

ارائه الگوی مدیریت اطلاعات فرهنگی در سازمان‌ها و مراکز فرهنگی ایران

سید محسن میر^۱، سیدرضا صالحی امیری^۲، عباسعلی قیومی^۳،

فاطمه عزیزآبادی فراهانی^۴

تاریخ دریافت: ۹۶/۶/۶ تاریخ تأیید: ۹۶/۱۱/۲۷

چکیده:

هدف پژوهش حاضر ارائه الگوی مطلوب مدیریت اطلاعات فرهنگی جهت یکپارچه‌سازی اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بوده است. این پژوهش از نظر هدف، پژوهش کاربردی و از نظر نوع داده‌ها، تلفیقی (کمی و کیفی) و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی از نوع پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش کلیه صاحب‌نظران حوزه مدیریت فرهنگی و مدیریت اطلاعات به‌ویژه در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هستند که تعداد ۳۰ نفر از آنها به‌صورت هدفمند به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته بوده است. ابعاد و مؤلفه‌های اولیه مدیریت اطلاعات فرهنگی براساس مطالعات کتابخانه‌ای و مبانی نظری (نظریه‌ها، روش‌ها و مدل‌ها) و مطالعه پیشینه تحقیق در ایران و جهان در ۴ بعد و ۲۳ مؤلفه (۶ مؤلفه شناسایی، ۵ مؤلفه مستندسازی، ۶ مؤلفه سازماندهی و ذخیره، و ۶ مؤلفه اشاعه و کاربرد) استخراج شد و برای تأیید در اختیار پاسخ‌گویان قرار گرفت. بخش پایانی پرسشنامه با ۱۷ گویه به بررسی مهم‌ترین موانع مدیریت اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌پردازد. روایی پرسشنامه تحقیق با استفاده از روش روایی محتوا و با نظر اساتید راهنما و مشاور و چند صاحب‌نظر صاحب تألیف در حوزه مدیریت اطلاعات و مدیریت فرهنگی پس از اعمال اصلاحات محدود مورد تأیید قرار گرفت. برای سنجش پایایی ابزار نیز پرسشنامه تحقیق پس از توزیع آزمایشی، از طریق آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت که ضریب ۰/۹۱ به‌دست آمد. به‌منظور تحلیل استنباطی نیز از روش‌های متعددی همچون تحلیل عاملی، t تک نمونه‌ای و آزمون فریدمن استفاده شد. نتایج تحلیل عاملی در تمام موارد، مؤلفه‌های استخراج شده بر پایه مبانی نظری و ادبیات پژوهش را تأیید کرده‌اند و با توجه به بالا بودن میزان بارعاملی ۲۳ مؤلفه مدیریت اطلاعات فرهنگی از ۰/۴، تمام این مؤلفه‌ها در مدل نهائی مورد استفاده قرار گرفتند. نتایج آزمون فریدمن نیز نشان داد که بین رتبه‌های موانع مدیریت اطلاعات فرهنگی تفاوت معنی‌داری وجود دارد. از طرف دیگر «ضعف در مدیریت محتوا» با میانگین ۸/۴۶، مهم‌ترین مانع مدیریت اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از دیدگاه پاسخ‌گویان بوده است. محقق براساس تحلیل ابعاد و مؤلفه‌های به‌دست آمده از مدیریت اطلاعات فرهنگی و شناسایی مهم‌ترین موانع آن از طریق پرسشنامه محقق‌ساخته، الگوی مطلوب مدیریت اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ارائه کرده است.

واژگان کلیدی: مدیریت اطلاعات، مدیریت اطلاعات فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

۱- دانشجوی دکتری تخصصی رشته مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران
mohsen.mir16885@gmail.com

۲- دانشیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، علوم و تحقیقات تهران، ایران
dr.salehiamiri@gmail.com

۳- استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، علوم و تحقیقات تهران، ایران
f_farahany@yahoo.com

۴- دانشیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، ایران
ghaiyoomi@gmail.com

مقدمه:

اطلاعات از مهم‌ترین منابع سازمانی است و بعد از عامل انسانی، به‌عنوان مهم‌ترین منبع مدیریت به حساب می‌آید. فراوانی اطلاعات به‌عنوان شریان حیات مدیریت و به‌کارگیری و افزایش کیفیت آن رمز موفقیت و بهبود عملکرد سازمان است. هر ساله رایانه‌ها و شبکه‌های ارتباطی که بتوانند اطلاعات را به‌طور ماهرانه پرورش دهند از رشد، قدرت و ظرافت بالاتری برخوردار می‌شوند. با وجود این هنوز هم روش‌شناسی و بحث‌های مدیریت اطلاعات در متقاعد کردن افراد به اینکه چه اطلاعاتی مورد نیاز آنهاست و کدامیک را می‌توانند و باید بروز دهند، قاصر بوده است. راه حل این مشکل را باید در عبور از یک نگرش خردگرایانه به یک نگرش رفتاری جستجو کرد که علاوه بر بهبود تکنولوژی اطلاعاتی، ویژگیها، نگرش‌ها و تلاش‌های انسانی را نیز در نظر بگیرد. هنری مینتزبرگ اصطلاح مدیریت بر مبنای اطلاعات را به کار برده است که از طریق رفتارهای اطلاعاتی مدیران، شامل فرآیندهای نشر، دریافت و کنترل اطلاعات به اجرا در می‌آید. به نظر وی این رفتارهای اطلاعاتی روش‌های غیرمستقیمی هستند که رویدادها و پدیده‌های سازمانی را به‌وجود می‌آورند.

باتوجه به انواع گوناگون فعالیت‌های فرهنگی، خدمات فرهنگی، اطلاعات فرهنگی که در کشور روزانه ارائه می‌گردد، نیازمند وجود سازمان‌ها و یا دپارتمان‌هایی برای نگهداری و مدیریت مدارک فرهنگی بر اساس استانداردهای حرفه‌ای می‌باشیم. زندگی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی افراد جامعه و سازمان‌ها به شدت به فناوری اطلاعات و ارتباطات وابسته است. برخلاف دوران گذشته که اطلاعات و تکنولوژی در اختیار صاحب نظران فن و صنایع قرارداشت و مشروعیت آن نیز به تأیید و تصدیق آنان مرتبط بود، درجوامع جدید اطلاعاتی، مردم عادی نیز به گونه‌ای با تکنولوژی مرتبط شده‌اند که بخشی مهمی از زندگی روزمره آنان به‌ویژه در حوزه فرهنگ شده است. به این دلیل هر نوع سیاستگذاری و برنامه‌ریزی در خصوص توسعه فرهنگی نمی‌تواند بی‌اعتنا به تحولات حوزه‌های اطلاع‌رسانی و ارتباطات در سطح ملی و بین‌المللی صورت بگیرد. فرهنگ کنونی سرشار از اطلاعاتی است که از برنامه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای و روزنامه‌ها... دریافت شده و با محتوا و نشانه‌های اطلاعاتی خاص، انتقال می‌یابند. (ره‌نورد، ۱۳۸۸)

پیشرفت‌های نوین در فناوری اطلاعات و ارتباطات، تمایل سازمان‌ها را در استفاده از فناوری‌های مدرن، جهت نیل به اهداف سازمانی و ارزش‌آفرینی برای مخاطبان، بیش از پیش نمایان ساخته و سازمان فرهنگی هم، در عرصه مدیریت فرهنگ از این امر مستثنی نیستند. با گذر از عصر صنعتی و ورود به عصر اطلاعات و ارتباطات و به گفته آلون تافلر عصر دانایی نیاز روز افزون بشر برای آموزش، متفاوت‌تر با آنچه در گذشته بوده است، بیشتر حس می‌شود.

در طول سال ۱۹۷۰ مدیریت اطلاعات تا حد زیادی محدود به تصویر، تعمیر و نگهداری از فایل‌ها و مدیریت چرخه عمر فایل‌های مبتنی بر کاغذ، رسانه‌ها و سوابق بود. با گسترش فناوری اطلاعات در سال ۱۹۷۰، کار مدیریت اطلاعات افق جدیدی یافت و شروع به فعالیت در زمینه تعمیر و نگهداری داده‌ها نمود. چنانچه ذخیره‌سازی اطلاعات معطوف گشت به وسایل الکترونیکی، مدیریت اطلاعات سخت و سخت‌تر شد. در اواخر سال ۱۹۹۰ زمانی که اطلاعات به‌طور منظم در سراسر شبکه‌های کامپیوتری و همچنین توسط دیگر وسایل الکترونیکی منتشر شد، مدیران شبکه، به یک معنا، مدیران اطلاعات شدند. آن دسته از افراد خود را با وظایف به‌طور فزاینده پیچیده سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مواجه می‌دیدند. با آخرین ابزارهای موجود، مدیریت اطلاعات به یک منبع قدرتمند و پر هزینه برای بسیاری از سازمان‌ها تبدیل شده است. مدیریت اطلاعات، به‌عنوان توانایی کل سازمان در مورد ایجاد، حفظ، بازیابی و قابل دسترس ساختن فوری اطلاعات درست، در مکان درست، در سازمان درست، در دست افراد شایسته با کمترین هزینه، در بهترین رسانه‌ها، برای به‌کارگیری در تصمیم‌گیری توصیف شده است. (Chandra, 2008)

مدیریت اطلاعات فرایندی است که به سازمان‌ها یاری می‌کند اطلاعات مهم را بیابند، گزینش، سازماندهی و منتشر کنند و تخصصی است که برای فعالیت‌هایی چون حل مشکلات، آموختن پویا، برنامه‌ریزی راهبردی و تصمیم‌گیری ضروری است. تعریف دیگری از مدیریت اطلاعات یکی از بهترین تعاریف قلمداد می‌شود: مدیریت اطلاعات هرگونه فرایند یا عمل تولید، کسب، تسخیر، ترویج و جامعه‌پذیری و کاربرد آن است، در هر جایی که اطلاعات استقرار یابد، یادگیری و عملکرد سازمان را افزایش می‌دهد. کویتز^۱ مدیریت اطلاعات را چنین تعریف می‌نماید: «فرایندی که از آن طریق سازمان به ایجاد سرمایه حاصل از فکر و اندیشه اعضا و دارایی مبتنی بر دانش می‌پردازد» (رضاییان؛ ۱۹:۱۳۸۰). از طرفی دانش و اطلاعات به عامل تعیین‌کننده‌ای در موفقیت و قدرت رقابت‌پذیری سازمان‌ها تبدیل شده و مدیریت اطلاعات به‌عنوان یکی از آخرین مباحث سازمانی در علم مدیریت مطرح شده است.

بنابراین به‌طور خلاصه مسئله کلیدی درگیر در مدیریت اطلاعات، مدیریت نمودن (اداره نمودن) اطلاعات در یک سازمانی می‌باشد که تکنولوژی اطلاعات مدرن را به کار می‌برد. سیستم‌های اطلاعات، خواسته همیشه بزرگ‌ترین سازمان‌های در حال رشد و پویا می‌باشد. نیاز برای به‌دست آوردن دسترسی مناسب، سریع، اقتصادی (مقرون به صرفه) تدبیر روش‌هایی جهت ایجاد مدیریت و به‌کارگیری پایگاه‌های اطلاعاتی در سازمان‌ها را ضروری می‌سازد اطلاعات مدیریت و سیستم‌های اطلاعات، به‌خصوص آنهایی که مربوط به فرایندهای

تصمیم‌گیری مؤثر در سازمان می‌باشد یعنی به‌عنوان منابع سازمانی با ارزش در نظر گرفته می‌شود. به‌طور خلاصه، مدیریت اطلاعات مستلزم ۱- سازماندهی، ۲- بازیابی، ۳- کسب، ۴- تأمین امنیت و ۵- حفظ اطلاعات است. مدیریت اطلاعات اشتراک و ارتباط نزدیکی با مدیریت داده‌ها دارد (Cardoso, 2010)

از کارکردهای مدیریت اطلاعات: می‌توان به ۱- ارائه آموزش‌های به‌موقع جهت افزایش دانش و مهارت ۲- تبادل الکترونیکی داده‌ها بین سازمان‌ها ۳- ارتباط دائم با دریافت‌کنندگان خدمت ۴- پاسخ‌گویی سریع و به‌موقع به مخاطبان ۵- جذب و حفظ مخاطب ۶- افزایش بهره‌وری مدیران فرهنگی ۷- بی‌نیازی از بایگانی‌های حجیم ۸- افزایش سرعت دریافت و انتقال اطلاعات اشاره کرد (Gold, 2010)

مدیریت اطلاعات فرهنگی، پیش‌شرط لازم مهندسی فرهنگی است. در سال ۱۳۸۱ بحث مهندسی فرهنگی، برای اولین بار توسط مقام معظم رهبری در دیدار سالانه ایشان با اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی به‌منظور تقویت عناصر اصلی فرهنگ اسلامی و ملی کشور در برابر فرهنگ مخرب غربی مطرح و شورای عالی انقلاب فرهنگی را به‌عنوان قرارگاه اصلی مهندسی فرهنگی کشور تعیین نمودند. در همین ارتباط نیز مخبر دزفولی می‌گوید: «مهندسی فرهنگی در صورتی که برخاسته از اصول و مبانی فرهنگ اسلامی و ملی باشد، می‌تواند بسیاری از معضلات فرهنگی و آسیب‌های اجتماعی را از بین برد. مهندسی فرهنگی بخش نرم‌افزاری موضوع فرهنگ را تشکیل می‌دهد» (به نقل از عسکری، ۱۳۹۰).

در بحث فرهنگ می‌توان گفت که فرهنگ، همانند سیستم است که دارای انواع و اجزایی است. به مهندسی فرهنگ می‌بایست، به‌عنوان یک مهندسی سیستم نگریسته شود. فرهنگ دارای انواع مختلف می‌باشد و در مهندسی فرهنگ همه این انواع فرهنگ باید مهندسی شوند. ایده مهندسی فرهنگ به‌معنای ارائه هندسه و شکل و طرح کلی یک حرکت کلان فرهنگی است تا به‌واسطه این طرح و نقشه حرکت، چشم‌انداز و دورنمای روشنی از زمینه‌ها و بسته‌های حرکت و از ظرفیت و توان زیرساخت‌ها و ساختارهای فرهنگی حاصل گردد (ریبعی و همکاران، ۱۳۹۳). بنابراین، مهندسی فرهنگ عبارت است از طراحی، نوسازی و بازسازی سیستم فرهنگ و در نهایت نظریه‌پردازی مهندسی به‌عنوان یک علم.

در مهندسی فرهنگی، هدف، ارائه طرح و برنامه‌ای جامع و فراگیر همراه با نگاه و دیدی فرهنگی به تمامی حوزه‌ها و فعالیت‌ها در حیطه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است. هر فرهنگی دارای الگویی مشترک برای اندیشیدن است. این الگو همچون چسبی است که تمامی فرهنگ را استوار نگه می‌دارد و به آن کلیت وی کپارچگی می‌بخشد. مشخصه اندیشیدن در هر فرهنگ از برداشتی که در آن فرهنگ از واقعیت می‌شود و از جهان‌بینی که

آن فرهنگ دارد، ریشه می‌گیرد. تغییر در جهان‌بینی، نه تنها تغییرات معانی فرهنگی را موجب می‌شود، بلکه چیزی را در بر دارد که تاریخ دانان آن را تغییر عصر می‌نامند.

هدف مهندسی فرهنگی، خلق بستر فرهنگی اجتماعی مناسب و محرک توسعه و تعالی مادی و معنوی جامعه در چارچوب نظام اعتقادی و باورهای جامعه متناسب با شرایط و مقتضیات ملی می‌باشد. از همین رو، مهندسی فرهنگی و مدیریت فرهنگی ضروری می‌نماید؛ یعنی، برنامه‌ای منسجم که کلیه دستگاه‌های فرهنگی بتوانند با استفاده از آن برنامه در سطح خرد و کلان، منطقه‌ای، ملی و فراملی، منسجم و یکپارچه عمل کنند.

ضعف در زمینه‌های مختلف توسعه اطلاعاتی، مسئله‌ای عمده‌ای است که لازم است از منظر گروه‌های مختلف مرتبط با آن مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و چاره‌جویی شود. در یک دیدگاه کلی سه بخش عمده‌ای که در حال حاضر در کشور ما درگیر بحث توسعه اطلاعاتی، چالش‌ها و ضرورت‌های آن هستند عبارتند از:

- الف- دولت به‌عنوان برنامه‌ریز کلان، سیاستگذار اصلی و متولی تخصیص بودجه؛
 - ب- متخصصان و پژوهشگران در زمینه‌های موضوعی مختلف و اعضای هیأت علمی که وظیفه پشتیبانی علمی و تبیین چهارچوب اصلی حرکت را بر عهده دارد؛
 - ج- بخش خصوصی که با تزریق سرمایه و همچنین فارغ از مشکلات دیوانسالاری بخش‌های دولتی با دیدی تخصصی در زمینه‌های مختلف به فعالیت می‌پردازند (منتظر، ۱۳۸۱: ۲۳۴).
- البته با توجه به تصدی‌گری بیش از حد دولت و تأثیر فراوان دیوانسالاری دولتی بر سیاست‌های اجرایی سایر بخش‌ها در ایران، پر واضح است که دولت نقش اصلی را در این عرصه بر عهده خواهد داشت.

در عرصه سیاستگذاری به‌رغم کم توجهی به موضوع فناوری اطلاعات در برنامه‌های اول و دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران، در برنامه سوم، چهارم و پنجم توسعه دقت نظر بیشتری به این موضوع اختصاص یافته و در حوزه‌های فرابخشی سند برنامه، سرفصلی از موضوعات به «فناوری اطلاعات» اختصاص یافته که در آن ضمن بررسی و تبیین وضع موجود به فناوری اطلاعات به‌عنوان یکی از محورهای توسعه ملی تصریح و خطوط اصلی توسعه در این حوزه در بخش‌های مختلف: «نرم‌افزار»، «سخت‌افزار»، «نیروی انسانی»، «مخابرات»، «اطلاعات» و «مدیریت» بر شمرده شده است؛ علاوه بر این در ذیل هر یک از عناوین، رهنمودهای کلی در مورد «توجه به زیرساخت‌های مواصلاتی و سخت‌افزاری»، «تأمین نرم‌افزارهای مناسب»، «تربیت نیروی انسانی کارآمد»، «توجه به محتوای اطلاعات» و «ایجاد نظام یکپارچه مدیریتی» ارائه شده است. البته باید اشاره کرد هر چند مندرجات این اسناد، خطوط اصلی و منشور فناوری اطلاعات در کشور را مشخص می‌سازد، اما طبیعتاً به‌دلیل

کلی‌گویی، به‌مثابه رهنمودهای کلان در این حیطة به‌شمار می‌آید. بی‌گمان یکی از راهکارهای اصلی تحقق منشور توسعه فناوری اطلاعات در ایران را می‌توان تشکیل شورایی عالی اطلاع‌رسانی دانست. این شورا که به ریاست عالی‌ترین مقام اجرایی کشور (رئیس‌جمهور) و با عضویت تعدادی از وزرای مرتبط با فناوری اطلاعات تشکیل می‌شود وظیفه تعیین سیاست‌های اطلاعاتی کشور، خط‌مشی و برنامه‌های کلان اجرا در این زمینه را برعهده دارد. یکی از مؤلفه‌ترین فعالیت‌های این نهاد، تدوین «راهبردی کلان، راهکارهای اجرایی تشکیلات خدمات اطلاع‌رسانی و اینترنت در کشور» است که در فروردین ماه ۱۳۸۰ از طرف دبیرخانه این شورا (وزارت پست و تلگراف و تلفن) منتشر شده است (راهبردهای کلان، راهکارهای اجرایی و تشکیلات خدمات اطلاع‌رسانی و اینترنت در ایران، ۱۳۸۰). در این سند ایجاد و توسعه شبکه‌های اطلاع‌رسانی عمومی یکی از ضروریات توسعه کشور قلمداد شده است.

از آنجایی که اطلاعات جزء لاینفک موفقیت سازمان‌ها محسوب می‌شود، این مسئله در سازمان‌های فرهنگی که سرمایه‌های فکری و دارایی‌های نامشهود در این نوع از سازمان‌ها بسیار با اهمیت می‌باشد، اطلاعات نقش حیاتی می‌باشد. اگر روند تغییر و تحولات اطلاعات در جامعه معاصر به‌دقت مورد ارزیابی قرار گیرد، این نتیجه مهم حاصل می‌شود که جامعه فراعصری امروز جامعه‌ای اطلاعاتی است که در آن به‌تدریج فناوری‌های نیرو افزا جای خود را به فناوری دانش‌افزا می‌دهند (عطایی؛ ۱۳۸۶: ۵۵).

از دلایل نیاز به سیستم‌های جامع اطلاعاتی می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

۱- محدودیت‌های فکری بشر در پردازش و ذخیره‌سازی: چون توانایی ذهن بشر در پردازش ذخیره و دسترسی به اطلاعات محدود است با استفاده از این سیستم‌ها می‌توانیم این محدودیت را برطرف کنیم.

۲- محدودیت‌های دانش: اگر برای حل یک مسئله نیاز به اطلاعات و دانش‌های متنوعی باشد، توانایی یک فرد در حل آن مسئله محدود می‌باشد و اگر بخواهیم از چندین متخصص در هر زمینه استفاده کنیم هماهنگی و ارتباط بین این افراد مشکل خواهد بود. سیستم‌های اطلاعاتی این مشکلات را حل کرده و می‌توانند به سرعت به حجم زیادی از اطلاعات دسترسی پیدا کرده و آنها را پردازش کنند همچنین می‌توانند هماهنگی و ارتباط بین اطلاعات و افراد را آسان کنند.

۳- کاهش هزینه: حمایت کامپیوتری باعث کاهش تعداد افراد گروه می‌شود و امکان برقراری ارتباط از مناطق مختلف را برای اعضای گروه فراهم می‌سازد و همچنین باعث افزایش بهره‌وری بخش ستادی می‌شود که همه این موارد منجر به کاهش هزینه خواهد شد.

۴- حمایت فنی: کامپیوترها می‌توانند به سرعت و به‌شکل مقرون به صرفه‌ای داده‌های لازم را جستجو و ذخیره کنند یا انتقال دهند.

۵- حمایت از کیفیت: سیستم‌های کامپیوتری با اجرای سریع شبیه سازی‌های پیچیده به مدیران کمک می‌کنند تا امکان‌ها و راهکارهای گوناگون را بررسی و تأثیرات مختلف را به سرعت و مقرون به صرفه ارزیابی کنند و از این طریق کیفیت تصمیم‌ها را بالا ببرند. (Sallis, 2007)

سیستم‌های اطلاعاتی، سیستم‌هایی هستند که اطلاعات را برای اهدافی خاص گردآوری، پردازش، ذخیره‌سازی، تجزیه و تحلیل و توزیع می‌کنند. هر سیستم اطلاعاتی مرکب از سخت افزار، نرم‌افزار، داده، رویه و افراد می‌باشد. رویکرد جهانی طی بیست سال گذشته به سمت اطلاعاتی‌شدن جوامع بوده و امروزه جامعه‌ای پیشرفته‌تر است که به لحاظ اطلاعاتی سرعت و قابلیت بیشتری در تولید و تبادل اطلاعات داشته باشند. با توجه به تکنولوژی‌های جدیدی که پیچیدگی زندگی اجتماعی را به دنبال دارند، نیازمند تسهیل امور مختلف زندگی هستیم و بدون توجه به فناوری، بسیاری از امور زندگی، قابل عمل، پیگیری و اجرا نیست. اگر امروز چشم خود را بر نیازها ببندیم فردا باید با پرداخت هزینه‌های بیشتر قدم در اجرای آن بگذاریم. واقعیت دیگر این است که جوامع حاصل برخورد انسان‌ها با یکدیگر است. تعامل افراد و روش‌های بازتولید و تبادل اطلاعات، اثر شگفتی بر چند و چون جوامع بشری دارد. هرچند سرمایه‌گذاری قابل توجهی در پروسه دیجیتالی‌سازی در بخش‌های فرهنگی صورت گرفته است، ولی اثبات ارزش این فعالیت‌ها دشوار است. در این امر اوضاع اقتصادی، که تحت تأثیر فعالیت تأمین بودجه عمومی ارزیابی می‌شود، بسیار ضروری است. کاهش رشد اقتصاد جهانی که از سال ۲۰۰۷ آغاز گردید، منجر به کاهش جدی بودجه‌ها تقریباً تمام طرح‌های ابتکاری فرهنگی و علوم انسانی گردید، که این کاهش شامل بودجه گسترش و حمایت از مجموعه‌های دیجیتالی هم شده است. (Ruthven & Chowdhury, 2015)

لذا ارائه الگوی مطلوب مدیریت اطلاعات فرهنگی در مراکز و سازمان‌های فرهنگی از جمله وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌تواند از پراکندگی اطلاعات فرهنگی جلوگیری و انسجام اطلاعات به‌منظور کاهش هم‌پوشانی فعالیت‌ها و موازی‌کاری و تصمیم‌گیری صحیح با اطلاعات صحیح فرهنگی را به‌همراه داشته باشد. با توجه به نوپا و تازه بودن بحث مدیریت در مراکز فرهنگی و دانشگاهی و به‌طور کلی در ایران، پرداختن به زیرمجموعه‌های آن اعم از مباحث نظری، نظریه‌ها و شیوه‌های عملی و کاربردی آن جذاب، مهم و زمان‌بر می‌باشد. به‌طور کلی در زمینه ارتباط بین مدیریت اطلاعات و اطلاعات فرهنگی چه در زمینه پژوهش و مطالعه و چه در زمینه تألیف و ترجمه کتاب اقدامی صورت نگرفته است. در ایران این موضوع مباحث اولیه نظری خود را می‌گذرانند و با توجه به اینکه کارهای کمی در این حیطه انجام شده، هنوز جایگاه مهمی را در دستگاه‌های سیاست‌گذاری و مدیریت فرهنگی به خود اختصاص نداده است. بدیهی

است با توجه به فضای جهانی شدن و گسترش سیستم‌های الکترونیکی و اطلاعاتی، چنانچه چنین تحقیقی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام نگیرد و راهکارهای بسترسازی و زمینه‌سازی مدیریت اطلاعات صورت نپذیرد، امکان حیات در فضای فرهنگ جهانی به نوعی امکان‌پذیر نخواهد بود لذا می‌توان گفت انجام این تحقیق ضروری است.

پیشینه پژوهش:

باستن^۱ و دیگران (۲۰۱۱)، مقاله‌ای با عنوان ادراک مدیران از موفقیت پروژه سیستم اطلاعاتی در سال ۲۰۱۱ به چاپ رسانده‌اند. این تحقیق، ۸۶ پروژه را برای آزمودن سه رویکرد جایگزین برای اندازه‌گیری موفقیت پروژه سیستم اطلاعاتی با استفاده از ادراکات ذهنی مدیران درباره موفقیت پروژه مورد بررسی قرار داده است. یافته‌های این تحقیق بیان می‌کند که راه‌های سنتی ارزیابی موفقیت پروژه، برای ارزیابی موفقیت پروژه سیستم اطلاعاتی در همه ابعاد، کافی نیست و مدیریت پروژه باید به‌جای تأکید صرف بر اجرای طرح‌ها، بر بازده فرآیند و برآورده ساختن نیازهای مشتریان تمرکز کند. الحماد و دیگران^۲ (۲۰۰۹)، در پژوهشی به بررسی اشتراک دانش در دانشگاه‌های اردن پرداختند. این پژوهشگران برای سنجش اشتراک دانش هفت مؤلفه ارتباطی دوجانبه، روندهای کاری سازمان، حس همبستگی، خلاقیت، احساس مثبت به اشتراک دانش، اشتیاق به اشتراک دانش و داشتن رفتار اشتراک دانش را تعیین کرده‌اند. یافته‌ها نشان داد که کارمندان آموزشی نسبت به کارمندان اداری تمایل کمتری به اشتراک دانش دارند. کارمندان آموزشی علاقه کمتری در ارتباط‌های دوسویه، انجام کارهای گروهی و انگیزه‌ی اشتراک دانش خود دارند. افزون بر این، کارمندان جوان به داشتن خلاقیت در کار خود تشویق نمی‌شوند. در مورد تحلیل عامل‌های دموگرافیک نیز، هیچ‌گونه ارتباطی میان کارمندان مرد و زن در اشتراک یافت نشد. در پژوهش دیگر یائو و همکاران (۲۰۰۷) بررسی کردند که چگونه فرهنگ بر اشتراک دانش در شرکت‌ها اثر می‌گذارد. این مطالعه به این نتیجه رسید که در کشوری مانند هنگ‌کنگ اگرچه آگاهی از مدیریت دانش در این شرکت‌ها افزایش یافته، اما نبود فرهنگ اشتراک دانش مانعی بر سر راه تحقیق این امر است. لارسن^۳ (۲۰۰۳) در مقاله‌ای با عنوان طبقه‌بندی سوابق موفقیت سیستم‌های اطلاعاتی که در سال ۲۰۰۳ به چاپ رسیده است، به مدلی دست یافته است که عوامل موفقیت سیستم اطلاعاتی را به پنج دسته تقسیم می‌کند که عبارتند از: عوامل مرتبط با تخصص سیستم اطلاعاتی، عوامل سازمانی،

1- Basten

2- Alhammad et.al

3- Larsen

عوامل مرتبط با ارتباطات، عوامل فنی، عوامل فردی - شغلی.

کشاورزیان (۱۳۹۵) در پایان‌نامه خود به بررسی زمینه‌های استقرار سیستم مدیریت اطلاعات فرهنگی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران پرداخت. روش پژوهش از نوع توصیفی، پیمایشی و در حیطه تحقیقات کاربردی بود. ابزار تحقیق علاوه بر مطالعات کتابخانه‌ای یک پرسشنامه محقق ساخته بود که میزان پایایی آن به وسیله آزمون آلفای کرونباخ ۰/۸۲ تعیین شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. نتایج نشان داد که زمینه‌های استقرار سیستم مدیریت اطلاعات فرهنگی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران مناسب است. زمینه‌های ساختاری و انسانی استقرار سیستم مدیریت اطلاعات فرهنگی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران مناسب است. و نیز زمینه‌های عوامل مرتبط به فناوری اطلاعات استقرار سیستم مدیریت اطلاعات فرهنگی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران مناسب است. زمینه‌های سازمانی استقرار سیستم مدیریت اطلاعات فرهنگی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران مناسب است. اما زمینه‌های مالی استقرار سیستم مدیریت اطلاعات فرهنگی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران مناسب نیست. ملکی (۱۳۸۰) به بررسی وضعیت مدیریت اطلاعات فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی پرداخت که عهده‌دار روابط فرهنگی کشور با سایر کشورهاست. مدیریت اطلاعات فرهنگی از دو منظر فرآیند و نظام اطلاعات در سازمان مذکور بررسی شده و با استفاده از روش پیمایشی، سؤالاتی بسته با طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت در خصوص وضعیت به‌کارگیری اصول مدیریت در فرآیند و نظام اطلاعات فرهنگی سازمان در قالب پرسشنامه تنظیم و به ۱۵۶ نفر از مدیران و مشاوران سازمان در داخل و خارج کشور داده شد که پس از تجزیه و تحلیل یافته‌ها فرضیه شماره ۱ پژوهش مبنی بر اینکه به‌کارگیری اصول مدیریت در فرآیند اطلاعات فرهنگی سازمان از حد متوسط پایین‌تر است و فرضیه شماره ۲ پژوهش نیز که حاکی از به‌کارگیری اصول مدیریت در اجزاء نظام اطلاعات فرهنگی سازمان پایین‌تر از حد متوسط بود، مورد تأیید قرار گرفت پس از نتیجه‌گیری از تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش، الگوی پیشنهادی مدیریت اطلاعات فرهنگی سازمان مذکور ارائه شده است.

کبیری فر (۱۳۸۳) در پایان‌نامه خود را با عنوان تأثیرگسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات بر تحولات فرهنگی تدوین کرد. پژوهش به روش تحلیلی-توصیفی انجام شده، هدف تحقیق را آگاهی از جریان حرکت فرهنگ در آینده و برنامه‌ریزی صحیح جهت مواجهه با آن و برخورداری از مزایا و مصون ماندن از معایب آن بیان نموده و به این نتیجه می‌رسد که در قرن حاضر زندگی انسان مدرن بدون برخورداری از فناوری اطلاعات و ارتباطات ممکن نیست و باید از مزایای فراوان این فناوری بهره‌جسته و از آن در زمینه‌های مختلف فرهنگی استفاده شود. بهادری و همکاران (۱۳۸۹) به بررسی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) در بهبود

مدیریت فرهنگی با تأکید بر سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران پرداختند. این پژوهش براساس هدف تحقیق، از نوع کاربردی است و برحسب نحوه گردآوری داده‌ها (طرح تحقیق) روش پژوهش در تحقیق حاضر، پیمایشی و از نوع توصیفی (غیرآزمایشی) است. شیوه و ابزار در نظر گرفته شده برای جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش، پرسشنامه است. جامعه آماری این پژوهش مدیران فرهنگی هستند که در مجموع ۲۸۷ مدیر را شامل می‌شوند که برای انتخاب نمونه مورد نظر از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده گردید و تعداد ۷۳ نفر از آنها به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) در بهبود مدیریت خدمات فرهنگی، افزایش بهره‌وری مدیران فرهنگی در راستای مؤلفه مشتری‌محوری، کاهش هزینه‌ها و افزایش سرعت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی مؤثر می‌باشد. در نتیجه استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) موجب بهبود مدیریت فرهنگی (سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران) می‌شود. براساس یافته‌های پژوهش، پیشنهادهایی برای ارتقای کیفیت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی ارائه شده است.

سؤالات تحقیق:

۱. ابعاد و مؤلفه‌های مدیریت اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کدام است؟
۲. مهم‌ترین موانع مدیریت اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کدام است؟
۳. الگوی مطلوب مدیریت اطلاعات فرهنگی جهت یکپارچه‌سازی اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کدام است؟

روش تحقیق:

این پژوهش از نظر نوع داده‌ها، تلفیقی (کمی و کیفی) و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش کلیه صاحب‌نظران حوزه مدیریت فرهنگی و مدیریت اطلاعات به‌ویژه در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هستند که تعداد ۳۰ نفر از آنها به‌صورت هدفمند به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. لازم به ذکر است مشارکت این متخصصان در این پژوهش به‌صورت داوطلبانه بوده و پس از توجیه دقیق آنها توسط محقق پرسشنامه به ایشان ارائه و پس از پاسخ‌گویی، پرسشنامه‌ها جمع‌آوری خواهد شد. روش‌های گردآوری اطلاعات در این تحقیق عبارت بود از: ۱- کتابخانه‌ای و بررسی اسناد و مدارک مربوط به مدیریت اطلاعات و مدیریت فرهنگی، ۲- مصاحبه: در این مرحله محقق با استفاده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختمند، دیدگاه مسئولان و صاحب‌نظران این حوزه را در مورد ابعاد و مؤلفه‌های مدیریت اطلاعات فرهنگی در سازمان‌های فرهنگی به‌ویژه وزارت فرهنگ و ارشاد

اسلامی جویا شد. در این میان محقق با ۴ نفر از مدیران و معاونین وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۴ نفر از صاحب‌نظران مدیریت فرهنگی و ۴ نفر از اساتید صاحب تألیف در حوزه مدیریت اطلاعات مصاحبه انجام داد. هدف از انجام مصاحبه‌ها، بررسی دقیق و کارشناسی موضوع مدیریت اطلاعات فرهنگی از دیدگاه صاحب‌نظران به‌منظور شناسایی یا تأیید ابعاد و مؤلفه‌های آن برای استفاده در مدل نهایی تحقیق بوده است. مصاحبه‌ها از نوع نیمه‌ساختمند و به مدت ۶۰ تا ۹۰ دقیقه بود. ماحصل نتایج مصاحبه‌های نیمه‌ساختمند پس از تأیید اساتید راهنما و مشاور به‌عنوان گویه‌های پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفتند. ۳- پرسشنامه محقق ساخته: پرسشنامه محقق ساخته دارای سه بخش یوده است: بخش اول اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان شامل سن، جنس، رشته تخصصی، میزان تحصیلات و سابقه کار مرتبط می‌باشد. بخش دوم با ۲۳ گویه به شناسایی مؤلفه‌های مدیریت اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌پردازد. ابعاد و مؤلفه‌های اولیه مدیریت اطلاعات فرهنگی براساس مطالعات کتابخانه‌ای و مبانی نظری (نظریه‌ها، روش‌ها و مدل‌ها)، مصاحبه و مطالعه پیشینه تحقیق در ایران و جهان در ۴ بعد و ۲۳ مؤلفه (۶ مؤلفه شناسایی، ۵ مؤلفه مستندسازی، ۶ مؤلفه سازماندهی و ذخیره، و ۶ مؤلفه اشاعه و کاربرد) استخراج شد و برای تأیید در اختیار پاسخ‌گویان قرار گرفت. بخش سوم با ۱۷ گویه به بررسی مهم‌ترین موانع مدیریت اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌پردازد. باتوجه به نتایج به‌دست آمده از ادبیات پژوهش، تجارب عملی محقق و نیز مصاحبه با برخی از مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، فهرستی از ۱۷ مانع مدیریت اطلاعات فرهنگی تهیه شد و با قرار دادن آن در قسمت پایانی پرسشنامه از نمونه‌های پژوهش خواسته شد تا در مورد آنها قضاوت کنند.

روایی پرسشنامه تحقیق با استفاده از روش روایی محتوایی^۱ و با نظر اساتید راهنما و مشاور و چند صاحب‌نظر صاحب تألیف در حوزه مدیریت اطلاعات و مدیریت فرهنگی پس از اعمال اصلاحات محدود مورد تأیید قرار گرفت. برای سنجش پایایی ابزار نیز پرسشنامه تحقیق پس از توزیع آزمایشی، از طریق آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت که ضریب ۰/۹۱ به‌دست آمد. به‌منظور تحلیل استنباطی نیز از روش‌های متعددی استفاده شد که به‌صورت خلاصه به آنها اشاره می‌شود:

- ۱- برای تأیید ابعاد و مؤلفه‌های شناسایی‌شده از تحلیل عاملی استفاده شد. بار عاملی هر یک از مؤلفه‌ها نیز در مدل نهایی لحاظ گردید.
- ۲- به‌منظور بررسی موانع مدیریت اطلاعات فرهنگی از t تک نمونه‌ای استفاده شد و با

مد نظر قرار دادن میانگین نظری ۳ ($\mu = 3$) به مقایسه آن با میانگین‌های تجربی به دست آمده اقدام شد.

۳- برای بررسی رتبه‌بندی هر یک از موانع از آزمون فریدمن استفاده شد.

یافته‌ها

نتایج توصیفی نشان داد بیش از ۹۰ درصد از نمونه‌های پژوهش بالاتر از ۴۰ سال هستند که نشان‌دهنده تجربه بالای نمونه‌های مورد مطالعه می‌باشد. بیش از ۷۵ درصد از این نمونه‌ها، مرد هستند. از طرف دیگر نزدیک به نیمی از نمونه‌های پژوهش دارای سابقه مرتبط با موضوعات فرهنگی از ۱۱ تا ۱۵ سال هستند که نشان‌دهنده سابقه نسبتاً بالای این افراد می‌باشد. از طرف دیگر، ۹۰ درصد از نمونه‌های پژوهش دارای مدرک دکتری هستند.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

سؤال ۱. ابعاد و مؤلفه‌های مدیریت اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کدام است؟

برای پاسخ به این سؤال، فرآیند دو مرحله‌ای انجام شد؛ در مرحله اول، ابعاد و مؤلفه‌های اولیه مدیریت اطلاعات فرهنگی براساس مطالعات کتابخانه‌ای و مبانی نظری (نظریه‌ها، روش‌ها و مدل‌ها) و مطالعه پیشینه تحقیق در ایران و جهان در ۴ بعد و ۲۳ مؤلفه (۶ مؤلفه شناسایی، ۵ مؤلفه مستندسازی، ۶ مؤلفه سازماندهی و ذخیره، و ۶ مؤلفه اشاعه و کاربرد) استخراج شد. ابعاد و مؤلفه‌های استخراج‌شده مبانی کار محقق برای طراحی پرسشنامه تحقیق قرار گرفت (مرحله دوم). پس از اجرای پرسشنامه، ۲۳ مؤلفه با استفاده از تحلیل عاملی مورد بررسی قرار گرفتند.

جدول ۱: ابعاد و مؤلفه‌های مدیریت اطلاعات فرهنگی در پرسشنامه

تعداد مؤلفه‌ها	ابعاد مدیریت اطلاعات فرهنگی
۶ مؤلفه	شناسایی
۵ مؤلفه	مستندسازی
۶ مؤلفه	سازماندهی و ذخیره
۶ مؤلفه	اشاعه و کاربرد

تحلیل عاملی مؤلفه‌های مدیریت اطلاعات فرهنگی: تحلیل عاملی روشی است که با بررسی همبستگی درونی تعداد زیادی از متغیرها، آنها را در قالب عامل‌های محدود خلاصه و

دسته‌بندی می‌کند. هدف از تحلیل عاملی، کشف الگوهای ساده از روابط بین متغیرهاست. در واقع، در تحلیل عاملی تلاش می‌شود متغیرهای مشاهده شده تا حد زیادی برحسب تعداد بسیار کمتری از متغیرها که عامل‌ها^۱ نامیده می‌شوند، تبیین شوند (میرزایی، ۱۳۸۸: ۳۳۲).

قبل از تحلیل عاملی لازم است دو مفروضه اصلی رعایت گردد:

- ۱- شاخص کیفیت نمونه‌برداری^۲ (KMO) باید حداقل ۰/۷ و ترجیحاً بالاتر از آن باشد.
 - ۲- نتیجه آزمون بارتلت^۳ باید از لحاظ آماری معنی‌دار باشد.
- جدول ۲ میزان KMO و نتیجه آزمون بارتلت را نشان می‌دهد.

جدول ۲: میزان KMO و آزمون بارتلت مؤلفه‌های مدیریت اطلاعات فرهنگی

KMO	آزمون بارتلت	سطح معنی‌داری
۰/۸۷	۷۲۷۴/۱۸۶	۰/۰۰۰

چنانچه در این جدول دیده می‌شود مقدار KMO برابر با ۰/۸۷ و سطح معنی‌داری آزمون بارتلت نیز ۰/۰۰۰ است. بنابراین، بر پایه هر دو ملاک می‌توان نتیجه گرفت که اجرای تحلیل عاملی برای مؤلفه‌های مدیریت اطلاعات فرهنگی قابل توجیه است. در مرحله بعد باید به تعیین عامل‌ها از طریق ارزش ویژه^۴ و نیز نسبت واریانس تبیین شده توسط هر بعد پرداخت (جدول ۳).

جدول ۳: ارزش ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تراکمی ۴ بعد اصلی

ابعاد	ارزش ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تراکمی
۱	۱۰/۷۵۴	۲۶/۲۲۸	۲۶/۲۲۸
۲	۳/۳۷	۸/۲۱۹	۳۴/۴۴۸
۳	۲/۵۱۵	۶/۱۳۵	۴۰/۵۸۲
۴	۲/۴۵۶	۵/۹۹	۴۶/۵۷۲

مشخصه‌های آماری که در اجرای تحلیل ابعاد اصلی به دست آمد در جدول ۳ نمایش داده شده است. چنانچه در این جدول دیده می‌شود، ۴ بعد اصلی به میزان ۴۶/۵۷۲ درصد کل واریانس را

- 1- Factors
- 2- Kaiser-Meyer-Olkin
- 3- Bartlett Test
- 4- Eigenvalues

تبیین می‌کنند. در این میان، عامل اول (یعنی شناسایی) با ارزش ویژه ۱۰/۷۵۴ بیش از ۲۶ درصد از واریانس کل را توجیه می‌کند. بنابراین می‌توان استنباط کرد که سهم بعد یکم در واریانس کل متغیرها بسیار چشمگیر و از سهم سه عامل دیگر کاملاً متمایز است. جدول شماره ۴، مؤلفه‌های بار شده بر روی هر عامل و میزان بار عاملی را به‌خوبی نشان می‌دهد.

جدول ۴: عوامل تعیین شده، مؤلفه‌های مربوطه و بار عاملی آنها

ابعاد	مؤلفه‌ها	بار عاملی
شناسایی	ثبت اولیه اسناد فرهنگی	۰/۶۲۷
	شناسایی/تولید انواع سند و محصولات فرهنگی	۰/۶۳۵
	شیوه دسترسی به اسناد فرهنگی	۰/۷۰۶
	وجود قوانین مدون دسترسی به اطلاعات فرهنگی	۰/۶۴۹
	شناسایی افراد برای مدیریت اطلاعات فرهنگی	۰/۷۱۸
	آموزش افراد برای مدیریت اطلاعات فرهنگی	۰/۶۰۸
مستندسازی /تولید	نمایه‌سازی محصولات فرهنگی	۰/۵۲۸
	طبقه‌بندی اسناد و محصولات فرهنگی	۰/۵۲۱
	وجود قوانین مستندسازی و تولید محصولات فرهنگی	۰/۶۸
	به روز شدن اطلاعات محصولات فرهنگی	۰/۶۴۶
	دیجیتالی شدن اسناد فرهنگی	۰/۶۲۸
	داده‌کاوی اسناد فرهنگی	۰/۵۹۵
سازماندهی و ذخیره	ابزارهای تجزیه و تحلیل در اسناد فرهنگی	۰/۶۵۵
	کیفیت ذخیره‌سازی اسناد و محصولات فرهنگی	۰/۴۸۶
	ترمیم و بازسازی اسناد و آثار فرهنگی آسیب‌دیده	۰/۵۷۹
	حافظه الکترونیکی برای ثبت و نگهداری اسناد فرهنگی	۰/۵۹۴
	ایمن‌سازی محصولات و آثار فرهنگی	۰/۵۱۹
	قوانین محرمانگی اسناد و محصولات فرهنگی	۰/۶۲۴
اشاعه و کاربرد	مدت زمان نگهداری (آرشیو یا امحا)	۰/۵۲۵
	نحوه و نوع دسترسی کاربران به محصولات و آثار فرهنگی	۰/۴۳۹
	چاپ و انتشار محصولات فرهنگی	۰/۵۱۳
	مؤسسات فرهنگی مجاز برای توزیع محصولات فرهنگی	۰/۴۷۵
	اخذ بازخورد از محصولات فرهنگی توزیع شده	۰/۴۵۹

در اینجا لازم است به این نکته مهم اشاره شود که به‌منظور افزایش اعتبار پژوهش، معمولاً

مؤلفه‌هایی با بالاتر از بار عاملی ۰/۳ در تحلیل نهایی حفظ شده و مؤلفه‌هایی با بار عاملی کم‌تر از این میزان به‌عنوان مؤلفه تصادفی تلقی شده و حذف می‌شوند. بدیهی است هرچه بار عاملی مؤلفه‌ها زیادتر باشد، نفوذ آن در تبیین ماهیت عامل مورد نظر بیشتر است. اما باید توجه داشت که چون مقیاس مورد مطالعه برای اولین بار اجرای می‌شود درباره تحلیل مؤلفه‌ها و به‌ویژه حذف یا ابقاء آنها، کمیته ملاک ۰/۴ به‌کار رفته است. نتایج ماتریس ساختاری (جدول ۴) نشان می‌دهد که تمامی ۲۳ مؤلفه دارای بار عاملی بالاتر از ۰/۴ هستند.

در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که نتایج تحلیل عاملی در تمام موارد، ابعاد و مؤلفه‌های استخراج شده بر پایه مبانی نظری و ادبیات پژوهش را تأیید کرده‌اند و با توجه به بالا بودن میزان بار عاملی ۲۳ مؤلفه مدیریت اطلاعات فرهنگی از ۰/۴، تمام این مؤلفه‌ها در مدل نهایی مورد استفاده قرار گرفتند.

سوال ۲. مهم‌ترین موانع مدیریت اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کدام است؟

باتوجه به نتایج به‌دست آمده از ادبیات پژوهش، تجارب عملی محقق و نیز مصاحبه با برخی از مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، فهرستی از ۱۷ مانع مدیریت اطلاعات فرهنگی تهیه شد و با قرار دادن آن در قسمت دوم پرسشنامه از نمونه‌های پژوهش خواسته شد تا در مورد آنها قضاوت کنند. جدول ۵ نتایج آزمون t تک نمونه‌ای مربوط به موانع مدیریت اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را نشان می‌دهد.

جدول ۵: نتایج آزمون t تک نمونه‌ای در مورد موانع مدیریت اطلاعات فرهنگی

ردیف	موانع	میانگین نظری	میانگین تجربی	اختلاف میانگین	میزان t	سطح معنی‌داری
۱	استراتژی اطلاعاتی ضعیف در وزارت	۳	۳/۶۵	۰/۶۵	۱۲/۳۸	۰/۰۰۰
۲	ضعف در مدیریت محتوا	۳	۳/۷۳	۰/۷۳	۱۴/۴۸	۰/۰۰۰
۳	ضعف مدیریت پروژه‌های پورتال در وزارت	۳	۲/۶۵	-۰/۳۵	-۳/۱۱	۰/۰۰۰
۴	عدم وجود معیار سنجش کیفیت سیستم‌های اطلاعاتی	۳	۲/۸۹	-۰/۱۱	-۱/۶۷	۰/۰۹۶
۵	عدم توجه به نیازهای مشتری	۳	۳/۵۳	۰/۵۳	۱۱/۶۱	۰/۰۰۰
۶	عدم انعطاف‌پذیری ساختاری در وزارتخانه	۳	۲/۸۸	-۰/۱۲	-۱/۸۲	۰/۰۹۹

۰/۰۰۰	۷/۸۲	۰/۴۱	۳/۴۱	۳	کمبود سواد فناوری در سطح وزارت	۷
۰/۱۲۵	-۱/۵۳	-۰/۰۹	۲/۹۱	۳	درک نامناسب مدیران وزارتخانه از سیستم‌های نرم‌افزاری و اطلاعاتی	۸
۰/۰۰۰	۱۱/۸	۰/۶۱	۳/۶۱	۳	ضعف فرهنگ اشتراک‌گذاری اطلاعات	۹
۰/۰۰۰	-۳/۸۷	-۰/۴۹	۲/۵۱	۳	ضعف در جلب مشارکت بخش خصوصی	۱۰
۰/۰۰۰	-۵/۳۵	-۰/۱۸	۲/۲	۳	عدم آشنایی بسیاری از برنامه نویسان (طراحان) با محیط کار در سازمان‌های فرهنگی	۱۱
۰/۰۰۰	-۳/۷۸	-۰/۴۷	۲/۵۳	۳	هجمه انبوه اطلاعات دسته‌بندی نشده در پورتال وزارت	۱۲
۰/۰۰۰	-۵/۹۴	-۰/۷۸	۲/۱۲	۳	انتخاب نامناسب نرم‌افزار پورتال	۱۳
۰/۰۰۰	-۳/۷۴	-۰/۴	۲/۶	۳	عدم انسجام و یکپارچگی پورتال	۱۴
۰/۰۰۰	-۷/۱۱	-۰/۹۸	۲/۰۲	۳	نبودن باور مدیران ارشد به بهره‌گیری از سیستم‌های اطلاعاتی مبتنی بر رایانه به جای سیستم‌های دستی	۱۵
۰/۰۰۰	-۴/۰۵	-۰/۵۴	۲/۴۶	۳	نگرانی مدیران ارشد از بابت کاهش ضریب حفاظتی اطلاعات	۱۶
۰/۰۰۰	-۳/۵۱	-۰/۶۸	۲/۳۲	۳	عدم پذیرش مدیران اجرایی و بروز پدیده مقاومت در برابر تغییر	۱۷

با توجه به میانگین و میزان t به دست آمده، پاسخ‌های نمونه‌های پژوهش نشان می‌دهد که میانگین نمرات ۵ مانع بالاتر از میانگین نظری ۳ قرار دارد. جدول شماره ۶ و ۷ نتایج آزمون فریدمن و رتبه هر یک از ۵ مانع اصلی مدیریت اطلاعات فرهنگی را نشان می‌دهد.

جدول ۶: نتایج آزمون فریدمن و سطح معنی‌داری

تعداد نمونه‌ها	مقدار آماره	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
۳۰	۲۵۱/۸۴	۱۶	۰/۰۰۰

جدول ۷: رتبه هر یک از موانع بر اساس آزمون فریدمن

ردیف	موانع	میانگین رتبه
۱	ضعف در مدیریت محتوا	۸/۴۶
۲	استراتژی اطلاعاتی ضعیف در وزارت	۸/۱۳
۳	ضعف فرهنگ اشتراک‌گذاری اطلاعات	۸/۱۳
۴	عدم توجه به نیازهای مشتری	۸/۰۳
۵	کمبود سواد فناوری در سطح وزارت	۷/۸۶

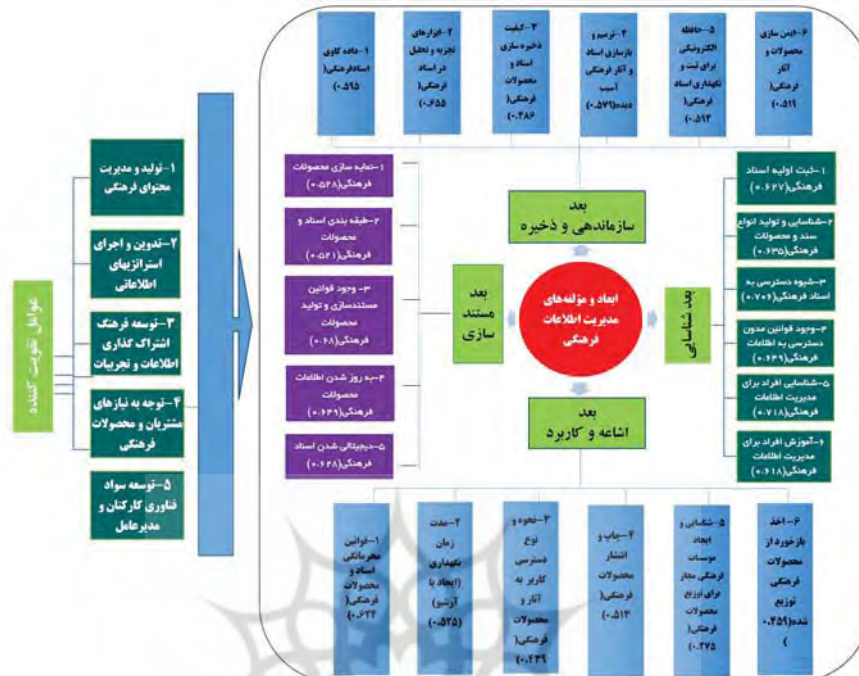
نتایج آزمون فریدمن نشان داد که بین رتبه‌های موانع مدیریت اطلاعات فرهنگی تفاوت معنی‌داری وجود دارد. از طرف دیگر «ضعف در مدیریت محتوا» با میانگین ۸/۴۶، مهم‌ترین مانع مدیریت اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از دیدگاه پاسخ‌گویان بوده است.

سوال ۳. الگوی مطلوب مدیریت اطلاعات فرهنگی جهت یکپارچه‌سازی اطلاعات

فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کدام است؟

براساس تحلیل ابعاد و مؤلفه‌های به‌دست آمده از مدیریت اطلاعات فرهنگی و شناسایی مهم‌ترین موانع آن از طریق پرسشنامه‌های محقق‌ساخته، الگوی مطلوب مدیریت اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در شکل ۱ ارائه شده است. اعداد داخل پرانتز مربوط به بار عاملی هر یکی از مؤلفه‌های مدیریت اطلاعات فرهنگی می‌باشد. علاوه بر این از ۵ مانع اصلی در شکل عناصر تقویت‌کننده در الگوی نهایی بهره گرفته شد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



بحث و تفسیر:

نتایج تحقیق نشان داد مدیریت اطلاعات فرهنگی در سازمان‌های فرهنگی با تأکید بر وزارت فرهنگ و ارشاد و اسلامی دارای ۴ بعد و ۲۳ مؤلفه است که در ادامه به بحث در مورد هریک از آنها می‌پردازیم:

بعد شناسایی:

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که مدیریت اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از نظر بعد شناسایی دارای ۶ مؤلفه به شرح زیر می‌باشد:

۱. ثبت اولیه اسناد فرهنگی
 ۲. شناسایی/تولید انواع سند و محصولات فرهنگی
 ۳. شیوه دسترسی به اسناد فرهنگی
 ۴. وجود قوانین مدون دسترسی به اطلاعات فرهنگی
 ۵. شناسایی افراد برای مدیریت اطلاعات فرهنگی
 ۶. آموزش افراد برای مدیریت اطلاعات فرهنگی
- منظور از شناسایی در مدیریت اطلاعات فرهنگی این است سازمان به‌خوبی بتواند اطلاعات

مورد نیاز خود را شناسایی کند، در صورت نیاز آن را خلق کند، یا اینکه از منابع اطلاعات خارج از سازمان به‌دست آورد. در مدل فرایند دانش داونپورت و پروساک بر روی فرایندهای پنجگانه زیر تأکید معنادار می‌کنند که بعد دوم آن به شناسایی اشاره دارد و با نتایج تحقیق حاضر همخوان است.

- تدوین اهداف براساس دانایی
- طبقه‌بندی و شناسایی بخشی از دانش مورد نظر
- پردازش
- بازبینی
- خلاصه کردن و جمع‌بندی داده‌ها.

از طرف دیگر، در بعد شناسایی، کارکنان سازمان‌های فرهنگی ممکن است نیازها و انتظاراتی داشته باشند که با نیازها و انتظارات سازمان هماهنگی و تطابق نداشته باشد و از این جهت مدیران سازمان‌های فرهنگی باید درک عمیقی از ارزش‌ها حاصل کنند تا ضمن شناسایی اطلاعات و دانش کارکنان، آنها را برای اجرای استراتژی‌های طرح‌ریزی شده سازمان هدایت و انگیزه‌مند نمایند. همچنین تقویت و تجهیز پایگاه مدیریت اطلاعات از طریق ایجاد بانک‌های اطلاعاتی که مشخص می‌کند ارباب رجوع‌ها و کارکنان در چه موضوعی اطلاعات خاصی را دارا هستند باید مورد توجه قرار گیرد. همچنین باید فضایی فراهم شود که سرمایه انسانی سازمان‌های فرهنگی در شناسایی دانش مشارکت کنند. مثلاً کارکنان می‌توانند در شناسایی فرآیندها و رویه‌های مناسب و نامناسب به سازمان کمک کنند و نشان دهند که چه ایده‌هایی را می‌توان از رویه‌های مناسب برای بهبود رویه‌های نامناسب اخذ کرد.

بُعد مستندسازی/تولید:

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که مدیریت اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از نظر بعد مستندسازی دارای ۵ مؤلفه به شرح زیر می‌باشد:

۱. نمایه‌سازی محصولات فرهنگی
۲. طبقه‌بندی اسناد و محصولات فرهنگی
۳. وجود قوانین مستندسازی و تولید محصولات فرهنگی
۴. به‌روزشدن اطلاعات محصولات فرهنگی
۵. دیجیتالی‌شدن اسناد فرهنگی.

تولید اطلاعات در مدیریت اطلاعات فرهنگی این است که توانایی سازمان به‌منظور ایجاد و خلق راه حل‌ها و ایده‌های کارآمد و جدید اشاره دارد. از طریق شکل‌دهی و ترکیب مجدد

اطلاعات جدید با اطلاعات گذشته، سازمان قادر خواهد بود مفاهیم و واقعیت‌های جدیدی را تولید نماید. در مدل مدیریت اطلاعات هیسیگ (۲۰۰۰) نیز این فرآیند از چهار مرحله تشکیل شده است که تولید اطلاعات مرحله اول محسوب می‌شود. وی معتقد است که تولید اطلاعات به توانایی یادگیری و ایجاد ارتباط برمی‌گردد. در این قابلیت، ایجاد ارتباط بین ایده‌ها و ساختن ارتباط‌های متقاطع با دیگر موضوعات، از اهمیت کلیدی برخوردار است. نیومن و کنراد، (۱۹۹۹) با تأکید بر بعد تولید اطلاعات معتقدند این مرحله در برگیرنده فعالیت‌هایی است که مرتبط با ورود اطلاعات جدید به سیستم است و شامل توسعه، کشف و تسخیر اطلاعات می‌شود. همچنین به نظر وان کروق، (۱۹۹۸) تولید اطلاعات، منبع کلیدی نوآوری در هر سازمان است (به نقل از فاتح و همکاران، ۱۳۹۰: ۵۷).

بُعد سازماندهی/ذخیره:

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که مدیریت اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از نظر بعد سازماندهی/ذخیره دارای ۶ مؤلفه به شرح زیر می‌باشد:

۱. داده‌کاوی اسناد فرهنگی
۲. ابزارهای تجزیه و تحلیل در اسناد فرهنگی
۳. کیفیت ذخیره‌سازی اسناد و محصولات فرهنگی
۴. ترمیم و بازسازی اسناد و آثار فرهنگی آسیب‌دیده
۵. حافظه الکترونیکی برای ثبت و نگهداری اسناد فرهنگی
۶. ایمن‌سازی محصولات و آثار فرهنگی.

اطلاعات خلق شده یا کسب شده، باید با نیازهای سازمان تطبیق داده شده و به تعبیری، آماده شود و به صورت مناسب ذخیره شود تا در زمان و مکان و شرایط مورد نیاز مورد استفاده قرار گیرد. پس دانش مفید باید در یک قالب (شکل) مناسب در یک مخزن (انباره) دانش ذخیره شود، به نحوی که دیگران در سازمان بتوانند به آن دسترسی داشته باشند. این مرحله مشتمل بر تبدیل نمودن اطلاعات به شکل قابل فهم برای ماشین به منظور استفاده آتی از آن می‌باشد. به طور کلی این مرحله به ذخیره‌سازی اطلاعات اشاره داشته و به گونه‌ای می‌باشد که کلیه ذی‌نفعان بتوانند به سادگی از این اطلاعات بهره گیرند. هدف از سازماندهی و ذخیره اطلاعات، قابلیت بازیابی و دسترسی افراد جهت استفاده از آن بوده است. هیسیگ (۲۰۰۰) از ذخیره اطلاعات به عنوان دومین عنصر مورد نیاز مدیریت اطلاعات نام می‌برد که از طریق آن، قابلیت ذخیره سازمان‌یافته‌ای که امکان جستجوی سریع اطلاعات، دسترسی به اطلاعات برای دیگر کارکنان و تسهیم مؤثر دانش فراهم می‌شود، به وجود می‌آید. در این سیستم باید، اطلاعات لازم

به آسانی برای استفاده همگان ذخیره شود. نیومن و کنراد (۱۹۹۹) نیز معتقدند بعد از ذخیره‌سازی عبارت است از فعالیت‌هایی که اطلاعات را در سیستم ماندگار می‌کند. در این راستا صاحب‌نظران به مهم‌ترین عاملی که اشاره می‌کنند «حافظه سازمانی» نام دارد و آن عبارت است از توانایی سازمان برای حفظ و نگهداری اطلاعات. اگر سازمان‌ها به دنبال دستیابی به یک مدیریت اطلاعات مؤثر هستند، نباید تنها به ایجاد و استفاده از حافظه سازمانی بسنده کنند. آنها از حافظه دیگری تحت عنوان حافظه فردی یاد می‌کنند. این حافظه مهم‌ترین منبع و مخزن اطلاعات نهفته است. مدیریت اطلاعات فرهنگی صرفاً زمانی مؤثر خواهد بود که این دو نوع حافظه سازمانی در کنار هم وجود داشته باشند و یکدیگر را تقویت کنند. در این میان، نکته دارای اهمیت این است که اطلاعات فقط از تخصص سرچشمه نمی‌گیرد، بلکه از تجربه نیز به دست می‌آید. پس داشتن یک شبکه داخلی سازمانی و تسهیل در ارتباط بین افراد داخل سازمان با یکدیگر یکی از موارد کلیدی این مرحله است. در این امر استفاده از گروه‌های تخصصی، اختصاص جا و مکان برای تشکیل گروه‌ها، اینترنت، بررسی و مرور فعالیت‌ها بعد از اتمام آنها آموزش چندگانه افراد، استفاده از چت برای برقراری ارتباط می‌تواند مؤثر باشد.

بُعد اشاعه/کاربرد:

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که مدیریت اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از نظر بعد اشاعه/کاربرد دارای ۶ مؤلفه به شرح زیر می‌باشد:

۱. قوانین محرمانگی اسناد و محصولات فرهنگی
۲. مدت زمان نگهداری (آرشیو یا امحا)
۳. نحوه و نوع دسترسی کاربران به محصولات و آثار فرهنگی
۴. چاپ و انتشار محصولات فرهنگی
۵. مؤسسات فرهنگی مجاز برای توزیع محصولات فرهنگی
۶. اخذ بازخورد از محصولات فرهنگی توزیع شده.

این مرحله ذی نفعان و بهره‌برداران از اطلاعات را قادر می‌سازد تا بتوانند با استفاده از اطلاعات خلق شده، مسائل و مشکلات سازمان را حل نمایند. بهره‌برداری از اطلاعات به منظور حل مشکل یا مسئله خاص ممکن است منجر به تولید و خلق اطلاعات جدید گردد، که به صورت مجدد این اطلاعات ذخیره شده و مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. علاوه بر این، این بعد شامل فعالیت‌هایی است که نشان می‌دهد سازمان اطلاعات خویش را به کار گرفته است. توجه مدیریت اطلاعات به این نکته است که اطلاعات موجود در سازمان‌ها به کار برده شود تا بتواند به سوددهی سازمان منجر شود. متأسفانه مهم بودن و اهمیت بسیار اطلاعات تضمین‌کننده

اجرای آن در هر زمان در فعالیتهای سازمان نیست. در این امر باید مراحل برای اندازه‌گیری دانش ضمنی و مهارت‌های در دسترس، موجود باشد. ترکیب وظایف روزانه با وظایف در ارتباط با مدیریت اطلاعات، حمایت مدیران عالی و استفاده از اطلاعات برای رقابت و افزایش کارایی مؤثر خواهد بود.

نتایج این بخش با نتایج تحقیقات هیسینگ (۲۰۰۰) و نیومن و کنراد (۱۹۹۹) همسو است. هیسینگ (۲۰۰۰) معتقد است به‌کارگیری اطلاعات آخرین مرحله مدیریت اطلاعات محسوب می‌شود. او معتقد است که ایجاد اطلاعات، بیشتر توسط کاربرد عینی دانش جدید میسر است، این عنصر، دایره فرایند مرکزی مدیریت اطلاعات را تکمیل می‌کند. نیومن و کنراد (۱۹۹۹) نیز در مورد به‌کارگیری اطلاعات معتقدند اطلاعات به خودی خود ارزشمند نیست. زمانی ارزشمند خواهد بود که به‌کار گرفته شود. دانشمندی که از اطلاعات خود هیچ‌گونه استفاده‌ای نمی‌کند، قطعاً اطلاعات وی برای دیگران، هیچ ارزشی نخواهد داشت. به‌طور کلی اطلاعات سازمانی باید در جهت خدمات، فرایندها و محصولات سازمان به‌کار گرفته شود. اگر سازمانی به‌راحتی نتواند شکل صحیح اطلاعات و دانش را در جای مناسب آن مشخص نماید، ممکن است در حفظ مزیت‌های رقابتی خود با مشکل مواجه شود. زمانی که نوآوری و خلاقیت راه پیروزی در جهان امروز است، سازمان باید در یافتن نوع درست اطلاعات و دانش در شکلی مناسب از سازمان شتاب نماید (حسینی راد، ۱۳۹۳: ۲۸).

نتایج تحقیق حاضر در مورد موانع مدیریت اطلاعات فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نشان داد که از میان ۱۷ مانع، تنها ۵ مانع زیر تأیید شدند:

۱. ضعف در مدیریت محتوا
۲. استراتژی اطلاعاتی ضعیف در وزارت
۳. ضعف فرهنگ اشتراک‌گذاری اطلاعات
۴. عدم توجه به نیازهای مشتری
۵. کمبود سواد فناوری در سطح وزارت.

بسیاری از تحقیقات داخلی و خارجی با نتایج به‌دست آمده همخوانی دارد. به‌عنوان مثال، الحماد و دیگران (۲۰۰۹)، در تحقیق خود نشان دادند که کارمندان آموزشی نسبت به کارمندان اداری تمایل کمتری به اشتراک دانش دارند. کارمندان آموزشی علاقه‌ی کمتری در ارتباط‌های دو سویه، انجام کارهای گروهی و انگیزه اشتراک دانش خود دارند. افزون بر این، کارمندان جوان به داشتن خلاقیت در کار خود تشویق نمی‌شوند. در مورد تحلیل عامل‌های دموگرافیک نیز، هیچ‌گونه ارتباطی میان کارمندان مرد و زن در اشتراک یافت نشد. در پژوهش دیگر یانو و همکاران (۲۰۰۷) به این نتیجه رسیدند که در کشوری مانند هنگ‌کنگ اگرچه

آگاهی از مدیریت دانش در این شرکت‌ها افزایش یافته، اما نبود فرهنگ اشتراک دانش مانعی بر سر راه تحقیق این امر است.

البته برخی از تحقیقات نیز نشان از وجود زمینه‌های مناسب برای استقرار مدیریت اطلاعات فرهنگی داشتند. به‌عنوان مثال، کشاورزبان (۱۳۹۵) که به بررسی زمینه‌های استقرار سیستم مدیریت اطلاعات فرهنگی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران پرداخت، به این نتیجه رسید که: زمینه‌های استقرار سیستم مدیریت اطلاعات فرهنگی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران مناسب است. زمینه‌های ساختاری و انسانی استقرار سیستم مدیریت اطلاعات فرهنگی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران مناسب است و نیز زمینه‌های عوامل مرتبط به فناوری اطلاعات استقرار سیستم مدیریت اطلاعات فرهنگی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران مناسب است. زمینه‌های سازمانی استقرار سیستم مدیریت اطلاعات فرهنگی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران مناسب است. اما زمینه‌های مالی استقرار سیستم مدیریت اطلاعات فرهنگی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران مناسب نیست. اما نتایج ملکی (۱۳۸۰) نشان‌دهنده وجود برخی مشکلات و موانع است. او به بررسی وضعیت مدیریت اطلاعات فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی پرداخت. نتایج او نشان داد: به‌کارگیری اصول مدیریت در فرآیند اطلاعات فرهنگی سازمان از حد متوسط پایین‌تر است و به‌کارگیری اصول مدیریت در اجزاء نظام اطلاعات فرهنگی سازمان پایین‌تر از حد متوسط بود.

راهنماها:

۱. ایجاد ساختارهای مناسب مانند ایجاد مدیر دانش یا مدیر سیستم‌ها در وزارت ارشاد
۲. توسعه دانش و مهارت‌های مدیریت اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای از طریق برگزاری کارگاه‌ها و همایش‌های آموزشی
۳. تأمین منابع مالی لازم برای توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در سطح وزارت
۴. توسعه زیرساخت‌های مورد نیاز مبتنی بر محیط‌های چندرسانه‌ای در وزارت
۵. داشتن استراتژی و مشخص نمودن چشم‌انداز و اهداف بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت مدیریت اطلاعات فرهنگی در سطح وزارت
۶. ایجاد بستری که در آن تسهیم و مبادله ایده‌ها، دانش و اطلاعات ارزشمند تلقی گردد (فرهنگ سازمانی مناسب و سودمند که حامی مبادله و انتقال دانش بین سطوح مختلف سازمان باشد).

منابع

- آزاده شاهی بیک، لیلا هاشمی (۱۳۸۴)، مهندسی مجدد منابع انسانی از طریق فناوری اطلاعات، تدبیر» دی ۱۳۸۴ شماره ۱۶۴.
- آقائی کوهساره، موسی، (۱۳۹۱)، مدیریت دانش و سازمان‌های یادگیرنده، نخستین همایش سالانه علوم مدیریت نوین، گرگان.
- احمدی، سید علی اکبر و صالحی علی (۱۳۹۱). مدیریت دانش. انتشارات دانشگاه پیمان نور، چاپ دوم.
- اخوان، پیمان و حیدری، صفانا: (۱۳۸۶). مدیریت دانش مشتری، رویکردی برای کسب مزیت رقابتی، نشریه مدیریت فردا، سال پنجم، شماره ۱۸.
- ربیعی، علی؛ زاهدی، شمس السادات؛ امینی، امین؛ (۱۳۹۳)، بررسی رابطه بین فرهنگ منابع انسانی در سطح ملی و سازمانی با مدیریت دانش (مورد مطالعه: مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی)، مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت» زمستان ۱۳۹۳ - شماره ۲۲.
- رهنورد، فرج الله و محمدی، اصغر (۱۳۸۸)، " (شناسایی عوامل کلیدی موفقیت سیستم مدیریت دانش در دانشکده‌ها و مراکز آموزش عالی تهران "، نشریه مدیریت فناوری اطلاعات، شماره ۳، صص ۳۷-۵۲.
- عسکری، علی (۱۳۹۰)، فرش باد فرهنگ: تجربه‌ای نو از سازمان‌های فرهنگی ایران و مدیریت آن‌ها، نشر امیر کبیر.
- داوینپورت، تامس اچ و پروساک لارنس (۱۳۷۹). مدیریت دانش. ترجمه حسین رحمان سرشت، تهران: نشر ساپکو.
- عطایی، مرتضی (۱۳۸۶)، فرآیند اجرایی مدیریت دانش در سازمان‌ها، مجله گسترش صنعت، سال چهارم، شماره ۱۸۲، صص ۳۲-۳۵.
- ملکی، رضا (۱۳۸۰). " بررسی وضعیت مدیریت اطلاعات فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی و ارائه الگوی پیشنهادی ". پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال.
- Cardoso, L. (2010). Role of Organizational Commitment in Knowledge Management: Exploring a Relationship, European Conference on Knowledge Management 11, Portugal, pp. 209-217.
- Chandra S. A. (2008). Knowledge Management for Administrative Knowledge and Decision Sciences. College of Business and Technology. Stripes; Hall 435 Western Illinois University, 61455. UAS.

- Davenport T.H, Jarvenpaa S, Beers M, Improving knowledge work processes, Sloan Management Review (1996); 37, 53-65.
- Gold, A. Malhotra, A. & Segars A.H “Knowledge management: an organization capabilities perspective”. (2010); Journal of Management Information System, 18(1), 185-214.
- Newmen, Brion. & Connord, W. Kurt. (1999); A framework for characterizing knowledge management methods. Theory Paper Km-Forum.Org. 30-35.
- Ruthven, I & Chowdhury, G. G. (2015), Cultural Heritage Information: Access and Management, ALA Neal_Schuman
- Sallis, E.& Jones, G. (2007) “knowledge management in Education”. Kogan page, London,p 17-1





پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی