

اجزاء فعالیت های فرهنگی؛ مهارتهای مدیریتی برای برنامه ریزی فرهنگی

محمد حسین پسندیده^۱

رضا اسماعیلی^۲

حسین کاظمی^۳

چکیده

فرهنگ و مدیریت فرهنگی از جمله مواردی است که محور و زیربنای اساسی توسعه پایدار اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی محسوب می شود. فرهنگ، به عنوان مجموعه باورها، نگرش ها و اعتقادهای قلبی یک گروه و جامعه، تشکیل دهنده شیوه زندگی آنها است. زمانی که شیوه زندگی جامعه بر مبنای فرهنگ قوی، علمی و توسعه یافته قرار گرفت، به راحتی می توان بنیادهای توسعه پایدار را بر آن استوار ساخت. از این رو، لازم است مجموعه ای از مهارتها و شایستگی هایی که مناسب شرایط فرهنگی است برای مدیران تصمیم گیران این حوزه شناسایی شده، بر آن مبنای مدیران فرهنگی فعالیت و اعمال نظر نمایند و پس از آن بازخوردهای آن را بسنجند و پس از آن به برنامه ریزی مبتنی بر یافته های علمی و تجربی نمایند. از این رو در این مقاله که با روش مروری کتابخانه ای صورت گرفته است ابتدا توضیحاتی در خصوص ارکان و اجزاء فرهنگی اعم از سازمانهای فرهنگی، فعالیت های فرهنگی، بستر فعالیتهای فرهنگی، نیروهای فرهنگی و در نهایت محورهای مهارت های مدیران مدیران فرهنگی برای هرچه بهتر اتخاذ تصمیم گیری نمودن در برنامه ریزی منجر شده به اخذ مطالبات فرهنگی در راستای برنامه های فرهنگی نظام است می باشد.

واژگان کلیدی: فعالیت های فرهنگی، مدیریت فرهنگی، مهارت های برنامه ریزی فرهنگی

مقدمه

فرهنگ، شیوه زندگی هر جامعه و متأثر از عوامل متعددی است که در همه جوامع این مفاهیم و اصول پذیرفته شده یکسان و یکنواخت نیستند. بر این اساس فرهنگ از نظر یک جامعه شناس شامل تمام رفتارهایی است که در زندگی اجتماعی آموخته می شود و از راه های گوناگون بین نسلهای متفاوت یا افراد یک نسل انتقال پیدا می کند است. در این معنا، فرهنگ نه تنها به زبان، امور صنعتی، هنر، علم، قانون، حکومت، اخلاق و مذهب اطلاق می شود بلکه ساختمان ها، ابزارها، وسائل، ماشین آلات، نظامهای ارتباطی را نیز شامل می شود (دیویس، ۱۳۷۳). فرهنگ ارزشهایی است که به کمک آن کارها و امورات یک جامعه انجام می پذیرد یا مفروض ها و باورهای بنیادی که بین اعضای سازمان مشترک است این موارد انجام می گیرد. با نگاهی دقیق به تعاریف فرهنگ، می توان گفت زمینه اصلی در فرهنگ سازمانی (یا جامعه) وجود سیستمی از معانی و مفاهیم مشترک در میان اعضای سازمان یا آن جامعه می باشد. در هر سازمان، الگوهایی از باورها، نمادها، شعائر، داستان و آداب و رسوم

۱. کارشناس ارشد رشته مدیریت فرهنگی و عضو باشگاه پژوهشگران جوان دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان.

۲. عضو هیئت علمی گروه برنامه ریزی فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان.

۳. کارشناس دفتر مطالعات فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان.

وجود دارند که به مرور زمان و در طول تاریخ آن جامعه به وجود آمده‌اند. این الگوها باعث می‌شوند که در مورد اینکه سازمان چیست و چگونه اعضا باید رفتار خود را ابراز کنند؟ درک مشترک و یکسانی به وجود آید (الوانی و دانایی فرد، ۱۳۸۴). فرهنگ، مجموعه کاملی از ویژگیهای روحی، مادی، فکری و عاطفی است که مشخصه یک جامعه و یا گروه اجتماعی است و نه تنها شامل هنرها بلکه شامل اشکال زندگی، حقوق اساسی انسانی، نظامهای ارزشی، سنت‌ها و اعتقادات نیز می‌شود، به عبارت دیگر فرهنگ را باید در مفهوم گسترده، به منزله بافتی پیچیده و با روابطی متقابل در نظر گرفت که مجموعه‌ای از سنتها و دانشها و نیز شکلهای متفاوت بیان و تحقق فرد در بطن جامعه استوار است. در شرایط امروزی، فرهنگ به عنوان یک عنصر ضروری جامعه به شمار می‌آید، در رابطه کلی با توسعه، این عنصر به عنوان یک نیروی درونی و مهم جامعه محسوب می‌شود (کاردان، ۱۳۸۶).

لذا با توجه به اهمیت این عنصر و دخل و تصرف آن در مناسبات اجتماعی و فرهنگی و در نهایت برنامه ریزی در جهت مطالبات مهم فرهنگی مردم جامعه برای پیشبرد اهداف خود بررسی و توجه مؤثر به این مقوله امری مهم و اجتناب ناپذیر می‌باشد که تاثیر بسزایی را در امورات فرهنگی و به طبع آن مدیریت فرهنگی نیز خواهد داشت.

چیستی سازمان های فرهنگی

سازمان های فرهنگی، سازمان هایی هستند که مهم ترین مأموریت و رسالت آن ها، انجام فعالیت های فرهنگی است. سازمان های فرهنگی بر سه دسته اند: سازمان های فرهنگی دولتی، سازمان های فرهنگی عمومی و سازمان های فرهنگی غیر دولتی. مدیریت و اداره سازمان های فرهنگی نیاز به آشنایی با اصول مدیریت فرهنگی دارد. مدیریت فرهنگی به معنای سازمان دهی و اداره فعالیت های فرهنگی در سازمان های مرتبط با فعالیت های فرهنگی است. در این نوع مدیریت، تمامی وظایف سازمانی مدیریت، شامل برنامه ریزی، سازمان دهی، تصمیم گیری، هدایت، هماهنگی، نظارت و کنترل در قلمرو فعالیت های فرهنگی مؤثر و جهت دار صورت می گیرد. از لحاظ علمی، مدیریت فرهنگی دانشی میان رشته ای می باشد که به صورت زنده و پویا با دیگر رشته ها و زمینه های فعالیتی رابطه مستقیم و غیر مستقیم دارد. یک مدیر فرهنگی هم باید با اصول علم مدیریت آشنا باشد و هم درک عمیقی از حوزه فرهنگ و جنس فعالیت های این حوزه داشته باشد. مدیریت فرهنگی مدبرانه و علمی در رشد و توسعه فرهنگی هر جامعه، تاثیر بسزایی دارد. اگر چنین مدیریتی در جامعه وجود نداشته باشد یا سازمان های فرهنگی با مدیران ضعیف، ناآگاه و بی تدبیر روبه رو باشند نمی توان انتظار شکوفایی و پیشرفت عرصه فعالیت های فرهنگی را در آن جامعه و سازمان ها را داشته باشیم.

نیروهای فرهنگی

نیروهای فرهنگی، نیروها و منابع انسانی ای هستند که با دغدغه ها و توانمندی های فرهنگی که دارند، به صورت رسمی یا غیر رسمی، تمام وقت یا پاره وقت، کارمندی یا پیمانکاری با سازمان های فرهنگی دولتی، عمومی و غیر دولتی همکاری فرهنگی دارند. نیروهایی که به طور رسمی، تمام وقت و کارمندی با سازمان های فرهنگی همکاری می کنند، بر اساس ساختار مدیریتی و سازمانی مورد نظر مدیریت می شوند. هر چند مدیریت این دسته با توجه به ماهیت نیروهای فرهنگی و

ویژگی های شخصیتی و کاری آنان نیز، شرایط و روش های خاص خود را می طلبد. اما مدیریت نیروهای فرهنگی که به طور غیر رسمی، پاره وقت، پیمانکاری و داوطلبانه با سازمان های فرهنگی کار می کنند، بسیار دشوارتر است و نیاز به بهره گیری از روش های مدیریتی خاص خود دارد. در حال حاضر در کشور ما تعدادی زیادی از علاقمندان و فعالان حوزه فرهنگ، در حال همکاری به صورت غیر رسمی و پاره وقت با سازمان ها و نهادهای فرهنگی هستند یا اگر هم اکنون با این سازمان ها کار نمی کنند، تمایل به همکاری دارند. در این مقاله بیشتر به بررسی روش های مدیریت این دسته از نیروهای فرهنگی پرداخته می شود، هر چند این روش ها برای دسته اول نیروهای فرهنگی نیز مناسب است. نکته ایی که باید در این خصوص مد نظر قرارداد این مطلب است که به جهت حساسیت و تاثیر گزاری زیادی که فعالیت های فرهنگی دارد باید نیروهای فرهنگی با جنس این فعالیت و حساسیت های آن آشنا باشند تا با فعالیت و کارهایی که در این راستا انجام می دهند به رشد و بالندگی سطح فعالیت ها و اقدامات مؤثر فرهنگی آن سازمان و در نهایت آن جامعه مؤثر باشند (کاردان، ۱۳۸۶).

فعالیت فرهنگی

فعالیت فرهنگی به کارها و اقداماتی اطلاق می شود، که نیروها با مشارکت سازمان های مختلف درحوزه های فرهنگی به اشکال و شیوه های مختلفی انجام می دهند. مثلاً فعالیت هایی از قبیل برگزاری کلاس ها، نشست ها و میزگردهای اجتماعی فرهنگی، برگزاری نمایشگاه ها، همایش ها و جشنواره های فرهنگی و هنری، برگزاری اردوها و بازدیدهای فرهنگی و تفریحی، اجرای نمایش، تئاتر، موسیقی، سرودخوانی، شب شعر و مسابقات فرهنگی، وبلاگ نویسی و طراحی پایگاه های اینترنتی، تولید نشریه و روزنامه دیواری، نمایش و نقد و تحلیل فیلم و بسیاری کارهای دیگری که جهت دار و برنامه محور نسبت به فعالیت های کلان فرهنگی کشور و چشم اندازهای بلند پیش رو باشد. فعالیت های فرهنگی در سازمان ها در صورتی موفقیت آمیز خواهند بود که نقش ها و وظایف نیروهای فرهنگی شرکت کننده در آن مشخص برنامه ریزی شده باشد، ضمن داشتن جذابیت های فراوان با ذوق و سلیقه مخاطبان متناسب باشد، با ارزش ها و معیارهای دینی، ملی و فرهنگی جامعه مورد نظر همخوانی داشته باشد، حداکثر پیام را به بیشترین میزان مخاطب و با کمترین هزینه برساند و در نهایت بتواند مشارکت بالای مخاطبان را فراهم کند.

با توجه به بحث مهم فعالیت های فرهنگی در هر جامعه و محیطی بخصوص در سازمانهای مختلف که برخاسته از یک فرهنگ سازمانی خاص می باشد در نهایت به عنوان پیشنهاد میتوان کارکردهای فرهنگ سازمانی را به شرح زیر بیان کرد:

- تعهد گروهی را آسان می سازد، بر ثبات نظام اجتماعی تاکید می کند، رفتار و برخوردهای افراد را شکل می دهد، بر عملکرد سازمان تاثیر گذار است، به عنوان یک عامل کنترل محسوب می شود، عامل سازگاری با عوامل خارجی است، به ارتباط مؤثر افراد در زمینه های کاری تاثیر بسزایی دارد، یک زبان فرهنگی مشترک بین افراد است.

الگوی عملیاتی توسعه و تحول فرهنگی با توجه به اینکه شرایط درون و برون جامعه دائم در حال تحول است، برای اینکه بتوان تغییرها را در مسیر درستی قرار داد و آن را تبدیل به شیوه های زندگی مردم و یا کارکنان سازمان کرد، نیاز است که

تحولات از یک فرهنگ پشتیبان برخوردار باشند و این زمانی امکان پذیر است که بتوان همزمان، فرهنگ مورد نظر را نیز توسعه داد. توسعه فرهنگی امری تدریجی بوده، به عوامل مختلفی بستگی دارد، ولی می توان با الگوهای علمی و عملی مسیر توسعه فرهنگی را تسهیل کرد و زودتر به نتیجه رساند. در این زمینه مدیران و سیاستگذاران فرهنگی نقش محوری و اساسی در تحول و توسعه فرهنگی به عهده دارند، بنابراین در این خصوص لازم است از الگوهای خاص توسعه فرهنگی استفاده کنند. توسعه فرهنگی یعنی افزایش شمول دامنه فرهنگ روی مسائل مختلف جامعه از یک طرف و تقویت میزان اعتقاد و پایبندی به مؤلفه های فرهنگی است بنابراین برای تحقق این دو مقوله مهم، الگوهای عملی راه گشا خواهند بود (الوانی و دانایی فرد، ۱۳۸۴).

مهارت های مدیران فرهنگی برای برنامه ریزی فرهنگی

برای توسعه و فعالیت های فرهنگی رهبران، سیاستگذاران و مدیران فرهنگی نقش اساسی و محوری را به عهده دارند. بر این اساس لازم است به مهارت ها و شایستگی های لازم مجهز شوند در ادامه به بخشی از مهارت های مورد نیاز توسعه فعالیت های فرهنگی اشاره می شود.

- مهارت تفکر استراتژیک فرهنگی

برای توسعه و تحول در عرصه و فعالیت های فرهنگی، لازم است پیش از اقدام های پراکنده به صورت استراتژیک، به تحول و توسعه فرهنگی نگاهی انداخت. در توسعه فرهنگی، مهارت تفکر استراتژیک مهمتر از مهارت مدیریت استراتژیک است و این به آن خاطر است که توسعه فرهنگی مقوله پیچیده و چند وجهی و تفکر استراتژیک، پدیده چند بعدی است که از تعامل عوامل تشکیل دهنده آن، تفکر مناسب و کارآفرینی توسعه استراتژیک فرهنگ، به وجود می آید. تفکر استراتژیک پیش بینی آینده نیست، بلکه تشخیص به موقع ویژگی های میدان فعالیت های فرهنگی و دیدن فرصت هایی است که رقبا ی فرهنگی در مورد آن غافل هستند. تفکر استراتژیک در قالب قواعد ساده و عمیق ظاهر می شود. این قواعد مدل ذهنی ویژه ای را ایجاد کرده، مبنای تصمیم گیری های روزانه تا جهت گیری کلی سازمان خواهد بود. هنری مینتزربرگ تفکر استراتژیک را، یک نمای یکپارچه از کسب و کار ذهنی می داند و گری هامل آن را معماری استراتژیک بر مبنای خلاقیت و هنر کسب و کار توصیف می کند (غفاریان و علی احمدی، ۱۳۸۲) در توسعه فرهنگی بهتر است به مهارت خارپشتی مجهز شد. برلین از حکایت مکاری روباه و درایت خارپشت نتیجه گیری می کند که مردم دو گروه هستند: روباه ها و خارپشت ها. روباه بسیاری از روش ها را به طور همزمان دنبال می کند و جهان را با تمام پیچیدگی که دارد می گردد و به گونه ای پراکنده و متفرق بسیاری از راه ها را در پیش می گیرد و هرگز تفکر خود را روی یک مفهوم کلی یا دیدگاه یکپارچه متمرکز نمی کند. از طرفی، خارپشت یک جهان پیچیده را تا حد یک دید سازمان یافته ساده می کند؛ یک قاعده یا مفهوم ابتدایی که همه چیز را یکپارچه کرده و هدایت می کند. جهان هر قدر هم که پیچیده باشد، یک خارپشت، تمام چالش ها و تنگناها را به گونه ای ساده

انگاران کرده، به ایده‌های ساده تبدیل می‌کند. تفکر خارپشتی می‌داند که اصل بینش عمیق، سادگی و توسعه فرهنگی نیازمند ساده سازی مؤلفه‌های فرهنگی در هم تنیده پیچیده است (سپهرپور، ۱۳۸۶).

- مهارت مدیریت تنوع فرهنگی

برای توسعه فرهنگی، نیاز است مشترکات فرهنگی جامعه و یا سازمان شناخته شده، بر اساس آنها الگوی مناسبی طراحی شود. امروزه مدیریت فرهنگهای گوناگون و ایجاد هم افزایی مثبت بین آنها نیازمند مهارت‌های مناسب در این زمینه است. یکی از قابلیت‌های مورد نیاز مدیران فرهنگی سازمانها و جامعه مدیریت تنوع فرهنگی است.

تنوع فرهنگی نه تنها امری طبیعی است، بلکه به عنوان یک سرمایه بالقوه می‌توان از آن یاد کرد و دلیل آن تعامل و رشد فرهنگها توسط یکدیگر است. به حساب نیابوردن تفاوت‌های فرهنگی، دلیل بسیاری از شکست‌های تجاری بوده است. با این حال زمانی که تفاوت‌های فرهنگی به خوبی درک و به گونه موفقیت آمیزی هدایت شوند می‌توانند ماندگار بمانند کارکردن با مردمی که ارزشها و باورهایشان به خاطر زبان و سن، متفاوت از شما است، می‌تواند موجب کج فهمی‌ها و شکست شود (غفاری آشتیانی، ۱۳۸۵) برای مدیریت فرهنگی می‌توان از چهار راهبرد زیر، بهره گرفت:

۱-۲. پذیرش، یعنی قبول صریح شکافهای فرهنگی و کارکردن روی آنها

۲-۲. مداخله ساختاری، یعنی تغییر شکل و قالب تیم‌های فرهنگی

۳-۲. مداخله مدیریتی، یعنی تعیین هنجارها در مراحل اولیه، با وارد کردن یک تصمیم و راهبرد عالی

۴-۲. خروج با حذف یک عضو از تیم فرهنگی، هنگامی که سایر گزینه‌ها با شکست روبه می‌شوند (برت و دیگران، ۱۳۸۵).

- تقویت هوش فرهنگی

هوش فرهنگی، با تمرکز بر قابلیت‌های خاصی که برای روابط شخصی با کیفیت و اثربخشی در شرایط فرهنگی مختلف لازم است، بر جنبه‌ای دیگر از هوش شناختی تمرکز دارد. هوش فرهنگی بینش‌های فردی را در بر می‌گیرد که برای انطباق با موقعیت‌ها و تعامل‌های میان فرهنگی و حضور موفق در گروه‌های کاری چند فرهنگی، مفید است. برای توسعه فرهنگی نیاز است مدیران فرهنگی در ابعاد سه گانه یاد شده فعالیت کرده، اجزای هوش فرهنگی را در خود تقویت کنند:

بعد شناختی: برای توسعه فرهنگی نیاز است در مورد مؤلفه‌های فرهنگی اطلاعات کسب شود.

بعد فیزیکی: بسیاری از تفاوت‌های فرهنگی در اعمال قابل مشاهده فیزیکی، تبلور می‌یابند.

بعد احساسی- انگیزشی: سازگاری با یک فرهنگ جدید مستلزم غلبه بر موانع و مشکلات است. افراد تنها زمانی از عهده

کاری بر می‌آیند که از انگیزه زیاد برخوردار باشند و به توانایی‌های خود ایمان و باور داشته باشند.

مهارت رهبری فرهنگی رهبران فرهنگی اثربخش از راه ساختن شخصیت خود، قابلیت نفوذ در فرهنگ دیگران را کسب کرده، زمینه‌های به کارگیری آموزه‌های فرهنگی دیگران را فراهم می‌سازند.

- مهارت فضا سازی فرهنگی

با توجه به اینکه فرهنگ زیر بنای هر کار بوده، شیوه زندگی مردم بدان وابسته است، مدیران فرهنگی سازمانی و جامعه بایستی قابلیت ایجاد فضای فرهنگی را داشته باشند. در فضا سازی فرهنگی می توان بسیاری از آموزه های فرهنگی را نهادینه کرد و به کار بست. یکی از عواملی که به ایجاد و ترویج فرهنگ کمک می کند، وجود فضای فرهنگی است. زمانی که مردم در فضای فرهنگی قرار گرفتند آن فضا اثرهای تشویقی داشته، یادگیری فرهنگی به صورت عادت درآمده و جزء ساختار کلی و شخصیت آنان می شود (غفاریان و علی احمدی، ۱۳۸۲)

- مهارت کسب و کار فرهنگی

فرهنگ، زیر بنای کسب و کار در سازمان و جامعه است، به عبارت ساده، فرهنگ نوعی کسب و کار است. این بدان معناست که هر کسب و کاری ادبیات، قواعد و نظام خاص و حرفه ای خود را دارد، بنابراین برای رونق آن از اهل فن استفاده می کنند. در این زمینه فرهنگ و توسعه فرهنگی، حرفه ای تر از سایر کسب و کارهاست، بنابراین لازم است به ادبیات، قواعد و نظام آن به شیوه فوق حرفه ای توجه شود. برای تحقق این هدف، نیاز است مدیران فرهنگی در سطوح فرهنگ جامعه مهارت حرفه ای کردن این کسب و کار را داشته، نه تنها خودشان با دیدگاه حرفه ای بدان توجه کنند، بلکه دیگران را نیز وادار سازند با ادبیات حرفه ای به حوزه فرهنگ توجه کنند.

- مهارت مدیریت جهانی شدن فرهنگی در بعد ملی

در جهانی شدن فرهنگی، جنبه هایی از این پدیده بررسی و مطالعه می شود که در ارتباط مستقیم با اندیشه و حس ملی گرایی، همفکری فرهنگی، همبستگی و وفاق سیاسی، وحدت ملی و هویت ملی، تصویرسازی جهانی از فرهنگها و ملتها، ارتباط های میان فرهنگی، اخلاق جهانی، هویت های خرد و کلان فرهنگی و تحولات ارزشی دارند، جهانی شدن فرهنگی در عصر، حاضر ویژگی های خاصی دارد که آن را از دوران گذشته متمایز می سازند. در این دوران برخلاف گذشته که دولتها و مدیران مذهبی نقش اساسی در جهانی شدن فرهنگی داشتند، تولید و ترویج فرهنگ برعهده شرکتهای بزرگ است و امکان دسترسی و آگاهی به نسبت نامحدود به فرهنگهای متنوع دیگر به واسطه تکنولوژی های ارتباطی وجود دارد. این امکان سبب می شود که به مرور زمان آگاهی فرهنگی جدیدی در سطح جهانی شکل بگیرد و سرنوشت هویت های فرهنگی را به کلی دگرگون سازد (نهادنویان، ۱۳۸۵) براین اساس است که مدیران فرهنگی بایستی از قابلیت ها و حساسیت های بالا و حرفه ای در قبال مدیریت جهانی شدن فرهنگی برخوردار باشند. در مورد بررسی تاثیر گذاری و تاثیر پذیری متقابل جهانی شدن و فرهنگهای ملی و بومی سه دیدگاه وجود دارند:

الف. دیدگاه همگونی فرهنگی: در این دیدگاه معمولاً، فرهنگ‌ها در برابر فرایند جهانی شدن منفعل می‌شوند و ویژگی‌های خود را از دست می‌دهند که زیربنای آن جهانی شدن اقتصادی است و جهانی شدن فرهنگی را به دنبال دارد.

ب. دیدگاه خاص‌گرایی فرهنگی: در این دیدگاه، جهانی شدن در عین حال که جنبه‌هایی از زندگی در دنیای مدرن را یکدست می‌کند، تفاوت‌های فرهنگی و هویتی را نیز تقویت و احیا می‌سازد.

ج. دیدگاه آمیزش و تحول فرهنگی: سومین نوع واکنش، فرایند جهانی شدن به عنوان آمیزش و تحول فرهنگی است. از این دید، بازی فرهنگی در صحنه جهانی‌سازی، همه یا هیچ نیست و نوعی همزیستی، اختلاط و تعالی فرهنگی هم امکان دارد (کاردان، ۱۳۸۶).

بنابراین با توجه به مطالب گفته شده، مدیران فرهنگی بایستی مهارت درست استفاده از فرصت‌های جهانی‌سازی فرهنگی و تبدیل تهدیدهای فرهنگی به فرصت‌های فرهنگی را داشته باشند. بر این اساس استفاده از مهندسی فرهنگی برای مدیران فرهنگی، لازم است مدیریت با مهندسی فرهنگی در حوزه هویت ملی عبارت از: اتخاذ مجموعه‌ای از اقدامات و سیاست‌ها در راستای تولید و بازتولید هویت ملی از راه ابزارهایی مانند نظام آموزشی، تاریخ‌نگاری رسمی، رسانه‌های رسمی، قوانین شهروندی است. هدف نهایی مهندسی فرهنگی در حوزه هویت، تلاش برای ایجاد یک اجتماع تصویری در میان افراد یک جامعه است؛ به گونه‌ای که آنها احساس کنند به یک تاریخ، سرزمین و فرهنگ مشترک تعلق دارند (قهرمانپور، ۱۳۸۶).

- مهارت تحلیل فرهنگی

برای اینکه بتوان فرهنگ را توسعه داد، ابتدا بایستی مهارت تحلیل‌گری تقویت شود. بدون تحلیل نمی‌توان خلاقیت فرهنگی داشت. زمانی که مدیران فرهنگی از توانمندی تحلیل آموزه‌ها و مؤلفه‌های فرهنگی برخوردار باشند، به راحتی می‌توانند آموزه‌های جدید فرهنگی را خلق کرده، و آنها را به مرور تبدیل به روش‌های کار و زندگی کنند. مهارت تحلیل فرهنگی، نوعی مهندسی فرهنگی است که در آن مدیران فرهنگی دست به شناخت عمیق اجزاء، عناصر و روابط بین مؤلفه‌های فرهنگی و با طراحی و ساخت‌دهی مجدد بر اساس هدفها و کارکردهای مورد انتظار می‌زنند. هدف مهندسی فرهنگی، برقراری انسجام محتوایی (باورها و ارزشهای هنجاری شده) بین سیستم‌های فرعی یک کلان‌نظام اجتماعی است، بنابراین مهارت تحلیل فرهنگی عبارت از: فرایند باز طراحی وحدت بخش و هدفمند بین نظام فرهنگی مهندسی شده با سایر نظام‌های هم‌عرض به عنوان یک نظام یکپارچه و واحد است. در این فرایند کارکردها و ساختارهای هریک از نظام‌های فرعی مبتنی بر مفروضها و ارزشها و باورهای نظام فرهنگی، بازبینی و بازسازی می‌شود، به گونه‌ای که تعادل کلان‌نظام اجتماعی تامین و حفظ می‌شود (راز نهان، ۱۳۸۶).

- مهارت انسجام بخشی فرهنگی

یکی از مهارت‌های مهم مدیران فرهنگی ایجاد یکپارچگی و انسجام فرهنگی در سازمان و جامعه است. برای این کار لازم است مدیران فرهنگی به سمت قوی کردن فرهنگ سازمان و جامعه حرکت کنند. برای ایجاد انسجام فرهنگی در سطح جامعه، بایستی روی دو محور اساسی کار شود: یکی اینکه، تعداد افراد جامعه معتقد به ارزشهای عالی و فرهنگ را افزایش داد و دیگر اینکه میزان و عمق اعتقاد و پای بندی به ارزشهای فرهنگی را زیاد کرد. برای این کار، استفاده از شیوه‌های زیر می‌تواند چسبندگی و انسجام فرهنگی را افزایش دهد:

پرورش احساس احترام به تاریخ جامعه و سازمان

آفریدن احساس یگانگی در افراد جامعه و سازمان

تشویق احساس عضویت در جامعه و سازمان و افتخار به آن

تقویت ساز و کارهای تبادل نظر بین افراد جامعه، از مجاری رسمی و غیررسمی

- مهارت فنی و تکنولوژیکی

یکی از مهارت‌هایی که موفقیت مدیران فرهنگی را در دنیای فعلی تضمین می‌کند، حمایت‌های مربوط به تکنولوژی اطلاعات است. پیش از به وجود آمدن مهارت‌های تکنولوژیکی تغییر پارادایم‌های ذهنی در راه به کارگیری آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است استفاده از اطلاعات، پردازش و مصرف درست آن در جهت ایجاد و توسعه فرهنگی از ضروریات کار فرهنگی است. فناوری اطلاعات در حوزه‌های مختلف تأثیر شگرفی به جا گذاشته که در این بین، تأثیر فرهنگی آن قابل توجه است. تحولی که در پرتو فناوری اطلاعات به وقوع پیوسته است، تحولی شگرف و مداوم در ارزشهای فرهنگی، آداب و رسوم کشورها، ملت‌ها و قومیت‌ها است. هم‌اینک سبک زندگی، چگونگی پوشش، خوردن و آشامیدن، محل زندگی و کار، از محتوای اطلاعاتی بسیار بالایی برخوردار شده و از نظر تاریخی از نوآوری‌های اطلاعاتی لبریز شده است. بر این اساس، وظیفه و رسالت مدیران فرهنگی در جامعه اطلاعاتی خیلی دشوار و سرنوشت ساز است و برای موفقیت نیاز است که در حوزه‌های مختلف فناوری اطلاعات بینش‌های لازم را پیدا کرده، آن را تبدیل به مهارت و رفتار کنند (نهادیان، ۱۳۸۵).

بحث و نتیجه گیری

توسعه فرهنگی به عنوان زیربنای توسعه پایدار اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از راه ایجاد و توسعه فرهنگ پشتیبانی کننده از جامعه، می‌توان مسیر توسعه در بخشهای مختلف را هموار نمود. فرهنگ بعنوان شیوه زندگی مردم است و برای توسعه و بهبود شیوه‌های مطلوب زندگی و کار، نیاز است فرهنگ نیز در جایگاهی که مورد استفاده قرار می‌گیرد مورد اصلاح قرار گیرد. برای تحقق این هدف نهادهای رسمی و غیررسمی فرهنگی به عنوان سیاستگذار تغییرهای فرهنگی نه به لحاظ ماهوی بلکه به لحاظ شکلی و اقتضای مورد استفاده آن نیازمند مدیران حرفه‌ای هستند. چراکه در سیاست گذاری ها و برنامه ریزی های کلان و جزء مباحث فرهنگی و در نهایت مطالبات فرهنگی یک جامعه و یک ملت باید موارد بسیار زیادی در این عرصه لحاظ شود که به برخی از آنها که در خصوص موارد فرهنگی در برنامه ریزی و اجرا بود به صورت مختصر اما کاربردی اشاره شد.

منابع

- الوانی، سید مهدی و حسن دانایی فرد، ۱۳۸۴، تئوری سازمان (ساختار، طراحی، کاربردها) تهران، انتشارات صفاد برت، جین و دیگران، ۱۳۸۵، مدیریت تنوع فرهنگی، ترجمه مریم شریفیان ثانی، گزیده مدیریت.
- رازنهان، فیروز، ۱۳۸۶، مهندسی فرهنگی کشور پیش شرط تحقق سند چشم انداز جمهوری اسلامی ایران، ماهنامه مهندسی فرهنگی، شورای عالی انقلاب فرهنگی شماره ۸ و ۹.
- غفاریان، وفا و علیرضا علی احمدی، ۱۳۸۲، تفکر استراتژیک، مجله تدبیر، شماره ۱۳۷.
- غفاری آشتیانی، پیمان، ۱۳۸۵، شناخت فرهنگی در فروش بین المللی، شماره ۱۷۵.
- قربانپور، رحمان، ۱۳۸۶، مهندسی فرهنگی و هویت ملی در عصر جهانی شدن، ماهنامه مهندسی فرهنگی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، شماره ۱۰ و ۱۱.
- کاردان، عباس، ۱۳۸۶، فرهنگ ملی و محلی در عصر جهانی شدن، ماهنامه مهندسی فرهنگی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، شماره ۱۰ و ۱۱.
- کالیز، جیم، از خوب به عالی، ۱۳۸۶ ترجمه ناهید سپهر پور، تهران، انتشارات آروین، چاپ هفتم.
- دیویس، استانی، ۱۳۷۳ مدیریت فرهنگ سازمان، ترجمه: میرسپاسی، ناصر و پریچهر معتمد گرجی، تهران.
- نائجی، محمدجواد و منصوره عباسعلی زاده، خرداد ۸۶ هوش فرهنگی: سازگاری باناهمگونها، مجله تدبیر.
- نهاوندیان، محمد، ۱۳۸۵ ما و جهانی شدن، تهران: مرکز ملی مطالعات جهانی شدن،