

## ضرورت های مدیریت استراتژیک فرهنگی در حوزه های علمیه در عصر جهانی شدن

جعفر رحمانی<sup>1</sup>

تاریخ دریافت: 1390/2/17 تاریخ پذیرش: 1390/3/23

### چکیده

برای دستیابی به فرهنگی پیشرو، پویا و غنی مبتنی بر ارزش های دینی، تاریخی و ملی و نیز ارزش ها و آرمان های زیربنایی جامعه، به مدیرانی فرهیخته و توانمند در این حوزه نیاز است که اولاً به ابعاد، ماهیت و متغیرهای محیطی وقف داشته و ثانياً بر حوزه دانش مدیریت و اصول و تکنیک های آن اشراف داشته باشند. این تحقیق در پی آن است تا با شناخت دقیق فرصت ها و تهدیدهای فراروی حوزه های علمیه در بعد فراملی؛ الزامات و راهبردهای متناسب با شاخصه های سازمانی را جهت افزایش اثربخشی این نهاد جهت حضور تاثیرگذار در سطح جهانی ارائه نماید. نتایج حاصله از این تحقیق که به روش کتابخانه‌ای و با مراجعه به اسناد و مدارک علمی انجام شده، بیانگر آن است که به کارگیری اصول و روش های مدیریت راهبردی در حوزه های علمیه در فرایند جهانی شدن یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر به شمار می‌رود.

### واژگان کلیدی

مدیریت منابع انسانی، ابعاد مدیریت منابع انسانی، جهانی شدن، مدیریت منابع انسانی در شرایط جهانی شدن، تاثیر جهانی شدن بر سازمانها، چالشهای منابع انسانی در عرصه جهانی شدن.

### مقدمه

امیر مومنان حضرت علی (ع) به افراد و سازمانها هشدار می دهد که "همه آینده ها نزدیک است". کودکان به زودی بزرگ می شوند، بزرگسالان به زودی پیر می شوند، و پیرها به زودی مرگ را تجربه می کنند. بدین گونه همه آینده ها در یک چشم بر هم زدن از راه می رسند، و اگر برای استقبال از آنها آماده نباشیم، پشیمانی سودی نخواهد بخشید. در حوزه های فرهنگی با توجه به جهانی شدن فرهنگی، پیشرفت های تکنولوژیکی و حضور فرهنگ های متکثر برای ایجاد انسجام در جامعه در مقابله با تهدید های موجود باید از تفکر استراتژیکی و تدوین برنامه استراتژیک برای شرایط گوناگون اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی سود جست. در راستای کسب موفقیت در میدان رقابت باید از نوعی برنامه ریزی بهره گرفت که آینده نگر و محیط گرا باشد به طوری که ضمن

<sup>1</sup> - عضو هیات علمی و مدیر گروه مدیریت و آینده پژوهی دانشگاه بین المللی جامعه المصطفی العالمیه

شناسایی عوامل و تحولات محیطی، در یک افق زمانی بلندمدت تاثیر آنها را بر سازمان و نهادهای فرهنگی و نحوه تعامل سازمان ها با آنها را مشخص کند. این نوع برنامه ریزی در واقع همان — برنامه ریزی استراتژیک است که با بررسی محیط خارجی و داخل سازمان، فرصتها و تهدیدهای محیطی و قوتها و ضعفهای داخلی را شناسایی می کند و با در نظر داشتن مأموریت سازمان، اهداف بلندمدت را برای سازمان تنظیم می کند و برای دستیابی به این اهداف، از بین گزینه های استراتژیک اقدام به انتخاب استراتژی هایی می کند که با تکیه بر قوتها و رفع ضعفها، از فرصتهای پیش آمده به نحو شایسته استفاده نموده تا از تهدیدها پرهیز کند، که در این صورت با اجرای صحیح باعث موفقیت سازمان در میدان رقابت خواهد شد. متأسفانه در عرصه فرهنگ مدل خاصی مبنی بر تفکر یا برنامه ریزی استراتژیک وجود ندارد.

حوزه های علمیه در جامعه دینی ما از جایگاهی بس والا و مهم بر خوردار هستند. حوزه ها به مصداق آیه شریفه «الم تر كيف ضرب الله مثلا كلمة طيبة لشجرة طيبة اصلها ثابت و فرعها فی السماء توتی الکها کل حین باذن و ربها...» (ابراهیم/14) چونان درختی ثابت و ریشه دار، مرکزی برای جویندگان معارف الهی بوده و ثمراتی شیرین و گوارا در عرصه جهانی عرضه داشته و در ساحت علم و تقوی آثاری پر بها ارائه نموده اند.

این نهاد مقدس نیز مانند همه نهادهای اجتماعی به تدریج و در طول سالهای متمادی شکل گرفته است، که ریشه شکل گیری آن به صدر اسلام و آغاز بعثت پیامبر اکرم (ص) باز می گردد.

اهداف حوزه علمیه:

هیچ نهاد و سازمانی بدون هدف تاسیس نمی شود. نهاد ریشه داری مانند حوزه علمیه نیز دارای اهدافی معین و مشخص با دامنه بین المللی است، اهدافی که تحقق بخشیدن به آن از رسالت های انبیاء الهی بوده و به علماء دین و حوزه های علمیه به ارث رسیده است. این اهداف به طور اجمال عبارتند از:

1. شناخت صحیح دین (تفقه در دین)

2. ابلاغ صحیح دین

3. اصلاح طلبی در زمین

4. عینیت بخشیدن به دین و اجراء احکام دینی.

جهت اجرای اثربخشی این مأموریت حوزه علمیه می بایست الزامات مناسب را در بعد استراتژی، ساختار، منابع انسانی، فناوری با توجه به فرصت ها و تهدیدات فراروی و ظرفیت درونی خود (نقاط قوت و ضعف) شناسایی نموده تا بتوانند با طراحی راهبردهای مناسب حضوری متناسب و مؤثر در عرصه جهانی داشته باشند.

این تحقیق در پی آن است تا با شناخت دقیق فرصت ها و تهدیدات فراروی حوزه های علمیه در بعد فراملی الزامات و راهبردهای متناسب با شاخصه های سازمانی را جهت افزایش اثربخشی این نهاد جهت حضور تاثیر گذار در سطح جهانی ارایه نماید.

## مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک فرهنگی

مدیریت استراتژیک بر نقش مدیران جدید، حفظ و بقای پویایی، حتی پس از استقرار و ثبات سازمان تأکید می‌ورزد. زیرا مهم‌ترین چالش فراروی مدیران امروزی، سرعت تغییرات محیطی در سازمان‌ها است. عواملی چون ماهیت اجتماعی، تکنولوژی اقتصادی و سیاسی که بر موفقیت یا شکست سازمان اثر می‌گذارند از جمله مواردی هستند که در این مقوله می‌گنجد و نیز مواردی چون رقابت سایر شرکت‌ها، عدم اطمینان از مواد اولیه، نوسان قیمت‌ها، قوانین و مقررات دولتی و بلایای طبیعی، سرعت تغییرات به این معناست که سازمان‌ها همزمان با اجرای عملیات، ناگزیر از برنامه‌ریزی و ابتکار و خلاقیت و هدایت‌اند. یک قاعده کلی می‌گوید: مدیریت نگرستن به آینده است و گویای اهمیت برنامه‌ریزی در جهان می‌باشد.

اساساً محیط سازمان‌های دولتی و خصوصی در سال‌های اخیر نه تنها به شکلی فزاینده متلاطم و دگرگون گشته، بلکه پیوستگی متقابل میان محیط و سازمان نیز بیشتر شده است. این تلاطم و پیوستگی متقابل نیازمند واکنشی سه وجهی از سوی سازمان‌هاست:

نخست این سازمان‌ها باید به شکلی استراتژیک تفکر کنند.

دوم آنها باید یافته‌ها و ادراکات خود را برای سازگاری با محیط‌های تغییر یافته به استراتژی‌های کارساز مبدل نمایند.

سوم آنها باید برای تطبیق و اجرای استراتژی‌ها، با تعقل و تفکر بستر مناسب را برای بنگاه‌ها فراهم سازند. (شرکت داده‌پردازی ایران، 1385)

امروزه ازدانش مدیریت استراتژیک عمدتاً سازمان‌های نظامی، سیاسی و اقتصادی بهره‌گیری می‌کنند و سابقه و میزان استفاده از این نوع مدیریت در بخش فرهنگی به ویژه در کشورهای توسعه نیافته، بسیار اندک و ناچیز است. در ایران، به ویژه پس از انقلاب شکوهمند اسلامی، که حقیقتاً یک انقلاب عظیم فرهنگی بود، صرف نظر از موفقیت‌های چشم‌گیر در حوزه فرهنگ، همواره با بحران‌های متعددی روبرو بوده است. این چالش‌ها را باید عمدتاً ناشی از ورود الگوهای فرهنگی غربی و فقدان یک نظام مدیریت کارآمد و برنامه‌ریزی جامع و هدفمند دانست که همچنان ما را با تهدیدات جدی مواجه ساخته است. به طوری که باید اذعان کرد فقدان یک مدیریت و رهبری کارآمد، زمینه بهره‌مندی انقلاب اسلامی از فرصت‌های طلایی در حوزه‌های فرهنگی را به شدت کاهش داده و هم‌اکنون ما را در قبال بسیاری از معضلات فرهنگی منفعل ساخته است.

نخبگان فکری کشور به روشنی می‌دانند که بی‌توجهی به توسعه فرهنگی، کشور را از دستیابی به موفقیت‌های مطلوب اقتصادی نیز بی‌نصیب خواهد ساخت. لذا در پاسخ به این پرسش که در توسعه پایدار کدامیک از این دو حوزه، یعنی اقتصاد و فرهنگ، مقدم است؟ در مقدمه قانون اساسی با صراحت از «اقتصاد به عنوان وسیله و نه هدف» یاد شده است. تا جایی که هدف از حکومت اسلامی را «رشد دادن انسان در حرکت به سوی نظام الهی و

ایجاد زمینه بروز و شکوفایی استعدادها به منظور تجلی ابعاد خداگونه انسان» می‌داند. (مجموعه قوانین با آخرین اصلاحات، 1384: 15-16) بدون بسترسازی و نهادینه کردن فرهنگ توسعه ایجاد توسعه عملاً ناممکن خواهد بود. در ابتدا، پرسش اصلی این است که چرا باید از مدیریت استراتژیک در حوزه فرهنگ استفاده شود؟ به نظر می‌رسد پاسخ روشن است. با توجه به تحولات گسترده در عرصه داخلی و بین‌المللی و تخصصی شدن همه حوزه‌های علوم اجتماعی روشن است که مدیریت سنتی و اتخاذ تدابیر غیر علمی در سازمان‌های فرهنگی، دیگر قادر به حل مشکلات نخواهد بود و استمرار غفلت نسبت به برخی مشکلات و مسائل فرهنگی، پیامدهای غیر قابل جبرانی را در پی خواهد داشت. لذا وضعیت فرهنگی حاضر و گمانه‌زنی‌های کارشناسان درباره آینده، به ویژه با توجه به روند مخاطره‌آمیز جهانی شدن در قبال فرهنگ دینی و ملی، ایجاب می‌کند که مجموعه دستگاه‌های فرهنگی نظام، تحت یک رهبری واحد، به شکل جدیدی تفکر و اقدام کنند. در این شکل جدید، مدیریت استراتژیک، به مفهوم «تلاش‌های سازمان یافته برای اتخاذ تصمیمات و اقدامات شایسته، از بهترین گزینه‌های پیش رو به شمار می‌رود.» تردیدی نیست که بهره‌گیری صحیح از دانش و فن مدیریت استراتژیک، می‌تواند علاوه بر ایجاد امکان عضویت و پیشگیری، موفقیت ما را در قبال تهدیدات بالقوه و بالفعل و چالش‌های حاضر و آینده از انفعال خارج نموده و به حالت فعال و نوآور تبدیل سازد. (دانشنامه رشد، 1385: 14)

برنامه ریزی استراتژیک در حوزه‌های مختلف

برنامه ریزی استراتژیک توجه رسمی به دوره آینده سازمان است. همه برنامه ریزی‌های استراتژیک حداقل با یکی از این سه سوال کلیدی سروکار دارند:

1. چه کار کنیم؟

2. برای چه کسی کار کنیم؟

3. چگونه به برتری دست یابیم؟

در برنامه ریزی استراتژیک کسب و کار، پرسش سوم به صورت بهتری مطرح می‌شود: "چگونه می‌توان در رقابت پیروز شدو یا از آن اجتناب کرد؟" (Bradford and Duncan, 2000).

در بسیاری از سازمان‌ها، این نوع برنامه ریزی به عنوان فرایندی جهت تعیین مقصد سازمان در چند سال یا سال‌های آینده - به طور معمول 3 تا 5 سال - قلمداد می‌شود؛ گرچه برخی، چشم انداز خود را تا 20 سال گسترش می‌دهند (ویکیپدیا).

برنامه ریزی استراتژیک را می‌توان برای سازمان‌های مختلف از جمله سازمان‌های فرهنگی به کار گرفت. مشخصاً، برنامه ریزی استراتژیک را می‌توان در زمینه‌هایی به این شرح به کار برد:

سازمان‌های عمومی، وزارتخانه‌ها، یا بخش‌های عمده سازمان‌های دولتی.

واحدهای حکومتی محلی نظیر شهر، ولایت و ایالت.

سازمان‌های غیر انتفاعی که اساساً تأمین‌کننده خدمات عمومی هستند.

مأموریت های خاص نظیر حمل و نقل، بهداشت، یا آموزش و پرورش که رابط مرزهای سازمانی و دولتی به شمار می آیند.

سراسر جوامع، نواحی شهری یا شهرهای بزرگ، مناطق یا ایالت ها. همچنین، برنامه ریزی استراتژیک رهبران سازمان را قادر می سازد تا انرژی سازمان را در انتخاب راه مشترک و تحقق اهداف مشترک صرف نمایند. در نهایت، برنامه ریزی استراتژیک، سازمان را در دستیابی به توسعه همه جانبه، سازماندهی مطلوب و داشتن درکی بهتر از محیط پیرامون و مشتریان فعلی و آتی و طبعاً آگاهی از توانمندی ها و محدودیت هایش یاری می نماید. (طیبی، 1382)

زمانی که کانون برنامه ریزی استراتژیک یک "سازمان" است، احتمالاً اکثر تصمیم گیرندگان کلیدی از "عناصر درونی" سازمان خواهند بود. اگر کانون توجه، یک سازمان عمومی یا وزارتخانه، یک دولت محلی، یا سازمان غیرانتفاعی ارایه دهنده خدمات "دولتی" باشد، این نظر، مجدداً درباره تصمیم گیرندگان مصداق خواهد داشت. در مقابل، اگر کانون توجه برنامه ریزی استراتژیک، یک مأموریت یا یک جامعه باشد، تقریباً همه تصمیم گیرندگان کلیدی از عناصر بیرونی خواهند بود (برایسون، 1383).

#### اهداف برنامه ریزی استراتژیک

هدف برنامه ریزی استراتژیک کمک به سازمان ها جهت کسب آمادگی های لازم، تنظیم رفتارها و بروز عکس العمل مناسب در موقعیت های جدید است. سازمان ها برای کاستن از فشار متعدد و متغیر محیطی نیازمند حداقل چهار اقدام هستند: (حمیدی زاده، 1380)

- 1- کسب بصیرت، آگاهی و احتیاط در قلمرو تحت کنترل خود؛
- 2- اتخاذ و تنظیم استراتژیهای مناسب در ارتباط با محیط های متغیر؛
- 3- تدوین پایه و اساس محکم و قابل دفاع برای تصمیم گیری؛
- 4- ارتقای مهارت ها و بصیرت های تصمیم گیری

به هر حال، استراتژی به فرآیند تعیین مأموریت، مقاصد و هدف های اساسی و بلندمدت سازمان و پذیرش جریان اقدامات و تخصیص منابع ضروری برای دستیابی به هدف های ریز سازمان می پردازد (تامپسون، 1995).

هر استراتژی باید پنج خصوصیت زیر را داشته باشد:

- 1- مهمترین هدف های قابل حصول
- 2- اولویت بندی هدف های مذکور
- 3- سیاست های بسیار ضروری برای هدایت منابع و تنظیم عملیات
- 4- توالی برنامه ها و عملیات اساسی
- 5- راهکارهای دستیابی به اهداف

استراتژیهای اثر بخش باید حول مفاهیم و مؤلفه‌هایی شکل یابند که زمینه ساز توازن، پیوستگی، همبستگی، عمق و غنای سیستم باشند و جهت و مسیر حرکت سازمان را تعیین کنند تا از منابع (انسانی، مالی و طبیعی) برای افزایش کارایی و حصول به هدفها بهتر استفاده شود (حمیدی زاده، همان).

جهانی شدن؛ تعریف مفهومی

مفهوم «جهانی شدن» در فرهنگ علوم اجتماعی «نلسون»<sup>۱</sup> چنین تعریف شده است: «روند جهانی شدن عبارت از روند گسترده بین‌المللی شدن ارتباطات و سازمان‌های اقتصادی و تجاری است و در حوزه اقتصاد آن را می‌توان در موافقت‌نامه‌های تجاری بین‌المللی و افزایش گسترده میزان تجارت بین‌المللی و رشد وابستگی متقابل بررسی کرد» و «آنتونی گیدنز»<sup>۲</sup> جهانی شدن را پدیده‌ای اقتصادی می‌داند که بر اساس آن ارتباطاتی در سطح جهان به وجود می‌آید و یا می‌توان گفت که اقتصادی جهانی متولد شده است و یا در حال به دنیا آمدن است که در آن اقتصادهای ملی مجزا و همچنین راهبردهای مدیریت اقتصادی داخلی روز به روز اعتبار خود را بیشتر از دست می‌دهند. (سجادی، 1382: 68)

از نظر «رابرت کوکس»<sup>۳</sup> ویژگی‌های روند جهانی شدن عبارتست از: بین‌المللی شدن تولید، تقسیم کار جدید بین-المللی، حرکت مهاجرت از جنوب به شمال و محیط رقابتی جدید که در جریان جهانی شدن پیدا می‌شود. (نادران، 1382: 178)

به اعتقاد «بیکر»، «ایپستین» و «پولین»<sup>۴</sup> جهانی شدن شامل رشد سریع یا سطح بالایی از همکاری‌های اقتصادی بین دولت‌ها و کشورها و اقتصادهای ملی است. (همان)

«بارتسلون»<sup>۵</sup> جهانی شدن را انتقال<sup>۶</sup>، دگرگونی<sup>۷</sup> و استعلاء<sup>۸</sup> تعریف می‌کند. (قره باغیان، 1376: 412)

تاثیر جهانی شدن بر سازمانها

ظهور جهانی شدن مسبب تحرک زیاد اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و ارزشی شده و ضمن کاهش فاصله زمان و مکان، تفسیرهای جدیدی از سیاست، اقتصاد، فرهنگ، دولت، اقتدار و امنیت به دست می‌دهد. این پدیده، چالشها و تعارضاتی را به همراه دارد و می‌تواند سبب تحول مفاهیم و تغییر مصادیق در روابط بین‌المللی شود. تحت این شرایط است که می‌توان از جهانی شدن سخن به میان آورد.

جهانی شدن در شکل امروزی آن از زمان فروپاشی کمونیسم و نظام دوقطبی و پایان جنگ سرد عینیت یافته است. با وجود فروریختن نظام تصنعی جهانی دهه های گذشته، هنوز هم نظم موردقبول و عادلانه ای ایجاد نشده است.

<sup>۱</sup>. Nelson.

<sup>۲</sup>. Anthony Giddens.

<sup>۳</sup>. Robert Cox.

<sup>۴</sup>. Baker Epstein and Pollin.

<sup>۵</sup>. Bartsellon.

<sup>۶</sup>. Transformation

<sup>۷</sup>. change

<sup>۸</sup>. Transcendence

قبل از ورود به چنین دوره ای از جهانی شدن، میان ایدئولوژی و قدرت رابطه معنی داری وجود داشت و به واقع در دوران جنگ سرد، ایدئولوژی، سیاست جهان را هدفمند کرده و می توانست هویت سازی کند. تشدید روند جهانی شدن که با پایان جنگ سرد همراه بود، از یکسو باعث فروپاشی نظام دوقطبی و از سوی دیگر با مورد سوال قراردادن پایه ها و اصول روشنگری، موجد به هم ریختن سه مفهوم بنیاد، وحدت و هدف غایی شده است و همین امر چندگانگی، تنوع و کثرت را به همراه داشته است. در این شرایط، مردم سالاری کثرت گرایانه که عمدتاً با تفاوتها و تعارضها سروکار دارد در مقابل مردم سالاری اجتماعی، که حالت سلطه گرایانه داشته و با حذف تفاوتهای اصلی، امکان پذیر است، قرار می گیرد. (Garavan, 2001)

فرایند جهانی شدن در شکل نوین، در نوع خود بی نظیر است. گاه تصور می شود که مختصات جهانی شدن صرفاً به مناسبت سرعت آن تحت تاثیر نوآوریهای تکنولوژیک تعریف می شود. در این شرایط، کلیه مفاهیم و رفتارها دستخوش تغییر و تحول شده و بهتر است از نو تعریف شود. فرایند جهانی شدن، نظام یافته و مرحله به مرحله نیست و در نقاط مختلف جهان به اشکال متفاوت و متناقض ظاهر می شود. کار عمده در قرن بیست و یکم، ابداع یک مدل جدید همزیستی میان فرهنگها، مردم و نژادها در عرصه های گوناگون مذهبی در یک تمدن مشترک است. در چنین وضعیتی باید بتوانیم ساختارهای سازمانی مناسب را برای عصر چند فرهنگی آماده سازیم.

در دهه چهل میلادی، جهانی شدن به سرعت گسترش یافت و سرشت کسب و کار بین المللی و ملی را در کشورها دگرگون ساخت. جهانی شدن در اروپای شرقی و روسیه دارای تاثیرات زیادی بود و مرزهای این کشورها را به روی تجارت بین المللی گشود. در این راستا، اتحادیه اروپا گسترده شد. اتحادیه آمریکای شمالی، از آمریکا و کانادا به مکزیک گسترش یافت و زمینه های گسترش اتحادیه های منطقه ای را مهیا ساخت. این تحولات به همراه توسعه سریع فناوری اطلاعات و پیشرفت در امکانات حمل و نقل، جهان را به سوی یکپارچگی هدایت کرد. در چنین محیطی، کارکنان دانشی و با مهارت بالا کاملاً قابل انتقال هستند. سازمانهای کوچک و واحدهای خدماتی که به طور سنتی غیرتجاری تلقی می شوند، وارد رقابت جهانی شده اند. همکاری بین شرکتهای بزرگ چندملیتی و سازمانهای کوچک محلی افزایش یافته و حجم تجارت جهانی به چند برابر رسیده است.

بنابراین، روشن است که جهانی سازی با سیال کردن منابع و حذف موانع کارایی، به ارتقای قابلیتها و افزایش کارایی سازمانها منجر می شود. این امر در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، یک توفیق اجباری تلقی می شود. حضور رقبای بین المللی در درون این کشورها و افزایش نیروهای رقابتی باعث می گردد که سازمانهای محلی این کشورها به سمت توانمندسازی حرکت کنند. کسب و کار بین المللی در جوامع رو به رشد، کاملاً شناخته شده است. اگرچه الگوهای رفتاری سازمانها در همه کشورها یکسان نیست، اما شباهتهای زیادی با هم دارند.

در حال حاضر، جهانی شدن موضوعی است که در تحلیلهای اقتصادی - اجتماعی پایه بنیادین مباحث است. «دیوید هندرسون» جهانی شدن را به عنوان یکپارچه سازی بازارها می داند و شرایط ذیل را برای آن تعریف می کند:

جابجایی آزاد کالاها، خدمات، نیروی کار، سرمایه و ایجاد بازار واحد؛ به لحاظ اقتصادی، کسی خارجی نیست و همه در بازار مساوی هستند.

در جهانی که به سوی یکپارچه شدن به پیش می رود، سازمانها با چالشها و فرصتهای جدیدی روبرو هستند. این روند به همراه تحولات تکنولوژیک، وضعیت متفاوتی را نسبت به گذشته ایجاد کرده است. درجهان جدید، چارچوبها تغییر کرده اند و بسیاری از فرضیات قدیمی دیگر کاربرد ندارند. رقابت و انتخاب گسترده شده اند و خصوصی سازی، آزادسازی و مقررات زدایی، تبدیل به مفاهیمی جهانی شده اند. در حال حاضر، معدود سازمانهایی هستند که به اتکای خود می توانند نیازهای مشتریان را برطرف کنند. اتصال ارتباط در زنجیره عرضه، هم توسط مشتریان و هم عرضه کنندگان دنبال می شود. سازمانها با تمرکز، تقسیم بازار و اولویت بندی آن فعالیتهای اساسی را برای استفاده از نقاط قوت خود برای ورود به اتحادیه ها و موافقت نامه ها، تعریف می کنند.

دامنه تنوع و طبیعت متحول محیط جهانی، دوره جدیدی را برای سازمانها ایجاد کرده است. با انتقال از یک دوره به دوره دیگر، مشاهده می شود که جهانی شدن فقط یکی از نیازهای خارجی و فشارهایی است که مدیریت با آن مواجه است. (دعائی، عالی، 1384، ص52)

#### جهانی شدن و فرهنگ

جهانی شدن فرهنگ در حقیقت حاصل دو روند قبلی بوده و تا اندازه ی زیادی در ارتباط با پیشرفت و تحول فن آوری های ارتباطی بوده است و توسعه روزافزون رسانه های گروهی و ارائه برنامه های متنوع تلویزیونی از طریق ماهواره ها، گسترش چشمگیر استفاده از رایانه های شخصی آموزش یک سویه ی اینترنت، زبان انگلیسی، رواج برنامه های نرم افزاری، امکان دریافت فیلم، موسیقی، کتاب و نشریات توسط شبکه های جهانی اطلاعات، همه و همه به افزایش تشابهات فرهنگی کمک کرده اند. به عبارت دیگر چنانچه رابطه متقابل و تأثیر مناسبات تولیدی و فرهنگ جامعه مورد مطالعه قرار گیرد می توان استنتاج کرد که آزادی تجارت باعث تغییر مناسبات تولیدی در سطح جوامع شده و به تبع آن ارزش های فرهنگی نیز تدریجاً متحول خواهد شد. گستردگی حیطه ی فرهنگی یکسان، به مفهوم اشاعه ی ارزش های مشابه برای ارزیابی و سنجش است که محققاً منجر به تسلط فرهنگی جامعه ای می شود که این ارزش های معیاری در بطن آن جامعه رشد و نمو یافته اند، همگونی تفسیرها برخاسته از همگونی ارزشهاست و در چنین صورتی وجوه محلی و ملی در حیطه ی فرهنگ کمرنگ محو خواهند شد و فاصله های ارزشی جای خود را به همسان سازی ارزشی خواهد داد. به هر جهت آمریکا از برتری تکنولوژیک و بهره برداری از فن آوری های مدرن، برتری بلا منازع خود را در حیطه ی فرهنگ سازی جهانی به اثبات رسانده و با گسترش و تحمیل فرهنگ امریکایی به عنوان سمبل فرهنگ و تمدن غرب در راستای محو و تضعیف فرهنگ های ملی و به خصوص فرهنگ های شرقی گام برمی دارد. «براین اساس جهانی شدن هویت ملی را تضعیف می کند چرا که خواهان یکسان سازی فرهنگها و ادغام فرهنگ های بومی و محلی در فرهنگ مسلط جهانی (امریکایی) است. به گونه ای



که هویت های فراملی و فروملی بر هویت های ملی غالب و چیره شوند و فرهنگ استعلایی و تحمیلی غرب موجبات از خود بیگانگی فرهنگی و در هم ریختگی اجتماعی کشورهای جهان سوم را فراهم آورد.» (دهشیری، 1379)

آنچه که جهانی شدن را به عنوان ضرورت مدیریت استراتژیک در عصر نوین برای کشورها قلمداد کرده این مهم است که کشورها بایستی در راستای حفظ فرهنگ بومی دارای برنامه های راهبردی و بلند مدت باشند تا بتوانند در مواجهه با پروژه جهانی شدن سربلند گردند.

. فرهنگ و آموزه های دینی

پس از پیروزی انقلاب اسلامی ، با عنایت به حاکمیت نظام اسلامی در کشور و تعامل و پیوستگی دین و حاکمیت که ماحصل تلاشهای بی وقفه فضلا و فقهای اسلام در چندین دهه بوده و درتداوم حکومت نبوی وعلوی به منصفه ظهور رسیده و فقدان این ترکیب ارزشمند در سالیان طولانی پس از صدر اسلام و عدم بسط و باز تنظیم مسائل مبتلا به اجتماعی و سیاسی در عرصه احکام و آموزه های غنی اسلام در آن محدوده زمانی که علیرغم التزام و اقبال فقه شیعی در مسیر پوییش و خوانش نیازهای عصر و زمان ، خلاء این مکانیسم، کاملاً محسوس و ملموس بود ، سبب گردید تا پس از استقرار جمهوری اسلامی ، آمیزه ای از حکومت دینی و مردمسالاری دینی فرا روی مردم انقلابی ایران قرار گیرد. بدیهی است که حاکمیت چنین ساختاری، الزامات و مقتضیات خاص خود را می طلبد .به همین جهت در طول سه دهه از آغاز نظام فرهنگی انقلاب، تلاش در جهت تغییرات و تطورات موازی و متناسب با آموزه های دینی برگرفته از سنت و سیره نبوی (ص) و ائمه اطهار (علیهم السلام) و نیز شالوده نظام جمهوری اسلامی آغاز شده و تداوم یافته است .انتظارات متقابل حکومت دینی و مردم از یکدیگر در طول سالیان گذشته موجب گردید تا عناصر مختلف فرهنگی ، اجتماعی و سیاسی در مسیر تطابق با تعالیم انسان ساز دینی ، فراز و نشیب های فراوانی را پشت سر بگذارد، اما متأسفانه برآیند قابل توجه و تاثیرگذاری از حرکتها و ساز و کارهای اتخاذ شده فراروی ما قرار نگرفته است به گونه ای که با یک نگرش و نگاه دقیق و موشکافانه ، می توان چالشها و ناهنجاریهای فراوان اجتماعی را که مردم از حکومت دینی انتظار پاسخگویی آنرا دارند و نیز عدم ارائه راهکاری عملی و قابل قبول برای مبارزه با این گونه بیماریهای معنوی را پیش زمینه بروز بحران فرهنگی دانست (موظف رستمی، 1387).

بدون تردید وقتی حکومت اسلامی مطرح می شود. این نوع حکومت با نظامهایی که مبتنی بر اصول و دیدگاههای مادی در غرب و شرق به عنوان دو بلوک فکری شکل گرفته است تفاوت ماهوی دارد. در واقع مفروضات بنیادی حکومت اسلامی با سایر نظامهای حاکم در دنیا یکسان نیست و نگاه حکومت اسلامی به مقوله فرهنگ با سایر حکومت های موجود در دنیا یکی نمی باشد. چرا که در همه نظامهای حاکم در دنیا فرهنگ یک مقوله روبناست؛ در حالی که در حکومت اسلامی فرهنگ یک مقوله بنیادی و زیر بنایی است. لذا به همین دلیل نمی توان تئوریها و نظریه هایی را که در مورد فرهنگ در جوامع غربی بیان می شود مبنای عمل در حکومت اسلامی قرار داد، بلکه

مفروضات حکومت دینی مبتنی بر کتاب، سنت و سیره می باشند و قوه عقل و دایره اجماع ابزارهایی برای دستیابی به فهم درستی از مفاهیم کتاب و سنت و سیره ائمه (ع) هستند، لذا فلسفه وجودی، رسالت، استراتژیها و برنامه ریزیهای سازمانها و نهادهای حکومت اسلامی باید بر پایه این مفروضات باشد. با توجه به اینکه از انقلاب اسلامی به عنوان یک تحول بزرگ در جهان یاد می شود اگر بخواهیم این حکومت را منهای مفروضات برگرفته شده از سنت و سیره نبوی (ص) و ائمه اطهار (علیهم السلام) ترسیم کنیم با شکل بی محتوای یک نظام روبرو خواهیم شد که توانایی تولید ارزش افزوده فرهنگی در جهان کنونی را نخواهد داشت و یک نظام اسلامی بدون محتوای دینی در برابر ابهام ها و تردید های عصر پسامدرنیسم که فرا روایت ها را مورد تهاجم قرار می دهد تاب نخواهد آورد. به همین دلیل و نظر به اینکه فرهنگ دینی مبتنی بر سنت سیره نبوی (ص) و ائمه اطهار (علیهم السلام) در طول تاریخ و هم اکنون عامل هویت بخشی جامعه ایرانی - اسلامی بوده است، لازم است تا به طور دائمی این فرهنگ رصد شود و با شناخت روندهای موجود، کاستی ها و فرآیندهای شکل گیری و نمودهای عملی رفتاری، زمینه توسعه فرهنگ دینی فراهم گردد. در واقع مهندسی فرهنگ دینی کشور، وظیفه و مأموریتی است که از عمق و پیچیدگی بالایی در حوزه مدیریت راهبردی کشور برخوردار است (ناظمی، 1384). لازمه انجام چنین وظیفه ای اجرای برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک در حوزه فرهنگ دینی و توسعه فرهنگ دینی مبتنی بر آن می باشد.

در هر جامعه ای با توجه به بافت و ساختار حکومت آن، معمولاً سازمانهایی هستند که نقش توسعه و ترویج اهداف آن نظامها را بر عهده داشته و در این خصوص به فعالیتهای بسیار گسترده و فراگیر دست می زنند و حتی در مقیاس وسیعتری در عرصه ترویج و بسط عقاید و اندیشه های مبتنی بر اعتقادات عمومی مردم و ملیت و فرهنگ آن کشور نقش ایفا می نمایند. چنین سازمانهایی، نه به عنوان یک سازمان معمولی که در جایگاه یک آبر سازمان یا سازمان مادر، وظیفه هدایت و ساماندهی و هماهنگی فعالیتهای برنامه های همه دستگاهها با کارکردهای مشابه، نزدیک و موازی را بر عهده دارند و نوعی هم پوشی در فعالیتهای ایجاد می کنند و در بعد کلان به صورت فرا سازمانی و فرا دستگاهی به برنامه ریزیهای گسترده و جامع الاطراف در عرصه فعالیتهای ماموریتهای محوله می پردازند (موظف رستمی، 1387). در همین راستا اگر چه مراکز دینی در حال حاضر با هم آمیختگی دین و حکومت و نیز بهره مندی از پشتیبانیهای دولت اسلامی و بهره گیری از نیروهای کار آمد و با تجربه فعال در حوزه فرهنگ دینی، توانایی ایجاد یک تحول فرهنگی جهانی را دارا می باشد؛ اما نگاهی به وضعیت فعلی کارکرد سازمانها، نهادها، دستگاهها و مراکز تولید کننده فکر در حوزه فرهنگ دینی چیزی غیر از این را نشان می دهد. شاید علت و ریشه این معضل از فقدان تلاشهای منسجم در راستای ساختار بندی فرهنگ دینی مبتنی بر سنت و سیره نبوی (ص) و ائمه اطهار (علیهم السلام) باشد. بی تردید نظام مقدس جمهوری اسلامی که به عنوان ام القری جهان اسلام، در میان جوامع اسلامی دارای جایگاهی ویژه است باید با تأسی از حکومت علوی که اعمال و رفتار دینی ایشان نیز در تبعیت محض از وحی الهی بوده است با

محور قرار دادن مضجع شریف حضرت علی بن موسی الرضا (ع) به عنوان پایگاه و بستر فعالیتهای فرهنگی و تبلیغی و نیز حوزه های علمیه به عنوان پشتیبانان، نگهبانان و مروجان اصلی و مهم آموزه های دینی و سیره و سنت نبی مکرم اسلام و ائمه هدی (ع) هدایت دینی سایر کشورهای دیگر را بر عهده گیرد (موظف رستمی، 1387).

با توجه به آنچه بیان گردید و با نظر به اینکه کشور ایران اسلامی با داشتن سازمانهای فرهنگی دینی قوی و عظیم باید دارای بنیانهای فرهنگ دینی عمیق بوده و زمینه ساز ترویج این نوع فرهنگ در سایر کشورها باشد لازم است تا به مقوله مدیریت جهانی فرهنگ دینی به صورت جدی و موشکافانه پرداخته شود و از این رهگذر استراتژی های حوزه فرهنگ دینی مبتنی بر سنت و سیره ائمه معصومین (علیهم السلام) و به تبع آن برنامه های توسعه و ترویج فرهنگ دینی در داخل و خارج از کشور فراهم گردد.

ضرورت های طرح مدیریت استراتژیک فرهنگی در حوزه های علمیه

با توجه به موارد فوق در ادامه به ضرورت هایی که طرح مدیریت استراتژیک فرهنگی در حوزه های علمیه را حیاتی نموده اند اشاره می گردد؛:

#### 1. تحولات نظام فرهنگی جهانی

در دهه های پایان قرن بیستم شاهد برجسته تر شدن فرهنگ هستیم. یکی از چالش بر انگیزین جنبه های جهانی شدن جنبه های فرهنگی جوامع هست. برخی دیگر، یکی شدن فرهنگ ملت ها را که حاصل پیشرفت های عظیم در فناوری ارتباطات و تبادل اطلاعات و نفوذ و گسترش شبکه های رایانه ای و ماهواره ای هستند، یکی از جنبه های مثبت پدیده جهانی شدن تلقی می کنند.

اکنون این واقعیت به خوبی در هزاره جدید پذیرفته شده است که مقوله «فرهنگ» اهمیتی محوری در تمامی عرصه های زندگی بشر دارد. اهمیت فرهنگ اکنون از نقشی که برای آن در زمینه همبستگی اجتماعی، ایجاد انگیزه و تحول پیشرفت، حل مشکلات اجتماعی، پر کردن اوقات فراغت و غیره متصور بودند بسی فراتر رفته است. امروزه سرنوشت کشورها کاملاً با تحولاتی که در عرصه فرهنگ در سطوح ملی و فراملی رخ می دهد پیوند خورده است.

کشورها و یا به عبارت دقیق تر دولت - ملت ها در جهان متغیر کنونی وارد فضایی شده اند که اقدامات و فعالیت هایشان به طور اجتناب ناپذیری تحت تأثیر تحولات عرصه فرهنگ قرار دارد. اگرچه بخشی از تحولات عرصه فرهنگ برای دولت - ملت ها اجتناب ناپذیر بوده و آنها خواه ناخواه مشمول تأثیراتی خواهند بود که در این عرصه رخ می دهد ولی بخش قابل توجهی از این تحولات قابل درک و پیش بینی بوده و می توان برای آن «برنامه ریزی» کرد و تحت نظارت و کنترل درآورد و در واقع آن را مدیریت کرد.

اولم و سورنس بیان می دارند که جهانی شدن یعنی تشدید و تقویت روابط اقتصادی، سیاسی و فرهنگی در ورای مرزها (Holm & Sorenson, 1995).

آبرو می‌گوید: جهانی شدن عبارت است از کلیه فرایندهایی که به وسیله آن مردمان جهان درون یک جامعه واحد جهانی ادغام می‌گردند، جامعه‌ای جهانی که در آن انسانیت برای اولین بار به شکل یک بازیگر جمعی در می‌آید ( Albrow, 1992 ).

رابرتسون جهانی شدن را فشردگی جهانی و تشدید آگاهی جهانی به‌عنوان یک کل معنا می‌کند. از طرفی دنیای امروز نیازمند تبادل فرهنگی است. آنتونی مک‌گرو بیان می‌دارد که: جهانی شدن عبارت است از فرایند تحول ساختاری در فعالیت اقتصادی، سیاسی و اجتماعی که منجر به شکل‌های فراملی و منطقه‌ای قدرت و روابط بین‌الملل خواهد شد ( McGrew, 1997, pp. 27-28 ). نکته دیگری که باید با توجه به این مورد به آن اشاره کرد چگونگی مواجهه با فرهنگ جهانی، فرصت‌ها و تهدیدها، و ارئه الگوی مطلوب در این زمینه است.

جهانی شدن به واسطه تغییراتی که در سطوح مختلف اقتصادی، سیاسی و فرهنگی پدید می‌آورد برای سیاست فرهنگی کشور هم محدودیت آفرین است و هم فرصت‌ساز. نقش عمده دولت‌ها در سیاست‌گذاری فرهنگی و تمایل آنها به حفظ، گسترش و تقویت فرهنگ ملی تحت تأثیر جهانی شدن قرار گرفته و موجب پیگیری نوعی سیاست فرهنگی مبتنی بر تنوع و با تأکید بر ویژگی‌های فراملی و فراملی شده است. از حساسیت‌های ملی در سیاست فرهنگی کشورها در پاره‌ای از موارد کاسته شده و کنترل فرهنگی - تولید، توزیع و مصرف کالاها و محصولات فرهنگی - به آرزوی دست نیافتنی تبدیل شده است ( صالحی امیری و عظیمی دولت آبادی، 1387: 149-150 ).

بعد فرهنگی جهانی شدن یکی از مهم‌ترین بعد آن است. اصولاً فرایند جهانی شدن دارای ویژگی‌های فرهنگی است. فرایندهای دگرگون‌ساز عظیم دوران ما را که با جهانی شدن توصیف می‌شوند نمی‌توان به درستی فهمید مگر آنکه آنها را با واژگان مفهومی فرهنگ دریابیم. به همین سان، این دگرگونی‌ها بافت تجربه فرهنگی را تغییر می‌دهند و در واقع بر درک ما از مفهوم فرهنگ در دنیای مدرن تأثیر می‌گذارند ( تاملینسون، 1381: 13 ). فرهنگ برای جهانی شدن و جهانی شدن برای فرهنگ دارای اهمیت است. می‌توان انتظار داشت که اقتصاد و سیاست تا آنجا جهانی شوند که با فرهنگ درآمیزند و همچنین می‌توان انتظار داشت که میزان جهانی شدن در عرصه فرهنگی گسترده‌تر از دو عرصه دیگر باشد ( واترز، 1379: 12 ).

به عقیده کاستلز نیز ماهیت جهانی که در حال شکل‌گیری است اولاً و اساساً ماهیتی فرهنگی است. حاملان فرهنگ علی‌الاصول می‌توانند بالاترین سهم و نقش را در تحولات آتی ایفا نمایند ( کاستلز، 1380: 21 ).

### 3. تحولات نظام ارتباطی و شبکه‌ای و تکنولوژیک

جامعه ایرانی هم تحت تأثیر این تحولات ارتباطی است برای چگونگی مواجهه با تحولات نظام ارتباطی نیازمند برنامه‌ریزی استراتژیک هستیم.

بر اثر فرایند جهانی شدن، به واسطه گسترش وسایل اطلاعاتی و رسانه ای مدرن و گسترش تبادل فرهنگی، تعقیب سیاست فرهنگی در قلمرو ملی نه میسر است و نه مطلوب. دگرگونی های فرهنگی ناشی از فن آوری، اطلاع رسانی، به موازات گرایش بین المللی کردن و جهانی شدن تولید و مصرف، مهاجرت و گردشگری موجب شده است که تقریباً همه جوامع همزمان از خود واکنش نشان دهند (کانکلینی، 1379: 162-163).

از جمله تحولات نظام ارتباطی و شبکه ای و تکنولوژیک می توان به تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات، اینترنت، ماهواره و... اشاره نمود.

اینترنت امروزه در همه ابعاد زندگی بشری تأثیر گذاشته است. برخی معتقدند که اینترنت در حال تولید فرم های جدید انسان اجتماعی و عملکردهای جدید فرهنگی و نیز متحول ساختن جهت گیری ها و عملکردهای قدیمی است. سرعت این تحول آنچنان بالا است که اغلب بررسی کلی تحولات ناشی از آن دشوار است، درست مثل این است که بخواهیم از قطاری که به سرعت در حال حرکت است، عکس بگیریم (آیت الله زاده شیرازی، 1376: 25-23).

فرایند شکل گیری و انتشار اینترنت و شبکه های ارتباطی کامپیوتری وابسته به آن در ربع قرن گذشته ساختار رسانه ای جدید را در معماری شبکه، فرهنگ کاربران شبکه و در الگوهای واقعی ارتباطات برای همیشه شکل داد. (کاستلز، 1380: 415 - 402)

به طور کلی می توان گفت که شبکه اینترنت همانند یک محل مجازی ارتباط ملاقات عمومی شهروندان جهان است. یک نقطه تلاقی عمومی است که در آن میلیونها نفر از بیش از 200 کشور جهان با هم در رابطه قرار می گیرند و سازمان عظیمی است که نظم آن از پیش تا حدودی تنظیم شده است. (محسنی، 1380: 71)

استفاده از اینترنت در ایران، نسبت به رسانه هایی همچون رادیو و تلویزیون، رواج بیشتری داشته است و در حال حاضر روند صعودی و شتابانی را طی می کند. گرچه از تعداد کاربران اینترنت آمار رسمی و قابل اعتمادی وجود ندارد، اما تعداد آنها را در حدود 3/5 میلیون نفر در سال 1382 تخمین زده می شد و در سال 1386، آمار رسمی ضریب نفوذ 16 درصدی را در ایران نشان می داد در حالی که برخی تا حد 30 درصد نیز آن را برآورد کردند (دریگی، ب 1386: 38). با افزایش چشمگیر استفاده از این رسانه، نیاز به توجه بیشتر جامعه شناسان و ارتباط شناسان و مدیران کلان کشور به آثار مثبت و منفی این پدیده، احساس می شود. ارتباطات میان فرهنگی، از زمانی که انسان هایی با پیشینه ها و فرهنگ های گوناگون به تماس با یکدیگر پرداختند، سایه خود را بر سر آنان گستراند. این گونه ارتباط، ابتداء در قالب جنگ ها و لشکرکشی ها، مأموریت های تبلیغی مروّجان ادیان گوناگون، سفرهای تجاری بازرگانان ماجراجو و تلاش برای کشف زمین های دیگر صورت می پذیرفت. در پی گیری تاریخی مسأله، اگرچه این نوع از ارتباط سابقه ای بس طولانی دارد، اما تدوین آن به صورت یک نظام علمی و دانشگاهی، مربوط به چند دهه ی اخیر است. در این زمان، ایالات متّحده آمریکا که از اقوام و نژادهای گوناگونی ترکیب شده بود، با گذشت زمان و به سرآمدن دوران تنش های نخستین، وارد مرحله ای تازه از بحران های اجتماعی شد؛ که مهم ترین

آنها بحران مشکلات اقوام و نژادهای درون آمریکا بود. این مسئله همراه با نقش تازه‌ای که این کشور به‌عنوان رهبری جهان برای خود قائل شده بود، پژوهشگران را پس از آن که دانش روابط بین‌الملل (ارتباطات بین‌الملل) را که تنها به بررسی روابط دولت‌ها می‌پرداخت، به دانش‌های عصر جدید افزوده بودند، این بار به‌سوی مطالعه، شناخت و طبقه‌بندی فرهنگ‌های مختلف و مقایسه آنان با همدیگر و به‌ویژه مقایسه با فرهنگ آمریکایی سوق داد؛ که از این شاخه دانش، به مطالعات بین فرهنگی تعبیر شده است.<sup>۱</sup>

بنابراین در موقیت کنونی مطالعات در زمینه ارتباطات بین فرهنگی می‌تواند ابزاری برای ایجاد آگاهی از خویشتن خویش، به وجود آمدن درکی درست از اشتراکات و تفاوت‌های فرهنگی و در نتیجه آگاهی مشترک با دیگران شود. اهداف مطالعات ارتباطات بین فرهنگی دستیابی به فهمی کلی از فرهنگ‌ها برای شناخت چالش‌ها و فرصت‌های پیش روی این فرهنگ‌ها است.

#### 4. ضرورت مدیریت تحولات و تغییرات فرهنگی در جامعه ایران

جهانی شدن تأثیر بر هویت، تغییر در نگرش سنتی، تغییر در رویکرد، تغییر در فرهنگ ملی را به همراه خواهد داشت یا به تعبیر کلی تر تغییر در ارزش‌ها را به همراه خواهد داشت.

با نظری بر تاریخ گذشته سرزمین ایران و نگاهی به مولفه‌های هویتی در جامعه کنونی آن در خواهیم یافت که هویت ایرانی، هویتی چند پایه است و بر عواملی چون سرزمین مشترک، تاریخ مشترک، ادبیات مشترک، دین مشترک، آداب و منش مشترک استوار است. هر ایرانی که در یک عامل از عوامل بالا با ایرانی دیگر شریک نباشد، در دیگر عوامل با او و دیگر ایرانیان شریک است. اگر چه هویت فرهنگی یک جامعه مدیون تمامی اجزاء و عناصر موجود در فرهنگ آن جامعه است. اما نمی‌توان انکار کرد که این هویت بخشی در برخی از عناصر یک فرهنگ حضور قوی تری دارند. در واقع عناصری از فرهنگ در سطح مقطعی از زمان به عنوان نمادهای نهادهای هویت یک ملت متجلی شده و خود را عیان می‌سازد (طرح تدوین برنامه ایران 1400، 1375: 3).

#### 5. تحقق امنیت فرهنگی

فرهنگ پایه و اساس زندگی جوامع را تشکیل می‌دهد، چرا که رفتار و کردار انسان‌ها از باورها و اندیشه‌های آن سرچشمه می‌گیرد. فرهنگ به مثابه ریشه‌ی درخت زندگی جوامع شمرده می‌شود و تقویت این درخت منوط به تقویت ریشه‌های تنومند آن است. تقویت امنیت فرهنگی نیز به منزله قوام بخشیدن به ریشه‌ها و حیات جامعه است. ریشه‌ای که از عقاید، خلیقات، قوانین، آداب و سنن، ادبیات، علوم، فنون، حوادث تاریخی و ... سیراب شده، تنومند می‌گردد و در شاخه‌های کرداری و رفتاری آن نشو و نما می‌کند و ثمرات مختلفی به جامعه ارزانی می‌دارد، به طوری که این ثمرات در اشکال مختلف سیاسی، اقتصادی، نظامی و اجتماعی نمود پیدا می‌کند.

امنیت فرهنگی عبارت است از ایجاد وضعیتی مطمئن، آرامش بخش و خالی از هر گونه تهدید و تعرض در انسان، نسبت به دین، افکار، اخلاق، آداب و رسوم، باورها، ارزش‌ها، میراث فرهنگی، آثار ادبی و ... به عبارت دیگر،

<sup>۱</sup> <http://www.pajooh.com/fa/index.php?Page=definition&UID=۳۵۰۸۱>

مصونیت فرهنگ فرد و جامعه از هر گونه تعرض و تهدید را امنیت فرهنگی می نامند (صالحی امیری، 1386: 56-57).

زمانی که امنیت را بستر رشد، بالندگی و شکوفایی فرهنگ بدانیم و فرهنگ را نیز بستر کمال، تعالی و خوشبختی انسان به شمار آوریم، تا اندازه ی زیادی به ارزش امنیت فرهنگی پی برده ایم. چراکه بذر ارزشمند فرهنگ در زمین شوره زار ناامنی هرگز نمی روید و به برگ و بار نمی نشیند؛ لذا اگر امنیت جنبه مقدماتی برای فرهنگ داشته باشد، از مقدمات واجب به شمار می رود.

#### 6. دستیابی به توسعه فرهنگی

چنانچه تعریف فناوری اطلاعات و ارتباطات را مطالعه، طراحی، توسعه، پیاده سازی، پشتیبانی یا مدیریت سیستم های اطلاعاتی مبتنی بر رایانه، خصوصا برنامه های نرم افزاری و سخت افزار رایانه بدانیم و یا به طور خلاصه، فناوری اطلاعات را فن آوری ای بدانیم که با مسائلی مانند استفاده از رایانه های الکترونیکی و نرم افزار سروکار دارد تا تبدیل، ذخیره، حفاظت، پردازش، انتقال و بازیابی اطلاعات به شکلی مطمئن و امن انجام پذیرد (Wikipedia)، در همه تعاریف مربوط به توسعه فرهنگی می توان نقش مهم این فناوری را در توسعه فرهنگی دید. در عین حال توجه به تعریف سازمان های فرهنگی، نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه چنین سازمان هایی را دارای اهمیت بیشتری می نماید.

#### 7. پویایی فرهنگی در جامعه ایران نیازمند مدیریت استراتژیک فرهنگی است.

انتقال هنجارها و ارزش های فرهنگی از نسلی به نسل دیگر را بازتولید فرهنگی گویند. بازتولید فرهنگی به مکانیسم هایی اطلاق می شود که به وسیله ی آنها تجربه فرهنگی در طول زمان استمرار می یابد (صالحی امیری، 1386: 53).

پویایی فرهنگی به مفهوم نهادینه شدن فرهنگ در جامعه است، این پویایی زمانی حاصل می شود که برای تنوعات و پیچیدگیهای جدیدی که در نتیجه نوسازی فرهنگی به وجود می آید، نهادهای لازمی که موجب انسجام و همبستگی در درون جامعه می شوند، ساخته شود (وصفی، 1386).

نظر به اینکه مطالبات فرهنگی زیربنای مطالبات دیگر در جامعه محسوب می شود محوریت فرهنگ باید بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد. زمانی که فرهنگ در جامعه به عنوان زیربنا قرار گیرد، شاهد ظهور ضد فرهنگها و الگوهای وارداتی ایستا در سطح جامعه نخواهیم بود. فرهنگهای ایستا انسان و ذهن و ضمیر او را نسبت به سکون و اتکا به حداقل های زیستی - روانی ترغیب می کنند. فرهنگهای ایستا به اندازه ای مهلک هستند که هر ضد فرهنگی می تواند در درون آن رسوخ نموده و سبب انحراف آن شود (صالحی امیری، 1387)، در مقابل فرهنگ پویا ما به ازاهای مناسب خود را با توجه به مقتضیات زمانی، محدودیتهای مکانی و اقتضائات خویش می یابد و عرضه می کند (مظاهری، 1387). تمام موفقیت ها و پیشرفت های جوامع انسانی در گرو فرهنگ بارور، پویا و مؤثر اوست (دارینی، 1384، سایت باشگاه اندیشه).

با توجه به آنچه گفته شد فرهنگ برای تداوم حیات خود نیازمند حرکت و سرعت می باشد به عبارتی فرهنگ ها ضمن تعامل با یکدیگر باید زایش داشته باشد تا بتواند همیشه زنده بماند (صالحی امیری، کاووسی، 1385، 27). اما نتیجه تعامل میان فرهنگها بالاخص با نظر به پدیده ی جهانی شدن موجب تغییر و تحول در ارزشها و هنجارهای فرهنگی کشور ها خواهد شد و چنانچه فرهنگ پویایی لازم را نداشته باشد سبب در معرض خطر قرار گرفتن و نابودی هویت ملی و فرهنگی کشور در جریان این پدیده خواهد شد از این رو لازم است تا عوامل موثر در پویایی فرهنگی شناسایی شده و در قالب الگویی مطلوب برای بالندگی و پویایی فرهنگ کشور مورد استفاده قرار گیرد. با توجه به آنچه در ارتباط با اهمیت پویایی فرهنگی و نقش مهم آن در کشور بیان شد، ارائه ی یک الگوی مطلوب جهت ایجاد پویایی در نظام فرهنگی کشور لازم و ضروری به نظر می رسد. بنابر این فرایند تولید و بازتولید فرهنگی و پویایی فرهنگی در جامعه ایران نیازمند مدیریت استراتژیک فرهنگی است.

#### جمع بندی و نتیجه گیری

نداشتن برداشت عمیقی از فرهنگ و فعالیت فرهنگی، جدی نگرفتن انقلاب و اصلاح فرهنگی جامعه، پرداختن به توسعه کمی محصولات فرهنگی بدون محاسبه جدی تأثیرات فرهنگی آن، پرداختن به تغییر ساختارهای فرهنگی و روشهای مدیریت فرهنگ، نداشتن تصویر روشن و نظام مند از عوامل و اهداف فرهنگی، مشخص نبودن میزان نقش آفرینی لازم دولت، نهادهای مردمی و نهاد خانواده در امر فرهنگ و دهها ضرورت عینی از این قبیل، گواه اهمیت و ضرورت دستیابی به الگوی مطلوب پویایی فرهنگی برای ساماندهی و تعالی فرهنگی جامعه است (پیروزمند، 1377).

ایرانیان، به خصوص در دهه های اخیر، در حالی که در روند رشد یابنده ای با ابزارها و شیوه های تمدن غربی، که در بستر فرهنگی غربی پرورده شده و بالیده است، زندگی می کرده اند، دل در گرو فرهنگ و تمدن دیگری داشته اند که آن را ملاک و معیار داوری در معرکه خیر و شر، و سعادت و شقاوت جوامع و افراد دانسته اند. نکته قابل ذکر دیگر آن است که شاید بتوان گفت خصیصه اصلی فرهنگ ایرانی، حفظ و صیانت جوهر فرهنگ و به تحلیل بردن عناصر بیگانه بوده است. با همه این امتزاجات فرهنگی، به نظر می رسد سیستم فکری - فرهنگی ما بنیادها و مفروضات مربوط به توسعه را داراست منتهی، به احتمال قوی در اهداف و معیارهای توسعه بین ما و تفکر معمول غربی تفاوت وجود دارد

همانطور که در طول این نوشتار اشاره شد، شرایط نوین ایجاد شده در دوران معاصر وضعیت جدیدی را ایجاد کرده است که ضرورت طرح مدیریت استراتژیک را در جوامع دو چندان می نماید. در این نوشتار ضرورت های مدیریتی، فرهنگی، و اجتماعی که مدیران و سیاستگذاران را وادار نموده است که نگاهی استراتژیک به اداره امور جامعه داشته باشند. مطرح گردیده است این موارد همگی از مقوله هایی هستند که لزوم داشتن بصیرت و تفکر استراتژیک در مدیران حوزه های علمیه **در عصر جهانی شدن** را ضروری نموده است



- آیت الله زاده شیرازی، رضا (1376). اینترنت، تهران: کانون نشر علوم
- بشیریه؛ حسین، عقل در سیاست: سی و پنج گفتار در فلسفه، جامعه شناسی و توسعه سیاسی، تهران: نگاه معاصر، 1386
- برتو؛ آرین، سهم ناچیز ایران از درآمد توریسم، سایت جهان امروز، 1388/5/21
- پیروزمند، علیرضا، گردهمایی راهبردها و رویکردهای ساماندهی فرهنگی، 1377
- تاملینسون، جان، جهانی شدن و فرهنگ، ترجمه محسن حکیمی، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ اول، 1381
- حسینی بهشتی، سیدعلیرضا، "تعدد فرهنگی"، فصلنامه مطالعات ملی، مؤسسه مطالعات ملی، سال دوم، زمستان 1379
- حسینی، سیدمحمد، سایت شبکه ایران، 1388/11/27
- دارینی، محمد، پویایی اندیشه و جهاد علمی، سایت باشگاه اندیشه، 1384
- دریگی، بابک (ب - 1386). جامعه اطلاعاتی و تغییر در مفهوم شهروندی، پژوهشنامه 11، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک
- دیوید، فردار، مدیریت استراتژیک، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، دفتر پژوهش های فرهنگی، 1385
- رحمانی، محمود، مقاله آسیب شناسی اجتماعی فرهنگی گردشگری، پژوهشنامه توسعه گردشگری، مرکز تحقیقات استراتژیک تشخیص مصلحت نظام، 1387
- رفیع پور؛ فرامرز، توسعه و تضاد، چاپ ششم، 1384
- سازمان ملل متحد، قطعنامه شماره 135/47
- صالحی امیری، سید رضا، مفاهیم و نظریه های فرهنگی، انتشارات ققنوس، 1386
- صالحی امیری؛ سیدرضا، انسجام ملی و تنوع فرهنگی، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، 1388
- صالحی امیری، سیدرضا و کاووسی، اسماعیل، بررسی علل فقدان پویایی در سازمانهای فرهنگی و آموزشی کشور، راهبرد، شماره 42، 1385
- صالحی امیری؛ سید رضا، عظیمی دولت آبادی؛ امیر، مبانی سیاستگذاری و برنامه ریزی فرهنگی، تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، 1387
- طرح تدوین برنامه ایران 1400، گروه فرهنگی، تهران: سازمان مدیریت و برنامه ریزی، 1375
- فصلنامه فرهنگ عمومی شماره 37، ویژه نامه فرهنگ عمومی و ارزش ها
- کاستلز، مانوئل، عصر اطلاعات: قدرت هویت، ترجمه حسین چاوشیان، تهران: طرح نو، 1380

کاستلز؛ مانوئل، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه احمد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: انتشارات طرح نو، چاپ اول، 1380

کانکلینی، نستور گارسیا، گزینه های سیاست فرهنگی در عرصه جهانی شدن، ترجمه مصطفی اسلامی در کتاب گزارش جهانی فرهنگ، تهران: مرکز انتشارات کمیسیون ملی یونسکو، 1379

محسنی، منوچهر، جامعه شناسی جامعه اطلاعاتی، تهران: نشر دیدار، 1380  
مظاهری، محمد مهدی، فرهنگ بالنده، باورها و اندیشه ها، خانه احزاب ایران، 1387

واترز؛ مالکوم، جهانی شدن، ترجمه اسماعیل مردانی گیوی، تهران: انتشارات مدیریت صنعتی، چاپ اول، 1379  
وصفی، محمد، نقش مهندسی توسعه در پویایی فرهنگی، روزنامه قدس، شماره 5412،

14. Bradford and Duncan (2000). Simplified Strategic Planning. Chandler 1386 House.

28. H. Holm and G. Sorenson, Whose World Order: Uneven Globalization and the End of the Cold War (Boulder: Westview Press 1995)

29. M. Albrow, "introduction", in Albrow and E. King (eds), Globalization Knowledge, and society (London: Sage, 1992)

30. A. McGrew, Selected Interpretations of Globalization: Seminar on Globalization of the Economy, Stockholm, 27-28, 10, 1997.

28. Ibid

31. Swingewood Alan. Cultural Theory and the Problem of Modernity, MacMilan. Ch:4, 1998

32. [www.hawzah.net/Per/Magazine/AR/01/ar0110.asp](http://www.hawzah.net/Per/Magazine/AR/01/ar0110.asp), Bourricard, 1981

33. www. Wikipedia