدیدی را برای افزایش رابزنی‌ها و همکاری‌های فرهنگی بر اساس دیپلماسی چند جانبه و بین فرهنگی ایجاد کرده است. این به نوبه خود باعث افزایش پتانسیل سیاست خارجی فرانسه در عرصه بین المللی می‌شود. نتایج به‌دست‌آمده با نتیجه گیری تعدادی از محققان سازگار است و ایده‌های موجود در مورد ماهیت، کاربرد رویکردهای «دیپلماسی فرهنگی» و ویژگیهای تأثیر آن در جهان را توسعه می‌دهد.

1 Adliba

## مبانی نظری پژوهش

سیاست‌گذاری، بسامان کردن امورد از سوی دولت و نهادهای عمومی غیردولتی در یک جامعه است. از آنجا که واژه امور، حوزه‌های متعدد و گسترده‌ای را در خود جای می‌دهد بنابراین سیاست‌گذاری نیز حوزه‌های فراوانی را شامل می‌شود که یکی از این حوزه‌ها سیاست‌گذاری فرهنگی است (ملک‌محمدی، ۱۳۹٤). فرهنگ مقوله‌ای کلان، فراگیر و پیچیده است که با تمام اجزا و ارکان جامعه و حتی در سطحی گسترده‌تر در جامعه جهانی به طور مستقیم و غیرمستقیم ارتباط دارد. اهمیت انکارناپذیر و حیاتی مقوله فرهنگ و ابزارهای فرهنگی در شرایط کنونی جوامع انسانی، اقتضا می‌کند که به مقوله فرهنگی بیشتر پرداخته شود. به تبع سیاست‌گذاری پیرامون فرهنگ نیز باید با توجه به حساسیت‌های ویژه این مقوله صورت پذیرد (*Redaell,2019*). با این وجود نه تنها در زمینه رویکرد مطالعات فرهنگی به سیاست و سیاست‌گذاری فرهنگی منابع فارسی چندانی در اختیار نداریم بلکه بطور کلی بحث سیاست‌گذاری فرهنگی در ایران چندان به مثابه یک موضوع دانشگاهی مورد توجه نبوده و دانش چندانی در این زمینه تولید نشده است. این درحالی است که علی‌رغم سابقه نسبتاً قابل توجه سیاست فرهنگی در ایران، اشکال حداکثری مداخله دولت در این امر از زمان شکل گیری دولت–ملت مدرن تا به امروز، کمتر برای تو سعه دانش شناخت و تحلیل سیاست فرهنگی، تلاش شده است. همچنین موضوع سیاست فرهنگی کمتر به نحو نظام‌مند توجه روشن‌فکران عمومی و مستقل را به خود جلب نموده است. حاصل این امر، یعنی بی میلی دولت و روشن‌فکران به شناخت سیاست فرهنگی در ایران، فقر دانش نظری و البته تجربی در حیطه مذکور است. این فقر و محدودیت منابع، زمانی که پای سیاست فرهنگی از منظر مطالعات فرهنگی به میان کشیده می‌شود، با توجه به نوپا بودن حوزه مذکور بسیار بیشتر احساس می‌شود.

از سوی دیگر، امروزه، عرصهٔ روابط بین‌الملل، به شدت تحت تأثیر عوامل فرهنگی و هویتی قرار دارد. از این رو، تبادلات و مناسبات فرهنگی و هم چنین کوشش برای نگهبانی از هویت، جایگاه ویژه‌ای در سطح مباحث تئوریک و نظریه‌پردازی و هم چنین در ساحت عمل به خود اختصاص داده است. تا جایی که تبدیل پاسداری از هویت، نه دستور کار سیاست خارجی و مطالعات راهبردی، بلکه بیش از همه، ناشی از موجی است که پهنهٔ عمل آن، فراملّی و جهانی است.

از این منظر می‌توان گفت قدرت‌یابی و کسب و تولید قدرت در دنیای جدید در مقایسه با دوران قبل از الگوهای متفاوتی، پیروی می‌کند. هر چند اعمال آن در سطح جهانی، مبتنی بر قدرت سخت و نظامی برتر شکل گرفته است و کماکان غلبه دارد، لکن با تحولاتی که بعد از جنگ جهانی دوم و به ویژۀ دهۀ هفتاد به بعد در ساحت اندیشه و عمل به وجود آمد به نوعی، متغیرهای جدید را جهت تولید، اعمال قدرت و کسب نفوذ، وارد حوزۀ روابط بین‌الملل و سیاست جهانی نمود. اگر قائل به طبقه‌بندی و تقسیم‌بندی مباحث سیاست‌گذاری دولت‌ها و حکومت‌ها بر اساس یک سری اشتراک و الگوهای مشابه و سازگار باهم باشیم، فرانسه به عنوان یک کشور اروپایی همواره شاهد مجموعه‌هایی از واحدهای سیاسی و حکومتی پیوسته و درهم تنیده بوده که بیشترین ارتباط و چسبندگی متقابل را در طول حیات تاریخی خود بوجود آورده است. تحولات سیاسی و فرهنگی در این کشور مانند سایر کشورهای اروپایی نه به‌صورت مجزا و جدا از یکدیگر بلکه در قالب مجموعه‌هایی وابسته و پیوسته به هم صورت گرفته است (طباطبایی، ۱۳۹۷).

فرهنگی شدن در حقیقت هماهنگی و انطباق فرد با کلیه شرایط و خصوصیات فرهنگی است و معمولاً به دو صورت ممکن است واقع شود. اول بصورت طبیعی و تدریجی که همان رشد افراد در داخل شرایط فرهنگی خاص است. دوم بصورت تلاقی دو فرهنگ که بطرق مختلف ممکن است صورت گیرد. فرهنگ در برگیرنده تمام چیزهایی است که ما از مردم دیگر می‌آموزیم و تقریباً اعمال انسان مستقیم و یا غیر مستقیم از فرهنگ ناشی می‌شود و تحت نفوذ آن است. هر فردی خصوصیاتی منحصر به فرد دارد که ویژه است و دیگران را از آن بهره‌ای نیست. این گونه خصوصیات جزو فرهنگ بشمار نمی‌رود مگر آنکه بوسیله افراد دیگر یاد گرفته شود و بصورت رسوم و عادات گروهی در آید و دیگران در انجام آن شرکت کنند. از طرف دیگر فرهنگ گرد آورده جمع است, ذخیره دانش انسانی از طریق نسلهای متمادی فراهم شده است که از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌گردد و بهمین دلیل غالباً هر اختراعی بر اساس زمینه عینی گذشته که حاصل کوششهای جمعی انسان است متکی می‌باشد (جهانبخش، ۱۳۹۳).

فرهنگ است که برای جوامع بشری هویت می‌بخشد، هویت ملی یک جامعه زمانی حفظ خواهد شد که افراد آن جامعه به توسعه فرهنگی و جبران عقب ماندگی‌های فرهنگی خود بپردازند. فرهنگ زمینه ساز تحولات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و حتی تکنولوژیکی است. با توجه به سیر

توسعه در جهان هیچ جامعه‌ای به توسعه اقتصادی و سیاسی دست نیافته است مگر اینکه در گام نخست مسیر توسعه در عرصه فرهنگ را طی کرده باشد. اگر به سیر توسعه در اروپا نظری اندازیم مشاهده می‌کنیم که کشورهای اروپایی اول به توسعه فرهنگی دست یافتند و سپس دیگر مراحل توسعه را طی کردند. بزرگ‌ترین انقلاب‌ها و دگرگونی‌ها در جهان نیز بواسطه فرهنگ صورت گرفته است، فرهنگ بوده که انقلابیون را قادر ساختند تا دست به ابتکارات بزرگ در عرصه‌های مختلف بزنند، اگر فرهنگی نباشد، هنری نخواهد بود، از ادبیات و زیبایی، اثری نمی‌توان یافت و در دانش پیشرفتی نخواهیم داشت. فرهنگ است که میراث‌ها گذشته را برای نسل‌های بعدی انتقال می‌دهد. فرهنگ پلی میان گذشته، حال و آینده است (شاکری و همکاران، ۱۳۹۷).

علاوه بر آن چه در مورد نقش فرهنگ گفته شد، در سیاست خارجی و روابط بین المللی نیز فرهنگ دارای اهمیت خاص است. فرهنگ درمناسبات بین المللی عاملی تعیین کننده می‌باشد. از این رو فرهنگ می‌تواند علاوه بر پیوند ملت‌ها بر مواضع مشترک دولت‌ها هم بیافزاید. برخی از سیاستمداران، فرهنگ را بعد سوم سیاست خارجی پس از سیاست و اقتصاد دانسته‌اند. اندریوز، متفکر و نویسنده بریتانیایی به نقل از ویلی برانت وزیر خارجه سابق آلمان می‌نویسد: فرهنگ قطب سوم سیاست خارجی و مراودان میان کشورها است (*Andrews,2017*).

تاریخ شاهد است که فرهنگ و ارزش‌های آن در موارد زیادی موجبات آشتی میان کشورها ودولت ها را فراهم ساخته است. در گذشته برخی از دولت‌های دیکتاتور و نظامی که با هم نزاع داشتند سعی زیادی می‌کردند تا از روابط فرهنگی میان ملت‌هایشان جلوگیری نمایند، اما به این امر موفق نشدند. مبادله اموری نظیر هنرها، کتابخانه‌ها، خدمات اطلاعاتی، ادبیات، تعلیم و تربیه، ارتباطات انسانی، علوم و تکنولوژی میان دولت‌ها و ملت‌ها ناشی از بعد فرهنگی سیاست خارجی بشمار می‌روند. در این میان روابط فرهنگی میان ملت‌ها نسبت به دولت‌ها مستحکم‌تر است و ریشه‌های مشترک فرهنگی و تمدنی میان ملت‌ها به قدری عمیق است که تا کنون کمتر دولت‌های استعماری و زورگو را می‌توان سراغ کرد که نه تنها به از بین بردن آن بلکه به صدمه رساندن به آن هم موفقیت چندانی را حاصل کرده باشد (باباخانی و همکاران، ۱۳۹۵). اگر فرهنگ‌های جوامع مختلف بدرستی مورد بررسی قرار بگیرند دیده خواهد شد که نکات ارزشمند و مشترکی میان آن‌ها وجود دارند، این فرصتی برای تعاون و تقارن میان ملت‌ها است. از اشتراکات فرهنگی باید برای

حل نابسامانی‌های جهانی استفاده شود، اشتراکات فرهنگی و گسترش روابط فرهنگی نقش مهمی در تأمین صلح و باهمی در جهان پرتنش امروزی دارد. این عوامل روحیه همدیگر پذیری را در میان ملت‌ها تقویت خواهد کرد و در صورت توجه ملت‌ها می‌توانند حتی اگر دولت‌هایشان هم نخواهند ارتباطاتشان را بیشتر بسازند و بر دولت‌های خود فشار وارد کنند تا به صلح و آرامش و گفتمان فرهنگی تن دهند. در دنیای امروز فرهنگ می‌تواند نقش مهمی در توسعه کشورهای فقیر ایفا کند، کشورها فقیر حتماً دچار ضعف‌ها و عقب ماندگی‌ها فرهنگی شده‌اند که از نظر اقتصادی، اجتماعی و سیاسی به وضعیت اسف باری دچار گشته‌اند (اعتباریان و همکاران، ۱۳۹۸).

## روش پژوهش

هدف پژوهش **طراحی، تدوین و اعتبار سنجی** راهبردی فرهنگی بر اساس بررسی تطبیقی سیاستهای فرهنگی ایران و فرانسه است.

پژوهش از منظر هدف اکتشافی و مطالعه کیفی است. ابزار تحقیق مصاحبه نیمه ساختاریافته است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل خبرگان دانشگاهی و خبرگان نظری است. برای نمونه‌گیری در بخش کیفی از روش‌های غیر احتمالی و به‌صورت هدفمند استفاده‌شده است. فرایند نمونه‌گیری تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت و درنهایت ۱۷ خبره در این مرحله شرکت کرده‌اند. به‌منظور تجزیه‌وتحلیل از تکنیک تحلیل محتوا استفاده‌شده است. تحلیل محتوا فرایندی بازگشتی است که در آن حرکت‌به‌عقب و جلو در بین مراحل ذکر شده وجود دارد. به‌علاوه تحلیل محتوا فرایندی است که در طول زمان انجام می پذیرد. برای انجام تحلیل مذکور، از نرم‌افزار *MAXQDA* استفاده شده است.

## یافته‌های پژوهش

این مطالعه بر اساس دیدگاه ۱۷ نفر از خبرگان حوزه مورد مطالعه انجام‌شده است. از نظر جنسیت ۹ نفر مرد هستند و ۸ نفر نیز زن می‌باشند. از نظر سنی ۱ نفر کمتر از ۳۵ سال سن دارند، ۵ نفر بین ۳۵ تا ٤٥ سال سن دارند و ۱۱ نفر نیز بالای ٤٥ سال هستند. از نظر تحصیلات، ۸ نفر از

خبرگان تحصیلات کارشناسی ارشد داشته و ۹ نفر دکتری دارند. درنهایت ۷ نفر بین ۱۰ تا ۲۰ سال سابقه‌کاری داشته ۱۰ نفر نیز بالای ۲۰ سال سال تجربه کاری دارند.

**جدول ۱- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی بخش کیفی**

| ویژگی‌های جمعیت‌شناختی | | فراوانی | درصد |
|---|---|---|---|
| جنسیت | مرد | ۹ | ۵۳٪ |
| | زن | ۸ | ٤۷٪ |
| سن | کمتر از ۳۵ سال | ۱ | ۹٪ |
| | ۳۵ تا ٤۵ سال | ۵ | ۲۹٪ |
| | ٤۵ سال و بیشتر | ۱۱ | ٦۲٪ |
| تحصیلات | کارشناسی ارشد | ۸ | ٤۷٪ |
| | دکتری | ۹ | ۵۳٪ |
| سابقه‌کاری | ۱۰ تا ۲۰ سال | ۷ | ٤۱٪ |
| | بالای ۲۰ سال | ۱۰ | ۵۹٪ |
| | کل | ۱۷ | ۱۰۰٪ |

**مرحله اول: آشنایی با داده‌ها**

برای اینکه محقق با عمق و گستره محتوایی داده‌ها آشنا شود لازم است که خود را در آنها تا اندازه‌ای غوطه‌ور سازد. غوطه‌ور شدن در داده‌ها معمولاً شامل «بازخوانی مکرر داده‌ها» و خواندن داده‌ها به‌صورت فعال (یعنی جستجوی معانی و الگوها) است. در این مرحله، به شناسایی شاخص‌های الگوی خط‌مشی‌گذاری راهبردی فرهنگی بر اساس بررسی تطبیقی سیاست‌های فرهنگی ایران و فرانسه از متون مصاحبه مبادرت ورزیده می‌شود.

پرسش‌های مصاحبه در جدول ۱ نشان داده شدند.

**جدول ۲- پرسش‌های پروتکل مصاحبه خط‌مشی‌گذاری راهبردی فرهنگی**

| ردیف | پرسش‌های مصاحبه |
|---|---|
| ۱ | مقوله‌های اصلی الگوی خط‌مشی‌گذاری راهبردی فرهنگی بر اساس بررسی تطبیقی سیاست‌های فرهنگی ایران و فرانسه کدامند؟ |

| | |
|---|---|
| ۲ | مقوله‌های فرعی الگوی خط‌مشی‌گذاری راهبردی فرهنگی بر اساس بررسی تطبیقی سیاست‌های فرهنگی ایران و فرانسه کدامند؟ |
| ۳ | عوامل تاثیرگذار در الگوی خط‌مشی‌گذاری راهبردی فرهنگی بر اساس بررسی تطبیقی سیاست‌های فرهنگی ایران و فرانسه کدامند؟ |
| ٤ | الگوی خط‌مشی‌گذاری راهبردی فرهنگی بر اساس بررسی تطبیقی سیاست‌های فرهنگی ایران و فرانسه را چگونه ارزیابی می‌نمایید؟ |
| ٥ | آیا الگوی خط‌مشی‌گذاری راهبردی فرهنگی بر اساس بررسی تطبیقی سیاست‌های فرهنگی ایران و فرانسه از اعتبار کافی برخوردار است؟ |

**مرحله دوم: ایجاد کدهای اولیه**

مرحله دوم زمانی شروع می شود که محقق داده‌ها را خوانده و با آنها آشنایی پیدا کرده است. این مرحله شامل ایجاد کدهای اولیه از داده‌ها است. کدها یک ویژگی داده‌ها را معرفی می‌نمایند که به نظر تحلیل‌گر جالب می‌رسد. داده‌های کدگذاری شده از واحدهای تحلیل (محتواها) متفاوت هستند.

کدگذاری را می‌توان به صورت دستی یا از طریق برنامه‌های نرم‌افزاری انجام داد. اگر کدگذاری به روش دستی انجام گیرد، می‌توان داده‌ها را به وسیله نوشتن یادداشت بر روی متنی که تحلیل می شود، یا با استفاده از رنگی کردن به وسیله مداد انجام داد. می‌توان ابتدا کدها را مشخص کرد و سپس آنها را با خلاصه داده‌هایی که کد را نشان می‌دهند تطابق داد. نکته مهم این است که همه خلاصه داده‌ها کدگذاری شده و در قالب هر کد مرتب شده‌اند. در این مرحله، شاخص‌های مرتبط با هدف ارائه الگوی خط‌مشی‌گذاری راهبردی فرهنگی بر اساس بررسی تطبیقی سیاست‌های فرهنگی ایران و فرانسه، استخراج می‌گردد. در جداول زیر به تفکیک متون مصاحبه و مقوله‌های استخراج شده از آن ارائه می‌گردد.

**جدول ۳- مقوله‌های مصاحبه شونده شماره یک**

| متن مصاحبه | کدگذاری اولیه |
|---|---|
| به نظر من اگر ساختاربندی سازمانی متناسب با اهداف خط‌مشی باشد، با فراهم کردن شرایط و امکانات لازم برای طراحی سازوکارهای تعامل می‌توان به هدف | ساختاربندی سازمانی متناسب با اهداف خط‌مشی<br>فراهم کردن شرایط و امکانات لازم<br>طراحی سازوکارهای تعامل<br>دستیابی به هدف خط‌مشی‌گذاری راهبردی فرهنگی |

| | |
|---|---|
| خط‌مشی‌گذاری راهبردی فرهنگی بر اساس بررسی تطبیقی سیاست‌های فرهنگی ایران و فرانسه دست یافت. | |
| با بهره‌گیری مطلوب و متعادل از حضور فرهنگی و هنری و حمایت از تولیدات سمعی و بصری و سینمایی سبب افزایش به‌کارگیری رسانه‌های سمعی و بصری و جذب منابع و هم‌افزایی درونی و بیرونی می‌شود. این مهم به ظرفیت‌سازی رفتار مجریان سیاست‌های فرهنگی بستگی دارد. | بهره‌گیری مطلوب و متعادل از حضور فرهنگی و هنری<br>حمایت از تولیدات سمعی و بصری و سینمایی<br>افزایش به‌کارگیری رسانه‌های سمعی و بصری<br>جذب منابع و هم‌افزایی درونی و بیرونی<br>ظرفیت‌سازی رفتار مجریان سیاست‌های فرهنگی |
| من فکر می‌کنم، خط‌مشی‌گذاری راهبردی فرهنگی یکی از مقوله‌های مهم در این هدف می‌باشد. | خط‌مشی‌گذاری راهبردی فرهنگی |
| ارزیابی الگوی خط‌مشی‌گذاری راهبردی فرهنگی بر اساس بررسی تطبیقی سیاست‌های فرهنگی ایران و فرانسه یک هدف کلان است، باید پژوهشگران به آن بپردازند. | ارزیابی الگوی خط‌مشی‌گذاری راهبردی فرهنگی توسط سایر پژوهشگران |

### مرحله سوم: جستجوی محتواها

این مرحله شامل دسته بندی کدهای مختلف در قالب محتواهای بالقوه، و مرتب کردن همه خلاصه داده‌های کدگذاری شده در قالب محتواهای مشخص شده است. در واقع محقق، تحلیل کدهای خود را شروع کرده و در نظر می‌گیرد که چگونه کدهای مختلف می‌توانند برای ایجاد یک محتوا کلی ترکیب شوند. در این مرحله، با غربالگری، حذف کدهای تکراری و یکپارچه نمودن کدهای هم‌معنی، شاخص‌های استخراج شده از متون مصاحبه‌ها تم‌بندی می‌شوند. لازم به ذکر است به‌منظور حفظ اطلاعات مشارکت‌کنندگان در امر مصاحبه پژوهش حاضر، هر یک از مصاحبه‌شوندگان[1] با کد $MIX$ نمایش داده شده است. حرف $M$ برای نشان‌دادن مصاحبه و حرف $I$ برای نشان دادن شماره مصاحبه و حرف $X$ برای نشان دادن شماره کد اولیه‌ای است که از متن مصاحبه استخراج شده است.[2]

1 interviewee

۲ برای مثال M3,4 نشاندهنده مصاحبه شونده شماره ۳ و شماره کد ۴ از این مصاحبه می‌باشد.

**جدول ٤- مقوله‌های فرعی**

| ردیف | مفاهیم اولیه | کدهای توصیفی | مراجع |
|---|---|---|---|
| ١ | **تعیین خط مشی‌ها و راهبردهای کلان فرهنگی** | ساختاربندی سازمانی | {$M_{3},4$} {$M_{14},1$} |
| | | فراهم کردن شرایط و امکانات لازم برای طراحی سازوکارهای تعامل | {$M_{1},2$} {$M_{5},1$} |
| | | تدوین اهداف خرد و کلان فرهنگی | {$M_{2},5$} {$M_{12},16$} {$M_{7},22$} |
| | | تدوین نقشه راه مشارکت خبرگان در تعیین خط مشی‌ها و راهبردهای کلان فرهنگی | {$M_{9},11$} |
| ٢ | **همکاری، مشارکت، میراث و هویت فرهنگی** | مشارکت نظام‌مند در مسئله‌یابی و راه‌حل گزینی | {$M_{15},14$} {$M_{3},18$} {$M_{1},12$} {$M_{6},22$} |
| | | تاکید بر میراث و هویت فرهنگی کشور | {$M_{9},34$} {$M_{11},10$} |
| ٣ | **توسعه و پایداری ارزش‌های فرهنگی** | شناسایی ذی نفعان و سیاست گذاران و جذب منابع لازم | {$M_{16},41$} {$M_{5},32$} |
| | | توسعه بر اساس مشارکت و تضارب فکری | {$M_{8},26$} {$M_{4},13$} {$M_{1},20$} {$M_{4},16$} |
| ٤ | **مشروعیت دهی به خط مشی** | شایسته‌سالاری در مجریان سیاست | {$M_{1},4$} {$M_{7},14$} {$M_{4},36$} |
| | | حمایت قانونی از خط‌مشی | {$M_{17},41$} {$M_{6},12$} |

| ردیف | مفاهیم اولیه | کدهای توصیفی | مراجع |
|---|---|---|---|
| | | جلب مشـــروعیت برنامه‌ها و خط مشی‌ها | {$M_{9,}29$} {$M_{11,}19$} |
| ۵ | **ســـازگاری و هم افزایی درونی و بیرونی** | همگرایی و تعامل | {$M_{2,}30$} {$M_{1,}35$} {$M_{4,}44$} |
| | | شفاف‌سازی مسیر پیشرفت و تعالی فرهنگ | {$M_{1,}12$} {$M_{6,}23$} {$M_{8,}34$} {$M_{5,}45$} |
| ٦ | **توانمندســـازی رفتار مجریان سیاست‌های فرهنگی** | توانمندســـازی در تمام ابعاد زندگی اقتصادی، سیاسی و اجتماعی و فردی | {$M_{1,}36$} {$M_{2,}13$} |
| | | رویکرد ایده آل نگری واقع بینانه | {$M_{4,}15$} {$M_{16,}17$} |
| | | متناســـب ســـازی مکانی اجرای خط‌مشی برای مجریان سیاست | {$M_{8,}20$} {$M_{10,}11$} |
| ۷ | **ســـنجش پیامد ها و اقدامات اجرایی** | حاکم شدن ارزشها در کالبد جامعه | {$M_{15,}10$} {$M_{4,}9$} |
| | | شناسایی پارازیت‌های ضد فرهنگی علیه جامعه دینی | {$M_{9,}15$} {$M_{6,}21$} |
| ۸ | **تبیین اهداف خط‌مشی** | مشخص نمودن ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی جامعه | {$M_{2,}4$} {$M_{14,}1$} |
| | | تدوین اهداف بر مبنای نظر دینی | {$M_{4,}2$} {$M_{4,}36$} |
| ۹ | **ارزیابی محتوای خط مشی** | رصـد مداوم و ارزیابی مسـتمر برای حفظ ارزش‌ها و هویت | {$M_{3,}16$} {$M_{4,}18$} {$M_{4,}24$} |
| | | وظیفه‌مند کردن نهاد مســئول در پاسخگویی | {$M_{11,}21$} {$M_{2,}11$} {$M_{16,}17$} |

| ردیف | مفاهیم اولیه | کدهای توصیفی | مراجع |
|---|---|---|---|
| | | سهم بندی حوزه تأثیر گذاری و مسئولیت سیاستگذاران | {M9,5} {M10,17} {M11,10} |
| | | جهت دهی به معنای برخورداری از نظم | {M4,6} {M17,27} {M5,38} |
| ۱۰ | **بررسی سازوکارهای تعاملی خط‌مشی** | افزایش تعاملات و همکاری‌های بین‌المللی و منطقه‌ای | {M3,43} {M1,24} |
| | | بررسی مناسبات و تعاملات ملت‌ها و دولت‌ها | {M2,10} {M6,11} {M8,15} |
| ۱۱ | **نظارت هوشمند** | پایش و برنامه ریزی هوشمند برای محصولات فرهنگی و هنری | {M3,4} {M7,24} {M9,29} |
| | | افزایش آگاهی و هوشمندی جامعه | {M10,22} {M11,18} {M7,27} |
| | | نظارت چند سطحی و نظارت مستمر | {M4,21} {M16,34} {M7,36} |
| ۱۲ | **سنجش شاخصه‌های فرهنگی** | در نظر گرفتن ارزش‌های اخلاقی، انسانی، اسلامی و انقلابی | {M7,14} {M8,20} {M10,31} |
| | | شاخص‌های سیاست‌گذاری فرهنگی | {M5,18} {M17,26} {M4,17} |
| | | هویت بخشی در جامعه | {M3,15} {M5,18} {M9,27} |
| ۱۳ | | اقناع پذیری کامل | {M9,15} {M11,17} |

| ردیف | مفاهیم اولیه | کدهای توصیفی | مراجع |
|---|---|---|---|
| | **نظارت چندسطحی و مستمر** | نظارت برای هماهنگ سازی و اجرای مصوبات فرهنگی | {M6,22} |
| | | توجه به سازوکارهای حمایتی | {M10,17} {M11,13} {M8,11} |
| ١٤ | **سرمایه‌گذاری در سینما به عنوان ابزار نفوذ فرهنگی** | افزایش قدرت نرم توسط سرمایه‌گذاری در سینما | {M2,14} {M15,19} {M6,30} {M9,35} |
| | | تولید فیلم‌های هدف‌گذاری شده | {M2,41} {M1,26} {M11,23} {M9,38} |
| ١٥ | **بهبود همکاری با کشور های جهان در زمینه‌های تخصصی** | بهبود همکاری توسط وزارت فرهنگ | {M13,31} {M12,25} |
| | | برقراری تشکیلات خاص جهت افزایش همکاری با سایر کشورهای جهان | {M1,10} {M9,21} {M11,26} |
| ١٦ | **ترویج ایدئولوژی** | تعیین و انتخاب راه حل‌های ایدئولوژیک در کنار تبیین علمی و دقیق آنها | {M1,4} {M8,15} {M10,18} |
| | | موقعیت ایدئولوژیکی و مذهبی | {M9,21} |
| | | درنظر گرفتن عقاید و ایدئولوژی‌های حاکم بر کشور | {M12,24} {M11,28} {M9,36} |
| ١٧ | **ترویج زبان و ادبیات** | افزایش قدرت نفوذ در باورها و نگرش‌ها توسط زبان | {M5,31} {M1,24} {M4,27} |
| | | ترویج زبان فرانسه | {M11,32} {M10,25} {M8,22} |

| ردیف | مفاهیم اولیه | کدهای توصیفی | مراجع |
|---|---|---|---|
| | | ترویج زبان، فرهنگ و علوم | {M15,20} {M5,17} {M4,27} |
| ۱۸ | **تعیین هنجارهای ارزشی** | غنای فکری و غنای محتوایی | {M6,16} {M16,10} {M7,21} |
| | | تقویت پشتوانه علمی و خرد گرایی | {M3,44} {M15,14} |
| | | توسعه و پایداری ارزش‌های فرهنگی جامعه | {M9,17} {M10,32} {M8,16} |
| ۱۹ | **سرمایه‌گذاری در هنر و فرهنگ در داخل کشور** | افزایش سرمایه‌گذاری در هنر | {M1,21} {M4,26} {M6,2} |
| | | سرمایه‌گذاری در فرهنگ کشور | {M4,11} {M17,20} {M9,19} |
| ۲۰ | **برگزاری سمینارهای هنری** | کشف استعدادها و خلاقیتهای فرهنگی و هنری | {M5,33} {M6,25} {M7,17} |
| | | ایجاد ابداعات فرهنگی و هنری | {M9,27} {M1,39} {M11,31} |
| ۲۱ | **توسعه مکان های فرهنگی** | افزایش برنامه‌های اجتماعی فرهنگی، علمی و هنری | {M2,41} {M11,23} |
| | | حمایت‌های معنوی و مادی از مراکز و فعالیت‌های فرهنگی و هنری | {M17,28} {M6,18} {M7,33} |

**مرحله چهارم: بازبینی محتواها**

مرحله چهارم زمانی شروع می‌شود که محقق مجموعه‌ای از محتواها را ایجاد کرده و آنها را مورد بازبینی قرار می‌دهد. این مرحله شامل دو مرحله بازبینی و تصفیه محتواها است. مرحله اول

شامل بازبینی در سطح خلاصه‌های کدگذاری شده است. در مرحله دوم اعتبار محتواها در رابطه با مجموعه داده‌ها در نظر گرفته می‌شود. اگر نقشه محتوا به خوبی کار کند، آنگاه می‌توان به مرحله بعدی رفت. اما، چنانچه نقشه به خوبی با مجموعه داده‌ها همخوانی نداشته باشد، محقق باید برگردد و کدگذاری خود را تا زمانی که یک نقشه محتوا رضایت‌بخش ایجاد شود ادامه دهد. محقق در انتهای این مرحله بایستی آگاهی کافی از اینکه محتواهای مختلف کدام‌ها هستند، چگونگی تناسب آنها با یکدیگر، و کل داستانی که آنها درباره داده‌ها می‌گویند در اختیار داشته باشد. شاخص‌های استخراج شده از متون مصاحبه‌ها، پس از تم‌بندی اولیه، مجدداً غربال شده و شاخص‌های اضافی یا فاقد ارزش لغوی در راستای ارائه الگوی پژوهش، حذف می‌گردند.

**مرحله پنجم: تعریف و نام‌گذاری محتواها**

مرحله پنجم زمانی شروع می شود که یک نقشه رضایت‌بخش از محتواها وجود داشته باشد. محقق در این مرحله، محتواهایی را که برای تحلیل ارائه کرده، تعریف کرده و مورد بازبینی مجدد قرار می‌دهد، سپس داده‌ها داخل آنها را تحلیل می‌کند. به وسیله تعریف و بازبینی کردن، ماهیت آن چیزی که یک محتوا در مورد آن بحث می‌کند مشخص شده و تعیین می‌گردد که هر محتوا کدام جنبه از داده‌ها را در خود دارد. در این مرحله نامگذاری تم‌های اصلی و فرعی پژوهش شکل گرفته و برای هر دسته از کدهای استخراج شده از متون مصاحبه، مقوله‌ای مشخص درنظر گرفته می‌شود.

**جدول ۵- مقوله‌های اصلی و فرعی**

| مقوله‌های اصلی (مفاهیم ثانویه) | مقوله‌های فرعی (مفاهیم اولیه) |
|---|---|
| **خط‌مشی گذاری راهبردی فرهنگی** | ۱. تعیین خط‌مشی‌ها و راهبردهای کلان فرهنگی |
| | ۲. همکاری، مشارکت، میراث و هویت فرهنگی |
| | ۳. توسعه و پایداری ارزش‌های فرهنگی |
| | ٤. مشروعیت دهی به خط مشی |
| | ۵. سازگاری و هم افزایی درونی و بیرونی |
| | ٦. توانمندسازی رفتار مجریان سیاست‌های فرهنگی |
| **ارزیابی خط‌مشی** | ۷. سنجش پیامدها و اقدامات اجرایی |
| | ۸. تبیین اهداف خط‌مشی |
| | ۹. ارزیابی محتوای خط مشی |

| مقوله‌های اصلی (مفاهیم ثانویه) | مقوله‌های فرعی (مفاهیم اولیه) |
|---|---|
| | ۱۰. بررسی سازوکارهای تعاملی خط‌مشی |
| | ۱۱. نظارت هوشمند |
| | ۱۲. سنجش شاخصه‌های فرهنگی |
| | ۱۳. نظارت چندسطحی و مستمر |
| **سیاست‌های فرهنگی** | ۱٤. سرمایه‌گذاری در سینما به عنوان ابزار نفوذ فرهنگی |
| | ۱۵. بهبود همکاری با کشورهای جهان در زمینه‌های تخصصی |
| | ۱٦. ترویج ایدئولوژی |
| | ۱۷. ترویج زبان و ادبیات |
| | ۱۸. تعیین هنجارهای ارزشی |
| **برگزاری جشنواره‌های فرهنگی** | ۱۹. سرمایه‌گذاری در هنر و فرهنگ در داخل کشور |
| | ۲۰. برگزاری سمینارهای هنری |
| | ۲۱. توسعه مکان‌های فرهنگی |
| | ۲۲. آژانس آموزش برای خارجی‌ها |
| **افزایش رایزنی‌های فرهنگی** | ۲۳. ایجاد انجمن‌های ادبی در سایر کشورها |
| | ۲٤. تقویت حضور سمعی و بصری |
| | ۲۵. بسترسازی نرم و سخت فرهنگی |
| | ۲٦. پایش و برنامه ریزی فرهنگی |
| **آموزش و تربیت نیروی انسانی در حوزه فرهنگ** | ۲۷. افزایش همکاری‌های دانشگاهی |
| | ۲۸. ارتقاء آموزش‌های فرهنگی |
| | ۲۹. کارآفرینی فرهنگی |
| | ۳۰. نیازسنجی آموزشی نیروی انسانی |
| **نظام خط‌مشی‌گذاری** | ۳۱. تدوین و پذیرش خط‌مشی |
| | ۳۲. آسیب‌شناسی خط‌مشی‌ها |
| | ۳۳. الزامات خط‌مشی گذاری |
| | ۳٤. سلسله مراتب خط‌مشی‌گذاری |
| | ۳۵. سیاست‌های متنوع اجرایی |
| **ظرفیت تعاملی بین‌المللی** | ۳٦. افزایش روابط بین‌المللی |
| | ۳۷. توجه به مخاطبان بین‌المللی |

| مقوله‌های اصلی (مفاهیم ثانویه) | مقوله‌های فرعی (مفاهیم اولیه) |
|---|---|
| | ۳۸. جهانی سازی تعاملات |
| | ۳۹. بومی‌سازی الگوی‌های غربی |
| | ٤٠. تعمیق اخلاقیات و اصول دین |

**مرحله ششم: تهیه گزارش**

مرحله ششم زمانی شروع می شود که محقق مجموعه‌ای از محتواهای کاملاً آبدیده در اختیار داشته باشد. این مرحله شامل تحلیل پایانی و نگارش گزارش است. با استفاده از مصاحبه اختصاصی و تحلیل محتوی، مهم‌ترین مقوله‌های مرتبط با سیاست‌گذاری فرهنگی شناسایی شدند که در ادامه به توضیح آنها پرداخته می‌شود.

**۱- خط‌مشی‌گذاری راهبردی فرهنگی**

نزدیک چهل سال از آموزشی شدن خط‌مشی‌گذاری گذشته است. دانش خط‌مشی‌گذاری به مرور زمان به دو شاخهٔ کاملاً مجزا تقسیم شده است. شاخهٔ نخست حوزهٔ مطالعات راهبردی است که می‌کوشد از طریق تحقیق در منابع دستهٔ اول پیرامون مسائل راهبردی مشخص به فهم و شکل‌دهی به فرایند خط‌مشی‌گذاری بپردازد. حوزهٔ مطالعات راهبردی معمولاً حوزهٔ مورد توجه گروه‌های متشکل از محققان، پژوهشگران یا چهره‌های سازمانی فعال در حوزهٔ خط‌مشی‌گذاری است. دومین زیرمجموعهٔ دانش خط‌مشی‌گذاری، حوزهٔ تحلیل راهبردی است. این حوزه بیش از حوزهٔ مطالعات راهبردی، از عوامل سیاسی متأثر است و می‌کوشد تا از طریق خط‌مشی‌گذاری برای نهادهای دولتی مستقیماً بر برآیندهای سیاسی تأثیر بگذارد (خیراندیش و همکاران، ۱۳۹۵).

**۲- ارزیابی خط‌مشی**

در حوزه خط‌مشی‌گذاری موضوعات متنوعی چون نحوه تدوین مسائل سیاستی، چگونگی تبدیل پدیده‌ها به‌صورت مسئله‌های سیاستی دولت، نحوه تصمیم گیری و اجرای تصمیمات دولتی و ارزیابی عمل دولتی قابل بررسی است. چنین عرصه پرتنوعی رشته سیاست‌گذاری عمومی را گاه با چالش بحران هویت مواجه می‌کند از این رو پرداختن به آنرا با دشواری مواجه می‌کند. سیاست‌گذار نه به‌عنوان مجری روش‌ها و دستورها، بلکه در نقش تحلیلگر سیاستی عمل می‌کند. مدیریت دولتی معطوف به قدرت حاکم است و ساختار محکمی دارد، لذا در بحران‌ها یا نقاط عطف به آسانی

نمی‌تواند روش‌های جایگزین را بیابد، اما خط‌مشـــی‌گذاری دوام و تحرک بیشـــتری دارد و به موقع می‌تواند مسیرهای جایگزین یا راه‌حل‌های ابداعی ارائه دهد (باقری و همکاران، ۱۳۹٤).

**۳ -سیاست‌های فرهنگی**

مفهوم سیاست فرهنگی از جمله مفاهیم تازه‌ای است که از حدود چهار دهه قبل در کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته است. خط‌مشی‌گذاری مدیریت فرهنگی یکی از اقداماتی است که در بســیاری از کشــورهای درحال توســعه از جمله ایران جایش خالی اســت، ولی وجود اینnوع سیاست‌گذاری موجب می‌گردد تا به بخش قابل ملاحظه‌ای از نیازهای بخش فرهنگ عمومی پاسخ داده شود. لازم است تا به یافتن راه حلهای خاص در سیاست‌گذاری فرهنگی توجه شود تا اطمینان حاصل گردد ای امر از طریق مدیریت امور فرهنگی قابل دستیابی است. فقدان برنامه ریزی فرهنگی جامع و مدیریت فرهنگی کارســاز، دو مقوله‌ای اســت که می‌توان در جهت نهادینه شــدن ارزش‌ها، باورها، بهبود و تغییر درالگوهای جامعه نقش اســاســی و ســازنده داشــته باشــند. به‌علاوه، تدوین برنامه‌های فرهنگی هنگامی با موفقیت توام هســتند که بر تفکر (مدیریت مبتنی بر ارزش‌ها) اســتوار باشــند. هدف کلی ســیاســت فرهنگی، ارتقای جامعه ایرانی به مقامی اســت که افراد آن با شــناخت تمدن و فرهنگ پر ارج ایران درحفظ و گســتره آنبکوشــند و با آگاهی از فرهنگ کشــورهای دیگر جهان، خانواده بزرگ ایرانی را در مسیر به سوی زندگی بهتر و کمال معنوی یاری دهند.

**٤ -برگزاری جشنواره‌های فرهنگی**

در خصوص برگزاری جشنواره‌های فرهنگی و بهبود همکاری با کشورهای جهان در زمینه‌های تخصصی، وزارت فرهنگ فراسه سرمایه‌گذاری بالایی در انجام فعالیت‌های مشترک فرهنگی با ســایر کشــورها انجام می‌دهد؛ همکاری در برگزاری برخی جشــنواره‌های هنری، تولید فیلم‌های ســینمایی مشــترک با ســایر کشــورها و مواردی از این قبیل ذیل همکاری فرهنگی فرانســه با ســایر کشورها قرار می‌گیرد.

**۵ -افزایش رایزنی‌های فرهنگی**

برخورد مناسب و اتحاد مواضع مقبول در برخورد با بحران‌های بین‌المللی، ارائه خدمات بشــر دوستانه، رعایت استانداردهای حقوق بشر، حمایت از جنبش‌های سبز و محیط زیست، مشارکت در جنبش‌های صلح طلب و نیروهای حافظ صلح، تشکیل انجمن‌های دوستی با کشورهای مختلف،

حضور گسترده در جوامع فرهنگی و رایزنی‌های فرهنگی در سطح وسیع در ایجاد و تقویت قدرت فرهنگی مؤثرند. برخی از نویسندگان حوزهٔ روابط بین‌الملل، عوامل مؤثر دیگری را در تولید و تقویت قدرت نرم و سخت ذکر نموده‌اند که عبارت‌اند از: وضعیت جغرافیایی (آب و هوا، وسعت خاک، موقعیت ژئوپولیتیکی، جمعیت و نیروی انسانی)، ظرفیت صنعتی، ارتباطات، استعدادهای علمی، اختراعات، ابتکارات، سازمان اداری و دولتی، ایدئولوژی و اخلاق اجتماعی، اطلاعات و سطح آگاهی، خرد رهبری و روحیه ملی.

**٦ -آموزش و تربیت نیروی انسانی در حوزه فرهنگ**

اولویت‌ها و سیاست‌های فرهنگی کشور مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۹۱) به شرح زیر است:

- اهتمام بیشتر به کشف استعدادها و خلاقیتهای فرهنگی و هنری، و آموزش و تربیت نیروی انسانی
- سازماندهی و بهره‌برداری مطلوب از امکانات و تأسیسات فرهنگی و هنری نهادهای دولتی غیرفرهنگی و جلوگیری از دوباره کاریها در امور غیرضروری
- تقویت ارتباط مناسب و مکمل میان بخش فرهنگی و بخش آموزش کشور، به ویژه در زمینه تربیت نیروی انسانی و گسترش فعالیتهای فرهنگی و هنری در مراکز آموزشی
- اختصاص دادن درآمدهای حاصل از خدمات و تولیدات فرهنگی و هنری و استفاده ازآن در بازسازی و توسعه بخش فرهنگ و اطلاع رسانی
- آموزش مستمر نیروی انسانی و مدیران شاغل در بخش فرهنگ (شورای عالی انقلاب فرهنگی).

**۷ -نظام خط‌مشی‌گذاری**

فرایند خط‌مشی‌گذاری، مجموعه‌ای از اقدامات عقلانی است که طی فرایندی به انجام رسیده‌اند که متشکل از اقدامات لزوماً سیاسی است. این اقدامات سیاسی را می‌توان به عنوان فرایند خط‌مشی‌گذاری قلمداد نمود و آنرا همچون مجموعه‌ای از مراحل زمانبندی شدهٔ به هم مرتبط مجسم کرد: تهیه دستور کار، تدوین و تنظیم سیاست، اتخاذ سیاست، تحقق سیاست، برآورد سیاست. تحلیل‌گران سیاست ممکن است اطلاعاتی را فراهم سازند که به یک، چند یا تمام مراحل فرایند خط‌مشی‌گذاری مرتبط باشد که خود این موضوع نیز بستگی به نوع مشکلی دارد که بهره‌ور تحلیل سیاست با آن مواجه است.

### ۸ -ظرفیت تعاملی بین‌المللی

یکی دیگر از الگوهای سیاست‌گذاری، الگو گروهی است. این الگو بر این اساس مبتنی است که تعامل بین گروه‌های مختلف است که یک سیاست یا خط‌مشی را شکل می‌دهد. در واقع گروه‌ها پلی بین افراد و دولت هستند و سیاست نوعی تنازع بین گروه‌های مختلف برای نفوذ بر خط‌مشی‌های حاکم است. نظام سیاسی نیز با استفاده از روشهایی چون برقراری قواعد بازی در منازعات، برقرای توافقات و ایجاد توازن بین گروه‌ها، تصویب سیاست‌ها و خط‌مشی‌های عمومی، و و نهایتاً اجرای این سیاست‌ها و توافقات این تعارض را مدیریت می‌کند. طبق این نظریه خط‌مشی عمومی در هر مرحله‌ای رسیدن به تعادل در تنازع گروهی است. این تعادل بر اساس نفوذ نسبی هریک از گروه‌های ذی‌نفع تعیین می‌گردد. نفوذ گروه‌ها نیز به‌وسیله جمعیت گروه، تمکن مالی، قدرت سازمانی، رهبری، دسترسی به تصمیم‌گیران اصلی و موارد دیگر تعیین می‌شود.

### نتیجه گیری

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده می‌توان نسبت به تحلیل مقایسه‌ای سیاست‌ها و راهبردهای فرهنگی در دو کشور ایران و فرانسه اقدام نمود. بر اساس نتایج حاصله می‌توان دریافت که خط‌مشی‌های فرهنگی در این دو کشور، علی‌رغم داشتن برخی زمینه‌های مشترک، از تفاوت‌های قابل‌توجهی نیز برخوردار است. از منظر سرمایه‌گذاری انجام شده جهت ترویج فرهنگ ملی، کشور فرانسه فاصله زیادی از ایران دارد؛ بدین معنی که سرمایه‌گذاری‌های انجام‌شده در حوزه فرهنگ فرانسه به‌مراتب بیشتر از ایران است که دلیل این امر یا اهمیت بالاتر مقوله‌های فرهنگی در سیاست‌های کلی فرانسه و یا وضعیت اقتصادی بهتر این کشور است که امکان سرمایه‌گذاری بیشتر در حوزه‌های فرهنگی را می‌دهد. از سوی دیگر، در حالی که بسیاری از سیاست‌های فرهنگی کشور ایران جنبه عقیدتی داشته و در راستای ترویج ایدئولوژی اسلامی انجام می شود، متولیان فرهنگی فرانسه تاکید بیشتری بر ترویج زبان و آدب و رسوم ملی این کشور داشته‌اند. نکته مهم این است که مقوله فوق چه در سیاست‌های فرهنگی داخلی و چه در عرصه سیاست‌های فرهنگی بین المللی هر دو کشور مصداق می‌یابد. با توجه به تاکید مقامات ایرانی بر ترویج ایدئولوژی دینی و انقلابی، شاهد آن هستیم که این برنامه‌های ترویج فرهنگی صرفاً در کشورهای اسلامی تا حدودی موفق بوده است؛ در حالی که کشور فرانسه با تمرکز

بر مقولات فرهنگی همچون زبان فرانسه، انجمن‌های ادبی و غیره که ماهیتی عمومی‌تر دارند توانسته است موفقیت بیشتری در ترویج فرهنگ فرانسوی در سایر کشورها داشته باشد.

مساله مهمی که در تحلیل مقایسه‌ای سیاست‌های فرهنگی ایران و فرانسه مشاهده می‌شود این است که کشور فرانسه به خصوص در چهار دهه گذشته، تمرکز بالایی بر همکاری‌های فرهنگی بین المللی داشته است. هدف از چنین برنامه‌هایی نفوذ فرهنگی در میان سایر کشورها بوده است که در این راه توفیقاتی نیز نصیب این کشور شده است که از این جمله می‌توان به افزایش تعداد دفاتر و مراکز فرهنگی فرانسه در بسیاری از کشورهای آسیایی و آفریقایی اشاره کرد. با توجه به زمینه فرهنگی برخی از این کشورها که تا چند دهه پیش تحت استعمار و یا قیمومیت فرانسه قرار داشته اند (بعنوان مثال لبنان، مراکش، تونس، الجزایر و غیره)، میزان نفوذ فرهنگی در چنین کشورهایی بسیار بالا است و برنامه‌های فرهنگی فرانسه نیز در راستای افزایش فعالیت‌های فرهنگی در چنین کشورهایی است. اگرچه در سیاست‌های فرهنگی ایران نیز تلاشهایی برای نفوذ فرهنگی منطقه‌ای انجام‌شده است، اما میزان موفقیت این سیاست‌ها چندان چشم‌گیر نبوده است.

در عین حال مشابهت‌هایی در برخی از حوزه‌های فرهنگی دو کشور وجود دارد که به خوبی در خط‌مشی‌های فرهنگی این دو کشور نمود یافته است. از جمله این موارد می‌توان به سرمایه‌گذاری در سینما بعنوان ابزار نفوذ فرهنگی، تاکید زیاد بر رایزنی‌های فرهنگی در سایر کشورها و توجه به برگزاری جشنواره‌های فرهنگی و هنری اشاره نمود. به طور خاص در هر دو کشور ایران و فرانسه، توجه زیادی به تولید محصولات سینمایی بعنوان یک ابزار تاثیرگذار در توسعه فرهنگ و ترویج آن شده است که این امر به خوبی در حضور پررنگ فیلم‌های ایرانی و فرانسوی در جشنواره‌های مهم سینمایی همچون ونیز، کن، برلین و مراسم اسکار مشاهده می‌شود. در عین حال باید به این موضوع اشاره کرد که هر دو کشور ایران و فرانسه به اهمیت آموزش و تربیت نیروی انسانی در حوزه فرهنگ واقف بوده و بررسی سیاست‌های فرهنگی این دو کشور نشان می‌دهد که متولیان فرهنگی چه در ایران و چه در فرانسه، تربیت نیروی انسانی را بعنوان یکی از رسالت‌های مهم خود تعریف کرده‌اند.

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده توصیه می‌شود مسئولان فرهنگی و تصمیم‌گیرندگان ارشد کشور، برنامه‌هایی برای توسعه مراودات فرهنگی با کشور فرانسه انجام دهند. با توجه این که تعاملات

فرهنگی زیادی بین ایران و فرانسه (در قیاس با سایر کشورهای غربی) وجود دارد می‌توان از این پتانسیل برای افزایش نفوذ فرهنگی کشور استفاده نمود.

با توجه با سابقه بالای ایران و فرانسه در عرصه سینما و فیلمسازی و با عنایت به این که هر دو کشور تاکید زیادی بر سینما بعنوان یک ابزار فرهنگی دارند، پیشنهاد می‌شود از طریق معاونت سینمایی وزارت ارشاد برنامه‌هایی برای تولیدات مشترک سینمایی بین ایران و فرانسه انجام شود. در این راستا می‌توان از شهرت برخی کارگردانان بنام ایرانی که موفقیت‌های زیادی در جشنواره‌های جهانی دارند برای ترغیب سینماگران فرانسوی برای تولید آثار مشترک استفاده نمود.

با توجه به برنامه‌های مدون فرانسه در امر فرهنگ، توصیه می‌شود مسئولان و تصمیم‌گیرندگان ارشد کشور اعم از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، از برنامه‌های فعلی دولت فرانسه جهت خط‌مشی گذاری فرهنگی استفاده نموده و با در نظر گرفتن ارزش‌های فرهنگی کشور، سیاست‌گذاری‌های فرانسه را در کشور بومی سازی کنند. به طور خاص در نظر گرفتن سیاست‌های فرهنگی کشور فرانسه تا سال ۲۰۳۰ می‌تواند رویکرد مناسبی برای الگوبرداری و توسعه فعالیت‌های فرهنگی کشور در نظر گرفته شود.

توصیه می شود بخش بین الملل جشنواره فجر بیش از پیش مورد توجه مسئولان قرار گیرد؛ چرا که در حالت فعلی جشنواره بین الملل حالت فرعی داشته و بهتر است از پتانسیل بالای این جشنواره، برای افزایش تعاملات فرهنگی بین ایران و سایر کشورها استفاده شود. در حال حاضر بخش بین المللی نتوانسته است از ظرفیت بالای این جشنواره برای افزایش تبادلات فرهنگی استفاده کند.

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده مشخص شد که تربیت نیروی انسانی کارآمد یکی از سیاست‌های فرهنگی مشترک بین ایران و فرانسه است. در این راستا توصیه می‌شود تعداد مراکز آموزشی فرهنگی و هنری در کشور افزاش داده شود که در این راستا لازم است متولیان امور فرهنگی به خصوص وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، بودجه بیشتری برای توسعه امکان آموزش فرهنگی تخصیص دهند. متاسفانه صرف نظر از مشکلات کلی که در زمینه نظام آموزشی کشور در سطوح مختلف دیده می شود در این حوزه‌ی حساس و مهم نیز نتوانسته‌ایم به درستی چاره اندیشی کنیم. شاید در بسیاری از موارد، سپردن مسئولیت سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی به دست افراد غیرمتخصص به دلیل نبودن نیروی متخصص در این حوزه بوده است.

## فهرست منابع


اعتباریان، اکبر؛ تابش، محمد؛ ستوده، مهدی(۱۳۹۸). راهبردهای فرهنگی برای جهان اسلام. اصفهان: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد خوراسگان.

اکبری، محمدعلی؛ مریم فریدنیا(۱۳۹۸). دولت و فرهنگ در ایران (۱۳۰٤ – ۱۳۵۷). تهران: موسسه انتشاراتی روزنامه ایران.

باباخانی، مجتبی؛ افتخاری، اصغر(۱۳۹۵). سیاست و فرهنگ؛ شاخص‌های سیاست‌گذاری فرهنگی از دیدگاه امام خمینی (ره). تحقیقات فرهنگی ایران، ۹(۳۵)، ۵۷-۹۰.

بابایی، سحر؛ توکلی، غلامرضا(۱۳۹۵). تدوین الگو فرایندی سیاست‌گذاری در سازمانهای دولتی. سیاست‌گذاری عمومی، ۱(۳)، ۲۹-۵۳.

جهانبخش، محمدعلی(۱۳۹۳). جامعه‌شناسی فرهنگی ایران. مبنای خرد.

شاکری، مریم؛ صادقی نیارکی، ابوالقاسم(۱۳۹۷). نقش فناوری فرهنگ در جامعه و دولت فرهنگ محور. مطالعات میان فرهنگی، ۱۳(۳۵)، ۱۳۵-۱٦٦.

طباطبایی، محمد. (۱۳۹۷)، سیاست و حکومت در اروپا، تهران: سمت.

فرخی، میثم؛ نادری نژاد، مهدی(۱۳۹۸). تحولات سیاستگذاری فرهنگی شبکه های اجتماعی مجازی در جمهوری اسلامی ایران: مورد مطالعه تحلیل اسناد بالادستی (۱۳۷۰-۱۳۹٦). مطالعات فرهنگ ارتباطات، ۲۰(۸۰)، ۱۱۳-۱۳٤.

مصدق صدقی، محمدباقر(۱۳۹۷). جایگاه دیپلماسی فرهنگی در سیاست خارجی انگستان و فرانسه. گیوا باشگاه علمی تحقیقاتی پویش، تهران: آتی‌بوک.

ملک‌محمدی، حمیدرضا(۱۳۹٤). مبانی و اصول سیاست‌گذاری عمومی. سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها، تهران: سمت.

مؤمنی، فرشاد؛ احسانی، وحید(۱۳۹٦). سیاست‌گذاری عمومی مناسب برای یک اقتصاد دانش بنیان. مطالعات راهبردی جهانی شدن، ۷(۲۳)، ۲۰۹-۲۳۵.

Andrews, S. J., Peck, J., Rodman, G., & Yang, F. (2017). Media, culture, policy: What we talk about when we talk about (cultural) policy. Communication+1. http://communicationplusone.org/

Athique, A. (2019). Soft power, culture and modernity: Responses to Bollywood films in Thailand and the Philippines. International Communication Gazette, 81(5), 470–489. https://doi.org/10.1177/1748048518825087

Borén, T., Grzyś, P., & Young, C. (2020). Policy-making as an emotionally charged arena: The emotional geographies of urban cultural policy-making. International Journal of Cultural Policy, 27(3), 313–328. https://doi.org/10.1080/10286632.2020.1731319

Bellon, A. (2019). The digitalization of cultural policies in France. In Digitalization of Society and Socio-Political Issues: Digital, Communication and Culture (pp. 149–156). Springer.

Durrer, V., & Magan, K. M. (2017). Cultural policymaking and research on the Island of Ireland. Palgrave Macmillan.

Ergashev, I., & Farxodjonova, N. (2020). Integration of national culture in the process of globalization. Journal of Critical Reviews, 7(2), 477–479.

Gilmore, A., Jancovich, L., Stevenson, D., & Durrer, V. (2019). Situating the local in global cultural policy. International Journal of Cultural Policy, 25(7), 817–830. https://doi.org/10.1080/10286632.2018.1446680

Karelina, E. K. (2018). The problematic aspects of cultural policy. Theoretical & Applied Science, 66(10), 312–316.

Kessler, M. C. (2020). Cultural diplomacy. In C. Constantinou, P. Kerr, & P. Sharp (Eds.), Global diplomacy (pp. 227–237). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-28786-3_18

Redaelli, E. (2019). Connecting arts and place: Cultural policy and American cities. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-04463-3