

مدیریت آینده‌نگار راهبردی میراث فرهنگی ایرانی - اسلامی

سعید بکتاش* - دانشجوی دکتری مرمت بنا و بافت‌های تاریخی دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران.

احمد امین پور - دانشیار دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران.

بهشید حسینی - دانشیار دانشگاه هنر تهران، اصفهان، ایران.

چکیده

در جهان معاصر، ضرورت آگاهی از روند تغییرات و تحولات، منجر به شکل‌گیری شاخه‌نویسی موسوم به «مطالعات آینده»، «آینده پژوهی» و «آینده‌نگاری» گردید. این علم در پی آن است که نیروها و عواملی را شناسایی و درک کند که سبب تغییرات و تحولات بنیادین در زندگی بشر می‌شود. پژوهشگران این عرصه، روند نوآوری‌های فنی، تغییرات نظام ارزشی جوامع، مسایل امنیت داخلی، ژئوپلتیک، آلودگیها و بحرانهای محیط زیست، الگوهای جمعیتی و از همه مهتر مسایل فرهنگی را دنبال می‌کند و تلاش میکنند تا سناریوهایی برای تحولات آینده ارائه دهند و با توجه به این نکته که هویت و تمدن هر کشور در میراث ملموس و ناملموس به یادگار مانده از گذشتگان نمود می‌یابد و این میراث ماندگار باید حفظ شوند مدیریت سنتی و اتخاذ تدابیر غیرعلمی در این حوزه می‌تواند پیامدهای جبران‌نشدنی در پی داشته باشد زیرا این شیوه مدیریت توان رویارویی با نیازهای جدید جامعه را ندارد. بنابراین برای جلوگیری از این مشکلات باید میراث فرهنگی را تحت یک مدیریت واحد راهبردی قرار داد و از دانش بهروز و کارآمد مدیریتی در این حوزه به بهترین شکل استفاده نمود.

واژگان کلیدی: آینده‌نگاری، آینده پژوهی، مدیریت راهبردی، میراث فرهنگی.

Foresight Strategic Management of Cultural Heritage Islamic Iranian

Abstract

In the contemporary world, Necessity of the process of change causes a new branch of Science that called "future studies" or "futures" and "Foresight". This science seeks to identify the factors that cause fundamental changes in human life. rsearchers in this field to follow the Technical innovation process, Changes in the value system of society, Internal security issues, Geopolitical, Pollution and environmental crises, Demographic patterns And the most important cultural issues And trying to provide scenarios for future developments. The fact that, identity and culture of each country manifest in tangible and intangible inherited from the past. This inherited heritage will have been saved and traditional and unscientific management can cause irreparable consequences in this area because this style of management cannot solve the new community needs of society. Therefore, cultural heritage should be management strategy to avoid these problems and use up to date knowledge management in this area.

Key word: Cultural Heritage, Futures Studies, Foresight, Strategic Management.

میراث فرهنگی جامعه ایرانی - اسلامی برای حرکت در مسیر صحیح و فراهم ساختن بسترهای لازم جهت حفظ و نگهداری و نیز رشد و شکوفایی باید از دستاوردهای نوین در عرصه دانش استفاده کند. انتقادات وارد بر مدل سنتی مدیریت و اداره امور به علت تمرکز بر عوامل درونی و چشم انداز کوتاه مدت و عدم توجه جدی به آینده و آینده نگری در این حوزه، لزوم توجه مدیران و صاحب نظران این عرصه را به مدیریت آینده نگار راهبردی بیش از پیش نمایان می سازد. در دنیای معاصر، علاوه بر مدیریت فعالیتهای پیچیده درونی در ساختار میراث فرهنگی، چالش هایی مانند تغییر در متغیرهای سیاسی، اقتصادی، تکنولوژیک و اجتماعی، تغییرات در علائق، منافع و اقدامات سایر بخش های و سازمانهای دولتی و غیره وجود دارد. بنابراین مدیران ناگزیر از تجزیه و تحلیل و ارزیابی نظام مند و مستمر محیط فعالیت خود و استفاده از اطلاعات به دست آمده از این تجزیه و تحلیل ها هستند. جهت برخورد اثربخش با چالش های مذکور که بر توانایی این حوزه در سودآوری و توسعه فعالیتها تأثیر می گذارند، فرآیند مدیریت آینده نگار راهبردی مورد توجه قرار گرفته است. به اعتقاد مدیران، فرآیند مدیریت راهبردی به بهینه نمودن موقعیت در محیط رقابت کمک می کند و به مدیران توانایی پیش بینی دقیق تر تغییرات و دگرگونی ها را عطا کرده، آمادگی سازمان را در مقابل رویدادهای غیر قابل انتظار درونی و بیرونی افزایش می دهد. مدیریت راهبردی حاصل جمع و نتیجه ادغام فرآیندها و رویکردهایی مانند «طرح ریزی یا برنامه ریزی بلندمدت»، «مدیریت سرمایه گذاری جدید»، «طرح ریزی، برنامه ریزی و بودجه بندی» و «سیاست بازرگانی» است. بنابراین در حوزه میراث فرهنگی که بیانگر هویت تمدنی هر کشور است نیز باید از دستاوردهای نوین حوزه علوم انسانی استفاده نمود زیرا مدیریت سنتی و اتخاذ تدابیر غیرعلمی در این حوزه می تواند پیامدهای جبران نشدنی در پی داشته باشد. چالش های موجود در جهان امروز در عرصه میراث فرهنگی ضرورت استفاده از آینده نگاری و مدیریت راهبردی را نمایان می سازد.

آینده نگاری

آینده نگاری بازگردان واژه «پرسپکتیو»^۱ فرانسوی و

1. Prospective.

فورسایت^۲ انگلیسی است. واژه فورسایت نخستین بار سال ۱۹۳۲ توسط اچ جی ولز^۳، برای مطالبه راه اندازی دانشکده ها و پرورش استادان آینده نگاری، از شبکه تلویزیونی بی بی سی پخش شد. در اینجا آینده نگاری برای آشکار کردن احتمالات آتی و گزینه های عملیاتی تلاش می کند. اما آینده نگاری، با تعریف یونیدو^۴ (۲۰۰۴، ۱۵) برای نخستین بار اواخر دهه ۱۹۶۰ میلادی، در کشور ژاپن و بر پایه پیش بینی فناوری پدید آمده است. آن زمان کشور ژاپن برنامه ریزی برای پیش بینی فناوری را آغاز کرد که به اجرای دو مرحله ای روش دلفی^۵ و پیش بینی سسی ساله آینده علم و فناوری انجامید. از آن زمان تا کنون، تعاریف و روش های آینده نگاری دستخوش تغییرهای قابل توجهی شده اند. یونیدو آینده نگاری و آینده نگاری فناوری^۶ را دو واژه هم کاربرد معرفی می کند که از روش ها و مفاهیم مشابه بهره می برند، اما کاربرد عمده این روش ها در حوزه فناوری است. یونیدو برای تعریف آینده نگاری به اندیشه های بن مارتین^۷ و لوک جورجیو^۸ تکیه می کند.

بن مارتین در توصیف آینده نگاری تحقیقات^۹ می گوید: «آینده نگاری تحقیقات فرایند تلاشی نظام مند به منظور نگاه به آینده بلندمدت علم، فناوری، اقتصاد و جامعه است، با هدف شناسایی تحقیقات راهبردی و فناوری های عام نوظهوری که ممکن است به بیشترین منافع اقتصادی و اجتماعی بینجامند.» کوک جورجیو (۱۹۹۶) نیز آینده نگاری را اینگونه معرفی می کند «ابزاری نظام مند برای تشخیص و ارزیابی آن دسته از پیشرفت های علمی و فناورانه که می توانند بر رقابت صنعتی، تولید ثروت و کیفیت زندگی تأثیر بسیاری داشته باشند.»

یونیدو بر پایه این تعاریف ویژگی هایی همچون نظام مند بودن، درازمدت بودن (بین ۵ تا ۳۰ سال)، توجه همزمان به نوآوری فناورانه و کشش بازار، پشتیبانی ویژه از فناوری های عام نوظهور و توجه به بافتارهای اجتماعی را وجه تمایز آینده نگاری و دیگر ابزارهای برنامه ریزی برمی شمرد. یونیدو نگاه هارپر^{۱۰} به آینده نگاری را منعطف و متوجه به عناصر کلیدی

2. Foresight.
3. H. G. Wells.
4. Unido.
5. Delphi.
6. Technology Foresight.
7. Ben Martin.
8. Luke Georghiou.
9. Research Foresight.
10. Harper.

آینده نگاری می‌خواند: فرایند آینده نگاری دوره‌های پیاپی بازتاب آزاد، شبکه سازی، مشاوره و گفتوگو را در برمی گیرد که پالایش مشترک چشم‌اندازهای آینده و مالکیت مشترک راهبردها را در پی دارد و در پی بهره برداری از فرصت‌های بلندمدتی است که از طریق فشار علم، فناوری و نوآوری بر جامعه ایجاد می‌شود. این یک فرایند برای کشف فضای مشترک تفکر باز در مورد آینده و رستگاری برای رویکردهای راهبردی است.»

میشل گوده^۱، به عنوان یکی از برجسته‌ترین متخصصان آینده نگاری فرانسه، دریافت خود از آینده نگاری را بر نگرش گاستون برگر^۲ بنا می‌نهد. به عقیده برگر آینده نگاری نیازمند «دورنگری و گسترده بینی، تحلیل موشکافانه، اندیشیدن به نوع بشر و مخاطره پذیری است. گوده سه ویژگی تکمیلی را به آینده نگاری می‌افزاید:

- متفاوت دیدن؛ برای گذر از اندیشه‌های مرسوم؛
 - نگاه جمعی؛ برای اطمینان از حضور همه آنهايي که به کار مربوط هستند؛
 - کاربست روش‌ها با بیشترین دقت و مشارکت ممکن؛ با هدف کاهش گسیختگی‌های متداول در فرایندهای گروهی.
- تعریف دیگر آینده نگاری از سوی اسلاتر^۳ ارائه شده است. او آینده نگاری را فرایندی برای گسترش مرزهای ادراک از چهار طریق زیر میدانند:

- سنخش پیامدهای اقدام‌ها و تصمیم‌های کنونی (سنجش توالی)
- آشکارسازی و جلوگیری از مشکلات، پیش از پدیدار شدن آنها (هشدار و هدایت پیش‌دستانه)
- توجه به نیازمندی‌های کنونی آینده‌های ممکن (راهبردپذیری کنش‌گرایانه)
- تصویرسازی از آینده‌های مرجح و مطلوب (سناریونویسی) اوریل هورتون^۴ فرایند آینده نگاری را دارای سه مقطع و این گونه تعریف می‌کند: آینده نگاری سه مقطع متمایز دارد که عبارت اند از: داده آوری، آینده نگاری و برون‌داد. هر مقطع ارزشی فراتر از ارزش مقطع پیشین تولید می‌کند، همان گونه که خروجی‌ها زنجیره ارزشی اطلاعات را از اطلاعات صرف

1. Michel Godet.
2. Guston Berger.
3. Slaughter.
4. Averi Horton.

به ادراک، و نهایتاً درایت و فرزانیگی سوق می‌دهند. اگرچه این ارزش فقط در گام‌های پایانی فرایند آشکار می‌شود که با تاخیر زمانی قابل توجهی همراه است. هر مقطع همچنین دشوارتر، زمان گیرتر، انتزاعی‌تر و کیفی‌تر از مقطع پیشین می‌شود، هورتون این فرایند را سبب پدیدآمدن تصمیم‌هایی بسیار متفاوت با نبود فرایند می‌داند.

مقطع نخست فرایند آینده نگاری (داده آوری) دربرگیرنده فعالیت‌هایی برای تامین ورودی‌ها است: گردآوری، دسته‌بندی و تلخیص اطلاعات موجود. اطلاعات گردآوری شده از موضوع‌های معطوف به آینده، روندها، ایده‌ها، نشانه‌های زود هنگام و شگفتی سازها تشکیل می‌شوند که از منابع گوناگون همانند خبرگان، دانشگاه‌ها، شبکه‌های کسب و کار، شبکه‌های شخصی، مشتریان، تامین کنندگان، ادبیات موجود، دولت و دیگر گزارش‌ها، پژوهش‌ها و پیمایش‌های آینده نگاری تامین شده اند. روش‌های متعددی برای گردآوری این اطلاعات وجود دارد که از آن جمله میتوان به پوشش محیطی، دلفی، پیمایش، مطالعه نظام مند، نشست‌های ذهن انگیزی، تفکر انتزاعی و مصاحبه اشاره کرد. ویژگی اصلی این اطلاعات حجم بسیار زیاد، تنوع، هم پوشانی و گاهی اوقات تضاد بین آنها است. برای دسته‌بندی کردن، به داده‌های گردآوری شده ساختار و سازمان داده می‌شود. سپس با کاهش حجم و حذف اطلاعات زاید، چکیده‌هایی برای ارائه رساتر محتوا تهیه می‌شود. برای این فعالیت نیز روش‌هایی پیشنهاد شده است، همانند سناریوپردازی، فهرست نویسی و اولویت بندی، مقایسه نموداری، تولید ماتریس و تحلیل تاثیر متقابل.

مقطع دوم فرایند آینده نگاری، همان آینده نگاری واقعی است. در این مرحله اطلاعات گردآوری شده برای درک بهتر پیامدهای آتی آنها از دیدگاهی خاص بر سازمانی مشخص، بازگردانی و تفسیر می‌شوند. در این مرحله از انواع فعالیت‌ها، ابزارها، مهارتها و افراد برای یافتن پاسخ پرسش‌های زیر استفاده می‌شود:

- این اطلاعات برای سازمان ما چه مفهومی دارند؟
 - پیامدهای آنها برای ما چیست؟
 - امروز برای آنها چه می‌توان کرد؟
- هورتون عقیده دارد که این مقطع، به ویژه گام تفسیر اطلاعات، قلب فرایند است. اینجاست که بیشترین ارزش افزوده به دست می‌آید؛ که برای آینده چه می‌توانیم و چه کاری نمی‌توانیم بکنیم. تفسیر اطلاعات اگرچه حیاتی‌ترین گام

آینده نگاری است، به خوبی فهم نشده و روش‌های اندکی در اختیار دارد. مقطع سوم پروژه آینده نگاری (برونداد) جذب و ارزیابی دریافت‌های فکری است که به الزام و تعهد عملی سازمان می‌انجامد.

کوسا برای تعیین جایگاه آینده نگاری در برنامه‌ریزی، دسته‌بندی می‌تنبزرگ برای امور راهبردی را یادآور می‌شود. می‌تنبزرگ امور راهبردی را به دو دسته برنامه‌ریزی راهبردی (دارای رویکرد تحلیلی، منطقی، قیاسی و عملگرا برای پیشبرد اهداف) و تفکر راهبردی (با رویکردی شهودی، خلاق و پر آزمون و خطا، برای عبور از مرزهای تفکر منطقی و خطی) تقسیم کرده است. بر این اساس آینده نگاری نیاز برنامه‌ریزی راهبردی به تفکر راهبردی و خلاقیت غیرخطی را برطرف می‌کند. اما این سودمندی که کوسا یادآور شده است، به معنای محدود شدن نقش آینده نگاری به جزئی‌مقدماتی از مدیریت راهبردی نیست، زیرا آینده نگاری نیز از روش‌ها و ابزارهایی اختصاصی برخوردار است که به توصیه، تجویز و اقدام می‌انجامد. برای نمونه می‌توان به روش فناوری‌های کلیدی اشاره کرد که گزینه‌های برتر را برای سرمایه گذاری، اولویت بندی می‌کند. کوسا یکی از ویژگی‌های مهم آینده نگاری را که در نگرش هورتون و اسلاتر کم رنگتر است، ماهیت مشارکتی آینده نگاری میدانند. تعامل، گفتگو و شبکه سازی، همه ذینفعان (مردم) را وادار به تبادل نظر و به اشتراک گذاشتن دیدگاه‌ها و چشم‌اندازها می‌کند. او تعریف «راهنمای عملی آینده نگاری منطقه‌ای» فورن از آینده نگاری را بیشتر می‌پسندد: «آینده نگاری فرایندی نظام مند، گردآوری اطلاعات نگرش ساز و معطوف به آینده، در افق میان مدت یا بلند مدت است که تصمیم‌های امروز و اقدام‌های پیش برنده به هم پیوسته را هدف گرفته است. آینده نگاری از هم‌گرایی روندهای نهان شده در توسعه حوزه‌های دانشی تحلیل سیاست، برنامه‌ریزی راهبردی و آینده پژوهی پدید آمده است.»

کارگروه فورن با تاکید بر ارزش عنصر مشارکت در آینده نگاری بیان می‌کند: «تفاوت آینده نگاری و دیگر فعالیت‌های برنامه‌ریزی به بعد مشارکتی آینده نگاری مربوط می‌شود. ویژگی‌های معمولی آینده نگاری عبارتند از: سوگیری بلندمدت، بررسی گستره پهناوری از عوامل، توزیع شدگی به طور وسیع، خلق و ترویج شبکه‌ها و به‌کارگیری روش‌های رسمی. روش‌های رسمی نتایج عملیاتی‌تری به بار می‌آورند، سازگاری وجوه گوناگون دیدگاه‌ها را می‌سنجند، قدرت تشخیص را

می‌افزایند و فعالیت‌ها را قانونی می‌کنند. آینده نگاری نامی فراخوان کننده است که برجستگی روش‌های مشارکتی و تکنیک‌های آینده اندیشی راهبردی بلندمدت را پس از گذر از دوره روش‌های سنتی سیاست گذاری فرمایشی به عرصه وجود می‌کشاند.

برخی آینده نگاری را یکی از مفاهیم پایه‌ای آینده پژوهی برشمرده «آینده نگاری فرایندی است مبتنی بر گفت‌وگوهای اجتماعی معطوف به آینده، با حضور گروه‌های زیادی از خبرگان رشته‌های مختلف و نمایندگان همه ذینفعان یک موضوع و به منظور خلق چشم‌اندازهای همه جانبه و بلندمدت از آینده. نتیجه آینده نگاری مبنای برنامه‌ریزی راهبردی را تشکیل می‌دهد. در آینده نگاری مشارکت گسترده افراد و سازمان‌ها در فرایند انجام آن، علاوه بر آن که سبب می‌شود آینده از منظرهای گوناگون اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و ... بررسی شده و راه کارهای معماری آینده ارائه شود، انگیزه و باور عمومی برای شکل بخشیدن به آینده مطلوب را در سطح وسیعی ایجاد می‌کند. امروزه میزان مشارکت گسترده در آینده نگاری شاخصی از مردم سالاری دولت‌ها در حوزه سیاست گذاری عمومی به شمار می‌رود. این دیدگاه نیز ضمن تاکید ویژه بر مشارکت ساخت یافته مردمی در فرایند آینده نگاری، پیوند ذاتی این فرایند با تصمیم سازی و برنامه‌ریزی راهبردی را آشکار می‌کند.

آینده پژوهی

آینده پژوهی بازگردان اصطلاح فیوچرز استادی است. این علم/ فناوری نرم در میانه سده بیستم میلادی و در پژوهشکده رند^۱ در ایالات متحده آمریکا، پای به عرصه وجود نهاد (عالی زاده، ۱۳۸۸، ۱۴). «آینده‌پژوهی»^۲ شاخه‌ای از علوم انسانی است که با ویژگی‌های انسانی جامعه ارتباط تنگاتنگی دارد؛ از این رو، به مبانی نظری و فلسفی رایج در جامعه بستگی مستقیم دارد. بر این قیاس، آینده‌پژوهی دانشی ارزش‌بنیان است (مالاسکا، ۲۰۰۳، ۱۳) و به همین سبب ارتباطی تنگاتنگ و ناگسستگی با جهان‌بینی، ایدئولوژی و فرهنگ ملت‌ها دارد. در نتیجه، کاربرست آینده‌پژوهی نیازمند بهره‌گیری از نسخه بومی شده آن است. بدون تردید، ملتی که دانش تحلیل و مهندسی آینده را از دیگران تقلید کند، راه خطا در پیش گرفته و آینده خود را بر

1. Rand.

2. Futures Studies

پایه ارزش‌های دیگران توصیف کرده و خواهد ساخت. بنابراین یکی از اصلی‌ترین نیازمندی‌های بومی‌سازی آینده‌پژوهی در ایران، توجه به ارزش‌ها و نگرش‌های ملی و اسلامی است. برخی «آینده‌نگاری» را یکی از مفاهیم پایه‌ای آینده‌پژوهی بر می‌شمارند؛ «آینده‌نگاری فرآیندی است مبتنی بر گفت‌وگوهای اجتماعی معطوف به آینده، با حضور گروه‌های زیادی از خبرگان رشته‌های مختلف و نمایندگان همه ذی‌نفعان یک موضوع و به منظور خلق چشم‌اندازهای همه‌جانبه و بلندمدت از آینده. نتیجه آینده‌نگاری مبنای برنامه‌ریزی راهبردی را تشکیل می‌دهد. در آینده‌نگاری مشارکت گسترده افراد و سازمان‌ها در فرآیند انجام آن، علاوه بر آن که سبب می‌شود آینده از منظرهای گوناگون اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و ... بررسی شده و راه کارهای معماری آینده ارائه شود، انگیزه و باور عمومی برای شکل بخشیدن به آینده مطلوب را در سطح وسیعی ایجاد می‌کند. امروزه میزان مشارکت گسترده در آینده‌نگاری شاخصی از مردم‌سالاری دولت‌ها در حوزه سیاست‌گذاری عمومی به شمار می‌رود.» (پدرام، ۱۳۹۰، ص ۴۸). آینده‌نگاری فرآیندی از جنس پیش‌بینی^۲ را فراهم می‌کند، به این معنا که دورنماهای گوناگون را تصویر کرده و جامعه را برای استقبال از آینده آماده می‌سازد. این زمان است که باید با بهره‌مندی از بینش جدید، برای اقدام امروز تصمیم گرفت. میشل گوده^۳ در این باره می‌گوید: «آینده‌نگاری راهبردی^۴ پیش‌بینی را به خدمت اقدام در آورده و به هم‌افزایی‌های عظیم و استعدادی میان آینده‌نگاری و راهبرد تکیه می‌کند. ترکیب آرمانی رویکردی است که از سناریونویسی برای برنامه‌ریزی راهبردی بهره می‌برد.» (گوده، ۲۰۱۱، ص ۲۵). با این دیدگاه، آینده‌نگاری پاسخی طبیعی به نیازهای راهبردی است. تغییر رویکرد از پیش‌بینی به آینده‌نگاری را می‌توان با تحول علم‌شناسی اثبات‌گرا به مکاتب نوین علم‌شناسی متناظر دانست. از نظر اثبات‌گرایان یا پوزیتویست‌ها، رخدادهای اجتماعی همانند رخدادهای طبیعی نتیجه قوانین علی‌ازلی و ابدی هستند و وظیفه پژوهشگر اجتماعی نیز کشف این قوانین است. در این صورت باید بتوان همانند پیش‌بینی پیامدهای یک تغییر فیزیکی، تحولات اجتماعی را نیز پیش‌بینی کرد.

1. Foresight
2. Forecast
3. Michel Godet
4. Strategic Foresight
5. Positivist

اما اندیشمندان مکتب واقع‌گرایی انتقادی ضمن انتقاد به پیش‌بینی‌پذیری تحولات اجتماعی، از تفکر سناریویی حمایت کردند. در تفکر سناریویی به جای تلاش برای محدود کردن احتمالات، دامنه‌ای از احتمالات در نظر گرفته می‌شود که به برنامه‌ریزی پایدارتری می‌انجامد.

آینده‌پژوهی یک دانش ارزش‌بنیان است که از این نظر با تمام دانش‌های متداول دیگر - که نسبت به ارزش‌ها بی‌تفاوت هستند - متفاوت است. آینده‌پژوهی بدیل‌های گوناگون را در نظر گرفته و کنش‌گرانه آینده مطلوب خود را تصویر می‌کند. این دانش تلاش می‌کند تا با آشکار کردن دورنماهای ممکن و پیامدهای تصمیم‌های متفاوت، به مطالعه و ارتقای ارزش‌ها و رویه‌ها بپردازد. آینده‌پژوهی یک حوزه دانشی است، با این تفاوت که قلمرو پژوهش آن از دانش‌های عادی گسترده‌تر است، زیرا هدف پژوهشی آن به صورت تجربی ملموس نبوده و ذاتاً بر گمانه‌زنی استوار است. این هدف پژوهشی متفاوت سبب سوق یافتن آینده‌پژوهی به دانش‌شناسی بی‌مانندی شده است که آن را از تمام اصول و روش‌های دانش‌های دیگر متمایز می‌کند. (مالاسکا^۶، ۲۰۰۳، ص ۱۳).

آینده‌نگاری راهبردی

آینده‌پژوهی در ابتدا کار خود را با پیش‌بینی آغاز کرد. این پیش‌بینی شامل یک مجموعه فرایند خبره محور بود که با حدس و گمانه‌زنی درباره آینده بحث کرده و هیچ هدفی را برای تغییر در آینده پیشرو دنبال نمی‌کرد که نتیجه آن اثر انگیزشی نیز در میان مردم جامعه یا کارکنان سازمان داشته باشد. پیش‌بینی به خودی خود ارزشی ندارد، بلکه با پاس‌خدادن به پرسش‌های تصمیم‌گیران ابزاری برای کمک به فرایند تصمیم‌گیری است. ارزش پیش‌بینی به میزان سودمندی آن هنگام اخذ تصمیم بستگی دارد. هر پیش‌بینی که کیفیت تصمیم را بهبود بخشد، صرف نظر از این که در آینده چه رخ دهد، امری مفید است.

با وجود اینکه امروزه پیش‌بینی، همچنان یکی از حوزه‌های مهم و کلیدی آینده‌پژوهی است، اما از دهه ۷۰ میلادی آینده‌نگاری به سنت حاکم بر آینده‌پژوهی تبدیل شد. آینده‌نگاری از پیش‌بینی محض فراتر می‌رود، و به طراحی و معماری آینده مطلوب معطوف است. در اینجا آینده‌پژوهان

6. Pentti Malaska

به دنبال تغییر در آینده و برپایی هوشمندانه و تاحدی دلخواه آینده هستند. حضور و تاثیرگذاری حداکثری مردم و خبرگان در فرایندهای آینده نگاری، هویتی مشارکتی به آینده نگاری بخشیده و آن را به معیاری برای مردم سالاری دولت‌ها در سیاستگذاری عمومی تبدیل کرده است.

از سال ۱۹۹۰ برنامه‌های آینده نگاری بخشی، منطق‌های و ملی در سازمانهای دولتی و خصوصی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده است. حوزه‌های فعالیت آینده نگاری علم، فناوری، فرهنگ، محیط زیست و... بوده است، اما درسال‌های اخیر بیشتر برنامه‌ها بر حوزه‌های علم و فناوری تمرکز داشته اند. در حال حاضر آینده نگاری راهبردی، به عنوان یک ابزار تصمیم گیری دولت‌ها در فرایندهای سیاست گذاری علم و فناوری عمل میکند و در بسیاری از موارد سبب پاسخگویی به پرسش‌های راهبردی جامعه، در یک چشم‌انداز بلندمدت شده است. فعالیتهایی باعنوان آینده نگاری علم و فناوری، با سرعت بی سابقه‌ای در بیشتر کشورهای در حال توسعه، در حال پیگیری و اجرا است.

آینده نگاری راهبردی ابزاری برای درک آینده‌های محتمل، آمادگی بهتر برای رویارویی با آینده و تصمیم سازی برای نیل به آینده‌های مطلوب است. آینده نگاری راهبردی شامل تلاشی نظام مند برای بررسی و خلق آینده درازمدت علم، فناوری، اقتصاد، محیط و جامعه به منظور شناسایی فناوری‌های عام نوظهور، حوزه‌های پرمفعت اقتصادی و سایر حوزه‌های زیربنایی راهبردی است که به احتمال فراوان، بیشترین منافع اقتصادی، اجتماعی و سیاسی را خواهند داشت. بنابراین آینده نگاری راهبردی نوعی مدیریت و مهندسی جامع آینده و ایجاد فرصت برای ساختن آینده مطلوب است.

در بسیاری از موارد آینده نگاری راهبردی با سایر فعالیتهای مشابه، مانند پیشبینی و برنامه‌ریزی راهبردی اشتباه گرفته می‌شود. این نوع از آینده نگاری نباید با پیش بینی که دارای پیش فرض‌هایی ثابت در مورد چگونگی شکل گیری آینده است، اشتباه گرفته شود. آینده نگاری راهبردی به دنبال پیشگویی نیست، بلکه فرایندی است که با تمرکز بر خلق آینده در پی خلق چشم‌اندازهای مشترک از آینده است، چشم‌اندازهایی که مردم را بر آن میدارد که فعالیتهای امروز خود را با آنها منطبق سازند. آینده نگاری راهبردی جایگزین پیش بینی، آینده اندیشی و برنامه‌ریزی راهبردی نمی‌شود. هر یک از این فعالیتهای در فرایند آینده نگاری راهبردی نقش خود

را ایفا میکنند، و در بسیاری از موارد، به طور متقابل یکدیگر را حمایت میکنند.

آینده نگاری راهبردی کار خود را با شناسایی آینده‌های بدیل آغاز می‌کند و با بررسی آنها، امکان وقوع و اثربخشی هر انتخاب را مشخص میکند. بعد از این مرحله نوبت به انتخاب گزینه مطلوب براساس معیارهای امکان و اثربخشی میرسد (در واقع خروجی این مرحله لیستی از اولویت‌های برتر از تصاویر آینده میباشد).

پس از این انتخاب و مقایسه با وضعیت حال، برای رسیدن به گزینه انتخاب شده راه کارهای لازم آرایه می‌شود. از این مرحله، کار به فرایند برنامه‌ریزی راهبردی ارتباط داده میشود که از وظایف آینده نگاری راهبردی نیست. آینده نگاری راهبردی در شناسایی مقصد یا هدف تلاش میکند. آینده نگاری راهبردی فراتر از مجموعه‌ای از روش‌ها، فرایندی از مشاوره و تعامل بین جامعه علمی، ذینفعان دستاوردهای تحقیقاتی و سیاست گذاران است. این فرایند منظم و مستمر در پی خلق آینده‌های مطلوب در افق ده تا سی سال است. مهمترین هدف آینده نگاری راهبردی، تصویرسازی، خلق و ترسیم چشم‌انداز (آینده مطلوب) است، چرا که تعریف هدف ماهیت ارتباط با فرایند تصمیم گیری را مشخص میسازد. توصیف فرایند، روش‌ها و بنیان‌های فکری آینده نگاری راهبردی نیازمند تحلیل و تعمق در مفاهیم سازندهی آن است. به این منظور ابتدا مقدم‌های مفهومی درباره راهبرد، آینده نگاری و آینده پژوهی عرضه می‌شود. سپس چند روش مهم و کلیدی در فرایند آینده نگاری (راهبردی) به اختصار مرور شده و بستر مفهومی لازم برای فهم آینده نگاری راهبردی فراهم می‌شود. با مطالعه فرایند آینده نگاری راهبردی، راه برای تحلیل و بررسی تجربه دیگر کشورها در پیاده سازی آینده نگاری راهبردی هموارتر خواهد شد.

فرایند آینده نگاری راهبردی

از دیدگاه میشل گوده، رفتار محصول پیش نگری و پیش نگری مولود هدفمندی است، از این رو عمل بدون میراث انباشته هدف بی معنا است. بنابراین آینده نگاری و راهبرد نیز از یکدیگر جداشدنی نیستند «میراث انباشته، آینده نگاری و تحلیل راهبرد نشانگر هم گرایی و نقش مکمل دو رویکرد است».

گوده مفاهیم آینده نگاری، راهبرد (پردازی) و برنامه‌ریزی راهبردی را دارای هم پوشانی دانسته و آنها را دارای



مجموعه‌ای از تعاریف، مسائل و روش‌هایی می‌داند که به دلیل ابهام در واژه‌ها، از صراحت و شفافیت لازم برخوردار نیستند. او به همین سبب برای انتقال مفهوم و بیان وجه تمایز آینده نگاری، به فرایند اجرایی روی می‌آورد. گوده آینده نگاری را دارای جعبه ابزاری مناسب می‌داند که برای خلق زبان مشترک پروژه، مهار کردن تفکر جمعی و کاهش تورش ناگزیر افکار حاضران، به کمک مدیر می‌آید. برپایه این نگاه جعبه ابزاری، حل بسیاری از مسائل پیچیده امروز نیازمند کاربست نظام مند ابزارها است. بنابراین باید با تکیه بر روشهای پایه‌ای و تلاش برای بهبود آنها، به فرایند حل مسئله سامان داد. اگرچه در نگاه گوده، آینده نگاری و راهبرد (پردازی) نقاط مشترک فراوانی دارند، با تفکیک بین دو مقطع پیش نگرانه (مطالعه آینده‌های ممکن و مطلوب) و کنش گرانه (ارزیابی گزینه‌های راهبردی برای تحقق تغییر مطلوب و پیش‌انگیزی این تغییر)، تفاوت بین دو مفهوم روشن‌تر می‌شود «آینده نگاری راهبردی پیش‌بینی را به خدمت اقدام در آورده و به هم‌افزایی‌های عظیم و استعدادی میان آینده نگاری و راهبرد تکیه می‌کند. ترکیب آرامانی رویکردی است که از سناریونویسی برای برنامه‌ریزی راهبردی بهره می‌برد»

گوده پس از بحث درباره مفاهیم درهم تنیده برنامه‌ریزی، فلسفه آینده نگاری راهبردی خود را در قالب پنج پرسش پژوهشی مطرح می‌کند:

- پرسش ۱: چه چیز ممکن است اتفاق بیفتد؟ (سناریوها)
- پرسش ۲: چه می‌توانم بکنم؟ (گزینه‌های راهبردی)
- پرسش ۳: چه خواهیم کرد؟ (تصمیم‌های راهبردی)
- پرسش ۴: چگونه این کار را به انجام خواهیم رساند؟ (طرح‌های عملیاتی)

و یک پرسش بنیادین که پیش‌نیاز دیگر پرسش‌ها است: پرسش صفر: من چه کسی هستم؟

از این منظر، او انسان‌شناسی را مقدم بر آینده نگاری راهبردی می‌داند، که در کمترین نمود خود، در بیانیه ارزش (آینده پژوهان) و بیانیه مأموریت (مدیران راهبردی) و همچنین نقاط ضعف و قوت (مدیریت راهبردی) ظاهر می‌شود. البته این خودشناسی از جهان‌شناسی جدا نیست، به این معنا که انسان یا سازمان باید برای شناخت خود، جایگاهش در محیط پیرامون را نیز بشناسد. از نظر گوده، گذر از آینده نگاری به راهبرد در گذر از پرسش دوم به پرسش سوم روی می‌دهد. بر پایه

پرسشهای طرح شده گوده یک فرایند سه مرحله‌ای (و دارای ۹ گام) برای آینده نگاری راهبردی پیشنهاد می‌کند.

- هم‌اندیشی (تفکر جمعی)

این مرحله به شش گام تقسیم شده است. گام‌های یکم تا سوم مخاطبان را در فهم متغیرهای کلیدی یاری می‌کنند. گام چهارم شامل تحلیل ذینفعان و میزان سهام هر یک از ایشان است، تا بتوان پرسش‌های بهتری درباره آینده طرح کرد. گام پنجم کاهش عدم قطعیت پرسش‌ها برای پدیدآوردن محتمل‌ترین سناریوها، برپایه نظر خبرگان است. در گام ششم، سازگارترین پروژه‌های راهبردی گزینش می‌شوند؛ گزینه‌هایی که هم با هویت سازمان و هم با محتمل‌ترین سناریوها در محیط مربوطه سازگار باشند (گوده، ۲۰۱۱، ۲۹)

تصمیم‌گیری

در این مرحله دو گام مهم برای مشارکت تصمیم‌سازان و مدیران اجرایی سازمان گنجانده شده است. گام هفتم به ارزیابی منطقی گزینه‌های راهبردی و گام هشتم به گزینش کارشناسانه بین راهبردهای اولویت بندی شده اختصاص یافته است. فرایند گزینش به برجسته‌ترین مراجع اجرایی سپرده می‌شود.

طراحی عملیات

کاربرد عملی طرح راهبردی در گام نهم پی‌ریزی می‌شود. عقد قراردادهای توسعه سامانه‌های هماهنگی و برنامه‌ریزی سامانه پویا افق (پویا محیطی)، نمونه‌هایی از این اقدام‌ها هستند. گوده تاکید می‌کند که فرایند یادشده لزوماً خطی نیست و ممکن است حلقه‌هایی (به ویژه بین گام ۴ و ۹) پدید آیند. همچنین باید تا حد امکان (تا جایی که طبیعت محرمانه بعضی راهبردها اجازه می‌دهد) اعضای سازمان، از بالاترین تا پایین‌ترین سطح، در گام‌های مختلف فرایند مشارکت کنند. شایان توجه است که تغییرهای ساختاری دیگری نیز قابل تصور هستند. برای حل هر مسئله‌ای نیاز به پیمودن یک فرایند مفصل و کامل نیست. از نظر گوده روش‌ها باید برپایه مسائل پیش‌رو، محدودیت زمانی و فراهمی روش‌ها گزینش شوند. او همچنین به پرهیز از پیچیده کردن فرایند و روش‌ها اصرار دارد، زیرا خود مسائل و مشکلات به اندازه کافی پیچیده هستند.

هورتون نیز سه مقطع برای هرگونه فعالیت آینده نگارانه تعریف کرد: داده آوری (گردآوری، دسته‌بندی و خلاصه سازی داده‌ها)، آینده نگاری (ترجمه و تفسیر) و برون‌داد (جذب و ارزیابی).

فرایند عمومی‌تری نیز برای آینده نگاری راهبردی پیشنهاد شده است. این فرایند برخاسته از اندیشه‌های جوزف ورس است. عمومی سازی فرایند اگرچه نگاه کلان تر و جامع نگرتری را دنبال می‌کند، نگرش‌های مختلفی که نسبت به روش حل مسئله وجود دارد را حذف می‌کند. با این حال استفاده از مدل عمومی‌تر آینده نگاری راهبردی برای طرح مدل ملی سودمندتر است. برای آشنایی با مدل ورس، ابتدا با دیدگاه‌های اسلاتر، هاینس و بیشاپ شدیم.

بر پایه دیدگاه‌های مینتزبرگ، هورتون و اسلاتر، جوزف ورس (۲۰۰۳، ص ۱۵) یک «چارچوب عمومی از فرایند آینده نگاری راهبردی» پیشنهاد می‌دهد که تلاشی برای سطح بندی و دسته‌بندی جهانشمول کارکردها و روش‌های فرایند آینده نگاری راهبردی است. این فرایند پیشنهادی برای آینده نگاری راهبردی، همان فرایند آینده نگاری به آن افزوده شده است. انتخاب روش‌ها و فنون مختلف در هر گام، راهبردپردازی است، که یک گام سبب می‌شود که جزئیات فرایندهای مختلف با هم متفاوت باشند.

آینده نگاری فرهنگی ایرانی - اسلامی

تفاوت بارز آینده نگاری ایرانی - اسلامی در نگاه متفاوت آنها به آینده نگاری فرهنگی است. تعریف اسلامی - ایرانی فرهنگ سبب می‌شود که این حوزه مهم دو عرصه معنویت و فکر را نیز در بر بگیرد. شایسته است که برای مطالعه این موضوع مهم، نیم نگاهی به تعریف فرهنگ انداخته شود. در فرهنگ نامه دهخدا، ذیل واژه فرهنگ چنین توضیحی بیان شده است: «فرهنگ مرکب از «فر» که پیشوند است و «هنگ» از ریشه تنگ اوستایی به معنای کشیدن و فرهیختن و فرهنگ هر دو مطابق است با ریشه ادوکا که به معنی کشیدن و نیز به معنی تعلیم و تربیت است، به معنی فرهنگ است که دانش و ادب باشد». در فرهنگ معین نیز میتوان واژه فرهنگ (فرهنگ) را این گونه دریافت: «۱- ادب (نفس) تربیت ۲- دانش، علم، معرفت. وزارت فرهنگ: وزارت خانه‌ای که امور تعلیم و تربیت افراد مملکت را به عهده دارد. ۳- مجموعه آداب و رسوم ۴-

هاینس و بیشاپ^۱ آینده نگاری راهبردی را به عنوان «توانایی خلق دورنماهای شفاف و متعدد و به کارگیری بصیرت‌های نوپدید در راه‌های مفید سازمانی، همچون آشکارسازی شرایط نامساعد، هدایت سیاست‌ها، شکل دادن به راهبرد و کشف ابزارها، محصولات و خدمات نو» می‌شناساند. از این رو می‌توان ادعا کرد که آینده نگاری راهبردی در مقاطع مختلف راهبردنویسی به کار می‌آید. ایشان یک مدل شش مقطعی برای آینده نگاری راهبردی معرفی کرده اند:

- ۱- چارچوب سازی؛ رهنمودهایی برای سوگیری‌ها، تیم‌ها، طرز فکرها و اهداف فراهم می‌کند.
 - ۲- پویش؛ در برگیرنده رهنمودهایی مربوط به کل سامانه، پیشینه، بافتار و چگونگی پویش اطلاعات برپایه آینده موضوع است.
 - ۳- پیش بینی؛ با بهره مندی از یافته‌های پویش، رهنمودهایی نسبت به عوامل پیشران، نااطمینانی‌ها، ابزارها و بدیل‌ها ارائه می‌کند.
 - ۴- چشم‌انداز سازی؛ شامل رهنمودهایی است که بر تفکر درباره پیامدهای ناشی از پیش بینی و تصویر کردن دستاوردهای منظور شده برای سازمان تمرکز می‌کند.
 - ۵- برنامه ریزی؛ رهنمودهایی برای توسعه راهبرد و گزینه‌هایی برای دستیابی به چشم‌انداز ارائه می‌کند.
 - ۶- اقدام؛ حاوی رهنمودهایی برای کاربست نتایج، توسعه دستورالعمل‌های اجرایی و نهادینه کردن تفکر راهبردی و سامانه‌های اطلاعاتی است.
- تعریف اسلاتر از آینده نگاری راهبردی نیز شباهت بسیاری با تعریف هاینس و بیشاپ دارد. او همچنین برای درک بهتر این فرایند، چهار نوع روش را معرفی کرده است که می‌تواند در آینده نگاری راهبردی به کار آید:
- ۱- روش‌های داده آوری؛ که برای گردآوری اطلاعات (و جاسوسی) از منابع مختلف به کار می‌آیند.
 - ۲- روش‌های تحلیلی؛ که برای تحلیل و ارزیابی عوامل و ارتباط درونی آن‌ها به کار می‌آید و معمولاً نخستین اقدام برای ورود به درک عمیقتر و ریزبینانه‌تر است.
 - ۳- روش‌های گفتمانی پارادایمی که در پی تعمق بیشتر هستند.
 - ۴- روش‌های اکتشافی و تکرار شونده؛ برای کشف حالت‌های آینده و خلق دورنماهای ذاتاً آینده نگر.

مجموعه معارف و هنرهای یک قوم». به گفته تیلور^۱ فرهنگ به طور کلی عبارت است از مجموعه علوم، دانش‌ها، هنرها، افکار و عقاید، اخلاقیات، مقررات و قوانین و آداب و رسوم و دیگر آموخته‌ها و عاداتی که انسان‌ها به عنوان اعضای جامعه کسب می‌کنند محسوسی، در کتاب «فرهنگ علوم اجتماعی» دو معنی برای فرهنگ آورده است:

(الف) زمانی که این واژه بالاخص در مورد انسان به‌کار می‌رود، میزان آموزش و پرورش یا میزان توجه به پرورش اندیشه یا اشتغالات فکری را می‌رساند.

(ب) زمانی که این اصطلاح در انسان شناسی، مردم شناسی یا جامعه شناسی به کار می‌رود، معنایی بالنسبه متفاوت می‌پذیرد، که عبارت است از هر آنچه که در یک جامعه کسب می‌کنیم، می‌آموزیم و می‌توانیم انتقال دهیم.

از این تعاریف می‌توان تفاوت امور فرهنگی در تفکر اسلامی - ایرانی و سایر جوامع را دریافت. جالب است که هر چه تعریف فرهنگ اصیل‌تر شده و از بازگردان واژه Culture فاصله می‌گیرد، به فضای ارزشی رشد معنوی و فکری نزدیک‌تر می‌شود؛ اما در تعاریف علوم دیگر با واژگان انگلیسی، فرهنگ به مجموعه‌ای خنثی‌تر و ملموس‌تر مبدل می‌شود که با ذهن ماده‌گرا و سرمایه‌سالار قربت بیشتری دارد.

با رویکردهای متفاوت، سبک‌های متفاوت سیاست‌گذاری فرهنگی به دست می‌آید. همین تفاوتها باعث تصمیم‌گیری‌های متفاوت در جامعه ایرانی - اسلامی خواهد شد، که از ابتدای دیده بانی و داده‌آوری تا هنگام گزینش راهبردها و تدوین سیاست‌ها نمود بارزی خواهد داشت. بر اساس شواهد بسیار، دین و فرهنگ هم‌زاد هم هستند و سهم بزرگی از بالندگی و ماندگاری خود را وامدار یکدیگرند. از این رو نه دین بی فرهنگ داریم و نه فرهنگ بی دین. اگر توسعه و پیشرفت همه جانبه مد نظر باشد خالی از مقوله فرهنگ نخواهد بود. بنابراین نقش فرهنگ در توسعه راهبردهای آن انکارناپذیر می‌باشد. عناصر فرهنگ اسلامی مانند ایمان و اعتقاد واقعی به خدای یگانه و توانا، وجود معاد، عدالت، برابری و برادری، و... می‌توانند جامعه را از آسیب‌ها و تنش‌های دنیای معاصر نگاه دارند.

مدیریت راهبردی^۲

مدیریت راهبردی، مرکب از دو واژه مدیریت و راهبرد است؛ صاحب‌نظران مدیریت را فراگرد^۳ به کارگیری موثر و کارآمد منابع مادی و انسانی بر مبنای یک نظام ارزشی که از طریق برنامه‌ریزی، سازماندهی، بسیج منابع و امکانات، هدایت و کنترل عملیات، برای دستیابی به اهداف تعیین شده، صورت می‌گیرد، تعریف کرده‌اند. (رضائیان، ۱۳۷۹، ص ۸). فرهنگ لغات وبستر^۴ استراتژی یا راهبرد را علم و هنر به کارگیری نیروی بازوی جنگجو برای محافظت و نجات امکانات در یک جنگ تعریف می‌کند (کینز و دیگران، ۱۳۷۹، ص ۲۹). راهبرد یا راهبردها حاصل فرآیند برنامه‌ریزی راهبردی و یا بینش و تجربه شخص کارآفرین هستند و عبارت است از برنامه‌ای جامع، منسجم و کامل که برای تحقق اهداف اساسی سازمان تدوین می‌گردد. بنابراین راهبرد نوعی برنامه است که برای نیل به مقاصد و اهداف اصلی سازمان تدوین می‌شود و تعیین‌کننده نوع خدمات یا محصولاتی است که سازمان به جامعه عرضه می‌کند و الگوی نحوه پاسخ‌گویی سازمان به محیط را شکل می‌دهد. همچنین راهبرد، کارکنان و سایر منابع سازمان را با توجه به چالش‌ها و مخاطرات موجود در محیط، برای نیل به اهداف کلی سازمان بسیج می‌کند و مسیر واحدی را برای تحقق آن اهداف مشخص می‌سازد؛ تا با به کارگیری منابع موجود، تحقق اهداف جامع سازمان عملی گردد. راهبرد به منزله الگوی تصمیم‌هایی است که در سازمان اخذ می‌شود و فعالیت‌ها و نتایج را شکل می‌دهد. راهبردهای خوب، ابزارهایی رقابتی به‌شمار رفته و راهبردهای نامناسب، ضعف‌های عمده برای سازمان محسوب می‌شوند. (رضائیان، ۱۳۷۹، ص ۲۱۰). راهبرد جهت‌گیری‌های عمده سازمان را معین می‌کند و رهنمودهایی برای تخصیص منابع در مسیر کسب هدف‌های بلندمدت سازمانی ارائه می‌دهد. انتخاب راهبرد، کاری پیچیده و حتی مخاطره‌آمیز است؛ زیرا هر راهبرد، سازمان را به یک محیط رقابتی خاص هدایت می‌کند و چگونگی برنامه‌ریزی مدیران برای تطبیق قوت‌ها و ضعف‌های سازمان با فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی را معین می‌سازد. مدیریت راهبردی (یا استراتژیک) عبارت است از هنر و علم تدوین، اجرا و ارزیابی تصمیمات وظیفه‌ای چندبعدی در امور مدیریت، بازاریابی، مالی،

2. Management Strategic

۳. تغییر به سوی هدف با استفاده از سازو کار بازخورد را فراگرد گویند.

4. Webster

1. Taylor

تحقیق و توسعه و سیستم‌های اطلاعات رایانه‌ای که سازمان را قادر می‌سازد به اهداف بلندمدت خود دست یابد (دیوید، ۱۳۷۹، ص ۲۴).

مدیریت آینده نگار راهبردی میراث فرهنگی

میراث فرهنگی شامل آثار ملموس^۱ و ناملموس^۲ باقیمانده از گذشتگان است که نشانگر حرکت انسان در طول تاریخ می‌باشد و شناسایی آن زمینه شناخت انسان و حفظ هویت و شخصیت فرهنگی جامعه است. آنچه که از دیروز تحت‌عنوان میراث فرهنگی به دست ما رسیده است از ویژگی‌های بسیاری برخوردار است، از جمله آنکه، بستری برای رشد و نمو خلاقیت‌ها، استعدادها و نمودهای بارز انسانی، اساس و بنیان هویتی و فرهنگی، تکیه‌گاهی برای زندگی و رشد و بالندگی، اوج‌گیری، تکیه‌گاهی از خرد و هویت و دانایی و ... است.

میراث فرهنگی حامل مکتب و بستر زایش مکتب است که بر پایه مکاتبی چون تبریز، شیراز و اصفهان و ... شکل گرفته و در سطح آموزش عالی همچون دانشگاهی به وسعت جامعه و کلاس‌های درسی چون تخت جمشید، نقش جهان، پاسارگاد، بیستون، بافت‌های تاریخی و بناهای بارزش است. میراث فرهنگی مرکز تولید اندیشه و دانایی با ذخیره‌ای گرانقدر از عالمانی چون فردوسی، سعدی، حافظ، ابوریحان و ابوعلی سینا و آثار و رساله‌ها و کتبی گرانبها و ماندگاری که از شمار بیرون است. میراث فرهنگی شاکله وحدت و یکپارچگی ملت است. وجه مشترک همه اقوام و خرده فرهنگها در سرتاسر ایران امروز و دیروز است. این میراث محل انباشت ثروت ملی و میراث تمدنی است. تمامی داشته‌ها و دارایی‌های تاریخی، معنوی و طبیعی کشور را دربر می‌گیرد و بستر گسترده‌ای برای سرمایه‌گذاری مادی و بهره‌برداری است. میراث فرهنگی میراث ملی و جهانی و سرمایه معنوی تمام نسلهاست که فرصت‌ها، قابلیت‌ها و ظرفیت‌های بسیاری برای استفاده دارد. در این حوزه، به دلیل کیفی بودن و قابل تفسیر بودن فعالیت‌ها، رسیدن به اجماع درباره چشم‌اندازها (در مقایسه با سایر حوزه‌ها نظیر حوزه صنعت) به مراتب پیچیده‌تر است. تفسیرها و تاویل‌های مختلف از مضامین، مفاهیم و واژه‌های موجود در حوزه مذکور نیز، به این پیچیدگی دامن می‌زند. به این ترتیب، برای مدیریت آینده نگار راهبردی در حوزه میراث فرهنگی، با

1. Tangible
2. Intangible

شناخت و آگاهی از اصول و مبانی ارزشی حاکم در این حوزه و با تکیه بر دانش جدید در حوزه مدیریت راهبردی و آینده نگار، رسالت یا ماموریت‌های اساسی هر یک از حوزه‌های فرعی‌تر حوزه میراث فرهنگی باید تدوین گردد و در قالب چشم‌انداز مشترک، اشتراک نظر به وجود آید تا مراحل بعدی به صورت منطقی طی شود. آگاهی از راهبردها فعلی و چگونگی شناخت، برآورد و دستیابی راهبردها، مرحله بعدی است. به نظر می‌رسد ارزیابی راهبردهای فعلی، انتخاب و تدوین راهبردهای منطقی‌تر و منسجم‌تر را تحت تاثیر قرار می‌دهد. در مراحل بعد، تجزیه و تحلیل خارجی و داخلی است که می‌تواند همزمان صورت پذیرد. محیط، به مجموعه عواملی اطلاق می‌شود که خارج از حوزه میراث فرهنگی قرار دارند و بر عملیات و راهبردهای آن تاثیر می‌گذارند. عمومی‌ترین مولفه‌های محیط شامل قوانین و مقررات، شرایط اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، مشتریان، تکنولوژی، گروه‌های ذی نفع، دولت، جامعه، سازمان‌های غیر دولتی و در سطحی بالاتر، نظام ارزش‌ها یا بایدها و نبایدها، باورها و مفروض‌هاست. در بعد محیط داخلی، عواملی نظیر نیروی انسانی، مقررات و روش‌های انجام کار، ساختار و تشکیلات، منابع مالی، ظرفیت فیزیکی و ... مطرح است. نظام مدیریت آینده نگار راهبردی میراث فرهنگی باید به امر تعیین سیاست‌های کلان، تدوین برنامه‌های آینده نگار راهبردی، هدایت و انجام نظارت عالی بر فرایند انجام مهندسی فرهنگی بپردازد. این نظام در سه عرصه آینده نگار راهبردی (مدیریت عالی نظام)، پشتیبانی (مدیریت میانی نظام) و اجرایی (مدیریت عملیاتی نظام) به منظور تحقق نقشه مهندسی فرهنگی کشور، باید سامان دهی می‌شود. بدیهی است در هر حوزه، سازمان‌ها، نهادها و تشکیلاتی مسولیت انجام وظایف و ماموریت‌های محوله را بر عهده خواهند گرفت. انجام وظایف مدیریت آینده نگار راهبردی، اساسی‌ترین الزام برای اجرای نقشه مهندسی کشور است. در حقیقت، در صورت اعمال اختیارات مدیریت آینده نگار راهبردی است که ساختارهای موجود کشور، اعم از سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی در جهت تحقق فرهنگ هدف، هدایت و جهت داده می‌شوند و کارکردهای مورد انتظار را تولید می‌کنند.

نتیجه‌گیری و جمع‌بندی

آینده‌نگاری فرآیندی است مبتنی بر گفت‌وگوهای اجتماعی معطوف به آینده، با حضور گروه‌های زیادی از خبرگان

رشته‌های مختلف و نمایندگان همه ذی‌نفعان یک موضوع و به منظور خلق چشم‌اندازهای همه جانبه و بلندمدت از آینده. نتیجه آینده‌نگاری مبنای برنامه‌ریزی راهبردی را تشکیل می‌دهد. مدیریت آینده نگار راهبردی در حوزه میراث فرهنگی نیز تلاشی سازمان یافته و منسجم برای اخذ تصمیمات و اقدام شایسته است. بدون شک استفاده صحیح از دانش مدیریت آینده نگار راهبردی این امکان را می‌دهد تا علاوه بر ایجاد امکان مصونیت و پیشگیری، موقعیت خود را در قبال تهدیدات بالقوه و بالفعل و حتی چالش‌های حاضر و آینده بهبود بخشیم و از حالت انفعال درآوریم. در هر عملیات راهبردی، شناخت دقیق وضعیت داخلی امری بدیهی است، زیرا آگاهی از رسالت میراث فرهنگی، اهداف، وظایف، ساختار وضعیت نیروی انسانی، منابع مالی، امکانات، ظرفیت‌ها، توان‌های بالقوه و بالفعل و شناخت قوت و ضعف در این حوزه، اهمیت بسیار دارد. در طول سالیان گذشته شناخت سطحی و غیر دقیق برنامه ریزان این حوزه نسبت به مسائل داخلی، امکان تصمیم گیری صحیح و به موقع را از آنان سلب می‌کرد. در حوزه میراث فرهنگی شناخت محیط جهانی و منشورهای بین المللی و شناخت مخاطبان باید به روز و عمیق باشد. شناخت مخاطبان و درک نیازها، خواسته‌ها و انتظارات آنان با توجه به فاکتورهای و مولفه‌های فرهنگی در جغرافیای تمدنی ایرانی و اسلامی از اولویت هاست. بعد از ترسیم دقیق رسالت و یا ماموریت اصلی و اهداف و وظایف، ترسیم چشم‌انداز امری مهم به شمار می‌رود. باید توجه داشت چشم‌انداز باید به صورت حقیقی باشد، نه تشریفاتی. در گذشته ترسیم تشریفاتی و غیر علمی چشم‌انداز در این بخش معضلات بسیاری فراهم نموده، به گونه‌ای که، ماموریت‌ها و وظایف مبهم ترسیم شده، حتی به صورت متناقض و متداخل و دست نیافتنی بودند و یا حالتی شعاری داشتند. بنابراین بازنگری و بازخوانی اهداف در دو بخش کلان و عملیاتی در حوزه میراث فرهنگی حائز اهمیت است. مهمترین مرحله در فرآیند مدیریت راهبردی، تعیین راه دستیابی به اهداف کلان و عملیاتی در حوزه میراث فرهنگی است؛ البته باید توجه داشت میان سیاست و راهبرد باید فرق قائل شد، زیرا سیاست رویکرد به نحوه تحقق اهداف است، حال آنکه راهبرد نحوه دستیابی به اهداف است. تلاش منظم و سازمان یافته برای اجرای عملیات راهبردی را که دربردارنده نحوه تحقیقی راهبرد است، برنامه‌ریزی راهبردی می‌نامند. از ویژگی‌های ذاتی این برنامه، ترتیب منطقی مراحل، هماهنگی عناصر سازمانی، تعریف جایگاه و نقش هر یک و هم

زمان بندی و توزیع دقیق منابع است. برنامه می‌تواند به صورت کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت ترسیم شود. باید توجه داشت که در برنامه‌ریزی‌های فرهنگی، برنامه‌های بلند مدت کارساز خواهد بود و در آنها پیش بینی ساز و کارهای کنترل، نظارت و ارزشیابی به موقع از اهمیت به سزایی برخوردار است.

پی‌نوشت

۱- **روش دلفی:** روش دلفی را پژوهش گران مؤسسه رند، در سال ۱۹۵۳ با هدف ارزیابی آینده، ابداع کردند. هدف از دلفی، سنجش آرای خبرگان درباره یک موضوع (معمولاً آینده یک موضوع) و کاهش واگرایی میان آنها است. روش دلفی در حوزه‌های گوناگونی به کار گرفته می‌شود. به طور کلی می‌توان پنج کاربرد عمده برای آن معرفی کرد، هر چند که گستره کاربردها به هیچ عنوان محدود به این موارد نیست:

- تعیین یا توسعه شماری برنامه‌های بدیل.
- بررسی یا آشکارسازی فرضیات یا اطلاعاتی که مبنای داورهای متفاوت هستند.
- جستجوی اطلاعاتی که ممکن است به ایجاد توافق در بین گروه پاسخ دهندگان بیانجامد.
- مرتبط کردن قضاوت‌های آگاهانه در مورد موضوعی که گستره وسیعی از رشته‌های گوناگون را در بر می‌گیرد.
- آشنا ساختن گروه پاسخ دهندگان با جنبه‌های متنوع و به هم مرتبط موضوع.

دلفی بر خلاف سایر روش‌های گردآوری داده و تحلیل، از تکرارهای چندگانه برای ایجاد توافق بین متخصصان و نخبان در یک موضوع خاص که دانش موجود در مورد آن ناکافی یا غیر قطعی است، استفاده می‌کند. این تکرارها یک فرآیند بازخوردی ایجاد می‌کنند که مشکل از چند دور است. در هر دور هر مشارکت کننده به پرسشنامه‌ای جواب می‌دهد. در پایان هر دور این پرسشنامه‌ها به پژوهشگر یا گروه پژوهشگران بازگردانده می‌شود. پژوهشگران پرسشنامه‌ها را جمع بندی و ویرایش می‌کنند و به هر یک از شرکت کنندگان دیدگاه کل گروه و شاید دلایل موافق و مخالف نظرات مختلف را منتقل می‌نمایند. این فرآیند در چند دور تکرار می‌شود و در خلال این دورها هر شرکت کننده از عقاید مختلف در مورد موضوع مورد بحث و دلایل آنها مطلع می‌شود. فرآیند بازخورد به شرکت کنندگان امکان می‌دهد و آنها را تشویق می‌کند که قضاوت‌های پیشین خود را بررسی و اصلاح کنند. به این

منابع و ماخذ

- امیرخانی، امیر حسین و شهبازی، مهدی و بهمن چوبستی، اکبر (۱۳۹۰) شناسایی عوامل محیطی موثر در برنامه‌ریزی راهبردی فرهنگی کشور، مجله فرهنگ در دانشگاه اسلامی، سال پانزدهم، شماره ۲، ص ۱۱۱ - ۱۳۶.
- داوری، دردانه و شانه ساززاده، محمدحسین، (۱۳۸۰) مدیریت استراتژیک از تئوری تا عمل، تهران، انتشارات آتنا.
- دیوید، فردآر، (۱۳۷۹) مدیریت استراتژیک، مترجمان علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی، تهران، انتشارات پژوهش‌های فرهنگی.
- رضائیان، علی، (۱۳۷۹) مبانی سازمان و مدیریت، تهران، انتشارات سمت.
- طبرساز، غلامعلی، (۱۳۸۲) تعیین چالش‌های فراروی سیاستگذاری در حوز فرهنگ، تهران، انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- فرهی بوزنجانی، برزو، (۱۳۸۷) مدیریت راهبردی مهندسی فرهنگی، مجله رشد علوم اجتماعی، دوره ۱۲، شماره ۱، ص ۲۰ - ۲۵.
- کینز، تام و دیگران، (۱۳۷۹) طرح ریزی واحدهای صنعتی، مترجم رضا زنجیرانی فراهانی، تهران، انتشارات ترمه.
- پدرام، عبدالرحیم، جلالی‌وند، عباس، (۱۳۹۰) آشنایی با آینده‌پژوهی، تهران: مرکز آینده‌پژوهی علوم و فناوری‌های دفاعی.
- عالی‌زاده، عبدالرضا، (۱۳۸۸) آینده‌پژوهی چه نسبتی با برنامه‌ریزی استراتژیک دارد؟، تهران: هنر رسانه اردیبهشت.
- Bell, Wendell, Foundation of Futures Studies: History, Purposes and Knowledge, Transaction Publishers, 2003.
- Godet, Michel, Durance, Ph., Strategic foresight for Corporate and Regional Development, DUNOD, 2011.
- Kuosa, Tuomo, Practicing Strategic Foresight in Government. S. Rajaratnam School of International Studies, Nanyang (Singapore), 2011.
- Malaska, Pentti, Futures and Penetration to the Futures, Acta Futura Fennica, Helsinki, 2003.
- Unido, Foresight Methodologies, Unido, 2004

ترتیب در یک پژوهش به روش دلفی، نتایج دوره‌های گذشته در مورد موضوعی خاص می‌تواند در دوره‌های بعدی تغییر کند. پژوهشگرانی که روش دلفی را به کار می‌گیرند، اگرچه نظرات افراد مورد مطالعه را بررسی می‌کنند اما هدف آنها پیش بینی گزینه‌های بدیل ممکن برای آینده، بررسی احتمال وقوع هر یک از این گزینه‌ها و بررسی میزان مطلوبیت آنها با تکیه بر مهارت و تخصص پاسخ دهندگان است. همچنین تمامی پژوهش‌های مبتنی بر دلفی، عمل محور هستند و هدف نتایجشان تأثیرگذاری بر عمل یا اندیشه تصمیم گیران است (بل^۱، ۲۰۰۳، ص ۲۶۲).

۲- میراث فرهنگی ناملموس: «میراث فرهنگی ناملموس به معنای رسوم، بازنمایی‌ها، تجلیات، دانش‌ها، مهارت‌ها، و نیز ابزارها، اشیاء، دست‌ساخته‌ها، و فضاهای فرهنگی مرتبط با آنها است که جوامع، گروه‌ها، و در بعضی از موارد، افراد به عنوان بخشی از میراث فرهنگی خود می‌شناسند. این میراث فرهنگی ناملموس که از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود پیوسته توسط جوامع و گروه‌ها در پاسخ به محیط، تعامل با طبیعت و تاریخشان بازآفرینی می‌شود و حس هویت و تداوم را برایشان به ارمغان می‌آورد، و بدین ترتیب احترام به تنوع فرهنگی و خلاقیت بشری را ترویج می‌دهد.» (کنوانسیون یونسکو برای پاسداری از میراث فرهنگی ناملموس، ۲۰۰۳). میراث فرهنگی ناملموس در زمینه‌های زیر متجلی می‌شود:

- آیین‌های شفاهی، شامل زبان به عنوان محمل میراث فرهنگی ناملموس (آوازه‌ها، لالایی‌ها، آواهای کار، مثل‌ها، شعرخوانی‌ها، و ...)
- هنرهای اجرایی (موسیقی، رقص، نمایش سنتی، خیمه‌شب‌بازی، نمایش عروسکی، نقاشی، خوش‌نویسی، و ...)
- آیین‌های اجتماعی، مراسم، مناسک و فستیوال‌ها (جشن‌ها، بازی‌ها، مراسم آیینی، اعیاد و ...)
- دانش و کردارهای مربوط به طبیعت و جهان هستی (طب سنتی، معماری سنتی، نجوم سنتی، دانش‌ها و مهارت‌های سنتی بهره‌گیری از منابع انرژی، و ...)
- صنعت‌گری سنتی (مهارت‌ها و فنون در حوزه‌های سفال‌گری، کاشی‌کاری، صنایع چوب، نساجی، و ...).

1. Wendel Bell