

تواناسازی مدیران استراتژیک کشور با رویکرد مدیریت استراتژیک فرهنگی

برزو فرهی بوزنجانی - عضو هیات علمی دانشگاه امام حسین (ع)

اشخاصی همچون تصمیم گیرندگان در امور سیاسی و نمایندگان منتخب و کسانی که نقش مستقیمی در امور فرهنگی ندارند، اما فعالیت‌های آنان به توسعه فرهنگی کمک می‌کند، مانند مهندسان و برنامه ریزان، مددکاران اجتماعی، معلمان، کارکنان ارشد، رسانه‌ها، مطبوعات و... (مولینیر، ترجمه گیلانی، ۱۳۷۲: ۳۳-۳۲) بنابراین مدیران فرهنگی مدیرانی هستند که مستقیماً در جایگاه‌های شغلی در سازمان‌های فرهنگی کشور و در سطوح مختلف راهبری، پشتیبانی و یا اجرایی مشغول به فعالیت هستند. همین طور کلیه مدیرانی که در سایر دستگاه‌های غیرفرهنگی در مسئولیت‌های شغلی هدایت و راهبری نظام اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی مشغول به فعالیت هستند، مدیر فرهنگی تلقی می‌شوند (فرهی، ۱۳۸۴: ۱۲).

• فرهنگ:

مجموعه‌ای پیچیده از معارف، اعتقادات، باورها، هنر، اخلاق، دین، قوانین، الگوهای رفتارهای و علوم و صنایع است که هر فرد از جامعه خود فرا می‌گیرد و بر اساس آن احساس و رفتار او شکل می‌گیرد. (همان، ۱۲).

• توانمندسازی:

عبارت است از تقویت عقاید افراد و ایجاد اعتماد به نفس در آنها نسبت به خودشان و تلاش در جهت اثر بخشی فعالیت‌های سازمان (رحمانپور، ۱۳۸۱: ۳۳ به نقل از گوردون: ۱۹۹۳).

الفرد باندورا توانمندسازی را ایجاد قدرت تطابق با شرایط اطراف دانسته و برای آن چهار عامل را بر می‌شمارد.

۱. حمایت عاطفی افراد
۲. تشویق نمودن و دادن بازخورد مثبت به آنها.
۳. معرفی نمونه‌هایی از افراد موفق و اثر بخش به آنها.
۴. کسب تجربه از طریق انجام موفقیت آمیز یک فعالیت (رحمانپور، ۱۳۸۱: ۳۳ گوردون: ۱۹۹۱)

• توسعه مدیریت:

توسعه مدیریت فرایندی جامع است که طی آن مدیران در مسیر اثربخشی رشد می‌یابند و تربیت می‌شوند. همچنین تلاش برای افزایش اثربخشی راندمان کاری مدیران است. این تلاش از طریق طی دوره‌های آموزشی رسمی و غیررسمی انجام می‌شود (فرهی، ۱۳۸۲: ۳۶، مامفورد، ۱۹۸۹).

• مدیران استراتژیک:

به مدیرانی اطلاق می‌شود که در حوزه راهبری نظام در عرصه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی کشور به امر سیاست‌گذاری، تدوین خط‌مشی، برنامه ریزی کلان و نظارت عالیه مشغول هستند.

وجهه فرهنگی نظام اقتصادی و در کارکرد اجتماعی آن وجهه فرهنگی نظام اجتماعی برجسته شود. بنابراین اگر بپذیریم که چالش اساسی قرن بیست و یکم چالش و تهدید فرهنگی است و اگر بپذیریم که زیر ساخت توسعه و تحول هر نظام اجتماعی، فرهنگ آن جامعه و اجتماع می‌باشد و اگر دیدگاه دانشمندان علوم اجتماعی و مهندسی سیستم را در طراحی و معماری کلان هر نظام اجتماعی قبول کنیم بنابراین مدیران استراتژیک کشور که

عاملان اساسی تغییر، تحول و توسعه به حساب می‌آیند، بایستی با رویکرد مدیریت استراتژیک فرهنگی با مفاهیم و مبانی دینی، اعتقادی و ارزشی فرهنگ اسلامی آشنایی کامل پیدا نمایند؛ یعنی اینکه مدیران و رهبران عالی نظام جمهوری اسلامی که هدایت امور اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی را برعهده دارند بایستی با رویکرد استراتژیک فرهنگی کشور آشنایی

کامل داشته باشند تا بتوانند در انجام تغییر، تحول و توسعه سازمانی ارزشها و اعتقادات، مبانی دینی و فرهنگی را لحاظ نمایند و انجام این مهم مستلزم طی دوره دکتری مدیریت استراتژیک فرهنگی است.

۱. تعاریف و مفاهیم:

• مدیران فرهنگی چه کسانی هستند:

بسیاری از گروه‌ها همچون هنر آفرینان، سازمان دهندگان فعالیت‌های محلی، مدیران و تکنسینها به کار توسعه فرهنگی اشتغال دارند. کسان دیگری را نیز باید به این گروه و مقوله‌ها افزود.

مقدمه: صاحب‌نظران و اندیشمندان امر توسعه زیر ساخت توسعه هر کشور و اجتماعی را فرهنگ آن کشور و جامعه تلقی می‌نمایند؛ بدین معنا که توسعه در تمامی عرصه‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی ارتباط ناگسستنی، متقابل و استوار با مقوله فرهنگ دارد. یعنی در حقیقت کلیه حوزه‌های وسیع غیرفرهنگی در فرایند تغییر و تحول و توسعه به شدت از عوامل فرهنگی تأثیر می‌پذیرند.

از طرفی با توجه به تغییر و تحولات محیطی و تکنولوژیکی، چالش‌های فرا روی کشورهای در حال توسعه، تهدیدی فرهنگی است. بدین معنا که جهان در فرایند کوچک سازی و تبدیل به یک دهکده جهانی که به تبع توسعه فن آوری اطلاعات و ارتباطات و استراتژی‌های جهانی شدن یا جهانی سازی در حال شکل گیری است، در پی هضم باورها و ارزش‌های قومی و منطقه‌ای است. بی شک ایجاد نهادها و سازمان‌های بین‌المللی از قبیل سازمان تجارت جهانی (WTO) و ایجاد قوانین و مقررات تبادل کالا و محصولات طبق استانداردهای معین، همراه خود الزامات رفتاری واحد را در سراسر جهان دیکته می‌نماید و این امر اعتقادات و هنجارهای محلی - سنتی و منطقه‌ای را با چالش جدی مواجه می‌سازد.

از سوی دیگر صاحب‌نظران و دانشمندان علوم اجتماعی، مدیریت و مهندسی در طراحی و معماری هر نظام اجتماعی؛ محوریت معماری نظام اجتماعی را با نظام فرهنگی می‌دانند. بدین معنا که کارکردهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و حتی فرهنگی هر نظام اجتماعی باید انعکاس دهنده هویت، رنگ، بو و ماهیت فرهنگی باشد که آن نظام اجتماعی در آن شکل گرفته است. به همین منظور در کارکرد نظام سیاسی یک جامعه انتظار می‌رود که وجهه فرهنگی نظام سیاسی منعکس شود و در کارکرد اقتصادی،

• مدیریت فرهنگی:

فرهنگ قلمرو گسترده تری از سازمان‌های ناشر آثار هنری دارد هر چند می‌توان تمام امور در قلمرو فرهنگ را تحت نظارت قرار داد.

مدیریت فرهنگی یک هیأت اجرایی در امور دولتی، نیمه دولتی یا شبه دولتی است که می‌تواند در فعالیت‌های خود با بخش خصوصی یا حتی کسب و کار مشارکت کند یا امور را کلاً به سایر بخش‌ها واگذار نماید. اصطلاح مدیریت فرهنگی بیانگر آن است که در ساده ترین جوامع انسانی هم انجام فعالیت‌های انسانی نیازمند مدیریت است. یعنی کسانی باید مسئولیت سازماندهی فعالیت‌های انسانی را بر عهده داشته باشند و از این رو مدیریت فرهنگی در بطن امور جامعه نهفته است. (فرهی، ۴۸۳۱: ۳۱).

۲. معرفی ابعاد اصلی مدل پژوهش:

بی شک داشتن الگوی مفهومی برای انجام هر پژوهشی جزو الزامات اساسی به حساب می‌آید. داشتن الگوی مفهومی به معنای داشتن چارچوب فکری و نقشه ذهنی برای انجام حرکت است. به طور کلی هر الگوی مفهومی دربردارنده اجزاء، ابعاد و عناصری است که از نظر مفهومی و منطقی به شکل معنا داری در کنار یکدیگر جای می‌گیرند و دارای روابط نظامند و تعریف شده‌ای می‌باشند. پیش بینی می‌شود چنانچه ابعاد و اجزاء مدل مفهومی به درستی مورد شناسایی و طراحی منطقی قرار گیرند، نتایج و دستاوردهای مطلوب و اثر بخشی را به ارمغان آورد.

براین اساس و با در نظر گرفتن پیش فرض‌های ذیل مدل مفهومی پژوهش معرفی می‌گردد:

۱. ساماندهی هر نظام اجتماعی در ۳ حوزه راهبری، پشتیبانی و اجرایی صورت می‌پذیرد.
۲. در هر کدام از این حوزه‌ها نهادهای تشکیلاتی، وظایف و مأموریت و تقسیم کار ساختار نیروی انسانی و منابع و مصارف شکل خاصی پیدا می‌کند.
۳. نهادها و عناصر تشکیلاتی حوزه راهبری امر سیاست‌گذاری‌های کلان، برنامه‌ریزی‌های کلی و نظارت و کنترل عالیه نظام را بر عهده دارند و به تبع آن نوع منابع و مصارف و ساختار نیروی انسانی متمایزی را نسبت به سایر حوزه‌ها طلب می‌نماید.
۴. نهادها و عناصر تشکیلاتی حوزه پشتیبانی،

امر حمایت‌های لازم در زمینه تدوین نظام‌های مالی، قانونی، نیروی انسانی، استانداردها، روش‌ها، رویه‌ها،..... را بر عهده دارند که به تبع آن ساختار نیروی انسانی ویژگی‌ها و توانایی‌های خاص را طلب می‌نماید.

۵. نهادها و عناصر تشکیلاتی حوزه اجرایی عمدتاً وظایف پیاده سازی و اجرای برنامه‌ها و سیاست‌های ابلاغی حوزه‌های بالاتر را برعهده دارد. در نتیجه نیروی انسانی توانایی‌ها و قابلیت‌های اجرایی بالایی را نیاز دارد.

۶. با در نظر گرفتن پیش فرض‌های مزبور هدف اصلی این پژوهش تواناسازی مدیران حوزه راهبری کشور مبتنی بر رویکرد مدیریت استراتژیک فرهنگی بوده‌است.

۷. تواناسازی مدیران حوزه راهبری کشور با رویکرد مدیریت استراتژیک فرهنگی به معنای توسعه دانش، نگرش و بینش و افزایش قابلیت‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌های آنها مبتنی بر مبنای فرهنگ اسلامی است.

۸. یکی از راه‌های توسعه توانایی‌های مدیران استراتژیک یک کشور، طراحی و تدوین و اجرای دوره‌های دکترای مدیریت استراتژیک فرهنگی است که می‌تواند در قالب چندین گرایش ارائه گردد:

الف- گرایش سیاست‌گذاری فرهنگی

ب- گرایش مدیریت مراکز فرهنگی

ج- گرایش مدیریت منابع و محصولات فرهنگی
براین اساس الگوی مفهومی پژوهش به شکل زیر معرفی می‌گردد:

الف) بررسی مبنای نظری:

بررسی دیدگاه‌های نظری در خصوص کلیدی‌ترین مفاهیم؛ موضوع این پروژه بوده است. بخش عمده‌ای از ادبیات پژوهش را مفاهیمی از

قبیل توسعه مدیریت، توانا سازی مدیران، افزایش قابلیت‌های مدیریتی، توسعه شایستگی‌های مدیریتی، مفهوم فرهنگ، مفهوم مدیریت استراتژیک، مدیران فرهنگی و نقش‌هایی که ایفا می‌کنند، و دانش مورد نیاز مدیران فرهنگی تشکیل می‌دهد.

توانمند سازی حالتی از ذهن است، در این حالت کارمند احساساتی شبیه موارد زیر را تجربه می‌کند:

- احساس کنترل بر نحوه انجام کار.
- احساس آگاهی نسبت به محیطی که کار در آن اجرامی‌شود.

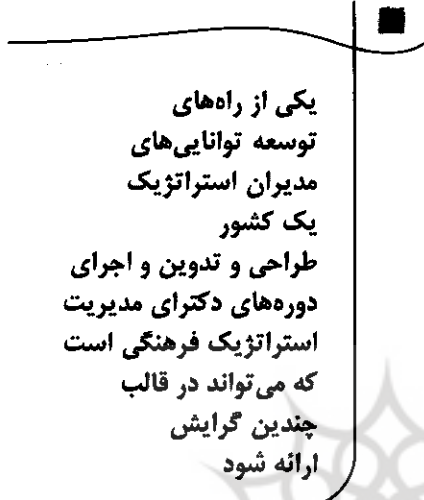
• احساس مسئولیت پذیری نسبت به نتایج کاربردی.

• احساس سهیم بودن در مسئولیت عملکرد واحد و سازمان

• احساس برابری در دریافت پاداش‌هایی که مبتنی بر عملکرد فردی و جمعی می‌باشد.

توانمندسازی سه تغییر اساسی را در نگرش کارکنان بوجود می‌آورد

الف) تعهد در نوآوری



دروش‌های انجام کار (ب) تغییر در مسئولیت

(ج) تغییر در یادگیری (رحمانپور، ۱۳۸۱، ۳۴)

• دلایل توانمند سازی

محرك‌های محیطی متعددی وجود دارد که سازمان‌ها را به توانمندسازی کارکنانشان ترغیب می‌کنند. برخی از آنها عبارتند از:

الف) اثرات فناوری بر محیط‌های کاری

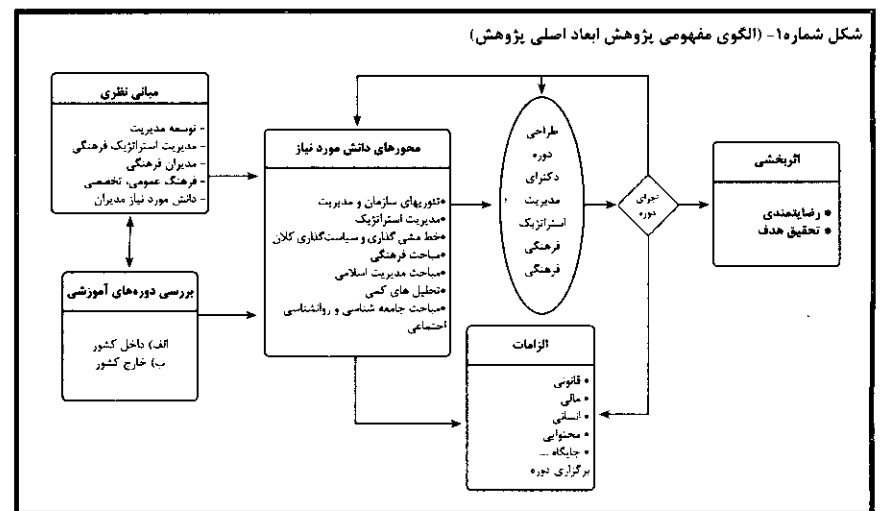
ب) افزایش انتظارات مشتریان

ج) ضرورت انعطاف پذیری سازمانها (محمدی، ۱۳۸۱، ۱۶۲؛ بلانکت وانتر، ۱۹۹۷).

• مدل‌های توانمندسازی:

اندیشمندان مختلف برای تحقق بخشیدن به مفهوم توانمند سازی؛ مدل‌های گوناگونی را ارائه نموده‌اند. نگرش اقتضایی به توانمندسازی منجر به شکل‌گیری مدل‌هایی مانند مدل فورد و فوترلر (۱۹۹۵) گردید، که با توجه به ۲ بُعد محتوای شغل و زمینه شغلی و ترکیب آنها با فرایند تصمیم‌گیری می‌توان به مدل فوق دست یافت (فرهنگی و اسکندری، ۱۳۸۲: ۱۱۰-۱۰۹ به نقل از اندروز و هرشل وبرد، ۱۹۹۷).

مدل بلانچارد، وزبگاری بر مبنای مفهوم ایفای نقش مربیگری، ارشاد و انتخاب سبک مناسب سرپرستی ایجاد گردید. در رویکرد مرشدانه؛ مدیر به افراد کمک می‌کند تا ارزش‌ها و سنت‌های سازمانی را درونی سازی کنند. مدیران فضای کاری ایجاد



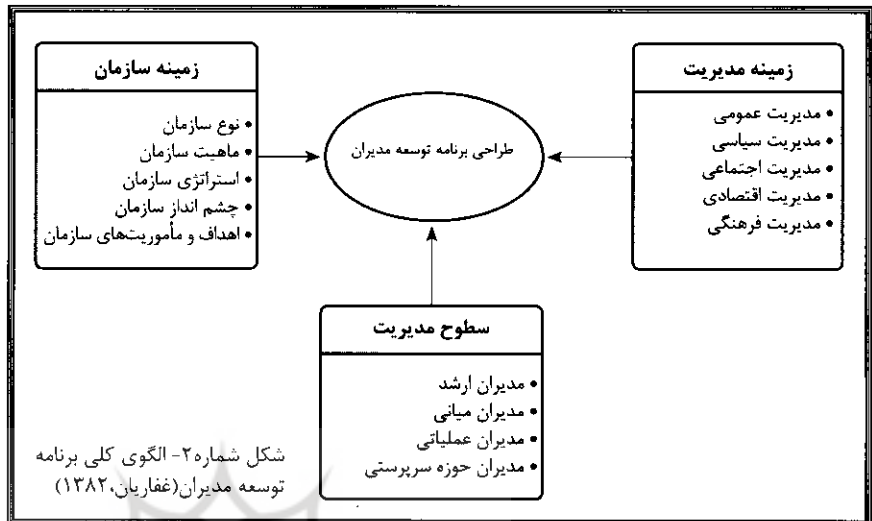
می‌کنند که افراد بیش از آنکه به دلایل بیرونی برانگیخته شوند با دلایل درونی به انجام کار می‌پردازند. (مالاک و کورستد، ۱۹۹۶).

مدل کانگر و کانگو: توسط این ۲ صاحب‌نظر که معتقد بودند که علاوه بر مدیر، اعضای سازمان، نقش اساسی در فرایند توانمند سازی ایفا می‌کنند، ابداع گردید. در این مدل منظور از مربیگری

الگوی کلی طراحی برنامه توسعه مدیران را متأثر از ۳ زمینه خاص معرفی می‌کنند (غفاریان، ۱۳۸۲).

شکل شماره ۲- الگوی کلی برنامه توسعه مدیران (غفاریان، ۱۳۸۲)

ابعاد اصلی توسعه مدیران: برخی از پژوهشگران عمده ترین ابعاد اصلی توسعه مدیران را مشتمل بر ۱. نقش‌های مدیریتی ۲. توانایی‌های مدیریتی



فرهنگ، همراه با کارکردهای مثبت و منفی آن و نیز نحوه مدیریت و تغییر فرهنگ از جمله مباحثی است که در این قسمت مورد بررسی قرار گرفته است. بحث مدیریت استراتژیک، مفاهیم و مضامین اصلی جهت داشتن رویکرد استراتژیک فرهنگی به موضوع تواناسازی مدیران، از دیگر مفاهیم اصلی مورد مطالعه بوده است. (فرهی، ۱۳۸۴: ۴۱-۶۷).

اینکه مدیران فرهنگی چه کسانی هستند، چه نقش‌هایی ایفا می‌کنند، برای ایفای نقش‌های خود به چه توانایی‌ها، مهارت‌ها و قابلیت‌هایی نیاز دارند، بخش دیگری از ادبیات موضوع را به خود اختصاص داده است (همان: ۶۸-۷۷). در همین رابطه دانش مورد نیاز مدیران فرهنگی نیز تبیین شده است (همان: ۱۱۲-۱۲۰).

ب) بررسی دوره‌های آموزش (داخل و خارج کشور):

مرور تجربه‌های جهانی و نیز تجربه‌های داخل کشور از جهت شناسایی دوره‌های آموزش مدیریت فرهنگی (به طور خاص) و سایر دوره‌های آموزشی مرتبط و نیز شناخت عناوین دروس و سرفصل‌های آنها کمک بسیار شایانی در تدوین دوره‌های آموزشی متناسب ایفا می‌نماید. در این بخش نیز علاوه بر شناسایی و جمع آوری اطلاعات مربوط به دوره‌های آموزشی مدیریت فرهنگی در داخل کشور، نسبت به شناسایی و گردآوری اطلاعات دوره‌های آموزش مدیریت فرهنگی در خارج از کشور نیز اقدام گردید. (فرهی، ۱۳۳: ۱۳۳-۱۳۴، ۲۴۱)

برای شناسایی، گردآوری و تبیین دوره‌ها و عناوین درسی مدل مفهومی فرایندی به صورت زیر در نظر گرفته شد:

شکل شماره ۳: مدل مفهومی فرایندی تهیه چارچوب، برنامه دوره دکترا

شناسایی، گردآوری و نتیجه گیری از دوره‌ها و عناوین درسی بر طبق مدل مفهومی صورت گرفت. در این قسمت علاوه بر دوره‌های آموزشی که به طور مستقیم به مدیریت فرهنگی مربوط بود،

۳. مهارت‌های مدیریتی، ۴. ویژگی‌های شخصیتی مدیران، ۵. ذهنیت فلسفی مدیران و ۶. دانش مورد نیاز مدیران می‌دانند. (فرهی، ۱۳۸۲)

روش‌های توسعه و یادگیری: وودال (۱۹۹۸) علاوه بر آموزش‌های کلاسیک، ۱۳ روش دیگر را در جهت توسعه یادگیری پیشنهاد می‌دهد. این روشها در قالب ۳ محور کلی زیر شناسایی و دسته بندی کرده است:

- الف) روش‌های یادگیری محیط کار (۱۳ روش)
 - ب) روش‌های یادگیری خارج از محیط کار (۹ روش)
 - ج) روش‌های یادگیری خارج از شغل (۹ روش)
- کانگر (۱۹۹۳) استاد دانشگاه هاروارد، ۴ بعد را

و استراتژی‌های توانمند سازی نه تنها حذف وضعیت‌های خارجی ضعیف ساز است، بلکه ایجاد احساس و اطلاع از خود اثر بخشی در زیردستان از اهمیت بیشتری برخوردار است. (فرهنگی، اسکندری، به نقل از کانگر و کانگو، ۱۹۹۸).

مدل سیستمی توانمند سازی با بهره‌گیری از ابزار تحلیلی سه شاخگی ساختار، رفتار و زمینه (میرزایی اهرتجانی، ۱۳۷۷) از دیگر مدل‌هایی است که در این رابطه کارساز می‌باشد (فرهنگی و اسکندری، ۱۳۸۲: ۱۱۲).

• توسعه مدیران:

اساس توسعه مدیران به یادگیری انسان باز می‌گردد. صاحب نظران برای یادگیری مدیران سه رویکرد کلی را معرفی می‌کنند: رویکرد یادگیری مستقیم که در آن فرد یادگیرنده به طور مستقیم در معرض موضوع یادگیری قرار می‌گیرد. رویکرد یادگیری ضمن عمل که اوائل دهه هفتاد توسط ایوانز ابداع گردید. یادگیری ضمن عمل عبارت است از فرایند یادگیری ایده‌ها، مهارت‌ها و برداشت‌های جدید، از آنچه در محیط کار و دیگر محیط‌های رفتاری انجام می‌گیرد. رویکرد سوم، رویکرد یادگیری اجتماعی است. این رویکرد بر فرایند مشاهده و الگوسازی از رفتار، برداشت و واکنش نسبت به دیگران (اعضای جامعه) تکیه دارد. این رویکرد در سال ۱۹۸۶ توسط آلبرت آندورا ابداع گردید. این نوع یادگیری طی چهار مرحله توجه کردن، ضبط، تولید و تحکیم انجام می‌شود. مدل جامع توسعه مدیران: برخی از اندیشمندان

یادگیری از محیط	مهارتها	ادراکات تحلیلی	شخصیت	ابعاد توسعه
- شبیه سازی - آزمایشگاه	کارگاه آموزشی	- کلاس درس آموزش مستقیم - سخنرانی	- آموزش های صحرایی - تعامل با مدیران توسعه - توانبخشی کار	روش توسعه

جدول شماره ۱- روش توسعه قابلیت های فردی مدیران (کانگر ۱۹۹۳)

برای توسعه قابلیت‌های فردی مدیران پیشنهاد کرده است.

جدول شماره ۱- روش توسعه قابلیت‌های فردی مدیران (کانگر ۱۹۹۳)

مفهوم فرهنگ به طور عام و در سطح ملی و سازمانی، سازه دیگری است که بخشی از مرور ادبیات پژوهش را به خود اختصاص داده است (فرهی، ۱۳۸۴: ۷۸-۱۱۰).

تعریف فرهنگ، ابعاد و سطوح و ویژگی‌های

مدل جامع توسعه مدیران: برخی از اندیشمندان

روش‌شناسی تحقیق و مدل‌های کمی آماری قرار دادمانند.

در یک جمع‌بندی کلیه دروس مورد بررسی در قالب دروس اصلی و گرایش‌های ۶ گانه‌ای تهیه و تنظیم گردید. پیش‌بینی می‌شد که تعداد گرایش‌ها و تعداد عناوین درسی در هر یک از گرایش‌ها براساس نظرسنجی که از خبرگان موضوع بدست می‌آید، مورد تعدیل و اصلاح قرار گیرد. برای این منظور برای دروس اصلی ۱۲ عنوان درسی و برای هر یک از گرایش‌های ۶ گانه نیز بین ۱۲ تا ۱۵ عنوان درسی پیشنهاد گردید. (فرهی، ۸۴، ص ۲۴۱).

به این منظور پرسشنامه‌ای خاص طراحی و توزیع گردید. از جامعه خبرگان و صاحب‌نظران مدیریت استراتژیک حوزه فرهنگ خواسته شد تا در مورد ضرورت و اهمیت هر یک از عناوین درسی در ذیل عناوین دروس اصلی یا عناوین گرایش‌های تخصصی شش‌گانه، نظر دهند.

۳- بیان مسئله و هدف پژوهش:

باید بپذیریم که نیروی انسانی مهم‌ترین و اساسی‌ترین عامل تعیین‌کننده و تسریع‌کننده فرایند رشد و توسعه کشور به شمار می‌رود و به عبارتی دیگر عامل اساسی و استراتژیک هر جامعه و سازمانی محسوب می‌شوند.

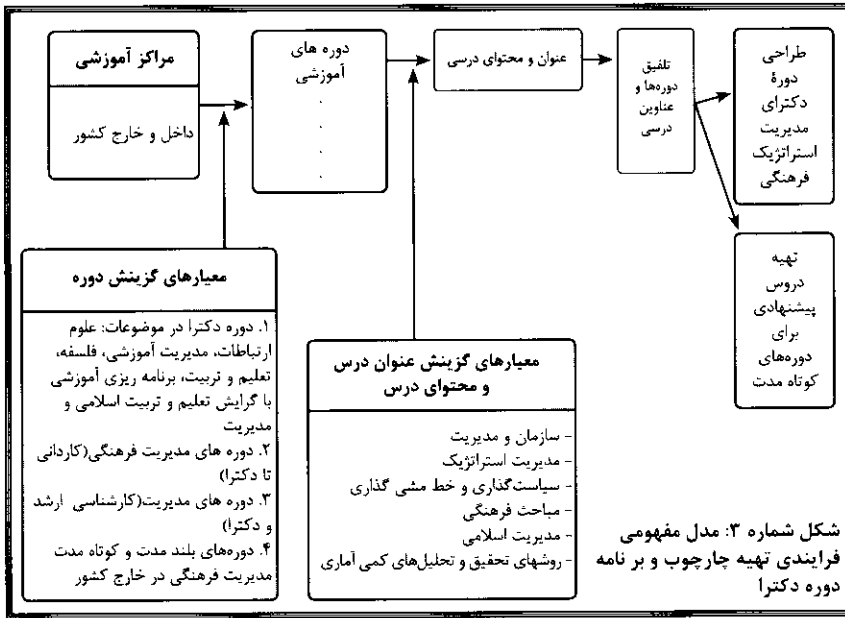
باید گفت، امروزه سازمان‌ها برای همگامی با روند جهانی و بالندگی و اثربخشی بیشتر در دنیای رقابتی با چالش‌ها و موانع ساختاری و محتوایی گوناگونی مواجه هستند. ضرورت نگاهی جامع و

واقع‌بینانه از برنامه‌ها، اقدامات انجام شده، فرصت‌ها، تهدیدها و محدودیت‌ها؛ با توسعه مفهوم مدیریت و تمرکز بر عامل انسانی میسر می‌گردد.

دیر زمانی است که رویکرد و نگرش به انسان در علوم سیاسی، اقتصادی و اجتماعی منبعث از دیدگاه‌ها و مکاتب اقتصادی گذشته بوده است. لیکن تحولات فکری اخیر و تغییر پارادایم‌های جدید

طرح موضوعات جدیدی نظیر مدیریت استراتژیک، مدیریت دانش، سازمان‌های یادگیرنده و اقتصاد دانش‌گرا سبب گردید تا نگاه ابزاری به انسان طرد گردد و انسان به مثابه ثروت و سرمایه ملی (اجتماعی) تلقی شود.

از این رو سازمانها و جوامع در مقیاس خرد و کلان؛ امروزه با هدف حفظ مزیت رقابتی خود، خلق فرصت‌های توانمندسازی و توسعه منابع انسانی را در صدر برنامه‌های استراتژیک خود قرار می‌دهند. در دنیای به شدت رقابتی و پرتحول امروز، مدیران نقش اساسی در خلق مزیت‌های رقابتی و تحقق



و از طرفی مدیران عالی نظام اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی؛ فرهنگ سازان جامعه هستند و نظام مقدس جمهوری اسلامی نظامی است مبتنی بر ارزشها و باورها و اعتقادات دینی، بنابراین لزوم توسعه مدیران استراتژیک نظام مقدس جمهوری اسلامی بر مبنای تفکر استراتژیک فرهنگی یک الزام قطعی است.

بنابراین هدف غایی برنامه تواناسازی مدیران استراتژیک کشور تغییر دانش و نگرش راهبردی فرهنگی مدیران و فراهم کردن بستر مناسب برای رشد و توسعه آنها نسبت به حوزه فرهنگ و تفکر راهبردی فرهنگی می‌باشد، تا در پرتو آن:

- زمینه‌های تفکر راهبردی فرهنگی و اعمال آن در تصمیم‌سازیها و تصمیم‌گیری‌های همه عرصه‌های کلان نظام مقدس جمهوری اسلامی فراهم شود.
- اهمیت و ضرورت رویکرد فرهنگی در مدیریت کلان کشور با توجه به اهداف و آرمان‌های انقلاب اسلامی نهادینه شود.

- زمینه‌های فرهنگی نهضت نرم‌افزاری، تولید علم و نهضت توسعه فرهنگ اسلامی برای آحاد مردم فراهم شود.

- منابع علمی مدیریت راهبردی فرهنگی به طور خاص و مدیریت فرهنگی به طور عام در پرتو تحقیقات و پژوهش‌های بنیادی در این فرایند فراهم شود.

- انسجام فرهنگی و چشم‌انداز مشترک فرهنگی در بین آحاد مدیران نظام پدید آید.

بر این اساس هدف اصلی این پژوهش: ایجاد ساز و کار توسعه مدیران استراتژیک کشور براساس رویکرد مدیریت استراتژیک فرهنگی است. در عین حال در این پژوهش اهداف زیر دنبال شده است:

۱. تهیه و تدوین مبانی نظری مربوط به تواناسازی و توسعه مدیران با رویکرد مدیریت استراتژیک فرهنگی

اهداف استراتژیک سازمان‌ها ایفا می‌کنند. چگونگی ایفای این نقش به نحو اجتناب‌ناپذیری به قابلیت‌ها و شایستگی‌های مدیران وابسته است. بنابراین این سؤال مطرح می‌شود که شایستگی مدیران چیست؟ چگونه می‌توان آنها توسعه بخشید؟ و روش‌ها و رویکردهای این امر کدامند؟ (عسکری آزاد، ۱۳۸۲، ص ۳۱۵)

باید اذعان نمود که توسعه مدیران یک تکاپوی دائمی است، زیرا شایستگی‌های موفقیت‌آفرین امروز دیگر برای فردا کارساز نخواهد بود. باید به

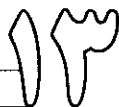
جای برنامه‌های مقطعی به دنبال یادگیری مستمر مدیران بود. بستری که امکان حفظ شایستگی‌های مدیریتی را در رویارویی با تحولات محیطی فراهم سازد. (غفاریان، ۱۳۸۲: ۳۲۰).

از طرفی باید اذعان نمود که انقلاب اسلامی ایران، انقلابی فرهنگی بود. که با هدف اساسی احیای ارزشها و باورها و اعتقادات اسلام ناب محمدی (ص) و ظهور

آن‌ها در نمادهای رفتاری و ساختاری جامعه اسلامی ایران به پیروزی رسید، و در دهه نخست با تلاشی وافر به نهادینه‌سازی ارزش‌های اصیل اسلامی در رفتار و کردار آحاد جامعه همت گماشت. اما متأسفانه در سیر تکاملی خود با امواج بازسازی اقتصادی و تحولات سیاسی مواجه گردید که مسائل فرهنگی (ارزشی و دینی) را در مرحله دوم اهمیت قرار داد.

براین اساس اگر بپذیریم که مدیران ارشد جامعه عاملان اساسی تغییر و تحول و پویایی جامعه می‌باشند و موفقیت و شکست جامعه مرهون میزان دوراندیشی، ذکاوت، کاردانی و شایستگی آنهاست

**هدف غایی
برنامه تواناسازی
مدیران استراتژیک
تغییر دانش و
نگرش راهبردی فرهنگی
و فراهم کردن
بستر مناسب برای رشد و
توسعه آنها نسبت به
حوزه فرهنگ و
تفکر راهبردی فرهنگی
است**



۲. تهیه و تنظیم سرفصل و عناوین دروس دوره‌های آموزشی مدیریت و مطالعات فرهنگی در داخل و خارج کشور.

۳. تدوین سرفصل و برنامه تفصیلی دوره دکترای مدیریت استراتژیک فرهنگی.

۴. تدوین الزامات اجرایی دوره دکترای مدیریت استراتژیک فرهنگی.

۴- روش پژوهش:

۱-۴ - روش تحقیق:

برای بدست آوردن اطلاعات، درخصوص مبانی نظری مربوط به تواناسازی مدیران، مدیریت استراتژیک فرهنگی، مدیران فرهنگی، فرهنگ ملی، عمومی و سازمانی، دانش و مهارت مورد نیاز مدیران و شناسایی و گردآوری اطلاعات مربوط به دوره‌های آموزشی مدیریت فرهنگی و استخراج، سرفصل‌ها و عناوین درسی از روش توصیفی-اکتشافی بهره‌گیری شد.

۲-۴ - شیوه جمع‌آوری اطلاعات

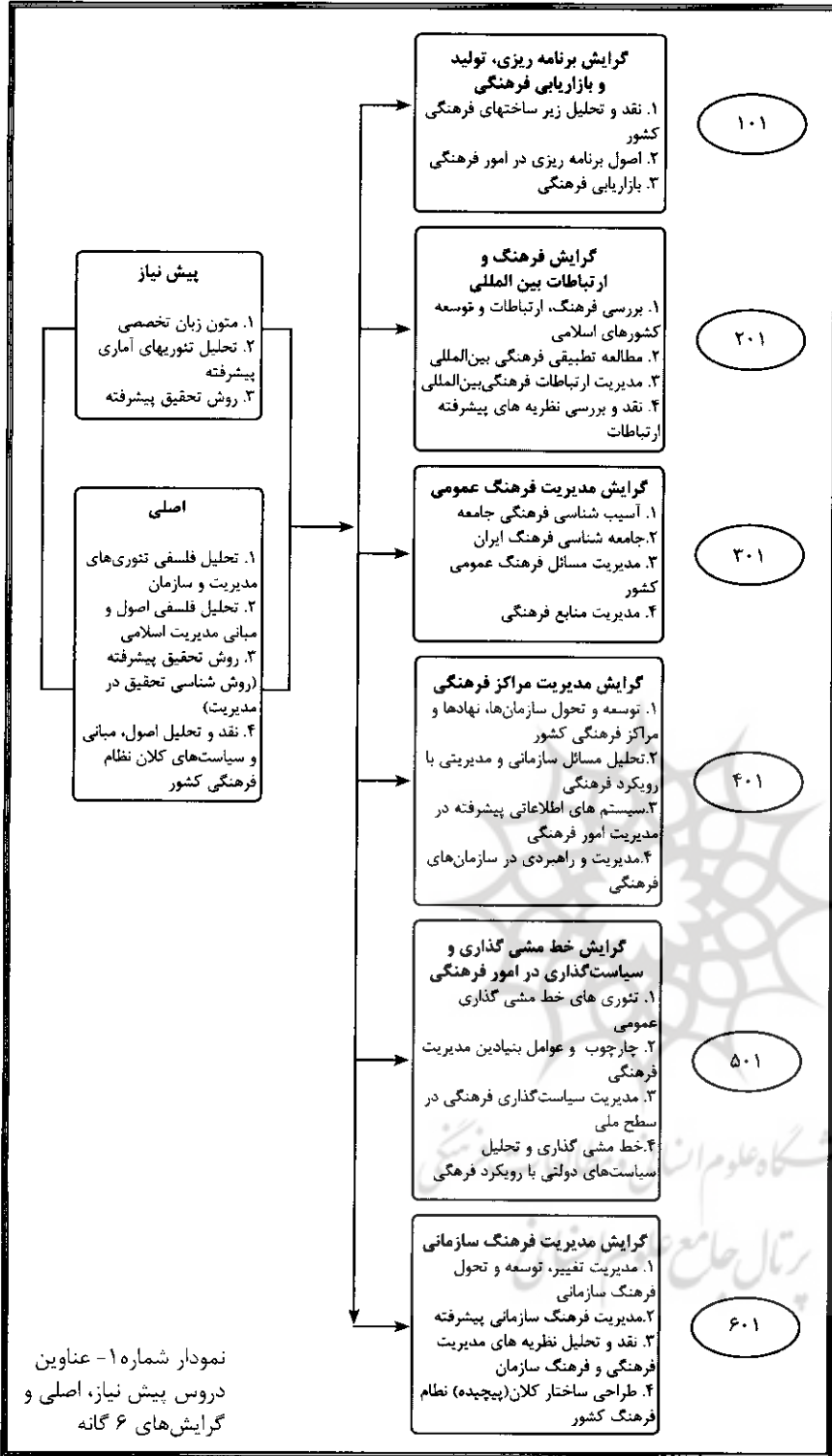
اطلاعات مورد نیاز برای طراحی دوره دکترای مدیریت استراتژیک فرهنگی به شیوه‌های کتابخانه‌ای، پرسشنامه و مصاحبه با صاحب نظران و بهره‌گیری از سیستم‌های مجازی (internet) جمع‌آوری گردید.

۳-۴ - جامعه آماری و نمونه و روش نمونه‌گیری با توجه به اینکه دوره مصوبی برای تواناسازی مدیران استراتژیک کشور با رویکرد مدیریت استراتژیک فرهنگی وجود نداشت، پس از شناسایی و جمع‌آوری منابع انواع دوره‌های آموزشی راهبردی، فرهنگی و مدیریتی داخل و خارج کشور بر اساس متودولوژی خاص نسبت به تدوین الگوی مفهومی آن اقدام و آنگاه دروس پیش‌نیاز، اصلی و تخصصی در معرض ارزیابی خبرگان آموزش و پرورش مدیریت راهبردی فرهنگی کشور قرار گرفت. بنابراین؛ نمونه آساری کلیه صاحب نظران حوزه فرهنگ، آموزش و مدیریت استراتژیک را شامل می‌گردید، که از طریق تکنیک دلفی دیدگاه آنها در خصوص عناوین دروس و سرفصل‌های هر درس دریافت گردید.

۵- نتایج پژوهش:

برای تعیین روایی و صحت این پرسشنامه‌ها از اساتید دانشگاهی نظرسنجی به عمل آورده شد. در این مرحله پرسشنامه‌ها بین ۱۰ نفر از اساتید و خبرگان موضوع پژوهش توزیع گردید. حاصل این بررسی تعیین کننده دروس دارای اولوی است که به عنوان دروس اصلی و گرایش‌های تخصصی ۶ گانه تحت عنوان «برنامه آموزشی دوره دکترای مدیریت استراتژیک فرهنگی کشور» تهیه و تنظیم شده است. این برنامه پس از تصویب در مراجع قانونی در برخی از مراکز آموزش عالی کشور مبنای عمل قرار می‌گیرد. (فرهی، ۱۳۸۴: ۲۵۴-۲۵۶).

عناوین دروس پیش‌نیاز، اصلی و گرایش‌های ۶ گانه از مهم‌ترین نتایج و دستاورد این پژوهش بوده



نمودار شماره ۱- عناوین دروس پیش‌نیاز، اصلی و گرایش‌های ۶ گانه

مدیران توسعه یافته، عاملان اصلی تغییر، تحول و نوآوری در جامعه تلقی می‌شوند و عدم توسعه یافتگی مدیران مترادف با شکست و اضمحلال و انحطاط جوامع و سازمانها به حساب می‌آید.

باید توجه کرد که مدیریت و مدیران در ۳ عرصه راهبردی، پشتیبانی و اجرایی نظامات مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی ایفای نقش می‌کنند. مدیران حوزه راهبردی عمدتاً سیاست گذاری و برنامه ریزی کلان و نظارت عالی را انجام می‌دهند در حالیکه مدیران رده میانی پشتیبانی‌های تدارکاتی، انسانی، قانونی، مالی و... را به عمل می‌آورند و مدیران اجرایی بیشتر نسبت به پیاده سازی سیاست‌های حوزه راهبردی

است که در شکل برنامه آموزشی دوره دکترای مدیریت استراتژیک فرهنگی تهیه و تنظیم گردیده است. نمودار شماره ۱- این نتایج و دستاوردها را به شکل شماتیک به تصویر می‌کشاند (برنامه آموزشی دوره دکترای مدیریت استراتژیک فرهنگی، ۱۳۸۴: ۷).

۶- جمع بندی و نتیجه گیری:

این پژوهش چشم‌انداز بسیار جالبی را درباره نحوه تواناسازی مدیران استراتژیک کشور با رویکرد فرهنگی بدست می‌دهد. اولین نکته اساسی که از مرور ادبیات پژوهش حاصل گردید این بود که مدیریت و مدیران، عامل اساسی موفقیت و شکست جوامع و سازمان‌ها در مقیاس کلان و خرد به حساب می‌آیند.

در چارچوب نظام نامه‌ها و آیین‌نامه‌های ابلاغی ایفای نقش می‌کنند. آنچه مسلم است این طرح در پی توسعه مدیران استراتژیک کشور می‌باشد.

نکته دیگری که از مطالعه ادبیات پژوهش حاصل شد، اینکه فرهنگ به عنوان عامل احاطه کننده و دربرگیرنده برنوع نگرش، بینش و رفتار افراد جامعه و سایر اجزا آن اثر می‌گذارد و بستر ساز هر نوع تحول و نوآوری و توسعه می‌باشد. در حقیقت بدون توجه به فرهنگ یک جامعه و سازمان هرگونه و تحول و توسعه‌ای قطعاً با شکست مواجه خواهد بود.

در واقع عرصه فرهنگ به عنوان بستر و زیرساخت توسعه بر سایر عرصه‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی تأثیر می‌گذارد. بنابراین با توجه به حوزه وسیع غیرفرهنگی تأثیرپذیر از عوامل فرهنگی از یک طرف و حساس بودن عوامل فرهنگی نسبت به تغییرات محیطی از طرف دیگر، ضرورت توجه جدی به عامل فرهنگ در توسعه و تربیت مدیران استراتژیک نظام روشن می‌شود؛ براین پایه تواناسازی مدیران استراتژیک کشور بر مبنای رویکرد فرهنگی یک الزام قطعی است. چرا که مدیران توسعه یافته با رویکرد فرهنگی، ارزشها، باورها و اعتقادات فرهنگ اصیل اسلامی را در هر نوع اقدام تحول آفرین مبنای عمل خود قرار خواهند داد.

حاصل بررسی‌های میدانی در دانشگاه‌های داخل کشور و بررسی عناوین دوره‌ها و سرفصل دروس مربوط به مدیریت، مدیریت فرهنگی، مدیریت استراتژیک و سایر دوره‌های علوم انسانی و اجتماعی نشانگر خلأ بسیار جدی و نبود جایگاه مناسب جهت تربیت و آموزش مدیران استراتژیک کشور با رویکرد فرهنگی است. اساساً تا به حال کشور نسبت به این مهم یعنی تربیت و پرورش مدیران استراتژیک با رویکرد فرهنگی اصلاً از خود حساسیت نشان نداده است. یعنی اینکه افراد با زمینه‌های تخصصی مختلف در موضع هدایت و سیاست‌گذاری کلان نظام قرار می‌گیرند و در نتیجه نسبت به مباحث فرهنگی و مدیریت فرهنگی کاملاً ناآشنا بوده و فاقد مهارت‌های لازم جهت نهادینه سازی مفاهیم اساسی و ارزش‌های دینی در رفتارها و اعمال و کردار آحاد مدیریت شونده نظام هستند. در نتیجه به قول مقام معظم رهبری یک نوع ولنگاری و رها بودن در مقوله فرهنگ به چشم می‌خورد. (سخنرانی مقام معظم رهبری - ۸۲/۱۰/۲۳)

نتیجه نهایی اینکه کلیه مدیرانی که می‌خواهند در حوزه راهبری نظام ایفای نقش نمایند لازم است که با رویکرد فرهنگی، توسعه یافته و توانمند گردند و این مهم از طریق برگزاری دوره دکتری مدیریت استراتژیک فرهنگی میسر خواهد شد. بدیهی است که الزام قانونی اینکه کلیه مدیران استراتژیک نظام بایستی مسلط به مهارت‌های مدیریت استراتژیک فرهنگی باشند، مستلزم تصویب ماده واحده‌ای در هیئت دولت و یا مجلس شورای اسلامی خواهد بود. جایگاه برگزاری دوره مدیریت استراتژیک

فرهنگی کشور؛ با توجه به نقش شورای عالی انقلاب فرهنگی به عنوان اتاق فرمان و قرارگاه اصلی مهندسی فرهنگی کشور، بایستی زیر نظر مستقیم شورای عالی انقلاب فرهنگی، مرکزی با عنوان مرکز توسعه مدیریت فرهنگی کشور تأسیس گردد.

منابع و مأخذ

۱- فرهی بوزنجانی، برزو، (۱۳۸۴). پروژه: نحوه تواناسازی مدیران استراتژیک کشور با رویکرد مدیریت استراتژیک فرهنگی. شورای فرهنگی دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.

۲- فرهی بوزنجانی، برزو، (۱۳۸۴). پروژه: بررسی و شناخت فرهنگ سازمانی نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران، مرکز تحقیقات و پژوهش‌های ناجا. گروه پژوهشی نیروی انسانی و مدیریت

۳- عسکری آزاد، مسعود، (۱۳۸۲). توسعه مدیریت و سرمایه‌های انسانی در بخش دولت. دبیرخانه کنفرانس توسعه منابع انسانی.

۴- غفاریان، وفا، (۱۳۸۲). توسعه مدیران اجرایی - فرصت‌ها و رویکردها، دبیرخانه اولین کنفرانس توسعه منابع انسانی.

۵- فرهی بوزنجانی، برزو، (۱۳۸۲). ارزیابی جایگاه دوره‌های آموزشی مدیریت فرهنگی در کشور. شورای فرهنگی دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.

۶- فرهنگی، علی اکبر و اسکندری، مجتبی، (۱۳۸۲). معرفی توانمند سازی در مدیریت و الگوهای آن. نشریه مطالعات مدیریت. شماره‌های ۴۰ و ۲۹.

۷- فرهی بوزنجانی، برزو، (۱۳۸۲). معرفی مدلی جامع برای توسعه مدیران. دبیرخانه اولین کنفرانس توسعه منابع انسانی.

۸- محمدی، محمد، (۱۳۸۱). برنامه‌های توانمند سازی کارکنان. فصلنامه مطالعات مدیریت. شماره ۳۵ و ۳۶.

۹- مولینیر، پیر. آموزش حرفه‌ای مدیران فرهنگی. ترجمه علی هاشمی گیلانی، مرکز پژوهش‌های بنیادی، ۱۳۷۲.

۱۰- ازگلی، محمد، (۱۳۸۲). شناخت دانش و مهارت مورد نیاز مدیران فرهنگی کشور با بررسی آثار و منابع علمی موجود. شورای فرهنگی دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.

۱۱- رحمان پور، لقمان. توانمند سازی مفاهیم، ساختارها و راهکارها. مجله توسعه مدیریت. شماره ۴۱.

12- Cameron and quinn.(1999).De-signising changing organizational culture.

13- Deal T.E and kennedy A.(1982). Croorate culture. Addison westly.

14- Rollinson.D. Broodtield.A. and Edward D(1998).Organization & 1 Behavior Analysis:an integrated Approach First.ed.

-15 Hofstede.G.(1997) culture and organizations 2 nd. ed. Mc.Graw - Hill

عضو کمیسیون فرهنگی مجلس: افراط و تفریط آفت مراکز فرهنگی است

عضو کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی افراط و تفریط در اشاعه فرهنگ و مفاهیم اسلامی را ضعف اصلی این مراکز دانست و گفت: با شناسایی نیازهای فرهنگی متناسب با معضلات اجتماعی این مشکل برطرف خواهد شد.

فاطمه آلیا در گفت‌وگو با خبرنگار «شبکه خبر دانشجو»، نقش مراکز فرهنگی به‌خصوص سازمان صدا و سیما، آموزش و پرورش و دانشگاه‌ها به عنوان مراکز اصلی تولید فرهنگ را در تهیه نقشه مهندسی فرهنگی بسیار موثر دانست و اظهار کرد: شورای عالی انقلاب فرهنگی تنها بخش سیاست گذاری فرهنگی نظام را تدوین می‌کند ولی از آنجا که در بخش اجرایی مهندسی فرهنگی تا کنون هماهنگی لازم وجود نداشته و تا حدی به صورت جزیره‌ای عمل شده است این مراکز با داشتن وحدت رویه بیشتر می‌توانند در بخش اجرایی و عملیاتی مهندسی فرهنگی بهتر عمل کنند.

عضو کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی در ادامه به ناتوی فرهنگی وارد شده از غرب اشاره کرد و خاطرنشان کرد: غربی‌ها در راستای جهانی کردن اهداف خود، با وارد کردن فرهنگ و ارزش‌های کاذب مشابه با فرهنگ اصیل کشورهای اسلامی در صدد شبهه افکنی و از بین بردن فرهنگ کشور هستند که این مسئله باعث خلط موضوع در جامعه به‌خصوص نسل جوان شده است.

وی در ادامه افزود: در واقع غرب در راستای ناتوی فرهنگی و استفاده از ابزارهایی مانند اینترنت، ماهواره، سی‌دی‌های مبتذل که اخیراً بیشتر رواج گرفته و با تزریق غذاهای مسموم فرهنگی در روح و جسم نسل جوان در صدد از بین بردن بنیان‌های فرهنگی جامعه است.

رئیس کمیته زنان و خانواده مجلس شورای اسلامی بر پایین بودن محتوای برنامه‌های آموزشی در فرهنگ سازی تاکید کرد و بیان کرد: در حال حاضر به دلیل افراط و تفریط در اشاعه فرهنگ و مفاهیم اسلامی که ضعف اصلی مراکز فرهنگی است، مشکلات زیادی در فرهنگ سازی وجود دارد.

فاطمه آلیا همچنین گفت: با شناسایی نیازهای فرهنگی متناسب با معضلات اجتماعی و به کار گرفتن صاحب نظران و مشاوران سازمان‌های فرهنگی می‌توان یک برنامه زمان بندی شده برای اجرا و تهیه نقشه مهندسی فرهنگی تنظیم کرد.

عضو شورای عمومی فرهنگی استان تهران در پایان تصریح کرد: از آنجا که دغدغه اصلی تمام افراد جامعه یکسان سازی فرهنگ و حفظ آن است، با عزم ملی و وحدت رویه دستگاه‌های فرهنگی به راحتی می‌توان از تسلط ناتوی فرهنگی غرب بر کشور جلوگیری کرد.