



توسعه فرهنگى مردم نهاد

طرح الكوئى ديگر

سه گانه اقتصاد، سياست و فرهنگ

مفهوم پردازي توسعه فرهنگي

الگوهاي توسعه فرهنگي
(اهداف، فرايندها و بازبگرا)

دوگانه توسعه فرهنگ و توسعه فرهنگي

دوگانه فرهنگ توسعه و توسعه فرهنگي

پارادایم های سیاستگذاری عمومی

1- اداره امور عمومی **Public Administration**

2- مدیریت دولتی نوین **New Public Management**

3- نهضت خدمات عمومی نوین **New Public Service**

گفتمانهای سه گانه سیاستگذاری فرهنگی

متناظر با سه مکتب مدیریت دولتی (سیاستگذاری عمومی) مک
گوئیگان سه گفتمان سیاستگذاری فرهنگی را به شرح ذیل تعریف
می کند:

- گفتمان دولت
- گفتمان بازار
- گفتمان جامعه ارتباطاتی (مدنی)

گفتمان دولت در توسعه فرهنگی
محوریت سیاست و قدرت در توسعه فرهنگی
از ویلسون تا آلتوسر

اصول گفتمان مدیریت دولتی در توسعه از منظر وودرو ویسلون

(۱) اصل وحدت دستور

(۲) اصل حیطة نظارت

(۳) اصل تفکیک اداره از سیاست

(۴) اصل کارائی

انتقادات هیوز بر گفتمان دولت

- مشکل کنترل سیاسی
- مشکل هیولای بروکراسی در مقابل دموکراسی
- نقد از منظر تئوری انتخاب عمومی

گفتمان دولت در حوزه توسعه فرهنگی

- گفتمان دولت به جایگاه و نقش محوری دولت (حاکمیت و نه فقط قوه مجریه) در تعیین سیاستهای توسعه فرهنگی تأکید دارد.

هر چند ویلسون میان بدنه اداری و مدیریتی دولت و بدنه سیاسی آن تفکیک ایجاد می کرد اما در عمل همواره سیطره بدنه سیاسی دولت، بدنه اداری را به حاشیه می راند.

2- گفتمان بازار در توسعه فرهنگی

این گفتمان بر پایه نظریه انتخاب
عمومی و نظریه عاملیت بنا شده است.

نظریه اصیل-وکیل

- 1- نظریه خادمیت Stewardship: مدیران دولتی خود را وقف منافع سازمان میکنند.
- 2- نظریه عاملیت Agency theory: مدیران دولتی، سازمان را وقف خود می کنند.

✓ **نگرش اقتصادی و مادی به مدیریت در بخش دولتی:**
مدیران دولتی افرادی هستند که در پی منافع شخصی خود هستند و منافع فردی بر منافع سازمان رجحان می دهند.

• ✓ **نگرش اجتماعی و روانشناختی:** مدیران خادم سازمان شناخته می شوند که خود را وقف اهداف سازمان ساخته و منافع جمع را بر منافع فردی و شخصی اولی می دانند.

ارکان نظریه عاملیت یا کارگزاری

✓ مدل انسان: انسان اقتصادی

- 1- مدیران بازیگران خردمندی هستند که در پی حداکثر کردن منافع خویشند.
- 2- مدیران و صاحبان سرمایه به علت ماهیت نفع طلبی اشان در نوعی تعارض نمادین اسیرند.
- 3- صاحبان سازمان در پی نفع خویش و کاهش هزینه ها و مخارج مدیریتی و مدیران در پی حقوق و دستمزد بیشتری هستند.

خردمایه تئوری کارگزاری

انتظار آن است:

• ✓ مدیران تلاش کنند تا خود را وقف هدفهای سازمان کنند و منافع صاحبان اصلی را حداکثر سازند.

• اما

- مدیران دغدغه افزون ساختن منافع شخصی خود دارند.
- دلیل پذیرش مسئولیت توسط مدیران فرصت برای بالا بردن منافع شخصی است.
- اتکا به عقلانیت ابزاری دارند.

نظريه انتخاب عمومي:

✓ رفتار سياستمدار معطوف به تأمين منافع جامعه، محل ترديد است.

✓ کارگزاران دولتي به انگيزه حداکثر سازي منافع فردي ادامه کار مي دهند.

✓ در مدیریت دولتی، افزون ساختن منافع فردی مدیران به بهای گاهش منافع مردمان و صاحبان اصلی در جامعه خواهد بود.

✓ در بخش خصوصی این امر به قیمت افت سود صاحبان سهام تمام خواهد شد.

سازوکارهای نظارتی در تئوری عاملیت

- در بخش خصوصی:
- تشکیل هیئت مدیره: پرسش مسئولیت از مدیران
- سیستم پاداش مبتنی بر عملکرد

- در بخش دولتی:
- پارلمان و مجالس مقننه
- ارزیابی مدیران بر اساس اهداف عمومی

نقد اصلي بر تئوري کارگزاري

- 1- نظريه ساده انديشانه و غير واقعي است.
- 2- کليت رفتار انسان را تبیین نمی کند.

نظریه خادمیت

مدل انسان: انسان خودیاب

- ویژگیها:
 - ✓ انسانها در برخی موقعیتهای چنان برانگیخته می شوند تا کاملاً برای منافع صاحبان اصلی سازمان گام بردارند.
 - ✓ انسانها جمع گرا، نوع دوست، نیکونهاد، دوستدار سازمان و خادم اهداف آن هستند.
 - ✓ چنین انسانی در صورت مخیر به انتخاب میان منافع سازمان و منافع شخصی خود، منافع سازمان را بر منافع خود مقدم می شمارد.

- ✓ اتکا به عقلانیت جوهری: به کار از منظر مصالح جمع و منافع سازمان بجای منافع خویش نگریده میشود.

مردم

عاملیت

خادمیت

عاملیت

• روابط متقابل، سازگار و سازنده:
بهره وری بالای اقتصادی با تاکید
بر کارایی و کاهش هزینه ها (بهره
وری ناپایدار)

①

• روابط ناسازگار و مخرب:
مدیر فرصت طلبی می کند و
صاحبان سرمایه و مردم
احساس غبن می کنند.

②

مدیران

③

• روابط ناسازگار و مخرب
صاحبان سرمایه:

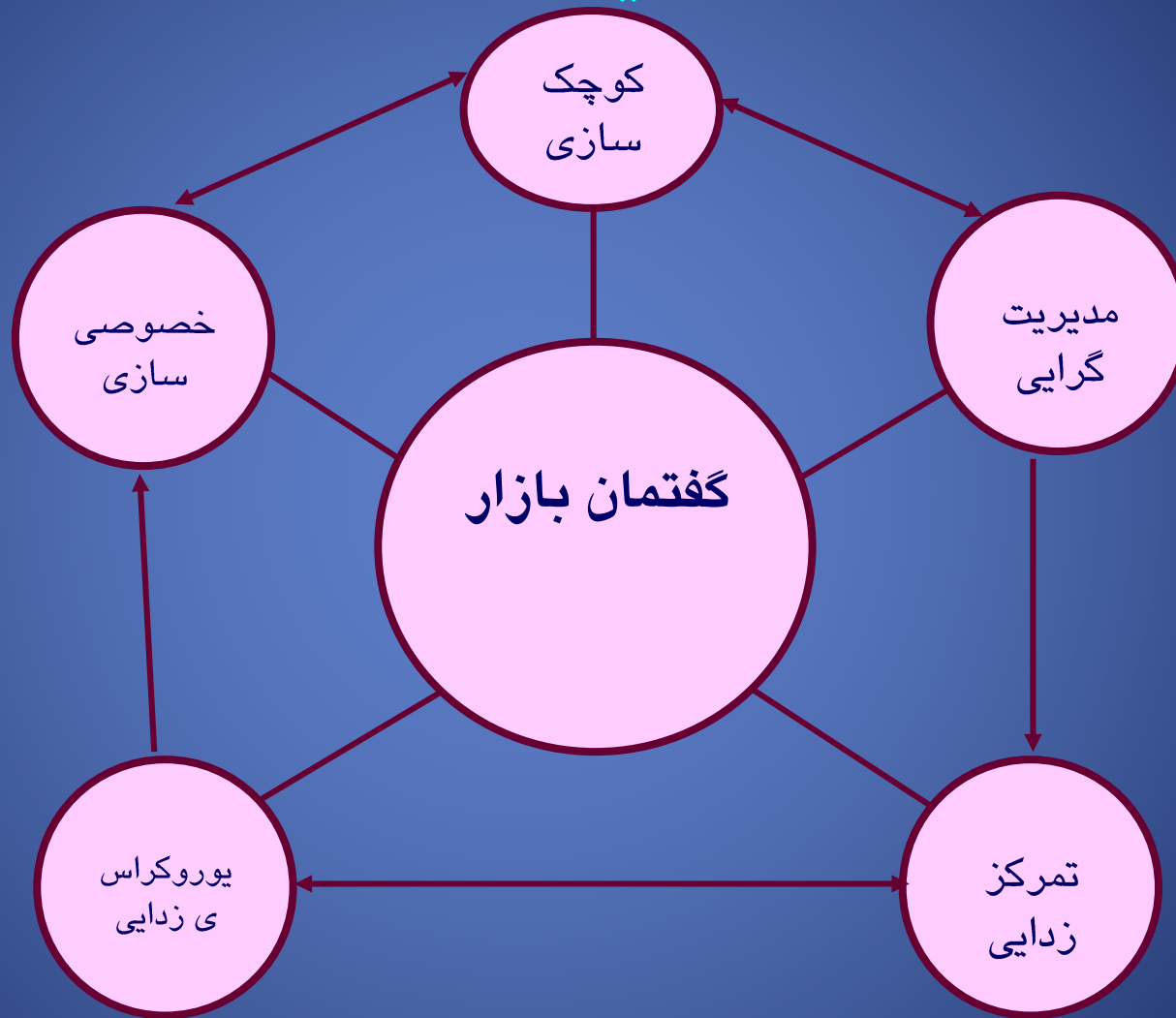
مردم فرصت طلبی می کنند و مدیر
احساس غبن می کند

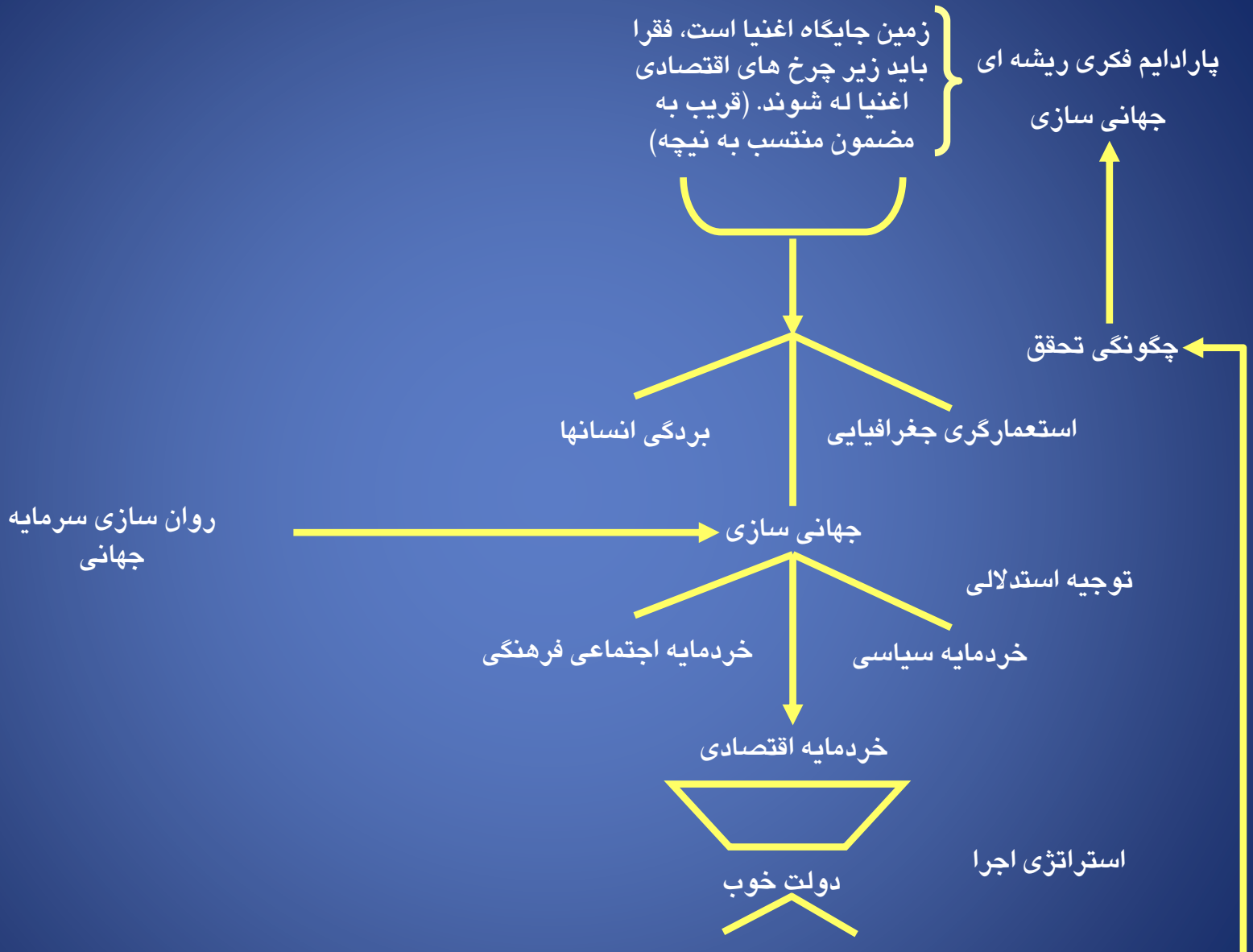
④

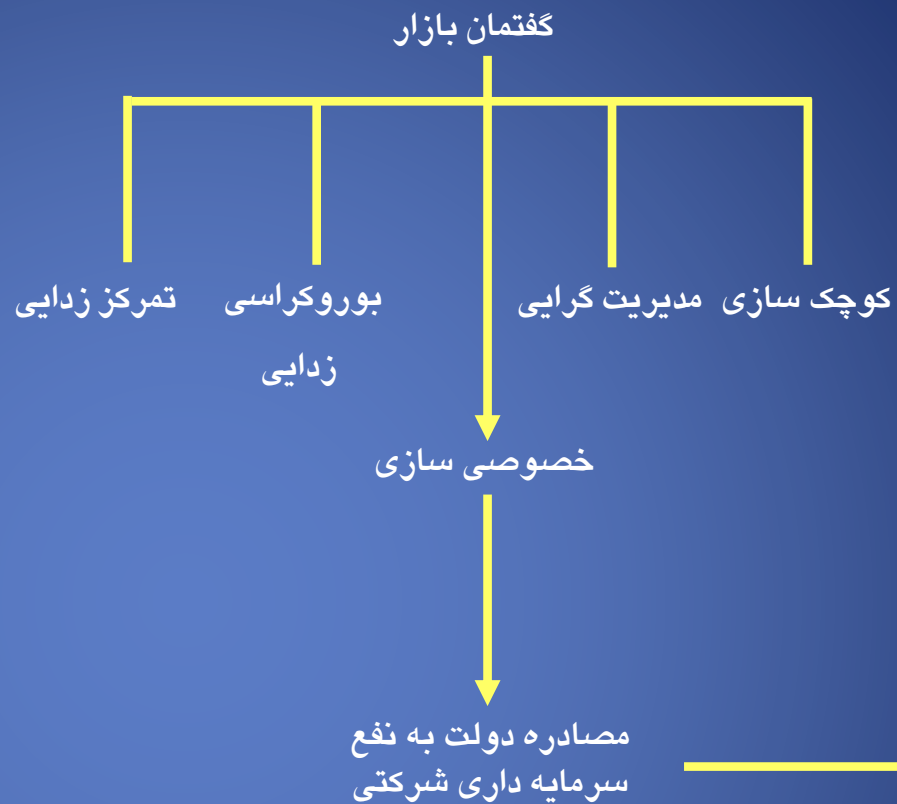
• روابط متقابل سازگار و سازنده:
بهره وری بالای مادی و معنوی
اثربخشی عملکردها (بهره وری
پایدار)

خادمیت

اصول اصلي گفتمان بازار







پیوند اندیشه نتیجه، جهانی سازی و خصوصی از منظر اقتصاد سیاسی

نقد گفتمان بازار

- 1- مخدوش شدن مرز عمومی- خصوصی
- 2- محدود کردن دریافت کنندگان خدمات
- 3- تضعیف بخش دولتی
- 4- تضعیف پاسخگویی عمومی
- 5- تهدید اعتماد عمومی
- 6- شکل گیری سازمانهای دولتی مضطرب
- 7- سیاسی کاری در اجرای مدیریت دولتی نوین
- 8- تهدید جامعه مدنی
- 9- تئوری سیاسی متضاد با حاکمیت نهادی

گفتمان بازار در حوزه توسعه فرهنگی

- بر این اساس، منطق عرضه و تقاضا تعیین کننده اهداف توسعه فرهنگی خواهد بود. از این منظر شاهد غلبه خرده سیستم اقتصاد بر فرهنگ خواهیم بود. توسعه رویکرد صنعتی به فرهنگ نیز زائیده همین گفتمان است. چنانچه اشاره شد غلبه این رویکرد در فرهنگ کشورهای جهان سوم با طرد مبانی و ارزش های فرهنگی کشورها، موجب بسط هژمونی فرهنگ مدرن در قالب صادرات محصولات فرهنگی حوزه مدرن خواهد شد. بنابراین خود سیاسی هوشمندانه از جانب گفتمان فرهنگی مدرن برای ترویج در جهت استعمار جدید است.

3- گفتمان ارتباطی (جامعه مدنی) در توسعه فرهنگی

مبانی نظری نهضت خدمات عمومی نوین گفتمان ارتباطی

- 1- تئوریهای شهروندی دموکراتیک
- 2- تئوری جمع گرایی و جامعه مدنی
- 3- تئوری انسان گرایی و تئوری گفتمان

بخش دولتی

گفتمان ارتباطی

بخش خصوصی (بازار)

جامعه مدنی (NGO, ..)

اصول گفتمان ارتباطی

- 1- خدمت کنید نه صرفاً راهبري
- 2- منفعت عامه هدف اصلي است نه محصول جاني
- 3- استراتژيك بينديشيد، دموكراتيك عمل كنيد
- 4- به شهروندان نه مصرف كنندگان (مشتریان) خدمت كنيد
- 5- به پاسخگويي فراوان بينديشيد زيرا پاسخگويي به سادگي ميسر نيست
- 6- به مردم ارزش قائل شويد نه فقط براي بهره وري
- 7- به شهروندي و خدمات عمومي بيشتري و بالاتر از كارآفريني ارزش قائل شويد

گفتمان ارتباطی در حوزه توسعه فرهنگی

- بر این اساس، از طریق بسط گفتمان های اجتماعی مبتنی بر عقلانیت ارتباطاتی و نه کنش استراتژیک در سطح نظر و توسعه نظام های سیاسی دموکراتیک در سطح عمل، می بایست حقوق شهروندی همگان مبنی بر مشارکت فرهنگی محترم شمرده شده و الگوی توسعه فرهنگی در تمامی مراحل بر اساس افکار عمومی صورت بندی، اجراء و ارزیابی شود.

گفتمان انقلاب اسلامی در گام دوم به منظور
توسعه فرهنگی چیست؟