

**Civilizing cultural policy making and policy making based on the citizen participation model in the Islamic publicity Organization of the Islamic Republic of Iran**

Ghaffar Hosseini<sup>1</sup>

Mohammadreza Rabiee Mandejin (Corresponding Author)<sup>2</sup>

Hasan Givarian<sup>3</sup>

Ahmad Vedadi<sup>4</sup>

Received: 22 September 2024

Reception: 16 December 2024

There are different models for the implementation of policies, each of which was created in its own environment and ecosystem and is based on the native values of that ecosystem. If our country wants to successfully implement its cultural policies, it should look for a local implementation model in which, in addition to using existing models, it is also based on Islamic-Iranian values and requirements. The main goal of the research is to design a model of citizen participation in the civilization-building cultural policy. The current research method is exploratory and qualitative. The studied community are the experts of the Islamic Propaganda Organization. After conducting 13 semi-structured interviews with experts and professors in the field of Islamic Propaganda Organization policy, the researcher reached theoretical saturation. Thematic analysis method was used for analysis. The results of the research showed that the citizen participation model in the civilization-building cultural policy-making includes 6 dimensions of civilization-building platform, reproducing the culture of civilizational participation, social drivers, effective policy-making, outcome measurement and overcoming obstacles. The basis of civilization includes Jihadi civilization-building managers, civilization nuclei, and civilization-building cultural programs.

---

<sup>1</sup>Department of Public Administration, Faculty of Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

<sup>2</sup>Department of Public Administration, Faculty of Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

<sup>3</sup>Department of Public Administration, Faculty of Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

<sup>4</sup>Department of Public Administration, Faculty of Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

**سیاست گذاری و خط‌مشی گذاری فرهنگی تمدن‌ساز مبتنی بر مدل مشارکت****شهروندی در سازمان تبلیغات اسلامی جمهوری اسلامی ایران**غفار حسینی<sup>۱</sup>محمدرضا ربیعی مندرجین (نویسنده مسئول)<sup>۲</sup> تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۰۱حسن گیوریان<sup>۳</sup>احمد ودادی<sup>۴</sup> تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۲۶**چکیده**

الگوهای مختلفی برای اجرای خط‌مشی‌ها وجود دارند که هر یک در محیط و زیست‌بوم خاص خود به وجود آمده و بر ارزش‌های بومی همان زیست‌بوم مبتنی هستند. کشور ما نیز اگر خواهان اجرای موفق سیاست‌های فرهنگی خود می‌باشد، بایستی به دنبال مدل اجرای بومی باشد که در آن علاوه بر بهره‌گیری از مدل‌های موجود، مبتنی بر ارزش‌ها و اقتضائات اسلامی- ایرانی نیز باشد. هدف اصلی پژوهش طراحی مدل مشارکت شهروندی در خط‌مشی‌گذاری فرهنگی تمدن‌ساز است. روش تحقیق حاضر، اکتشافی و کیفی می‌باشد. جامعه مورد مطالعه، خبرگان سازمان تبلیغات اسلامی می‌باشند. محقق بعد از انجام ۱۳ مصاحبه نیمه ساختاریافته از خبرگان اساتید حوزه خط‌مشی‌گذاری سازمان تبلیغات اسلامی به اشباع نظری رسید. از روش تحلیل مضمون جهت تحلیل استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که مدل مشارکت شهروندی در خط‌مشی‌گذاری فرهنگی تمدن‌ساز شامل ۶ بعد بستر تمدن‌سازی، بازتولید فرهنگ مشارکت تمدنی، محرک‌های اجتماعی، خط‌مشی‌گذاری اثربخش، پیام‌دسنجی و غلبه بر موانع می‌باشد. بستر تمدن‌سازی شامل مدیران جهادی تمدن‌ساز، هسته‌های تمدنی، برنامه‌های فرهنگی تمدن‌ساز است. بازتولید فرهنگ مشارکت تمدنی شامل مولفه‌های همگرایی ساختارمند و ظرفیت‌سازی رسانه‌ای می‌باشد. محرک‌های اجتماعی شامل اطمینان‌بخشی، ارتقاء سطح آموزشی و فرهنگی، و انگیزش بخشی می‌باشد. خط‌مشی‌گذاری اثربخش بر مبنای مولفه‌های برنامه‌ریزی و خط‌مشی‌گذاری غیرمتمرکز و طراحی اثربخش خط‌مشی صورت می‌گیرد. مولفه‌های نتیجه محوری و بهبود مکانیسم‌های اجرایی مشارکت نیز زیرمجموعه بعد پیام‌دسنجی می‌باشد. در نهایت موانع سازمانی و ساختاری عدم مشارکت ذیل موانع می‌باشد. نتایج تحقیق نشان داد که هسته‌های تمدنی از طریق شکل‌دهی و راهبری جریان حلقه‌های میانی تسریع می‌شود. از سوی دیگر، تمرکز بر مساجد محله و همچنین هیأت‌های مذهبی می‌تواند در افزایش مشارکت شهروندان در امر خط‌مشی‌گذاری مثرتر باشد.

**واژگان کلیدی:** مشارکت شهروندی، خط‌مشی‌گذاری فرهنگی، هسته‌های تمدنی، مدیران

تمدن‌ساز

<sup>۱</sup> گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

<sup>۲</sup> گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

<sup>۳</sup> گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

<sup>۴</sup> گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مدیریت دولتی نوین با توجه به ناکارآمدی و مشکلاتی که پارادایم سنتی ایجاد کرده بود از جمله مشکلات آن، سلسله‌مراتب شدید و بوروکراتیکی بود که در اکثر سال‌های قرن بیستم مشاهده می‌شد و همچنین منافی که برای دولت داشت، با تأکید بر کارایی در دهه ۱۹۹۰ در اکثر کشورهای پیشرفته ظهور پیدا کرد (وارث، ۱۳۸۰) در اوایل دهه ۲۰۰۰ دناهرت با انتقاد از پارادایم مدیریت دولتی نوین و تأکید بر جابجایی هدف دولت، پارادایم جدیدی را مطرح نمود که بر نقش عموم و منفعت و مصلحت عامه نه منفعت خاصه تأکید داشت. لذا نقش عامه در مدیریت دولتی مهم و تأثیرگذار بود.

بنابراین در پارادایم سوم نقش شهروندان به عنوان یکی از بازیگران اصلی حکمرانی به رسمیت شناخته شده است (آگر، ۲۰۱۲). به طوری که در بسیاری از تئوری‌هایی که به مشکلات نظری برخورد کرده بودند و مبنای انسان اقتصادی را پیش گرفته‌اند، نظارت همگانی را به عنوان نوعی از مشارکت مردمی لازم دانسته‌اند (الوانی، ۱۳۸۹)؛ بنابراین مدیران دولتی در آینده باید دیدگاهی "شهروند محور" پیدا کنند و "مشارکت‌جویی" را جایگزین نگرش سنتی سلسله‌مراتبی نمایند. با این دو استراتژی است که آنان خواهند توانست نقش واقعی خود را در آینده ایفا کنند (دناهرت، ۱۹۹۰). خدمات عمومی نوین شهروندان را تشویق می‌کند که مشارکت‌های عمومی داشته باشند و آنها را مالکان دولت می‌داند. در اینجا شهروندان روابط دوسویه و معناداری با دولت دارند و نقش فعالی را در بهبود خدمات دولتی، تصمیم‌گیری و چالشی نمودن اقدامات دولتی ایفا می‌کنند (کال‌هان، ۲۰۰۶).

یکی از موضوعاتی که ذیل پارادایم خدمات عمومی نوین قابل طرح است حکمرانی شهروندی می‌باشد. مطابق نظر بسیاری از صاحب‌نظران مدیریت دولتی، کلید و رمز اصلی در مدیریت دولتی در سال‌های اخیر، حکمرانی است. حکمرانی به دنبال تسهیم قدرت در تصمیم‌گیری، تشویق و ترغیب استقلال و خودحاکمیتی شهروندان است و فرآیندی برای توسعه و ایجاد منفعت عامه از طریق مشارکت شهروندی ایجاد می‌کند. حکمرانی، شهروندان را توانمند می‌سازد که در تصمیم‌گیری موضوعاتی که مستقیم بر روی آنها مؤثر است، مشارکت فعال داشته باشند.

تمرکز اصلی در خط‌مشی، بررسی تعامل دولت با جامعه، در مراحل شناخت و فهم مسئله، طراحی و شکل‌دهی، اجرا، ارزیابی، اصلاح و تغییر خط‌مشی است. واژه خط‌مشی، مفاهیم و معانی زیادی را در بردارد و طیف گسترده‌ای از اصول و بیانیه‌های سطح بالا و وسیعی را که از طریق فراگردهای سیاسی دولت اتخاذ گردیده تا تصمیمات اداری کوچک سازمان‌های دولتی را شامل می‌شود (دانش

فرد، ۱۳۸۹). خط‌مشی فرهنگی نیز به معنای عام و عرفی، مجموعه‌ای از اهداف، مبانی، اصول، اولویت‌ها و خط‌مشی‌های اجرایی را شامل می‌شود. در واقع، خط‌مشی فرهنگی بر نوعی توافق رسمی و اتفاق نظر مسئولان و متخصصان امور در تشخیص، تدوین و تبیین مهم‌ترین اصول و اولویت‌های ضروری برای هدایت حرکت فرهنگی دلالت دارد (اصول سیاست فرهنگی، ۱۳۷۱). مشارکت شهروندی بسته به نوع فرهنگ جامعه و با توجه به ارزش‌ها و اصول حاکم بر آن معنا و مفهوم متفاوتی به خود خواهد گرفت (خان محمدی، ۱۳۹۳).

در حال حاضر الگوهای مختلفی برای اجرای خط‌مشی‌ها وجود دارند که هر یک در محیط و زیست‌بوم خاص خود به وجود آمده و بر ارزش‌های بومی همان زیست‌بوم مبتنی هستند و به منظور پاسخگویی به نیازهای آن طراحی شده‌اند. کشور ما نیز اگر خواهان اجرای موفق سیاست‌های فرهنگی خود می‌باشد بایستی به دنبال مدل اجرای بومی باشد که در آن علاوه بر بهره‌گیری از مدل‌های موجود، ارزش‌ها و اقتضائات اسلامی-ایرانی نیز لحاظ شده و به زبان ساده، به تن این کشور و جامعه دوخته شده باشد (مختاریان پور، ۱۳۹۱).

در پژوهش حاضر قصد داریم به این موضوع بپردازیم که مدل مشارکت شهروندی در خط‌مشی‌گذاری فرهنگی چیست؟ چرا که سیاست‌گذاری فرهنگی در نظر دولت‌ها، از سه الگوی برنامه‌ریزی محض، دخالت موردی دولت، پرهیز از دخالت دولت پیروی می‌کند. البته هر کشوری، فرهنگ خویش را، ابزار تشخیص خود می‌داند، لذا ساختارهای تخصیص سرمایه دولتی به فعالیت‌های فرهنگی، در کشورهای مختلف، به اندازه نقشه‌های جغرافیایی آنها با یکدیگر متفاوت است (غبرائی، ۱۳۸۳). خط‌مشی و برنامه‌هایی که مشروعیت لازم را نداشته باشد و بر مبنای مشارکت و تضارب فکری شکل نگیرد، با وجود انگیزه‌ها و توجه به مؤلفه‌های مطلوب، اجرای خط‌مشی را با مشکل مواجه می‌کند (گرچی پور، ۱۳۹۸). بررسی‌های محقق نشان می‌دهد تاکنون مدلی که به مشارکت شهروندی در خط‌مشی‌گذاری فرهنگی پرداخته باشد طراحی نشده و لذا ضرورت دارد که این مدل هر چه سریع‌تر طراحی شود تا در صورت اقبال خط‌مشی‌گذاران و مجریان خط‌مشی‌های فرهنگی کشور بتواند در برنامه‌های توسعه آتی و برنامه‌های پس از آن مورد استفاده قرار گیرد.

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

#### حکمرانی شهروندی

مطابق نظر بسیاری از صاحب‌نظران مدیریت دولتی، کلید و رمز اصلی در مدیریت دولتی در سال‌های اخیر حکمرانی است. در سال ۱۹۹۹ جرج فردریکسون یکی از صاحب‌نظران رشته مدیریت دولتی بیان می‌کند که مدیریت

دولتی اخیر "حرکت و جنبشی به سمت تئوری‌های مشارکت و شبکه‌سازی و حکمرانی و نهادسازی" در پاسخ به غیرموثر بودن مدیریت دولتی کشورها می‌باشد. در حقیقت حکمرانی به دنبال تسهیم قدرت در تصمیم‌گیری، تشویق و ترغیب استقلال و خودحاکمیتی شهروندان است و فرآیندی برای توسعه و ایجاد منفعت عامه از طریق مشارکت شهروندی ایجاد می‌کند. حکمرانی شهروندان را توانمند می‌سازد که در تصمیم‌گیری موضوعاتی که مستقیم بروی آنها مؤثر است، مشارکت فعال داشته باشند. لذا حکمرانی شهروندی<sup>۱</sup> مدل دیگری از دولت است که منعکس‌کننده ارزش‌های شبه پارادایم خدمات عمومی نوین است. حکمرانی شهروندی یک واکنشی به بروکراسی سازی افراطی و حرفه‌گرایی افراطی است که به دنبال هدایت و کنترل بیشتر امور به دست غیرحرفه‌ای هاست.

اگر بخواهیم واژه‌شناسی در این زمینه انجام بدهیم؛ واژه "حکمرانی" شمولیت بیشتری نسبت به واژه "حکومت" دارد که نوعاً اشاره به نهادهای رسمی بخش عمومی و قدرت و مشروعیت قانونی آنها دارد. اما حکمرانی بر روی مکانیسم‌های حکمرانی (از قبیل کمک‌های دولتی، قراردادها، شراکت و توافقات) تأکید دارد و به تنهایی تکیه بر حوزه دولت ندارد. این مکانیزم‌های حکمرانی مورد استفاده قرار می‌گیرند تا کلیه ذینفعان (دولتی، خصوصی و محلی و...) که در بخش‌های مختلفی از خدمات بخش دولتی مشغول هستند را به یکدیگر متصل سازند. بینگهام، ناباچی و اولری<sup>۲</sup> نیز تبیین می‌کنند که "در حکومت‌داری فرآیند قانونی و رسمی و یک اجرای قدرت سیاست‌گذاری و اجرای فعالیت‌ها وجود دارد؛ اما در حکمرانی به ایجاد، اجرا و انجام فعالیت‌های مرتبط به اهداف مشترک شهروندان و سازمان‌هایی برمی‌گردد که ممکن است هیچ قدرت و مسئولیت رسمی نداشته باشند." بنابراین حکمرانی شهروندی علائق شهروندان را نشان می‌دهد که بیشتر می‌خواهند نقش فعالی از طریق مکانیزم‌های مشارکت، داشته باشند.

ریچارد باکس<sup>۳</sup>، پروفیسور مدیریت دولتی در دانشگاه کلوریدا و مولف کتاب "حکمرانی شهروندی: جامعه آمریکایی رهبر (پیشرو) در قرن ۲۱" نیز بیان می‌کند که علاقه واگذاری خدمات دولتی به سطح محلی در حکمرانی شهروندی در طول چندین سال افزایش پیدا کرده است. در این سطح مردم به صورت واقعی حکمرانی را تجربه و احساس می‌کنند. سطح محلی جایی است که مردم می‌توانند خدمات و شرایط متفاوتی ایجاد نمایند که روی آنها و همسایگان‌شان مؤثر است. باکس بیان می‌کند که این علاقه زیاد جامعه در حکمرانی ریشه در سه ارزش در

<sup>۱</sup> - citizen governance

<sup>۲</sup> - Bingham, Tabachi and Olery

<sup>۳</sup> - Richard box

گذشته دارد: تمایل برای کنترل محلی، تمایل برای دولت کوچک و پاسخگو و تمایل مدیران حرفه‌ای که به عنوان مشاور نه کنترل کننده خدمات‌رسانی نمایند.

این تمایلات مورد اشاره باکس همچنین کمک می‌کند تا بسیاری از افراد از مدل‌های بوروکراتیک و طاقت‌فرسا ارائه خدمات به مدل‌های کوچک و پاسخگوتر حکمرانی رو بیاورند. این انتقال و گذر از مدل بوروکراتیک و طاقت‌فرسا به مدل‌های کوچک و پاسخگو به موازات تغییراتی را در وظایف دولتی یعنی گذر از نقش کنترل کننده سازمان‌های دولتی به نقش مشاور و کمک کننده شهروندان ایجاد می‌کند.

این جنبش از حرفه‌گرایی به سمت حکمرانی شهروندی نیازمند این است که مدیران دولتی در خصوص روشی که تصمیم‌گیری می‌نمایند، در باب روشی که مردم را مدیریت می‌کنند، در باب روشی که برنامه‌ها را اجرا می‌کنند، در باب روشی که با ذینفعان تعامل می‌کنند، بازاندیشی نمایند. اگر شبهه پارادایم حکمرانی شهروندی (خوب) فهمیده شود، سبب می‌شود که مدیران به دنبال تعادل درستی بین دسترسی شهروندان و مشارکت آنها در فرآیند حکمرانی با سطح قابل قبولی از عقلانیت در خط‌مشی‌گذاری و اجرا باشند. این بدان معنا است که مدیران دولتی می‌بایست با نخبگان که با مشارکت فعال شهروندان مخالف هستند و این امر را تهدیدی برای منافع خودشان تلقی می‌کنند، به ستیز و مقابله بپردازند (Callahan, 2006:200).

### خط‌مشی‌گذاری فرهنگی

هر خط‌مشی را می‌توان یک نظام فرعی تلقی کرد که با خط‌مشی‌های بالاتر و پایین‌تر از خود در ارتباط است. خط‌مشی فرهنگی نیز به معنای عام و عرفی، مجموعه‌ای از اهداف، مبانی، اصول، اولویت‌ها و خط‌مشی‌های اجرایی را شامل می‌شود. در واقع خط‌مشی فرهنگی بر نوعی توافق رسمی و اتفاق نظر مسئولان و متخصصان امور در تشخیص، تدوین و تبیین مهمترین اصول و اولویت‌های ضروری برای هدایت حرکت فرهنگی دلالت دارد (باقری و پورعزت، ۱۳۹۲). برخی اندیشمندان خط‌مشی فرهنگی را کنشی آگاهانه در قلمرو فرهنگ که عمدتاً توسط دولت‌ها اتخاذ می‌شود تعریف کرده‌اند. خط‌مشی فرهنگی، در واقع خط‌مشی عمومی در عرصه فرهنگ است. این پیش فرض صحیح در این اصطلاح پنهان است که قلمرو فرهنگ یکی از عرصه‌های خط‌مشی عمومی است، اما واقعیت این است که تفکیک عرصه‌های مختلف خط‌مشی‌گذاری اگر ناممکن نباشد، بسیار دشوار است. فرهنگ بُعدی از ابعاد واقعیت اجتماعی است و

خط‌مشی عمومی از آنجا که به واقعیت‌های اجتماعی مربوط می‌شود دارای بعد فرهنگی است، اما بسته به موضوعات مختلف این بعد فرهنگی می‌تواند پررنگ‌تر یا کم‌رنگ‌تر شود (خنیفر، اقداغی، ۱۳۹۴).

تفکیک خط‌مشی‌های فرهنگی و غیرفرهنگی نمی‌تواند تقسیم‌بندی مفیدی باشد. زیرا تمام خط‌مشی‌های حکومت در زمینه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و... دارای پیامدهای فرهنگی نیز هستند. از این رو هر خط‌مشی عمومی را می‌توان با در نظر گرفتن زمینه‌ها و پیامدهای فرهنگی، خط‌مشی فرهنگی قلمداد کرد (فاضلی و قلیچ، ۱۳۹۲: ۱۲). شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۷۱) به عنوان مرجع رسمی و تصمیم‌گیرنده کلان فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران، خط‌مشی‌گذاری فرهنگی را در واقع همان توافق نظر رسمی مسئولان امور در تشخیص، تدوین و تعیین مهمترین اصول و اولویت‌های ضروری در حرکت فرهنگی معرفی می‌کند که در واقع این تعریف، در راستای هدف تعالی و توسعه فرهنگی مبتنی بر اصول و ارزش‌های جامعه دینی است (انصاری و همکاران، ۱۴۰۰).

خط‌مشی‌گذاری فرهنگی باید متناسب با بوم کشور و در راستای تحقق آرمان‌های بزرگ ملی باشد. مقام معظم رهبری (۱۳۹۷/۱۱/۲۲) در این راستا اشاره می‌فرماید:

از میان همه ملت‌های زیر ستم، کمتر ملتی به انقلاب همت می‌گمارد؛ و در میان ملت‌هایی که به‌پاخاسته و انقلاب کرده‌اند، کمتر دیده شده که توانسته باشند کار را به نهایت رسانده و به‌جز تغییر حکومت‌ها، آرمان‌های انقلابی را حفظ کرده باشند. اما انقلاب پرشکوه ملت ایران که بزرگ‌ترین و مردمی‌ترین انقلاب عصر جدید است، تنها انقلابی است که یک چله پرافتخار را بدون خیانت به آرمان‌هایش پشت سر نهاده و در برابر همه وسوسه‌هایی که غیر قابل مقاومت به نظر می‌رسیدند، از کرامت خود و اصالت شعارهایش صیانت کرده و اینک وارد دومین مرحله خودسازی و جامعه‌پردازی و تمدن‌سازی شده است. ... دهه‌های آینده دهه‌های شما است و شما باید کارآزموده و پرانگیزه از انقلاب خود حراست کنید و آن را هرچه بیشتر به آرمان بزرگش که ایجاد تمدن نوین اسلامی و آمادگی برای طلوع خورشید ولایت عظمی (ارواح‌نفاذ) است، نزدیک کنید.

مهم‌ترین عامل موفقیت یک تمدن به این است که بتواند بیشترین تعداد افراد و جوامع را با خود همراه سازد. لازمه این مهم، توان نفوذ در دل‌هاست. این مهم تنها از طریق عقلانی بودن اندیشه میسر نمی‌شود. اسلام ضمن آنکه کاملاً عقلانی است و نخبگان را ارضا می‌کند، برای عموم مردم هم جذابیت دارد. در طول تاریخ نیز توده مردم بیشتر مجذوب این بعد از اسلام شدند. عموم مردم نه از طریق استدلال، بلکه بیشتر با ملاحظه رفتار کریمانه و مهربانانه پیامبر

صلی‌الله‌علیه‌وآله و اصحاب و مسلمانان عامل به اخلاق کریمه، مسلمان شدند. لذا بن‌مایه‌های اصلی تمدن‌سازی به بهترین وجه در اسلام وجود دارد. مطالعه تاریخ تمدن اسلام به خوبی گویای آن است که هم فرایند شکل‌گیری و هم پویایی تمدن اسلامی ارتباط تنگاتنگی با حضور فعال و مؤثر اسلام در عرصه اجتماع داشته است. سیر نزولی تمدن اسلامی زمانی آغاز شد که حضور مؤثر دین در عرصه اجتماع رو به کاهش نهاد و سلايق و خواسته‌های نفسانی در قالب خردستیزی، استبداد، تنبلی و تن‌پروری، قدرت‌طلبی و رفاه‌جویی جای آموزه‌های بلند اسلامی را گرفت. به هر میزان که این خط انحراف پیش رفت تمدن اسلامی نیز تضعیف شد و در نهایت، در اوج انحطاط جوامع اسلامی و مہجوریت دین، قوم وحشی مغول به راحتی تمدن رو به احتضار اسلامی را از پا درآورد. با آنکه از آن تاریخ قرن‌ها می‌گذرد، گرچه خرده تمدن‌هایی به صورت پراکنده از جمله در هند، ایران و عثمانی پا گرفته و در جای خود هر یک اهمیت خاص خود را دارند، اما همچنان آرزوی دستیابی مسلمانان به تمدنی با آن عظمت لباس واقعیت نبوشیده است.

با سلطه همه‌جانبه غرب بر جوامع اسلامی در شکل استعمار قدیم و سپس استعمار نو، شکل‌گیری تمدن جدید اسلامی آرزویی دست‌نیافتنی می‌نمود، اما با انقلاب اسلامی ایران و حضور فعالانه دین در اجتماع، و شکل‌گیری نظام سیاسی اسلامی، بارقه امید برای تحقق این مهم در دل‌ها زنده شد (وحیدی منش، ۱۳۸۶).

### پیشینه پژوهش

گرچی پور و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش خود با عنوان "الگوی ارزشیابی فرایند خط‌مشی‌گذاری فرهنگی با رویکرد مطالعه کیفی اسناد فرهنگی جمهوری اسلامی ایران" مبتنی بر روش تحلیل مضمون به این نتیجه رسیدند که الگوی ارزشیابی از بروز آسیب‌های احتمالی در تصمیم‌گیری‌ها و اقدام‌های فرهنگی پیشگیری می‌کند و با رجوع به الگوی ارائه شده، موانع و مشکلات شناسایی و حل می‌شوند.

ایلونا آساره (۲۰۲۱)، در مقاله خود با عنوان "هم آفرینی به عنوان وسیله‌ای برای مشارکت شهروندان در خط‌مشی‌گذاری فرهنگی محلی" به این موضوع می‌پردازد که در شرایطی که درک معنای فرهنگ در خط‌مشی‌گذاری فرهنگی گسترش یافته و سیاست‌گذاران فرهنگی به کنش‌گران فعال تری از جمله فرهنگی توجه دارند، در دهه‌های گذشته تغییری را در خط‌مشی‌گذاری فرهنگی محلی به سمت حاکمیت مشارکتی تر تجربه کرده ایم. در همین حال، ما می‌توانیم در شهرهای معاصرمان اشکال خلاقانه جدیدی از فعالیت مدنی را مشاهده کنیم که تلاش می‌کند مکان‌های پایدار و قابل زندگی با متخصصان خلاق که به‌عنوان تسهیل‌کننده این فرآیندهای تغییر خلاقانه در جوامع محلی درگیر هستند، بسازند.

رویکرد خلق مشترک یک روند اخیر در حاکمیت عمومی برای اطمینان از مشارکت شهروندان محلی به عنوان شرکای برابر در توسعه، اجرا و ارزیابی راه‌حل‌های خلاقانه برای مشکلات محلی مرتبط با افزایش کیفیت زندگی است. استفاده از رویکرد هم‌آفرینی در خط‌مشی‌گذاری فرهنگی محلی هنوز نسبتاً جدید و تجربی است، اما می‌توان چندین مطالعه موردی خوب را در اروپا پیدا کرد، اگرچه درک این مفهوم جدید در زمینه‌های مختلف متفاوت است. هدف این مقاله تحلیل ادبیات موجود به منظور تبیین کاربرد مفهوم هم‌آفرینی در حوزه فرهنگ در زمینه‌های مختلف در کنار مفاهیم مشابه تولید مشترک و طراحی مشترک، برای شناسایی هدف و دستاوردهای احتمالی بکارگیری رویکرد هم‌آفرینی در خط‌مشی‌گذاری فرهنگی محلی می‌باشد.

لیزا مارکس (۲۰۱۹) در مقاله خود با عنوان "مشارکت به عنوان سیاست در حکومت فرهنگی محلی" به مطالعه تحول و نهادینه‌سازی فرایندهای مشارکتی، مشارکت را نه به عنوان مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی، بلکه به عنوان سیاست‌گذاری فرهنگی در نظر می‌گیرد. با تمرکز بر سوئیس، یک کشور فدرالیست که در آن فعالان محلی و خصوصی نقش‌های کلیدی را در سیاست فرهنگی ایفا می‌کنند، چندین فرآیند که توسط آن‌ها بازیگران مختلف در سیاست‌گذاری فرهنگی محلی شرکت می‌کنند، مورد بررسی قرار می‌گیرند. روش‌های از بالا به پایین، مانند روش‌های مشاوره اجباری رسمی شده یا گنجاندن فعالان فرهنگی در کمیته‌های تخصصی اجرایی، با طرح‌های از پایین به بالا وجود دارند که می‌توانند فرآیندهای مشارکتی سنتی را تکمیل یا حتی جایگزین کنند. علاوه بر این، روش‌ها و مفاهیم جایگزین خاص مشارکت، مانند "شورای فرهنگی"، بین موارد مختلف، در سطوح دولت و به موقع جریان می‌یابد. فرآیندهای مشارکتی در سیاست‌گذاری فرهنگی باید به عنوان سیاست‌های عمومی به خودی خود در نظر گرفته شوند که می‌تواند سیاست‌ها و روش‌های سیاسی زدایی را هدف قرار دهد. علاوه بر این، بازیگران به منابع خاصی برای مشارکت نیاز دارند و مکان‌هایی که هدف آن‌ها باز کردن مشارکت است در یک چارچوب مهار شده این کار را انجام می‌دهند که بیشتر بر نخبگان هنری و فرهنگی تمرکز دارد تا تشویق مشارکت بیشتر شهروندان.

مروج (۱۳۹۷) در تحقیق خود تحت عنوان "الگوی خط‌مشی‌گذاری سازمان‌های فرهنگی" به این موضوع می‌پردازد که خط‌مشی‌گذاری در سازمانهای دولتی به‌ویژه سازمانهای فرهنگی یک امر بسیار حیاتی و تعیین‌کننده است، توجه به فرایند خط‌مشی‌گذاری و پرداختن روش مند به مراحل آن شامل: تدوین، اجرا و ارزیابی خط‌مشی‌های کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان

کشور هدف این پژوهش بوده است. همچنین مدل‌های مختلف خط‌مشی‌گذاری در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است.

چریل سیمرل و همکاران (۲۰۱۳)، در مقاله خود با عنوان **“به سوی مشارکت اصیل عمومی در مدیریت دولتی”** در این مقاله به این موضوع می‌پردازد که چگونه می‌توان فرایندهای مشارکت عمومی را بهبود بخشید؟ این مطالعه از مصاحبه‌ها و بحث‌های گروه متمرکز برای جستجوی برخی پاسخ‌ها استفاده می‌کند. نتایج حاکی از آن است که بهبود مشارکت عمومی مستلزم تغییر در نقش و روابط شهروندان و مدیران و روندهای اداری است. به طور خاص، ما باید از فرایندهای ساکن و واکنشی به سمت روندهای پویاتر و مشورتی حرکت کنیم. در این مقاله چند مرحله عملی برای دستیابی به این تغییرات پیشنهاد شده است. این سوال که چگونه می‌توان فرایندهای مشارکت مؤثر و رضایت‌بخشی ایجاد کرد، مسئله اصلی در این تحقیق است. یافته‌های ما نشان می‌دهد که مشارکت عمومی مؤثر، یا معتبر، چیزی بیش از یافتن ابزارها و تکنیک‌های مناسب برای افزایش مشارکت عمومی در تصمیم‌گیری‌های عمومی را در بر دارد. مشارکت اصیل عمومی، یعنی مشارکتی که برای همه طرف‌ها مفید باشد و علاقه و سرمایه‌گذاری را هم در مدیران و هم در شهروندان تحریک کند، این امر مستلزم بازنگری در نقش‌های اساسی و روابط بین مدیران و شهروندان است.

خان محمدی (۱۳۹۳) در تحقیق خود تحت عنوان **“الگوی مشارکت شهروندی در مدیریت دولتی مبتنی بر تعالیم نهج البلاغه”** این تحقیق یک پژوهش کیفی از نوع اکتشافی و استقرایی است که با هدف ارائه یک الگوی اسلامی از مشارکت شهروندی از منظر تعالیم نهج البلاغه انجام گرفت. در این تحقیق مشارکت شهروندی بدین شکل تعریف می‌گردد؛ مشارکت شهروندی فرایندی آزادانه، آگاهانه، تعاملی و دوسویه بین دولت- شهروند مبتنی بر اصلاح طرفین است که بر اساس اعتماد، انگیزش و عقلانیت شهروندان شکل می‌گیرد و از مشارکت ذهنی یعنی مشارکت حق‌پذیر به سمت مشارکت عینی یعنی مشارکت حق‌طلب در قالب تدوین، اجرا و ارزیابی خط‌مشی با هدف استقرار عدالت و نیل به حیات طیبه و جامعه متمدن حرکت می‌کند. همانگونه که مشاهده می‌گردد، در این الگو مشارکت شهروندی را دارای دو بعد ذهنی و عینی می‌داند که پذیرش حقوق و تکالیف و باورها و نگرش‌های دوگان دولت- شهروند، مشارکت ذهنی را رغم خواهد زد که در این تحقیق به مشارکت حق‌پذیر نیز نامگذاری شده است. طرف دیگر مشارکت، مشارکت عینی است، مشارکت عینی در حقیقت رفتارهای قابل مشاهده و عینی است که در صوت‌های مختلف، مشارکت اقتصادی، مشارکت سیاسی، مشارکت فرهنگی و غیره اتفاق می‌افتد. در حقیقت این

صورت مشارکت در یک فرایند سیاست‌گذاری که از آن به مشارکت راهبردی تعریف کرده ایم جایابی و طبقه‌بندی می‌شود؛ بنابراین طبق این تبیین مشارکت طیفی است که از مشارکت ذهنی شروع و به مشارکت عینی یا تخصصی ختم می‌گردد. در این تحقیق با ارائه الگوی فرایند تعاملی و دوسویه مشارکت دولت - شهروند؛ مشارکت شهروندی در تدوین خط‌مشی‌ها یعنی چهره‌ای ایجاد، در اجرای خط‌مشی یعنی چهره استقرار و بقا حکومت و نهایتاً در ارزیابی و نظارت بر خط‌مشی یعنی در بازخورد و اصلاح حکومت نقش دارد.

سابقی نژاد و گنجعلی (۱۳۹۲) در مقاله خود تحت عنوان "نقش مشارکت مردم در توسعه فرهنگی مناطق محروم"، فرهنگ را هم زیربنای توسعه و هم عامل آن و هم هدف و نتیجه توسعه تعریف می‌نماید. در این مقاله حضور و مشارکت فعالانه مردم پیش نیاز و لازمه نیل به توسعه به‌ویژه توسعه فرهنگی می‌داند و راه‌های افزایش مشارکت مردمی را؛ ارتقای خود آگاهی فردی و اجتماعی، مشارکت آزادانه، داشتن نگرش مثبت مردم نسبت به دولت، باور کردن مردم، بسیج منابع و اثربخش کردن مشارکت می‌داند.

الوانی (۱۳۸۱) در مقاله خود تحت عنوان "راهکارهای مشارکت عامه مردم در خط‌مشی‌گذاری عمومی"، به این موضوع پرداخته است که؛ یکی از انتقادات عمده نظام‌های مردم سالار، عدم مشارکت مؤثر عامه مردم در خط‌مشی‌گذاری عمومی و سلطه متخصصان و کارشناسان در این زمینه می‌باشد. در این نظام‌ها به دلیل مختلف نظیر پیچیدگی مسائل، هزینه بر بودن، عدم اطمینان و تاخیر و کندی، مشارکت مردم کنار گذاشته شده و در تصمیم‌گیری‌های عمومی به نظرات تخصصی بسنده می‌شود. برای رفع این نقیصه و مشارکت عامه مردم در خط‌مشی‌گذاری عمومی مدلی ارائه گردیده است که در آن دو شاخص مشارکت وجود دارد: یکی هدف و منظور از مشارکت و دیگری ماهیت موضوع مورد تصمیم. با استفاده از این مدل، تصمیم‌گیرندگان قادر خواهند شد استراتژی‌ها و راهکارهای مشارکت مردمی در خط‌مشی‌گذاری عمومی را به گونه‌ای طراحی کنند که هم در آگاه ساختن مردم مؤثر باشد و هم کیفیت خط‌مشی‌های اتخاذ شده را بهبود بخشد.

### روش پژوهش

روش تحقیق حاضر، اکتشافی و کیفی می‌باشد. در بخش کیفی روش تحلیل مضمون استفاده شده است. تحلیل مضمون، فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند (کلارک و براون، ۲۰۰۶). روش تحلیل مضمون شامل شش مرحله است. مرحله

اول، آشنایی با داده‌ها یعنی غوطه‌ور شدن در داده‌ها و جستجوی معانی و الگوها. مرحله دوم، ایجاد کدهای اولیه که شامل کدها، نام و برچسب‌هایی هستند که توسط پژوهشگر به قسمتی از جمله یا پاراگراف اطلاق می‌شوند. در این مرحله داده‌ها به گروه‌های معناداری تبدیل می‌شوند. مرحله سوم، جستجوی مضامین است که شامل دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب مضمون‌های سازمان دهنده و مرتب کردن همه خلاصه داده‌های کدگذاری شده در قالب مضمون مشخص است. مرحله چهارم، بازبینی مضمون است که شامل دو مرحله بازبینی و تغییر مضمون‌ها است. مرحله پنجم، تعریف و نامگذاری مضامین در قالب مضامین فراگیر است. مضمون‌هایی را که برای تحلیل آماده شدند تعریف کرده و مورد بازبینی قرار می‌دهند. سپس داده‌های داخل آن را تحلیل می‌کنند. در نهایت مرحله ششم، تهیه گزارش می‌باشد. در عمل نگارش از مرحله اول ایجاد کد آغاز می‌شود و در طول فرآیند تحقیق ادامه پیدا می‌کند و حالت رفت و برگشت بین داده‌ها و گزارش‌ها وجود دارد. پس از ذکر مضمون اصلی و فرعی نشان می‌دهد کدام مضامین فراوانی بیشتری دارند. جهت اعتبارسنجی از روش‌های مرتبط با پژوهش‌های کیفی و کمی استفاده شد. در بخش کیفی از روش‌های غوطه‌وری، روشنگری، استفاده از متخصص کدگذار ثالث جهت اعتبارسنجی استفاده می‌شود. در بخش کمی از روایی همگرا و پایایی معرف و ترکیبی استفاده شد.

روش جمع‌آوری داده‌ها میدانی و ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته است. در مصاحبه نیمه ساختاریافته محقق برای مصاحبه فهرستی از سوال‌ها و موضوع‌ها را تهیه می‌کند و در نظر دارد در مورد آنها در طول مصاحبه صحبت نماید. جامعه مورد مطالعه، خبرگان سازمان تبلیغات اسلامی می‌باشند. از بین خبرگان تا رسیدن به نقطه اشباع داده به روش قضاوتی و هدفمند خبرگان انتخاب می‌شوند. نمونه‌گیری بدون هیچ گونه محدودیتی در تعداد مشارکت کنندگان ادامه می‌یابد تا به اشباع نظری برسیم. اشباع نظری زمانی اتفاق می‌افتد که نمونه جدید نتواند اطلاعات جدیدی درباره مفاهیم، مقولات و یا ارتباط آنها ارائه می‌دهد. محقق بعد از انجام ۱۳ مصاحبه نفر از خبرگان و اساتید حوزه خط‌مشی‌گذاری سازمان تبلیغات اسلامی به اشباع نظری رسید. شاخص انتخاب خبرگان نیز شامل تجربه کاری در حوزه فرهنگی (حداقل ۱۵ سال) - حداقل ۱۰ سال سابقه کار در حوزه خط‌مشی‌گذاری - شناخت کامل از سازمان تبلیغات اسلامی (تجربه کاری مرتبط) می‌باشد.

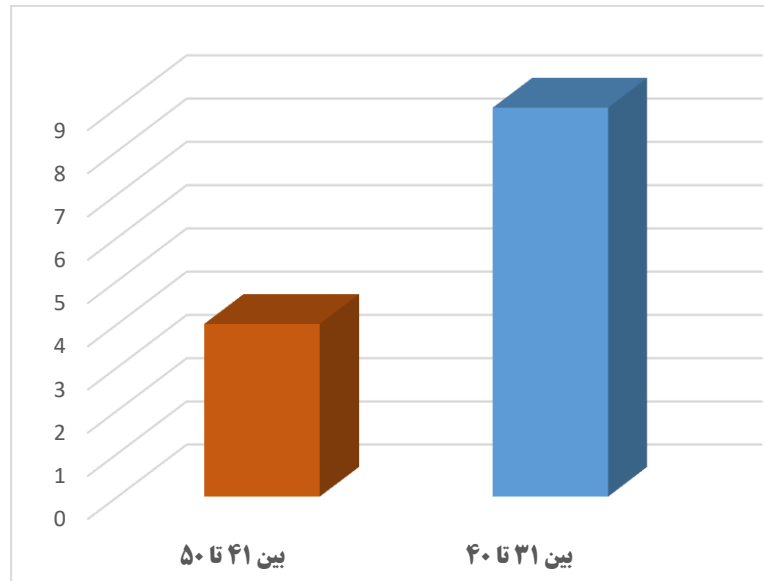
جدول ۱: اطلاعات افراد مصاحبه شونده

ردیف	تحصیلات	رشته تحصیلی	جنسیت	پست سازمانی
------	---------	-------------	-------	-------------

۱	لیسانس	حوزوی	مذکر	کارشناس ستادی
۲	فوق لیسانس	الهیات	مذکر	مدیر
۳	فوق لیسانس	مدیریت اسلامی	مذکر	مدیر
۴	فوق لیسانس	کسب و کار	مونث	کارشناس ستادی
۵	دکتری	مشاوره توانبخشی	مذکر	کارشناس ستادی
۶	لیسانس	مدیریت	مونث	کارشناس ستادی
۷	دکتری	مدرسی معارف	مونث	کارشناس ستادی
۸	دکتری	مدیریت بازاریابی	مذکر	مدیر
۹	دکتری	مدیریت بازرگانی	مذکر	مدیر
۱۰	دکتری	مدیریت دولتی	مذکر	مدیر
۱۱	دکتری	مدیریت دولتی	مذکر	مدیر
۱۲	دکتری	مدیریت خط‌مشی‌گذاری	مذکر	مدیر
۱۳	دکتری	مدیریت	مذکر	مدیر / استاد دانشگاه

### یافته‌های پژوهش

تعداد کل مصاحبه شونده‌گان ۱۳ نفر می‌باشد. نتایج تحلیل آمار توصیفی مصاحبه شونده‌گان نشان داد که ۶۱ درصد دارای سابقه ۱۱ تا ۱۵ سال، ۳۱ درصد نیز دارای سابقه کار ۱۶ تا ۲۰ سال و ۸ درصد دارای سابقه کاری ۲۱ تا ۲۵ سال هستند. ۷۷ درصد از مصاحبه شونده‌گان مرد و ۲۳ درصد زن هستند. همچنین بررسی وضعیت سن مصاحبه شونده‌گان مبین این است که ۶۹ درصد دارای سن ۳۱ تا ۴۰ سال و ۳۱ درصد ۴۱ تا ۵۰ سال سن دارند.



نمودار ۲: وضعیت سن مصاحبه شونده‌گان

#### کدگذاری مصاحبه در قالب مضامین پایه

در این بخش با بررسی محتوای مصاحبه‌ها، نکات کلیدی استخراج گردد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و استخراج مفاهیم، از تحلیل مضمون استفاده شده است. عناصر کلیدی روش تحلیل مضمون شامل مضامین پایه، مضامین سازمان دهنده و مضامین فراگیر است.

در این مرحله کدهای مورد نظر از متون پیاده شده مصاحبه‌ها احصاء شد. یک نکته مهم در این مرحله این است که نمونه‌گیری باید به حدی باشد تا پژوهشگر قادر به کشف مفاهیم گردد، لذا محقق بعد از انجام ۱۳ مصاحبه به اشباع نظری رسید. در این جدول، نشانگر، آدرس اختصاری متن مصاحبه است. نشانگرهای استفاده شده در این تحقیق شامل II تا II3 است. I مخفف Interviewer یعنی مصاحبه شونده، عدد یک نشان دهنده مصاحبه شونده اول و عدد سیزده نشان دهنده مصاحبه شونده سیزدهم است. منظور از تعیین کد، استخراج جملات مرتبط از متن مصاحبه‌ها است و پژوهشگر آن‌ها را در ستونی تحت عنوان کد ثبت نموده است. در ستون گزاره‌های منتخب، جملات هر کدام از مصاحبه شونده‌ها، جانمایی می‌شود و در ستون کد، کد منتخب از گزاره احصاء می‌شود. به طور مثال، چند مورد در جدول زیر اشاره شده است:

اولین قدم در تجزیه و تحلیل داده‌ها، مفهوم‌پردازی آنها می‌باشد. منظور از مفهوم‌پردازی یعنی اینکه مورد مشاهده‌ای، جمله‌ای، پاراگرافی را برمی‌داریم و به اجزایی تقسیم می‌کنیم و به هر کدام از حوادث، ایده‌ها، یا رخدادها نامی می‌دهیم، برجسی که یا نشانه آن پدیده است یا به جای آن می‌نشیند.

برای شکل‌گیری مفاهیم، باید به دو نکته اساسی در طول اجرای تحقیق دقت شود: اول اینکه باید یک مقایسه یا تطبیق مستمر بین گزاره‌های منتخب کدگذاری شده برای یافتن محورهای مشترک بین آنها انجام شود و دوم اینکه مفاهیم تولید شده به مرحله اشباع نظری برسند. بنابراین، در تحقیق حاضر کدهای احصاء شده به شرح زیر در کنار هم جمع شده و تشکیل یک سری مضامین سازمان دهنده را داده‌اند.

مضامین فراگیر، انتزاعی‌تر بوده و سطحی بالاتر را نشان می‌دهند. آنها از طریق فرایند تحلیلی انجام مقایسات برای برجسته‌سازی شباهت‌ها و تفاوت‌ها که در سطح پایین‌تر برای تولید مفاهیم استفاده شد، تولید می‌شوند. گروه‌بندی مضامین فراگیر، تعداد واحدهایی را که باید با آنها کار کنیم، کاهش می‌دهد. روند طبقه‌بندی مفاهیم را که به نظر می‌رسد به پدیده‌های مشابه ربط پیدا می‌کند مقوله‌پردازی می‌نامند. در این مرحله، از طریق مقایسه مضامین با یکدیگر، محورهای مشترک، عنوان مضامین فراگیر به خود می‌گیرد. باید به این نکته اشاره نمود که بیشتر مضامین فراگیر را خود محقق نامگذاری می‌کند. نامی که انتخاب می‌کنیم، باید نامی باشد که از نظر منطقی بیشترین ارتباط را با داده‌هایی که مضامین فراگیر نمایانگر آن است، داشته باشد و باید آن قدر همخوان باشد که آنچه را که ارجاع می‌کند به سرعت به خاطر بیاورد و بتوانیم در خصوص آن فکر کرده و از همه مهم‌تر تحلیل کنیم. البته بعضی نام‌ها از ذخیره مفاهیمی که قبلاً از مطالعات حرفه‌ای در رشته خود داشته ایم، نشأت می‌گیرند. می‌توانیم از نام‌های به‌کار رفته در متون و نوشته‌های تخصصی استفاده کنیم، این قبیل مضامین فراگیر تا آنجا که در نوع خودشان، خوب پرداخته شوند و حامل معنی تحلیلی باشند، مزیت‌هایی دارند.

جدول ۳: مضامین فراگیر

ردیف	مضامین سازمان دهنده	مضامین فراگیر
۱	مدیران جهادی تمدن ساز	بستر تمدن سازی
۲	هسته های تمدنی	
۳	برنامه های فرهنگی تمدن ساز	
۴	برنامه ریزی و خط مشی گذاری غیرمتمرکز	خط مشی گذاری اثربخش
۵	طراحی اثربخش خط مشی	
۶	موانع سازمانی عدم مشارکت	غلبه بر موانع
۷	موانع ساختاری عدم مشارکت	
۸	نتیجه محوری	پیامدسنجی
۹	بهبود مکانیسم های اجرایی مشارکت	
۱۰	همگرایی ساختارمند	بازتولید فرهنگ مشارکت تمدنی
۱۱	ظرفیت سازی رسانه ای	
۱۲	اطمینان بخشی	محرك های اجتماعی
۱۳	ارتقا سطح آموزشی و فرهنگی	
۱۴	انگیزش بخشی	

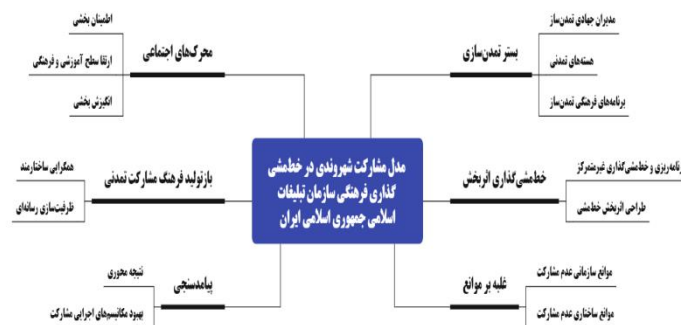
جهت ارزیابی مدل از شاخص های پایایی معرف (آلفای کرونباخ)، شاخص rho\_A و سازگاری درونی از شاخص p دیلون-گلدشتاین یا پایایی مرکب و روایی همگرا (AVE) استفاده شد. نتایج این شاخص ها در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۴: ارزیابی مدل

مؤلفه ها	آلفای کرونباخ	rho_A	پایایی ترکیبی	AVE
برنامه های فرهنگی تمدن ساز	0.867	0.875	0.895	0.493
نتیجه محوری	0.873	0.915	0.896	0.474
هسته های تمدنی	0.873	0.884	0.9	0.508
ارتقاء سطح آموزشی و فرهنگی	0.807	0.895	0.848	0.451
اطمینان بخشی	0.826	0.828	0.864	0.417
برنامه ریزی و خط مشی گذاری	0.789	0.832	0.845	0.419

				غیر متمرکز
0.419	0.89	0.889	0.858	انگیزش بخشی
0.439	0.884	0.885	0.865	ظرفیت‌سازی رسانه‌ای
0.568	0.928	0.983	0.922	همگرایی ساختارمند
				بهبود مکانیسم‌های اجرایی
0.383	0.801	0.768	0.713	مشارکت
0.593	0.878	0.837	0.828	طراحی اثربخش خط‌مشی
0.703	0.904	0.881	0.86	مدیران جهادی تمدن‌ساز
0.45	0.872	0.879	0.86	موانع ساختاری عدم مشارکت
0.541	0.883	0.878	0.845	موانع سازمانی عدم مشارکت

نتایج جدول نشان دهنده این است که همه مولفه‌های تحقیق با توجه به اینکه آلفای کرونباخ، شاخص رو و پایایی ترکیبی دارای مقدار بالاتر از ۷/۰ است؛ دارای پایایی مناسبی است. همچنین نتایج روایی همگرا نیز نشان دهنده روایی مناسب برای همه مولفه‌ها است. بر مبنای جمع‌بندی مصاحبه‌های و کدهای احصاء شده در قالب سازمان دهنده و مضامین فراگیر، مدل پژوهش به شرح زیر است:



نمودار ۳: مدل تحقیق

بستر تمدن‌سازی متشکل از مدیران جهادی تمدن‌ساز، هسته‌های تمدنی و برنامه‌های فرهنگی تمدن‌ساز است. رسیدن به یک جامعه‌ای آرمانی در ابعاد تمدنی آن، با رویکرد نخبگان و اثربخشی آنان پیوند خورده و برای دستیابی به چنین هدفی، درک صحیح از وضعیت کنونی و در نظر گرفتن مزایا و آسیب‌های آن، همچنین داشتن چشم‌اندازی واقع‌بینانه لازم است. شکل‌دهی هسته‌های فرهنگی تحول‌خواه، شکل‌دهی و راهبری جریان حلقه‌های میانی، راه‌اندازی هسته‌های مقاومت فرهنگی در محلات، استفاده از ظرفیت مساجد و سازماندهی

ظرفیت تشکل‌ها و شبکه‌های مردمی جهت جلب مشارکت عمومی و نخبگانی می‌تواند در امر تحقق هسته‌های تمدنی مثمرتر باشد. از سوی دیگر، حضور بیشتر مردم در عملیات‌های فرهنگی، تشکیل کانون‌های فرهنگی تبلیغی، مراسم تبلیغی محرم و رمضان جهت افزایش مشارکت شهروندان و تقویت‌های پیوندهای اجتماعی، پذیرایی از راهپیمایان اربعین، مشارکت در راهپیمایی جشن غدیر و وحدت، جهاد تبیین، استفاده از ظرفیت‌های انجمن‌های اسلامی، هیأت‌های مذهبی، مداحان و مبلغان مذهبی منجر به تولید برنامه‌های فرهنگی تمدن‌ساز خواهد شد.

خط‌مشی‌گذاری اثربخش شامل خلاقیت در طراحی، طراحی‌های درست خط‌مشی‌گذاری، درگیر کردن مردم و دادن مسئولیت به آنها در طراحی خط‌مشی‌ها و ایجاد جذابیت در خط‌مشی‌ها است که منجر به پیاده‌سازی بهتر برنامه‌ها، بهبود کارایی برنامه‌ها، افزایش همکاری بین شهروندان و سازمان تبلیغات، نگاه منطقه‌ای به برنامه‌ریزی هر منطقه می‌شود.

همکاری چهره‌های برجسته، تبیین و توجیه خدمت، ارضای نیازهای اعتقادی، اخلاقی و فرهنگی جامعه، ارتقای روحیه و امیدآفرینی در جامعه، شوق به کارهای گروهی، افزایش حس مالکیت فکری و فرهنگی شهروندان، تبلیغ چهره به چهره و فضاسازی رقابتی بین مردم جهت جلب مشارکت انگیزش‌های لازم را ایجاد کرده و از طریق اعتمادسازی سازمان برای جلب مشارکت مردم، شفافیت، مشهود بودن فعالیت‌های سازمان برای جامعه، آگاهی نسبت به اثرات اجرایی شدن خط‌مشی‌ها و ارتقاء سرمایه اجتماعی سازمان‌ها و نهادهای دینی منجر به اطمینان‌بخشی در خط‌مشی‌های فرهنگی خواهد شد.

بحث و نتیجه‌گیری

دلایل عقلی متعددی برای دخیل ساختن مردم در فرآیند تصمیم‌گیری در ادبیات نظری مدیریت دولتی وجود دارد. یکی از این دلایل این است که بفهمیم و درک کنیم که شهروندان چه می‌خواهند تا ترجیحات و ارزش‌ها و اولویت‌ها نقشی در فرآیند تصمیم‌گیری داشته باشند. اگر چنین عمل شود تعارض کاهش یافته و اعتماد عمومی ایجاد می‌گردد. یک دلیل دیگر برای مشارکت شهروندان بهبود کیفیت تصمیم یا دخیل ساختن دانش محلی در فرآیند تصمیم‌گیری است که می‌تواند پیامدهای بهتری را به دنبال داشته باشد. به نظر سابقه‌ی نژاد و گنجعلی (۱۳۹۲) و گنجی و همکاران (۱۳۹۷) فرهنگ زیربنای توسعه است. حضور و مشارکت فعالانه مردم پیش‌نیاز و لازمه نیل به توسعه به‌ویژه توسعه فرهنگی است و راه‌های افزایش مشارکت مردمی ناشی از ارتقای خود آگاهی فردی و اجتماعی، مشارکت آزادانه، داشتن نگرش مثبت مردم نسبت به دولت، باور کردن مردم، بسیج منابع و اثربخش کردن مشارکت می‌باشد.

تحقیق حاضر به دنبال بررسی طراحی مدل مشارکت شهروندی در خط‌مشی‌گذاری فرهنگی تمدن‌ساز می‌باشد. نتایج تحقیق نشان داد که این مدل شامل ۶ بعد بستر تمدن‌سازی، بازتولید فرهنگ مشارکت تمدنی، محرک‌های اجتماعی، خط‌مشی‌گذاری اثربخش، پیامدسنجی و غلبه بر موانع می‌باشد. بستر تمدن‌سازی شامل مدیران جهادی تمدن‌ساز، هسته‌های تمدنی، برنامه‌های فرهنگی تمدن‌ساز است. بازتولید فرهنگ مشارکت تمدنی شامل مولفه‌های همگرایی ساختارمند و ظرفیت‌سازی رسانه‌ای می‌باشد. محرک‌های اجتماعی شامل اطمینان‌بخشی، ارتقاء سطح آموزشی و فرهنگی، و انگیزش بخشی می‌باشد. خط‌مشی‌گذاری اثربخش بر مبنای مولفه‌های برنامه‌ریزی و خط‌مشی‌گذاری غیرمتمرکز و طراحی اثربخش خط‌مشی صورت می‌گیرد. مولفه‌های نتیجه‌محوری و بهبود مکانیسم‌های اجرایی مشارکت نیز زیرمجموعه بعد پیامدسنجی می‌باشد. در نهایت موانع سازمانی و ساختاری عدم مشارکت ذیل موانع می‌باشد.

در این تحقیق مدل خط‌مشی‌گذاری فرهنگی تمدن‌ساز مورد بررسی قرار گرفت. چرا که این نوع خط‌مشی‌گذاری می‌تواند بستر رشد جامعه به سوی اهداف اسلامی و تحقق تمدن نوین اسلامی باشد. نتایج تحقیق الوانی و همکاران (۱۳۹۳) بر این نکته تأکید دارد که متصدیان، مسئولان، خط‌مشی‌گذاران و سیاست‌گذاران فرهنگی کشور در هر یک از فرایندهای خط‌مشی‌گذاری فرهنگی (تدوین، اجرا و ارزیابی) که مشغولیت دارند، باید الگویی را برای فرهنگ طراحی و مهندسی کنند که مولفه‌های آن براساس اسلام ناب و در راستای فرهنگ ملی باشد. بدیهی است، توجه به مشارکت جدی عامه مردم و مخاطبان در فرآیند

خط‌مشی‌گذاری چه در مرحله تدوین، چه در مرحله اجزا و چه در مرحله نظارت و ارزیابی اجتناب‌ناپذیر و ضروری است.

از سوی دیگر، استفاده از ظرفیت‌ها و سنت‌های قدیمی کشور در امر خط‌مشی‌گذاری، تأکید و توافق در اشتراکات فرهنگی، پذیرش تفاوت‌های فرهنگی، پرهیز از نگاه‌ها و تعصبات جناحی منجر به همگرایی ساختارمند در امر خط‌مشی‌گذاری سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی کشور به خصوص سازمان تبلیغات اسلامی گردد. با توجه به ظرفیت‌های فراوان حوزه فناوری اطلاعات، تکیه بر ظرفیت‌سازی رسانه‌ای جهت پیشبرد امر خط‌مشی‌گذاری نیز می‌تواند در امر تمدن‌سازی نقش ایفا نماید. به طور مثال، بکارگیری رسانه‌های نوین و فضای مجازی، ایجاد شبکه‌های مویرگی، طراحی و استقرار سامانه‌های تعاملی، ساماندهی حداکثری کنشگران مرتبط از طریق سامانه‌ها، گزارش تصویری از نتایج مشارکت‌ها، تبلیغات رسانه‌ای، اجرایی‌سازی الگوی عمومی شدن تبلیغ اسلام ناب و اجتماعی شدن آن منجر به سرعت بخشی به مشارکت شهروندان در امر مشارکت خواهد شد.

برای تحقق برنامه‌های فرهنگی تمدن‌ساز مدل مشارکت شهروندی در خط‌مشی‌گذاری فرهنگی نیز پیشنهاد می‌شود کانون‌های فرهنگی تبلیغی، تشکیل و از ظرفیت راهپیمایی اربعین در جهاد تبیین استفاده شود. همچنین انجمن‌های اسلامی، هیأت‌های مذهبی، مداحان و مبلغان مذهبی می‌توانند در این زمینه نقش آفرین باشند. تسهیل در امر مردمی‌سازی امور و ایجاد زیرساخت‌های فناوری مطابق با بوم منطقه و استفاده از ظرفیت‌های استان و شهرستان جهت حل مسائل جامعه نیز می‌تواند در تحقق مشارکت شهروندان مثرتر باشد.

در نتیجه نتایج تحقیق از اهمیت نقش مشارکت شهروندان بر امر خط‌مشی‌گذاری فرهنگی حمایت می‌کند. نتایج گنجی و همکاران (۱۳۹۷) نیز مبین این است که مشارکت فرهنگی، شرکت داوطلبانه افراد، گروه‌ها و سازمان‌های یک جامعه در ابعاد گوناگون زندگی اجتماعی برای گسترش توسعه پایدار، متوازن و همه‌جانبه حیات فرهنگی آن جامعه را به دنبال دارد. گزارش تصویری از نتایج مشارکت‌ها و توسعه شبکه کنشگری مردمی نیز در امر مشارکت شهروندان تسهیل‌گر خواهد بود. به علاوه، تحقق راهبرد مردمی‌سازی امر تبلیغ از حیث ارتقاء مشارکت همگانی و عمومی اقشار مختلف مردم به مثابه کلکم راع و کلکم مسئول عن رعیت به عنوان یک راهبرد اساسی برای سازمان تبلیغات باید در نظر گرفته شود. نتایج تحقیق نشان داد که تمرکز بر مساجد محله و همچنین هیأت‌های مذهبی می‌تواند در افزایش مشارکت شهروندان در امر خط‌مشی‌گذاری مثرتر باشد. اولین قدم در راه دستیابی به چنین هدفی ایجاد زمینه مناسب برای ترغیب و سوق

دادن افکار عمومی جامعه به سمت شناخت و معرفت عمیق دینی است. وقتی افکار عمومی جامعه ضرورت چنین موضوعی را درک کند نخبگان و متولیان دینی چنین نیازی را با تولیدات علمی و معرفتی پاسخ خواهند داد و بستر مناسب برای استقرار چارچوبهای نوین معرفتی که منطبق بر اصول دینی و متناسب با جهان نوین است مهیا می شود. مساجد به ویژه در سه حوزه رسانه ای ارتباطی، حمایتی پشتیبانی و فرهنگی هویتی توانایی دارند که فرهنگ مشارکت در عمق ببخشد.

هسته های تمدنی از طریق شکل دهی و راهبری جریان حلقه های میانی تسریع می شود؛ از این رو پیشنهاد می شود هسته های مقاومت فرهنگی در محلات راه اندازی و بر نقش پررنگ امامان مسجد و محله در مشارکت در خط مشی گذاری فرهنگی تأکید شود. استفاده از ظرفیت سازمان های مردم نهاد و سازماندهی ظرفیت تشکلهای شبکه های مردمی جهت جلب مشارکت عمومی و نخبگانی بر مردمی سازی امور فرهنگی می تواند نقش داشته باشد. از آنجایی که سازمان تبلیغات در سراسر کشور نقش آفرینی می کند، نگاه منطقه ای به برنامه ریزی هر منطقه می تواند باعث افزایش مشارکت شهروندان در امر خط مشی گذاری باشد.

با وجود اهمیت مشارکت مردم در توسعه و تأکید برنامه ریزان و کارشناسان بر ضرورت بکارگیری آن، جلب مشارکت مردم همواره با مسائل و مشکلاتی روبرو است. موانع مشارکت در جهان سوم عمدتاً فرهنگی اجتماعی است. از این رو، نهاد مشارکت جو باید امکان مشارکت مردم را نیز پیش بینی و فراهم نماید. عدم آگاهی مردم به اهداف طرح و خصوصیات آن و عدم اطمینان به آن نهاد نیز بر کاهش اثربخشی خط مشی گذاری تأثیرگذار است. لذا، مردم اگر به اهداف کلان نهاد مشارکت جو اعتماد و آگاهی نداشته باشند، در آن مشارکت نمی کنند. برای غلبه بر این موانع پیشنهاد می شود در تعیین افراد کلیدی در پست های حساس، سعی شود افراد قوی و باتجربه جایگذاری شود و از تغییرات مداوم افراد پرهیز شود. چرا که تغییر پی در پی مسئولان باعث بی نظمی در امر خط مشی گذاری و تصمیم گیری می شود. تسهیل در امر مردمی سازی امور و ایجاد زیرساخت های فناوری مطابق با بوم منطقه و استفاده از ظرفیت های استان و شهرستان جهت حل مسائل جامعه نیز می تواند در تحقق مشارکت شهروندان مثرتر باشد.

## منابع

۱. اجلالی، پرویز (۱۳۷۹). سیاست گذاری و برنامه ریزی فرهنگی در ایران، تهران نشر آن.
۲. آزاد ارمکی، تقی و منوری، نوح (۱۳۸۹). ارائه مدل برای تحلیل محتوای سیاست های فرهنگی، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ش ۲۰.
۳. اشتراوس، کوربین (۱۳۹۴)، مبانی پژوهش کیفی، ترجمه، افشار، ابراهیم. تهران، انتشارات نی.
۴. اشتریان کیومرث (۱۳۸۱)، روش سیاست گذاری فرهنگی، تهران، آشنا، اول.
۵. اشتریان، کیومرث (۱۳۸۹)، متغیرهای استراتژیک در سیاست گذاری فرهنگی، تهران، میزان.
۶. الوانی سید مهدی و شریف زاده، فتاح، (۱۳۸۷)، فرآیند خط مشی گذاری عمومی، تهران: دانشگاه علامیه طباطبایی (ره).
۷. الوانی، سید مهدی، (۱۳۹۹)، تصمیم گیری و تعیین خط مشی دولتی، تهران، انتشارات سمت.
۸. الوانی، سیدمهدی (۱۳۸۱). راهکارهای مشارکت عامه مردم در خط‌مشی‌گذاری عمومی، مجتمع آموزش عالی قم، شماره ۱۳.
۹. الوانی، سیدمهدی؛ خنیفر، حسین و حاجی ملا میرزایی، حمید (۱۳۹۳). فرهنگ و خط‌مشی‌گذاری فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه تحقیقات مدیریت آموزشی، ۱۹، ۷۰-۱۳.
۱۰. انصاری، محمدرضا؛ قدمی، محسن؛ عززآبادی فراهانی، فاطمه؛ صالحی امیری، سیدرضا و قیومی، عباسعلی (۱۴۰۰). ارائه الگوی خط‌مشی‌گذاری فرهنگی با روکرد تحول (مورد مطالعه دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران)، فصلنامه علمی مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، ۱۱(۳۹): ۶۶-۴۶.
۱۱. بازرگان، عباس (۱۳۸۷)، روش تحقیق آمیخته: رویکردی برتر برای مطالعات مدیریت، دانش مدیریت، سال ۲۱، شماره ۲۱، صص ۱۹-۳۶.
۱۲. بازرگان، عباس (۱۳۸۷) مقدمه ای بر روشهای تحقیق کیفی و آمیخته - رویکردهای متداول در علوم رفتاری، نشر دیدار.
۱۳. باقری، محمدرضا و پورعزت، علی اصغر (۱۳۹۲)، تدوین سیستم خط‌مشی‌گذاری فرهنگی آینده‌نگر با استفاده از هم‌افزایی مدل‌ها، راهبرد فرهنگ، ۲۲: ۱۶۲-۱۳۵.

۱۴. بی، ارل (۱۳۸۱)، روش های تحقیق در علوم اجتماعی. ترجمه، فاضل، رضا، تهران، انتشارات سمت.
۱۵. پورعزت و همکاران (۱۳۹۲)، تدوین سیستم خط‌مشی گذاری فرهنگی آینده نگر با استفاده از هم افزایی مدلها، مجله راهبرد فرهنگ، شماره ۲۲ صفحات ۱۶۲-۱۳۶.
۱۶. خان محمدی، هادی؛ واعظی، رضا و دلشادتهرانی، مصطفی (۱۳۹۳). الگوی مشارکت شهروندی در مدیریت دولتی مبتنی بر تعالیم نهج البلاغه، فصلنامه مدیریت سازمان های دولتی، دوره ۲، شماره ۳.
۱۷. خنیفر، حسین و آقداغی، میثم (۱۳۹۴)، الگوی مفهومی سطوح تأثیرگذاری آموزه‌های اسلامی بر خط‌مشی گذاری فرهنگی، معرفت فرهنگی اجتماعی، ۲۲: ۶۲-۴۵.
۱۸. سابقی نژاد (۱۳۹۲). نقش مشارکت مردم در توسعه فرهنگی مناطق محروم، چهارمین همایش چالش ها و راهکارهای توسعه در مناطق محروم.
۱۹. سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور ۱۳۸۰
۲۰. سند چشم انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۳۸۴
۲۱. غبرائی، هادی دیدگاه های اروپایی درباره سیاست گذاری فرهنگی، تهران، دفتر پژوهشهای فرهنگی، ۱۳۸۹
۲۲. فاضلی، نعمت الله و قلیچ، مرتضی (۱۳۹۲)، نگرشی نو به سیاست فرهنگی، تهران: تیسرا.
۲۳. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران ۱۳۶۸
۲۴. قلی پور و همکاران (۱۳۹۴)، مفهوم پردازی پدیده شکاف خط‌مشی در فرایند خط‌مشی گذاری فرهنگی، فصلنامه مجلس و راهبرد، شماره ۸۱، صص ۹۱-۱۲۵.
۲۵. کمیلی فرد و همکاران (۱۳۹۶)، بررسی و تحلیل گام های خط‌مشی گذاری فرهنگی در انقلاب اسلامی ایران، فصلنامه علمی- پژوهشی پژوهشنامه انقلاب اسلامی، شماره ۲۲، صص ۳۸-۲۳.
۲۶. گنجی، محمد؛ نیازی، محسن و حیدریان، امین (۱۳۹۷). مطالعه عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت فرهنگی در فضای دانشگاه. جامعه شناسی کاربردی، ۲۹(۳): ۱۹-۴۰.
۲۷. مروج، محمود (۱۳۹۷). الگوی خط‌مشی گذاری سازمانهای فرهنگی، نخستین جشنواره تالیفات علمی برتر علوم انسانی اسلامی جایزه ویژه علامه جعفری.

۲۸. وارث، حامد، (۱۳۸۰)، نگرش فراباردایی به مدیریت دولتی، دانش مدیریت، ۵۵.
۲۹. وحیدی منش، حمزه علی (۱۳۸۶). عناصر تمدن‌ساز دین اسلام، معرفت، شماره ۱۲۳.
30. Agger, Annika. (2012). toward tailor made participation: how to involve types of citizens in participatory governance. Roskilde: Roskilde University press
31. Anderson, D., Arazy, O., and Nov, O. (2011). Technology-Mediated Citizen Science Participation: A Motivational Model. Proceedings of the AAAI International Conference on Weblogs and Social Berner, maurenm , amos, justin m and morse, ricardos.( 2011). what constitutes effective citizen participation in local government? View from city stakeholders. Journal of PAQ SPRING. Media
32. Boyatzis, R. E. (1998). Transforming qualitative information: thematic analysis and code development. Thousand Oaks,CA: sage.86.
33. Braun, V. Clarke, V.(2006).Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, Vol. 3. No. 2, 77-101.
34. Cheryl Simrell King and M. Feltey (2013), "The Question of Participation: Toward Authentic Public Participation in Public Administration",University of Akron Bridget O'Neill Susel, Summit County, Ohio
35. Creswell. J. W., (2003), Research Design: Qualitative and mixed methods approaches, Thousand Oaks, CA: Sage 65
36. Feldman and Khademian (2000), "Managing for inclusion: balancing control and participation", International Public Management Journal Vol.3 149–167.
37. Hank Roose and Stijn Daenekindt (2015), "Cultural Participation, Trends in", Ghent University, Ghent, Belgium. ( DOI: 10.1016/B978-0-08-097086-8.10452-0)
38. Holmes, maja hussar. (2011). translation goals to practice: an analysis of u.s army corps of engineers public participation practice. Journal of Public Administration and Management, 1, 177 – 220
39. Holmes, maja hussar.(2011). translation goals to practice: an analysis of u.s army corps of engineers public participation practice. Journal of Public Administration and Management

40. King, N., & Horrocks, C. (2010). Interviews in qualitative research. London: Sage.
41. Lisa Marx (2019), "Participation as policy in local cultural governance " Cultural Trends, Volume 28, 2019 - Issue 4
42. Llona Asare (2021), "co-creation as a means of citizen engagement in local cultural policy making" Culture Crossroads, Volume 17, 2021.
43. Pilar Lopez (2021) "Social inequalities in cultural participation", INVENT Conference
44. Roberts, N. (2004). public deliberation in an age of direct citizen participation. American. Review of Public Administration, 34, 315-353
45. Thomas, J, C.(1995). public participation in public decision. san Francisco: Jossey-bass.