

برنامه‌ریزی و توسعه فرهنگی در عصر فرامدرن همراه با ارائه راهکار آمایش فرهنگی برای کشورهای در حال توسعه

مهدی مومنی^۱، افشین منتظرالقایم^۲، جعفر جعفری فرد^۳

^۱ استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد، اصفهان، ایران

^۲ دانشجوی دوره دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد

^۳ دانشجوی دوره دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد

چکیده

امروزه شکل گیری جامعه جهانی با ابزارهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی، بزرگترین دستاورد دوران فرامدرن می باشد. شرایط ویژه‌ای را برای کشورهای جهان به‌ویژه کشورهای در حال توسعه فراهم آورده است؛ و تاثیرات زیادی را در ابعاد سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و فرهنگی بوجود آورده است. بررسیها نیز نشان می دهد که کشورهای در حال توسعه بدلیل تمرکز بر روی توسعه اقتصادی، توسعه عمرانی و توسعه ارتباطات و اطلاعات از برنامه ریزی فرهنگی منطبق با جامعه اطلاعاتی غافل شده اند. در این پژوهش تلاش گردیده با روش میدانی شامل مصاحبه و پرسشنامه اثرات فرهنگی جامعه اطلاعاتی بررسی شده و ارتباط بین فرهنگ و جامعه اطلاعاتی در پیشبرد برنامه های توسعه جامع و پایدار، کاوش شود. نهایتاً ضرورت ارائه الگوی برنامه ریزی توسعه فرهنگی با تاکید بر جغرافیای فرهنگی در ابعاد بین المللی و نیز بصورت ملی برای کشورهای در حال توسعه پیشنهاد می شود.

واژه های کلیدی: جغرافیای فرهنگی، جامعه اطلاعاتی، برنامه ریزی توسعه فرهنگی، اطلاعات و ارتباطات، کشورهای در حال توسعه.

مقدمه

امروزه باگذر از دوران مدرنیته و در شرایطی که اطلاعات و ارتباطات نوین، عصر فرامدرن را برای جامعه بشری بوجود آورده است، کمتر مفهومی به اندازه مفهوم فرهنگ در حوزه علوم اجتماعی در معرض تفسیرها و تعبیرهای گوناگون قرار گرفته است. از این رو می توان گفت که مفهوم فرهنگ نه تنها دشواری های زیاد به بار آورده است، بلکه به سبب تنوع و وسعت معنی ایجاد وحدت نظر بر سرگستره موضوعی آن میسر نشده است. امروزه مدیران اجرایی که دست اندرکار اداره امور فرهنگی میباشند و نیز دانشگاهیانی که در این حوزه به مطالعه و تحقیق می پردازند هر دو در خصوص اداره امور فرهنگی مشکلاتی را مطرح نموده اند؛ و هر یک از زاویه دید خود مسائل را تعریف مینمایند. از طرفی همه آنها بر این مهم اتفاق نظر دارند که تا زمانی که فرهنگ جامعه ای موافق با توسعه نباشد، پیشرفت و توسعه آن جامعه میسر نخواهد بود. به همین دلیل در این برهه از زمان ضرورت تحول فرهنگی مسلم می شود؛ زیرا اگر بخواهیم جامعه ای پیشرفت و حرکت کند باید زمینه های آن در مجریان این پیشرفت، ایجاد شود؛ و این زمینه ها چیزی جز فرهنگ نیست؛ بنابراین ضرورت تحول فرهنگی برای انطباق با جامعه اطلاعاتی و بمنظور دستیابی به توسعه نمایان می شود.

پیشینه و ادبیات تحقیق

در روزهای تکامل جامعه جهانی به شکل دهی مفاهیم جامعه اطلاعاتی، از تنظیم سند اهداف هزاره (۱۹۹۹) تا اعلامیه ژنو (۲۰۰۳) و سپس نشست سران در تونس (۲۰۰۵) دولتهای در حال توسعه عزم خود را جهت حضور موثر در این تغییر فراگیر آشکار نمودند؛ که نتایج آن رادراجلاس بین المللی جهانی شدن فرهنگ (مالزی، ۲۰۰۵) بیان نمودند. در این راستا ۷ طرح راهبردی رابه منظور جهانی شدن فرهنگ در عصر اطلاعات ارائه دادند.

دولتهای در حال توسعه در آن برهه از زمان به دنبال تحقق نیازهای جامعه اطلاعات در چارچوب توسعه کاربری فناوری ارتباطات و اطلاعات با نگرش جامع گرا و خدمات محور بودند. در این خصوص تغییرات فرهنگی را نیز مد نظر قرار دادند. به گونه ای که امروزه جامعه اطلاعاتی الزامات فرهنگی جدیدی را ایجاد کرده است. این الزامات فرهنگی در برخی موارد بصورت تهدید فرهنگی و در مواردی فرصت فرهنگی بوده است. بنابر این هر دولتی بعنوان مهمترین سیاستگذار حوزه فرهنگ، به ویژه در کشورهای در حال توسعه بایستی نقشه جامع فرهنگی خود را با سیر تکاملی جامعه اطلاعاتی پیوند دهند و یک مدل فرهنگی بالزامات جامعه فرهنگی ارائه نماید.

همچنین از آنجایی که در جهان امروز نقش ارتباطات و تکنولوژی در توسعه کشورها، غیر قابل انکار است و جهان بر دو قاعده تند و کند حرکت می کند، هیچ جامعه ای نمی تواند با جامعه جهانی همگام شود، مگر این که از علوم ارتباطات و تکنولوژی های نوین به خوبی بهره گیرد (دیودار، ۱۳۸۵، ص ۱۴).

با هدف سرعت بخشیدن و هدایت این روند سران کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه بر آن شدند تا نشست را تدوین کنند. می توان به نخستین اجلاس یونسکو در سال ۱۹۴۸ و برگزاری کنفرانس بین المللی آزادی اطلاعات و تهیه پیش نویس اعلامیه ماده ۱۹ حقوق بشر، اشاره کرد. چرا که این ماده مبنای آزادی اطلاعات و جریان آزاد آن در سراسر جهان بوده است. نخستین اجلاس سران جهان درباره جامعه اطلاعاتی در روزهای ۱۰ تا ۱۲ دسامبر ۲۰۰۳ در ژنو برگزار شد. در آن اجلاس ۱۱۰۴۷ شرکت کننده از ۹۷۰ سازمان رسانه ای و ۶۳ نهاد مختلف گرد هم آمدند و دو سند تحت عناوین اصول کلیدی اعلامیه، اصول ایجاد و ساخت جامعه اطلاعاتی منتشر کردند.

دومین اجلاس سران جهان درباره جامعه اطلاعاتی در تونس، در حالی در روزهای شانزدهم تا هجدهم نوامبر ۲۰۰۵ برگزار شد که ۱۹۴۰۱ شرکت کننده با این ترکیب داشت:

۵۸۵۷ شرکت کننده از بخش دولتی و جامعه اروپایی،

۱۵۰۸ شرکت کننده از سازمان های دولتی،

۶۲۴۱ شرکت کننده از سازمان های غیردولتی و جامعه مدنی

۴۸۱۶ شرکت کننده از بخش تجاری

و ۹۷۹ شرکت کننده از بخش رسانه ای.

در این اجلاس توافق ۴۶ رئیس دولت، ۱۹۷ نخست وزیر و وزیر، ۵ هزار و ۸۵۷ نماینده از ۱۷۴ کشور، یک هزار و ۵۰۸ نماینده از ۹۲ سازمان بین المللی، ۶ هزار و ۲۴۱ نماینده از ۶۰۶ سازمان غیردولتی و جامعه مدنی به همراه ۴ هزار و ۸۱۶ نماینده از ۲۶۶ نهاد بخش خصوصی حضور داشتند. در حالی توسط یک هزار و ۲۲۲ روزنامه نگار به نمایندگی از ۶۴۲ مؤسسه رسانه ای در قالب سند تعهد تونس به گوش جهانیان رسید که نمایندگان ۱۷۴ کشور دنیا در پایان این سند اعلام کرده اند:

ما به تحقق بلندمدت و همه جانبه تصمیماتی که درود اجلاس جامعه اطلاعاتی ژنو و تونس به تصویب رسیده و در سند دستور جلسه تونس برای جامعه اطلاعاتی که به صورت جزئی آمده است کاملاً پای بند هستیم. سند تعهد تونس که در واقع شامل یک بیانیه سیاسی در عرصه دنیای ناشناخته مجازی به شمار می رود به مانند سند «بیانیه اصول» حاوی توافقات کلی است؛ که در صورت تحقق این توافقات کلی در جزئیات زندگی واقعی انسان ها شاهد تحولات شگرفی خواهیم بود.

همانگونه که در سند «بیانیه اصول» اجلاس ژنو بر اصول اساسی جامعه اطلاعاتی یعنی جامعه ای برای همگان، دسترسی به اطلاعات و دانش برای عموم، ایجاد اعتماد و امنیت در استفاده از فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی محیط استعداد پرور، تنوع فرهنگی و هویت، تنوع زبانی و محتوای ملی و در نهایت بر ابعاد اخلاقی جامعه اطلاعاتی تأکید شده بود. در سند تعهد تونس نیز در ۴۰ بند شاهد همان کلیاتی هستیم که مجدداً بر ایجاد جامعه مردم محور، فراگیر و توسعه مدار تأکید شده و به کارگیری فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی را در دستیابی به اهداف هزاره سوم و قرار گرفتن حق دسترسی به اطلاعات به عنوان حقوق اولیه بشر و از بین بردن فقر را یکی از مهم ترین اهداف اجلاس های جامعه اطلاعاتی بر شمرده است. بنابراین همه کشورها بخصوص کشورهای در حال توسعه باید شرایطی را ایجاد کنند تا دانش پژوهان مراکز اطلاعاتی و عموم مردم به سهولت به تکنولوژی های نوین اطلاعاتی و ارتباطی دسترسی داشته باشند. فن آوری اطلاعات بستر توسعه است نه ابزاری برای توسعه، بنابراین باید سیاستمداران در حوزه اطلاعات و فرهنگ نسبت به این مقوله توجه جدی داشته باشند.

نظریه پردازان جامعه اطلاعاتی و تحولات رخ داده در جامعه اطلاعاتی: اگر چه نظریه پردازان بی شماری در رابطه با جامعه اطلاعات به طور مستقیم یا غیرمستقیم اظهار نظر نموده اند، لیکن در این بخش به اختصار به تعدادی از مشهورترین آنان می پردازیم:

دانیل بل: پروفیسور بل (۱۹۱۹) جامعه شناس برجسته و کهنه کار آمریکایی از زمره کسانی است که از عقیده پدیدار شدن نوع جدیدی از جامعه پشتیبانی می کنند که به جامعه اطلاعات موسوم شده است. او شناخته شده ترین توصیف از جامعه اطلاعات را از طریق نظریه فرا صنعت گرایی، ارائه داده است. بل معتقد است که تصور جامعه فرا صنعتی تنها در سطحی انتزاعی امکان پذیر است. وی نظریه خود را در سال ۱۹۷۳ منتشر نمود.

به نظر او فرا صنعت گرایی، از میان تغییرات ساختار اجتماعی پدیدار می شود و نه فرهنگی یا سیاسی؛ بل چند سال پیش به جایگزین کردن مفهوم جامعه اطلاعات به جای فراصنعت گرایی مبادرت ورزید؛ اما در انجام این امر به گونه ای قابل توجه خصوصیات تحلیل خود را تغییر نداد و جامعه اطلاعات او همانند جامعه فراصنعت گرای اوست.

آنتونی گیدنز: متولد ۱۹۳۸ بی تردید مهم ترین نظریه پرداز اجتماعی پس از جنگ در بریتانیا و پیشاهنگ ایجاد جامعه شناسی بومی برجسته در آن است.

آرزوی گیدنز قالب بندی دوباره نظریه اجتماعی وبازسنجی درک ما از توسعه مسیر مدرنیته است. گیدنز باصراحت کامل بیان می کند:

"عموماً مطرح می‌شود که ما (منحصراً)، اکنون در اواخر سده بیستم به عصر اطلاعات گام می‌نهیم اما جوامع نوین از آغاز ظهورشان جوامع اطلاعاتی بوده‌اند." او با این اظهار نظر به ما نشان می‌دهد که بالا رفتن اهمیت اطلاعات ریشه‌های تاریخی ژرفی دارد. آن اندازه ژرف که ما را متقاعد می‌کند تا نظریه بل رادر خصوص جامعه فراصنعت‌گرا بپذیریم. (دیودار ۱۳۸۵، ص ۷)

هربرت آی شیلر: (متولد ۱۹۱۹) برجسته‌ترین مهره در زمره گروهی از نظریه پردازان انتقادی است که درباره روند کنونی قلمرو اطلاعات به تفسیر می‌پردازند. او یک روشنفکر آمریکایی است. وی دیدگاه‌های اصلاحی خاصی دارد. مهم‌ترین آثار او عبارتند از: کسی می‌داند؟! (۱۹۸۱)، اطلاعات و اقتصاد بحران (۱۹۸۴) و بنگاه فرهنگی (۱۹۸۵) شیلر در واقع یک اقتصاددان است که روی اقتصاد سیاسی متمرکز شده است. تحلیل‌ها و نگاه او ریشه‌های مارکسیستی دارد. وی معتقد است که اطلاعات و ارتباطات عناصر بنیادی تلاش معمول و مورد قبول سرمایه داری است. مرکزیت اصول بازار، یک اجبار نیرومند در کالاسازی اطلاعات و به معنای دسترسی فزاینده به اطلاعات، تنها به شرط قابلیت فروش آن می‌باشد. اطلاعات امروزه به عنوان یک کالا مورد داد و ستد قرار می‌گیرد. او سپس عامل "نابرابری‌های طبقاتی" را مورد توجه قرار می‌دهد. پافشاری او بر این است که نابرابری‌های طبقاتی عامل عمده پخش، دسترسی و قابلیت‌های تولید اطلاعات است. سومین مبحث کلیدی هربرت شیلر این است؛ جامعه‌ای که در حال انجام تغییرات مهمی در زمینه‌های اطلاعات و ارتباطات است، جامعه‌ای دارای نظام سرمایه‌داری شرکتی محسوب می‌شود که در آن نهادهای شرکتی حاکمیت یافته و تولید محصولات، توسط چند شرکت محدود و سازمان‌هایی که عمدتاً دارای ثروت‌های کلان ملی و بین‌المللی می‌باشند استقرار یافته است.

بنابر دیدگاه شیلر، جامعه اطلاعات بازتابی از اجبارهای سرمایه‌داری است. او پافشاری می‌کند که شرط لازم حمایت از مبارزه ملت‌های فقیرتر برای پیشبرد امور خود، چالش با امپریالیسم اطلاعاتی است. (دیودار ۱۳۸۵، ص ۹) پژوهش‌های انجام گرفته باموضوع برنامه ریزی توسعه فرهنگی، فراوانی وجود دارد و پژوهش‌های بسیاری دیده می‌شود که می‌تواند مبنای پژوهش ما نیز قرارگیرد؛ اما در خصوص طراحی الگوی فرهنگی در جامعه اطلاعاتی پژوهشها کمتر می‌باشد. در طراحی این الگو بایداز دو سند بالادستی استفاده کرد که عبارتند از:

- ۱- نتایج کنفرانسهای بین‌المللی در اجلاس ژنو، مالزی، تونس و همچنین بیانیه‌های اجلاس مذکور.
- ۲- اسناد فرهنگی کشور ایران بعنوان جامعه آماری مورد تحقیق که اسناد زیر را شامل می‌شود. (نتایج کنفرانس ملی مهندسی فرهنگی در ایران ۲۰۰۶، اهداف فرهنگی سند چشم‌انداز کشور ایران ۲۰۱۴، ماموریتها و رسالت‌های کلیه سازمانهای فرهنگی کشور ایران ۲۰۱۴، نقشه جامع مهندسی فرهنگی کشور ایران ۲۰۱۴). در خصوص تدوین برنامه ریزی راهبردی فرهنگی منابع زیادی موجود می‌باشد؛ اما بهترین نمونه آن تدوین الگوی مهندسی فرهنگی کشور می‌باشد که توسط دبیر خانه شورای انقلاب فرهنگی انجام گرفته است. در حوزه برنامه‌های راهبردی از اسناد معتبر زیرهم استفاده گردید.

- ۱- منظومه فکری سازمان صداوسیما، تدوین شده توسط معاونت برنامه ریزی سازمان در سال ۲۰۰۹
- ۲- افق رسانه ملی تدوین شده توسط معاونت برنامه ریزی رسانه ملی ۲۰۰۶

روش تحقیق

جامعه اصلی پژوهش در این تحقیق، مدل جهانی توسعه فرهنگی در کشورهای توسعه یافته می‌باشد. ولی با توجه به عدم امکان مطالعه در کلیه کشورها و بدلیل ارتباط مولف با خبرگان و پژوهشگران در دانشگاههای کشورهای زیر مناطق مذکور بعنوان مورد مطالعه انتخاب گردید:

ایران (بدلیل دارا بودن فرهنگ و تمدن چند هزار ساله و تاثیر گذار در جهان اسلام، وبا توجه به همکاری پژوهشگران و اساتید دانشگاه صداوسیما در تکمیل پرسشنامه‌های پژوهش)،

امارات عربی متحده (نمونه الگوی توسعه یافتگی کشورهای عربی با همکاری پژوهشگران دانشگاه ولنگونگ دبی)، کشور آذربایجان (با ویژگیهای خاص یک کشور تازه استقلال یافته و با همکاری پژوهشگران دانشگاه دولتی نخجوان)، مالزی (کشور موفق در حال توسعه و در منطقه جغرافیایی آسیای جنوب شرقی و با همکاری پژوهشگران دانشگاه ملی مالزی) کانادا (کشور توسعه یافته و نمونه یک کشور غربی در موضوع پژوهش و با همکاری پژوهشگران دانشگاه واترلو کانادا) ژاپن (کشوری که دوران توسعه یافتگی رادر نیم قرن اخیر طی کرده و بدلیل همکاری پژوهشگران دانشگاه ناگویا ژاپن) شش کشور اصلی مورد مطالعه می باشد که بصورت مهندسی شده در مناطق مختلف جغرافیایی و از گروههای مختلف کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه انتخاب شده اند.

پیش فرضها

به نظر می رسد که توسعه فرهنگی در کشورهای در حال توسعه با توجه به شرایط جدید جامعه اطلاعاتی، با چالشها و موانعی روبرو باشد که رفع آن موانع، توسعه فرهنگی را تسهیل خواهد کرد. رفع این موانع تنها با شناخت کامل آن ها میسر خواهد بود. بنابراین ضروری است، که ویژگیهای توسعه فرهنگی کشورهای در حال توسعه مورد بررسی قرار گیرد و موانع و چالشهای موجود شناخته شود.

سوالات پژوهش

- ۱- کشورهای در حال توسعه چه مشکلاتی در راه پیشرفت و توسعه فرهنگی پیش رو دارند؟
- ۲- چه شرایطی در عصر اطلاعات و ارتباطات وجود دارد که بر توسعه فرهنگی در جامعه اطلاعاتی تاثیر گذار است؟
- ۳- چرا امروزه کشورهای در حال توسعه نیاز به طراحی مدل‌های توسعه فرهنگی دارند؟

روش جمع آوری اطلاعات

روش اجرای مصاحبه و پرسشنامه ها نیز از طریق روش دلفی می باشد. بکارگیری روش دلفی عمدتاً با هدف کشف ایده‌های نوآورانه و قابل اطمینان و یا تهیه اطلاعاتی مناسب به منظور تصمیم گیری در پژوهشهای بین رشته ای کاربرد دارد. روش دلفی فرایندی ساختار یافته برای جمع آوری و طبقه بندی دانش موجود در نزد گروهی از کارشناسان و خبرگان است که از طریق توزیع پرسشنامه‌هایی در بین این افراد و بازخورد کنترل شده پاسخها و نظرات دریافتی صورت می‌گیرد. مهم ترین شرایط مورد نیاز برای کاربرد دلفی: نیاز به قضاوت متخصصان و نظرات گروه وسیع، توافق گروهی در دستیابی به نتایج، وجود مشکل پیچیده، بزرگ و بین رشته ای و عدم توافق یا ناکامل بودن دانش، در دسترس بودن متخصصین با تجربه و متخصص، از نظر جغرافیایی، عدم محدودیت زمانی و عدم وجود روش هزینه - اثربخش دیگری است. (نجفی، ۱۳۸۷، ص ۱۴)

بنابر این در این پژوهش اهم برنامه ریزیهای راهبردی و عملیاتی در عرصه فرهنگ، واکاوی می شوند و نقاط قوت و ضعف آنها توسط خبرگان پژوهش (۲ نفر کارشناس خبره اطلاعات و ارتباطات از کشور مالزی و ۳ نفر پژوهشگر خبره جغرافیای فرهنگی در ایران، ۴ نفر کارشناس خبره فرهنگ و رسانه از ایران، ۲ نفر کارشناس علوم انسانی و اجتماعی از دانشگاه دولتی نخجوان، ۲ نفر پژوهشگر علوم اجتماعی از امارات متحده عربی و ۲ نفر پژوهشگر از دانشگاه واترلو کانادا) تحلیل می گردد.

برای آنالیز نتایج دلفی، در اولین راند، آنالیز محتوی برای شناسایی تم های اصلی در پرسشنامه بدون ساختار اولیه انجام گرفت که نتایج آن پرسشنامه بدون ساختار را به پرسشنامه های با ساختار تبدیل نمود، در دومین راند، آغاز بکارگیری روش ها کمی است که تکنیک رتبه بندی و درجه بندی (میان و چارک ها) استفاده گردید و در سومین راند و راندهای متعاقب، شاخص های مرکزی و پراکندگی بکار رفتند. کلیه نتایج توسط تحلیل نخبگان در بخش نتایج تحقیق آمده است.

اصول برنامه ریزی توسعه فرهنگی که در پژوهش مذکور انجام گرفته است.

۱- شناسایی وضع موجود: شناخت وضعیت قبلی و فعلی فرهنگی در جوامع در حال توسعه

- ۲- شناسایی هدفها: ترسیم وضعیت ایده آل برای وضعیت فرهنگی جامعه در حال توسعه
- ۳- شناسایی امکانات و محدودیتها: تعیین محدودیتها، تهدیدها و چهارچوب عملیاتی برای رسیدن به وضعیت مطلوب (شورای انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۵، ص ۷۷)

بحث کلی پژوهش:

جامعه اطلاعاتی

به همان نسبت که ماشین چاپ حوزه های قابل دسترسی مردم را گسترش داد. اینترنت نیز عنصر فعالی در این مقوله به شمار می آید که همچنان شبکه خود را بیش از پیش گسترده می کند تا جمعیت بیشتری را دربرگیرد. اطلاعات یا دانش بشری با چنان سرعتی افزایش می یابد که به آن «عصر انفجار اطلاعات» می گویند. در این عصر به جوامعی که از اطلاعات بهره می جویند، ((جامعه اطلاعاتی)) می گویند. این اصطلاح «جامعه اطلاعاتی» در پایان قرن بیستم برای توصیف جامعه ای وضع شد که در آن فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی (فاوا) جزیی از زندگی روزمره شده است و اطلاعات مهم ترین عنصر حیات آن محسوب می شود.

از آنجایی که در جهان هستی همه چیز در حال تغییر و تحول است، لذا اطلاعات کهنه نیز باید مرتب نو شوند. شتاب افزایش اطلاعات در جامعه اطلاعاتی، شتابی تند شونده است. توقف و کندی در آن راه ندارد زیرا در غیر این صورت جامعه از حرکت ایستاده و خواهد مرد. (همایش مهندسی فرهنگی، ۱۳۸۵، ص ۱۹۱)

جامعه اطلاعاتی را می توان جامعه ای دانست که در تلاش است با استفاده از فن آوری اطلاعات و ارتباطات شرایط و امکانات بهتری را برای خود در زمینه های مختلف اجتماعی و اقتصادی فراهم کند. فن آوری های نوین اطلاعاتی در حال تغییر زندگی ما هستند. آن ها نحوه کسب و کار، یادگیری، وقت گذاری و حتی تعامل ما را با دولت ها تغییر می دهند. چراکه فن آوری اطلاعات همه را به هم نزدیک می کند. به عبارتی عصر ارتباطات، دور را به مفهومی قدیمی کلمه به رسمیت نمی شناسد. به انسان امکان می دهد که به صورت تعاملی و زنده و پویا از محل زندگی، وظایف شغلی خود را انجام دهد، آموزش داده یا ببیند و امور منزل، بانکی و سایر فعالیت های ضروری را انجام دهد. بیل گیتس به صراحت می گوید که: جامعه اطلاعاتی، حاوی شاهراه های اطلاعاتی است که انسان این جامعه باید عضو استفاده کننده از این شاهراه ها باشد.

با توجه به توصیف بیل گیتس از جامعه اطلاعاتی میزان نزدیکی جوامع به جامعه اطلاعاتی را می توان با معیارهای مختلف نفوذ و تأثیر و ارزش اطلاعات و فن آوری اطلاعات دانست. در واقع معیار نزدیکی یک جامعه به جامعه اطلاعاتی میزان محوریت اطلاعات و فن آوری مرتبط با اطلاعات و ارتباطات در آن جامعه است.

به طور کلی، آنچه نویسندگان علمی تخیلی مانند ژول ورن در قرن نوزده و آلدوس پاکسلی و سایرین در قرن بیستم پیش بینی کرده اند، نه تنها در جامعه اطلاعاتی به وقوع پیوسته، بلکه بسیار از آن فراتر رفته است. جامعه اطلاعاتی، به شدت نوگرا بوده و تغییر و تحولات انسان این جامعه همان است که مولوی می گوید:

باردیگر از ملک پران شوم

آنچه در وهم ناید آن شوم.

از این رو ۲۷ اردیبهشت (هفدهم ماه مه) که یادآور گردهمایی نمایندگان ۲۰ کشور جهان در سال ۱۸۶۵ و تأسیس نخستین اتحادیه بین المللی با عنوان اتحادیه تلگراف است به نام روز جهانی ارتباطات و نیز جامعه اطلاعاتی نامگذاری شده است؛ و این روز توسط مجمع جهانی جامعه اطلاعاتی به عنوان «روز جهانی جامعه اطلاعاتی» نامگذاری شده است. در واقع هدف از این اقدام جلب توجه دولت ها و مردم جهان به مقوله ارتباطات و فن آوری اطلاعات در عصر حاضر است که منجر به پیشرفت اطلاعات در عرصه جهانی و جوامع بشری می شود.

جایگاه اطلاع‌رسانی با تکیه بر کارکردهای روابط عمومی

اطلاع‌رسانی در کلیه ابعاد جامعه، علاوه بر این که زمینه تصمیم‌گیری در جامعه را فراهم می‌نماید، برنامه‌ریزی دولت را در جهت تامین خواسته‌های عمومی آسان می‌نماید. این مهم نیز جز از عهده روابط عمومی‌ها که پل ارتباطی بین سازمان و جامعه خوانده می‌شوند بر نمی‌آید.

واضح است که مسلم‌ترین دلیل شکل‌گیری روابط عمومی‌های اولیه در اروپا، ایجاد توان رقابت بین صنایع نوپا و تبلیغ محصولات نظام صنعتی در جهان بود.

توسعه تکنولوژی‌های اطلاعاتی، همچون: اینترنت، اینترنت و اکسترانت‌ها، ماهواره‌ها و رسانه‌های جمعی، مطبوعات آزاد و محلی و به طور کلی ایجاد پایگاه‌های منظم اطلاع‌رسانی در جامعه، همراه با فرهنگ‌سازی و آموزش صحیح، می‌تواند یکی از اقدامات دولت‌ها در جهت رشد نظام ملی اطلاع‌رسانی در کشور شود.

تجربه نهادینه شدن فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشورهای مختلف متفاوت بوده است. در کشورهای توسعه یافته ورود فناوری‌های جدید، خیلی سریع و کاملاً کاربردی اتفاق می‌افتد. با توجه به اینکه در بسیاری از موارد خودشان تولید کننده دانش فناوری اطلاعات هستند. فرهنگ کاربری آن نیز تطبیق یافته می‌باشد. در کشورهای در حال توسعه که مسیر توسعه خود را الگو برداری کامل از کشور های توسعه قرار داده اند، معمولاً مقاومت کمتری در خصوص بکارگیری آن داشته اند. حتی از نظر فرهنگ مصرفی، نسبت به کشورهای توسعه یافته حتی به نوعی افراط نیز داشته اند.

امادر کشورهای در حال توسعه اسلامی و کشورهایی که تفاوت‌های فرهنگی آنها بارز می‌باشد بر روی بسیاری از ارزش‌های خود ثابت قدم هستند شرایط متفاوت می‌باشد. تجربه نشان می‌دهد که ورود فن‌آوری‌های جدید همواره با مقاومت حکومت‌ها همراه بوده است که باعث ائتلاف سرمایه‌های بسیاری شده است.

و تا زمانی که جامعه اطلاعاتی به نیاز حاکمیت تبدیل نشود نمی‌توان جلوی این مقاومت را گرفت.

در این میان روشنفکران و نخبگان مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات خود به چند گروه تقسیم می‌شوند:

گروه اول متخصصان، شامل نخبگان ارتباطات و نخبگان اطلاعات هستند.

هنوز این دو دسته یعنی نخبگان ارتباطات و نخبگان اطلاعات در کشورهای در حال توسعه، دو گروه متمایز را تشکیل می‌دهند و پیوندهای ارگانیک میان این دو حوزه را درست درک نکرده اند. دو ساز متفاوت می‌زنند و هیچ جایی نیست که بین این دو پلی برقرار کند. یکی از کارهایی که در جامعه اطلاعاتی این جوامع باید انجام شود این است که دو گروه در یک شکل در کنار هم بنشینند و نخبگان فکری جامعه را تشکیل دهند.

گروه دیگر نخبگان و روشنفکرانی‌اند که دغدغه توسعه دارند. گروه سوم هم اندیشمندانی هستند که به طور خاص روی توسعه اقتصادی کار می‌کنند.

از این سه گروه، گروه اول که خود به خود دغدغه توسعه جامعه اطلاعاتی دارند.

گروه دوم نخبگان توسعه ای و گروه سوم نخبگان توسعه اقتصادی هنوز تردید دارند که آیا تحقق جامعه اطلاعاتی یک محور توسعه است؟ و آیا اقتصادی هست یا نه؟ در این شرایط چه باید کرد؟ شاید بار اصلی این رسالت فرهنگی بر دوش نخبگان است. این گروه باید بنشینند و برای خودشان مأموریتی تعریف کنند که از طریق برگزاری کنفرانس‌ها، نوشتن مقالات و ... این آگاهی را منتقل کنند.

گروه چهارم فرهنگ‌سازان جامعه هستند که هنوز با بحث جامعه اطلاعاتی آن‌گونه که باید درگیر نشده‌اند. به هر حال اگر فناوری اطلاعات و ارتباطات و مراحل استقرار جامعه اطلاعاتی در کانون توجه حاکمیت قرار نگیرد، تحقق جامعه اطلاعاتی بسیار کند و پرهزینه می‌شود و هزینه‌اش را مردم می‌پردازند. با توجه به این نکته که فرهنگ کاربرد عناصر وارداتی، معمولاً در کشورهای در حال توسعه، مدت‌ها بعد از ورودشان، تعریف می‌شود، لازم است تا نهادهایی همچون روابط عمومی‌ها در کشور، کوشش نمایند تا با کاربرد درست و به جای این وسایل زمینه فرهنگ‌سازی عمومی را فراهم نمایند.

تعریف فرهنگ

مجموعه‌ای پیچیده از خصوصیات احساسی، فکری و غیرمادی که به عنوان شاخص جامعه و یا گروهی اجتماعی مطرح می‌شود. (یونسکو، ۱۹۸۳)

فرهنگ، نظامی است متشکل از باورها، اعتقادات، رفتارها و آن چه که سبک و سیاق زندگی نامیده می‌شود و نیز بازتاب آن در آنچه که تولید می‌گردد (سجودی، ۱۳۸۹)

فرهنگ، مجموعه‌ای است از عقاید، آداب و رسوم و سایر جنبه‌هایی که بیشتر بر ابعاد جنبه‌های معنوی و معرفتی وجود انسان توجه دارند. (ارائه شده در چهارمین گردهمایی دانشگاه‌های ایران، ۱۳۸۰، تبریز)

فرهنگ، مجموعه‌ای است از دانستنی‌ها، معارف، هنر، اعتقادات، آداب و رسوم و یادگاری‌های یک تمدن. (صائمی، ۱۳۸۳، ص ۱۴) فرهنگ، عبارت است از ارزش‌هایی که اعضای یک گروه معین دارند. هنجارهایی که از آن پیروی می‌کنند و کالاهای مادی که تولید می‌کنند. (گیدنز، ۱۹۸۹، ص ۷)

فرهنگ، ساز و کاری است، کم و بیش منسجم. مشتمل بر اجزای مادی و غیر مادی که در یکی از سه بخش شناختی، هنجاری و مادی قرار گرفته‌اند و با درجات آزادی مختلف بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند تا در نهایت تعادل فرد، جامعه و محیط برقرار شود. (دیودار، ۱۳۸۳ ص ۱۴)

ویژگی‌های مهم فرهنگ

مشترک بودن: اشتراک عناصر فرهنگی در هر جامعه و یا گروه اجتماعی، عامل اصلی انسجام و نشان دهنده میزان مقبولیت آن عناصر در میان گروه و جامعه می‌باشد.

ضمن آن که این ویژگی اساس کسب هویت جامعه و یا گروه را تشکیل می‌دهد.

اکتسابی بودن: بسیاری از عناصر فرهنگی، نه ذاتی، که اکتسابی‌اند و فرد از طریق تعامل با محیط انسانی و طبیعی مستقیم و غیرمستقیم، بسیاری از خصوصیات فرهنگی را کسب می‌کند.

قابلیت انتقال: اکتسابی بودن مفاهیم و عناصر فرهنگی نتیجه‌ای دیگر را نیز به دنبال دارد. که آن قابل انتقال بودن و یا آموزشی بودن فرهنگ می‌باشد.

انتقال ارزش‌های فرهنگی از نسلی به نسل دیگر در علم جامعه‌شناسی، "باز تولید فرهنگی" نام دارد.

کارکردهای مهم فرهنگ در اهداف مدیریت کلان جوامع

الف/ تأمین نیازهای اساسی (فیزیولوژیک، روانی، اجتماعی و...) از طریق واسطه‌گری بین محیط و انسان.

ب/ ایجاد همبستگی و انسجام اجتماعی.

ج/ ایجاد ارتباط جمعی و جامعه پذیری.

د/ هویت فردی، گروهی و اجتماعی.

نتایج پژوهش

برای شناخت موانع و چالش‌های توسعه فرهنگی و در پاسخ به این سؤال که: کشورهای در حال توسعه چه مشکلاتی در راه پیشرفت و توسعه فرهنگی پیش رو دارد؟ با مطالعه مقالات و کتاب‌ها راجع به فرهنگ و توسعه فرهنگی و مشاوره با صاحب‌نظران پژوهش و با تعمق و اندیشه راجع به آن‌ها، برخی از ویژگی‌های بارز توسعه فرهنگی در جامعه اطلاعاتی و برای کشورهای در حال توسعه شناسایی شد و مورد بررسی قرار گرفت. موانعی که برخی ریشه در مدیریت و برنامه‌ریزی و ساختار

نهادهای دارند. بعضی هم در شخصیت و رفتارهای مردم به چشم می‌خورند. برخی هم جزء الزامات جامعه اطلاعاتی می‌باشد. ویژگی‌های شناسایی شده عبارتند از:
بی‌ثباتی مدیریت در کشورهای در حال توسعه،
مناسب نبودن آزادیهای سیاسی و اجتماعی و عدم سنخیت آن با ساختار فرهنگی کشورهای در حال توسعه،
مناسب نبودن مدل‌های برنامه‌ریزی توسعه،
کم فکر کردن و کافی نبودن پژوهشها،
کسالت‌های کاری،
عدم نظم‌پذیری و ضابطه‌گرایی،
روحیه فردی و تکروی،
عدم انگیزه پیشرفت،
عدم حساسیت به وقت و زمان،
بها ندادن به یادگیری و آموزش.

در پاسخ به این سوال که چه دلایل و شرایطی در عصر اطلاعات و ارتباطات وجود دارد که بر توسعه یافتگی فرهنگی در جامعه اطلاعاتی تاثیر گذار است؟ پس از مصاحبه با خبرگان پژوهش، به نتایج زیر دست یافتیم:
در دنیای امروز، بشر برای رفع نیازهای اطلاعاتی خویش به دنبال کسب اطلاعات است. وی از اطلاعاتی که دریافت می‌کند برای تصمیم‌گیری‌ها و ارتقای دانش خویش بهره‌می‌برد. از طرفی جامعه اطلاعاتی در عصر اطلاعات ضرورت‌های دیگری را نیز بر او تحمیل می‌کند.

جهانی شدن و ارزش اطلاعات: یکی از نتایج بحث جهانی شدن، افزایش ارزش اطلاعات به عنوان معیار و خمیرمایه توسعه پایدار ملتهاست لذا روز به روز بر ارزش اطلاعات افزوده می‌شود.

رشد تکنولوژیکی و آلودگی اطلاعات: رشد سریع شبکه‌های اطلاعاتی روند اشاعه اطلاعات را تسهیل نموده، متخصصان موضوعی، راحت‌تر از گذشته به تبادل اطلاعات می‌پردازند. چرخه تولید علم سریع‌تر از گذشته مورد استفاده قرار می‌گیرد. در نتیجه آلودگی اطلاعات روز به روز افزایش و طول عمر مفید اطلاعات کاهش می‌یابد.

اطلاع‌گرایی و جامعه اطلاعاتی: در جامعه اطلاعاتی کلیه تصمیم‌گیری‌ها بر مبنای اطلاعات صورت می‌گیرد. سرعت دسترسی به اطلاعات روزآمد، صحیح و معتبر، ارزشمند است. کاربران از میان انبوه اطلاعات تولید شده بر مبنای نیاز اطلاعاتی خویش به انتخاب دست می‌زنند، سپس به تصمیم‌گیری‌های مفید و به موقع می‌پردازند.

کاربر و مهارت‌های اطلاع‌یابی: ارتباطات بی‌سیم، کاربران را از محدودیت‌های زمانی و مکانی خارج ساخته و اطلاعات را به رایانه شخصی آنها وارد نموده است. در پی این تحولات، کاربران بدون یاری کتابداران به رفع نیازهای اطلاعاتی خویش می‌پردازند. در این صورت نیاز به آموزش‌های پیچیده تری جهت ایجاد و ارتقای سطح مهارت‌های اطلاع‌یابی احساس می‌شود.

جامعه اطلاعاتی، جامعه‌ای بدون مرز است که انسان‌ها می‌توانند صرف‌نظر از نژاد، ملیت، زبان، مذهب و هراختلاف دیگری بایکدیگر به تبادل نظر بپردازند. پس می‌توان از جامعه اطلاعاتی به عنوان گستره فراملیتی و بین‌المللی یاد کرد. سازمان‌هایی مانند سازمان ملل، سازمان حقوق بشر، پزشکان بدون مرز، سازمان حمایت از کودکان و دیگر سازمانهای غیر دولتی را می‌توان نمونه‌هایی ابتدایی از جامعه جهانی دانست. در خانواده جهانی، اصل بر تکامل شخصیت و شکوفایی استعدادهای انسان است. به

عبارت دقیق‌تر، انسان سالاری، محور این جامعه است. (دیودار، ۱۳۸۵، ص ۳)

در پاسخ به این سؤال اساسی که چرا همه جوامع در دوران فرامدرن به ویژه جوامع در حال توسعه نیازمند "مدل توسعه فرهنگ" و "مهندسی فرهنگی" هستند. باید به چند موضوع مکمل یکدیگر اشاره نمود:

الف/ ماهیت "فرهنگ"، مروری به تعاریف متنوعی که برای فرهنگ شده است. نشان می‌دهد که هسته مرکزی همه تعاریف اشاره به این معنی است که فرهنگ نظامی است شامل باورهای بنیادین و پیش‌فرض‌های اصلی اعتقادی انسان‌ها به نظام

هستی و جایگاه انسان در آن که از درون آن، ارزش‌ها و هنجارهای زندگی استخراج و رفتارهای انسان‌ها را در ارتباط با خالق، دیگر انسان‌ها، خود و طبیعت، شکل می‌دهد. بر آن‌ها تأثیر می‌گذارد. وقتی در قالب نظام (سیستم) داده و ستاده سه عنصر اعتقاد، ارزش و رفتار انسان مورد مطالعه قرار می‌گیرد، متوجه می‌شویم که هم از رهگذر تغییر باورها، رفتار انسان‌ها تغییر می‌کند و هم با پذیرش رفتارهای جدید از محیط پیرامونی، به تدریج و به آرامی نوع باورهای انسان‌ها تغییر پیدا می‌نماید. با درک و پذیرش این مقدمه، متوجه می‌شویم که تغییرات فرهنگی در یک جامعه، حاصل تغییرات فکری، ذهنی و رفتاری همه عناصر انسانی در یک جامعه و مبادلات فرهنگی، فکری و علمی، تکنولوژیکی با سایر جوامع است. حال اگر به هر دلیلی، وجود و تداوم باورهایی برای ادامه حیات هدفمند یک جامعه ضرورت داشته باشد، منطقاً باید همه عناصر انسانی یک جامعه در هر موقعیتی در حفظ و تداوم آن باورها حساس شوند. (همایش مهندسی فرهنگی، ۱۳۸۵، ص ۱۹۷).

ب/ برخی از کشورهای در حال توسعه، در حال تبدیل شدن به یک رکن در معادلات جهانی هستند؛ و امروزه کشورهای مانند چین، هند، ایران، چه از نظر اقتصادی و چه از منظر فرهنگی تأثیرات مهم جهانی دارند. این تأثیرات آنقدر زیاد شده است که خودشان یکی از ارکان جامعه جهانی شده‌اند.

ج / داده و ستاده‌ای که بین سه وجه کلی جامعه، یعنی اقتصاد، سیاست و فرهنگ وجود دارد، نشان می‌دهد، هر اقدام مثبت و یا منفی در فرهنگ، سیاست یا اقتصاد رخ دهد پس از اصلاح و یا تخریب آن بخش، بلافاصله یا به تدریج در ابعاد دیگر جامعه اثر می‌گذارد. همین داده و ستاده است که بعضی از شخصیت‌های سیاسی، اقتصادی یا فرهنگی را قانع می‌سازد که در اظهار نظرهای خود به طرح مطالبی غلط یا ناقص بپردازند. برای مثال بگویند اگر مشکلات فرهنگی حل شود، مشکلات اقتصادی جامعه حل می‌شود. یا ریشه همه مشکلات فرهنگی در گرو حل مسایل اقتصادی است. یا همه مشکلات فرهنگی، اقتصادی ما در نارسایی‌های سیاسی جامعه ریشه دارد و اگر آن‌ها حل شود مشکلات اقتصادی و فرهنگی حل می‌شود. این گزاره‌های غلط و ناقص، حاصل توسعه نیافتگی اذهان در رابطه با نقش فرهنگ و از طرفی توسعه نامتوازن سه بعد اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جامعه است و "مهندسی فرهنگی" جامعه می‌تواند در اصلاح این‌گونه ذهنیت‌ها مؤثر باشد.

د/ وقتی با درکی علمی به مفهوم فرهنگ و تأثیر آن در عرصه اقتصاد و سیاست می‌نگریم، متوجه می‌شویم که باورها و ارزش‌هایی که تا این مرحله، عامل اصلی و محوری اتحاد یک جامعه شده است، با اقدامات از پیش طراحی شده مورد هدف قرار گرفته است. سیاستمداران و برنامه ریزان اجتماعی از آن به تهدید فرهنگی و یا تهاجم فرهنگی یاد می‌کنند. لازم است برای مواجهه با این مجموعه عوامل مخرب، همواره فعالیت‌های متناسب طراحی و اجرا شود.

ه / از طرف دیگر اگر با احساس مسؤولیت نسبت به تحولات فرهنگی جوامع در حال توسعه اندیشه کنیم، آنگاه به نکته دیگری می‌رسیم. آن اینکه این جوامع یابدیل غرق شدن در اهداف توسعه و یا به دلیل پیروزی در استقلال کشورشان و یابدلیل شکل‌گیری حاکمیت غیرمردمی و یا بواسطه استفاده از نسخه‌های دموکراتیک غیر بومی، دچار یک غرور کاذب شده‌اند. رفتارشان در حوزه مدیریت فعالیت‌های فرهنگی، حاکی از آن است که گویا با دستیابی به اهداف توسعه، تضمینی به وجود آمده که همواره کشورهايشان بدلیل رسیدن به توسعه می‌توانند به سعادت ملی دست یابند. ملت‌هایشان، با حفظ باورها، اعتقادات و ارزش‌ها به حیات خود ادامه خواهند داد. یکی از دلایل وجود این غرور کاذب، عدم شکل‌دهی سیستم‌های علمی برای سنجش و ارزیابی تغییرات در نظام باورها، ارزش‌ها، هنجارها و رفتارهای فرهنگی جامعه است. بسنده کردن به بعضی از شاخص‌های سیاسی، مثل حضور مردم در انتخابات، راهپیمایی‌ها یا توسعه بعضی از شعائر مذهبی در بین جوانان، گرچه همه این‌ها ارزشمند و افتخارآمیز است و در یک ارزیابی علمی می‌توان به عنوان بخشی از شاخص‌های نشان دهنده تحولات فرهنگی بدان استناد کرد، اما تغییرات چند بعدی و آرام عرصه فرهنگ و هزینه‌هایی که این جوامع در خصوص بکارگیری فناوریهای نوین داده‌اند. همچنین هزینه‌های زیاد ناشی از استقرار جامعه اطلاعاتی در این کشورها این موضوع را مشخص می‌کند که بسیاری از جوامع در حال توسعه بخصوص کشورهای اسلامی از اولویت‌های فرهنگی غافل شده‌اند.

و / از طرف دیگر امروزه و در دوران فرامدرن که اقتصاد و زندگی مدرن اولویت دولتها شده است علاوه بر استمرار کم توجهی به کلیت موضوع مدیریت بر تحولات فرهنگی جامعه، در کنار ده‌ها اثر مثبتی که در توسعه یافتگی وجود دارد، این ضرر برای

فرهنگ جامعه حاصل شده است که صاحب منصبان در عرصه اقتصاد و سیاست زمانی، اعتباری و مالی در این عرصه، در زمان حاکمیت جریان سیاسی مربوطه، به تدریج پی گیری شعارها، مورد غفلت و فراموشی قرار گرفته است. این موضوع در همه دولت‌های توسعه یافته و در حال توسعه، قابل رویت و با تفاوت‌هایی مشترک می‌باشد. با شناخت چنین مواردی و با درک حساسیت تحولات فرهنگی برای حفظ انسجام درونی جوامع است که می‌تواند اهمیت و ضرورت تحول همه جانبه در شیوه مدیریت فرهنگی در این دوران روشن گردد.

پیشنهادات و راهکارهای پژوهش

گام اول آن این است که به مدد فرهنگ سازی برای مفهومی تحت عنوان "مدل توسعه فرهنگی" برای همه مدیران و افراد ذی نفوذ جوامع در حال توسعه، در تمامی عرصه‌های اقتصادی، سیاسی، قضایی، پزشکی، انتظامی ... این باور ایجاد شود که ایجاد تغییرات آگاهانه و مستمر در فرهنگ جامعه، در گرو اصلاح کارکرد فرهنگی همه بخش‌های کشورها است. روشن است که آغاز چنین تحولی در جامعه باید از سوی مدیران و کارگزاران کشورها در همه سازمان‌های وابسته به دولت، آغاز گردد. با تغییر در رفتارها، باتعمق شناخت و اصلاح زیربنایی تأثیرات فرهنگی نظام‌های جزئی درون این سازمان‌ها همراه شود. این امکان پذیر نیست مگر به مدد فهمی متفاوت از گذشته در رابطه با "فرهنگ" و "فرهنگ‌سازی" در بین نخبگان عرصه‌های مختلف اقتصاد، سیاست و فرهنگ. با این تلقی از "مدل توسعه فرهنگی" است که "توسعه فرهنگ در جامعه اطلاعاتی" معنی پیدا می‌کند. در نتیجه، این به منزله احیای نوع متفاوتی از مدیریت جامع نظام کشور می‌باشد. بر اساس آن پی گیری اهداف فرهنگی جامعه از حاشیه به متن آورده شده و در انتخاب هر راهبرد، طرح، برنامه و اجرا برای هر فعالیتی در هر زمینه‌ای از اقتصاد، صنعت، کشاورزی، قضاوت و ... کارکرد فرهنگی آن را مورد مطالعه قرار می‌دهد. البته اگر این جریان آغاز شود در شروع حرکت‌های خود، با کمبود کارشناس و صاحب نظر و نبود زیرساخت‌های علمی و فکری روبرو می‌شویم. چرا که اینها مباحث خاص جوامع در حال توسعه به ویژه کشورهای اسلامی است. می‌بایست از ابتدا مسیر توسعه بدانها پرداخته می‌شد؛ اما تاکنون غفلت شده است. برای دستیابی به راهکارهایی در جهت رفع موانع مذکور با مطالعه و بررسی در زمینه‌های فرهنگی، راهکارهایی ارائه شد و مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

شناخت چالش‌های توسعه فرهنگی در کشورهای در حال توسعه

شناخت موانع و چالش‌هایی که توسعه فرهنگی کشورهای در حال توسعه با آن روبه رو است و فرآیند یاد شده را کند و حتی متوقف می‌کند، ضروری است. شناخت این چالش‌ها ما را در راه رسیدن به راه حل‌ها یاری می‌بخشد. برخی از مهم‌ترین این موانع و راهکارهای مربوطه عبارتند از:

التزام عملی مدیران ارشد و حاکمان کشورهای در حال توسعه به شاخصه مهم ثبات در مدیریت‌ها. یکی از چالش‌های مهم مدیریت فرهنگی در کشورهای در حال توسعه، بی‌ثباتی مدیریت است. بدین معنی که انتصاب مدیران فرهنگی از مدیران عالی تا مدیران عملیاتی تابع نوسانات سیاسی جامعه است. به همین دلیل دوره مدیریت آنان بسیار کوتاه است. این امر با برنامه‌ریزی‌ها و تداوم برنامه‌ها که ماهیتی دراز مدت دارد، سخت در تضاد است. علاوه بر این، این بی‌ثباتی به عنوان یک چالش، فرآیند توسعه فرهنگی را به تعویق خواهد انداخت.

در نظام مدیریت، فردی را برمی‌داریم و فرد دیگری را جایش می‌گذاریم. حق طبیعی مدیر جدید است که نظام مدیریت را از نفر قبلی تحویل بگیرد؛ اما تجربه‌ای که مدیر قبلی کسب کرده، منتقل نمی‌شود. این مسأله ضعف و دلیل آن مشکل اداری در کشورهای در حال توسعه است که نتوانسته‌اند، نظامی را ایجاد کنند تا مسأله‌ی تجربه نهادینه شود. تجربه‌ای که به دست آمد، نباید تکرار شود. از آن جا که در جهان امروز توسعه فرهنگی منوط به برنامه‌ریزی‌های دراز مدت می‌باشد، ثبات مدیریت

عامل تعیین کننده‌ای در این زمینه خواهد بود. همانگونه که قبلاً هم اشاره شد، تغییر مدیران در جریان نوسانات سیاسی جامعه، ضربه جبران‌ناپذیری بر پیکره توسعه فرهنگی و کیفیت فعالیت‌های آن وارد می‌آورد. بی‌ثباتی در مدیریت، توجه مدیران را به اهداف کوتاه مدت و کمی سوق می‌دهد. توسعه فرهنگی را از اهداف درازمدت و کیفی محروم می‌سازد. بنابراین ثبات مدیریت یکی از راهکارهای مهم توسعه فرهنگی است. بر مسؤولان نظام فرهنگی است که به این مهم توجه کنند.

نکته دیگر، تغییرات شدید و جابجایی فراوان مدیران در تصدی‌های دولت است. یعنی به جای اینکه نظام استراتژی و مدیریتی را در مواجهه با تغییرات محیطی استقرار دهند، به تغییرات مدیران در پاسخ‌گویی به تغییرات محیطی می‌پردازند. همچنین نتایج تحقیق نشان می‌دهد، که بی‌ثباتی مدیریت بیشتر در سطوح عالی مدیریت است. سطوح عالی مدیریت تا حدود زیادی متأثر از رفتارهای سیاسی سطوح عالی تر خودشان است؛ و جابجایی آن‌ها نیز بیشتر تحت تأثیر فعل و انفعالات سیاسی قرار دارد. در سطح دیگر مدیریت که اجرایی است، درصد ثبات مدیریت خوب و قابل توجه است. به بیان دیگر درصد تغییرات در سطوح عالی مدیریت حدود دو برابر تغییرات در سطوح عملیاتی است. این مسأله نشان می‌دهد که سطوح عالی مدیریت پذیرفته است که تجارب مدیران عملیاتی نباید تحت تأثیر رویکردهای سیاسی قرار گیرد.

همانگونه که گفته شد ثبات مدیریت ارتباط تنگاتنگی با برنامه‌ریزی‌های دراز مدت دارد. بدین معنا که یک مدیر در طول زمان می‌تواند برنامه‌ها و اهداف خود را در سازمان پیاده کند. برای مثال مدیر یک سازمان اگر هر سال عوض نشود، بهتر می‌تواند در دراز مدت، اثربخشی خود را نشان دهد. این راهکار توسط خبرگان پژوهش ما در منطقه ایران، مالزی، کانادا بالاترین امتیاز را داشته است.

اصلاح نظام‌های بوروکراسی در کشورهای در حال توسعه

ماکس وبر، نظریه بوروکراسی را در جستجوی ارزش‌هایی برای استاندارد کردن فعالیت‌های سازمان‌ها در چارچوب قواعد و مقررات ثابت و تربیت نیروی انسانی متخصص که می‌خواهند مقررات را دقیق اجرا کنند، می‌داند.

این نظریه علاوه بر مزایایی که برای سازمان‌ها در بر دارد، دارای آثار منفی نیز هست. از جمله موارد زیر را می‌توان نام برد:

خشکی و انعطاف‌ناپذیری، جمود شخصیت، خودمحوری، جابجایی هدف و وسیله و...

به نظر می‌رسد توسعه فرهنگی مبتنی بر نظریه بوروکراسی که هم اکنون اساس مدل‌های توسعه در کشورهای در حال توسعه است در شرایط کنونی جامعه اطلاعاتی، نمی‌تواند یک توسعه فرهنگی خلاق و پویا باشد. زیرا چنین توسعه‌ای می‌خواهد همه مردم را با مقررات و قوانین ثابت آموزشی و اداری، تطبیق دهد. از این رو از رشد و خلاقیت و ابتکار فرهنگی آنان جلوگیری به عمل می‌آورد.

توسعه فرهنگی اگر به دنبال نوآوری‌ها باشد و بر کیفیت تأکید کند، لزوماً باید بسیاری از مقررات دست و پاگیر اداری را تعدیل کند. زیرا بوروکراسی به خاطر ویژگی‌های ذاتی خود نمی‌تواند به خلاقیت‌ها و ابتکارات میدان دهد و در بسیاری از موارد کیفیت را فدای کمیت می‌سازد.

کاهش بوروکراسی در برنامه‌ریزی‌های فرهنگی زمینه مشارکت و خلاقیت را تسهیل می‌کند. این خود تحولی دیگر در جهت توسعه فرهنگی در کشورهای در حال توسعه می‌باشد.

براساس پژوهش انجام یافته پژوهشگران و خبرگان منتخب پژوهش در منطقه امارات عربی و دانشگاه نخجوان بالاترین امتیاز را به این اولویت و راهکار فرهنگی داده اند.

توجه به مدیریت مشارکتی یکی از ارکان توسعه در جامعه اطلاعاتی می‌باشد.

فیلیپ کومبز در کتاب بحران جهانی تعلیم و تربیت می‌گوید: "اگر قرار است که تحولی در عرصه تعلیم و تربیت و فرهنگ به وقوع پیوندد، این تحول و دگرگونی باید از مدیریت و آموزش و پرورش آغاز گردد".

نامبرده ریشه اصلی مشکلات فرهنگی و تعلیم و تربیت را در مدیریت می‌داند.

یکی از راه‌های تغییر و تحول در مدیریت و اصلاح آن، کاربست مدیریت مشارکتی است. در سازمان گسترده‌ای به نام مدیریت فرهنگی، مشکلات برنامه‌ریزی، سازماندهی، هماهنگی و ارزشیابی نیاز به مدیریت مشارکتی را دو چندان می‌سازد. مشارکت، بازوانی قوی برای مدیریت است که بسیاری از مشکلات درون سازمانی را سامان می‌بخشد. منظور از مشارکت کارکنان، کلیه اقداماتی است که میزان نفوذ و مسؤولیت کارکنان را در فرآیند تصمیم‌گیری افزایش می‌دهد. هدف از آن نیز این است که از طریق دخالت دادن کارکنان در فرآیند تصمیم‌گیری از میزان برخوردها و تعارضات موجود میان مدیران و کارکنان کاسته شود. مشارکت کارکنان دارای هدف‌های اقتصادی، اجتماعی و روانی است. از نظر اقتصادی، مشارکت سبب افزایش کمی و کیفی بهره‌وری در سازمان می‌شود. از بعد اجتماعی، مشارکت با تقویت همکاری در طرفین کار، میزان برخوردها و تعارضات را کاهش می‌دهد. از نظر روانی نیز با استقرار نظام مشارکت در مدیریت، ارزش عامل انسانی در سازمان به رسمیت شناخته می‌شود. به جنبه انسانی کار توجه بیشتری معطوف می‌گردد و این امر موجب رضایت کارکنان می‌شود.

گذر به شیوه مشارکتی اداره امور در محیط کار در دنیای امروز و در جامعه اطلاعاتی ضروری و گریزناپذیر است. گریزناپذیر از آن جهت که ظرفیت برای مشارکت گسترش یافته است؛ و ضروری از این جهت که مسایل رویاروی ما در محیط کار بسیار پیچیده تر و به هم وابسته تر از آن هستند که توسط معدودی از مسؤولان قابل حل باشد. لذا در راستای توسعه مدیریت فرهنگی، گرایش به مدیریت مشارکتی، اهمیت والایی دارد. گرایشی که در دنیای امروز نه تنها نظام‌های فرهنگی بلکه سایر نهادهای جوامع در حال توسعه را نیز در بر گرفته است. بالاترین اولویت و راهکار توسعه بنظر خبرگان پژوهش در دانشگاه واترلوکانادا گزینه مذکور بوده است.

استقرار نظام‌های مطلوب برای نهادینه شدن آزادی با توجه به الزامات کشورهای در حال توسعه نه صرفاً تقلید از مدل‌های آزادی غربی:

با نگاهی به تاریخ، در می‌یابیم که کشور های در حال توسعه همواره بر محور استبداد و خودکامگی فردی، گروهی، قبیله‌ای و حزبی اداره شده است. ولی بیش از نیم قرن است که نوعی دموکراسی نه به معنی حاکمیت مردم بر مردم - بلکه به معنی مشارکت مردم - در جهان غرب پا بر عرصه‌ی وجود گذاشته است. کوشش‌های آزادی خواهانه در کشورهای در حال توسعه به اهداف مطلوبی دست پیدا نکرده است. در زیر لایه‌های استبداد نوین، آزادی بی معنی شد. مردم مانند حاکمان به جای باور به هويت و منافع ملی، فقط به باور و سهم خود اندیشیدند. نتیجه استبداد ریاکارانه، چنان در اندیشه و فرهنگ کشورهای در حال توسعه ریشه دوانید که حتی انسان‌های فرهیخته و علاقمند به توسعه، خود به نوعی مستبد و دیکتاتور شدند.

بنابراین فقدان آزادی به عنوان اصلی ترین چالش توسعه فرهنگی است که عوارض زیادی در ساختارهای سیاسی، اجتماعی، اداری در کشورهای در حال توسعه گزاردده است؛ بنابراین مدل‌های توسعه فرهنگی در کشورهای در حال توسعه باید همراستا و با توسعه سیاسی در این کشورها باشد. جامعه اطلاعاتی و دسترسی مردم به ابزارهای نوین ارتباطی و آزادیهای تکنولوژیک سرانجام منجر به مستعد شدن جوامع برای آزادیهای سیاسی و فرهنگی می‌باشد. توجه به این ویژگی از مهمترین اولویتهای کشورهای در حال توسعه باید باشد. پژوهشگران و خبرگان پژوهش در منطقه ایران بالاترین امتیاز را به این راهکار داده اند.

طراحی و اجرای مدل‌های درست برنامه‌ریزی توسعه با محوریت برنامه ریزی فرهنگی

شاید برنامه‌ریزی نتواند دست نیافتنی‌ها را دست یافتنی کند، اما قطعاً فقدان آن می‌تواند دست یافتنی‌ها را دست نیافتنی کند. دست یافتن به اهداف توسعه که کشورهای در حال توسعه برای خود ترسیم کرده اند، ضرورت توجه بیشتر به برنامه‌ریزی فرهنگی را ایجاب می‌کند. برنامه‌ریزی فرهنگی می‌تواند امکان به کارگیری دقیق‌تر مدیریت‌ها و سازمان‌ها و طراحی اقدام‌ها و فعالیت‌های فرهنگی متناسب با اهداف و اولویتهای آنها را فراهم آورد.

برنامه‌ریزی یک کار تخصصی و علمی است؛ اما در کشورهای در حال توسعه نوع دیگری از آن رایج شده است که شاید بتوان آن را برنامه‌ریزی آرزویی و خیالی نام نهاد. بدین معنی که برنامه‌ریزی‌ها مبتنی بر واقعیات و امکانات جامعه نیست و حالتی ایده‌آل دارد. از طرف دیگر در این کشورها مردم به برنامه‌ریزی چندان اعتقادی ندارند و همه امور را به تقدیر واگذار می‌کنند.

توسعه‌ی فرهنگی در یک جامعه نیاز به برنامه‌ریزی دارد. برنامه‌ریزی توسعه فرهنگی در کنار دیگر برنامه‌ریزی‌ها فرآیند توسعه را تسهیل خواهد کرد و تصویری از آینده را به آنها نشان می‌دهد.

علاوه بر این، باور به برنامه‌ریزی‌های بلند مدت فرهنگی هم در این جوامع شکل نگرفته است و با برنامه‌ریزی‌های کوتاه مدت سعی در حل مشکلات فرهنگی دارند.

در اینجا ضرورت دارد که به برنامه‌ریزی‌های ملی بلند مدت ژاپن در زمینه توسعه فرهنگی و آموزش و پرورش اشاره‌ای داشته باشیم. ژاپن بعد از جنگ جهانی دوم و بمباران‌های وحشتناک هسته‌ای شهرهای هیروشیما و ناگازاکی، همه هستی خود را از دست داد؛ اما روحیه، استعداد و توانایی خود را در ساختن دوباره ژاپن از دست نداد؛ و با این استدلال که ژاپن حداقل ۲۰ سال از پیشرفت و توسعه عقب افتاده است، دست به یک برنامه‌ریزی بلند مدت فرهنگی و آموزشی زد. با آگاهی به این که بیشترین نقش را در این زمینه یک نظام آموزشی کارآمد دارد تا بتواند دوباره ژاپن را بسازد، بیشترین سرمایه‌گذاری را به آموزش و پرورش اختصاص داد. علاوه بر این، یک تحول عمده‌ای در نظام برنامه‌ریزی درسی از دوره ابتدایی تا عالی به وجود آمد. این تحول شامل اختصاص دادن بیشترین ساعات درسی به تاریخ، فرهنگ و ادبیات ژاپن بود. هدف از این کار آشنا کردن کودکان، نوجوانان و جوانان ژاپنی با هویت فرهنگی ژاپن بود تا ژاپن آینده را با یک پشتوانه فرهنگی قوی بسازند و استعمار زمینه اجرایی برنامه‌های فرهنگی خود را ناکام ببیند و مجال قدرت‌نمایی نیابد. نتیجه همان شد که می‌خواستند توسعه امروزی ژاپن در زمینه‌های مختلف اقتصادی، آموزشی، اجتماعی و غیره، محصول برنامه‌ریزی‌های علمی و دقیق اجرا شده ژاپنی‌ها است. از طرف دیگر نظارت و کنترل و ارزشیابی از لوازم برنامه‌ریزی است. برنامه‌ریزی بدون ارزشیابی و نظارت و کنترل به مقصود نخواهد رسید. با نظارت و کنترل و ارزشیابی از برنامه‌ها، معایب و نواقص برنامه مشخص می‌شود. لزوماً راهکارهای اصلاح برنامه جهت رفع آن نواقص ارائه می‌شود و برنامه رو به کمال می‌رود. برنامه‌ریزی‌های زنجیره‌ای در کشورهای پیشرفته از این نوع برنامه‌ریزی‌ها است. به این شکل که مثلاً یک برنامه پنج ساله ملی را تدوین می‌کنند. پس از پایان یافتن سال اول برنامه، آن را به دقت مورد ارزشیابی قرار می‌دهند. نواقص برنامه را جهت اصلاح به چهار ساله باقی مانده، بازخورد می‌دهند. یک سال به عمر برنامه اضافه می‌کنند و دوباره برنامه پنج ساله می‌شود. هر سال این ارزشیابی انجام می‌شود و روند اصلاح برنامه تداوم می‌یابد و روز به روز برنامه‌ها بهتر می‌شود. هر نوع تلاش در زمینه برنامه‌ریزی فرهنگی می‌باید وضعیت خود را در برابر این پرسش‌ها روشن کند:

کانون اصلی برنامه‌ریزی فرهنگی کدام است؟

جایگاه دولت در برنامه‌ریزی فرهنگی و دامنه اثرگذاری آن کجا است؟

مبانی و معیارهای سیاست‌ها و فعالیت‌ها کدام است؟

تخصیص منابع در بخش فرهنگ چه ضرورتی دارد؟

مبانی نظری برنامه‌ریزی‌های فرهنگی کدام است؟

دستاوردهای اقدامات و برنامه‌های فرهنگی در چند دهه‌ی اخیر چه بوده است؟

توانایی حل مسائل از طریق تقویت فرهنگی جامعه و جلوگیری از عدم اعتماد به نفس و روحیه تقدیر گرایی:

عنصر فرهنگی برخاسته از روحیه تقدیر گرایی و عدم اعتماد به نفس به نحوی، باعث انکار توانایی‌ها و قدرت انسان برای تغییر عقلانی محیط می‌باشد. فراوان دیده شده که افراد با کمترین احساس ناتوانی یا کوچک‌ترین برخورد با مشکلات محیط خود، به نوعی میدان عمل را محدود کرده‌اند. به جای ابتکار و تلاش برای جستجوی راه حل، هویت خود را گم می‌کنند. اگر برنامه‌ریزان توسعه فرهنگی برای حل این چالش فرهنگی تلاش کنند، می‌توانند زیر ساخت مناسبی را برای توسعه همه جانبه در کشورهایشان فراهم آورند.

تقویت فرهنگ پژوهش و حل مشکل کم فکر کردن مردم یکی از راهکارهای مهم توسعه در جامعه اطلاعاتی می‌باشد.

از جمله چالش‌های توسعه‌ی فرهنگی که از نظر فرهنگی بازدارنده و منفی است، کم فکر کردن است. افراد کم فکر برای رسیدن به مقصود اولین کاری که می‌کنند این است که آیا دیگران راه حلی را گذاشته‌اند یا نه. در صورت وجود راه حل همان را به صورت کلیشه‌ای تعقیب و در غیر این صورت از پیگیری موضوع صرف نظر می‌کنند.

"افروغ" نتیجه دوری از تفکر را به عنوان مشکل اساسی جوامع در حال توسعه می‌داند و می‌گوید: شکل‌گرایی، عوام‌زدگی، گرت‌برداری و ... است او همچنین می‌نویسد، مشکل اساسی ما در تاریخمان از مقطعی به بعد دوری از تفکر بوده است. ما هرچه بیشتر از تفکر فاصله بگیریم، به شکل‌گرایی رو می‌آوریم. نتیجه شکل‌گرایی، گرت‌برداری، تقلید کورکورانه، عوام‌زدگی، قشری‌گری، حافظه‌پروری و تجربه‌گرایی است» (افروغ، ۱۳۸۵ ص ۴۰)

تقویت فرهنگ کار و تلاش راهکار مناسب برای توسعه فرهنگی

یکی از مشکلات توسعه فرهنگی در کشور ما این است که افراد عمدتاً غیر فعال، کسل و ناتوان هستند. طبق تحقیقات به عمل آمده ریشه این مشکل در درجه اول در خانواده‌ها است. یک ژاپنی در یکی از سازمان‌های ایران به همکار ایرانی خود گفته بود "که شما به تعطیلات فکر می‌کنید ولی ما ژاپنی‌ها به کار".

بنابراین یکی از راهکارهای توسعه همه جانبه، تقویت فرهنگ کار و تلاش می‌باشد. بعنوان مثال کشور مالزی در بین کشورهای در حال توسعه نمونه موفق، نهادینه کردن این ویژگی فرهنگی می‌باشد. آنها با پیشرفتهایی که داشته‌اند، تاثیرات آنرا هم دیده‌اند. در پرسشنامه ارائه شده به همکاران تحقیق ما در مالزی، این راهکار فرهنگی امتیاز بالایی را در بین افکار عمومی و صاحب‌نظران کشور مالزی داشته است.

تقویت فرهنگ نظم و انضباط در امور

لزوم نظم‌پذیری و ضابطه‌گرایی باید به عنوان یک باور فرهنگی پذیرفته شود. در گذشته اگر کشاورزی به دلیلی نمی‌توانست به موقع سر کار خود حاضر شود، فقط کار خودش چند ساعت عقب می‌افتاد. ولی امروزه به علت جمعی بودن کار، اگر کسی به موقع حاضر نشود، کار نظام مختل می‌شود. لذا به منظور ایجاد انضباط کاری، نظم‌پذیری جمعی باید به یک باور فرهنگی تبدیل شود. بعضی از کشورها مانند ژاپن و آلمان که پیشرفت کرده‌اند، انضباط کاری در محیطشان بسیار بالا است. این راهکار نیز در بین خبرگان پژوهش از کشور ژاپن بالاترین راهکار انتخاب شده است.

تقویت فرهنگی جامعه بمنظور کاهش روحیه فردی و تک روی

تا زمانی که روحیه‌ی فردی و تک روی وجود داشته باشد، توسعه صورت نمی‌گیرد. توسعه‌ی فرهنگی به صورت واقعی زمانی انجام می‌پذیرد که افراد در کلیه زمینه‌ها با هم مشارکت داشته باشند.

تقویت انگیزه پیشرفت در فرهنگ پویا افراد همواره در جهت بهتر کردن وضع موجود گام برمی‌دارند. در آن‌ها انگیزه پیشرفت وجود دارد. یعنی میل به دستیابی به وضع بهتر، انگیزه توسعه فرهنگی را پرورش می‌دهد. در جامعه‌ای که تمایل به فراگیری تحت عنوان مفهوم انگیزه پیشرفت وجود دارد، جامعه، مستعد توسعه و پیشرفت است. خبرگان پژوهش در کشور های ژاپن و مالزی بالاتر از سایرین به این راهکار توسعه امتیاز داده‌اند.

تقویت فرهنگ مدیریت زمان

امروزه جوامع در مسیری حرکت می‌کنند که فعالیت‌ها طبق زمان واقعی انجام می‌شود. یعنی پاسخگویی به رویدادها درست در زمان وقوع صورت می‌گیرد. در این شرایط ثانیه‌ها هم دارای اهمیت است. در کشور ما اکثر جلسات، همایش‌ها و قرارها به موقع انجام نمی‌شود و این یک چالش فرهنگی است. طبق بررسی‌های به عمل آمده میانگین کار مفید روزانه در دستگاه‌های دولتی

یک ساعت و در صنعت نزدیک به دو ساعت است. به عبارت دیگر از وقت و زمانی که در محل کار و فعالیت صرف می‌کنیم مقدار ناچیزی به کار مفید اختصاص دارد و بقیه زمان تلف می‌شود، در حالی که کار انجام نشده است. در پژوهش مذکور خبرگان پژوهش در منطقه کانادا بیش از دیگران به این راهکار فرهنگی امتیاز داده‌اند.

بها دادن به یادگیری و آموزش

یادگیری برای تمام عمر و به طور مستمر باید به یک ارزش و یک فرهنگ تبدیل شود. لزوم آموزش نیروی انسانی در هر سازمانی و جامعه‌ای از لوازم توسعه است. همگام شدن با پیشرفت‌های جهانی منوط به آموزش مستمر نیروی انسانی است. فقدان چنین آموزش‌هایی، مانع بزرگ در راه توسعه فرهنگی است و آن را به تأخیر خواهد انداخت. از راهکارهای توسعه‌ی فرهنگی در این زمینه که بر اثر بخشی و کیفیت فعالیت‌های آن تأثیر به‌سزایی دارد، برنامه‌ریزی آموزشی برای ارتقای سطح علمی نیروی انسانی جامعه است. آشنایی با تحقیقات جدید، روش‌های نو در زمینه انجام کار و فن‌آوری‌های جدید و غیره، از نتایج این برنامه‌ریزی‌ها است. از نکات مهم در این زمینه، استمرار این نوع آموزش‌ها است که مدیران سازمان‌های فرهنگی باید بدان توجه کافی داشته باشند.

از دیگر چالش‌های توسعه‌ی فرهنگی در کشورهای در حال توسعه می‌توان به موارد زیر نیز اشاره کرد: کسب محبوبیت به بهای پایین کشاندن دیگران، عدم صداقت در اعتراف به اشتباهات، محافظه‌کاری، عدم پاسخگویی، فقدان بینش آینده‌نگری، توجه صرف به منافع شخصی، اشاعه فرهنگ تملق و چاپلوسی در جوامعی که بین فرهنگ موجود و فرهنگ مطلوب تفاوت‌هایی وجود دارد. با تعیین نقاط هدف مبتنی بر ارزش‌های جامعه، نیاز به مهندسی فرهنگی حس می‌شود. مهندسی فرهنگی رویکردی مفهومی به برنامه‌ریزی و مدیریت توسعه فرهنگی است که با توجه به طبیعت متغیر فرهنگ، به طراحی راهبردهای عملی برای حل مسایل و مشکلات ناشی از تعامل فرهنگ و توسعه می‌پردازد. مفهوم مهندسی فرهنگی در بخش فرهنگ حاکی از تغییری قابل توجه در مدیریت نهادهای فرهنگی و معطوف به نیاز به راه‌حل‌های کاملاً فنی و به‌دقت طراحی شده به چالش‌های توسعه فرهنگی است. به بیان دیگر مهندسی فرهنگی به نظام‌ها، فرآیندها، جایگزین‌ها و فرمول‌بندی‌های مرتبط با پاسخ‌های خلاقانه به چالش‌های توسعه نهادهای فرهنگی و تشویق مردم به مشارکت در حیات فرهنگی جامعه می‌پردازد (همایش مهندسی فرهنگی، ۱۳۸۵، ص ۱۹۵).

برنامه‌ریزی آمایش فرهنگی در جامعه اطلاعاتی

انقلاب اطلاعات و فن‌آوری رایانه‌ای و ارتباطات، جامعه جهانی را به واسطه توسعه پیشرفت در حوزه وسایل ارتباطی، در دو بُعد زمان و مکان متراکم کرده است. حاصل این توسعه و پیشرفت تشکیل دهکده جهانی است. که در آن، انسان‌ها هر چند بسیار به هم نزدیک شده و از ناامنی بی‌خبری‌هایی یافته‌اند. در مقابل به خاطر ظهور پدیده "جهانی شدن" که نوعی انقلاب ارتباطی است -ممکن است منجر به انقلاب‌های اجتماعی شود. لذا جامعه اطلاعاتی یا خانواده جهانی معتقدند که همپای تحولات علمی و فنی، روابط انسانی نیز باید تغییر کند و گرنه جامعه دچار نوعی بیماری به نام ((درنگ فرهنگی)) می‌شود، چرا که هویت فرهنگی و دینی جوامع از سوی تهاجم فرهنگی تهدید می‌شود.

تنوع روز افزون عناصر فرهنگی، عامل اثرگذار بر بحران هویت است. موارد دیگری هم هستند که حتماً باید به آن‌ها پرداخت. ولی نکته مهم آن است که بحران هویت باید با خرد و تدبیر تحلیل و مدیریت شود. برای کیفیت زندگی، شاخصی تعریف شده که متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و از آن مهم‌تر متغیرهای سیاسی دارد. کیفیت زندگی ابعاد پیچیده‌ای دارد و مدل سنجش آن یک مدل چند بعدی است. از آن رو پرداختن به فرهنگ و مدیریت و مهندسی آن از الزامات جامعه اطلاعاتی است. از این رو به تعریف فرهنگ و ویژگی‌های آن می‌پردازیم. (زاهدانی، ۱۳۸۵، ص ۲۹۷)

در نتیجه باید بگوییم، با توجه به کارکردهای فرهنگ در جامعه اطلاعاتی و از طرفی نقش جامعه اطلاعاتی در توسعه کشورها می‌توان ارتباطی بین توسعه فرهنگ از طریق ابزار مهمی مانند گسترش جامعه اطلاعاتی برقرار کرد. شاید بتوان یک تناسب

مستقیم بین آن‌ها ایجاد نمود، به نحوی که هر چه در یک جامعه نظام اطلاعاتی مشخص‌تر و فراگیرتر باشد و کاربران بیشتری بتوانند در جامعه اطلاعاتی از اطلاعات استفاده کنند به همان نسبت نیز توسعه فرهنگی و کارکردهای شاخص‌های فرهنگی در بین افراد جامعه افزایش و تغییر می‌یابد. در نتیجه جامعه اطلاعاتی باعث افزایش سطح آگاهی مردم می‌شود. از طرف دیگر با یک آرایش و مهندسی دقیق فرهنگی می‌توان تأثیر جمعی بر جامعه اطلاعاتی گذاشت. بالا رفتن فرهنگ عمومی باعث می‌شود که مردم به سمت جامعه اطلاعاتی سوق داده شوند. مثلاً با افزایش فرهنگ عمومی، جامعه به سمت کتاب و کتاب‌خوانی حرکت می‌کند. با افزایش سطح آگاهی و ترویج کتاب‌خوانی، کتاب در سبد خرید خانواده قرار می‌گیرد. در پی ایجاد فرهنگ کتاب‌خوانی سطح اطلاعات جامعه افزایش می‌یابد که نتیجه مهندسی فرهنگی در جامعه می‌باشد. مدل توسعه فرهنگی و مدل‌های توسعه در جامعه اطلاعاتی دو رکن اساسی جهان امروز هستند. هر جامعه توسعه یافته و در حال توسعه در پی دست یافتن به آن‌ها است.

امروزه الگوی برنامه ریزی توسعه فرهنگی هم باید توسط سازمان‌های بین‌المللی و در سطح جهانی برنامه ریزی و سازماندهی شود. وهم در سطح ملی باید جوامع به دنبال مدل برنامه ریزی فرهنگی در کنار مدل توسعه اطلاعاتی و ارتباطی باشند. چرا که بی توجهی به آن باعث ایجاد و استقرار یک جامعه جهانی اطلاعاتی با اثرات فرهنگی نا شناخته و بدون تنوع فرهنگی می‌شود.

بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش، ضرورت ارائه مدل توسعه فرهنگی در عصر فرامردن بررسی شد. از روش تحقیق دلفی شامل مصاحبه و پرسشنامه با نخبگان، نظرات خبرگان پژوهش در خصوص الگوهای مختلف توسعه در شش منطقه جغرافیایی مانند: ایران، امارات عربی متحده، آذربایجان، مالزی، ژاپن و کانادا اخذ گردید. انتخاب آن‌ها در کنار یکدیگر تلفیق معنا داری از کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته بوده و در مناطق مختلف جغرافیایی را شامل می‌شدند. در نتیجه نظرات گروه‌های انتخاب شده مورد تحلیل قرار گرفت. از جمع بندی نظرات آن‌ها ابتدا پرسشهای پژوهش که مختصراً عبارت بودند از چرا در جامعه اطلاعاتی نیازمند طراحی مدل فرهنگی می‌باشیم؛ و چرا توسعه فرهنگی در عصر فرامردن مشکلاتی را برای کشورهای در حال توسعه فراهم آورده و راهکارهای آن‌ها چه می‌باشد، پاسخ داده شد. مشخص شد که برنامه ریزان توسعه در کشورهای در حال توسعه باید شرایط جامعه اطلاعاتی را در این دوران درک نموده و به توسعه فرهنگی در کنار سایر جنبه‌های توسعه اهمیت دهند. ضمن آنکه باید موانع و مشکلاتی فرهنگی خود را برطرف کرده و بدین ترتیب زیر ساختهای مناسبی را برای حرکت کردن چرخه همه جانبه توسعه برای کشورهای خود فراهم آورند. این مهم میسر نمی‌شود مگر با طراحی یک مدل توسعه فرهنگی که شرایط و ویژگیهای عصر فرامردن در آن بخوبی لحاظ شده باشد و شرایط عبور چرخهای توسعه در جامعه اطلاعاتی از طریق این مدل توسعه فراهم باشد.

منابع

۱. خزایی، مصطفی. (۱۳۹۳). جغرافیای شهری پیشرفته، انتشارات ماهان، تهران
۲. دبیر خانه شورای انقلاب فرهنگی (۱۳۹۳). ماموریت‌های سازمان‌های فرهنگی کشور
۳. دبیر خانه شورای انقلاب فرهنگی. (۱۳۸۵). سند مهندسی فرهنگی کشور
۴. دبیر خانه همایش ملی قدرت نرم. (۱۳۸۵). دستاوردهای همایش، تبریز
۵. دیودار، معصومه. (۱۳۸۵). مهندسی فرهنگی، مجموعه مقالات همایش مهندسی فرهنگی، تهران
۶. زاهدانی، رضا. (۱۳۸۵). مهندسی فرهنگی، مجموعه مقالات همایش مهندسی فرهنگی، تهران
۷. صائمی، سید رضا. (۱۳۸۳). فرهنگ سازی در روابط عمومی، انتشارات راز
۸. گیدنز، آنتونی. (۱۹۸۹). جامعه‌شناسی، انتشارات راز، تهران
۹. مرکز تحقیقات صدا و سیما. (۱۳۹۳). گزارش رسانه ها
۱۰. معاونت برنامه ریزی صداوسیما. (۱۳۸۸). منظومه فکری رسانه
۱۱. معاونت برنامه ریزی و نظارت صداوسیما. (۱۳۸۵). افق رسانه ملی
۱۲. منتظرالقائم، افشین. (۱۳۸۵). مهندسی فرهنگی در جامعه اطلاعاتی، مجموعه مقالات همایش مهندسی فرهنگی، تهران

Planning and cultural development in post modern era, along with cultural analysis solutions for developing countries

Mahdi Momeni, Afshin Montazar Alqaem, Jafar Jafarifard

Assistant Proffessor at Geography department, Islamic Azad University, Najafabad branch, Isfahan, Iran
Student in Phd course of study in Geography city planning, Najafabad, Islamic Azad university
Student in Phd course of study in Geography city planning, Najafabad, Islamic Azad University

Abstract

Today, forming international community with modern communication and information, means is the greatest achievement of post modern era, and has provided special circumstances for the countries in the world, particularly, developing countries. This issue has inflicted huge influence in many aspects, including political, cultural, and economical domain.

Studies reveal that, developing countries due to focusing on economical, civil engineering and building, and communication and information development have ignored cultural development adapted with statistical community.

In this research, through field study, containing interview, and questionnaire, cultural influences on statistical community is investigated, and the relationship between culture and statistical community in exciting stable and comprehensive development planning is explored.

Finally, the pattern for planning cultural development, focusing on cultural geography in national and international level for developing countries will be delivered as suggestion.

Keywords: cultural geography, statistical community, cultural development planning, information and communication, developing countries.
