

شاخص‌های مناسب برای گزینش مدیران فرهنگی

مهدی تقی نژاد

چکیده

یکی از دغدغه‌های بشر امروز و دولت‌ها کنونی فرهنگ و امور فرهنگی است. پرداختن به امور فرهنگی و توسعه‌ی فرهنگ متناسب با پیشرفت سایر امور امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. بی‌توجهی به فرهنگ باعث نارسایی در سایر حوزه‌ها می‌شود؛ از این رو یکی از وظایف حکومت‌ها توسعه‌ی فرهنگ در کنار توسعه‌ی سیاسی، اجتماعی و اقتصادی است. اکنون سازمان‌های متعددی در کشور به امور فرهنگی اشتغال دارند و کم‌وبیش تأثیرهای مثبت و منفی‌ای بر فرهنگ جامعه می‌گذارند. با توجه به نقش مؤثر و راهبردی مدیران این سازمان‌ها در جهت‌دهی، طراحی و اجرای برنامه‌ها، لزوم انتخاب مدیرانی شایسته، توانا و متناسب با وظایف آشکار می‌شود. در این مقاله، شاخص‌های مناسب برای گزینش مدیران فرهنگی و هنری در جامعه‌ی ایران را در دو دسته‌ی شاخص‌های عمومی و تخصصی معرفی و بررسی می‌کنیم.

واژگان کلیدی: مدیریت فرهنگی، برنامه‌ریزی فرهنگی، استراتژی فرهنگی، تحولات فرهنگی، تنوع فرهنگی.

مقدمه

فعالیت‌های سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی در کشوری چون ایران تا حد بسیار زیادی به ویژگی‌ها، توانمندی‌ها، درک، بینش، نگرش، گرایش و تخصص مدیران بستگی دارد. طی سال‌های گذشته مشاهده شده است که با تغییر مدیران عالی و میانی فرهنگی، نحوه و میزان فعالیت‌های سازمان‌های فرهنگی نیز بسیار تغییر کرده است؛ این مسئله گاه به تغییر مأموریت سازمان نیز منجر شده است. از سوی دیگر، صاحب‌منصبان و فعالان عرصه‌ی سیاست به فعالیت‌های سازمان‌های فرهنگی توجه لازم را نکرده‌اند. این مسئله باعث شده است در انتخاب مدیران فرهنگی و هنری سازمان‌ها و مدیران سازمان‌های فرهنگی و هنری دقت کافی نشود. این‌ها در حالی است که حضرت امام (رحمة‌الله‌علیه) و مقام معظم رهبری همواره تأکید فراوانی بر فرهنگ داشته‌اند. حضرت امام (رحمة‌الله‌علیه) در این باره می‌فرمایند: «... اگر فرهنگ درست بشود، یک مملکت اصلاح می‌شود» و مقام معظم رهبری نیز می‌فرمایند: «مسئله‌ی فرهنگی را باید مسئله‌ی اول این کشور به حساب آورد. عامل فرهنگی تضمین‌کننده‌ی آینده است.»

به‌طور کلی باید برای تربیت مدیران فرهنگی برنامه‌ریزی مناسب‌تر و بهتری بکنیم و برای اجرای برنامه‌ها نیز بیشتر بکوشیم.^۱ از آنجا که تأثیر فعالیت‌های فرهنگی در بلندمدت بروز می‌کند و تشخیص کامیابی‌ها و ناکامی‌ها و علل آن‌ها قدری دشوار است، شاید به‌درستی متوجه نشویم که چه خطراتی در کمین فرهنگ ماست و در انتخاب مدیران فرهنگی دقت کافی را نکنیم. در نتیجه، تبیین شاخص‌های مناسب برای انتخاب مدیران فرهنگی متناسب با جامعه‌ی ایران ضروری به‌نظر می‌رسد.

الف) شاخص‌های عمومی

۱. آگاهی به امور فرهنگی

آگاهی از امور فرهنگی و تأثیر آن‌ها در جامعه و آشنایی به تعاریف ارائه‌شده از فرهنگ، ویژگی‌های آن و فعالیت‌های انجام‌شده در این حوزه از شاخص‌های ابتدایی و مهم مدیران فرهنگی و هنری است.

۲. متعهد و انقلابی

جامعه‌ی ایران جامعه‌ای برخاسته از خون شهیدان است. پایبندی به آرمان‌های بارزش جامعه‌ی انقلابی ایران برای مدیران فرهنگی اهمیتی مضاعفی دارد.

۳. فعالیت در چارچوب قانون اساسی

قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مهم‌ترین و عالی‌ترین میثاق و معیار فعالیت در ایران است. از آنجا که همه‌ی فعالیت‌ها باید منسجم و هدفمند باشند، قرار گرفتن آن‌ها در چارچوب قانون اساسی الزامی است.

۴. معتقد به مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی

مدیریت امور فرهنگی بدون مشارکت ناممکن می‌نماید، زیرا فرهنگی کاری است در قلمروی انسانی و مدیریت بشر بدون همکاری او ناممکن است. انسانی که در کارگردانی امور فرهنگی شرکت و به آن فکر می‌کند در راه بالندگی و شکوفایی هستی خود گام برمی‌دارد. اگر مردم در فراگرد دادوستد اندیشه قرار گیرند و برای تعیین هدف زندگی و کار خود مورد مشورت واقع شوند، انگیزه‌ی آنان برای کمک و یاری مدیر فرهنگی چندین برابر می‌شود و همواره راه‌هایی جدید و سودمند برای رسیدن به اهداف پیش می‌نهند. فداکاری و کوشش برای انسانی که دخیل در امور است ارزشی بنیادی می‌شود و گسترده‌شدن دامنه‌ی مشارکت در قلمرو کارگردانی امور می‌تواند جامعه را به‌سوی پایدار کردن ارزش‌های مردم‌سالاری براند.^۲

^۱. توسلی، «بحران مدیریت فرهنگی» گفت‌وگو با مردم‌سالاری، ۱۳۸۱.

^۲. طوسی، مشارکت (در مدیریت و مالکیت)، ص ۱۲.

۵. پرهیز از خودرأیی و خودمحوری

گسترده‌گی، پیچیدگی، تنوع و ظرافت امور فرهنگی ایجاب می‌کند که مدیران این عرصه از اندیشه‌ها، نظرات کارشناسی و ابتکار افراد خبره، برای طراحی و اجرای برنامه‌های فرهنگی، حداکثر بهره را ببرند و از خودرأیی و خودمحوری در این عرصه دوری کنند.

۶. پرهیز از سیاست‌زدگی در امور فرهنگی

مدیران فرهنگی باید شناخت درستی از وضعیت سیاسی، اقتصادی و اجتماعی جامعه داشته باشند و تأثیر متقابل این عوامل را در برنامه‌ریزی‌ها مد نظر قرار دهند. آن‌ها باید از ورود مسائل سیاسی به فعالیت‌های فرهنگی جلوگیری کنند.

۷. معتقد به ترویج اصول اخلاقی و ارزش‌های اسلامی، ملی و انسانی

جمهوری اسلامی ایران از بدو ورود خود اصلاح حوزه‌ی فرهنگ عمومی و اخلاق مردم را در دستور کار قرار داد. رفتار، نوع ارتباطات اجتماعی، نحوه‌ی پوشش، گویش و... همه از مواردی بودند که همواره سیاستگذاران عرصه‌ی فرهنگی به آن‌ها توجه می‌کردند. نگاهی اجمالی بر گفتارهای فرهنگی، از بدو پیروزی انقلاب اسلامی، الگویی شریعتمدارانه بر نظام ایران حاکم شد که برپایه‌ی موازین شرعی یا اصول اخلاقی متکی بر شریعت اسلامی است. تلاش سیاستگذاران در این زمینه نیز منطبق کردن الگوهای رفتاری و حوزه‌ی باورهای عمومی با موازین شرعی است. این الگو از بدو پیروزی انقلاب در دستور کار مسئولان فرهنگی کشور قرار گرفته است و از ارکان شکل‌گیری انقلاب اسلامی و در زمره‌ی اهداف اصلی جمهوری اسلامی ایران بوده است.^۳

امام خمینی (رحمة الله علیه) ضمن تأکید بر معنویت، مقصد نهضت را ترویج اخلاق و آداب اسلامی، انسان‌سازی، تربیت نسل آینده، اصلاح فرهنگ، تحقق ارزش‌های اسلامی و انسانی و خارج کردن مردم از اسارت نفس می‌دانست. ایشان معتقد بودند که هدف معنوی انقلاب اسلامی مبارزه با فساد و فحشای جنسی و اداری، قطع ریشه‌های فساد، منع انواع کج‌روی‌ها و تحقق ارزش‌های اخلاقی بوده است. همچنین، ایشان بر این موارد نیز تأکید داشتند: جلوگیری از فساد و تباهی جامعه، هدایت جامعه به سوی موازین عقل و عدل و انصاف، هدایت به یکتاپرستی، مبارزه با ارزش‌های جاهلیت، تضمین سعادت بشر، تأمین رفاه همگان، اصلاح وضعیت زندگی و برقراری صلح.^۴

^۳. رضایی، اصول برنامه‌ریزی فرهنگی، ۱۳۸۶.

^۴. امام خمینی، صحیفه‌ی نور.

۸. مصمم به ارتقای فرهنگی جامعه

ضرورت شناخت وضعیت موجود فرهنگی، ترسیم وضعیت مطلوب و تلاش برای دستیابی به شاخص‌های آن انکارناپذیر است. اعتقاد به اهمیت و جایگاه فرهنگ به مثابه‌ی زیربنای توسعه در جامعه و تصمیم راسخ برای ارتقای آن باید دغدغه‌ی مدیران فرهنگی باشد. باورداشتن به این نکته که اصلاح و ارتقای فرهنگ جامعه با مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح امکان‌پذیر است و فعالیت در عرصه‌ی فرهنگ از ارزشمندترین و ماندگارترین خدمات است از ویژگی‌های مدیران فرهنگی به حساب می‌آید.

ب) شاخص‌های تخصصی

۱. آشنایی به فرایندهای مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی

برنامه‌ریزی فرهنگی طراحی مجموعه‌ای از رفتارها، کنش‌ها و واکنش‌ها، اقدامات و تدابیر برای مسائل فرهنگی براساس آینده‌ای محتمل یا متصور است.^۵ بدون آشنایی با فرایندها و مراحل مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی امکان مدیریت صحیح و هدفمند در سازمان‌های فرهنگی و هنری وجود نخواهد داشت.

۲. پویایی و تحول‌پذیر بودن

فرهنگ امری است که مخاطب آن انسان اجتماعی است؛ در نتیجه هم به لحاظ روحیات و افکار تغییرپذیر آدمی و هم به لحاظ همجواری و تأثیرپذیری از دیگر مجموعه‌های انسانی - که آن‌ها نیز فرهنگ خاص خود را دارند- در معرض تغییر و تحول است. افزون‌برآنکه باید بدانیم که درون هر فرهنگ کلانی خرده‌فرهنگی‌های بسیاری وجود دارد که در کنار فرهنگ‌های فردی‌تر فرهنگ کلی جامعه را می‌سازند...^۶ مدیران فرهنگی باید متناسب با تحول‌پذیری فرهنگ‌ها پویا و تحول‌پذیر باشند تا از رکود فرهنگی جلوگیری و به پویایی فرهنگ کمک کنند.

۳. آشنایی با تحولات فرهنگی ایران و جهان

باتوجه به تحولات گسترده در عرصه‌های داخلی و بین‌المللی و تخصصی شدن همه‌ی حوزه‌های علوم اجتماعی روشن است که مدیریت سنتی و اتخاذ تدابیر غیر علمی در سازمان‌های فرهنگی قادر به حل مشکلات نخواهد بود و استمرار غفلت نسبت به برخی مشکلات و مسائل فرهنگی پیامدهای غیرقابل‌جبرانی را در پی خواهد داشت.^۷

^۵ رضایی، اصول برنامه‌ریزی فرهنگی، ۱۳۸۶.

^۶ صالحی امیری، مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی، ص ۶۹.

^۷ دانشنامه‌ی رشد، ص ۱۴.

تأثیر فرایند جهانی شدن بر فرهنگ‌های بومی، منطقه‌ای و ملی و دگرگونی در شیوه‌ی زندگی انسان‌ها در همه‌ی جنبه‌های زیستی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی نشان می‌دهد که مدیران فرهنگی باید برنامه‌ریزی دقیق بکنند و و با روش‌ها و سبک‌های جدید کار فرهنگی آشنا باشند.

۴. داشتن درک صحیح از تحولات محیطی

به‌طور کلی، مدیریت استراتژیک مطلوب بر مبنای درک تأثیر محیط استوار است. این تأثیرها عوامل کلی محیط را مانند عوامل اقتصادی، فرهنگی- اجتماعی، قانونی- سیاسی و وضعیت تکنولوژی در برمی‌گیرد. مدیریت استراتژیک باید با چالش‌های محیطی آشنا باشد؛ به‌طوری‌که اگر وضعیت بیرونی تغییر کرد، توانایی تغییر بالقوه‌ی آن‌ها را در تدوین و اجرای استراتژی نیز داشته باشد. این امر مستلزم مراقبت مستمر مدیران، توانایی آن‌ها در تغییر روندهای محیطی به‌طور صحیح و استفاده از این درک برای تنظیم استراتژی‌ها و طرح‌های عملیاتی است.^۸

مهم‌ترین چالش فراروی مدیران امروزی تغییرهای محیطی سازمان‌هاست. عوامل اجتماعی، تکنولوژیکی، اقتصادی و سیاسی محیط را تغییر می‌دهند و مدیر باید بتواند به فراخور این تغییر محیط پیرامون، تغییر استراتژی بدهد.

۵. داشتن نگرش بلندمدت به پدیده‌های فرهنگی

شکل‌گیری فرهنگ یا پدیده‌ای فرهنگی در جامعه محصول زمانی نسبتاً طولانی است و عواملی متعدد در ایجاد آن دخالت دارد. تغییر رفتار و فرهنگی صرف در جامعه نیز زمانی طولانی طلب می‌کند. کوتاه‌اندیشی در مورد پدیده‌های فرهنگی به معنای آشنابودن با جوهره‌ی فرهنگ و ویژگی‌های آن است.

۶. آشنایی با تکنولوژی اطلاعات

ترکیبی از کامپیوترها، ماهواره‌ها، تلفن‌ها، رادیوها، تلویزیون‌ها و سایر وسایل الکترونیکی، که ابزار ارتباطات و اطلاعات هستند، تکنولوژی اطلاعات را تشکیل می‌دهند.^۹ تردیدی نیست که آشنابودن با تکنولوژی اطلاعات و چشم‌پوشی از قدرت کم‌نظیر و خیره‌کننده‌ی آن در فعالیتهای فرهنگی باعث محروماندن مخاطبان از تأثیرهای آن می‌شود.

۷. متعهد به اهداف سازمانی و پرهیز از تمایل به اهداف غیرذاتی

یکی از مشکلات جدی سازمان‌های فرهنگی و هنری پرداختن مدیران آنان به فعالیت‌هایی است که با اهداف از پیش تعیین‌شده‌ی آن‌ها سنخیتی ندارد. اهداف سازمان‌های فرهنگی و هنری در چارچوب مدیریت کلان

^۸ . ایران نژاد پاریزی، اصول و مبانی مدیریت در جهان معاصر، ص ۱۸۶.

^۹ . صرافانی زاده، نجف بیگی، تکنولوژی اطلاعات در جهان سوم، ص ۱۱.

فرهنگی و هنری کشور ترسیم شده است. فاصله گرفتن از اهداف ترسیم شده موجب تداخل وظایف با سازمان‌های دیگر می‌شود و دستیابی به اهداف کلان فرهنگی کشور را نیز مختل می‌کند.

۸. اعتقاد به تنوع فرهنگی در جامعه

گوناگونی فرهنگ انسانی بسیار چشمگیر است. ارزش‌ها و هنجارهای رفتار از فرهنگی به فرهنگ دیگر بسیار فرق می‌کند.^{۱۰} تنوع فرهنگ در جامعه‌ی ایران یکی از امتیازهای مهم فرهنگی و بیانگر ظرفیت و قابلیت فرهنگی مردم ایران است. زبان، پوشش و شیوه‌های متفاوت زندگی مردم در جای جای کشور زیبایی خاصی به آن بخشیده است. مدیران فرهنگی و هنری، ضمن پذیرش تنوع، باید بتوانند در برنامه‌ریزی‌های خود از این ظرفیت غنی استفاده ببرند.

۹. داشتن درک صحیح از مفهوم فرهنگ

فرهنگ عبارت است از ارزش‌هایی که اعضای یک گروه معین دارند، هنجارهایی که از آن پیروی می‌کنند و کالاهای مادی‌ای که تولید می‌کنند. ارزش‌ها آرمان‌هایی انتزاعی هستند؛ اما هنجارها اصول و قواعدی معین هستند که انتظار می‌رود مردم آن‌ها را رعایت کنند. هنجارها نشان‌دهنده‌ی بایدها و نبایدها در زندگی اجتماعی هستند.^{۱۱} برای فعالیت در حوزه‌ی فرهنگ شناخت دقیق و درک صحیح از مفهوم فرهنگ ضروری است. اظهارنظرهای شخصی و غیرکارشناسی که مبنای علمی و پژوهشی ندارد و فقط برپایه‌ی دیدگاه‌های فردی است، نباید در برنامه‌ریزی و مدیریت فرهنگی معیار فعالیت‌ها قرار گیرند.

۱۰. آشنایی با تاریخ و تمدن اسلامی و ملی

تاریخ و تمدن ایران پیش و پس از اسلام همواره فرازهای درخشانی داشته است. آثار به‌جامانده از تاریخ کهن ایران بیانگر عظمت، شکوه و اقتدار مردم است. شخصیت‌های بزرگ علمی، ادبی و عرفانی و بناهای ارزشمند ایجادشده، پس از ورود اسلام به ایران، همه حاکی از پیشتازبودن ایرانیان در کسب علم و معرفت است. آشنایی با گذشته‌ی ایران موجب اعتمادبه‌نفس و خودباوری در مدیران فرهنگی و هنری می‌شود و برنامه‌ریزی را در حوزه‌ی فرهنگ امکان‌پذیرتر می‌کند.

۱۱. اعتقاد به ماهیت فرهنگی و پرهیز از مشتری‌محوری

همه‌ی فعالیت‌های فرهنگی برای حفظ ماهیت فرهنگی صورت می‌گیرد. حفظ کیفیت و پافشاری بر اهداف متعالی قانون اساسی، شورای عالی انقلاب فرهنگی و رهنمودهای حضرت امام (رحمة‌الله‌علیه) و مقام معظم

^{۱۰}. گیدنز، جامعه‌شناسی، ترجمه‌ی منوچهر صبوری، ص ۶۲.

^{۱۱}. همان، ص ۵۶.

رهبری از سرفصل‌های مهم مدیران فرهنگی جمهوری اسلامی است. بدیهی است یکی از آفات خطرناک فعالیت‌های فرهنگی و هنری عدول از اهداف برای جلب نظر مشتریان و مخاطبان است.

نتیجه‌گیری

متأسفانه طی سال‌های گذشته گاه انتخاب‌ها و انتصاب‌های مدیران فرهنگی بر مبنای معیارهای دقیقی صورت نگرفته است و بنابراین حوزه‌ی فرهنگی جامعه دچار چالش‌های جدی شده و به تذکرات دلسوزانه‌ی مقام معظم رهبری نیز توجه کافی نشده است. ورود افراد با تحصیلات و توانایی‌های غیرمرتبط با عرصه مدیریت فرهنگی، پیامدهایی منفی داشته است.

رویکرد انقلاب اسلامی ایران رویکردی کاملاً فرهنگی بوده است و با عنایت به تأکیدهای مکرر حضرت امام (رحمة‌الله‌علیه) و مقام معظم رهبری (دام ظلّه‌العالی)، بر اهمیت فرهنگ در جامعه، باید توجه مضاعفی به انتخاب مدیران سازمان‌های فرهنگی و هنری بشود.

مدیران فرهنگی باید در عرصه‌ی برنامه‌ریزی، سازماندهی، بسیج منابع، هدایت و نظارت فرهنگی با روشن‌بینی و قدرت بیشتری عمل کنند.

منابع

- ۱- امام خمینی، صحیفه‌ی نور، تهران، مؤسسه‌ی تنظیم و نشر آثار.
- ۲- ایران نژاد پاریزی، مهدی، اصول و مبانی مدیریت در جهان معاصر، تهران، نشر مدیران، ۱۳۸۴.
- ۳- توسلی، غلامعباس، «بحران مدیریت فرهنگی» گفت‌وگو با مردم‌سالاری، ۱۳۸۱.
- ۴- رضایی، علی اکبر، اصول برنامه‌ریزی فرهنگی، تهران، ۱۳۸۶.
- ۵- صالحی امیری، سید رضا، مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی، تهران، ققنوس، ۱۳۸۶.
- ۶- صراف‌زاده، اصغر، نجف بیگی، رضا، تکنولوژی اطلاعات در جهان سوم، تهران، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، ۱۳۷۵.
- ۷- طوسی، محمد علی، مشارکت (در مدیریت و مالکیت)، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۲.
- ۸- گیدنز، آنتونی، جامعه‌شناسی، ترجمه‌ی منوچهر صبوری، تهران، نشر نی، چ ۶، ۱۳۷۹.

منبع: مرکز رسیدگی به امور مساجد