

کمال مدیریت

ویژه‌نامه مدیریت دولتی و چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران

شماره ۸ و ۹ - زمستان ۱۳۸۳ و بهار ۱۳۸۴

صص ۱۴۱-۱۳۳

## جامعه‌شناسی چشم‌انداز: فرهنگ گذشته‌نگر و ساختار آینده‌نگر

دکتر آرین قلی‌پور\*

### چکیده

چشم‌انداز به عنوان ساختاری آینده‌نگر مطرح است که در صدد جهت‌دهی کنش‌های انسانی در آینده‌ای مفروض است. هر چند نمی‌توان قدرت چشم‌انداز را در این زمینه نفی کرد ولی ساده‌سازی واقعیت است اگر بتوان کنش را صرفاً معلول و گرفتار آن فرض کرد. در این مقاله سعی شده است با رویکرد جامعه‌شناختی؛ فرهنگ گذشته‌نگر، کانون کنترل بیرونی، عزت نفس پایین و خود-کفایتی پایین که در شکل‌گیری کنش‌ها و فعالیت‌های ملت ایران نقش اساسی دارند، در ارتباط با چشم‌انداز به عنوان چالش‌های جدی پیش رو مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرند.

مفاهیم راه‌نما: فرهنگ گذشته‌نگر، ساختار آینده‌نگر، قدرت اراده، قدرت چشم‌انداز،

قدرت روش

## مقدمه

برای بسیاری از مدیران اجرایی کشور این سؤال مطرح بوده است که چرا تئوری‌های غربی در ایران به گونه‌ای که در خود غرب کار می‌کنند، عملی نمی‌شوند. با وجود این همه شکست‌های پیدری تئوری‌ها در عمل هنوز دانشگاه بر این اعتقاد خود اصرار می‌ورزد که «هیچ چیز عملی‌تر از یک تئوری خوب نیست» [۱]. ولی تعدد شکست‌ها مدیران اجرایی را به تئوری‌های هراسی و عمل پرستی سوق داده است تا اینکه عده‌ای به این باور ذهنی رسیده‌اند که «هیچ چیز خطرناک‌تر از یک تئوری بد نیست» [۲] و عده‌ای دیگر نیز با تأسی به دکارت برای فهم عامه اصالت قائلند و معتقدند که تئوری یک زبان فنی غیرضروری آکادمیک و پدیده زشتی است که در دنیای عمل نیازی به آن نیست. این سه رویکرد خوب، بد و زشت به تئوری همچنان در کنار هم به بقای خود ادامه می‌دهند و طرفداران هر کدام از باور خود دفاع و باور مقابل را نفی می‌کنند.

مسئله اساسی مدنظر این مقاله پیچیده‌تر از پیش‌بینی‌های تئوری جزئی و محدود است. چرا مدیران اجرایی نمی‌توانند این پیش‌بینی‌ها را باور کنند و بالاتر از آن آیا این مدیران که نمی‌توانند قدرت پیش‌بینی تئوری‌های جزئی و خاص را باور کنند می‌توانند جمله زیر را باور کنند:

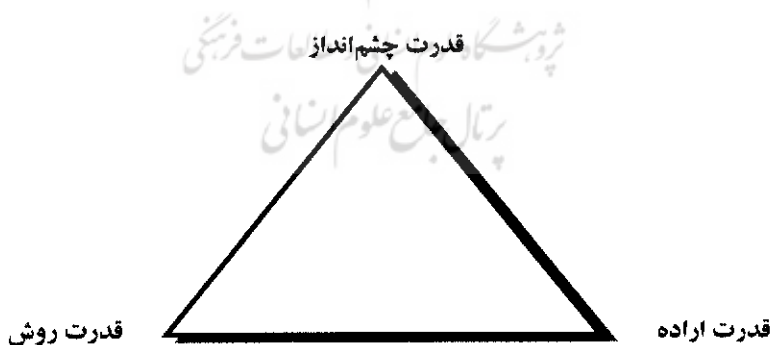
«ایران کشوری است توسعه یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه، با هویت اسلامی و انقلابی، الهام‌بخش در جهان اسلام و با تعامل سازنده و مؤثر در روابط بین‌الملل».

این چشم‌انداز بیست‌ساله جمهوری اسلامی ایران است، مسلماً کسی می‌تواند چنین چشم‌انداز و دورنمای مطلوبی را باور کند که در یک فرهنگ آینده‌نگر پرورش یافته باشد و دارای عزت نفس بالا، احساس کفایت از خود بالا و دارای

کانون کنترل درونی باشد.

در این مقاله چشم‌انداز ساختاری فرض می‌شود که آینده‌نگر است و قصد دارد کنش‌های ملت ایران را در افق زمانی بیست‌ساله جهت بدهد. آگاهی از همه ویژگی‌های چشم‌انداز از نظر خواننده مفروض گرفته می‌شود. این مقاله به طرح مساله می‌پردازد و چگونگی عملی کردن راهکارهای پیشنهادی را به تحقیقات آتی واگذار می‌کند.

چشم‌انداز بیست ساله جمهوری اسلامی ایران ترسیم دورنمای مطلوب کشور در ۲۰ سال آینده است و از طریق تصویرپردازی [۳] از آینده می‌خواهد تلاش‌های همگان را در جهت تحقق آن بسیج کند. بیگمان این چشم‌انداز در خلاء شکل نخواهد گرفت و باید توسط مردم کشور تحقق پیدا کند. یعنی قدرت اراده مردم و قدرت فرایندها و روش‌ها در کنار قدرت چشم‌انداز این تحقق را قطعیت و حتمیت می‌بخشد. در این مقاله تاکید بر "قدرت اراده" خواهد بود و در قالب شخصیت و فرهنگ به تحلیل آن پرداخته خواهد شد.



برای تحقق چشم‌انداز و ایجاد همت در مردم بویژه مدیران توجه به موارد زیر امری ضروری به نظر میرسد:

۱. ایجاد فرهنگ آینده‌نگر؛
۲. شکل دهی کانون کنترل درونی؛
۳. افزایش عزت نفس؛
۴. ایجاد باور خود-کفایتی.

از آنجائی که هیچ تحقیق تجربی در کشور این مفاهیم را مورد مطالعه قرار نداده است، مؤلف براساس مشاهدات و بینش خود به برقراری روابط بین اینها می‌پردازد و وجود چنین وضعیتی در کشور را فرض می‌گیرد. هدف از اقرار به عدم کفایت یا نبود مطالعات تجربی در مورد هر کدام از این مفاهیم در ایران به این دلیل نیست که مقاله از انتقادات احتمالی جلوگیری کند بلکه تأکید بر ضرورت انجام تحقیقات ملی در این زمینه‌ها است.

### ایجاد فرهنگ آینده‌نگر

فرهنگ ایران به لحاظ بعد زمانی گذشته‌نگر است. بعضی از فرهنگها، تأکید بر گذشته، بعضی تأکید بر حال و بعضی تأکید بر آینده دارند. فرهنگ گذشته‌نگر تأکید خاص بر سنتها و رعایت الزامات اجتماعی دارد [۴]. تحقیقات در مورد کشورهای آسیایی همچون هنگ‌کنگ، ژاپن، کره و تایوان نشان داده است که رابطه بسیار قوی بین گرایش بلندمدت (آینده‌نگری) و رشد اقتصادی کشور وجود دارد [۵]. به نظر می‌آید چشم‌انداز به عنوان ساختاری که می‌خواهد کنش‌های یک کشور را در ۲۰ سال آینده جهت دهد با فرهنگ آینده‌نگر تناسب بیشتری دارد. ملتی که صرفاً مغرور و مفتخر به فرهنگ گذشته خود باشد و آینده خود را نسازد، مجبور است هر روز فرهنگ گذشته خود را آنچنان که دلش می‌خواهد بازسازی کند ولی این کار بهایی ندارد.

بدون تردید یکی از وظایف اصلی رهبران در هر جامعه‌ای، تخریب، ایجاد و تقویت فرهنگ است [۶]. از اینرو باید مداخله فرهنگی صورت گیرد و فرهنگ

گذشته‌نگر تخریب و فرهنگ آینده‌نگر ایجاد و به طور مرتب در ساختارها، فرایندها و کنش‌ها تقویت شود. نباید از نظر دور داشت که فرهنگ از اینرسی بالایی برخوردار است و در جدال با ساختار معمولاً پیروز میدان است. گورستان حاکمان مملو از آنهایی است که با تکیه و اطمینان بیش از حد بر ملزومات ساختاری، فرهنگ ملت‌ها را نادیده گرفته‌اند.

### شکل‌دهی کانون کنترل درونی

بعضی از انسان‌ها اراده خود را حاکم بر سرنوشت خود می‌دانند. کانون کنترل<sup>۱</sup> این افراد درونی است یا به عبارتی آنها درون کنترل هستند. آنها باور دارند که خودشان زندگی خود را شکل می‌دهند و بر سرنوشت خود مسلطند. درون کنترل‌ها مسئولیت کار خود را به عهده می‌گیرند و به محیط یا دیگران نسبت نمی‌دهند. افرادی که کانون کنترل درونی دارند، خود را در ایجاد آینده خودشان سهیم می‌دانند و نقش چندان برای شانس و سرنوشت قائل نیستند.

برخی دیگر خود را اسیر سرنوشت می‌دانند. چیزهای بدی که برای آنها اتفاق می‌افتد حاصل سرنوشت و بدبختی و چیزهای خوب حاصل شانس و خوشبختی آنهاست. برون کنترل‌ها معتقدند که زندگیشان توسط دیگران کنترل می‌شود. این افراد معمولاً رضایت شغلی کمتری دارند و از خودشان و از کارشان بیگانه‌اند و با کار خود عجین نمی‌شوند و عملکرد ضعیف خود را به مدیر، دیگران و محیط نسبت می‌دهند.

در بعضی از کشورهای مشرق زمین بویژه هند به نظر می‌آید که انسان‌ها دارای کانون کنترل بیرونی هستند. این افراد علل وقوع پدیده‌ها را به عوامل بیرونی، شانس و محیطی نسبت می‌دهند و نقش چندان برای اراده خود در ساخت زندگی

اجتماعی و سرنوشت خود قائل نیستند؛ بنابراین در شکل‌دهی تاریخ آینده [۷] خود منفعل بوده و دیگران را مسؤول شکل‌گیری آینده خود می‌دانند. هر چند هیچ تحقیق تجربی در ایران در این زمینه انجام نشده است ولی به نظر می‌آید که کانون کنترل افراد بیرونی است تا درونی. بطور مثال حتی وقتی موفقیتی در تکنولوژی هسته‌ای حاصل می‌شود علل تحقق این موفقیت به کشورهای دیگر نسبت داده می‌شود.

### افزایش عزت نفس

عزت نفس<sup>۱</sup> به میزان دوست داشتن یا تنفر از خود دلالت دارد. این میزان در بین افراد متفاوت است. عزت نفس با موفقیت در ارتباط است. افرادی که موفقیت‌های پی‌درپی کسب می‌کنند عزت نفس بالایی کسب می‌کنند. عزت نفس بالا در فرد به این باور می‌رسد که توانایی انجام موفقیت‌آمیز کارها را دارد. از طرفی عزت نفس با نفوذ نیز در ارتباط است. افرادی که عزت نفس پایینی دارند نیاز بیشتری به تایید از طرف دیگران دارند و بیشتر تحت نفوذ عوامل بیرونی قرار می‌گیرند و افرادی که عزت نفس بالایی دارند بیشتر دیگران را تحت تاثیر قرار می‌دهند. احتمال بسیار زیادی وجود دارد که افراد با عزت نفس پایین، باورها و رفتارهای افراد با عزت نفس بالا را تقلید کنند. وقتی افراد با عزت نفس پایین در مسند مدیریت قرار می‌گیرند، در صدد خشنودسازی دیگران بر می‌آیند و در تصمیم‌گیری‌ها نگران این هستند که همه را راضی نگه دارند از اینرو جایگاه مدیریتی بالایی کسب نمی‌کنند. رضایت شغلی این افراد کمتر از افراد با عزت نفس بالا است.

### ایجاد باور خود-کفایتی

احساس کفایت از خود یا خودکفایتی<sup>۲</sup> مفهوم بسیار اساسی در نیل به چشم‌انداز

1. Self-Esteem

2. Self-Efficacy

است. بالاخره این چشم‌انداز باید توسط همین مردم و دولت تشکیل شده از همین مردم تحقق یابد. بدون وجود این باور و اعتقاد که می‌توان به نتایج مطلوب دست یافت و از نتایج نامطلوب جلوگیری کرد، ملت انگیزه چندانی برای انجام کارها نخواهند داشت، همه انگیزه‌های دیگر، ریشه در این باور به قدرت ایجاد نتایج مطلوب دارد [۸]. این باور به انجام کارها و داشتن توانایی ایجاد و تولید موتور محرکه قدرت اراده است. خودکفایتی تعیین‌کننده تلاش و بالاتر از آن پشتکار و مقاومت در نیل به هدف و انجام کارهاست [۹]. داشتن ملتی با خودکفایتی بالا تحقق آرمان‌ها را عملی‌تر می‌سازد؛ بنابراین یکی از وظایف اصلی رهبران [۱۰] کشور در حال حاضر ایجاد حس خودکفایتی در خود و در ملت است؛ از اینرو تحقیق در مورد سنجش میزان خودکفایتی ملی<sup>۱</sup> و چگونگی افزایش و تقویت مستمر آن برای تحقق چشم‌انداز ضرورت دارد.

## نتیجه‌گیری

راهکارهایی که در این مقاله مد نظر قرار گرفته‌اند همگی نیازمند مطالعات تجربی است و باید مدنظر مسئولان قرار گیرد. مسأله‌ای که امیدوارکننده است این است که ایجاد فرهنگ آینده‌نگر، کانون کنترل درونی، عزت نفس بالا، کفایت از خود بالا اکتسابی است و می‌توان از طریق نهادهای آموزشی و مذهبی آنها را تقویت کرد و بالاتر از آن می‌توان به واقعی فرض شدن آنها همت گذاشت. یکی از ابزارهای بسیار کارا در این رابطه رسانه‌های جمعی هستند که در بدیهی و مسلم<sup>۲</sup> انگاشته شدن واقعیت‌های اجتماعی نقش اساسی دارند. قدرت رسانه‌های جمعی در این زمینه به

1. National Self-Efficacy

2. Taken for Granted

حدی است که با ساخت رسانه‌ای واقعیت و شکل‌دهی فرهنگ مجاز واقعی<sup>۱</sup> [۱۲]، واقعیت‌های نمادین را واقعیت‌های اجتماعی نهادینه شده جلوه می‌دهد. رسانه‌های جمعی از طریق شکل‌دهی باورهای شناختی، ارزش‌ها و هنجارها و هدایت مراکز قانونگذاری می‌توانند به تبدیل فرهنگ گذشته‌نگر به آینده‌نگر، کانون کنترل بیرونی به درونی، عزت نفس پایین به بالا، کفایت از خود پایین به بالا کمک کرده و در واقعیت بخشیدن به چشم‌انداز بیست‌ساله نقش اساسی ایفا کنند.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی



## منابع

- [1] Lewin, K. 1945. "The research centre for group dynamics at Massachusetts Institute of Technology". *Sociometry*, 8:129.
- [2] Ghoshal, S. 2005. "Bad Management Theories Are Destroying Good Management Practices". *Academy of Management Learning & Education*, 2005, Vol. 4, No. 1, 75-91.
- [۳] پور عزت علی اصغر. ۱۳۸۲. تصویرپردازی از آینده: استراتژی اقدام در سیستم‌های اجتماعی، سخن سمت، شماره ۱۰.
- [4] Hofstede G. 1993. "Cultural Constraints in Management Theories" *Academy of Management Executive*, February. P. 90
- [5] Hofstede G. and M. H. Bond. 1988. "The Confucius Connection: From Cultural Roots to Economic Growth", *Organizational Dynamics*, Spring: P. 12.
- [6] Schein E. 1985. *Organizational Culture and Leadership: A Dynamic View*, Jossey-Bass Publishers.
- [7] Gholipour, A. and Azizzadeh Niyari, A. 2005. "Information Technology, Institutional Dynamics and Changes in History". *Beijing Forum: The Harmony of Civilization and Prosperity for All: Change in History; Real, Representative and Imaginary*. November: 16 -18: PP. 141-153.
- [8] Bandura A. 2000. "Cultivate Self-Efficacy for Personal and Organizational Effectiveness" In Edwin A. Locke (Ed.), *The Blackwell Handbook of Principles of Organizational Behavior*, Blackwell, Oxford, P. 120.
- [9] Bandura A. 1997. *Self-Efficacy: The Exercise of Control*, W. H. Freeman, New York.
- [10] Paglis L. L. and S. G. Green. 2002. "Leadership Self-Efficacy and Managers' Motivation for Leading Change", *Journal of Organizational Behavior*, 23: 215-235.
- [11] Manuel Castells. 1996. *The Information Age: Economy, Society and Culture Vol.I: The Rise of the Network Society*. Cambridge MA. Oxford UK: Blackwell Publishers.



پروشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی