

شاخص‌های راهبردی حوزه فرهنگ از منظر قرآن کریم

جعفر رحمانی

دانشیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه طلوع مهر، قم، ایران. (نویسنده مسئول). info@tolouemehr.ac.ir

چکیده

شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ نقش بی‌بدیلی در شناخت موضوعات و مسائل مهم فرهنگی و مدیریت آن برعهده دارد. تحقیق حاضر با هدف شناسایی و تبیین شاخص‌های (سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، روشی و ارزشی) راهبردی در حوزه فرهنگ از نگاه قرآن کریم انجام شده است. این تحقیق با توجه به ماهیت پژوهش از نوع کیفی و توصیفی - تحلیلی و با توجه به هدف از نوع تحقیقات توسعه‌ای و روش تحقیق داده بنیاد و تحلیل مضمون برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، فیش‌برداری است. جامعه آماری قرآن کریم می‌باشد. در این پژوهش با شناخت ارکان و عناصر محوری که در قرآن در آیات ۲۳ تا ۳۸ سوره مبارکه اسراء ذکر شده است، شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ براساس ترکیب با عوامل محیطی ذکر شده در مدل استیپ تبیین شد. به فراخور محدوده پژوهش و عناصر محوری انتخابی، آیات قرآن انتخاب و گدگذاری براساس روش نظریه داده بنیاد انجام گرفت. همچنین با توجه به عوامل محیطی تأثیرگذار، آیات نمایه‌زنی شد و از حیث اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، روشی و ارزشی هر کدام از آیات دسته‌بندی گردید. نفی طاغوت و پذیرش توحید، طهارت اجتماعی، ارزش‌آفرینی در اموال ضعیفان، تکریم والدین و بزرگان، اغتنام فرصت، علم‌گرایی، آرمان‌خواهی، حفظ استقلال، نظم و انضباط اجتماعی، تعاون، عفت اجتماعی از مهمترین شاخصه‌های فرهنگ در جامعه اسلامی است که اگر چه شاخصه‌های مشترک با سایر فرهنگ‌ها دارد اما در مبنا و نوع نگرش و اهداف با آنها متفاوت است.

کلید واژه‌ها: فرهنگ، شاخصه‌های فرهنگی، شاخص‌های راهبردی فرهنگ، جامعه اسلامی، عوامل محیطی.

مقدمه

با توجه به ارکان مشخص شده از آیات ۲۳ - ۳۸ سوره مبارکه اسراء، چهار چوب یک نظام کلان قرآنی را ترسیم می‌کند و شاخص‌های راهبردی در حوزه‌های مختلف فرهنگی مرتبط با هر رکن در قرآن تبیین می‌شود.

آگاهی از این شاخص‌ها این امکان را برای مسئولان فرهنگی فراهم می‌کند تا در صورت ایجاد شدن خلل و آسیب در یکی از حوزه‌های فرهنگی، به موقع مطلع شویم و از پرداختن به فعالیت‌های بی‌اثر و یا کم فایده در حوزه‌های دیگر خودداری کنیم.

پیشینه پژوهش

منابعی که به صورت مستقیم و تا حدودی با محتوای مقاله ارتباط دارد، سه عنوان کتاب و سه عنوان مقاله است. به صورت کلی از حیث محتوایی و شاخص‌های عملیاتی ذکر شده در برخی موارد اشتراکاتی وجود دارد هر چند که منبع استفاده شده در استخراج شاخص‌ها کاملاً متفاوت است، اما در روش قرابتی بین پژوهش‌های انجام شده و مقاله حاضر وجود ندارد. در مقالات بررسی شده نیز در برخی از ابعاد محتوایی اشتراکاتی وجود دارد اما از حیث روشی با رویکرد توصیفی تحلیلی نگاشته شده است بر خلاف تحقیق حاضر که براساس روش تحلیل مضمون نگاشته شده است. لذا می‌توان گفت این پژوهش از این حیث که به بررسی شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ براساس آیات قرآن کریم می‌پردازد جنبه نوآوری دارد و تفاوت آن با پژوهش‌های صورت گرفته تمرکز بر آیات قرآن کریم و استخراج شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ براساس آیات قرآنی است که تاکنون در این خصوص پژوهشی صورت نگرفته است. کتاب «شاخص‌های راهبردی، ابعاد و مؤلفه‌های فرهنگی» توسط «کارگروه تدوین شاخص‌های فرهنگی» شورای عالی انقلاب فرهنگی در سال ۱۳۸۹ تدوین شده است. این کتاب در بخشی از محتوا از جمله شاخص‌های علمیاتی اخلاقی و اقتصادی و اجتماعی با این مقاله قرابت مفهومی دارد اما از حیث روشی کاملاً

تحولات عمیق و به روز فرهنگی از یکسو، تقابل فرهنگی در عرصه جهانی و حذف خرده فرهنگ‌ها از سوی دیگر، جوامع را دستخوش تغییرات بنیادین در حوزه فرهنگ نموده است. از این رو هر اندازه که فرهنگ یک جامعه تکیه بر اصول ثابت، معقول و انسانی داشته باشد، از پایداری و اصالت بیشتری برخوردار خواهد بود. شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ در واقع، ترجمان اهداف کلان و کیفی فرهنگی هستند که جهت‌گیری مدیران به سوی اهداف را دقیق‌تر می‌کنند (غلام‌علی، ۱۳۸۲). لذا کارآمدترین فرهنگ‌ها در ذیل توجه جدی به شاخص‌های راهبردی فرهنگ برآمده از بطن دین و باورهای دینی می‌باشد. این شاخص‌ها منبعث از آموزه‌های کتاب آسمانی قرآن، بعنوان آخرین طرح پیشنهادی خداوند متعال برای انسان است و تنها منبعی است که با فطرت انسان همسویی تمام دارد و برای تمامی ابعاد وجودی او پاسخ در خور دارد و تنها راه نجات و سعادت انسان نیز پیروی از این کتاب آسمانی است.

توجه به تأثیر گسترده شاخص‌ها در شناخت موضوعات و به تبع آن در طراحی برنامه‌ها، ضرورت تلاش و دقت کافی را در تعیین شاخص‌ها آشکار می‌سازد. فقدان شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ، امکان مقایسه و ارزیابی خط قرمزهای فرهنگی در جامعه را، از مدیران راهبردی فرهنگی خواهد گرفت (جلالی‌راد و سپهرنیا، ۱۳۹۶). از طرفی شاخص‌های راهبردی لازم هستند به آیات قرآن کریم، جهت ارزیابی و خط مشی‌گذاری در حوزه فرهنگ در اختیار نداریم. شناخت ارکان نظام سیاسی و اجتماعی با استفاده از منبع خطاناپذیری چون قرآن کریم، امکان دست‌یابی به شاخص‌های راهبردی در این حوزه را برای ما فراهم می‌نماید. با توجه به سیر تحولات فرهنگی در عصر پیامبر جهت دست‌یابی دقیق‌تر به شاخص‌های راهبردی،

این مقاله به مهمترین مؤلفه‌ها و شاخص‌های فرهنگ راهبردی از دیدگاه امام خمینی (ره) پرداخته می‌شود. شاخص‌های همچون در این مقاله به شهادت طلبی (تکلیف‌گرایی)، دفاع همه‌جانبه و مردمی، تأکید بر وحدت (وحدت‌گرایی)، بدبینی به بیگانه (غرب‌ستیزی)، پایداری و مقاومت، بی‌اعتمادی راهبردی، خوداتکایی و خودکفایی، عمل‌گرایی و... پرداخته می‌شود. این اثر نیز در اصل موضوع که شاخص‌های راهبردی است همسو با موضوع پایان‌نامه و از جهت قید قرآنی بودن شاخص‌ها افتراق دارد.

«قرآن و جامعه آرمانی» مقاله‌ای است که توسط علی سروری مجد استادیار پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تهران تدوین شده است. در این مقاله ویژگی‌های جامعه آرمانی از منظر قرآن مورد بررسی قرار گرفته است و از جهت اینکه به ویژگی‌هایی همچون عقل‌گرایی، برپایی عدل، حاکمیت امام، احسان، گسترش دانش، شکوفایی اقتصادی پرداخته است، در برخی از شاخص‌های راهبردی با موضوع پایان‌نامه همسو است. «الگوی سیاست‌گذاری فرهنگی در قرآن کریم» عنوان مقاله‌ای است که توسط عباس مصلائی‌پور دو فصلنامه مطالعات و روش‌شناسی دینی به چاپ رسیده است. این پژوهش که بر مبنای روش‌شناسی توصیفی - تحلیلی است، تبیین الگوی سیاست‌گذاری فرهنگی مبتنی بر قرآن کریم و ارائه راهکارهای پیشنهادی متناسب، در موضوع سیاست‌گذاری فرهنگی مورد بررسی قرار می‌گیرد. همچنین مبانی نظری و اصول سیاست‌گذاری فرهنگی و روش‌های سیاست‌گذاری فرهنگی براساس آیات قرآن کریم تبیین شده است. این اصول عبارتند از مبارزه قاطع با جریان انحرافی، دعوت به اتحاد و نهی از تفرقه، تذکر، اصلاح رأس حکومت و تعامل مستقیم با مردم. این پژوهش از آن حیث که اصول سیاست‌گذاری فرهنگی را مورد بررسی قرار می‌دهد و ناظر به فرهنگ است با موضوع پایان‌نامه تناسب دارد.

متفاوت است. مدل استفاده شده در این کتاب مدلی بومی که حاصل جمع اندیشی نخبگانی بدست آمده است. از این جهت که به برخی از راهبردهای فرهنگی پرداخته است با موضوع پایان‌نامه مشابهت وجود دارد اما از آن جهت که موضوع فعالیت این پایان‌نامه بررسی شاخص‌های راهبردی فرهنگ در قرآن است متفاوت است.

«شاخص‌های بنیانی راهبردی نقشه مهندسی فرهنگی» از دیگر آثاری است که توسط کارگروه تدوین شاخص‌های فرهنگی دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی تدوین شده است. در این اثر شاخص‌ها به سه دسته شاخص‌های بنیادی، شاخص‌های نمودی و شاخص‌های ساختاری تقسیم شده است و برای هر کدام مصادیقی مشخص گردیده است. این اثر از آن جهت که به شاخص‌های راهبردی پرداخته است با ما هم جهت است اما از جهت موضوع پایان‌نامه که شاخص‌های راهبردی فرهنگ در قرآن است متفاوت است.

«قرآن و فرهنگ زمانه» نوشته سید محمد علی رضایی کتابی است که نویسنده در آن به بحث چستی فرهنگ از منظر قرآن می‌پردازد و فرهنگ آفرینی قرآن کریم را مورد بررسی قرار می‌دهد. رابطه قرآن با فرهنگ آن زمان عرب مورد بررسی قرار می‌گیرد و در این راستا، به دو دیدگاه مهم در مورد این مطلب اشاره می‌شود:

اول، تأثیرپذیری کامل قرآن کریم از فرهنگ عصر نزول؛

دوم، قبول عناصر مثبت فرهنگ و طرد عناصر منفی آن. دیدگاه اول: تأثیرپذیری کامل قرآن کریم از فرهنگ عصر نزول. این کتاب نیز از آن حیث که به مباحث مرتبط با فرهنگ می‌پردازد همسو با موضوع پایان‌نامه می‌باشد.

«مؤلفه‌ها و شاخص‌های فرهنگ راهبردی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه امام خمینی» عنوان مقاله‌ای است که توسط دکتر قاسم ترابی نگاشته شده است. در

روش پژوهش

تحقیق حاضر از نوع کیفی است. آنچه در پژوهش کیفی به روش نظریه بنیادی بدان پرداخته می‌شود، یک فرآیند و زنجیره‌ای از کنش‌ها و برهم‌کنش‌ها بین افراد و وقایع مربوط به یک موضوع است (Strauss & Corbin, 1998 Creswell, 2005). در این روش برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. این روش، فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به تحلیل داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند (عابدی جعفری، ۱۳۹۰). به طور کلی تحلیل مضمون روشی است برای دیدن متن، برداشت و درک مناسب از اطلاعات^۱ تحلیل مضمون، روشی است که هم برای بیان واقعیت و هم برای تبیین آن به کار می‌رود. این پژوهش به روش کتابخانه‌ای و مراجعه به منابع و پایگاه‌های استنادی است. برای سنجش روایی این تحقیق، با مطالعه مبانی نظری و از رهنمودهای خبرگان نیز لحاظ شد و قبل از کدگذاری، جرح و تعدیل نهایی به عمل آمد.

در واقع رویکرد استقرائی - قیاسی موجود در نظریه بنیادین این فرصت را برای ما فراهم می‌کند تا با گردآوری، آنالیز، تحلیل و تطبیق داده‌ها در خصوص «شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ» به تبیین کامل‌تری از موضوع پژوهش دست یابیم.

جامعه هدف و منبعی که نمونه‌های نظری مورد نیاز را در اختیار این پژوهش می‌گذارد، قرآن کریم است. به فراخور محدوده پژوهش و عناصر محوری انتخابی، آیات قرآن انتخاب و گدگذاری شدند. سپس با توجه به عوامل محیطی تأثیرگذار، آیات نمایه‌زنی می‌شود و از حیث اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، روشی و ارزشی هر کدام از آیات دسته‌بندی می‌گردد. لازم به ذکر است که عوامل محیطی مطرح شده در مدل استیپ^۲ عبارت است از عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فناوری و فناوری و ارزشی که متناسب با موضوع مقاله تغییراتی در مدل

ایجاد شد و چون فناوری شامل بعد سخت‌افزاری و نرم‌افزاری می‌شود، جهت تناسب بیشتر با آیات قرآنی، عوامل فناوری در بعد نرم‌افزاری به عوامل روشی تغییر یافت.

مدل به دست آمده در این پژوهش ترکیبی از مدل پیش‌آرا و پس‌آرا است. در این مدل با بهره‌گیری از مدل استیپ که زمینه تحلیل محیطی را فراهم می‌کند، تمامی آیات نمایه‌زنی می‌شود. آنگاه با تناظری که بین مضامین فراگیر و عوامل محیطی مدل استیپ صورت می‌گیرد، به استخراج شاخص‌های راهبردی پرداخته می‌شود.

روش گردآوری اطلاعات

مطالعات کتابخانه‌ای قرآن کریم و انتخاب آیات مرتبط با موضوع براساس تنزیل قرآن کریم و بررسی تفاسیر مرتبط متناسب با آیات و سور قرآنی، ابزار گردآوری اطلاعات فیش و مصاحبه جهت روایی مضامین و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها، روش تحلیل مضامین با رویکرد مضامین شبکه بود.

تخصیص کد باز یا مضامین پایه

در گام نخست آیات قرآن کریم در فایل اکسل جمع‌آوری شد. پس از بررسی و مطالعه آیات، تمامی آیاتی که از حیث مفهوم یا منطوق با عناصر ده گانه ذکر شده در آیات ۲۳ تا ۳۸ سوره مبارکه اسراء، مرتبط بود جداسازی شد. در مرحله بعد مواردی که مشابهت زیادی داشتند یکسان‌سازی شد و هر کدام از آیات به عنوان یک قطعه مفهومی مستقل ثبت شد و در فایل اکسل برای هر کدام از قطعات، مضامین پایه مناسب، با رجوع به کتب تفسیری در موارد مبهم تعیین شد.

مرحله مضامین پایه در واقع مرحله پیش از مرحله مضامین سازمان دهنده یا مقوله‌بندی است که استخراج شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ به مفهوم سازی در این مرحله بستگی دارد. در تعریف مفاهیم آمده است: «مفاهیم»، واحدهای پایه‌ای یا خرد تحلیل هستند؛ زیرا

مقوله‌بندی؛ شامل دو وظیفه کلی در ارتباط با مفاهیم است.

۱- مفاهیم هم سنخ و هم‌تراز خاص را ذیل مفاهیم عام‌تر موجود چینش می‌دهد.

۲- در صورت نیاز، به تولید مفاهیم عام در طبقات مفهومی بالاتر می‌پردازد.

این وظایف در واقع در بردارنده سیر تکوین مفاهیم از جزء به کل از مجموعه مضامین پایه می‌باشند.

براساس روش گراند‌تئوری، از چیدمان و ارتباط‌دهی

مقولات با زیر مقوله‌ها به "مضامین سازمان دهنده (کدگذاری محوری)" تعبیر شده است. به عبارتی،

مضامین سازمان دهنده، فرآیند ربط‌دهی مقوله‌ها به زیر مقوله‌ها، و پیوند دادن مقوله‌ها در سطح ویژگی‌ها و ابعاد

است. این کدگذاری، به این دلیل «محوری» نامیده شده است که کدگذاری حول «محور» یک مقوله تحقق

می‌یابد (Strauss & Corbin, 1998, Lee, 2001).

در ادامه به نمونه‌ای از سیر تکوین قطعات آیات به مضامین فراگیر قابل ملاحظه است.

جدول ۱- نمونه کدگذاری باز، مضامین پایه و مضامین فراگیر

ردیف	آیات	آدرس	کد باز	مضامین پایه	مضامین فراگیر
۱	وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا	فرقان / آیه ۶۳	راه رفتن با تواضع و فروتنی، از اوصاف عبادالرحمان	آداب راه رفتن	اعتدال
۲	وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لِيَأْكُلُوا الطَّعَامَ وَيَمْشُوا فِي الْأَسْوَاقِ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً أَتَصْبِرُونَ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا	فرقان / آیه ۲۰	پیامبران، همانند مردمان دیگر، نیازمند راه رفتن در بازار و دادوستد، برای رفع نیازمندی‌هایشان	راه رفتن پیامبران	معاشرت و گفتگو
۳	كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَلَا تَطْغَوْا فِيهِ فَيَحِلَّ عَلَيْكُمْ غَضَبِي وَمَنْ يَحِلِّ عَلَيْهِ غَضَبِي فَقَدْ هَوَىٰ	طه / آیه ۸۱	زیاده‌روی در استفاده از نعمات الهی	زیاده روی در استفاده	اسراف
۴	وَإِلَىٰ مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ وَلَا تَنْقُصُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ إِنِّي أُرَاكُمْ بِخَيْرٍ وَإِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ مُحِيطٍ	هود / آیه ۸۴	کاستن از کیل و وزن در معاملات، رایج در میان قوم شعیب	کم فروشی	عدالت اقتصادی

ردیف	آیات	آدرس	کد باز	مضامین پایه	مضامین فراگیر
۶	قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتَّبِعُهَا أَذَىٰ وَاللَّهُ عَنِّي حَلِيمٌ	بقره / آیه ۲۶۳	سفارش خداوند به رعایت ادب در گفتگو با فقیران و بخشش آنان	ارزش قول معروف	معاشرت و گفتگو
۷	إِنَّ الَّذِينَ يَأْكُلُونَ أَمْوَالَ الْيَتَامَىٰ ظُلْمًا إِنَّمَا يَأْكُلُونَ فِي بُطُونِهِمْ نَارًا وَسَيَصْلَوْنَ سَعِيرًا	نساء / آیه ۱۰	فرجام پایمال کنندگان اموال یتیمان	استفاده از مال یتیم	اموال ضعفا
۸	لَقَدْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ وَارْسَلْنَا إِلَيْهِمْ رَسُولًا قَلَّمَ جَاءَهُمْ رَسُولٌ بِمَا لَا تَهْوَىٰ أَنفُسُهُمْ فَرِيقًا كَذَّبُوا وَفَرِيقًا يَقْتُلُونَ	مائده / آیه ۷۰	مخالفت و رویارویی با انبیا و شکستن میثاق الهی، برخاسته از هواپرستی انسانها	عهد شکنی	عهد و پیمان

را به کمیت مبنا (Base) که معمولاً آن را ۱۰۰ یا ۱۰۰۰ می‌گیرند، نشان می‌دهد (مهدی، ۱۳۵۴). به عبارت دیگر، این واژه در لغت وسیله مشخص کردن هر موضوع می‌باشد (سیدرضا و سعید، ۱۳۹۵).

شاخص‌ها عبارت‌اند از سری‌های خلاصه شده داده‌ها، در رابطه با موجودی‌ها و جریان‌ها که برای اندازه گرفتن آن، جنبه‌های شرایط اقتصادی و اجتماعی طرح شده‌اند و برای تجزیه و تحلیل و تصمیمات راجع به سیاست اهمیت دارند. بسیاری از شاخص‌ها سری‌های ساده‌ای هستند که در قالب ارقام مطلق، درصدها، میانگین‌ها و نسبت‌ها بیان شده‌اند. اعتبار یک شاخص، بستگی به این دارد که آیا شاخص مزبور چنان ساخته شده که الف) از ابتدا تردید و پرسشی راجع به همبستگی میان متغیرهای سازنده و احتمالی ایجاد نشود؛ ب) شاخص بتواند متغیرهای سازنده خود را به درستی نشان دهد (هرمز، ۱۳۶۷).

شاخص‌ها به منزله معیارهایی هستند که به وسیله آن می‌توان کمیت، کیفیت، تغییرات و یا ثبوت رفتار و عملکرد را اندازه‌گیری نمود. به عبارت دیگر آمار، آرزوها، علائق و اندیشه‌های سیاست‌گذاران و ذی‌نفعان حوزه فرهنگ در شاخص‌های ارزیابی نمایان می‌شوند. به وسیله شاخص‌ها، اولین اطلاعات پیرامون یک موضوع به دست می‌آید که می‌توان آن را در حکم مواد

در ادامه با توجه به عوامل محیطی تأثیرگذار، آیات نمایه‌زنی می‌شود و از حیث اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، روشی و ارزشی هر کدام از آیات دسته‌بندی می‌گردد. بر این اساس تمامی آیات از این حیث نیز به این پنج دسته قابل تقسیم هستند. پس از آن با بررسی قطعات آیات قرآن کریم از حیث عوامل محیطی و ایجاد تناظر بین این عوامل و مضامین فراگیر استخراج شده از روش تحلیل مضمون، شاخص‌های راهبردی قابل احصا خواهد بود.

مفهوم شناسی

مفاهیم و واژه‌ها نقش اساسی در ایجاد فهم مشترک نسبت به موضوعات هر علمی ایفا می‌کنند. لذا لازم است قبل از پرداختن به هر موضوعی آن مفاهیم مورد بررسی و پردازش قرار گیرند تا از این رهگذر اولاً فهم مشترکی نسبت به موضوع بدست آید و ثانیاً ابهامات و اختلافات محتمل لفظی بر طرف شود. از این‌رو مهمترین مفاهیم بکار رفته در این در ادامه تبیین خواهد شد.

شاخص

واژه شاخص (Indicator) یا معرف به معنای اعم، مفهوم یا عددی است که اندازه کمیت معینی را مشخص می‌نماید (مهدی، ۱۳۵۴). در واقع، شاخص به مفهوم اعم آن همان اعداد و آمارهای خام (Crude) یا مطلق جمعیتی است (سعید، ۱۳۸۶). ولی به معنای اخص، شاخص (Index)، عددی است که نسبت کمیت معینی

را به‌سوی اهداف مشخص امکان‌پذیر می‌نمایند. شاخص‌ها، هم‌زمانی نسبی را در بین سیاست‌گذاران و نیز در بین فرهنگ‌های متفاوت جهانی پدید می‌آورند و توان مقایسه نسبی فرهنگ‌ها و فعالیت‌های فرهنگی را تقویت می‌کنند. این زبان مشترک، امکان گفتگو و مباحثه درباره سیاست‌های فرهنگی و حتی سیاست‌های توسعه را فراهم می‌آورند، چرا که شاخص‌ها ترکیبی منطقی و مسبوق به نظریه از داده‌های آماری هستند. شاخص‌ها، ابزار گفتگو برای تعیین خط‌مشی هستند، نه آنچه داده‌های آماری می‌نامیم. این روندی تازه در به‌کارگیری داده‌هاست. اقتصاددانان و دانشمندان جامعه‌شناس از داده‌ها استقبال می‌کنند و سیاست‌مداران، رسانه‌ها و فعالان سیاسی شاخص‌ها را به‌کار می‌برند (رضا، ۱۳۸۶). باید گفت، اصطلاح شاخص در محافل آماری معمولاً برای ارجاع به ارقام مشتقی به کار می‌رود، مانند میانگین‌ها، نسبت‌ها، تناسب‌ها، اعداد اندیکس و دیگر تابع‌های ترکیبی.

فرهنگ

فرهنگ نظام واژه‌ای است از باورها و مفروضات اساسی، ارزش‌ها، آداب و الگوهای رفتاری ریشه دار و دیرپا و نمادها و مصنوعات که ادراکات، رفتار و مناسبات جامعه را جهت و شکل می‌دهد و هویت آن را می‌سازد (شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۸). فرهنگ یک امر سیال و پویا است لذا نمی‌توان با نگاه پوزیتیویستی فرهنگ را مدیریت کرد بلکه نگاه به مقوله فرهنگ باید فرآیندی و پروسه‌ای باشد.

راهبرد

راهبرد معادل واژه «استراتژی» که ریشه واژه یونانی (Strategia) به معنای «فرماندهی و رهبری» است. راهبرد عبارت است از یک طرح عملیاتی به منظور هماهنگی و سازماندهی اقدامات برای دستیابی به هدف. و راهبرد کلان مفهومی است که در چارچوب آن راهبردهای بخشی همچون راهبرد نظامی، راهبرد

خامی دانست که دست‌مایه توصیف، تجزیه و تحلیل موضوع و یا فعالیت قرار می‌گیرند. تعاریف مختلفی از شاخص ارائه شده شاخص‌ها به منزله معیارهایی هستند که به وسیله آن‌ها می‌توان کمیت، کیفیت و یا سقوط یک موضوع را اندازه‌گیری کرد. از آنجا که بررسی و تجزیه و تحلیل موضوعات نیازمند اطلاعات مناسب است، شاخص‌ها اولین مجموعه اطلاعات در مورد یک موضوع را به دست می‌دهند و در واقع، اولین پل ارتباطی کارشناس با موضوع مورد نظر است. تأثیر گسترده شاخص‌ها در شناخت موضوعات و به تبع آن در ارزیابی و برنامه‌ریزی فعالیت‌های فرهنگی، ضرورت اهتمام و دقت کافی در تعیین شاخص‌ها را روشن می‌سازد (سیدرضا و سعید: ۱۳۹۵).

شاخص‌ها را از لحاظ سطح به شاخص‌های کلان و خرد و از لحاظ ارتباط با موضوع به شاخص‌های مستقیم و غیرمستقیم تقسیم می‌کنند. شاخص‌ها در واقع، ترجمان اهداف کلان و کیفی هستند که جهت‌گیری مدیران به‌سوی اهداف را دقیق‌تر می‌کنند. دقت در جهت‌گیری از یک‌سو باعث عدم اتلاف منابع می‌شود و از سوی دیگر، تحقق اهداف و سیاست‌های سازمان را میسر می‌سازد. با درک این مهم و با عنایت به منقطع بودن فعالیت‌های حوزه فرهنگ و همچنین عدم اتفاق نظر در تعاریف، مفاهیم و واژه‌ها، ضرورت تدوین شاخص‌هایی که بتواند بر مبنای آن چارچوب فعالیت‌ها را مشخص کند، هر روز بیش از پیش جلوه‌گر می‌شود. وجود معیارها و شاخص‌های معین به منظور بررسی عملکرد گذشته و هدف‌گذاری برای آینده، از جمله مواردی است که ممکن است فرآیند تخصیص بهینه منابع و بازنگری در برنامه‌ها، اهداف و سازوکارهای حصول به آن‌ها را تسهیل کند (غلامعلی، ۱۳۸۲).

شاخص‌ها نظارت، مراقبت وضعیت کلان و روابط از سوی سطوح بالای سیاست‌گذاری را امکان‌پذیر می‌کند و همچون ابزار کلان‌مدیریتی، هدایت مقامات اجرایی

اقتصادی، راهبرد سیاسی و راهبرد بازرگانی قرار می‌گیرد.

مینتزرگ (مینتزرگ و دیگران، ۱۳۸۴) در کتاب جنگل استراتژی پنج دسته‌بندی برای تعاریف راهبرد ذکر کرده است:

۱- راهبرد به عنوان برنامه: نوعی فعالیت آگاهانه که برای مقابله با وضعیت یا رخدادی خاص در آینده، پیش‌بینی می‌شود. مانند یک مهندس که از روی نقشه آماده شده ساختمان را می‌سازد. این دیدگاه رایج‌ترین دیدگاه در مورد راهبرد است.

۲- راهبرد به عنوان الگو: الگویی که شما از گذشته به دست می‌آورید. (تأکید بر موفقیت‌ها و عدم تکرار شکست‌ها). مانند ترویج ارزش‌ها و رفتارهای بسیجیان در طول دفاع مقدس و سعی در نهادینه‌سازی آن برای نسل جوان و نسل‌های آینده.

۳- راهبرد به عنوان ترفند: بلوف زدن و یا مانوری زیرکانه در مقابل رقبا به طوری که تصور و جرأت رقابت با شما را نداشته باشند. مانند فیلم‌های هالیوودی که در آن قدرت نظامی و جاسوسی آمریکا بزرگ‌نمایی می‌شود.

۴- راهبرد به عنوان جایگاه: جایگاهی است که سازمان در محیط و بازار به طور انحصاری به دست می‌آورد. مانند صنایع خودروسازی در ایران به دلیل انحصارات دولتی، شرکت مایکروسافت به دلیل نوآوری و پیشتاز بودن و اشباع بازار با محصولات خود، استقلال و پیروزی به دلیل قدمت و تداوم محبوبیت و حمایت مردمی.

۵- راهبرد به عنوان یک نگرش: تمرکز اصلی به درون سازمان و منابع آن و تأکید به نقاط قوت و ضعف و سعی در رسیدن به آرمان‌ها با استفاده از توان داخلی. این راهبرد هنگامی استفاده می‌شود که سازمان توان و ابزار تعامل با محیط را در اختیار ندارد و یا از سوی محیط در مورد تحریم واقع شده است. مانند ایران در زمان جنگ

تحمیلی.

بنابراین می‌توان گفت راهبرد حاصل ایجاد پیوند و ارتباط میان چهار عامل نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی می‌باشد که حاصل این پیوند و رابطه ایجاد مزیت رقابتی پایدار و کسب برتری در برابر رقبا است.

شاخص‌های فرهنگی

شاخص‌های فرهنگی (رضا و سعید، ۱۳۸۹) در جهت شناخت موقعیت کنونی و ارزیابی عملکرد گذشته فعالیت سازمان‌های فرهنگی، سنجش موقعیت برنامه‌های فرهنگی در سطوح مختلف و همچنین تعیین وضعیت مطلوب آن‌ها در آینده کاربرد فراوان دارد.

سابقه تدوین شاخص‌های فرهنگی، برخلاف شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی، بسیار کم و هنوز در مراحل ابتدائی است. در سطح جهانی اولین بار یونسکو در سال ۱۹۹۸ به‌طور منسجم با تهیه گزارش جهانی فرهنگ، به ارائه شاخص‌های فرهنگی کشورهای جهان همراه با داده‌های مربوط به آن پرداخت که هنوز بحث‌های زیادی درباره ماهیت، حدود و ابعاد این شاخص‌ها مطرح است. به همین دلیل، شاخص‌های فرهنگی در اکثر کشورها بسیار محدود و داده‌های مربوط به آن‌ها بسیار ناقص است.

شاخص‌های بخش فرهنگ به علت ارتباط گسترده با دیگر بخش‌ها از تنوع زیادی برخوردار است؛ از این جهت برای سنجش فعالیت فرهنگی باید شاخص‌های مختلفی را در نظر گرفت. با توجه به این هدف، انواع شاخص‌ها کاربرد دارند: شاخص‌های مالی، شاخص‌های ساختی: نیروی انسانی، توزیع امکانات آموزشی، تحقیقی؛ شاخص‌های جمعیتی که سنجش استفاده از امکانات توسط جمعیت یک جامعه و یا توزیع امکانات نسبت به جمعیت را در نظر دارند؛ شاخص‌های بازدهی که برای اندازه‌گیری اثربخشی و بازدهی یک فعالیت و یا برنامه فرهنگی کاربرد دارند. بدین ترتیب شاخص‌های

باور و اعتقادات ملی و هر کشور مانند لنزی عمل می‌کند که مردم از پشت آن به جهان می‌نگرند. بنابراین اعتقادات و باورها، نقش مهمی در شناخت ابعاد مختلف جهان و در تعریف دوست، دشمن دارد (فصلنامه مطالعات راهبردی، سال چهارم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۰).

«فرهنگ» راهبردی شامل «فرضیات و باورهای مشترک و مدل رفتار مطلوب است که برگرفته از تجربیات و روایت‌های مشترک است و به هویت جمعی و روابط با سایر گروه‌ها و کشورها شکل می‌دهد. این هویت جمعی، همچنین بهترین ابزارها و شکل تامین اهداف امنیتی در مقابل سایرین را نیز می‌مشخص می‌کند.

شاخص‌های راهبردی فرهنگ

شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ، شاخص‌هایی هستند که ما را به تحقق اهداف در حوزه فرهنگ در ابعاد گوناگون رهنمون می‌کند. این شاخص از سویی به اهداف فرهنگی و از سوی دیگر شیوه دستیابی و راه و مسیر تحقق هدف نظر دارد.

شاخص‌های راهبردی فرهنگ نقش مهمی در تصمیم‌گیری‌های آگاهانه در سطوح مختلف فرهنگی دارند. اساساً بدون چنین سنجه‌ای، امکان ارزیابی وجود ندارد؛ چرا که هر گونه بررسی و شناخت واقعی از طریق ابزار ارزیابی نیاز به تدوین معیار و شاخص‌هایی برای اندازه‌گیری مطلوبیت یا عدم مطلوبیت وضع موجود دارد.

فرهنگی در حوزه رفاه و توسعه انسانی مورد تأکیدند؛ مانند شاخص‌های آزادی فرهنگی همچون امنیت شخصی، نبود تبعیض، آزادی بیان و اندیشه و...؛ شاخص‌های خلاقیت مانند هزینه‌های فرهنگی؛ شاخص‌های گفتگوی فرهنگی مانند سواد و دستاوردهای آموزشی و...؛ شاخص‌های فعالیت اجتماعی و سیاسی مانند تبعیض، خشونت و... .

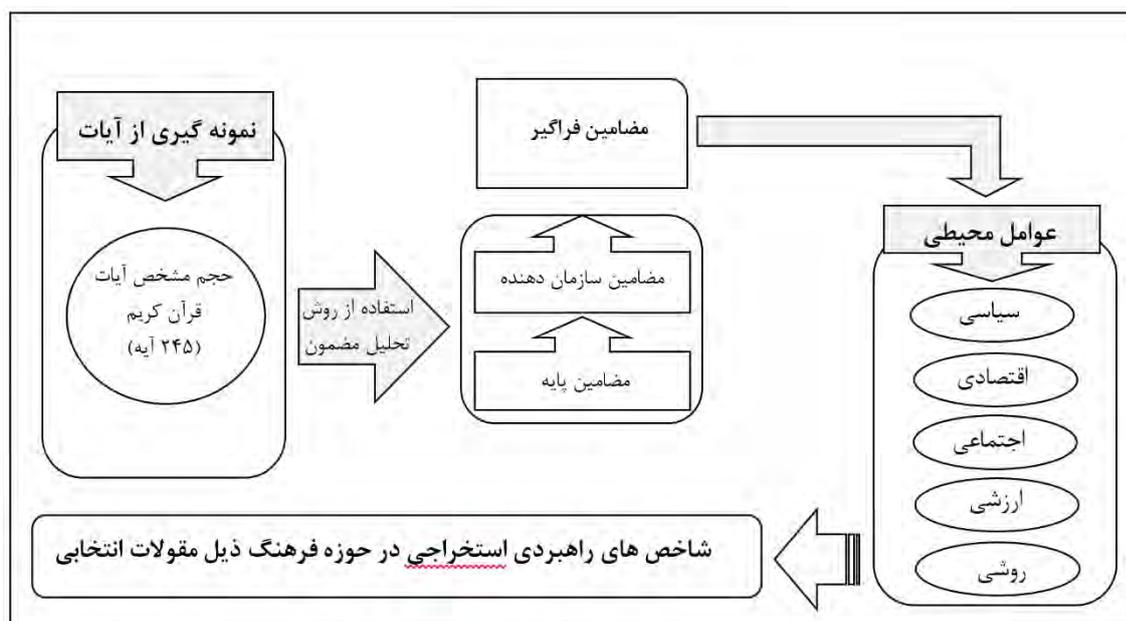
فرهنگ راهبردی

فرهنگ راهبردی ناشی از تعامل بین "هویت ارزش‌ها، نرم‌ها و همچنین چشم‌انداز دید است که مردم هر کشور از طریق آموزش و سایر راهکارهای جامعه‌پذیری، آنها را کسب می‌کنند (فصلنامه مطالعات راهبردی، سال چهارم، شماره چهارم، ۱۳۹۰).

ارزش‌ها، عنصر دیگر سازنده فرهنگ راهبردی هستند. منظور آن دسته از عناصر مادی یا غیر مادی است که مردمان کشور اعتبار و ارزش بیشتری برایشان در مقایسه با سایر عناصر قائلند. بنابر این ارزش‌ها را نباید محدود به عناصر غیر مادی و صرفاً نمادین در نظر گرفت.

نرم‌ها را باید مدلی از رفتار یا الگویی نمونه و صحیح از رفتار دانست که مقبول مردمان کشورهاست. مدل رفتار درست می‌تواند همه ابعاد زندگی از کراهی ابتدایی چون خوردن، استراحت نمودن و اشتغال تا مسائل پیچیده‌تر همچون دفاع و امنیت را در برگیرد.

چشم‌انداز دید، باورها و اعتقاداتی است که مردم هر کشور از طریق آنها به جهان می‌نگرند. بر این اساس،



(شکل ۱- مدل استخراج شاخص های راهبردی در حوزه فرهنگ از قرآن کریم)

در ادامه نمونه ای از قطعات آباتی که با روش فوق منجر به شاخص راهبردی در حوزه فرهنگ می شود ملاحظه می شود:

جدول ۲- نمونه استخراج شاخص های راهبردی براساس مضامین فراگیر از قرآن کریم و مدل استیپ

شاخص های راهبردی	STEEP(V)	مضامین فراگیر	آدرس	آیات	ردیف
سلامت اقتصادی	اقتصادی	عدالت اقتصادی	نساء / آیه ۵	وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا	۱
سیاست های تنظیمی	سیاسی	قتل و کشتار	تکویر / آیه ۸	وَإِذَا الْمَوْءُودَةُ سُئِلَتْ	۲
اسراف اقتصادی	اقتصادی	اسراف	اعراف / آیه ۳۱	يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ	۳
طهارت اجتماعی	اجتماعی	فساد و فحشاء	اعراف / آیه ۸۰	وَلَوْطًا إِذْ قَالَ لِقَوْمِهِ أَتَأْتُونَ الْفَاحِشَةَ مَا سَبَقَكُمْ بِهَا مِنْ أَحَدٍ مِنَ الْعَالَمِينَ	۴
عدالت اجتماعی	اجتماعی	اعتدال	فرقان / آیه ۶۳	وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا	۵
تعامل کریمانه	اجتماعی	معاشرت و گفتگو	مریم / آیه ۳۲	وَبَرًّا بِوَالِدَتِي وَكَمْ يَجْعَلُنِي جَبَّارًا سَفِيًّا	۶
حسن معاشرت و رفتار	روشی	معاشرت و گفتگو	طه / آیه ۴۴	فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيْنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى	۷
عدالت توزیعی در	اقتصادی	اعتدال	اسراء / آیه ۲۶	وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ	۸

ردیف	آیات	آدرس	مضامین فراگیر	STEEP(V)	شاخص‌های راهبردی
	وَلَا تَبْذُرْ تَبْذِيرًا				بذل مال
۹	وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ	اسراء / آیه ۳۴	اموال ضعفا	اقتصادی	ارزش آفرینی در اموال ضعفاء
۱۰	قُلْ يَا عِبَادِيَ الَّذِينَ أَسْرَفُوا عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ لَا تَقْنَطُوا مِن رَّحْمَةِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يَغْفِرُ الذُّنُوبَ جَمِيعًا إِنَّهُ هُوَ الْعَفُورُ الرَّحِيمُ	زمر / آیه ۵۳	اسراف	ارزشی	بهره وری از فرصت‌ها
۱۱	فَوَجَدَا عَبْدًا مِنْ عِبَادِنَا آتَيْنَاهُ رَحْمَةً مِنْ عِنْدِنَا وَعَلَّمْنَاهُ مِنْ لَدُنَّا عِلْمًا	کهف / آیه ۶۵	علم و عمل	ارزشی	علم‌گرایی
۱۲	مَا لَهُمْ بِهِ مِنْ عِلْمٍ وَلَا لِآبَائِهِمْ كَبُرَتْ كَلِمَةً تَخْرُجُ مِنْ أَفْوَاهِهِمْ إِنْ يَقُولُونَ إِلَّا كَذِبًا	کهف / آیه ۵	علم و عمل	سیاسی	بینش سیاسی
۱۳	قَالَ إِنَّكَ لَنْ تَسْتَطِيعَ مَعِيَ صَبْرًا / وَكَيْفَ تَصْبِرُ عَلَىٰ مَا لَمْ تُحِطْ بِهِ خَيْرًا	کهف / آیه ۶۷	علم و عمل	روشی	روشنمندی علم
۱۴	وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ نَقَضَتْ عَزْلَهُمَا مِنْ بَعْدِ قُوَّةٍ أَنْكَارًا تَتَّخِذُونَ أَيْمَانَكُمْ دَخَالًا بَيْنَكُمْ أَنْ تَكُونَ أُمَّةٌ هِيَ أَرْبَىٰ مِنْ أُمَّةٍ إِنَّمَا يَبْلُوكُمُ اللَّهُ بِهِ وَلَيُبَيِّنَنَّ لَكُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ مَا كُنْتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ	نحل / آیه ۹۲	عهد و پیمان	اجتماعی	میثاق اجتماعی

جدول ۳- شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ در قرآن کریم براساس مدل استیپ

STEEP V	توحید	اسراف	اعتدال	انفاق	تعاملات و ارتباطات	فساد و تباهی	علم و عمل	عهد و پیمان	قتل و کشتار	مال یتیم	مبادلات اقتصادی
سیاسی	توحید و نفی طاغوت	تبذیر سیاسی	اعتدال‌گرایی سیاسی	—	سیاست تعاملی	سیاست‌های تنظیمی	بینش سیاسی	میثاق سیاسی	سیاست‌های تنظیمی	—	—
اجتماعی	—	—	عدالت اجتماعی	اشاعه انفاق	کنش‌های اجتماعی	طهارت اجتماعی	بینش اجتماعی	میثاق اجتماعی	—	حمایت‌های اجتماعی	—
اقتصادی	—	اسراف اقتصادی	عدالت توزیعی در بذل مال	احسان و اکرام مالی	—	—	—	—	—	ارزش آفرینی در اموال ضعفاء	سلامت اقتصادی
ارزشی	—	بهره وری از فرصت‌ها	—	—	تعامل کریمانه	استمداد از خدا	علم‌گرایی	میثاق‌گرایی (پایبندی به ارزشها)	—	—	توجه به فقر و جود

مبادلات اقتصادی	مال یتیم	قتل و کشتار	عهد و پیمان	علم و عمل	فساد و تباهی	تعاملات و ارتباطات	اتفاق	اعتدال	اسراف	توحید	STEEPV
—	—	—	—	روشنمندی علم	—	حسن معاشرت و رفتار	—	—	—	—	۳۱

به صورت کلی مهمترین عوامل محیطی اثرگذار بر شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ عبارتند از عوامل سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، عوامل روشی و ارزشی و با توجه به این عوامل، شاخص‌های بدست آمده نیز به شاخص‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، روشی و ارزشی دسته‌بندی می‌شوند.

۱- شاخص‌های سیاسی

سیاست در معنای عام هرگونه روش و مشی برای اداره یا بهتر کردن هر امری از امور، (چه شخصی چه اجتماعی) است و در اصطلاح اموری است که مربوط به دولت و مدیریت و تعیین شکل و مقاصد و چگونگی فعالیت دولت باشد (حسینعلی، ۱۳۸۰). منظور از شاخص‌های سیاسی در پژوهش حاضر، آن دسته از شاخص‌هایی است که براساس آیات قرآن کریم، از میان انبوه مسائل مهم و اتفاقاتی که درون یک جامعه می‌افتد، به مهمترین آنها اشاره می‌کند و به ارزیابی عوامل آن می‌پردازد.

۲- شاخص‌های اجتماعی

منظور از شاخص‌های اجتماعی در این پژوهش، آن دسته از شاخص‌ها راهبردی است که در حوزه‌های مختلف اجتماعی اعم از خانواده و جامعه که در برگیرنده باورها، رفتارها و کنش و برهم کنش‌ها و هنجارهای اجتماعی، مردم‌شناسی، ارزش‌ها و سبک‌های زندگی، رفتارها، بهداشت، جرم و جنایت، تحصیل و... می‌باشد.

۳- شاخص‌های اقتصادی

به صورت کلی شاخص‌های اقتصادی، شاخص‌هایی هستند که پیرامون اقتصادهای بین‌المللی، ملی، منطقه‌ای

به صورت کلی با توجه به عناصر و ارکان اصلی از محدوده آیات قرآنی، ۲۸ شاخص راهبردی در محدوده مورد بررسی مصداق آیه داشت که شناسایی گردید. نمایی از شاخص‌ها را در جدول فوق می‌توان مشاهده کرد.

یافته‌های پژوهش

منظور از شاخص‌های راهبردی، شاخص‌هایی است که ما را به تحقق اهداف رهنمون می‌کند. این شاخص از سویی به اهداف و از سوی به راه و مسیر تحقق اهداف نظر دارد.

شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ ابعاد مختلفی دارد. در این پژوهش براساس مبنی قرار دادن عناصر یازده گانه در محدوده آیات ۲۳ تا ۳۸ سوره مبارکه اسراء و بررسی دیگر آیات قرآن کریم که از حیث مفهوم یا منطوق با این عناصر مرتبط هستند و مفهوم‌سازی و کدگذاری باز و محوری و نیز مقوله‌بندی آیات و همچنین با توجه به مدل استیپ که به بررسی عوامل محیطی تأثیرگذار بر حوزه فرهنگ همچون عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، روشی و ارزشی، می‌پردازد، شاخص‌های راهبردی در این حوزه و با توجه به عوامل تأثیرگذار در قرآن کریم تبیین شده است. هر چند برای بعضی از شاخص‌های مطرح شده با توجه به گستره تعیین شده در این مقاله، مصداقی از آیات شریفه احصا نشد.

بنابراین از مجموع ۵۵ شاخص راهبردی بدست آمده، ۲۸ شاخص راهبردی در قرآن کریم مصداق آیه داشت و ۲۲ مورد نیز بدون مصداق بود.

پژوهش به کار می‌روند، و مجموعه ابزار و فنی که آدمی را از مجهولات به معلومات راهبری می‌کند، اطلاق شود. اما منظور از شاخص‌های روشی در این پژوهش، آن دسته از شاخص‌هایی است که در گستره آیات احصا شده، روش‌های کسب علم و شیوه‌های مواجهه با دیگران را مورد بررسی و تبیین قرار می‌دهد.

۵- شاخص‌های ارزشی

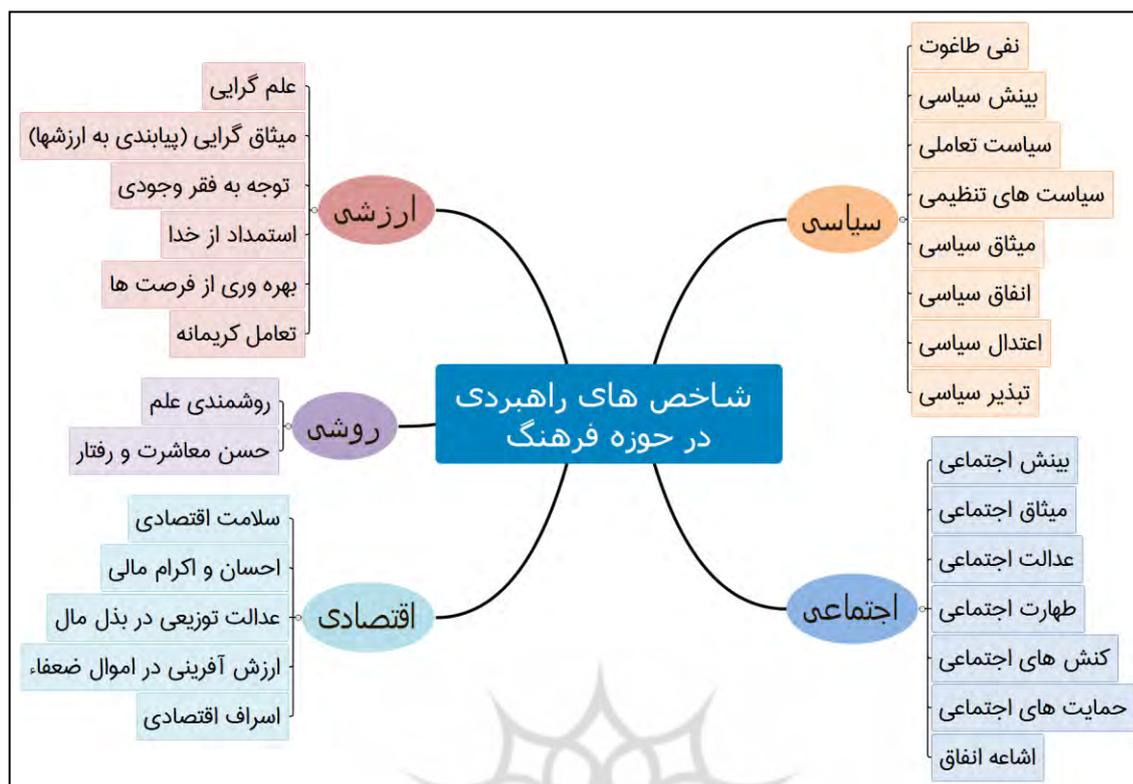
ارزش، شیوه‌ای از بودن یا عمل است که یک شخص یا جمع به عنوان آرمان می‌شناسد و افراد یا رفتارهایی را که بدان نسبت داده می‌شوند؛ مطلوب و متشخص می‌سازد (گی، ۱۳۷۴). این شاخص‌ها پیرامون مسائل ثابت و تغییرناپذیر، پیشران‌های اصلی و چارچوب‌های فکر بنیادین، مسائلی که در مواقع بحران و عدم‌ثبات نیز حاضر به عدول از آن‌ها نیستیم و خط قرمز ما محسوب می‌شوند می‌پردازد و از آنجا که موضوع اصلی پژوهش فرهنگی است و از ویژگی‌های فرهنگ آن است که در تناظر با انسان دیده می‌شود و نه محیط زیست در استفاده از این مدل، محور بوم شناختی (E) حذف گردید و چون مباحث قرآنی و ارزشی است، محور ارزشی به آن اضافه شد.

و محلی از جمله نیروی کار، درآمد، زیرساخت‌ها، رشد اقتصادی، نرخ‌های بهره، نرخ ارزها، تورم، شفافیت اقتصادی، ریسک‌پذیری، شمار ثروتمندان و فقرا، دهک‌های بالا و پایین، کسر بودجه، بدهی، عرضه و تقاضا، سطوح بیکاری، روندهای تولید ناخالص داخلی. در این پژوهش به اقتضای آیات قرآنی مرتبط با موضوع، منظور از شاخص‌های اقتصادی آن دسته از شاخص‌هایی است که حدود اسراف و اکرام مالی را مشخص می‌کند و نیز به تبیین توزیع عادلانه ثروت و ارزش آفرینی در اموال ضعفاء و کسب روزی حلال بعنوان مهمترین شاخص‌های راهبردی در این حوزه می‌پردازد.

۴- شاخص‌های روشی

واژه روش از واژه‌ی یونانی متا به معنای «در طول» و «اودوس» یعنی «راه»، گرفته شده و مفهوم آن در پیش گرفتن راهی برای رسیدن به هدف و مقصودی با نظم و توالی خاص است (سیدعلی اصغر، ۱۳۸۴). اصطلاح روش، هم به خود راه اشاره دارد و هم به قواعد و ابزارهای رسیدن به آن. در واقع روش هرگونه ابزار مناسب برای رسیدن به مقصود است. روش ممکن است به مجموعه راه‌هایی که انسان را به کشف مجهولات هدایت می‌کند، مجموعه قواعدی که هنگام بررسی و

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



شکل ۲- درختواره شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ در قرآن براساس مدل استیپ

جمع‌بندی و پیشنهادها

تأثیرات فرهنگ بر زوایای مختلف زندگی فردی و اجتماعی بر هیچ کس پوشیده نیست؛ اما در عین حال سنجش آن نیز کار ساده و راحتی نخواهد بود. بدون شک نفوذ عوامل اثرگذار فرهنگی در حوزه‌های بینشی و گرایشی و رفتاری انسان امری است محتوم. از این‌رو شناخت اولویت‌های فرهنگی و داشتن ملاک و معیاری برای سنجش فعالیت‌های اثرگذار و وجود شاخص‌های راهبردی در این حوزه، از مهمترین اولویت‌های جامعه‌ای است که فرهنگ و خصوصاً فرهنگ دینی و قرآنی در بین آنها دارای جایگاه مهم و مبنایی است.

ارزش‌ها و شرایط فرهنگی نقش به‌سزایی در افزایش سلامت اجتماعی و رشد اقتصادی و نیز تقویت نهادهای مردم‌سالار و ارتقاء عدالت اجتماعی دارد. اما فقدان شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ، امکان مقایسه و ارزیابی خط قرمزهای فرهنگی در جامعه و نیز امکان

خط‌مشی‌گذاری در حوزه فرهنگ از مدیران فرهنگی خواهد گرفت.

این پژوهش به دنبال پاسخ به این سوال اصلی بود که چه شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ در قرآن کریم وجود دارد؟ همچنین ارکان اصلی و عناصر محوری مطرح شده در سوره اسراء چیست؟ و نظام قرآنی چگونه می‌تواند در جامعه شکل گیرد؟ در این پژوهش سعی شد تا با مبنی قرار دادن عناصر یازده گانه در سوره مبارکه اسراء، آیات ۲۳ تا ۳۸، سایر آیات قرآنی مورد بررسی قرار گیرد و آیاتی که از حیث مفهوم و یا منطوق با این عناصر قرابت داشتند در چند مرحله جداسازی و کدگذاری و مقوله‌بندی شد. آنگاه با در نظر گرفتن عوامل محیطی از مدل استیپ و پردازش آیات بر آن اساس، به مقوله‌بندی جدیدی از آیات پرداخته شد و در نهایت شاخص‌های راهبردی ناظر به هر کدام از عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، ارزشی و روشی از مقوله‌بندی آیات بدست آمد.

آن مواجه شوند، مصون می‌سازد چرا که وجود این شاخص زمینه‌هایی جهت رشد و توسعه و ازدیاد دارایی‌ها و اموال ضعیفان و نیز حفظ و حراست از آن ایجاد می‌کند و موانعی برای جلوگیری از دست‌درازی دیگران به اموال آنان ایجاد می‌نماید.

تکریم والدین و بزرگان از جمله شاخص‌های راهبردی روشی در حوزه فرهنگ است که در قرآن کریم بسیار مورد تاکید و توجه قرار گرفته است. این شاخص می‌تواند سنج‌های برای خوش رفتاری و پرهیز از خشونت در نگاه و گفتار افراد و میزانی برای حسن معاشرت آنان باشد.

اغتنام فرصت بعنوان یک شاخص راهبردی ارزشی و اهتمام در استفاده بهینه از سرمایه عمر و جوانی و پرهیز از هدر دادن زمان و فراغت که در اختیار انسان است، مانع حسرت و اندوه پیری و افسوس و فغان حیات پس از مرگ خواهد بود. توجه به فقر وجود خود و خود و تمامی امور را به خدا سپردن و خود را همواره نیازمند و فقیر خدا دانستن، بعنوان یکی از شاخص‌های راهبردی ارزشی است که از طرفی موجب جریان بسیاری از خدمات و خیرات از سوی فرد خواهد شد و از طرف دیگر مانع حسرت خوردن و ناامید شدن انسان می‌شود.

پیشنهادها

۱- پژوهشی جهت استخراج و تبیین شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ در کل قرآن براساس روش داده بنیاد صورت گیرد.

۲- به نظر می‌رسد لازم است مشخص شود هر کدام از شاخص‌های راهبردی قرآن در حوزه فرهنگ، در چه وضعیت و موقعیتی و در چه زمانی مطرح بوده است و بر این اساس تفکیک و دسته‌بندی صورت گیرد.

۳- میزان اهمیت و اثرگذاری هر کدام از شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ در نظام قرآنی مشخص شود و تطبیقی بین فضای قرآن و فضای فعلی جامعه صورت بگیرد.

آنچه گذشت بیان‌گر آن بود که شاخص‌های راهبردی، شاخص‌هایی هستند که از سویی به اهداف و از سوی به راه و مسیر تحقق اهداف نظر دارد. از آنجا که فرهنگ دارای ابعاد متنوع و بسیار وسیعی است، دست‌یابی به شاخص‌های راهبردی در این حوزه، پژوهشگر را با چالش‌های زیادی مواجه می‌کند. بررسی شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ با نظر به عوامل محیطی، تا حدی دایره بحث را محدود و امکان دست‌یابی به شاخص‌های راهبردی را راحت‌تر می‌سازد.

هر یک از شاخص‌های راهبردی بدست آمده در حوزه فرهنگ در این پژوهش حاوی مطالب مهم و اثرگذار در حوزه فرهنگ است و با دقت نظر در آن در می‌یابیم که بسیاری از این شاخص‌ها در حال حاضر در جامعه فرهنگی ما، به نوعی مورد بی‌توجهی قرار گرفته است. از جمله شاخص‌های سیاسی می‌توان به نفی طاغوت و پذیرش توحید بعنوان مهمترین شاخص راهبردی در حوزه فرهنگ اشاره کرد. به گونه‌ای که بدون توجه به چنین شاخص مهمی، جامعه اسلامی به یک جامعه سکولار تبدیل خواهد شد که امکان تلاقی و هم‌جهت شدن با مستکبرین و ظلمه عالم در چنین جوامعی بسیار زیاد خواهد بود.

از بین شاخص‌های راهبردی اجتماعی، طهارت اجتماعی یکی از شاخص‌های راهبردی بسیار پراهمیتی است که غفلت از آن نسل‌ها را به تباهی و گمراهی می‌کشانند. توجه ویژه اسلام به حلال‌زادگی و ارتباطات مشروع ضرورت توجه به این شاخص را دو چندان می‌کند. ازدواج‌های سفید، دوستی‌های بی‌حد و حصر دختر و پسر و... همگی حاصل بی‌توجهی به چنین شاخص مهمی در تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌های کلان‌مدیریتی است.

از جمله شاخص‌های اقتصادی، ارزش‌آفرینی در اموال ضعیفان است که توجه به آن، اقشار آسیب‌پذیر جامعه را از بسیاری از آسیب‌ها و تهدیدهایی که ممکن است با

- روشه، گی (مترجم: زنجانی‌زاده، هما) (۱۳۷۴). کنش اجتماعی، مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد.
 - شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۹۱). نظام نامه تدوین نقشه مهندسی فرهنگی.
 شهرداری، هرمز (۱۳۶۷). کاربرد شاخص‌های اجتماعی - اقتصادی در برنامه‌ریزی توسعه، تهران: وزارت برنامه و بودجه، مرکز مدارک اقتصادی، اجتماعی و انتشارات.
 - صالحی امیری و محمدی، سیدرضا و سعید (۱۳۹۵). دیپلماسی فرهنگی، تهران: ققنوس.
 - طبرسا، غلام‌علی (۱۳۸۲). تبیین شاخص‌های فرهنگی (شاخص‌های بخش هنر)، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۲.

- عابدی جعفری، حسن و دیگران (۱۳۹۰). تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی، اندیشه مدیریت راهبردی، سال پنجم، ش ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۰.
 - کاظمی، سید علی اصغر (۱۳۸۴). روش و بینش در سیاست، تهران: وزارت امور خارجه، مرکز چاپ و انتشارات.
 میتزبرگ، هنری و دیگران (۱۳۸۴). جنگل استراتژی، تهران: شرکت پردیس.
 نوذری، حسینعلی (۱۳۸۰). فلسفه تاریخ، روش‌شناسی و تاریخ‌نگاری، تهران: طرح نو.

Creswell (2005), Pandit (1996);
 Fernández (2004).

Strauss & Corbin (1998), Lee (2001).
 Doing Grounded Theory (1998): Issues
 and Discussions, Sociology Press.

یادداشت‌ها

۴- هر کدام از شاخص‌ها براساس مبنای علمی اعتبارسنجی شود و با انجام فعالیت میدانی مشخص گردد میزان کارکرد آن و اثربخشی آن چه قدر است.
 ۵- از هر کدام از شاخص‌های راهبردی، شاخص‌های خردتر و کمی و سنجه‌هایی جهت اندازه‌گیری وضعیت فرهنگی جامعه استخراج شود.
 ۶- شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ در روایات نیز بررسی گردد و حاصل آن با شاخص‌های فرهنگی در قرآن جمع‌بندی شود تا بتوان شاخص‌های راهبردی در حوزه فرهنگ از منظر اسلام را بدست آورد.

منابع

قرآن کریم

- «فرهنگ راهبردی جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال چهارم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۰.
 - امانی، مهدی و همکاران (۱۳۵۴). لغت‌نامه جمعیت‌شناسی، تهران: دانشگاه تهران
 - تمنا، سعید (۱۳۸۶) مبانی جمعیت‌شناسی، تهران: دانشگاه پیام نور.
 - جلالی‌راد و سپهرنیا، محمدصادق و رزیتا (۱۳۹۶). فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، دوره ۷، شماره ۲۳.
 - حقیقی، رضا (۱۳۸۷). فرهنگ و دیپلماسی، تهران: انتشارات بین‌المللی الهدی.
 - دانایی‌فرد و امامی، حسن و سید مجتبی (۱۳۸۶). «تأملی بر نظریه‌پردازی داده بنیاد»، دو فصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی.

¹Boyatzis, 1998

²STEEP(V)