

مقاله پژوهشی:

کارکردهای نظام فرهنگی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی

مهدی ناظمی اردکانی^۱ و حشمت الله یزدانی^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۴/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۶/۰۶

چکیده

سپاه پاسداران انقلاب اسلامی حافظ دستاوردهای نظام مقدس جمهوری اسلامی است. بر همین اساس مأموریت‌های محوله این نهاد نیز بسیار متنوع است. یکی از مأموریت‌های اساسی و تاثیرگذار سپاه، مأموریت نرم و به عبارتی مأموریت مقابله با تهاجم فرهنگی دشمنان می‌باشد؛ اما با توجه به اهمیت این مأموریت و وجود سازمان‌ها و تشکیلات گوناگون فعال در عرصه اجرای این مأموریت، متأسفانه به لحاظ نبود یک نظام جامع فرهنگی در سپاه، اهمیت پرداختن به این مهم را دوچندان می‌کند. با طراحی الگوی نظام فرهنگی سپاه بخشی از دغدغه‌های مقام معظم رهبری در خصوص مسائل فرهنگی کشور مرتفع می‌گردد؛ چرا که در صورت تحقق این امر مراکز و رده‌های فرهنگی سپاه ساماندهی شده و وظایف و مسئولیت‌ها و کارکردهای هریک از زیرنظام‌ها تعیین شده و وظایف هر یک از رده‌های فرهنگی سپاه دقیقاً تعیین می‌شود تا بتوانند وظایفشان را با جدیت و حساسیت بهتری انجام دهند. تعیین و تبیین «کارکردهای نظام فرهنگی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی» موضوع این تحقیق است. تحقیق حاضر، از نوع توصیفی و تحلیلی و با روش کتابخانه‌ای انجام پذیرفته است. ابزار تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته است که با حجم نمونه تمام‌شمار $n=86$ و در قالب سه خوشه مدیران سطح راهبردی و عملیاتی سپاه و در نهایت اساتید و نخبگان دانشگاهی مرتبط با موضوع تحقیق، انجام شده است. نتایج بدست آمده تحقیق نشان می‌دهد که کارکردهای نظام فرهنگی سپاه، مشتمل است بر سه زیرنظام اصلی: آموزش فرهنگی، پژوهش فرهنگی، تبیین و تبلیغ فرهنگی و چهار زیرنظام فرعی: مهندسی فرهنگی سایر نظامات، آموزش و تربیت مدیران فرهنگی، تأیید و انتصابات مدیران و پیوست‌نگاری فرهنگی.

کلید واژه‌ها: نظام فرهنگی، مهندسی فرهنگی، مدیریت فرهنگی، پژوهش فرهنگی، آموزش فرهنگی، تبلیغ فرهنگی

۱. عضو هیات علمی دانشگاه جامع امام حسین (ع)

۲. دکترای رشته مهندسی سیستم‌های فرهنگی؛ hamn380@yahoo.com

مقدمه

در چارچوب رسالت پاسداری و دفاع همه جانبه از اهداف و دستاوردهای انقلاب اسلامی، ماموریت سنگین مقابله با تهدیدهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای نیز بردوش سپاه پاسداران انقلاب اسلامی نهاده شده است. این نهاد مقدس که با تدبیر هوشمندانه حضرت امام^(ع)، بنیانگذار جمهوری اسلامی تشکیل و با مشی دینی، انقلابی و مردمی وارد صحنه‌های مختلف دفاع از انقلاب اسلامی شد، از رسالت و ساختاری منعطف، فراگیر، با گستره عملیاتی وسیع و همه جانبه برای پاسداری از انقلاب و دستاوردهای آن در تمامی حوزه‌ها برخوردار است. یکی از مهم‌ترین حوزه‌های تهدید کننده انقلاب اسلامی که بارها توسط مقام معظم رهبری در قالب استعاره‌هایی مانند شبیخون فرهنگی، تهاجم فرهنگی و ناتوی فرهنگی مطرح شده است، حوزه مسائل فرهنگی است؛ ضمن اینکه سرمایه‌گذاری نظام سلطه در تحول رویکردها و طرح‌ها و تهاجم گسترده فرهنگی دشمنان در قلمرو مبانی دینی، فکری و الگوهای رفتاری جامعه، مبین اهمیت این حوزه می‌باشد. از منظر نظریه پردازان غربی، انقلاب اسلامی، انقلابی فرهنگی است، که تنها با راهبرد جنگ نرم و شبیخون فرهنگی می‌توان امید به استحاله‌اش داشت. به عبارت دیگر دشمنان انقلاب اسلامی پس از ناکامی در مقابله با جمهوری اسلامی ایران از طریق تهدیدها سخت (اعم از روش‌های نظامی و تحریم اقتصادی و اقدامات ایدایی)، به بهره‌گیری از «راهبرد جنگ نرم» روی آورده‌اند. در این راستا تافلر (۱۳۸۰) بر این باور است که انقلاب اسلامی گفتمان نوینی را پدید آورده است که بُعد نرم و فرهنگی آن ارجح بر سایر ابعاد است. این واقعیت به سبب احیای نظام ارزشی مبتنی بر خصائص فرهنگی (مذهبی و ملی)، هویت نوینی را در مردم جامعه شکل داده است که متمایز از هویت سایر ملل مسلمان است. از دیدگاه تافلر برای رسوخ در هویت فرهنگی مردم ایران و ایجاد فاصله بین ملت و نظام ایران، باید ابعادی را مورد حمله قرار داد که جمهوری اسلامی ایران از آن به‌عنوان رمز ماندگاری و افزایش قدرت نفوذ خویش بهره می‌گیرد. ابعادی مانند هویت فرهنگی، جذابیت، حمایت مردمی، مشروعیت سیاسی و احساس فراگیر امنیت همگانی و مواردی از این دست.

مطالعه و انجام این پژوهش می‌تواند به سپاه پاسداران انقلاب اسلامی در مأموریت مقابله با جنگ نرم، کمک شایانی نماید و علاوه بر تعیین و تبیین کارکردهای فرهنگی، موجبات عملیاتی کردن منویات امام^(ره) و مقام معظم رهبری^(مدظله‌العالی) در مباحث فرهنگی را فراهم کند و شناخت ضعف‌ها، قوت‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها فراروی نظام فرهنگی سپاه را به خوبی ممکن کند و در اصلاح ساختار فرهنگی سپاه موثر واقع شود؛ ضمن اینکه با دستیابی به نتایج این تحقیق، امکان به‌کارگیری بهینه همه ظرفیت‌های داخلی سازمان نهادی سپاه و نهادها و دستگاه‌های مسئول در کشور با هدف افزایش سطح تعامل، هماهنگی و یکپارچگی در تمام مراحل نظام فرهنگی، فراهم شود.

سوالات تحقیق

- ۱) کارکردهای اصلی نظام فرهنگی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی در وضعیت مطلوب کدامند؟
- ۲) زیرنظام‌های، نظام فرهنگی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی در وضعیت مطلوب کدامند؟
- ۳) کارکردهای هر یک از زیرنظام‌های نظام فرهنگی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی در وضعیت مطلوب کدامند؟
- ۴) ارتباطات و تعاملات درونی و بیرونی زیرنظام‌های نظام فرهنگی سپاه در وضعیت مطلوب کدامند؟

مبانی نظری تحقیق

الف. پیشینه تحقیق

با توجه به مطالعات و بررسی‌های انجام شده در حوزه مباحث مرتبط با موضوع نظام فرهنگی سپاه، محقق ضمن گزینش برخی از تحقیقات انجام شده، اقدام به سازماندهی تحقیقات انجام گرفته شده در قالب جداول شرح زیر با ساختار تعیین مؤلفه‌های عنوان،

هدف و نتیجه تحقیق کرده است و در نهایت جمع‌بندی و نتیجه‌گیری خود را در قالب ارائه نقاط اشتراک و افتراق تحقیق خود را در مقایسه با تحقیقات دیگر ارائه کرده است.

جدول ۱. پیشینه تحقیق

۱	عنوان	رساله نظام جامع فرهنگی با رویکرد فرهنگ‌سازمانی و امنیتی
	محقق و سال تحقیق	آقای محمدی زاده (۱۳۹۱)
	هدف تحقیق	طراحی و تدوین نظام جامع فرهنگی ستاد کل نیروهای مسلح
	سؤال تحقیق	نظام جامع فرهنگی ستادکل نیروهای مسلح چیست؟
	روش تحقیق	روش توصیفی / تحلیلی
۲	نتایج تحقیق	ترسیم وضع موجود فرهنگی ستادکل نیروهای مسلح و ارائه پیشنهاداتی جهت بهبود ساختار و سازمان
	عنوان	الگوی نظام جامع فرهنگی سپاه
	محقق و سال تحقیق	در ستاد کل سپاه (۱۳۸۶)
	هدف تحقیق	ارائه الگویی برای تدوین نظام جامع فرهنگی نیروهای پنج گانه سپاه
	سؤال تحقیق	الگویی که نیروهای پنج گانه سپاه با استفاده از آن بتوانند نظام جامع فرهنگی یگان خود را تهیه کنند چیست؟
۳	روش تحقیق	توصیفی / تحلیلی
	نتیجه تحقیق	پیشنهاد رویکرد توسعه و تعمیق فرهنگ‌سازمانی و پاسداری و فرهنگ یگانی برای نیروهای پنجگانه سپاه
	عنوان	تدوین راهبردهای فرهنگی سپاه
	محقق و سال تحقیق	معاونت طرح و برنامه‌ریزی راهبردی سپاه (۱۳۹۱)
	هدف تحقیق	تدوین راهبردهای فرهنگی سپاه
۳	سؤال تحقیق	راهبردهای فرهنگی سپاه کدامند؟
	روش تحقیق	کارگروهی و نخبگی
	نتیجه تحقیق	ارائه تصویر و گزارش نیم‌نگاهی به وضعیت فرهنگی و متولیان امر فرهنگی سپاه داشته است و با بررسی همه جانبه مأموریت‌های فرهنگی در سطح رده‌های سپاه و بررسی اسناد و سوابق موجود و بررسی منویات حضرت امام ره و مقام‌معظم‌رهبری تحلیل جامعی از فعالیت‌های فرهنگی سپاه داشته و در نهایت راهبردهای فرهنگی سپاه تدوین شد.

۴	عنوان	پروژه درآمدی بر طراحی نظام جامع فرهنگی بسیج
	محقق و سال تحقیق	معاونت فرهنگی بسیج با همکاری دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی و با مسئولیت دکتر ناظمی اردکانی انجام شد (۱۳۸۴)
	هدف تحقیق	طراحی نظام جامع فرهنگی بسیج
	سؤال تحقیق	- نظام جامع فرهنگی بسیج چگونه می‌باشد؟ - مفروضات اصلی در کارکرد نظام فرهنگی کدامند؟ - محیط‌های داخلی نظام فرهنگی بسیج کدامند؟
	روش تحقیق	این تحقیق از نظر هدف کاربردی، از لحاظ روش توصیفی-تحلیلی است.
نتایج تحقیق	داده‌های این تحقیق در ۷ بخش (مفروضات اصلی در کارکرد نظام فرهنگی، محیط داخلی نظام فرهنگی بسیج، محیط نزدیک‌تر نظام فرهنگی بسیج، محیط نزدیک نظام فرهنگی بسیج، محیط نسبتاً دور نظام فرهنگی بسیج، محیط دور نظام فرهنگی بسیج و محیط دورتر نظام فرهنگی بسیج) پرداخته است.	
۵	عنوان	طراحی الگوی مفهومی تحلیل فرهنگی کشور مبتنی بر رویکرد تئوری مفهوم‌سازی بنیادی
	محقق و سال تحقیق	علی رضاییان، محمدرضا بهمنی و حسین پرکان / مرتضی سلطانی (۱۳۹۰)
	هدف تحقیق	ارائه الگوی مفهومی تحلیل فرهنگی کشور مبتنی بر رویکرد تئوری مفهوم‌سازی بنیادی
	سؤال تحقیق	الگوی مفهومی تحلیل فرهنگی کشور مبتنی بر رویکرد تئوری مفهوم‌سازی بنیادی چگونه می‌باشد؟
	روش تحقیق	روش این تحقیق، تئوری مفهوم‌سازی بنیادی است. راهبرد تئوری مفهوم‌سازی بنیادی نوعی روش شناسی عمومی برای تدوین تئوری‌هایی است که ریشه در داده‌های گردآوری و تحلیل شده به‌صورت نظام‌مند دارد.
نتیجه تحقیق	در الگوی مفهومی پیشنهادی در این تحقیق، عناصر، مؤلفه‌ها و سطوح فرهنگ احصا و عناصر نظام فرهنگ شامل ورودی‌ها، فرآیندها، خروجی‌ها و پیامدها در تعامل با مؤلفه‌های فرهنگ شامل باورها و اعتقادات، ارزش‌ها، دانش‌ها، نمادها، رفتارها و مصنوعات معرفی می‌شوند. این تعاملات در سطوح مختلف فراملی، ملی و محلی (خرده فرهنگ‌ها) قابل تبیین‌اند.	
۶	عنوان	طراحی سطح کلان نظام مدیریت فرهنگ اسلامی
	محقق و سال تحقیق	علی اقبالیان و عادل آذر (۱۳۹۳)
	هدف تحقیق	ارائه سطح کلان نظام مدیریت فرهنگ اسلامی

<p>۱- نظام مدیریت فرهنگ اسلامی دارای چه اجزائی است؟</p> <p>۲- کارکردهای نظام مدیریت فرهنگ اسلامی چیست؟</p> <p>۳- روابط میان این اجزاء برای انسجام عملکردی و دستیابی به کارایی مطلوب چگونه باید تعریف و تعیین شود؟</p> <p>۴- فرآیند کلان پیاده‌سازی کارکردهای نظام مدیریت فرهنگ اسلامی چگونه است؟</p>	سؤال تحقیق	
روش‌شناسی نظام‌های نرم (SSM)	روش تحقیق	
<p>- اجزاء نظام فرهنگ اسلامی شناسایی و دسته‌بندی شد.</p> <p>- دسته‌بندی کارکردهای نظام مدیریت فرهنگ اسلامی در دو دسته: کارکردهای اصلی نظام یا کارکردها از منظر ارتقاء فرهنگ اسلامی مخاطبین نظام و کارکردهای مدیریتی و پشتیبانی نظام شناسایی و بررسی شدند.</p> <p>- طراحی و ارائه مدل مفهومی فرآیند پیاده‌سازی کارکردهای نظام مدیریت فرهنگ اسلامی</p>	نتایج تحقیق	
<p>طراحی الگوی مفهومی تحلیل فرهنگی کشور (مبتنی بر رویکرد تئوری مفهوم‌سازی بنیادی)</p>	عنوان	
حسین پرکان و مرتضی سلطانی (۱۳۹۰)	محقق و سال تحقیق	
ارائه یک الگوی مفهومی در راستای تحلیل نظام فرهنگی کشور	هدف تحقیق	۷
<p>الگوی مفهومی اثربخش و کارا برای تحلیل نظام فرهنگی کشور کدام است؟ به‌عنوان سؤال اصلی تحقیق در نظر گرفته شده است.</p>	سؤال تحقیق	
<p>در این تحقیق مشخص شد، طراحی الگوی مفهومی تحلیل فرهنگی کشور مبتنی بر رویکرد تئوری مفهوم‌سازی بنیادی در تبیین ارتباط نظام فرهنگی با سایر نظامات قادر خواهد بود همه جانبه به معضلات و چالش‌های فراوری فرهنگ بنگرد و راهکارهای درخوری برای حل آنها ارائه دهد.</p> <p>در الگوی مفهومی پیشنهادی در این تحقیق، عناصر، مؤلفه‌ها و سطوح فرهنگ احصا و عناصر نظام فرهنگ شامل ورودی‌ها، فرآیندها، خروجی‌ها و پیامدها در تعامل با مؤلفه‌های فرهنگ شامل باورها و اعتقادات، ارزش‌ها، دانش‌ها، نمادها، رفتارها و مصنوعات معرفی می‌شوند. این تعاملات در سطوح مختلف فراملی، ملی و محلی (خرده فرهنگ‌ها) قابل تبیین‌اند.</p>	نتایج تحقیق	

جمع‌بندی پیشینه و سوابق تحقیق

- نقاط اشتراک و افتراق با موضوع مطالعات

موضوع این تحقیق از نظر روش تجزیه و تحلیل داده‌ها و نیز روش گردآوری داده‌ها با برخی از پیشینه‌های مورد بررسی مشابهت دارد. اما از لحاظ اهداف و سؤالات تحقیق، با پیشینه‌ها، تفاوت اساسی دارد.

ب. مفهوم شناسی تحقیق و ادبیات تحقیق:

فرهنگ

در ادبیات و کلام فارسی، واژه فرهنگ از دو بخش «فر» - که پیشاوند است و در فارسی هخامنشی و اوستا به صورت فرا به معنی پیش آمده است، و «هنگ» از ریشه اوستایی تینگ به معنی کشیدن و با پیشاوند «آ» که به معنی مقید و نیت متداول است تشکیل شده و در زبان‌های پهلوی نیز «فرهنگ» بوده است (وثوقی و نیک‌خلق، ۱۳۸۶: ۱۱۲ و دهخدا، ۱۳۴۱: ۲۲۸).

تعریف مهندسی فرهنگ

بامفهوم ارائه شده از فرهنگ و مهندسی، در مهندسی فرهنگ باید منظومه باورها، ارزش‌ها و رفتارهای موجود در عرصه فرهنگ را باز شناخت تا از طریق آن، چالش‌ها، تعارض‌ها، انحطاط‌ها، انتقادات و نیز قوت‌ها، شناخته شود و مبتنی بر فرهنگ آرمانی به دست آمده از کتاب و سنت بتوان فرهنگ هدف، یعنی فرهنگ قابل وصول را شناسایی نمود و در هر مرحله تکامل فرهنگی، فرهنگ هدف را، به فرهنگ آرمانی نزدیک نمود. بنابراین، یک فرهنگ آرمانی وجود دارد که از کتاب و سنت اخذ می‌شود و دیگری فرهنگ مطلوب، یعنی هدف، که باید متناسب با شرایط تبیین شود.

مهندسی فرهنگی

در تعریف مهندسی فرهنگی، تفاوت بین مهندسی فرهنگ و مهندسی فرهنگی روشن خواهد شد. مهندسی کل جامعه مبتنی بر فرهنگ، مهندسی فرهنگی نام دارد. در مهندسی فرهنگی باید اثر و وظیفه تمام اجزای جامعه؛ اعم از خرد و کلان، فرد و سازمان، دولتی و خصوصی مشخص شده باشد. هر فرد و هر نهادی، در هر مسندی که باشد، چه فرهنگی و چه غیر فرهنگی، باید توجه نماید که آیا در جهت تصحیح فرهنگ جامعه گام برمی دارد و یا تخریب آن؛ این چیزی است که باید مهندسی فرهنگی، قدرت سنجش و محاسبه آن را داشته باشد. بدین ترتیب، مشخص می شود که هر بخش از جامعه مبتنی بر چه فرهنگی مهندسی شده است و مبلغ چه فرهنگی نیز می باشد. بنابراین، فرهنگ در دو سو اثر می کند و در هر دو سو نیز باید مورد مطالعه قرار گیرد.

در مهندسی فرهنگ، لازم است تا اجزا و عوامل خود فرهنگ و نفس فرهنگ شناخته شود. به منظور ارزیابی وضعیت فرهنگی جامعه، به عنوان یک کارشناس فرهنگی، نیازی به بررسی علل پیدایش انحرافات فرهنگی نیست، بلکه با در اختیار داشتن یک سری شاخصه‌ها می توان نقصان و کمبود فرهنگ یک کشور را در عرصه‌های مختلف مشخص کرد که به طور حتم، این عمل از طریق مهندسی فرهنگ اتفاق می افتد. در مهندسی فرهنگی باید سازوکارهای لازم برای تحقق فرهنگ مهندسی شده، طراحی شود. اگر شما در مهندسی فرهنگی جامعه، نسبت بین صداقت، عدالت، ایثار و شجاعت، چه در رفتار فردی و چه در رفتار اجتماعی ایجاد کردید و مشخص نمودید که این نظام فرهنگی نظامی که در فرهنگ ایجاد کردید، چگونه در ساختار اجتماعی و مجموعه‌ای که اسم آن را جامعه می گذارید، قابلیت جریان پیدا می کند، طراحی این معنای مهندسی فرهنگی را تحقق بخشیده‌اید (پیروزمند، ۱۳۸۵: ۲۲۷-۲۲۶).

مهندسی فرهنگی از دیدگاه مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)

مقوله فرهنگ در گفتمان و زبان مقام معظم رهبری جایگاه منحصر به فرد و بی نظیری دارد؛ چنانکه می توان گفت هیچ عرصه‌ای همانند مسایل فرهنگی کشور مورد توجه ایشان قرار نگرفته است. این اهمیت را از زوایای مختلفی همچون ایجاد جایگاه خاص برای

دستگاه‌های فرهنگی کشور نظیر شورای عالی انقلاب فرهنگی، مفاهیم به‌کاررفته در ادبیات سیاسی و فرهنگی ایشان، ایجاد ارتباط بین حکومت و فرهنگ، حساسیت نسبت به مدیریت فرهنگی و... مورد توجه قرارداد.

به‌طور کلی دیدگاه مقام معظم رهبری نسبت به مهندسی فرهنگی را می‌توان این‌گونه بیان کرد:

رهبر معظم انقلاب، با طرح انتظار خود از ضرورت مهندسی فرهنگی، انتظار دارند، جامعه ایران با شیوه‌هایی بسیار متفاوت از گذشته، مدیریت فرهنگی شود تا سرعت تحقق اهداف بسیار بیشتر از وضع موجود تجلی پیدا کند. از دیدگاه ایشان، فرهنگ همانند یک جزیره‌ای منفک از سایر حوزه‌ها نیست؛ بلکه یک ارتباط اندام‌واری با سایر عرصه‌های کشور دارد. بنابراین در طراحی و تحقق بهینه مهندسی فرهنگی باید به این مسأله توجه داشت که قدرتمندی کشور در حوزه‌هایی اعم از اقتصادی، نظامی، انتظامی، تکنولوژیکی و... می‌تواند توانایی فرهنگ را در عرصه داخلی و خارجی تقویت کند. از دیدگاه معظم له، مهندسی فرهنگی همان فرایند بازشناسی، آسیب شناسی، پالایش و ارتقای بخشی فرهنگ و جهت‌دهی آن بر پایه هویت اصیل اسلامی / ایرانی با توجه به شرایط و مقتضیات ملی و جهانی است و لازمه آن پایش فرهنگی است. یعنی مطالعه، بررسی و تحلیل الگوی ارزش‌ها، هنجارها، رفتارها، مصنوعات و نمادهای فرهنگی کشور به‌منظور مسأله‌شناسی فرهنگی و اعمال مدیریت راهبردی فرهنگی در سطوح مختلف متناسب با نقشه مهندسی فرهنگی کشور که لازم است و باید تدوین و اجرا شود (مؤسسه نشر آثار مقام معظم رهبری، ۱۳۸۹).

تفاوت مهندسی فرهنگ و مهندسی فرهنگی

در مهندسی فرهنگ باید منظومه باورها، ارزش‌ها و رفتارهای موجود در عرصه فرهنگ را باز شناخت تا از طریق آن، چالش‌ها، تعارض‌ها، انحطاط‌ها، انتقادات و نیز قوت‌ها، شناخته شود و مبتنی بر فرهنگ آرمانی به دست آمده از کتاب و سنت بتوان فرهنگ هدف، یعنی فرهنگ قابل وصول را شناسایی کرد و در هر مرحله تکامل فرهنگی، فرهنگ هدف را، به فرهنگ آرمانی نزدیک نمود؛ همچنین در مهندسی فرهنگ، لازم است تا اجزا و

عوامل خود فرهنگ و نفس فرهنگ شناخته شود. ضمن اینکه به منظور ارزیابی وضعیت فرهنگی جامعه، به عنوان یک کارشناس فرهنگی، نیازی به بررسی علل پیدایش انحرافات فرهنگی نیست.

مهندسی کل جامعه مبتنی بر فرهنگ، **مهندسی فرهنگی** نام دارد. در مهندسی فرهنگی باید اثر و وظیفه تمام اجزای جامعه؛ اعم از خرد و کلان، فرد و سازمان، دولتی و خصوصی مشخص شده باشد.

«مهندسی فرهنگی» یعنی طراحی نظام‌های جدید تغییردهنده فرهنگ موجود یا ایجاد تغییراتی گسترده در نظام‌های موجود فرهنگ‌ساز جامعه، که بتواند تحولات و تغییرات تدریجی جامعه را به سمت تحقق اهداف فرهنگی از پیش تعریف شده هدایت نماید. اما این اهداف از پیش تعریف شده چیست؟ و این تغییرات وسیع که باید در نظام‌های موجود جامعه ایجاد شود کدامند تا «مهندسی فرهنگی» جامعه تحقق یابد؟ (ناظمی اردکانی، ۱۳۹۳).

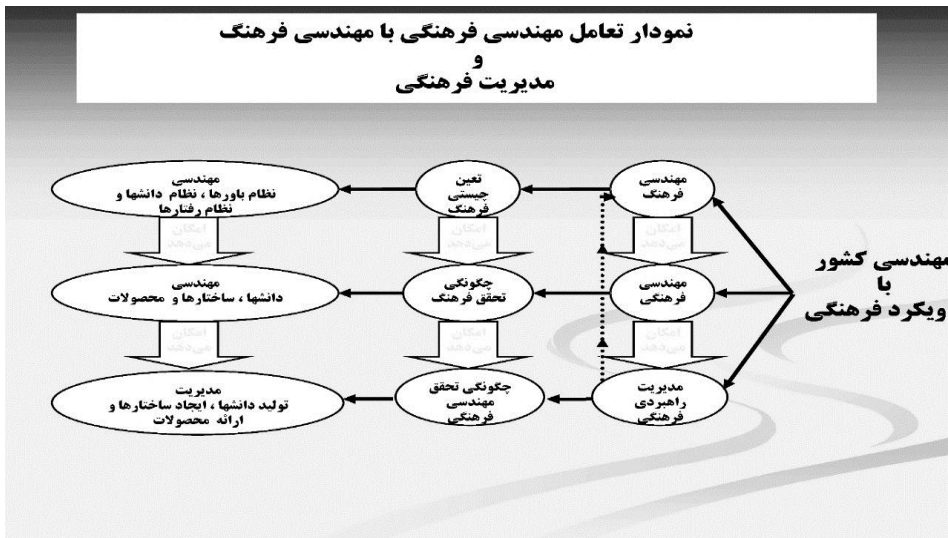
مدیریت فرهنگی

مدیریت فرهنگی، یعنی اینکه دستگاه عاقله‌ی کشور-دستگاه مدیر و مدبّر کشور- برای فرهنگ کشور، قراری بگذارد، ضابطه‌ای وضع بکند و خط کشی و قاعده و قانونگذاری بکند. معنایش این است. نباید این جور باشد که در امر فرهنگ یک کشور-برخلاف مسایل دیگر- هیچ گونه نظارتی، اشرافی، مدیریتی و تدبیری وجود نداشته باشد (مقام معظم رهبری، شورای عالی انقلاب فرهنگی ۱۳۷۷).

توضیح اینکه مهندسی فرهنگ، چیهستی فرهنگ را معین می‌کند، مهندسی فرهنگی چگونگی تحقق فرهنگ را طراحی می‌نماید و مدیریت فرهنگی چگونگی تحقق مهندسی فرهنگی را مشخص می‌کند. مدیریت فرهنگی کشور در دو سطح انجام می‌گیرد: سطح راهبردی (مدیریت راهبردی فرهنگی کشور) و سطح اجرا (مدیریت فرهنگی دستگاه‌های فرهنگی و غیر فرهنگی)، (ناظمی، ۱۳۸۴).

تعامل مهندسی فرهنگ، مهندسی فرهنگی و مدیریت فرهنگی

تا اینجا سه مفهوم را تعریف کردیم: مفهوم مهندسی فرهنگ، مفهوم مهندسی فرهنگی و مفهوم مدیریت فرهنگی و همچنین تفاوتی که این سه مفهوم با یکدیگر دارند را بیان نمودیم. براساس مفهوم‌شناسی ارایه شده، می‌توان این نمودار را در تعامل این سه مفهوم را با یکدیگر در قالب نمودار ذیل بیان کرد (پیروزمند: ۲۲۸):



شکل ۲. مفهوم مهندسی فرهنگ، مفهوم مهندسی فرهنگی و مفهوم مدیریت فرهنگی

تعامل این سه مفهوم این گونه است که مهندسی فرهنگ، مهندسی فرهنگی را ممکن می‌کند؛ زیرا مهندسی فرهنگی برای تحقق بخشیدن یک فرهنگ است. در یک قدم جلوتر اگر بخواهیم به صورت تفصیلی این بعد از مفهوم را بیان کنیم، این گونه است که: مهندسی نظام باورها، نظام ارزش‌ها و نظام رفتارها باید در مهندسی فرهنگی انجام شود. مهندسی دانش‌ها، ساختارها و محصولات باید مبتنی بر فرهنگ مهندسی شده، در مهندسی فرهنگی و در نهایت، باید مدیریت تولید دانش، مدیریت ایجاد ساختار و مدیریت ارایه محصولات نیز صورت پذیرد. این نکته را نباید از نظر دور داشت که ذکر این ارتباط عمودی به معنای ارتباط یک طرفه نیست؛ بلکه این سه در تعامل با یکدیگر هستند، حتی مدیریت به معنای تحقق در مهندسی فرهنگی بازخورد دارد و می‌تواند موانع و کمبودهای نقشه را گوشزد

کند و اشکالات مهندسی فرهنگ را از موضوع عمل مورد توجه قرار داده و سؤالات جدیدی را طرح کند.

ج. چارچوب نظری و مدل مفهومی تحقیق

با توجه به مطالعات انجام شده در بخش‌های قبلی برای رسیدن به مدل مناسب تحقیق لازم است بازنگری کوتاهی نسبت به مفهوم مهندسی فرهنگی و کارکردهای آن به صورت اختصار داشته باشیم. در مهندسی فرهنگی، همه اجزای جامعه متناسب با ارزش‌ها، عقاید و باورهای آن جامعه مهندسی فرهنگی می‌شود. لازم است در این مهندسی تاثیرات و وظایف هریک از اجزای آن جامعه؛ اعم از خرد و کلان، فرد و سازمان، دولتی و خصوصی مشخص شده باشد. تمام افراد آن جامعه، باید توجه کنند که آیا در جهت فرهنگ و ارزش‌های غالب جامعه گام برمی‌دارند و یا در جهت ضدیت و تخریب آن حرکت می‌کنند، این چیزی است که باید مهندسی فرهنگی، قدرت سنجش و محاسبه آنرا داشته باشد.

برای انطباق دقیق‌تر موضوع کارکردهای نظام فرهنگی با واقعیت‌ها و شرایط سازمانی سپاه، در فرآیند طراحی مدل مفهومی تحقیق، مراحل و منابع زیر مورد توجه قرار گرفت:

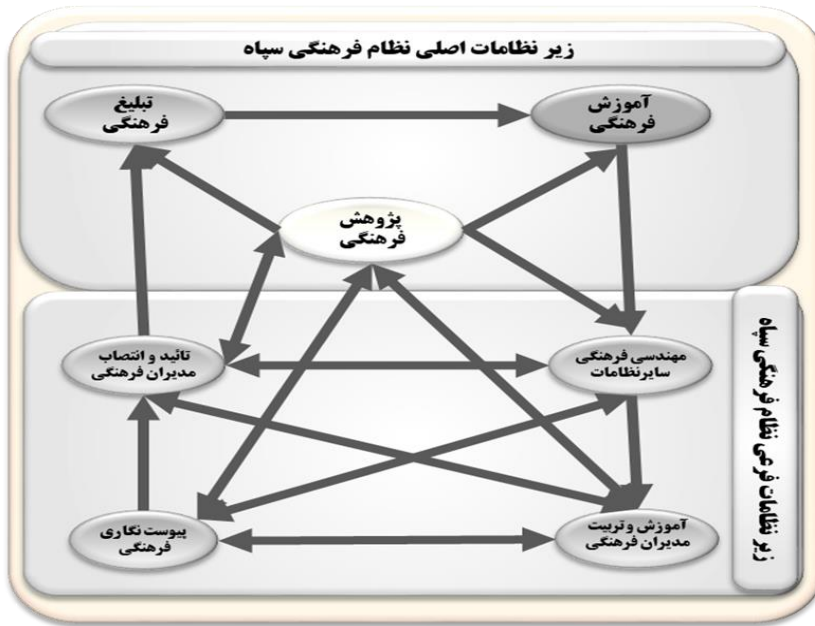
- مطالعه و بررسی منویات مقام معظم رهبری در حوزه مباحث فرهنگی و نظامات
- مطالعه و تحلیل اسناد بالادستی و مطلوبیت‌های اساسی سپاه
- مطالعه و بررسی جامع ادبیات مفهومی تحقیق (توجه به بررسی‌های انجام شده در مدل‌های ارائه شده در بخش سوم و تفاوت شرایط محیطی و سازمانی سپاه و کشور با محیط فرضی مورد نظر این مدل‌ها)

- بررسی نظریه‌ها و الگوهای طراحی نظام فرهنگی

- استفاده از آموزه‌های تجربی سپاه در حوزه طراحی نظامات

- و در نهایت اعتبارسنجی الگو در محضر خبرگان موضوع نظامات و فرهنگ

با این پیشینه، محقق پس از انجام مطالعات عمیق در ادبیات و مبانی نظری موضوع تحقیق و مطالعه میدانی وضعیت موجود نظام فرهنگی سپاه با افراز نظامات تخصصی، اقدام به پیکربندی تحقیق در قالب مدل مفهومی شرح زیر کرده است:



شکل ۳. الگوی مفهومی تحقیق

همانطور در مدل فوق نشان می‌دهد کارکردهای نظام مشتمل بر سه زیرنظام اصلی به قرار زیرنظام پژوهش فرهنگی، تبیین فرهنگی و آموزش فرهنگی و چهار زیرنظام فرعی به قرار زیرنظام مهندسی فرهنگی سایر نظامات، آموزش و تربیت مدیران فرهنگی، تأیید انتصاب مدیران فرهنگی و پیوست نگاری فرهنگی می‌باشد. در ساختار و تعاملات این هفت زیرنظام، تعاملات زیرنظام پژوهش فرهنگی به عنوان زیرنظام محوری با دو زیرنظام اصلی تبیین فرهنگی و آموزش فرهنگی یک طرفه و تعاملات زیرنظام پژوهش با زیرنظام‌های فرعی مهندسی فرهنگی سایر نظامات، آموزش و تربیت مدیران و تأیید صلاحیت و انتصاب دوطرفه می‌باشد؛ به عبارت دیگر سه زیرنظام فرعی علاوه بر دریافت ملاک و شاخص‌های طراحی، آموزش و تأیید و انتصاب از زیرنظام پژوهش، با ارائه بازخوردهای اصلاحی موجبات لازم برای بازنگری در زیرنظام پژوهش را فراهم می‌نمایند. در ادامه به تشریح ماهیت و ساختار هر یک از کارکردهای فرهنگی مورد اشاره در مدل اشاره می‌شود:

کارکرد پژوهش فرهنگی

پژوهش فرهنگی به نوعی از پژوهش گفته می‌شود که برای توسعه مفاهیم بنیادین و کاربردی فرهنگی به کار برده می‌شود و از نتایج آن برای آموزش و تبلیغ فرهنگی استفاده می‌شود. «نظام تعیین (پژوهش) فرهنگ هدف نظام مهندسی فرهنگ است. نظام تبیین فرهنگ هدف نظام آموزش و تبلیغ فرهنگ هدف است» (ناظمی، ۱۳۹۰: ۱۱۸)

کارکردهای اصلی این زیرنظام که به عنوان یک زیرنظام اصلی به شمار می‌رود به شرح زیر می‌باشد:

۱. شناخت مفاهیم بنیادین و کاربردی فرهنگی سپاه و کشور؛
۲. تحلیل و اولویت‌بندی مفاهیم بنیادی و کاربردی شناسایی شده؛
۳. بازخوردگیری از محیط، سپاه و سایر نظامات فرهنگی؛
۴. تدوین، تبیین، بازنگری و انجام اصلاحات مورد لزوم در حوزه مسایل و موضوعات فرهنگی؛
۵. تبیین و ارائه متون و شاخص‌های کارکردی به زیرنظام‌های فرهنگی.

کارکرد تبیین فرهنگی

مهندسی فرهنگ و تعیین فرهنگ هدف در حوزه‌های علمی و پژوهشی انجام می‌پذیرد و نخست، فرهنگ هدف، در عالم ذهن اندیشمندان و صاحب نظران و پژوهشگران تصویر شده و نقش می‌پذیرد برای اینکه فرهنگ موجود به فرهنگ هدف تغییر و تحول یابد نخست باید فرهنگ هدف در عالم ذهن همه افراد جامعه به خصوص مدیران و شکل دهندگان فعالیت‌های اقتصادی و سیاسی و اجتماعی نیز شکل گیرد تا رفتار موجود خود را که براساس فرهنگ موجود است، به رفتار هدف که براساس فرهنگ هدف تعریف می‌شود، تغییر دهند. تبیین فرهنگ هدف، بدین معنا است که از طریق آموزش و تبلیغ، فرهنگ شکل گرفته در ذهن اندیشمندان و فرهنگ شناسان به ذهن عموم افراد جامعه در هر سطحی منتقل شود و جامعه پذیری نسبت به فرهنگ هدف صورت گیرد (ناظمی، ۱۳۹۰: ۱۰۳-۱۰۴).

کارکردهای اصلی این زیرنظام که به‌عنوان یکی دیگر از زیرنظام اصلی نظام فرهنگی به‌شمار می‌رود به شرح زیر می‌باشد:

۱. شناخت حوزه‌ها و موضوعات علمی و پژوهشی موردنیاز در چارچوب زیرنظام تبیین فرهنگی؛
۲. اخذ نظرات کارشناسان و نخبگان حوزه فرهنگی؛
۳. شناخت ظرفیت‌ها و خलाها و تعیین نیازهای حوزه تبیین فرهنگی؛
۴. مجموعه‌سازی نیازها و ارجاع آن به زیرنظام پژوهش فرهنگی؛
۵. پیگیری اخذ مبانی و متون مورد نیاز از زیرنظام پژوهش فرهنگی و تبیین آنها در قالب‌های قابل ارائه؛
۶. باز خوردگیری نواقص و خلاهای حوزه تبیین فرهنگی از محیط، سپاه و زیرنظام‌های فرهنگی.

کارکرد آموزش فرهنگی

پس از آنکه مهندسی فرهنگ صورت پذیرفت و فرهنگ هدف معین شد، باید فرهنگ هدف توسط دستگاه‌های فرهنگی در نظام فرهنگی کشور برای عموم مردم و به‌خصوص مدیران کشور به‌خوبی تبیین شود و همگی تصور و خواست و فهم درستی نسبت به فرهنگ هدف داشته باشند. پس از تبیین فرهنگ هدف که در عالم ذهن جامعه شکل می‌پذیرد، حال باید این فرهنگ هدف در مجاری کشور جاری شود؛ مدیران کشور آن را در قالب هدف و سیاست و برنامه و ساختار و قوانین مقررات جاری سازند و مجریان هم چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی آن را در تولید محصولات و مصنوعات و در همه رفتارهای خود جاری نمایند تا فرهنگ هدف با فرهنگ مهندسی شده در عالم عین بروز و ظهور پیدا کند. ترویج فرهنگ هدف شکل دهی لایه نمادهای فرهنگ هدف از طریق تولید رفتارها و نمادها و محصولات و مصنوعات (کالا و خدمات) می‌باشد. بنابراین، ترویج فرهنگ هدف باید توسط دستگاه‌های نظام‌های سیاسی و اقتصادی و اجتماعی کشور صورت پذیرد.

فرهنگ هدف در ساختمان‌سازی، تولید مصنوعات صنعتی، در روابط با کشورهای خارجی، در تولید علم و فناوری در ادارهٔ زندان‌ها، در طراحی و تولید لباس، در رانندگی، در ازدواج، در قوانین و مقررات مالیاتی، در ادارهٔ مدارس و دانشگاه‌ها، در مهندسی سازمان‌ها و واحدهای اجتماعی و در... باید مورد رعایت مدیران و کارشناسان و مجریان اقتصادی و بانک‌ها و کارخانه‌ها و وزارتخانه‌های اقتصاد و دارایی و صنایع و مسکن و شهرسازی و امور خارجه و... و قوهٔ قضائیه و ناجا و نیروهای مسلح قرار گیرد تا بدین ترتیب این فرهنگ هدف ترویج یابد (ناظمی، ۱۳۹۰: ۱۰۵ - ۱۰۴).

رویکرد فرهنگی یک جامعه و نظام را بدین ترتیب می‌توان تصور نمود و مدل کرد:



شکل ۴. رویکرد فرهنگی یک جامعه و نظام

ویژگی اصلی و تمایز نظام‌های مذکور در فناوری و روش‌شناسی انجام فعالیت‌های آنها است. دو نظام تعیین فرهنگ و تبیین فرهنگ بر محور فناوری‌های نرم روانشناختی و رفتاری، ابزار و قواعدی که توسط، ابزار و قواعدی که توسط انسان‌ها لازم را انجام می‌دهند در صورتی که در نظام ترویج فرهنگ عمدتاً از فناوری‌های سخت و تا حدی از فناوری‌های نرم رفتاری بهره گرفته می‌شود. فناوری سخت عبارتند از: مهارت‌ها، ابزار و قواعدی که توسط انسان‌ها برای تغییر، سازگار نمودن و مدیریت طبیعت به‌کار می‌رود. فناوری‌های نرم عبارتند از فناوری‌های ذهنی خلق و نوآوری در افکار، ایدئولوژی، احساسات، ارزش‌ها، جهان بینی، رفتار فردی و سازمانی انسان و جامعه انسانی.

نظام تعیین، نظام پژوهش و تفکر و اندیشه است تا فرهنگ آرمانی را منبعث از فرهنگ‌ساز مطلق و هدایت‌های او در کلام وحی و منابع پیوسته به آن‌را در یابد و با شناخت فرهنگ موجود و ضعف‌ها و نارسائی‌های آن و توجه به شرایط و مقتضیات زمان و مکان امکان‌پذیری تحول در فرهنگ موجود بیاید و فرهنگ هدف را برای جهت‌گیری فعالیت‌های جامعه به‌سوی آن مشخص‌سازد. نظام تبیین نظام بیان فرهنگ هدف با آموزش و تبلیغ آن است. نظام‌های سیاسی و اقتصادی و اجتماعی نظام‌های عمل‌کننده به فرهنگ هدف‌اند و از این طریق فرهنگ هدف را ترویج می‌کنند (ناظمی: ۱۳۹۰: ۱۱۸ - ۱۱۶).

کارکرد مهندسی فرهنگی سایر نظامات (سازمان)

همه فعالیت‌های ذهنی و عینی انسان‌ها در سازمان‌های کوچک و بزرگ شکل گرفته و ظهور و بروز پیدا می‌کند. انسان‌ها در سازمان‌ها به دنیا می‌آیند و در سازمان‌ها از دنیا می‌روند. سازمانی که شکل دهنده رفتارها و فعالیت‌ها و محصولات و مصنوعات است، برای اینکه آن‌گونه محصول و مصنوعی را تولید و ارائه کند که سازگار با فرهنگ هدف و یا فرهنگ مهندسی شده باشد، باید خود مهندسی فرهنگی شده باشد و مدیریت فرهنگی شود. مهندسی فرهنگی سازمان عبارت‌است از طراحی نظام‌ها یا زیرنظام‌های سازمان و برقراری تعامل آنها با یکدیگر به گونه‌ای که زیرنظام فرهنگ و ارزش‌های سازمان، زیرنظام محوری آن باشد. توماس پیترز و رابرت واترمن با همکاری آنتونی آتوسن و ریچارد تامز پاسکال در شرکت مشاوران مکنزی چارچوب هفت اس مکنزی را ارائه نمودند. (پیترز، ۱۹۸۲)

با این توضیح لازم است همه دستگاه‌ها، رده‌ها و سایر نظامات دیگر سپاه، اعم از دستگاه‌ها و رده‌هایی که مأموریت اقتصادی دارند و یا رده‌هایی که مأموریت سیاسی، اجتماعی و دفاعی و امنیتی دارند و سایر نظامات سپاه از جمله نیروی انسانی، آماد و پشتیبانی و... مهندسی فرهنگی شوند تا زمینه‌های لازم برای انسجام و هماهنگی آنها در جهت تحقق تولید و عرضه محصولات و مصنوعات مهندسی فرهنگی شده و رسیدن به فرهنگ هدف و ساختن چشم‌انداز سپاه، فراهم شود.

کارکردهای اصلی این زیرنظام که به‌عنوان یکی دیگر از زیرنظام فرعی نظام فرهنگی به‌شمار می‌رود به قرار زیر می‌باشد:

۱. اخذ مبانی کارکردی حوزه‌های فرهنگی سایر نظامات سپاه؛
۲. اخذ و تعیین شاخص‌های فرهنگی سپاه در حوزه ورودی‌ها، فرآیندها و خروجی‌ها و محصولات فرهنگی سپاه؛
۳. طراحی نظامات سپاه در چارچوب مبانی و شاخص فرهنگی نظام فرهنگی سپاه؛
۴. بازخوردگیری نواقص و خلاهای هر سه حوزه ورودی‌ها، فرآیندها و محصولات فرهنگی از محیط سپاه و زیرنظام‌های فرهنگی؛
۵. پیگیری انجام اصلاحات مورد لزوم و اعمال آن در سایر نظامات سپاه.

کارکرد آموزش مدیران فرهنگی

در این کارکرد نظام فرهنگی و متولیان آن باید نسبت به آموزش و انتقال مفاهیم، مبانی نظری، رویکردها و فنون مدیریت نظام فرهنگی به مدیران اقدام نمایند.

کارکردهای اصلی این زیرنظام که به‌عنوان یکی دیگر از زیرنظام فرعی نظام فرهنگی به‌شمار می‌رود، به قرار زیر می‌باشد:

۱. اخذ شاخص‌های تأیید صلاحیت و شایستگی‌های مورد نظر در مدیران حوزه موضوعات فرهنگی؛
۲. گزینش مدیران در چارچوب شایستگی فرهنگی مدیران؛
۳. آموزش و بهسازی قابلیت‌های مدیران حوزه فرهنگی در قالب برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی؛
۴. حفظ و نگهداشت مدیران حوزه فرهنگی؛
۵. ارزیابی و ارزشیابی وضعیت و عملکرد مدیران و گزینش آنها در چارچوب نظام ارزشیابی؛
۶. بازخوردگیری نواقص و خلاهای فرهنگی در حوزه ارزیابی معیارهای سنجش شایستگی‌های مدیران و ارجاع آن به زیرنظام پژوهش؛
۷. پیگیری انجام اصلاحات مورد لزوم در حوزه مدیریت نیروی انسانی موضوعات فرهنگی

کارکرد تأیید صلاحیت و انتصاب مدیران

در این کارکرد توجه به شاخص‌های صلاحیت و انتصاب مورد نظر می‌باشد؛ به عبارت دیگر مدیران فرهنگی باید در حوزه‌های فردی و تخصصی از صلاحیت لازم برای انتصاب در مشاغل مدیریتی حوزه‌های فرهنگی را برخوردار باشند. لازم به ذکر است که ملاک‌ها و شاخص‌های تأیید صلاحیت و انتصاب مدیران در کارکرد پژوهش فرهنگی تعیین و با بازخوردهای صحنه عمل، متناسب با کارکرد پژوهش اقدام به اصلاح و تکمیل می‌شود. کارکردهای اصلی این زیرنظام که به عنوان یکی دیگر از زیرنظام فرعی نظام فرهنگی به‌شمار می‌رود، به قرار زیر می‌باشد:

۱. اخذ شاخص‌های تأیید صلاحیت و انتصاب مدیران از زیرنظام پژوهش؛
۲. ارزشیابی مدیران در چارچوب شاخص‌های صلاحیت و انتصاب مدیران فرهنگی؛
۳. انتصاب مدیران حوزه فرهنگی در چارچوب معیارهای ارزشیابی؛
۴. بازخوردگیری نواقص و خلاهای فرهنگی در حوزه شاخص‌های تأیید صلاحیت و انتصاب مدیران و ارجاع آن به زیرنظام پژوهش؛
۵. پیگیری انجام اصلاحات مورد لزوم در حوزه شاخص‌های تأیید صلاحیت و انتصاب مدیران فرهنگی.

کارکرد پیوست‌نگاری فرهنگی

کارکرد پیوست‌نگاری فرهنگی این است که تمامی زنجیره یک موضوع از ابتدای مرحله تصمیم تا مرحله اجرا و بعد از آن مورد سنجش قرار گیرد و نسبت آن مرحله با فرهنگ سنجیده شود و در واقع فرهنگ به‌عنوان مبنای آن حرکت، در نظر گرفته شود. در پیوست‌نگاری فرهنگی نگاه نظامی به موضوعات و بررسی تأثیر و تاثرات هر جزء با مابقی اجزا در سیر تعاملی است که با یکدیگر دارند. همچنین قبل از اجرای تصمیم طرح و یا... و تأثیرات فرهنگی آن بر ذی‌نفعان اعم از مسئولین، مجریان، مخاطبان و... بررسی می‌شود و بعد از آن نسبت به اجرا، تصمیم‌گیری می‌شود؛ ضمن اینکه از محورهای اصلی پیوست‌نگاری فرهنگی،

استفاده از فرصت‌های فرهنگی محیط و توجه به موانع و محدودیت‌های فرهنگی محیط برای پیشبرد اهداف طرح از اولویت‌هایی است که باید به آن توجه شود.

کارکردهای اصلی این زیرنظام که به‌عنوان یکی دیگر از زیرنظام فرعی نظام فرهنگی به‌شمار می‌رود، عبارتند از:

۱. تعیین مبانی و ارزش‌های لازم الرعایه برای تهیه طرح‌های کلان سپاه؛
۲. بررسی و تعیین موضوع اصلی هر یک از طرح‌ها و شناخت محیط فرهنگی موضوع؛
۳. بررسی و تعیین پیامدهای اجرای طرح بر محیط فرهنگی سپاه؛
۴. ارزیابی پیامدهای اجرای طرح از نظر تقویت یا تحکیم مبانی مصوب و اعلام امکان یا مشروط اجرای طرح؛
۵. بررسی و تعیین راهکارهای تقویت نقاط قوت طرح در جهت بهبود محیط فرهنگی سپاه و راهکارهای پیشگیری از آسیب‌های اجرای طرح بر محیط فرهنگی سپاه.

روش‌شناسی تحقیق

باتوجه به مبانی، اهداف و سوالات مطرح شده دراین تحقیق و همچنین نظریه‌اینکه یافته‌های تحقیق، بیانگر توصیف و تبیین و درنهایت تدوین کارکردهای نظام فرهنگی سپاه می‌باشد، روش تحقیق حاضر توصیفی / تحلیلی است؛ به‌عبارت‌دیگر محقق در راستای تدوین کارکردهای نظام فرهنگی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی علاوه بر اینکه نیازمند مطالعات میدانی، اسنادی و بهره‌گیری از نظرات خبرگان می‌باشد، همچنین نیازمند مطالعات تطبیقی و تحلیل شرایط محیطی نیز می‌باشد.

جامعه آماری این تحقیق را مدیران و فرماندهان سطح راهبردی و عملیاتی سازمان‌های مرتبط با موضوع نظام فرهنگی در سپاه، مدیران سطح راهبردی و عملیاتی مرتبط با موضوع نظام فرهنگی در سازمان‌های دولتی و در نهایت، اساتید و نخبگان دانشگاهی موضوع نظام فرهنگی، تشکیل می‌دهند؛ به‌عبارت‌دیگر، محقق، جامعه آماری این تحقیق را در قالب سه خوشه مدیران و فرماندهان سطح راهبردی و عملیاتی سازمان‌های مرتبط با موضوع نظام فرهنگی در سپاه، مدیران سطح راهبردی و عملیاتی مرتبط با موضوع نظام فرهنگی در سپاه و

در نهایت اساتید و نخبگان دانشگاهی موضوع نظام فرهنگی، دسته بندی کرده است. همچنین روش نمونه گیری در این تحقیق تکنیک تمام شمار ($N < 100$) در نظر گرفته شده است.

یافته های تحقیق

الف. آمار توصیفی (توصیف کارکردهای نظام فرهنگی سپاه)

در این بخش آمار توصیفی (شامل جداول توزیع فراوانی و درصدی گویه ها، شاخص های گرایش مرکزی و پراکندگی شاخص های نظام فرهنگی سپاه) محاسبه شده است. توزیع فراوانی پاسخگویان درباره گویه های هر کدام از شاخص های نظام فرهنگی سپاه در طیف خیلی کم تا خیلی زیاد گزارش شده است. نظام فرهنگی سپاه با ۷ شاخص تبلیغ فرهنگی، آموزش فرهنگی، پژوهش فرهنگی، تایید و انتصاب مدیران فرهنگی، مهندسی فرهنگی سایر نظامات، پیوست نگاری فرهنگی و آموزش و تربیت مدیران فرهنگی سنجیده شده است که در زیر به تفکیک توصیف شده اند.

جدول شماره ۲. توزیع فراوانی پاسخگویان نسبت به کارکرد زیرنظام پژوهش فرهنگی

گویه		خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	کل
شناخت مفاهیم بینادین، عقاید و باورهای فرهنگ سازمانی سپاه	فراوانی	۰	۰	۰	۲۲	۵۶	۷۸
	درصد	۰	۰	۰	۲۸.۲	۷۱.۸	۱۰۰
شناخت ارزش های حاکم در فرهنگ موجود سازمانی سپاه	فراوانی	۳	۰	۳	۲۷	۴۷	۸۰
	درصد	۳.۸	۰	۳.۸	۳۳.۸	۵۸.۸	۱۰۰
شناخت نمادها و رفتارهای غالب در فرهنگ موجود سازمانی سپاه	فراوانی	۳	۰	۱۲	۲۶	۳۸	۷۹
	درصد	۳.۸	۰	۱۵.۲	۳۲.۹	۴۸.۱	۱۰۰
تعیین فرهنگ آرمانی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی	فراوانی	۰	۳	۶	۱۸	۵۴	۸۱
	درصد	۰	۳.۷	۷.۴	۲۲.۲	۶۶.۷	۱۰۰

81	28	41	9	3	۰	فراوانی	شناخت ضعف و تهدیدها موجود فرهنگی و ترسیم فرهنگ هدف
۱۰۰	34.6	50.6	11.1	3.7	۰	درصد	

جدول شماره ۳. توزیع فراوانی پاسخگویان نسبت به کارکرد زیرنظام آموزش فرهنگی

کل	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم		گویه
83	43	30	7	3	۰	فراوانی	انتقال عقاید، باورها و ارزش‌های فرهنگ هدف به کلیه اعضای سپاه
۱۰۰	51.8	36.1	8.4	3.6	۰	درصد	
81	31	37	4	9	۰	فراوانی	تهیه متون آموزشی حاوی عقاید، باورها و ارزش‌های فرهنگ هدف
۱۰۰	38.3	45.7	4.9	11.1	۰	درصد	
78	22	37	17	2	۰	فراوانی	برنامه‌ریزی و اجرای دوره‌های آموزشی فرهنگ هدف
۱۰۰	28.2	47.4	21.8	2.6	۰	درصد	
78	27	35	14	2	۰	فراوانی	تامین مربیان مورد نیاز آموزش فرهنگ هدف
۱۰۰	34.6	44.9	17.9	2.6	۰	درصد	
78	24	31	18	5	۰	فراوانی	ارزیابی و بازخورد گیری دوره‌های آموزشی فرهنگ هدف
۱۰۰	30.8	39.7	23.1	6.4	۰	درصد	

جدول شماره ۴. توزیع فراوانی پاسخگویان نسبت به کارکرد زیرنظام تبلیغ فرهنگی

کل	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	فراوانی	گویه
82	42	36	4	0	0	فراوانی	القاء عقاید، باورها و ارزش‌های فرهنگ هدف
100	51.2	43.9	4.9	0	0	درصد	
81	39	30	9	3	۰	فراوانی	تبدیل عقاید، باورها و ارزش‌ها به پیامدهای قابل القاء با بهره‌گیری از روش‌های تبلیغ
100	48.1	37.0	11.1	3.7	۰	درصد	
81	33	35	10	0	3	فراوانی	تامین ابزارهای لازم برای القاء پیام با تاکید بر هنرهای هفتگانه (فیلم و سینما، خط، موسیقی، شعر و ادبیات، نقاشی و تئاتر)
100	40.7	43.2	12.3	0	3.7	درصد	
80	32	25	18	2	3	فراوانی	تامین مبلغین مورد نیاز در حوزه‌های هفتگانه هنری برای القاء پیام‌های فرهنگ هدف
100	40.0	31.3	22.5	2.5	3.8	درصد	
77	26	30	16	5	۰	فراوانی	فراهم کردن زمینه‌های مساعد برای القاء پیام‌های فرهنگ هدف
100	33.8	39.0	20.8	6.5	۰	درصد	
80	27	36	11	6	0	فراوانی	برنامه‌ریزی فعالیت‌های مختلف تبلیغی متناسب با شرایط و مقتضیات مخاطبان و محیط
100	33.8	45.0	13.8	7.5	0	درصد	
81	31	37	10	0	3	فراوانی	ارزیابی میزان اثرگذاری فعالیت‌های تبلیغی
100	38.3	45.7	12.3	0	3.7	درصد	

جدول شماره ۵. توزیع فراوانی پاسخگویان نسبت به کارکرد زیرنظام مهندسی فرهنگی سایر نظامات

کل	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	گویه
----	-----------	------	-------	----	---------	------

77	19	52	3	3	۰	فراوانی	احصاء زیرنظام‌های فرعی کلان نظام سپاه
۱۰۰	24.7	67.5	3.9	3.9	۰	درصد	
81	30	35	11	2	3	فراوانی	آسیب شناسی ساختاری و کارکردی نظامات فرعی براساس فرهنگ هدف
۱۰۰	37.0	43.2	13.6	2.5	3.7	درصد	
78	29	39	7	۰	3	فراوانی	آسیب شناسی عملکردی سایر نظام‌ها براساس فرهنگ هدف
۱۰۰	37.2	50.0	9.0	۰	3.8	درصد	
75	18	42	12	۰	3	فراوانی	ارائه الگوهای مهندسی فرهنگ از سایر نظام‌ها براساس فرهنگ هدف
۱۰۰	24.0	56.0	16.0	۰	4.0	درصد	
78	22	37	19	۰	۰	فراوانی	پیگیری مهندسی مجدد و انجام اصلاحات در سایر نظامات
۱۰۰	28.2	47.4	24.4	۰	۰	درصد	

جدول شماره ۶. توزیع فراوانی پاسخگویان نسبت به کارکرد زیرنظام آموزش و تربیت مدیران فرهنگی

کل	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	فراوانی	گویه
72	15	46	8	۰	3	فراوانی	احصاء جایگاه‌های مدیریتی در سایر نظام‌های فرعی سپاه
۱۰۰	20.8	63.9	11.1	۰	4.2	درصد	
76	21	38	14	۰	3	فراوانی	بررسی و تعیین شرایط احراز این جایگاه‌ها از نظر شایستگی‌های فکری، اخلاقی و عملی افراد
۱۰۰	27.6	50.0	18.4	۰	3.9	درصد	
78	18	44	11	2	3	فراوانی	پیگیری تصویب شرایط احراز جایگاه‌های مدیریتی در ابعاد فکری، اخلاقی و عملی یا عقیدتی سیاسی
۱۰۰	23.1	56.4	14.1	2.6	3.8	درصد	

81	24	45	9	۰	3	فراوانی	طراحی دوره‌های آموزشی و تربیتی برای داوطلبان واجد شرایط عمومی احراز این جایگاه‌های مدیریتی
۱۰۰	29.6	55.6	11.1	۰	3.7	درصد	
77	22	39	11	5	۰	فراوانی	برنامه‌ریزی و برگزاری دوره‌های آموزشی و تربیتی مدیران نظامات سپاه در چارچوب نظام آموزش‌های فرهنگی سپاه
۱۰۰	28.6	50.6	14.3	6.5	۰	درصد	

جدول شماره ۷. توزیع فراوانی پاسخگویان نسبت به کارکرد زیرنظام تایید و انتصاب مدیران فرهنگی

کل	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	گویه
81	25	41	12	۰	3	اخذ شاخص‌های تایید صلاحیت و انتصاب مدیران از زیرنظام پژوهش در بعد فکری، اخلاقی و عملی
۱۰۰	30.9	50.6	14.8	۰	3.7	
76	21	36	16	3	۰	پیگیری منظور داشتن شاخص‌های تایید صلاحیت و انتصاب مدیران در نظام انتصابات سپاه
۱۰۰	27.6	47.4	21.1	3.9	۰	
81	21	39	18	3	۰	طراحی و پیاده‌سازی فرایند تایید انتصاب مدیران در هر یک از زیرنظام‌های سپاه
۱۰۰	25.9	48.1	22.2	3.7	۰	
81	29	34	15	۰	3	بررسی صلاحیت‌های داوطلبان احراز جایگاه‌های مدیریتی براساس شاخص‌های مصوب
۱۰۰	35.8	42.0	18.5	۰	3.7	
79	31	29	16	۰	3	ارزیابی اثربخشی شاخص‌های تایید صلاحیت در حسن عملکرد مدیران و ارتقاء صلاحیت عملی آنان
۱۰۰	39.2	36.7	20.3	۰	3.8	

جدول شماره ۸. توزیع فراوانی پاسخگویان نسبت به کارکرد زیر پیوست‌نگاری فرهنگی

گویه		خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	کل
تعیین مبانی و ارزش‌های الزام آور برای تهیه طرح‌های کلان سپاه	فراوانی	۰	۰	۵	۳۹	۳۵	۷۹
	درصد	۰	۰	۶.۳	۴۹.۴	۴۴.۳	۱۰۰
بررسی و تعیین موضوع اصلی هر یک از طرح‌ها و شناخت محیط فرهنگی موضوع	فراوانی	۰	۳	۱	۵۲	۲۷	۸۳
	درصد	۰	۳.۶	۱.۲	۶۲.۷	۳۲.۵	۱۰۰
بررسی و تعیین پیامدهای اجرای طرح بر محیط فرهنگی سپاه	فراوانی	۰	۰	۱۱	۳۷	۳۶	۸۴
	درصد	۰	۰	۱۳.۱	۴۴.۰	۴۲.۹	۱۰۰
ارزیابی پیامدهای اجرای طرح از نظر تقویت یا تحکیم مبانی مصوب و اعلام امکان یا مشروط اجرای طرح	فراوانی	۰	۳	۷	۳۸	۳۳	۸۱
	درصد	۰	۳.۷	۸.۶	۴۶.۹	۴۰.۷	۱۰۰
بررسی و تعیین راهکارهای تقویت نقاط قوت طرح در جهت بهبود محیط فرهنگی سپاه و راهکارهای پیشگیری از آسیب‌های اجرای طرح بر محیط فرهنگی سپاه	فراوانی	۰	۳	۷	۴۳	۲۸	۸۱
	درصد	۰	۳.۷	۸.۶	۵۳.۱	۳۴.۶	۱۰۰

ب. آمار استنباطی

جدول شمار ۹. نتیجه آزمون وجودی عدم وجود رابطه

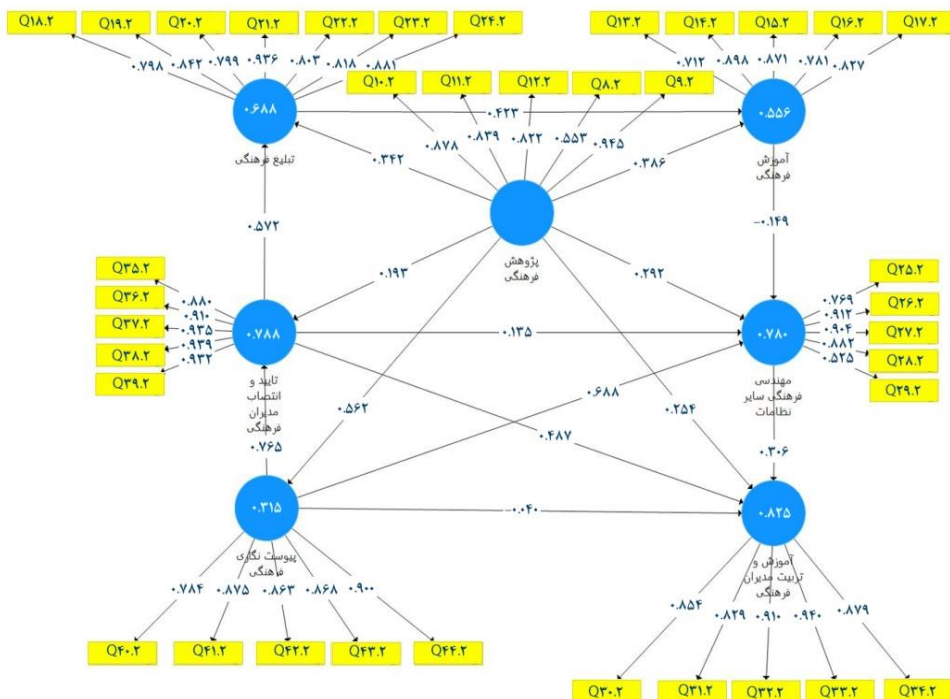
ردیف	عامل	مقدار آماره کای اسکوئر	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
۱	نظام فرهنگی سپاه	۱۲۰,۲۵۳	۵۲	۰/۰۰۰
۲	پژوهش فرهنگی	۱۲۴,۹۲۹	۳۲	۰/۰۰۰
۳	آموزش فرهنگی	۱۴۵,۶۳۹	۴۴	۰/۰۰۰
۴	تبلیغ فرهنگی	۱۴۰,۲۲۳	۵۶	۰/۰۰۰

۰/۰۰۰	44	۱۳۱,۳۰۳	مهندسی سایر نظامات	۵
۰/۰۰۰	44	۸۸,۵۱۴	آموزش و تربیت مدیران فرهنگی	۶
۰/۰۰۰	40	۱۷۸,۵۸۷	تایید و انتصاب مدیران فرهنگی	۷
۰/۰۰۰	40	۱۶۸,۸۰۸	پیوست‌نگاری فرهنگی	۸

نتایج بدست آمده نشان می‌دهد با ضریب اطمینان بالای ۹۹ صدم، کارکردهای نظام فرهنگی سپاه، رابطه معنی‌داری با نظام فرهنگی سپاه دارد.

تحلیل عاملی (تأییدی)

در تحلیل عاملی تأییدی، پژوهشگر به دنبال تهیه مدلی است که فرض می‌شود داده‌های تجربی را بر پایه چند پارامتر نسبتاً اندک، توصیف، تبیین یا توجیه می‌کند. این مدل مبتنی بر اطلاعات پیش تجربی درباره ساختار داده‌ها است که می‌تواند به شکل یک تئوری یا فرضیه، یک طرح طبقه‌بندی کننده معین برای گویه‌ها در انطباق با ویژگی‌های عینی شکل و محتوا، شرایط معلوم تجربی و یا دانش حاصل از مطالعات قبلی درباره داده‌های وسیع باشد. روش‌های تأییدی (آزمون فرضیه) تعیین می‌کنند که داده‌ها با یک ساختار عاملی معین (که در فرضیه آمده) هماهنگ هستند یا نه. در این بخش، نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی هر یک از متغیرهای پژوهش توسط نرم‌افزار PLS به صورت جداگانه برای هر متغیر آورده شده است و به بررسی معنادار بودن ارتباط هر یک از سؤالات با عامل تحت بررسی خواهیم پرداخت. در تحلیل عاملی تأییدی محقق می‌داند چه سؤالی مربوط به چه بعدی است. یعنی در تحلیل عاملی تأییدی مدل مفهومی برای هر یک از مفاهیم یا متغیرهای تحقیق وجود دارد. مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی $0/4$ می‌باشد. در شکل ۴-۱ میانگین اعداد ضرایب بارهای عاملی سؤالات از $0/4$ بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد.



شکل ۵. تحلیل عاملی تأییدی

جدول شماره ۱۰. نتایج معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرهای پنهان تحقیق

ضریب پایایی ترکیبی (CR > 0.7)	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha > 0.7)	متغیرهای مکنون
۰,۸۷۸	۰,۸۷۱	پژوهش فرهنگی
۰,۸۷۲	۰,۸۷۷	آموزش فرهنگی
۰,۹۳۰	۰,۹۳۰	تولیع فرهنگی
۰,۸۷۲	۰,۸۶۲	مهندسی سایر نظامات
۰,۹۲۹	۰,۹۲۹	آموزش و تربیت مدیران فرهنگی
۰,۹۵۴	۰,۹۵۴	تأیید و انتصاب مدیران فرهنگی
۰,۹۱۲	۰,۹۱۱	پیوست‌نگاری فرهنگی

باتوجه به اینکه مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ۰.۷ است و مطابق با یافته‌های جدول فوق این معیارها در مورد میانگین متغیرهای مکنون مقدار مناسبی را اتخاذ کرده‌اند، می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی پژوهش را تأیید کرد. معیار دوم از بررسی

برازش مدل اندازه‌گیری، روایی همگراست که به بررسی میزان همبستگی هرسازه با سؤالات (شاخص‌ها) خود می‌پردازد.

جدول شماره ۱۱. نتایج روایی همگرا متغیرهای پنهان تحقیق

متغیرهای مکنون	میانگین واریانس استخراجی (AVE > 0.5)
پژوهش فرهنگی	۰/۶۰۴
آموزش فرهنگی	۰/۵۷۹
تبلیغ فرهنگی	۰/۶۵۹
مهندسی سایر نظامات	۰/۵۹۰
آموزش و تربیت مدیران فرهنگی	۰/۷۲۴
تأیید و انتصاب مدیران فرهنگی	۰/۸۰۷
پیوست‌نگاری فرهنگی	۰/۶۷۵

باتوجه به اینکه مقدار مناسب برای AVE، ۰/۵ است و مطابق با یافته‌های جدول فوق این معیار در مورد میانگین متغیرهای مکنون مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، در نتیجه مناسب بودن روایی همگرایی پژوهش تأیید می‌شود. معیار سوم مربوط به بخش کلی مدل‌های معادلات ساختاری است که پس از بررسی برازش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل، برازش مدل کلی صورت می‌گیرد که توسط تنهاوس و همکاران (۲۰۰۴) ابداع شده و طبق فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$GOF = \sqrt{\text{Communalities} \times R^2}$$

جدول شماره ۱۲. نتایج برازش مدل کلی

GOF	R ²	Communality
۰/۷۷	۰/۹۴۱	۰/۶۳۶

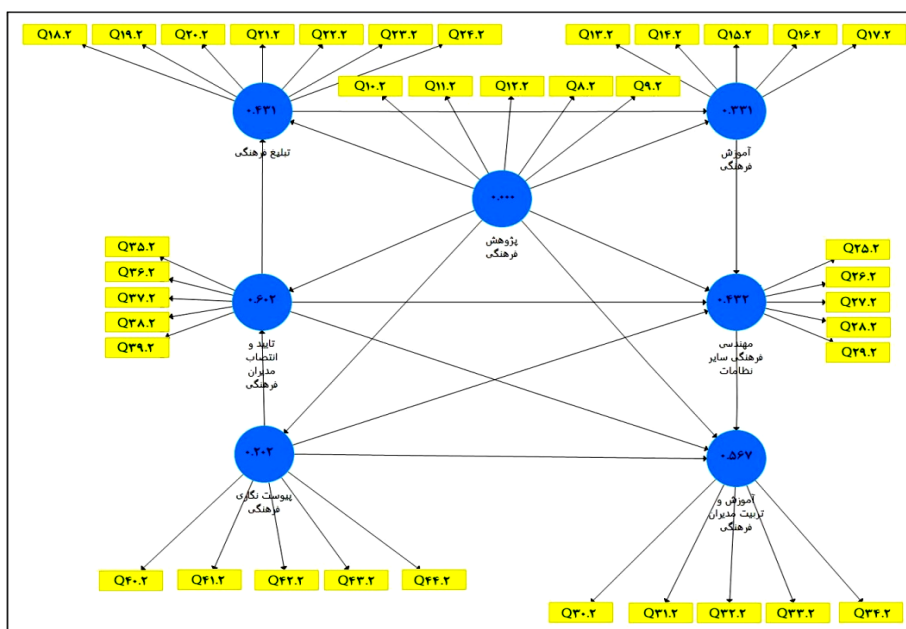
با توجه به مقدار بدست آمده برای GOF به میزان ۰/۷۷ برازش بسیار مناسب مدل کلی تأیید می‌شود. همچنین معیار قدرت پیش بینی مدل Q² این معیار توسط استون و گیزر (۱۹۷۵) معرفی شد، که قدرت پیش بینی شاخص‌های مربوط به سازه‌های درون‌زای مدل را

مشخص می‌سازد. هنسلر و همکاران (۲۰۰۹) در مورد شدت قدرت پیش بینی مدل سه مقدار ۰.۲، ۰.۱۵ و ۰.۳۵ را تعیین کرده‌اند.

جدول شماره ۱۳. نتایج قدرت پیش بینی مدل

متغیر مکنون	SSO	SSE	$(Q^2 = 1 - SSE / SSO)$
پژوهش فرهنگی	۴۳۰	۴۳۰	۰
آموزش فرهنگی	۴۳۰	۲۸۷	۰/۳۳۱
تبلیغ فرهنگی	۶۰۲	۳۴۲	۰/۴۳۱۰
مهندسی فرهنگی سایر نظامات	۴۳۰	۲۴۴	۰/۴۳۲
آموزش و تربیت مدیران فرهنگی	۴۳۰	۱۸۶	۰/۵۶۷
تأیید و انتصاب مدیران فرهنگی	۴۳۰	۱۷۱	۰/۶۰۲
پیوست‌نگاری فرهنگی	۴۳۰	۳۴۲	۰/۲۰۲

نتایج جدول فوق (مثبت بودن اعداد sso و sse) نشان از قدرت پیش‌بینی مناسب مدل در خصوص سازه‌های درون‌زای پژوهش دارد و برازش مناسب مدل ساختاری را تأیید می‌سازد.



شکل ۶. نتایج قدرت پیش بینی مدل

نتیجه‌گیری

نتایج بدست آمده نشان می‌دهد، مدل تحقیق براساس آزمون‌های انجام شده نرم‌افزار pls کاملاً مورد تأیید قرار گرفته است؛ به عبارتی کارکردهای اصلی و فرعی نظام

فرهنگی سپاه و تعاملات بین آنها از نظر نخبگان، کارشناسان و مدیران راهبردی فرهنگی سپاه باتوجه به آزمون‌های انجام شده مورد توافق قرار گرفته است. همچنین براساس مطالعات نظری و یافته‌های تحقیق، کارکردهای نظام مشتمل بر سه زیرنظام اصلی به‌قرار: زیرنظام پژوهش فرهنگی، تبیین فرهنگی و آموزش و ترویج فرهنگی و چهار زیرنظام فرعی به‌قرار: زیرنظام مهندسی فرهنگی سایر نظامات، آموزش و تربیت مدیران، تأیید و انتصاب مدیران و پیوست‌نگاری فرهنگی می‌باشد. ساختار و تعاملات این هفت زیرنظام عبارتند از؛ تعاملات زیرنظام پژوهش فرهنگی به‌عنوان زیرنظام محوری با دو زیرنظام اصلی تبیین فرهنگی و آموزش و ترویج یک طرفه و تعاملات زیرنظام پژوهش با زیرنظام‌های فرعی مهندسی فرهنگی سایر نظامات، آموزش و تربیت مدیران و تأیید صلاحیت و انتصاب دو طرفه می‌باشد؛ به‌عبارت‌دیگر سه زیرنظام فرعی علاوه بر دریافت ملاک و شاخص‌های طراحی، آموزش و تأیید و انتصاب از زیرنظام پژوهش، با ارائه بازخوردهای اصلاحی، موجبات لازم برای بازنگری در زیرنظام پژوهش را فراهم می‌کنند. با این اوصاف، کارکردهای نظام فرهنگی، شامل سه کارکرد اصلی و چهار کارکرد فرعی به شرح زیر می‌باشد:

کارکردهای اصلی شامل: ۱- پژوهش فرهنگی ۲- تبیین فرهنگی ۳- آموزش و ترویج فرهنگی و کارکردهای زیرنظام‌های فرعی شامل: ۱- زیرنظام مهندسی فرهنگی سایر نظامات (سازمان) ۲- زیرنظام آموزش و تربیت مدیران فرهنگی ۳- زیرنظام تأیید صلاحیت و انتصاب مدیران ۴- پیوست‌نگاری فرهنگی.

فهرست منابع و مآخذ

الف. منابع فارسی

- افروغ، عماد (۱۳۷۹)، نگرشی دینی و انتقادی به مفاهیم عمده سیاسی، انتشارات فرهنگ و جامعه.
- اعرابی، محمد (۱۳۷۶)، تئوری و طراحی سازمان (جلد اول)، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- بروجردی، ناصر (۱۳۹۳)، کتاب مهندسی فرهنگی، تسنیم اندیشه.
- پیترز، تام جی ار، واترمن (۱۹۸۲)، درس‌هایی از شرکت‌های برتر آمریکا
- پیروزمند، علیرضا (۱۳۸۵)، مفهوم‌شناسی مهندسی فرهنگ، مهندسی فرهنگی، مدیریت فرهنگی.
- تافلر، الوین (۱۳۸۰)، موج سوم، ترجمه شهیندخت خوارزمی، چاپ چهارم.
- تقی زاده، حمید (۱۳۹۰)، جنگ نرم علیه انقلاب اسلامی و راهکارهای مقابله با تاکید بر فرمایشات مقام معظم رهبری، فصلنامه علمی- تخصصی عملیات روانی، سال هشتم، ش ۲۹.
- تامپسون، جان (۱۳۸۱)، جهانی شدن و فرهنگ، ترجمه اوحدی، نشر فرهنگ و اندیشه.
- جان ب. تامپسون (۱۳۷۸)، ایدئولوژی و فرهنگ مدرن، ترجمه مسعود اوحدی.
- دهخدا، علی اکبر (۱۹۳۱ م)، لغت نامه (فرهنگ لغات)، نشر دهخدا.
- شاین، ادگار (۱۹۹۲)، فرهنگ سازمانی و رهبری، ترجمه ابوالفضل سهرابی، انتشارات دارالفکر.
- روح الامینی، محمود، (۱۳۹۴)، زمینه فرهنگ شناسی، عطار.
- وثوقی، منصور، نیک خلق، علی اکبر (۱۳۸۶)، مبانی جامعه شناسی، نشر، تهران.
- مجموعه سخنرانی‌های مقام معظم رهبری (مدظله العالی)، نرم افزار حدیث ولایت.
- معین، محمد (۱۳۷۹)، فرهنگ فارسی، موسسه انتشاراتی امیر کبیر.
- موسسه نشر آثار مقام معظم رهبری، مجموعه کتب حدیث ولایت، اساسنامه سپاه پاسداران.
- مطهری، مرتضی (۱۳۷۲)، نظریه فطرت، کیان سال سوم خرداد.
- وثوقی، منصور؛ نیک خلق، علی اکبر (۱۳۸۶)، مبانی جامعه شناسی، نشر، تهران.
- مایکل همر، (۱۳۷۹)، فراسوی مهندسی دوباره، ترجمه دکتر عبدالرضا رضائی نژاد، نشر رسا.
- ناظمی، مهدی (۱۳۸۴)، سیاست‌های ساماندهی فرهنگی کشور، تهران، کمیسیون فرهنگی دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- ناظمی اردکانی، مهدی (۱۳۹۰)، هدف در مدیریت راهبردی فرهنگی کشور، انتشارات آوای نور.
- ناظمی اردکانی، مهدی (۱۳۹۳)، مبانی و چگونگی ترسیم نقشه مهندسی فرهنگی کشور.

ب. منابع لاتین

- Schein, E. H. (1992). **Organizational culture and leadership**