

## طراحی الگوی اسلامی - ایرانی

### مدیریت پوشش از دیدگاه مدیریت ارزش

محسن قدمی

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

حسین مظفر

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

عیسی کشاورز

دانش آموخته دکتری مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی

دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران (مسئول مکاتبات)

#### چکیده

**مقدمه و هدف پژوهش:** طراحی الگوی اسلامی - ایرانی مدیریت پوشش از دیدگاه مدیریت ارزش است. تحقیق از نوع مطالعات غیر تجربی و کاربردی است.

**روش پژوهش:** (۱) در مرحله وزن دهی به مدل مفهومی تحقیق از نظرات ۲۸۹ کارشناس (شامل: طراحان، تولیدکنندگان، فعالان اقتصادی و صاحب نظران حوزه و دانشگاه)، در خصوص ارزیابی وضعیت موجود مدیریت پوشش استفاده شده؛ (۲) در مرحله اولویت بندی ارزش های تحقیق، نظرات ۴۴ نفر از خبرگان توسط پرسشنامه محقق ساخته طراحی مدل بررسی شده و برای تعیین اولویت ارزش ها از تکنیک دلفی استفاده گردید. مدل (AGIL) پارسونز را به عنوان چهار بُعد مدل تحقیق انتخاب شد و سپس ارزش های بلانچارد و اوکانر را با توجه به کسب نظر از خبرگان، بومی نموده به عنوان شاخص های مدل جا نمایی شده است.

#### نتیجه گیری:

(۱) بر مبنای الگوی طراحی شده پژوهش می توان فعالیت های مدیریت پوشش در کشور را ارزیابی نمود و بهبود بخشید.

(۲) اهداف مطرح شده مبتنی بر شناسایی و دستیابی جهت مدیریت پوشش در کشور، مؤلفه های فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی در بهبود مدیریت پوشش تا حد امکان محقق شده است.

(۳) ارزش شادابی با ۳۰/۷ درصد، ارزش سودآوری با ۲۸/۲ درصد، ارزش هویت با ۲۳/۲ درصد و ارزش سلامت با ۱۷/۹ درصد به ترتیب چهار ارزش برتر مدل طراحی شده قرار گرفتند.

**واژگان کلیدی:** طراحی الگو، الگوی اسلامی - ایرانی، مدیریت پوشش، مدیریت ارزش

## مقدمه

نو آوری نه چیزی که از بیرون بیاید، مد آرایش مو، لباس و حرف زدن ما همه‌اش دارد از بیرون می‌آید (مجموعه سخنرانی‌ها ۱۳۹۱).

## بیان مسئله

«مد»ها الگوهای فرهنگی‌ای هستند که توسط بخشی از جامعه پذیرفته می‌شوند و دارای یک دوره‌ی زمانی نسبتاً کوتاه‌اند سپس فراموش می‌شوند (غروی زاده ۱۳۷۳، ۱۹۶). بنابراین «مدگرایی» آن است که فرد، سبک لباس پوشیدن و طرز زندگی و رفتار خود را طبق آخرین الگوها تنظیم کند و به محض آن که الگوی جدیدی در جامعه رواج یافت، از آن یکی پیروی نماید (دهخدا ۱۳۷۷).

گستره‌ی مد به اندازه‌ی گستره‌ی زندگی انسان است و تمامی شئون آن را در بر می‌گیرد. تغییرات مد گونه، در: علوم و فنون نظریه‌ها، گرایش به جنبه‌های مختلف علمی، الگوهای تربیتی، سبک منش و رفتار، پوشش، آرایش، محیط آرایشی و... قابل تسری است.

در عصر حاضر، تحولات بسیار سریع و غیر قابل پیش‌بینی در همه‌ی عرصه‌های زندگی اجتماعی متأثر از فرهنگ هستند

حال با توجه به اهمیت فرهنگ و پدیده‌های فرهنگی و نقش و تأثیر آن‌ها در سعادت و خوشبختی یا بالعکس در اضمحلال و نابودی یک جامعه این سؤالات مطرح می‌شود که اساساً مد چیست؟ چه عواملی بر آن تأثیرگذار هستند؟ چه پیامد مثبت و منفی‌ای در پی دارد؟ و در نهایت اینکه آیا فرهنگ و عناصر آن از قبیل مد و پوشش قابل مدیریت و اداره کردن هستند یا خیر؟

در راستای پاسخ به سؤالات فوق و با هدف طراحی الگوی مدیریت مد و پوشش در کشور، در این تحقیق در صدد هستیم که با توجه به ابعاد چهارگانه

لباس در زندگی امروزه انسان‌ها کارکردهای گسترده و متنوعی دارد. از جمله کارکردهای فردی، پاسخگویی به نیاز فطری یا خود استتاری است. بر اساس این نیاز، انسان در هر شرایطی حتی در محیطی که کسی نباشد، تمایل درونی به برخورداری از حداقل میزان پوشش دارد و از برهنگی می‌پرهیزد. همچنین تأمین امنیت فردی از جهت محافظت بدن از شرایط متنوع جوی و جلوگیری از تحریک هوسبازان برای هرگونه اقدام احتمالی، عامل مهمی برای رعایت پوشش در محیط خارج از خانه محسوب می‌شود (حداد عادل ۱۳۶۸).

مدیریت پوشش از لحاظ محتوایی یک مقوله و پدیده فرهنگی است، اگر به حال خود رها شود قطعاً صدمات جبران‌ناپذیری بر پیکره جامعه وارد خواهد نمود. پدیده مد برای ایجاد شادابی، نشاط و توسعه یک جامعه حیاتی و ضروری است و بدون آن در جامعه حالت پژمردگی، رکود و خمودگی ایجاد خواهد شد.

(امام خمینی (ره) ۱۳۶۰) می‌فرمایند:

بی‌شک بالاترین عنصری که در موجودیت هر جامعه دخالت دارد، فرهنگ آن جامعه است. اساساً فرهنگ هر جامعه، هویت و موجودیت آن جامعه را تشکیل می‌دهد و با انحراف فرهنگ، هر چند جامعه در بعدهای اقتصادی، سیاسی و صنعتی و نظامی قدرتمند و قوی باشد، ولی پوچ، پوک و میان تهی است. اگر فرهنگ جامعه‌ای وابسته و متأثر از فرهنگ مخالف باشد، ناچار دیگر ابعاد آن جامعه به جانب مخالف گرایش پیدا می‌کند و بالأخره در آن مستهلک می‌شود و موجودیت خود را در تمام ابعاد از دست می‌دهد» (مجموعه سخنرانی‌ها ۱۳۶۰).

مقام معظم رهبری می‌فرمایند: بنده با مد خیلی موافقم جز آدم‌هایی هستیم که به مد گرایش دارم اما مدی که از داخل جوشیده باشد چون مد یعنی ابتکار و

جای خود به عنوان سرآغازی در راستای دستیابی به این مهم از نوآوری ویژه‌ای برخوردار باشد.

اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی، الگوی مدیریت پوشش اسلامی - ایرانی از دیدگاه مدیریت ارزش را طراحی و ارائه نمایم.

### اهداف تحقیق

#### اهداف آرمانی

تهیه نقشه راه نظام ملی مد و لباس (پوشش) - نهادینه سازی مدیریت ارزش برای مهندسی مجدد فعالیت‌های فرهنگی - تهیه یک راهنمای مرجع برای اندیشمندان، اساتید، مدیران، طراحان و دانشجویان.

#### هدف اصلی:

دستیابی به الگوی اسلامی - ایرانی مدیریت پوشش بر اساس مبانی مدیریت ارزش در کشور  
اهداف فرعی:

- شناسایی و تعیین میزان تأثیر متغیرهای جانبی ارزش‌های اجتماعی بر طراحی الگوی پوشش اسلامی - ایرانی
- شناسایی و تعیین میزان تأثیر متغیرهای جانبی ارزش‌های اقتصادی بر طراحی الگوی پوشش اسلامی - ایرانی
- شناسایی و تعیین میزان تأثیر متغیرهای جانبی ارزش‌های فرهنگی بر طراحی الگوی پوشش اسلامی - ایرانی
- شناسایی و تعیین میزان تأثیر متغیرهای جانبی ارزش‌های سیاسی - اعتقادی بر طراحی الگوی پوشش اسلامی - ایرانی

#### اهداف کاربردی

پیاده‌سازی الگوی اسلامی - ایرانی مدیریت پوشش از دیدگاه مدیریت ارزش جهت مشخص نمودن چارچوب کلی طراحی مد و لباس در کشور.

#### اهمیت و ضرورت انجام تحقیق

علاوه بر تغییرات در لباس‌ها و الگوهای تزئینی، مدها تنها محدود به این جنبه از زندگی اجتماعی نمی‌شوند. تغییرات مد گونه در فنون، نظریه‌ها، علایق به جنبه‌های مختلف علمی هر جنبه از زندگی اجتماعی نیز در این محدوده جای می‌گیرند. در این میان نقاشی، تئاتر، معماری، تزئینات خانگی، آداب پذیرایی، ادبیات، مدیریت، تجارت، عقاید سیاسی، فلسفه و روانشناسی، علوم اجتماعی و حتی حوزه‌های غیر قابل انعطاف مانند فیزیک و ریاضیات را در بر می‌گیرد (حیدری ۱۳۷۶، ۲۳).

آنچه در زمان حال در ترویج مد و مد گرایی تأثیر قابل ملاحظه‌ای دارد بحث تبلیغات از طریق رسانه‌های جمعی است. به علاوه پدیده مد و مد گرایی اغلب در میان قشر جوان مشاهده می‌گردد زیرا جوان در پی هویت یابی، زیبایی و خواستار خود نمایی بوده و با کنش‌های هیجانی خود همواره به دنبال مد می‌رود و در این میان زنان و دختران به دلیل خصلت زینت خواهی و خودآرایی بیشتر از مردان به سمت مدهای روز گرایش و تمایل نشان می‌دهند. بنابراین ملاحظه می‌شود که مد صرفاً مربوط به لباس و پوشش نبوده و سایر جنبه‌های زندگی را نیز در برمی‌گیرد. به علاوه مد آموختنی است و از طریق آموزش به ویژه از طریق وسایل ارتباط جمعی گسترش می‌یابد و در میان اقشار جامعه و جوانان، زنان و دختران بیشتر از سایرین مد گرا هستند. (کشاورز ۱۳۹۰، ۱۸۰) از آنجا که تاکنون تحقیقی که در آن مشخص گردد که چه الگویی را می‌توان جهت مدیریت مد و لباس در کشور طراحی نمود صورت نگرفته است. این تحقیق می‌تواند در

## سؤال‌های تحقیق

### سؤال اصلی

مبانی طراحی الگوی اسلامی- ایرانی مدیریت پوشش بر اساس نظریه مدیریت ارزش در کشور کدامند؟

### سؤال‌های فرعی

تأثیر ارزش‌های اجتماعی بر طراحی الگوی اسلامی- ایرانی مدیریت پوشش در کشور از دیدگاه مدیریت ارزش تا چه میزان است؟

تأثیر ارزش‌های اقتصادی بر طراحی الگوی اسلامی- ایرانی مدیریت پوشش در کشور از دیدگاه مدیریت ارزش تا چه میزان است؟

تأثیر ارزش‌های فرهنگی بر طراحی الگوی اسلامی- ایرانی مدیریت پوشش در کشور از دیدگاه مدیریت ارزش تا چه میزان است؟

تأثیر ارزش‌های سیاسی- اعتقادی بر طراحی الگوی اسلامی- ایرانی مدیریت مد و لباس در کشور از دیدگاه مدیریت ارزش تا چه میزان است؟

مدیریت بر مبنای ارزش‌ها

اگر چه در گذشته مقوله ارزش‌ها، در رویکردهای مدیریتی از اهمیت زیادی برخوردار نبود، ولی امروزه، ارزش‌ها در روندهای مدیریتی از نقش محوری برخوردار هستند.

متناسب با نیاز روزافزون به جذب درجه‌های بسیار بالای پیچیدگی و عدم قطعیت در سازمان‌های تجاری، رویکرد سنتی «مدیریت بر مبنای دستورالعمل‌ها» که در ابتدای قرن ۲۰ بسیار مقبول بود، از دهه ۱۹۶۰ تاکنون جای خود را به «مدیریت بر مبنای اهداف» داده است و امروزه رویکرد دیگری در حال تکوین است که از آن به عنوان «مدیریت بر مبنای ارزش‌ها» نام می‌برند (بلانچارد و اوکانر<sup>۱</sup> ۱۳۸۱).

گفته می‌شود این سیر تکاملی پیامد ظهور چهار روند سازمانی در میان دهه‌های اخیر است. این روندها، سازمان‌ها را وادار کرده‌اند تا به منظور حفظ قابلیت‌های رقابتی خود در بازارهای بسیار متوقع و غیرقابل پیش‌بینی امروزی خود را با شرایط نو سازگار کنند.

این روندها عبارتند از:

۱- ضرورت بهبود کیفیت و مشتری مداری ۲- ضرورت تخصص‌گرایی، استقلال عمل و پاسخگویی در میان کارکنان ۳- ضرورت تبدیل «رئیسان» به رهبران و تسهیل‌کنندگان ۴- ضرورت ایجاد ساختارهای سازمانی «تخت‌تر» و چالاک‌تر

پیشینه و ادبیات تحقیق

پوشش به عنوان، شأنی از شئون انسان است. پدیده‌ای با خصوصیات مختلف فردی و اجتماعی از دیدگاه‌های مختلف روانشناسی، اخلاق، اقتصاد، جامعه‌شناسی، مذهب، فرهنگ، قانون، تاریخ، جغرافیا مورد مطالعه قرار گرفته است. محقق با تلفیق نظریه کنش‌های اجتماعی پارسونز بر اساس مکتب مدیریت ارزش و با بومی کردن یافته‌ها با هدف طراحی الگو درصد مطالعه این موضوع به شکل نوین آن برآمده است.

### نظریه پارسونز (مدل AGIL)

در نظریه پارسونز ساخت عبارت است از: آرایش عناصر یک نظام اجتماعی به ترتیبی که می‌توان این آرایش را از نوسانات ناشی از روابط نظام با محیط ایمن دانست. پارسونز عقیده دارد جامعه و تمامی سیستم‌ها دارای چهار نیاز جهت اثربخشی و کارآمدی هستند. این نیازها عبارتند از:

۱) انطباق: یک نظام باید با پیشامدهای موقعیتی خارجی کنار بیاید. باید خود را با محیط و محیط را با نیازهایش منطبق کند.

- ۲) دستیابی به اهداف: یک نظام باید مشخص و اهداف نخستین آن قابل دسترس باشد.
- ۳) انسجام: یک نظام باید روابط بین اشخاص را در قسمت‌های مشترک تنظیم کند. همچنین باید روابط بین سه کارکرد ضروری دیگر را به عهده بگیرد.
- ۴) بقا: یک نظام باید فراهم کننده، محافظ و احیاگر انگیزه‌های افراد و الگوی فرهنگی باشد (بلانچارد و اوکانر ۱۳۸۱، ۱۸۸).
- ✓ به جهانی اعتقاد داشته باشد که قانون بر آن حکم فرماست و در ضبط و کنترل انسان است.
- ✓ انسانی است که به علم و فن‌آوری بیشتر ایمان دارد.
- ✓ انسانی است که معتقد به عدالت برای همگان است، یعنی معتقد است که اجر و پاداش هر کس باید بر اساس تلاش و کاری که می‌کند باشد نه از روی هوی و هوس
- ✓ در برابر عقاید دیگران جهت‌گیری آزاداندیشانه دارد.
- ✓ نیازمند اختلاف عقاید و آگاهی از این اختلاف است.

### نظام اقتصادی

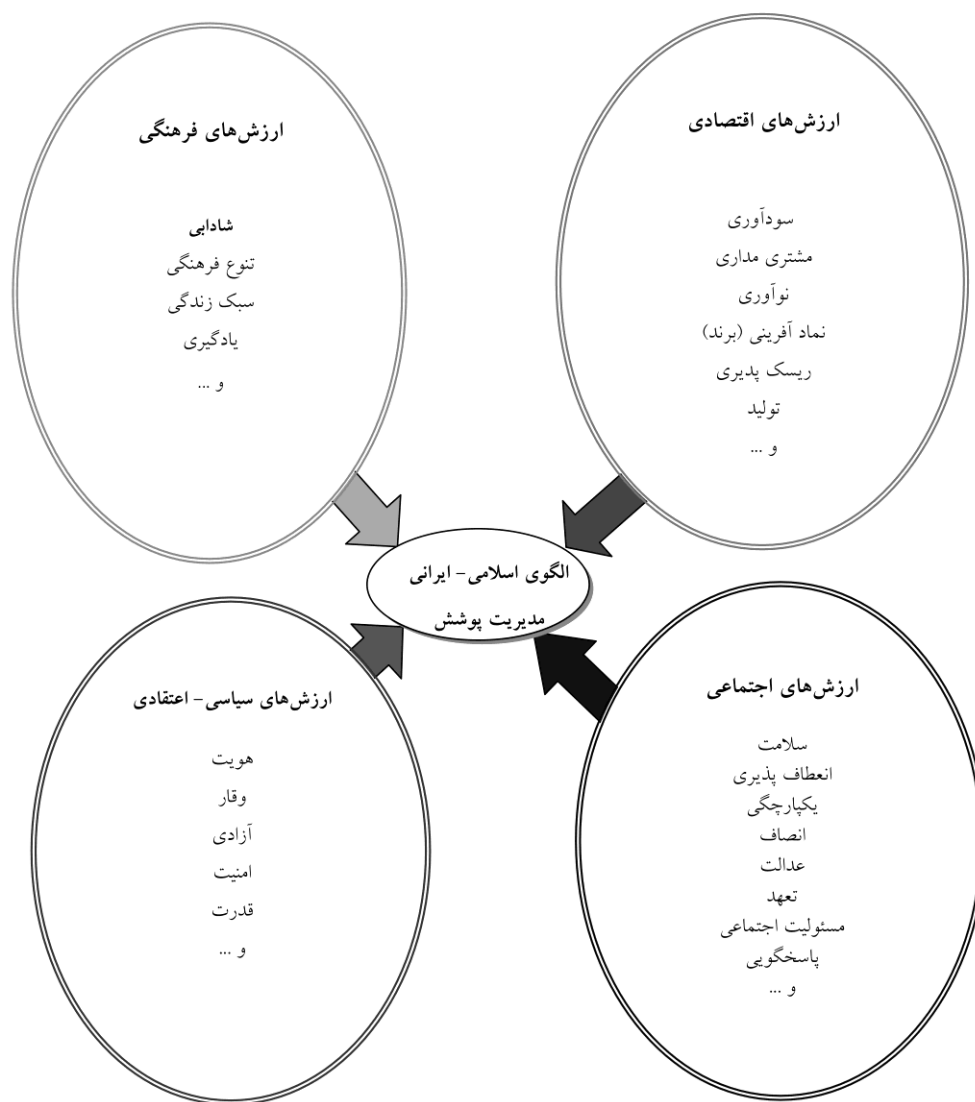
- خرده نظامی است که وظیفه انطباق را اجرا می‌کند. خرده نظامی که از طریق کار، تولید و تخصیص مشاغل، کارکرد تطبیق با محیط را انجام می‌دهد. اقتصاد، محیط را با نیازهای جامعه منطبق می‌کند و به انطباق جامعه در واقعیت‌های جهانی کمک می‌کند (ریترز ۱۳۸۱، ۱۳۱).
- مطالعات دانشمندان نشان می‌دهد در جوامعی فرایند توسعه سرعت می‌پذیرد که بیشترین انسان توسعه‌گرا را تربیت کرده باشند؛ برای انسان‌های توسعه‌گرا مشخصات زیر را مطرح کرده‌اند:
- ✓ انسان توسعه‌گرا انسانی است که به حال و آینده بیشتر از گذشته متوجه باشد.
- ✓ انسانی که تقسیم زمان به ساعات ثابت را بپذیرد و برای وقت ارزش قائل باشد.
- ✓ متمایل به برنامه‌ریزی، ساماندهی و سازماندهی امور باشد.
- ✓ معتقد باشد که بیاورد تا از سلطه محیط خارج و بر آن مسلط شود.
- ✓ به قابل محاسبه بودن جهان عقیده داشته باشد.
- نظامی است که وظیفه دستیابی به اهداف را اجرا می‌کند. تحقق بسیاری از آرمان‌های اسلامی در گرو مشارکت و حضور فعال آحاد مردم در جریان فرآیند توسعه است و مدیریت فرهنگ سیاسی، جزئی از اعمال مدیریت امور مربوط به مدیریت توسعه است. مفهوم مدیریت فرهنگ سیاسی را می‌توان در این جمله خلاصه کرد «نیرومندترین فرد جامعه هرگز چندان نیرومند نیست که بتواند همیشه سروری کند مگر آن که، نیرو را به حق و فرمانبری را به وظیفه تبدیل سازد».
- برای توسعه مشارکت مردم در فرآیند توسعه باید ابتدا روحیه مبارزه‌جویی، حقیقت‌جویی، آرمان‌خواهی آزاداندیشی، آزاد زیستن، همراه با سایر افراد جامعه خوب و مرفه زندگی کردن، احیا شود.
- برای توسعه مشارکت مردم در فرآیند توسعه باید «هنر به هم پیوستن انسان‌ها» به طور مستمر افزایش یابد.

- برای توسعه مشارکت مردم در فرآیند توسعه باید، نرخ رشد تحرک اجتماعی و افزایش خواسته‌های سیاسی را با نرخ رشد هنر سازماندهی سیاسی و نهادینه شدن امور متعادل ساخت.

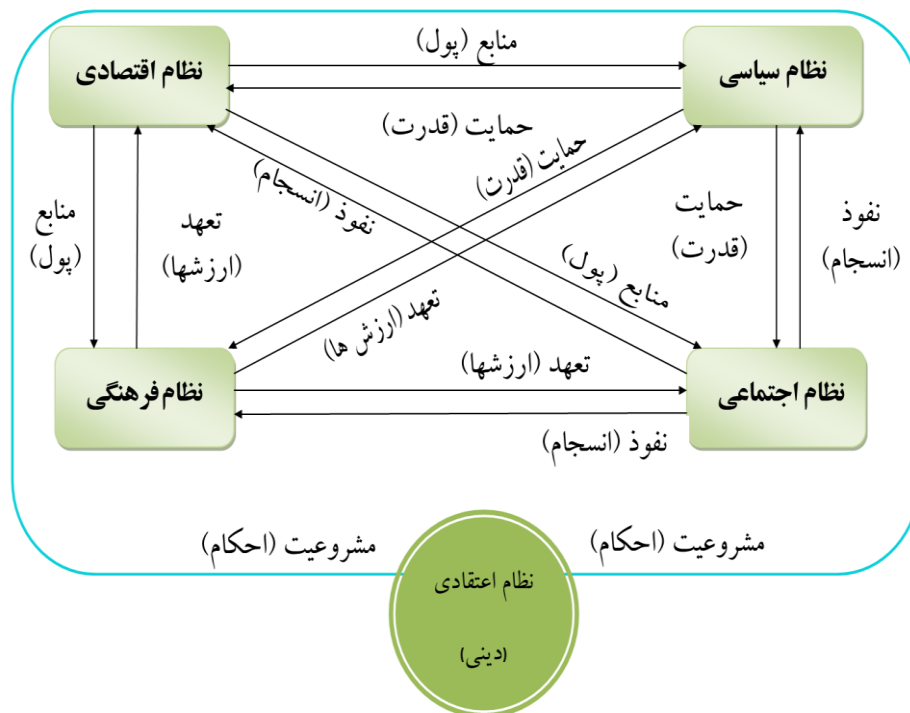
- دولت‌ها برای توسعه به وحدت، حمیت، اخلاق و انضباط نیازمندند تا به مردمشان پیوند خورده و مسیر توسعه را طی کند.

با بیانی دیگر وقتی بستر مشارکت مردم در حاکمیت جامعه اسلامی شکل می‌گیرد که باورها و تمایلات و رفتارهای تمام سطوح مدیریت و با

خواسته‌های بر خواسته از باورها و تمایلات و رفتارهای مردم از یک منبع اعتقادی و فکری نشأت گرفته باشد و اگر چنین نشد و خواسته‌های مردم پیش از آنکه زائیده مدیریت فرهنگ داخلی باشد نشأت‌گرفته از فرهنگ تهاجم خارجی شود آغاز رشد بحران‌های سیاسی و استحاله نظام اسلامی خواهد بود (صالحی امیری ۱۳۸۹، ۱۳۷).



نمودار ۱: مدل مفهومی تحقیق- تلفیقی از مدل بومی شده



نمودار ۲: چارچوب نظری تحقیق

### نظام فرهنگی

محوری، اوقات فراغت، آداب و رسوم، قوانین و مقررات و... دارد.

نظام فرهنگی که از طریق انتقال هنجارها و ارزش‌های فرهنگی به کنشگران، کارکرد سکون یا نگه داشت الگو را انجام می‌دهد و کارکرد پنهان آن به وسیله انتقال فرهنگی (هنجارها و ارزش‌ها) کنشگران و پذیرفتن آن‌ها درونی می‌شود.

### مدل مفهومی تحقیق

چهار نظام مدل AGIL پارسونز در سطوح مختلف دارای خرده نظام‌ها و نظام کنش ارگانیکی با هم در کلیه سطوح این چهار نظام تعامل دارند و از طریق این سازگاری و تعاملات است که دستیابی به هدف و بسیج منابع برای دستیابی به آن‌ها انجام می‌شود. پارسونز در تحلیل نظام اجتماعی علاوه بر این که ساختارگرا بوده یک کارکرد گرا به شمار می‌رود. از نظر او هر نظام اجتماعی باید چنان ساختار گیرد تا بتواند به گونه‌ای سازگار با نظام‌های دیگر عمل کند. دوم آن که هر نظام اجتماعی برای این که باقی بماند باید از پشتیبانی ضروری نظام‌های دیگر برخوردار باشد. سوم؛ هر نظامی باید نیازهای مهم کنش‌گراش را به اندازه کافی برآورده سازد. چهارم آن که یک نظام باید مشارکت کافی اعضایش را برانگیزاند. پنجم: یک

حوزه فرهنگ اعتقادی، منظور اندیشه‌ها، احساسات و رفتارهایی است که ریشه در اعتقادات و باورهای دینی افراد دارد.

### نظام اجتماعی

حوزه اجتماعی رفتارها و بازتاب عملی اندیشه‌ها، احساساتی است که اکثریت افراد جامعه در ارتباطات اجتماعی از خود نشان می‌دهند. این حوزه توجه به متغیرهایی مانند نوع خانواده، پایگاه اجتماعی، تحصیلات، روابط زن و مرد و فرزندان، ظواهر، مشارکت عمومی، نظم و انضباط، قانونمندی، علم

و دستورالعمل‌های صحیح و درستی است که راهنمای تفکر، رفتار و ارتباط افراد می‌شود، دانایی توسط افراد ساخته می‌شود و راجع به روابط علی پدیده‌ها است (لیبولد و همکاران ۱۳۹۱).

#### ج) دیدگاه تجربی

در دیدگاه تجربی عمدتاً منظور از دانایی سازمانی است و از آنجا که دانایی سازمان محصول دانایی تک‌تک اعضای سازمان است پس دانایی همه اقدامات و تصمیمات سازمانی را در برمی‌گیرد.

هدف عمده از نظام مدیریت دانش عبارت است از دانش شناخت و آگاهی نسبت به آنچه می‌دانیم و در مرحله بعد ایجاد و تولید آنچه بدان نیاز می‌باشد. بدین منظور برای پیاده‌سازی و به‌کارگیری نظام مدیریت دانایی در سازمان نیاز هست که در ابتدا نیازهای واقعی به دانش، مورد شناسایی قرار گیرد و زمانی که این نیازها مورد شناسایی قرار گرفتند منابع تولید دانش و راهکارهای به اشتراک‌گذاری دانش نیز شناسایی شوند و همزمان با این فرایند کارکنان را به تولید دانش بیشتر و جدیدتر تشویق نمایند.

نظام مدیریت دانایی باید همزمان با شناسایی دانش، آن را ذخیره و سازماندهی نماید و نسبت به اشاعه آن همت گذارد. ضمن توجه به موارد یاد شده به روز آوری دانش نیز باید در مدیریت دانایی مورد توجه قرار گیرد (بیگدلی و همکاران ۱۳۸۶، ۴).

هر چند هر دو مفهوم مدیریت دانش و مدیریت دانایی در بعضی جهات به همدیگر نزدیک هستند، هر کدام دارای ویژگی‌هایی مخصوص به خود نیز هستند که عمده اختلاف این دو مربوط به تفاوت بین ماهیت اطلاعات و دانش و تفاوت در فرایندهای مدیریت دانش داده اطلاعات دانش خرد و مدیریت دانایی است.

هدف کلی مدیریت دانش افزایش کارآمدی، ماندگاری سازمان‌ها، صرفه‌جویی در زمان، ایجاد رابطه

نظام باید حداقل نظارت را بر رفتار بالقوه خوب اعضایش داشته باشد. ششم: تلفیق و تعامل کارکردهای نظام برای بقای سیستم، حیاتی است. در بررسی نظریه پارسونز نظام فرهنگی بیشترین اهمیت را داشته و بر تارک نظام کنش پارسونز جای دارد. او خودش را جبرگرای فرهنگی نامیده است (ریترز ۱۳۸۱، ۱۳۷).

#### چارچوب نظری تحقیق

چارچوب نظری پژوهش در نمودار شماره ۲ ارائه شده است.

#### نظریه‌های مدیریت دانایی و مدیریت دانش ارزش

دانایی همانند درختی است که ریشه‌های آن تئوری‌های عمیق علمی است که در طول زمان توسعه یافته‌اند و لایه زیرین دانایی را تشکیل می‌دهند. سه دیدگاه در مدیریت دانایی قابل تعریف است:

#### الف) دیدگاه فلسفی

در دیدگاه فلسفی، دانایی مترادف معرفت شناسی<sup>۲</sup> است. در فلسفه غرب به خصوص در فلسفه یونان قدیم دو دیدگاه سنتی معرفت شناسی و دیدگاه خردگرایان تمرکز بر ویژگی حقیقت بودن دانایی دارند. خردگرایان دانایی صحیح و درست را محصول فرایندهای ذهنی می‌دانند نه محصول تجربه حسی.

در مقابل تجربه‌گرایان معتقدند منبع اصلی دانایی فقط تجربیات حسی هستند. در دیدگاه فلسفی دانایی عبارت است از عقاید صحیح و توجیه‌پذیر که نتیجه تلاش انسان در ارتباط با حقایق دنیای خارج است.

#### ب) دیدگاه مفهومی

در دیدگاه مفهومی دانایی عبارت است از: اطلاعات سازماندهی‌شده برای حل مسائل قابل کاربرد و یا دانایی شامل حقایق، باورها، مفاهیم، دورنماها، قضاوت‌ها، انتظارات و آگاهی‌های عملیاتی است. در تعریف دیگر دانایی مجموعه کامل بصیرت‌ها، تجربیات



۲) مدیریت دانایی این توانایی را دارد که دارایی‌های ذهنی و معنوی کارکنان را به عنوان ارزشمندترین دارایی‌های یک سازمان شناسایی و مورد ارزیابی قرار دهد.

۳) همچنین توجه جدی به سرمایه‌گذارانی که برای سهامداری در شرکت‌ها به دارایی معنوی و دانش سازمان‌ها علاقه دارند.

### الزامات مدیریت دانایی

سیستم‌های مدیریت دانایی باید به همه افرادی کمک کنند که در فرایندهای ادراک، ارزیابی و سازماندهی کار مشارکت دارند؛ مانند کارکنان جدید سازمان، مدیران، تحلیل‌گران سیستم، مشتریان و تهیه‌کنندگان مواد اولیه و...

الزامات سیستم‌های مدیریت دانایی عبارتند از:

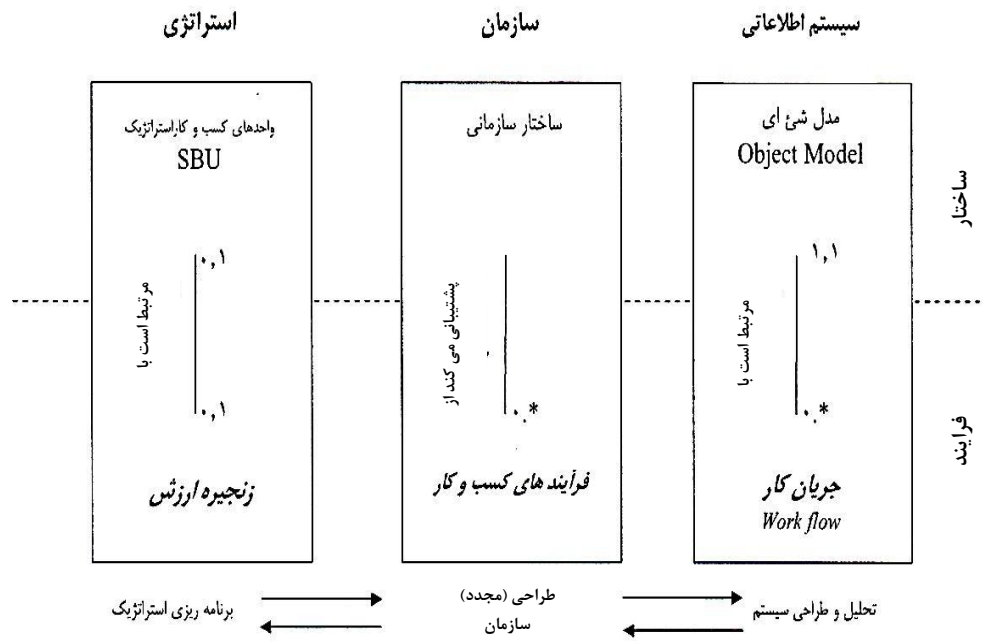
- ۱) تاکید بر روی مفاهیم
- ۲) استفاده مجدد از دانش موجود
- ۳) مدیریت دانایی فرایندی پایان‌ناپذیر: فناوری جدید، رویکردهای مدیریتی نو و اهمیت مشتری همیشه باید در مدیریت دانش مد نظر قرار گیرند.
- ۴) حمایت از دیدگاه‌های مختلف
- ۵) یکپارچه‌سازی دانش با اطلاعات: در سیستم‌های مدیریت دانایی تاکید بر دانش است نه اطلاعات. سیستم‌های مدیریت دانایی فناوری‌هایی هستند که مدیریت دانایی و به طور خاص ایجاد، مستندسازی و انتقال دانش را در سازمان‌ها پشتیبانی می‌کنند. دانش و تخصص موجود در سازمان‌ها زمانی ارزش بیشتری ایجاد می‌کنند که به سرعت به کار گرفته شده و در عین حال بر انتقال دانش تخصصی تاکید شود.
- مدیریت دانایی در واقع یک سیستم اطلاعاتی است که با توجه به مدل‌های داده‌ای و فرایندی سازمان شکل گرفته و توسعه داده می‌شود (کوادوس ۲۰۰۵).<sup>۳</sup>

با مشتری، برانگیختن خلاقیت و نوآوری، کاهش دوباره کاری و افزایش رضایتمندی مشتریان می‌باشد (صراف زاده ۱۳۸۴).

### اهداف مدیریت دانایی

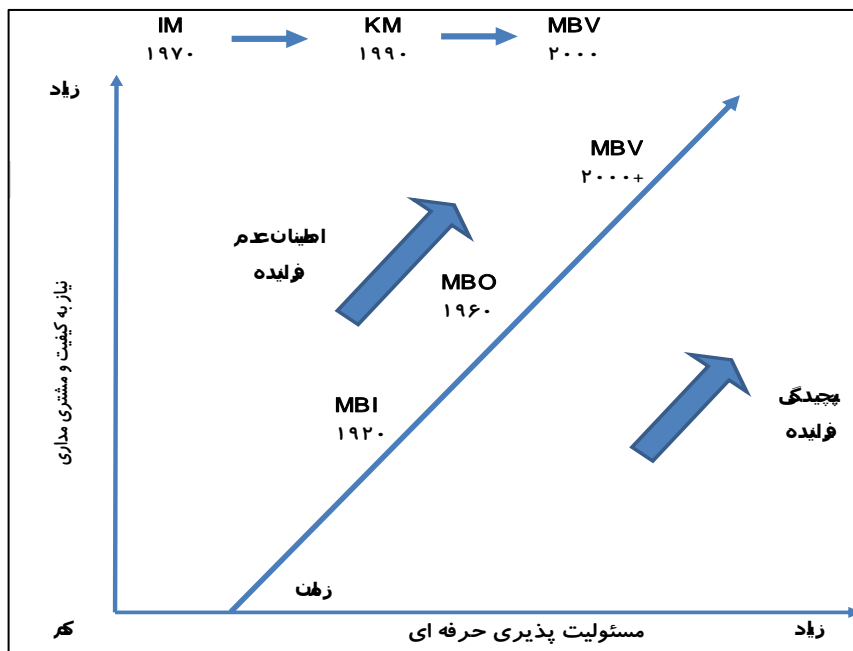
مدیریت دانایی چهار مزیت عمده برای سازمان دارد: افزایش کارایی، بهره‌وری، کیفیت و نوآوری. به طور کلی در امر مدیریت دانایی هدف هر سازمانی این است که هر کاری که در سازمان انجام می‌شود طوری مدیریت شود که تأثیر مثبتی بر روی فعالیت‌های کارکنان داشته باشد (حسن‌زاده ۱۳۸۶، ۳۶). در مدیریت دانایی مفاهیمی وجود دارد که توجه جدی به آن‌ها در جهت ارتقاء کارایی مدیریت دانایی بسیار مهم است. این مفاهیم عبارتند از: به اشتراک گذاشتن دانش، ایجاد اعتماد و استفاده از مفیدترین و بهترین تجربه‌ها. نقش مدیران ارشد در تحکیم این مفاهیم و در نتیجه مدیریت بهینه دانش غیر قابل انکار است. از جمله نقش‌هایی که مدیران ارشد در فرایند مدیریت دانایی می‌توانند داشته باشند عبارتند از:

- ایجاد نگرش مثبت درباره مدیریت دانایی در بین کارکنان سازمان
- ترکیب و بکارگیری مدیریت دانایی در برنامه‌های استراتژیک سازمان
- ارائه و آموزش مدیریت دانایی به مدیران میانی و همکاری
- تسری نگرش «به اشتراک‌گذاری دانایی در بین کارکنان سازمان (حسن‌زاده ۱۳۸۶، ۳۶)
- برای دستیابی به اهداف مدیریت دانایی باید وجهه عمومی این نظام را در سازمان ارتقا داد.
- ۱) مدیریت دانایی این اجازه را به مدیران سازمان‌ها می‌دهد که نیروی بالقوه افراد را به کار گرفته و آنان را قادر سازد که فعال‌تر و کارآمدتر گردند.



نمودار ۳: دیدگاه‌های مختلف سیستم مدیریت دانش و ارتباطات بین آن‌ها (فرانک وی ۲۰۰۰)

مدیریت بر مبنای ارزش (مدیریت مبتنی بر ارزش) باعث پیدایش، تقویت و تأیید ارزش‌های سازمانی می‌شود. مقصود از مدیریت مبتنی بر ارزش، رابطه‌ای است که بین مدیر و زیردستان وجود دارد و آن بر اساس ارزش‌های مشترک و ارزش‌های نهادینه شده‌ای است که مورد تأیید مدیریت سازمان بوده و در گفتار و کردارشان به آن‌ها پایبند است. (استیسی ۱۳۸۲، ۲۴۹).



نمودار ۴: تغییر جهت در کانون توجه مدیریت (بلانچارد و اوکانر)

جدول (۱): بررسی مسیرهای مدیریت

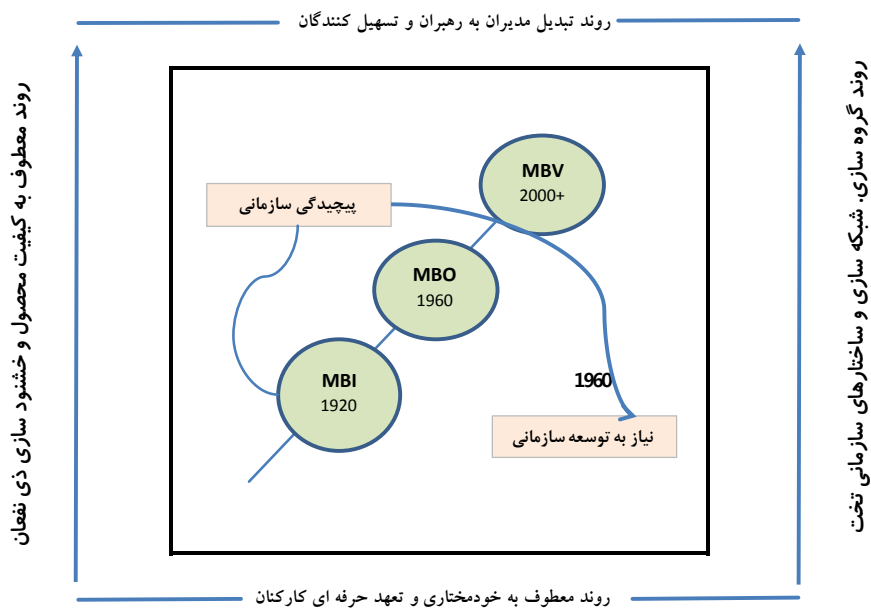
مثال	جایگاه آن در زنجیره «تصمیم‌گیری / اقدام»	مفهوم پایه	ارزش‌ها
«کیفیت» برای ما اولین و مهم‌ترین است	انتخاب استراتژیک اولیه، ویژگی بنیادی یا ذاتی	«این که چگونه باید باشیم»	
دریافت استاندارد ایزو ۹۰۰۱ در ظرف یک سال	قصد ابزاری واسطه	«این که می‌خواهیم به چه چیزی دست یابیم»	اهداف
دریافت گواهینامه رسمی کیفیت	پیامد قابل مشاهده پس از انجام اقدام	«چیزی که به آن دست یافته ایم»	واقعیت

### سیر تکامل مدیریت بر مبنای ارزش‌ها

غیرقابل پیش‌بینی امروزی خود را با شرایط نوسازگار کنند. این روندها عبارتند از:

- ۱- ضرورت بهبود کیفیت و مشتری مداری ۲ -
- ضرورت تخصص‌گرایی، استقلال عمل و پاسخگویی در میان کارکنان ۳- ضرورت تبدیل «رئیسان» به رهبران و تسهیل‌کنندگان ۴- ضرورت ایجاد ساختارهای سازمانی «تخت‌تر» و چالاک‌تر.
- شرایط رقابتی ایجاب می‌کند که فرایندهای تولید را به گونه‌ای بازآفرینی کنیم که اطمینان یابیم مشتری همیشه از رابطه بین قیمت، کیفیت و عملکرد کاملاً خشنود است.

متناسب با نیاز روزافزون به جذب درجه‌های بسیار بالای پیچیدگی و عدم قطعیت در سازمان‌های تجاری، رویکرد سنتی «مدیریت بر مبنای دستورالعمل‌ها» که در ابتدای قرن ۲۰ بسیار مقبول بود، از دهه ۱۹۶۰ تاکنون جای خود را به «مدیریت بر مبنای اهداف» داده است و امروزه رویکرد دیگری در حال تکوین است که از آن به عنوان «مدیریت بر مبنای ارزش‌ها» نام می‌برند. این روندها، سازمان‌ها را وادار کرده‌اند تا به منظور حفظ قابلیت‌های رقابتی خود در بازارهای بسیار متوقع و



نمودار ۵: ارزیابی سه مسیر مدیریت سازمان‌ها

**مدیریت از راه ارزش‌ها<sup>۴</sup>**

سازمان‌های فردا باید در فضای «جهانی شدن» رقابت کنند تا زنده بمانند. فضای جهانی کسب‌وکار یعنی مشتری، بازار، رقابت و فناوری جهان. در نتیجه سازمان‌هایی که می‌خواهند زنده بمانند باید به جای اتکا به حمایت‌های دولتی و تعرفه‌ای، به توانایی‌ها و قابلیت یادگیری خود تکیه کنند. رویکرد مدیریت از راه روش‌ها - که به اختصار MBV<sup>۵</sup> نامیده می‌شود - در سه گام خلاصه و معرفی می‌شود.

گام اول: شفاف‌سازی مأموریت.

گام دوم: نشان دادن مأموریت و ارزش‌ها در جان و دل کارکنان.

گام سوم: همسو کردن اقدامات روزمره با مأموریت و ارزش‌ها.

MBV زمانی مؤثر خواهد بود که سازمان شایستگی‌های کلیدی خود را یافته و درصدد شناسایی و بهبود مداوم خود که بیشترین ارزش را برای مشتریان می‌آفریند، باشد.

**مدیریت پوشش در اسلام و ایران**

از نظر اسلام محدودیت کامیابی‌های جنسی به محیط خانوادگی و همسران مشروع، از جنبه روانی به بهداشت روانی اجتماع کمک می‌کند و از جنبه خانوادگی سبب تحکیم روابط افراد خانواده و برقراری صمیمت کامل بین زوجین می‌گردد و از جنبه اجتماعی موجب حفظ و استیفای نیروی کار و فعالیت اجتماع می‌گردد و از نظر وضع زن در برابر مرد، سبب می‌گردد که ارزش زن در برابر مرد بالا رود.

اسلام می‌خواهد فرهنگ و ارزش‌های خانواده در شکل قانونمندی مبنای تعیین نوع حجاب باشد کاملاً آزاد برخلاف برخی سیستم‌هایی که کار و فعالیت را با خواست‌های ارضای شخصی در هم می‌آمیزد، اسلام می‌خواهد این دو محیط را کاملاً از یکدیگر تفکیک

کند و علاوه بر این حجاب امری فطری است (مطهری ۱۳۷۲، ۶۸).

**تعریف حجاب**

کلمه حجاب، در لغت به معنای پرده افکندن و حائل قرار دادن میان دو چیز است و امروزه به پوشش ظاهری زنان اطلاق می‌شود (مطهری ۱۳۷۲، ۶۳). علاوه بر این، پوشش زنان ضمن تأمین حدود پوشش اسلامی، باید بتواند برجستگی‌های اندام بدن را نیز بپوشاند و به عبارتی گشاد باشد و از سوی دیگر بدن‌نما نباشد یعنی از زیر پارچه آن اندام بدن نمایان نشود.

**تعریف لباس و پوشش**

کلمه لباس از مصدر لبس در عربی به معنی شبه و عدم وضوح است و در فارسی به معنی تن پوش، پوشش، پوشاک و از فعل پوشیدن و پوشاندن است. در زبان انگلیسی لفظ clothes و dress به کار می‌رود.

**مد و مد گرایی و تأثیرات آن در تغییرات فرهنگی****جوامع**

مد و مد گرایی به عنوان حقیقتی اجتناب‌ناپذیر و جزئی لاینفک از جامعه مصرفی و ماشینی می‌باشد و تنها جوامعی از این پدیده نو ظهور آسیب جدی خواهند دید که جوامعی تقلید کننده و یا به عبارتی جوامع هدف خواهند بود. متعاقباً باعث منفعل شدن جوانان و از کار افتادن قوه ابتکار و نو آوری و بروز مشکلات عدیده خواهد شد (فاضلی ۱۳۸۲، ۸۲).

در چرخه مد گرایی کشورهای توسعه نیافته از کشورهای توسعه یافته و پیشرفته تقلید می‌کنند و همین جاست که لطمات جبران‌ناپذیری بر فرهنگ ملت‌ها وارد خواهد آمد. پیروی از این مد‌ها جوامع را به سوی مصرف‌گرایی سوق می‌دهد و زندگی مصرفی

در طرح متعالی اسلام، لباس باید موجب فروتنی، خشوع و خضوع انسان در برابر خداوند متعال شود و تجمل‌پرستی و چشم و هم چشمی و اسراف و مصرف‌گرایی افراطی، در تهیه لباس مورد توجه قرار نگیرد.

### شاخص‌های مد اسلامی - ایرانی

امروزه لباس هویت خاصی را از افراد و حتی جامعه نمایان می‌کند. الگوهای مختلف پوشش و مد، ضمن ایجاد شخصیت و تبیین جایگاه فردی، بیانگر سنت‌ها، ارزش‌ها و نوع فرهنگ حاکم بر جوامع هستند. لباس و پوشش با هنجارها و ارزش‌های حاکم بر جوامع گره خورده است و می‌تواند به عنوان یکی از ابزارهای مهم در جهت شناخت فرهنگ و هویت ملی و حتی وقوع تحول در ساختار فرهنگی یک جامعه به کار می‌رود. بسیاری از قدرت‌های استعماری از این حربه برای نفوذ فرهنگی در ملت‌ها و در نهایت سلطه همه جانبه بر آن‌ها استفاده کرده و می‌کنند. کشف حجاب در دوران رضاخان پهلوی و تلاش اروپاییان برای ترویج فرهنگ ابتذال در ایران از طریق مدها و الگوهای ضد اخلاقی پوشش غربی در پیش از انقلاب، گواهی بر این مدعاست. (بنیانیان ۱۳۹۰، ۲۱)

### فرضیه‌های تحقیق

با توجه به این که در این تحقیق، محقق در صدد طراحی الگویی اسلامی - ایرانی مدیریت پوشش در کشور از دیدگاه مدیریت ارزش می‌باشد لذا خود الگو به منزله فرضیه تحقیق است که می‌تواند مورد سنجش و اندازه‌گیری قرار گیرد.

### متغیرهای تحقیق

متغیر مستقل: ارزش‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی - اعتقادی

هم فرهنگ خاص خود را به دنبال خواهد داشت که ریشه در فرهنگ همان کشورهای مبدا دارد و به تدریج باعث ایجاد تغییرات اساسی فرهنگی در سبک و شیوه زندگی کشورهای مقصد می‌گردد. به عبارتی این چرخه باعث از بین رفتن اعتماد به نفس، قدرت تصمیم‌گیری و خلق نوآوری در کشورهایی که از مد‌گرایی پیروی می‌کنند می‌گردد؛ زیرا همیشه چشم به این دارند که کشورهای صاحب مد چه مدهای جدیدی از انواع کالاها عرضه خواهند نمود تا آن‌ها تهیه نمایند.

### رابطه بین فرهنگ و پوشش

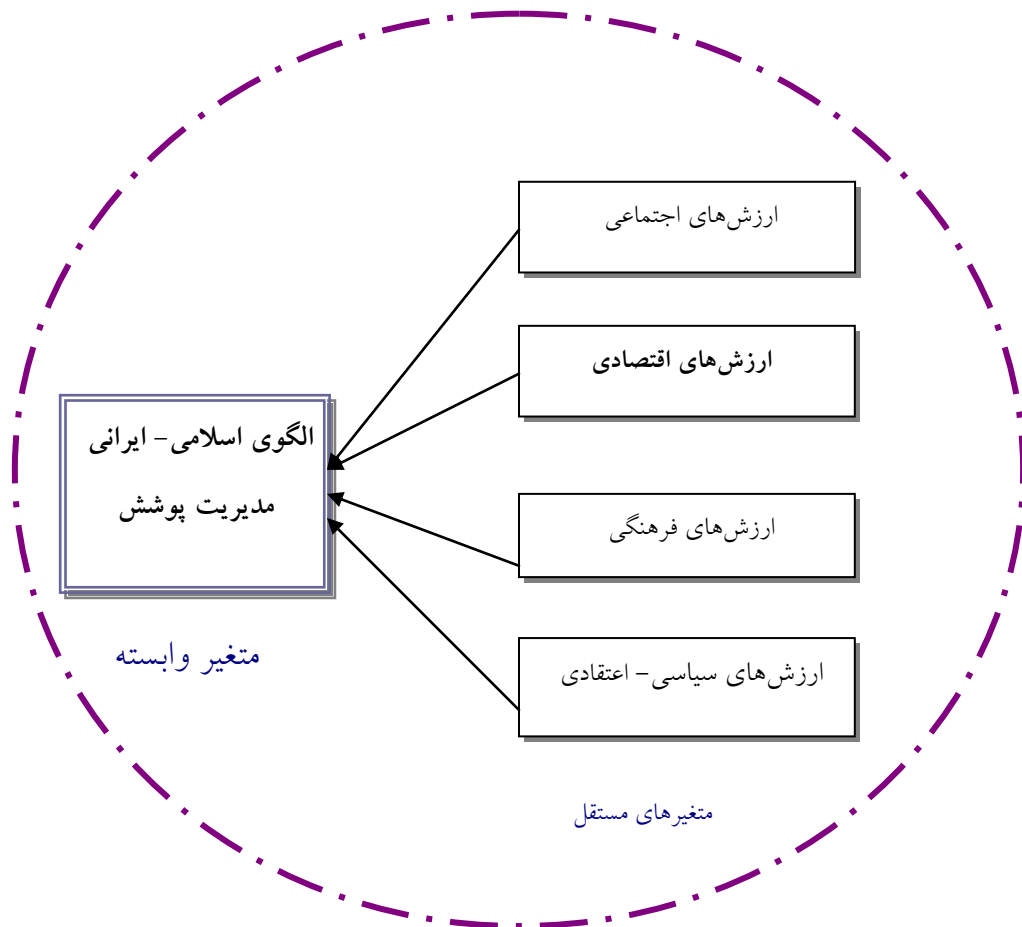
لباس گذشته از جنبه پوشانندگی که پیوسته مد نظر بوده است و به نوعی اولین اختراع بشر محسوب می‌شود و همواره او را از گرما و سرما، مصون داشته در اثر مرور زمان به نوعی، جنبه نمایشی نیز یافته است و بدین منظور چه هنرها که در تزیین آن به کار نرفته است و چه ابداعات و ابتکاراتی که در تحقق این جنبه دکوراتیو لباس صورت نگرفته است.

لباس همواره به عنوان وسیله‌ای مناسب در جهت تعارضات فرهنگی نیز به کار گرفته شده و امروز در تهاجم فرهنگی غرب، لباس نیز به عنوان بهترین وسیله مورد استفاده قرار گرفته است.

### معیارهای مد و لباس از دیدگاه اسلامی - ایرانی

فرهنگ ایرانی از جمله فرهنگ‌هایی است که همواره در خود تنوع بسیار زیادی را در خصوص پوشاک گروه‌های مختلف اجتماعی پذیرفته است. این گوناگونی و تنوع نه فقط در گروه‌های قومی یا مذهبی، بلکه در میان طبقات متعدد اجتماعی بر حسب جایگاه اقتصادی، سیاسی، جنسیتی و کارکردی خود در طی زمان به وفور دیده شده است.

متغیر وابسته: الگوی اسلامی- ایرانی مدیریت پوشش در کشور از دیدگاه مدیریت ارزش.



نمودار ۶: رابطه متغیرهای تحقیق

### روش تحقیق

در این پژوهش دستیابی به الگوی اسلامی- ایرانی مدیریت پوشش به عنوان هدفی عملی مورد نظر بوده است، بنابراین به لحاظ هدف، کاربردی است چرا که در صورت انجام درست و دقیق آن می‌تواند به تولید اطلاعات سودمندی در زمینه‌ی برنامه‌ریزی، طرح و توسعه و نیز شیوه‌های عملی در سازمان‌های فرهنگی منجر گردد. از نظر روش نیز تحقیقی پیمایشی است که در پی توصیف ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های موثر در طراحی الگو جهت مدیریت پوشش در کشور، بوده است.

### روش‌ها و ابزار جمع‌آوری اطلاعات

روش کتابخانه‌ای و روش میدانی به صورت زیر انجام شده است: انجام مصاحبه با خبرگان و صاحب‌نظران و کارشناسان مد و لباس و با مراجعه به خبرگان (اساتید حوزه‌های هنری مدیریت، علوم اجتماعی) در مراحل مختلف تحقیق به منظور تعیین ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های لازم در طراحی مدل مفهومی پژوهش و تهیه‌ی پرسشنامه‌ی مربوطه است.

### جامعه و نمونه آماری

در مرحله وزن دهی به مدل مفهومی تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز در خصوص میزان

اهمیت هر یک از ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها به ۲۸۹ نفر از (طراحان- تولیدکنندگان- فعالان اقتصادی و صاحب‌نظران حوزه و دانشگاه) مراجعه شده و نظرات ایشان نیز جمع‌آوری گردیده است. استفاده از این جامعه‌ی آماری جهت دستیابی به دیدگاه‌های مختلف در خصوص ارزیابی وضعیت موجود مدیریت پوشش بوده است.

#### تشریح الگوی پژوهش

در مرحله اولویت‌بندی ارزش‌های تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز در خصوص میزان اهمیت هر یک از ارزش‌ها به طراحان- تولیدکنندگان- فعالان اقتصادی و صاحب‌نظران حوزه و دانشگاه به عنوان خبرگان مراجعه گردیده است. به این منظور ۴۴ پرسشنامه توزیع شده است. برای تعیین اولویت ارزش‌ها از تکنیک دلفی استفاده شده است. تکنیک دلفی را می‌توان با مشارکت کنندگانی که در مکان‌های

جغرافیایی مختلف پراکنده هستند، استفاده کرد (کریتر و دیگران ۱۹۹۹، ۳۵۷)<sup>۶</sup> بر خلاف تکنیک گروه اسمی<sup>۷</sup> که نظرات خبرگان از طریق مباحث گروهی چهره به چهره<sup>۸</sup> کسب می‌شود در روش دلفی از پرسشنامه<sup>۹</sup> جهت جمع‌آوری این نظرات استفاده می‌گردد.

به منظور «دستیابی به الگوی اسلامی- ایرانی مدیریت پوشش در کشور از دیدگاه مدیریت ارزش» برای بهره‌گیری از قضاوت خبرگان (طراحان- تولیدکنندگان- فعالان اقتصادی و صاحب‌نظران حوزه و دانشگاه) استفاده شده است؛ و در نهایت با استفاده از مدل ریاضی به ارائه مدل سنجش تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی و... بر مدیریت پوشش در کشور پرداخته شده است.

جدول (۲) تخصیص ارزش‌ها به ابعاد مدل با توجه به مبانی نظری

سیاسی / اعتقادی	اقتصادی	فرهنگی	اجتماعی
امنیت (security)	برند سازی (Brand-building)	خلاقیت (creativity)	سلامت (Health)
قدرت (power)	ریسک پذیری (adventures)	تنوع فرهنگی (Cultural Diversity)	مسئولیت اجتماعی (Social responsibility)
وقار (Dignity)	رقابت (competition)	خود کنترل (self-control)	عدالت (justice)
هویت (Identity)	سود آوری (profitability)	یادگیری (learning)	اطمینان (trust)
نهادسازی (Institution-building)	مشتری مداری (The customer-oriented)	شادابی (happiness)	ارتباطات (Communications)
آزادی (freedom)	نوآوری (innovation)	نوع دوستی (Altruism)	انعطاف پذیری (flexibility)
	کارآفرینی (Entrepreneurship)		انصاف (fairness)
	همسویی (Alignment)		زیست محیطی (Environmental)
			حمایت (support)
			یکپارچگی (integrity)
			تعهد (commitment)
			پاسخگویی (accountability)

## یافته‌های تحقیق با توجه به اهداف و سؤالات پژوهش

از آن جایی که مهم‌ترین سؤال این پژوهش در خصوص چگونگی دستیابی به الگویی اسلامی - ایرانی جهت مدیریت پوشش در کشور بوده است، نتیجه فرایند اجرایی پژوهش بیانگر این است که بر مبنای الگوی طراحی شده در این پژوهش می‌توان فعالیت‌های مدیریت پوشش در کشور را ارزیابی نموده و بهبود بخشید.

یافته‌های حاصل از انجام این پژوهش حاکی از آن است که اهداف مطرح شده مبنی بر شناسایی و دستیابی به الگویی جهت مدیریت پوشش در کشور، مؤلفه‌های فرهنگی و مؤلفه‌های سیاسی، مؤلفه‌های اجتماعی و مؤلفه‌های اقتصادی در بهبود مدیریت پوشش تا حد امکان محقق شده است.

### یافته‌های تحقیق با توجه به ادبیات و پیشینه پژوهش

- با استفاده از مباحث تخصصی این حوزه‌ی مقولاتی چون جهانی شدن، فرهنگ، توسعه فرهنگی، تغییرات فرهنگی، مشخص گردید که سازمان‌های فرهنگی با برخورداری از ظرفیت‌های خود می‌توانند در چهار بعد (فرهنگی، سیاسی - اعتقادی، اجتماعی و اقتصادی) نقشی موثر و کلیدی در فرایند بهبود پوشش در کشور داشته باشند.

- از دیگر نتایج به دست آمده از بخش ادبیات تحقیق می‌توان به این نکته اشاره کرد که سازمان‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. با توجه به رسالت، مأموریت و ویژگی‌های خاص سازمانی باید بتوانند الگویی اسلامی - ایرانی از مدیریت پوشش در کشور را به نحوی مطلوب ارائه نمایند.

- با تبیین شرایط و مقتضیات محیطی ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی و ترسیم محیط حاکم بر سازمان‌های فرهنگی به خوبی روشن گردید که سازمان‌های

در این تحقیق با در نظر گرفتن روش انجام تحقیق از یک سلسله فنون آماری استفاده شده است. از نرم افزارهای آماری برای محاسبه میانگین و ضرایب فنی مدل و از نرم افزار آماری مطلب<sup>۱۱</sup> برای مقایسه زوجی استفاده شده است؛ و نهایتاً مدل کمی (ریاضی) و الگوی اسلامی - ایرانی مدیریت پوشش در کشور از دیدگاه مدیریت ارزش طراحی و ارائه شده است. این تکنیک دارای گام‌های زیر می‌باشد:

### ۱. وزن دهی شاخص‌ها:

برای اندازه‌گیری اوزان شاخص‌ها از همان روش - های وزن دهی به جز روش مقایسات زوجی که در تعدد شاخص‌ها دچار مشکلات ناسازگاری خواهد شد استفاده می‌گردد.

### ۲. وزن دهی مؤلفه‌ها:

برای اندازه‌گیری اوزان یا اهمیت هر یک از این مؤلفه‌ها در شکل‌دهی بعد مخصوص به خود نیز، از روش‌های وزن دهی ذکر شده در گام یک استفاده گردیده و بدین ترتیب اوزان مؤلفه‌ها نیز به دست خواهد آمد.

### ۳. وزن دهی ابعاد

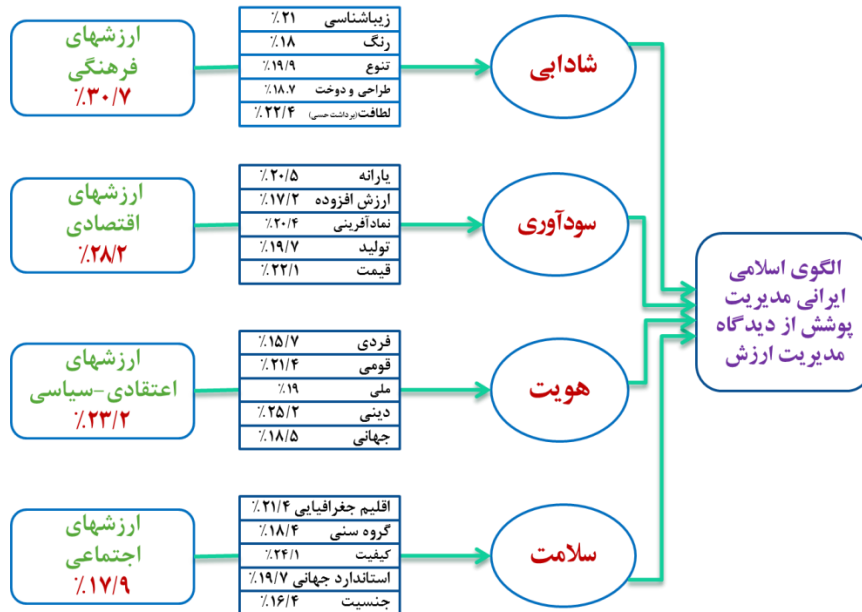
روش‌های وزن دهی شامل روش لیکرت، روش نیمه متریک و روش مقایسات زوجی است پس از اندازه‌گیری وزن هر شاخص به هر روش که توسط خبرگان انجام شد و بی مقیاس کردن در بازه‌ی صفر و یک، با استفاده از میانگین هندسی وزن کل هر یک از ابعاد به دست خواهد آمد

### ۴. اندازه‌گیری‌ها

پس از به دست آمدن اوزان شاخص‌ها لازم است که میزان تأثیر مؤلفه‌های بعد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی و نیز اندازه‌ی شاخص‌ها و نرخ اثرگذاری آن‌ها بر الگوی اسلامی - ایرانی مدیریت پوشش به دست آید.



- ✓ از نظر خبرگان در مؤلفه شادابی شاخص لطافت (برداشت حسی<sup>۱۱</sup>) با ضریب ۲۲/۴ درصد از اهمیت بیشتری نسبت به سایر شاخص‌ها برخوردار می‌باشد و شاخص‌های زیباشناسی، طراحی و دوخت و تنوع و رنگ به ترتیب از اهمیت کمتری در مجموع شاخص‌های مؤلفه شادابی برخوردارند.
- ✓ از نظر خبرگان در مؤلفه سودآوری شاخص قیمت با ضریب ۲۲/۱ درصد از اهمیت بیشتری نسبت به سایر شاخص‌ها برخوردار می‌باشد و شاخص‌های یارانه، نماد آفرینی و تولید و بازاریابی به ترتیب از اهمیت کمتری در مجموع شاخص‌های مؤلفه سودآوری برخوردارند.
- ✓ از نظر خبرگان در مؤلفه هویت، هویت دینی با ضریب ۲۵/۲ درصد از اهمیت بیشتری نسبت به سایر شاخص‌ها برخوردار می‌باشد و شاخص‌های هویت ملی، هویت جهانی و هویت فردی به ترتیب از اهمیت کمتری در مجموع شاخص‌های مؤلفه هویت برخوردارند.
- ✓ از نظر خبرگان در مؤلفه سلامت، شاخص کیفیت با ضریب ۲۴/۱ درصد از اهمیت بیشتری نسبت به سایر شاخص‌ها برخوردار می‌باشد و شاخص‌های اقلیم جغرافیایی، استانداردهای جهانی، سن و جنس به ترتیب از اهمیت کمتری در مجموع شاخص‌های مؤلفه سلامت برخوردارند.
- ✓ از نظر خبرگان شاخص ارزش‌های فرهنگی با ضریب ۳۰/۷ درصد از اهمیت بیشتری نسبت به سایر شاخص‌ها برخوردار می‌باشد و شاخص‌های ارزش‌های اقتصادی، ارزش‌های اعتقادی سیاسی و ارزش‌های اجتماعی به ترتیب از اهمیت کمتری در مجموع شاخص‌های الگوی پوشش اسلامی-ایرانی برخوردارند.
- فرهنگی مزبور به واسطه‌ی قرار گرفتن در محیط متغیر و پویای کنونی با الزامات و ملاحظاتی مواجه خواهند بود. به عبارتی قرار گرفتن در موقعیت جهانی شدن فرهنگی و پیامدهای فرهنگی آن، به لحاظ تصمیم‌گیری، موقعیتی استراتژیک و محیطی نامطمئن را برای سازمان‌های فرهنگی تعریف و تبیین می‌نمایند و از این منظر بهره‌مندی و به کارگیری هرچه بیشتر و بهتر ظرفیت‌های فرهنگی، تکنولوژیکی و سیاسی سازمان مزبور می‌تواند در حل چالش‌های موجود در این حوزه بسیار موثر باشد. البته قابل ذکر است اقدامات سازمان‌های فرهنگی در موقعیت کنونی، چشم‌گیر بوده است؛ اما باید توجه داشت وجود برخی ویژگی‌های پارادوکسیکال برای سازمان‌های فرهنگی از قبیل دولتی بودن و عدم تکیه بر امکانات و توانمندی‌های بخش خصوصی نکته‌ی قابل توجهی است که می‌تواند بسیاری از الزامات برنامه‌ای را جهت توانمندسازی سازمان‌هایی که می‌خواهند تاثیرگذار و فراگیر بوده، ایجاب نماید.
- یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش**
- ✓ از نظر خبرگان در بُعد سیاسی - اعتقادی ارزش هویت با میانگین ۹۷ و واریانس ۱۰/۲۴ از اهمیت بیشتری نسبت به سایر ارزش‌ها برخوردار می‌باشد.
- ✓ از نظر خبرگان در بُعد فرهنگی، ارزش شادابی با میانگین ۹۶ و واریانس ۱۶/۴۲ از اهمیت بیشتری نسبت به سایر ارزش‌ها برخوردار می‌باشد.
- ✓ از نظر خبرگان در بُعد اقتصادی، ارزش سودآوری با میانگین ۹۵ و واریانس ۱۷/۲۱ از اهمیت بیشتری نسبت به سایر ارزش‌ها برخوردار می‌باشد.
- ✓ از نظر خبرگان در بُعد اجتماعی، ارزش سلامت با میانگین ۹۳ و واریانس ۲۰/۱۵ از اهمیت بیشتری نسبت به سایر ارزش‌ها برخوردار می‌باشد.



نمودار ۷: الگوی اسلامی - ایرانی مدیریت از دیدگاه مدیریت ارزش

### نحوه جمع‌آوری اطلاعات

در این پژوهش که از ۲۸۹ نفر از جامعه نمونه خواسته شد تا اهمیت عواملی را که بر طراحی الگوی مدیریت پوشش اسلامی ایرانی تأثیر می‌گذارد را با نمره دادن (۰ تا ۱۰۰) به هر یک از متغیرهای پیشنهاد شده مشخص نمایند در پرسشنامه ۸۳ سؤال مطرح گردید که ارزش‌های بومی و جهانی (نظیر ارزش‌های اقتصادی، سیاسی - اعتقادی، فرهنگی و اجتماعی) تأثیرگذار بر مدیریت پوشش می‌باشد.

تقلیل متغیرها از ۲۸۹ نفر از جامعه نمونه خواسته شد تا اهمیت عواملی را که بر طراحی الگوی مدیریت اسلامی ایرانی تأثیر می‌گذارد را با نمره دادن (۰ تا ۱۰۰) به هر یک از متغیرهای پیشنهاد شده مشخص

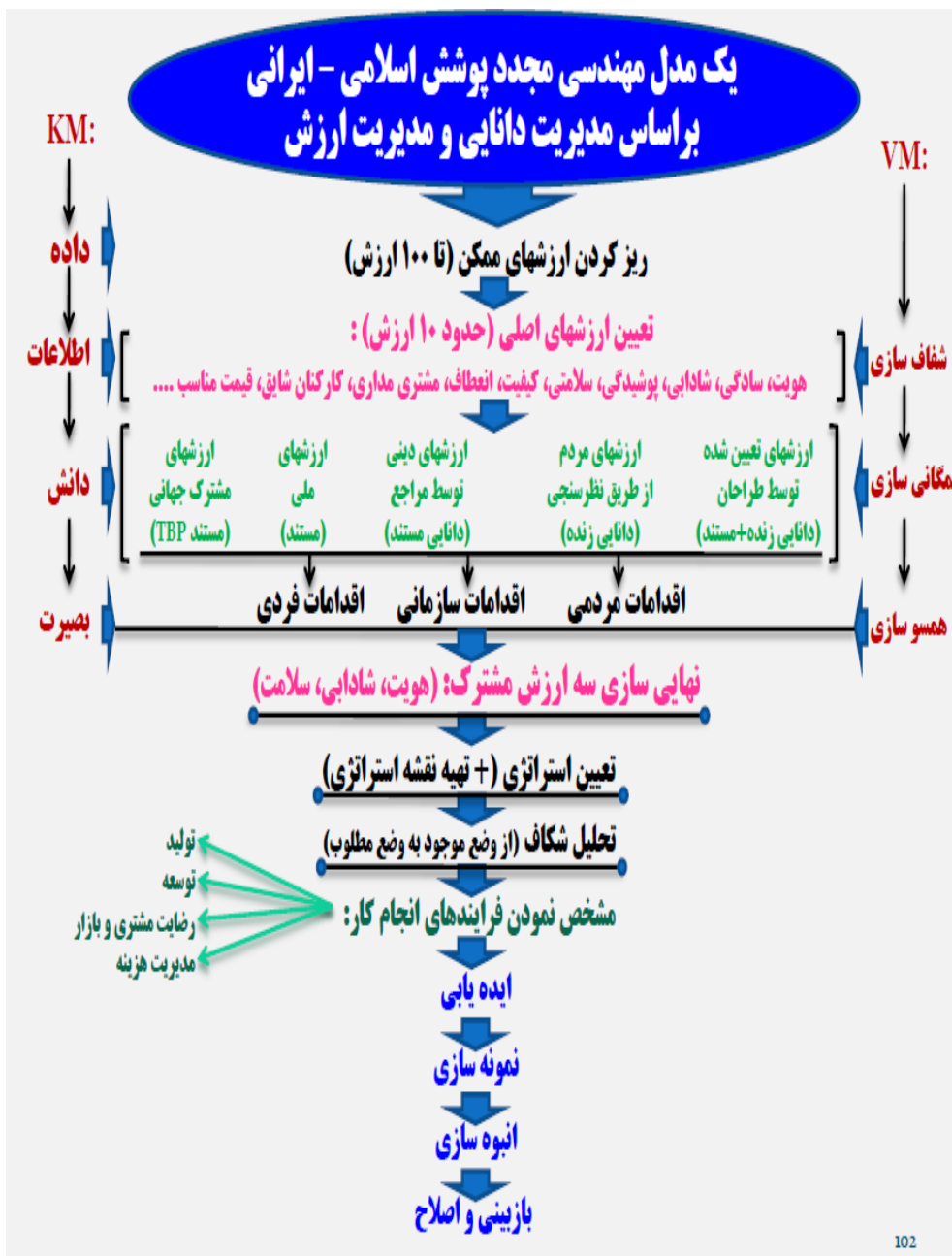
نمایند در پرسشنامه ۳۲ سؤال مطرح گردید که ارزش‌های بومی و جهانی نظیر ارزش‌های اقتصادی، سیاسی - اعتقادی، فرهنگی و اجتماعی تأثیرگذار بر طراحی الگوی مدیریت پوشش می‌باشد.

در این مرحله محقق ابتدا وزن شاخص‌ها و سپس مؤلفه‌ها و در نهایت وزن ابعاد را در شکل‌گیری مدل کمی مدیریت پوشش اسلامی ایرانی را از دیدگاه طراحان، تولیدکنندگان، فعالان اقتصادی و صاحب‌نظران حوزه و دانشگاه به سه روش نیمه متریک و مقایسه زوجی و لیکرت مشخص نموده و با استفاده از درصد گیری نظرات را هم سنج نمود و سپس اقدام به محاسبه ضریب فنی نموده است.

جدول (۳): جدول ارزش‌های برتر در ابعاد مدل

ردیف	ابعاد	نام متغیر	واریانس	میانگین
۱	سیاسی اعتقادی	هویت (Identity)	۱۰/۲۴	۹۷
۲	فرهنگی	شادابی (happiness)	۱۶/۴۲	۹۶
۳	اقتصادی	سود آوری (profitability)	۱۷/۲۱	۹۵
۴	اجتماعی	سلامت (Health)	۲۰/۱۵	۹۳

نمودار ۸: مدل مهندسی مجدد پوشش اسلامی - ایرانی بر اساس مدیریت دانایی و مدیریت ارزش



با وظایف و ماموریت‌های سازمانی خویش تأمین کننده‌ی این هدف باشند.

پیشنهاد می‌گردد به منظور هماهنگی و هم‌نیروزی بیشتر بین سازمان‌های فرهنگی، بر مبنای مدل مزبور، فعالیت‌های انجام شده به شکل کمی ارزیابی شود تا سهم اجزای مختلف در فرایند پیچیده‌ی مدیریت

جمع‌بندی و ارائه پیشنهادها

پیشنهادهای مبتنی بر اطلاعات استخراج شده در پژوهش

پیشنهاد می‌گردد جهت تأمین هرچه بیشتر هدف مهم و استراتژیکی بهبود مدیریت پوشش در کشور، استراتژی‌های خاصی برای سازمان‌های فرهنگی تدوین گردیده تا بخش‌ها و واحدهای مختلف بتوانند متناسب

### پیشنهادهایی در خصوص تحقیقات آتی

- ۱) پیشنهاد می‌گردد محققین آتی با رویکردی دینامیک در طراحی الگوهای اندازه‌گیری متغیرهای کیفی در سایر حوزه‌های فرهنگی تلاش نمایند.
- ۲) محققین آتی با رویکردی تطبیقی در طراحی الگوهای اندازه‌گیری متغیرهای کیفی در سایر حوزه‌های فرهنگی اقدام نمایند.
- ۳) پژوهشگران می‌توانند جهت اندازه‌گیری وضعیت پوشش در هر یک از استان‌های کشور از مدل مزبور در قالب اقدامی پژوهشی استفاده نمایند.
- ۴) محققین آتی با رویکردی تطبیقی به مقایسه وضعیت پوشش در هر یک از استان‌های کشور اقدام نمایند.

### منابع و مأخذ

- ۱) استیسی، رالف دی. (۱۳۸۲). مدیریت بر ناشناخته‌ها، ترجمه محسن قدمی و مسعود نیازمند، تهران: انتشارات موسسه آموزش عالی پژوهش و برنامه‌ریزی.
- ۲) بلانچارد، کن و اوکانر، مایکل. (۱۳۸۱). مدیریت از راه ارزش‌ها، ترجمه حمیدرضا فرتوک زاده، تهران: انتشارات فرا.
- ۳) بنیانیان، حسن. (۱۳۹۰). پیوست فرهنگی: ضرورت‌های وجودی، راهکارها و فرایندهای تدوین، تهران: دانش و اندیشه معاصر
- ۴) بیگدلی، زاهد؛ منصوری، علی؛ پشوتی زاده، میترا. (۱۳۸۶). مدیریت دانش رکن اساسی توسعه مبتنی بر دانایی، چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات ۲۹ و ۳۰ بهمن ماه، سالن همایش‌های هتل المپیک، تهران.
- ۵) حداد عادل، غلامعلی. (۱۳۶۸). فرهنگ برهنگی و برهنگی فرهنگی، تهران: سروش، چاپ سوم.

پوشش در کشور در سطح ملی تعیین گردیده و اصلاحات لازم در این خصوص به عمل آید. با توجه به یافته‌های تحقیق، به نظر می‌رسد چنانچه سازمان‌های فرهنگی بخواهند نقشی فعال و تاثیرگذار در حوزه‌ی مدیریت فرهنگی ایفا نمایند، می‌بایست در وهله‌ی اول بتوانند به منظور هدایت فکری و فرهنگی جامعه با تولید و حفظ ارزش‌های مطلوب، در شکل‌گیری الگوهای پوشش در کشور منطبق بر بنیان‌های ارزشی تلاش کنند. بدین منظور لازم است با جهت‌دهی رفتارها و نیز تصحیح رفتارهای غلط، تغییرات رفتاری مناسب را ایجاد نمایند. در این راستا تولید برنامه‌های مختلف با هدف ارائه الگوهای پوشش در کشور از اساسی‌ترین اقدامات محسوب می‌شود.

با توجه به نتایج به دست آمده از پژوهش که بیانگر وجود اختلافات و انحرافات الگوهای پوشش در کشور از وضعیت مطلوب می‌باشد و ضرورت تدوین و اجرای استراتژی‌های فرهنگی و تکنولوژیکی برای سازمان‌های فرهنگی را ایجاب می‌نماید، مطالعه و بررسی استراتژی‌های سازمان‌های فرهنگی موفق دنیا و بهره‌مندی از الگوهای مطلوب در این زمینه، جهت رقابت منطقی تر و سازنده‌تر از اولویت‌های مهم به شمار می‌رود.

در راستای پیشنهاد فوق، تشکیل یک مرکز آینده‌پژوهی در حد سازمان می‌تواند جهت پیش‌تغییرات جهانی در حوزه‌ی الگوهای پوشش، رصد کردن تحولات و پیشرفت‌های جهانی و ملی و آمایش ظرفیت‌های بالقوه‌ی فرهنگی واقع شده و رویکرد آینده‌پژوهی در عرصه‌ی پوشش در کشور را به صورت چشم‌انداز سازی و نه خیال‌پردازی و به عبارتی آینده سازی نه صرفاً آینده‌نگری عملیاتی نماید.

18. Quaddus, M. (2005). "Adoption and diffusion of knowledge management systems: field studies of factors and variables", *knowledge-based systems* (18), pp. 107- 115.
19. Kreitner, R, Kinicki, A, & Buelens, M. (1999). **Organizational Behaviour (1st European ed)**. Berkshire, England: McGraw-Hill Kreitner, R, and Kinicki

#### یادداشت‌ها

<sup>1</sup> Ken Blanchard and Michael o`connor

<sup>2</sup> Epistemology

<sup>3</sup> Quaddus, 2005

<sup>4</sup> از آنجایی که متغیر مستقل این پژوهش بر اساس ارزش‌های

جهانی احصا شده کن بلانچارد و مایکل اوکانر انتخاب شده

است این مبحث بطور کلی خلاصه کتاب مدیریت از راه

ارزش‌های نویسندگان فوق می‌باشد رودیکرد مدیریت از راه

ارزش‌ها - که به اختصار MBV - نامیده می‌شود.

<sup>5</sup> Managing by values

<sup>6</sup> Kreitner & Kinicki & Buelens, 1999, p:357

<sup>7</sup> Nominal Group Technique

<sup>8</sup> Face-to-Face

<sup>9</sup> Questionnaire

<sup>10</sup> MATLab

<sup>11</sup> touch

- ۶) حسن‌زاده، محمد. (۱۳۸۴). مدیریت اطلاعات و مدیریت دانش: رویکردی مقایسه‌ای. تهران: اطلاع‌شناسی، سال سوم، شماره ۱ و ۲، ۷-۲۱.
- ۷) حیدری، معصومه. (۱۳۷۶). شناخت نفس، شئون نفسانی، انسان سالک، تهران: حیدری
- ۸) دهخدا، علی‌اکبر. (۱۳۷۷). لغت‌نامه دهخدا، تهران: مؤسسه لغت‌نامه دهخدا.
- ۹) ریتز، جورج. (۱۳۸۱). نظریه جامعه‌شناسی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن، ترجمه: محسن ثلاثی، ج ۳، تهران: انتشارات علمی جامعه‌شناسان.
- ۱۰) صالحی امیری سیدرضا. (۱۳۸۹). انسجام ملی و نوع فرهنگی، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- ۱۱) صراف زاده، مریم. (۱۳۸۴). کتابداران و مدیریت دانش: مروری بر متون موجود، نشریه اطلاع‌شناسی، سال سوم، شماره ۱ و ۲، ص ۲۳-۳۶.
- ۱۲) غروی زاد، احمدرضا. (۱۳۷۳). درآمدی بر تنوری‌ها و مدل‌های تغییرات اجتماعی، تهران: جهاد دانشگاهی.
- ۱۳) فاضلی، محمد. (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی، قم: انتشارات صبح صادق.
- ۱۴) کشاورز، عیسی. (۱۳۹۰). تبلیغات و فرهنگ، تهران: نشر سپیده.
- ۱۵) لیولد، ماریوس، گیلبرت، پرویت، گیلبرت، مایکل. (۱۳۹۱). مدیریت راهبردی در اقتصاد دانایی (نگرش‌ها و کاربردهای نو)، ترجمه محسن قدمی، مسعود نیازمند، عیسی کشاورز؛ تهران: انتشارات آرون.
- ۱۶) مطهری، مرتضی. (۱۳۷۲). مسئله حجاب، تهران: نشر صدا.
17. Frank. U. (2000). "Multi- perspective enterprise model as a conceptual foundation for knowledge management", In proceedings of the 33<sup>rd</sup> international conference on system sciences, Hawaii.

