

Providing a Model for Citizen Participation in Cultural Policymaking (Case Study: Islamic Propagation Organization)

Ghaffar. Hosseini¹, Mohammad Reza. Rabiei Mandejin^{1*}, Hassan. Givorian¹, Ahmad. Vedadi¹

¹ Department of Public Administration, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

* Corresponding author email address: moh.Rabeee_mondin@iauctb.ac.ir

Article Info

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Hosseini, G., Rabiei Mandejin, M. R., Givorian, H., & Vedadi, A. (IN PRESS). Providing a Model for Citizen Participation in Cultural Policymaking (Case Study: Islamic Propagation Organization). *Journal of Social-Political Studies of Iran's Culture and History*.



© 2024 the authors. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

ABSTRACT

The primary objective of this research is to present a model for citizen participation in cultural policymaking. The research method is exploratory and qualitative. In the qualitative section, thematic analysis is employed. The study population consists of experts from the Islamic Propagation Organization. After conducting 13 semi-structured interviews with experts and scholars in the field of policymaking within the Islamic Propagation Organization, the researcher reached theoretical saturation. The quantitative section of the study involves 40 managers and experts in the field of policymaking within the organization. The sampling method for the quantitative section is simple random sampling, with a sample size of 36 individuals determined using the Morgan table. Data collection in the quantitative section was conducted via questionnaires. The research findings indicate that the model comprises six dimensions: the context for civilization-building, the reproduction of a participatory civilization culture, social drivers, effective policymaking, outcome assessment, and overcoming barriers. Results from the t-test demonstrate that the dimensions and components of the research are in a favorable and highly suitable condition. The results of the Friedman test regarding the prioritization of dimensions show that the dimensions of the research have close mean ranks, indicating equal priority. However, regarding the components of the research, improving executive mechanisms of participation ranks first, addressing structural barriers to participation ranks second, and decentralized planning and policymaking rank third. Based on the research findings, to realize civilization-building managers, employing educated individuals, particularly experienced professionals, in leadership roles in policymaking is of great importance. Additionally, the multi-faceted skills of senior policymakers can play a significant role in this context. Furthermore, capacity-building and selecting appropriate managers can lead to the realization of jihadist, civilization-building managers.

Keywords: Cultural policymaking, citizen participation, civilizational cores, civilization-building managers

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

In the contemporary era, the paradigm of governance has shifted toward emphasizing active citizen participation in policymaking processes, reflecting the principles of new public services. Unlike the traditional bureaucratic models that treated citizens as passive recipients of government services, the modern approach regards citizens as active stakeholders in governance, fostering reciprocal and meaningful relationships with government entities. This perspective underscores the importance of citizen involvement in enhancing public service delivery, decision-making, and challenging governmental actions (Sabeghi Nejad & Ganjali, 2013).

Citizen governance, an integral aspect of the new public services paradigm, recognizes citizens as one of the main actors in governance. Many theoretical frameworks have incorporated mechanisms for citizen oversight, acknowledging its role in addressing theoretical issues that economic-centric paradigms faced (Alvani, 2002). Consequently, future public managers must adopt a "citizen-centric" perspective, prioritizing participatory strategies over traditional hierarchical approaches to realize their roles effectively (Khan Mohammadi et al., 2014).

Cultural policymaking, a subset of governance, involves a comprehensive examination of the interaction between government and society across various stages, including problem identification, policy design, implementation, evaluation, and modification. Cultural policies, defined broadly, encompass objectives, principles, priorities, and execution strategies aimed at steering cultural movements (Ganji et al., 2018). This research seeks to fill a significant gap by proposing a model for citizen participation in cultural policymaking within the Islamic Propagation Organization of Iran, tailored to the nation's Islamic-Iranian values and needs.

Methods and Materials

This study adopted an exploratory mixed-method approach, combining qualitative thematic analysis and quantitative survey methods. The qualitative phase involved semi-structured interviews with 13 experts in cultural policymaking, reaching theoretical saturation. Participants were selected purposively based on their extensive experience in cultural policymaking and familiarity with the Islamic Propagation Organization. The interview transcripts were analyzed using Braun and Clarke's thematic analysis framework, encompassing six stages: data familiarization, initial coding, theme identification, theme review, theme definition, and report production.

The quantitative phase targeted a sample of 36 managers and experts within the Islamic Propagation Organization, selected via simple random sampling based on the Morgan table. Data collection was conducted through a structured questionnaire designed to validate the proposed model. The questionnaire's reliability was confirmed using Cronbach's alpha, and confirmatory factor analysis (CFA) was employed to assess construct validity. Statistical analyses, including t-tests and Friedman tests, were performed to evaluate the significance and prioritization of dimensions and components.

Findings

The research findings revealed a multidimensional model comprising six key dimensions:

1. **Context for Civilization-Building:** This dimension highlights the role of visionary managers and transformative cultural programs. Components include mobilizing cultural cores, establishing grassroots organizations, and fostering community-driven initiatives.

2. **Reproducing a Participatory Civilization Culture:** This involves building structured convergence among stakeholders and leveraging media capacities for citizen engagement.
3. **Social Drivers:** These encompass mechanisms for confidence-building, enhancing educational and cultural competencies, and fostering motivation among citizens.
4. **Effective Policymaking:** This dimension emphasizes decentralized planning and policy design, ensuring adaptability and relevance to regional contexts.
5. **Outcome Assessment:** It includes mechanisms for evaluating policy effectiveness, enhancing participatory frameworks, and integrating citizen feedback into decision-making processes.
6. **Overcoming Barriers:** This dimension addresses organizational and structural challenges hindering citizen participation, advocating for systemic reforms to foster inclusivity.

Quantitative results demonstrated that the proposed model's dimensions and components were in a highly favorable condition, as evidenced by significant t-test results. The Friedman test for prioritization indicated closely ranked dimensions, reflecting their uniform importance. Among the components, improving participatory mechanisms ranked highest, followed by addressing structural barriers and promoting decentralized planning.

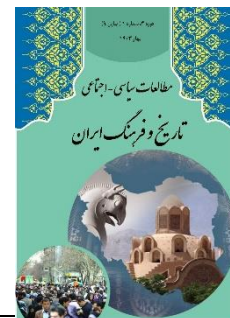
Discussion and Conclusion

The study underscores the pivotal role of citizen participation in cultural policymaking as a driver of sustainable societal transformation. Active engagement of citizens not only enriches the policymaking process but also ensures broader acceptance and effectiveness of cultural policies. This aligns with previous research highlighting the necessity of designing indigenous models that resonate with the unique socio-cultural fabric of a society (Ganji et al., 2018).

The findings advocate for the integration of grassroots initiatives and traditional structures, such as mosques and community organizations, as central elements of participatory frameworks. Leveraging these platforms can enhance citizen trust and foster collective action. Additionally, the strategic use of modern information and communication technologies can bridge gaps between policymakers and citizens, facilitating transparent and inclusive decision-making processes.

Despite the evident advantages of citizen participation, challenges persist, particularly in the form of cultural and organizational barriers. Addressing these requires a multifaceted approach, including public education, capacity-building, and systemic reforms within policymaking institutions. Ensuring transparency and accountability in governance is equally critical to fostering public trust and sustained engagement.

In conclusion, the research provides a robust model for citizen participation in cultural policymaking, tailored to the unique context of the Islamic Propagation Organization. By emphasizing participatory strategies, the model aims to foster a civilization-building approach aligned with Islamic-Iranian values. Future studies should explore the practical implementation of this model across diverse cultural and organizational contexts to further validate its effectiveness and adaptability.



ارایه الگوی مشارکت شهروندی در خطمشی گذاری فرهنگی (مورد مطالعه: سازمان تبلیغات اسلامی)

غفار حسینی^۱، محمدرضا ربیعی مندجین^{۱*}، حسن گیوریان^۱، احمد ودادی^۱

۱. گروه مدیریت دولتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

* ایمیل نویسنده مسئول: moh.Rabiee_mondin@iauctb.ac.ir

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله

پژوهشی اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

حسینی، غفار، ربیعی مندجین، محمدرضا، گیوریان، حسن، و ودادی، احمد. (در دست چاپ). ارایه الگوی مشارکت شهروندی در خطمشی گذاری فرهنگی (مورد مطالعه: سازمان تبلیغات اسلامی). *مطالعات سیاسی- اجتماعی تاریخ و فرهنگ ایران*.



© ۱۴۰۳ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

هدف اصلی پژوهش ارایه الگوی مشارکت شهروندی در خطمشی گذاری فرهنگی است. روش تحقیق حاضر، اکتشافی و کیفی می باشد. در بخش کیفی روش تحلیل مضمون استفاده می شود. جامعه مورد مطالعه، خبرگان سازمان تبلیغات اسلامی می باشند. محقق بعد از انجام ۱۳ مصاحبه نیمه ساختار یافته از خبرگان و اساتید حوزه خطمشی گذاری سازمان تبلیغات اسلامی به اشباع نظری رسید. جامعه بخش کمی شامل مدیران و کارشناسان حوزه خطمشی گذاری در سازمان تبلیغات اسلامی به تعداد ۴۰ نفر است. روش نمونه گیری در بخش کمی، روش تصادفی ساده می باشد و حجم نمونه از طریق جدول مورگان به تعداد ۳۶ نفر انتخاب گردید. روش جمع آوری داده در قسمت کمی، پرسشنامه است. نتایج تحقیق نشان داد که این مدل شامل ۶ بعد بستر تمدن سازی، بازتولید فرهنگ مشارکت تمدنی، محرک های اجتماعی، خطمشی گذاری اثربخش، پیامدسنجی و غلبه بر موانع می باشد. نتایج بررسی آزمون تی نشان داد که ابعاد و مولفه های تحقیق در وضعیت مطلوب و بسیار مناسب قرار دارند. نتایج بررسی آزمون فریدمن در مورد اولویت بندی ابعاد نشان داد که ابعاد تحقیق به دلیل نزدیک بودن میانگین رتبه آن ها به هم نزدیک بوده و لذا اولویت یکسانی دارند. اما در مورد مولفه های تحقیق، بهبود مکانیسم های اجرایی مشارکت در اولویت اول، مقابله با موانع ساختاری عدم مشارکت در اولویت دوم و برنامه ریزی و خطمشی گذاری غیرمتمرکز در اولویت سوم قرار دارد. مبتنی بر نتایج تحقیق، برای تحقق مدیران تمدن ساز استفاده از قشر تحصیل کرده خصوصاً افراد باتجربه در رأس امور خطمشی گذاری از اهمیت شایانی برخوردار است. از سوی دیگر، مهارت چند وجهی مدیران بالادستی خطمشی گذاری می تواند در این زمینه نقش به سزایی داشته باشد. به علاوه، کادرسازی و انتخاب مدیران مناسب می تواند مدیران جهادی تمدن ساز را محقق نماید.

کلیدواژگان: خطمشی گذاری فرهنگی، مشارکت شهروندی، هسته های تمدنی، مدیران تمدن ساز.

مقدمه

خدمات عمومی نوین، شهروندان را تشویق می‌کند که مشارکت‌های عمومی داشته باشند و آن‌ها را مالکان دولت می‌داند. به طوری که شهروندان روابط دوسویه و معناداری با دولت دارند و نقش فعالی را در بهبود خدمات دولتی، تصمیم‌گیری و چالشی نمودن اقدامات دولتی ایفا می‌کنند (Sabeghi Nejad & Ganjali, 2013). یکی از موضوعاتی که ذیل پارادایم خدمات عمومی نوین قابل طرح است حکمرانی شهروندی می‌باشد. بنابراین در پارادایم سوم نقش شهروندان به عنوان یکی از بازیگران اصلی حکمرانی به رسمیت شناخته شده است. 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 (Alvani, 2002)؛ بنابراین مدیران دولتی در آینده باید دیدگاهی "شهروند محور" پیدا کنند و "مشارکت جویی" را جایگزین نگرش سنتی سلسله‌مراتبی نمایند. با این دو استراتژی است که آنان خواهند توانست نقش واقعی خود را در آینده ایفا کنند (Khan Mohammadi et al., 2014).

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. هر خطمشی را می‌توان یک سیستم فرعی تلقی کرد که با خطمشی‌های بالاتر و پایین‌تر از خود در ارتباط است (دانش فرد، ۱۳۸۹). خطمشی فرهنگی نیز به معنای عام و عرفی، مجموعه‌ای از اهداف، مبنای، 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 (Ganji et al., 2018).

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 بومی‌ای باشد که در آن علاوه بر بهره‌گیری از مدل‌های موجود، ارزش‌ها و اقتضات اسلامی-ایرانی نیز لحاظ شده و به زبان ساده، به تن این کشور و جامعه دوخته شده باشد. در واقع به منظور توفیق در اجرای سیاست‌های فرهنگی در کشور ایران، لازم است با توجه به ارزش‌ها و اقتضات بومی همین کشور و نیازهای بومی همین جامعه، مدلی جهت اجرای خطمشی‌های فرهنگی طراحی شود (Khan Mohammadi et al., 2014).

یکی از مهمترین نقاط ضعف حاکم بر سیاست‌گذاری فرهنگی را ناشی از عدم بهره‌گیری از مدلی مناسب می‌دانند (Alvani et al., 2014). برخی از منظر استعاره ماشین به این پدیده می‌نگرند و فرهنگ را قابل مهندسی و کنترل مکانیکی می‌دانند و برخی دیگر از منظر ارگانیک به آن نگاه می‌کنند و در حد افراطی، قائل به عدم امکان مدیریت آن شده و یا از مدیریت آشوبناک آن خبر داده‌اند. با توجه به ضرورت دستیابی به مدل بومی سیاست‌گذاری فرهنگی و عنایت به اینکه فرهنگ را نه می‌توان کنترل و مدیریت مکانیکی کرد و نه به صلاح است آن را به حال خود رها کرد؛ بلکه می‌توان و باید با مدنظر قرار دادن فراوانی و پیچیدگی‌های مؤلفه‌ها و متغیرهای فرهنگی با رویکردی برگرفته از مدیریت آشوب به سیاست‌گذاری فرهنگی پرداخت و مدل ارزیابی متوازن قابلیت‌های ویژه‌ای برای تبدیل شدن به الگوی سیاست‌گذاری فرهنگی بومی دارد که این امر نیازمند اهتمام روزافزون مدیران و سیاست‌گذاران فرهنگی و اصحاب نظر و عمل در این عرصه جهت بهره‌مندی از مدل بومی سیاست‌گذاری فرهنگ است (Alvani, 2002; Alvani et al., 2014).

در پژوهش حاضر قصد داریم به این موضوع بپردازیم که مدل مشارکت شهروندی در خطمشی گذاری فرهنگی سازمان تبلیغات اسلامی جمهوری اسلامی ایران چیست؟ بررسی های محقق نشان می دهد تاکنون مدلی که به مشارکت شهروندی در خطمشی گذاری فرهنگی پرداخته باشد طراحی نشده و لذا ضرورت دارد که این مدل هر چه سریع تر طراحی شود تا در صورت اقبال خطمشی گذاران و مجریان خطمشی های فرهنگی کشور بتواند در برنامه های توسعه آتی و برنامه های پس از آن مورد استفاده قرار گیرد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مشارکت شهروندی

امروزه ضرورت توجه به مشارکت مردم در عرصه های مختلف زندگی اجتماعی بر همگان روشن است. بشر امروزی علی رغم پیشرفت های زیادی که در عرصه های مختلف علمی کسب نموده و توانسته تا حدودی آسمان ها را مسخر خود گرداند، اما به لحاظ معنوی دچار از خودبیگانگی شده و این وضعیت باعث گردیده است تا نشاط و پویایی در آن گم گردد. بر همین اساس یکی از مسایل بسیار مهم جامعه امروزی "آگاهی از چگونگی تحول و پویایی و نشاط در مجموعه فعالیت های اجتماعی افراد است".

لازمه رهانیدن جامعه انسانی از سکوت و رخوتی که در شرایط حال با آن مواجه گردیده، فراهم نمودن بستر مناسبی است که می تواند پویایی، نشاط، خلاقیت، ابتکار، قدرت، کند و کاو، پرسشگری و... را در زمره اهداف ارزشمند و اولویت دار عرصه های فعالیت اجتماعی قرار داده و در خود پرورش دهد.

مشارکت و اصل تصمیم گیری با یکدیگر مشترک است بر همین اساس در جوامع مختلف با توجه به ضروریات و ویژگی های خاص اجتماع، اربابان اختیار تلاش نمودند به نوعی در مدیریت خود، مشارکت دیگران را نیز به همراه داشته باشند و نتایج بدست آمده از طریق را تجربه کنند و به تبع آن اثرات مثبت و مطلوبی را نیز داشته باشند (Jokar et al., 2021). کیفیت تصمیمات از طریق مشاوره با مردم بهبود می دهد. دوم، هزینه و زمان تاخیر تصمیمات را کاهش می دهد و این خود کارایی تصمیم گیری را افزایش می دهد. سوم، مشارکت عمومی یک وفاق و یک رضایت عمومی را ایجاد می کند که این خود مشروعیت دولت را به وجود می آورد. چهارم مشارکت عمومی اجرای تصمیمات را با حمایت مردمی آسان تر می سازد. پنجم، مشارکت مردم و تبادل نظرات می تواند احتمال تقابله و ستیز را کاهش دهد. ششم، مشارکت شهروندی به تصمیم گیرندگان مشروعیت و اعتبار برای تصمیماتشان اعطا می کند. هفتم، مشارکت عمومی این فرصت را به دولتمردان می دهد که علایق و نظرات مردم را در مورد موضوعات و عملکرد دولت بشناسند. در نهایت مشارکت عمومی سبب می شود مردم بیشتر یاد بگیرند و آموزش ببینند و جامعه مدنی بیشتر بهبود یابد (He et al., 2020).

خطمشی گذاران با توجه به اهمیت، فلسفه و نقش کلیدی مشارکت شهروندی می بایست آن را در جامعه نهادینه سازی کنند، اما بدون مدلی برای برنامه ریزی و اجرای مشارکت شهروندی در جامعه این مهم تحقق نخواهد یافت. یکی از چارچوب ها برای برنامه ریزی مشارکت عامه را والترز در سال ۲۰۰۰ ارائه نموده است. او با توجه به دو بعد "هدف مشارکت" و "موضوع مشارکت" به طراحی یک مدل ماتریسی پرداخته است. از نظر وی اهداف مشارکت از پنج حالت زیر خارج نیست: ۱- هدف مشارکت آگاهی از مشکلات به کمک مردم است (یعنی مردم به دنبال مسئله شناسی باشند) ۲- هدف مشارکت آگاه شدن مردم از مسائل عمومی جامعه است ۳- هدف مشارکت یاری گرفتن از مردم در تعیین معیارهای سنجش راه حل هاست ۴- هدف مشارکت ترغیب مردم به اجرای راه حل های پذیرفته شده است ۵- همچنین هدف مشارکت می تواند مشروعیت بخشیدن به راه حل ها است. همچنین از نظر وی دومین بعدی که در طراحی الگویی برای مشارکت موفقیت آمیز شهروندان مؤثر است، ماهیت موضوعی است که در خطمشی گذاری مطرح می شود که می تواند کاملاً ساختاریافته، نیمه ساختاریافته و کاملاً بدون ساختار باشد (Lahijaniyan, 2019).

یکی از مهمترین انتقادهایی که در خصوص روش‌های مشارکت وجود دارد این است که آن‌ها اغلب بی‌اثر و غیر مفید هستند. چرا که آن‌ها بدون هیچ گونه قصد واقعی برای اخذ پیشنهادهای عموم، اغلب به صورت شکلی و ظاهری اجرا می‌شوند. از این رو، عملکردهای نامناسب از روش‌ها به یک حس بی‌اعتمادی بین مردم و حامیان منجر گشته است. با توجه به این مسئله، پیشنهادهایی در خصوص معیارهای اثربخشی مشارکت شهروندی ارائه شد. جین رو و فریور در سال ۲۰۰۰، چارچوبی برای معیار ارزیابی در دو دسته معیار پذیرش و دیگری معیار فرآیندی^۱ ارائه کردند (Su et al., 2023).

معیار فرآیندی

در معیار فرآیندی مردم و مشارکت کنندگان در خصوص موضوعات، فرآیندهای تصمیم‌گیری آگاهی و مطلع می‌شوند. این حوزه‌ها برای ارزیابی بخش‌هایی از اقدامات مشارکت شهروندی و افزایش آگاهی از نقطه نظرات، توجهات و نگرانی‌های مردم مورد اشاره قرار گرفته است (Bidwell & Schweizer, 2021). در این معیار جین رو و فریور نیز چارچوبی برای ارزیابی مشارکت شهروندی ارائه کرده‌اند. معیارهای آن‌ها عبارت‌اند از:

- ۱- دسترسی به منابع: در این معیار مشارکت کنندگان عمومی می‌بایست به منابع مناسبی جهت توانمندسازی خود بهره‌مند شوند تا حق تصمیم‌گیری‌ها به درستی برآورده شود.
- ۲- تعریف وظایف: اشاره به طبیعت و قلمرو وظیفه مشارکت و همچنین خروجی مورد انتظار آن دارد. بنابراین باید مکانیزم رویه‌ها به صورت شفاف تعریف شوند.
- ۳- تصمیم‌گیری ساختارمند^۲: استفاده از مکانیزم‌های مناسب برای ساختاریندی و نشان دادن فرآیند تصمیم‌گیری را نشان می‌دهد.
- ۴- اثربخشی هزینه^۳: فرآیند مشارکت باید اثربخشی هزینه‌ای داشته باشد. تحلیل هزینه‌ای برای روش‌های متنوع مشارکت باید هم به لحاظ زمان و هم به لحاظ اعتبار، کارایی لازم را داشته باشد.

معیار پذیرش

این معیار بیان می‌کند که آیا فرآیند مشارکت شهروندی که توسط مقامات اجرایی شهر به وجود آمده، مورد پذیرش شهروندان هست یا خیر؟ پنج شاخص زیر برای معیار پذیرش توسط جین رو و فریور بیان شده است که عبارت‌اند از: نمایندگی^۴، شفافیت^۵، مشارکت شهروندی اولیه ابتدایی^۶، تاثیر^۷ و استقلال^۸.

نظریه هنجاری مشارکت شهروندی هابرماس نیز اشاره به مشارکت شهروندی منصفانه^۹ دارد به طوری که مشارکت اشاره به بحث آزادانه بدون تعصب میان تمامی احزاب مورد علاقه و مورد تأثیر می‌باشد (Manirojana, 2022).

1 Process criteria
 2 Resource accessibility
 3 Task definition
 4 Structured decision making
 5 Cost effectiveness
 6 representativeness
 7 transparency
 8 Early public involvement
 9 influence
 10 independence
 11 fair

خط‌مشی‌گذاری

مدیریت دولتی بر این ایده بنا شد که مدل بوروکراتیک مدیریت بسیار بهره‌ورتر و پاسخگوتر از مدل حکمرانی دموکراتیک است. لذا برای اینکه از تأثیرات سیاسی بخش عمومی رهایی یابند، دولتی‌اداری و حرفه‌ای ایجاد شد که بر روی موضوعاتی همچون حرفه‌ای‌گرایی و کارایی، عقلانیت و شایستگی بی‌طرفانه مورد تأکید شد؛ بنابراین تمرکز دولت بروی تحویل مستقیم کالا و خدمات از طریق آژانس‌های دولتی اداری و ساختاری بوروکراتیک بود.

مدیریت دولتی سنتی، با توجه به ماهیت طراحی و ساختارش، شهروندان را تشویق می‌کند که نقش ارباب‌رجوع را در تعاملات دولتی بپذیرند. در این نگاه، ارباب‌رجوع یک رابطه پسینی با دولت دارند و هر یک از آن‌ها وابسته به نظام بوروکراتیک هستند. وقتی دولت به شهروندان به عنوان ارباب‌رجوع نگاه می‌کند دیگر شهروندان انتخاب دیگری ندارند و دارای حقوق مشخص و حمایت‌هایی قانونی نیستند؛ بنابراین در این شبه پارادایم شهروندان بر این باورند که مدیران حرفه‌ای می‌دانند که بهترین علایق آن‌ها چیست و بر آن‌ها اعتماد می‌کنند و می‌دانند که حقوق آن‌ها را پیگیری می‌کنند (Vajhollah Ghorbanizadeh et al., 2021; Vajhollah Ghorbanizadeh et al., 2021; Vajhollah Ghorbanizadeh et al., 2021). مدیریت دولتی نوین در پاسخ به انتقادهای مربوط به مدیریت دولتی سنتی ایجاد شد. انتقادهایی که نسبت به مدیریت دولتی سنتی وجود داشت این بود که بیشتر بر فرآیند نسبت به خروجی تأکید داشت و همچنین تأکید زیادی به قوانین، مقررات و زنجیره سلسله‌مراتب فرماندهی دارد. مدیریت دولتی سنتی، به دنبال ساختارهای ایستا و تغییرات کم بود اما مدیریت دولتی نوین به دنبال ساختارهای پویا و تغییرپذیر است، شکل‌های تغییرپذیر سازمانی، ساختارهای انعطاف‌پذیر، تمرکززدایی، آموزش حساسیت، بهبود سازمانی و مشارکت همه افراد از جمله ویژگی‌های مدیریت دولتی نوین محسوب می‌گردد.

در مدیریت دولتی نوین دولت به دنبال تطبیق و استفاده از تکنیک‌های بخش خصوصی است. اصول متعارف این پارادایم عبارت‌اند از بازار محوری، تمرکز بر مشتری، مناقصه رقابتی می‌باشد. یکی از باورهای زیربنایی مدیریت دولتی نوین این است که کارآفرینان دولتی ایده‌های خلاقانه خود را معرفی می‌کنند تا روش‌های کسب‌وکار بوروکراتیک و غیر منعطف و... را اصلاح کنند تا چنین امری منجر شود به اینکه دولت بهتر و با هزینه‌های کمتر کار کند. در چارچوب این شبه پارادایم مدیران دولتی اختیار اداری بیشتری نسبت به مدیران پارادایم سنتی دارند. در اینجا فرم‌های جدیدی از ارائه خدمات پیشرفت کرده است. دولت در این شبه پارادایم بیشتر به نیازهای مشتری توجه داشته و کمتر بوروکراتیک و بیشتر منعطف، نوآورانه و بیشتر کارآفرینانه و نتیجه محور است.

مسلم است که این شبه پارادایم شهروندان را به چشم مشتریانی نگاه می‌کند که تنها هنگامی با دولت تعامل دارند که نیازی داشته باشند. مشتری در این شبه پارادایم یک رابطه یک طرفه را با دولت تقویت می‌کند و فقط سؤالشان این است که دولت چه کاری می‌تواند برای آن‌ها انجام دهد نه اینکه آن‌ها چه کاری برای دولت می‌توانند انجام بدهند. طبیعتاً در این پارادایم شهروندان تنها به صورت شخصی فکر می‌کنند و نه اینکه برای جامعه فکر کنند و به عبارت دیگر شهروندان در اینجا نیز رویکردی پسینی و منقطع را دنبال می‌کنند (Behbahani et al., 2021).

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 (Moravej, 2018).

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، انگیزس و عقلانیت شهروندان شکل می‌گیرد و از مشارکت ذهنی یعنی مشارکت حق پذیر به سمت مشارکت عینی یعنی مشارکت حق طلب 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 رغب خواهد زد که در این تحقیق به مشارکت حق پذیر 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 طبقه بندی 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 می‌شود، 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 (Khan Mohammadi et al., 2014).

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 می‌نمایند. 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 (Sabeghi Nejad & Ganjali, 2013).

الوانی (۱۳۸۱) در مقاله خود تحت عنوان "راه کارهای مشارکت عامه مردم در خطمشی گذاری عمومی"، به این موضوع پرداخته است که؛ یکی از انتقادات عمده نظام‌های مردم سالار، عدم مشارکت مؤثر عامه مردم در خطمشی گذاری 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 تصمیم گیری‌های عمومی به نظرات تخصصی بسنده می‌شود. برای رفع این نقیصه و مشارکت عامه مردم در خطمشی گذاری 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، تصمیم گیرندگان قادر خواهند شد استراتژی‌ها و راه کارهای مشارکت مردمی در خطمشی گذاری عمومی را به گونه‌ای طراحی کنند که هم در آگاه ساختن مردم مؤثر باشد و هم کیفیت خطمشی‌های اتخاذ شده را بهبود بخشد (Alvani, 2002).

روش پژوهش

روش تحقیق حاضر، آمیخته اکتشافی می‌باشد. روش تحقیق آمیخته ترکیبی از روش‌های کیفی و کمی است. در بخش کیفی روش تحلیل مضمون استفاده می‌شود. تحلیل مضمون، روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش، فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند. روش تحقیق در بخش کمی پیمایشی می‌باشد.

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. نمونه گیری 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

جامعه بخش کمی شامل مدیران و کارشناسان حوزه خط‌مشی‌گذاری در سازمان تبلیغات اسلامی به تعداد ۴۰ نفر است. روش نمونه‌گیری در بخش کمی، روش تصادفی ساده می‌باشد و حجم نمونه از طریق جدول مورگان به تعداد ۳۶ نفر انتخاب گردید. روش جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی میدانی و ابزار مصاحبه نیمه ساختار یافته و در قسمت کمی، پرسشنامه است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی از روش کدگذاری تحلیل مضمون کلارک و براون (۲۰۰۶) استفاده شد و در بخش کمی، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. روش تحلیل مضمون کلارک و براون (۲۰۰۶) شامل ۶ 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 بالقوه 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 است. مضمون‌هایی را که برای تحلیل آماده شدند تعریف کرده و مورد بازبینی قرار می‌دهند. سپس داده‌های داخل آن را تحلیل می‌کنند. 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 بررسی اعتبار شاخص‌ها و مولفه‌ها از شاخص‌های پایایی معرف (آلفای کرونباخ)، شاخص rho_A و پایایی مرکب و روایی سازه و همگرا (AVE) استفاده شد. همچنین جهت سنجش روایی از روایی همگرا استفاده شد.

یافته‌ها

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. در خصوص تحلیل پرسشنامه‌ها، تعداد ۳۶ پرسشنامه در جامعه آماری توزیع شد که محقق موفق به جمع آوری ۳۴ پرسشنامه شد، از بین ۳۴ پرسشنامه نیز تعداد ۲ پرسشنامه ناقص پر شده بود؛ در نتیجه محقق جهت تحلیل از ۳۲ پرسشنامه بهره گرفت. نتایج آمار توصیفی جنسیت نشان داد که ۸۱ درصد مرد و ۱۹ درصد زن می‌باشند.

جدول ۲

توزیع فراوانی سن و تحصیلات

سن	فراوانی	درصد فراوانی	تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی	سابقه خدمت	فراوانی	درصد فراوانی
۲۵-۳۰	۶	۱۸/۸	لیسانس	۵	۱۵/۶	کمتر از پنج سال	۳	۹/۴
۳۱-۴۰	۴	۱۲/۵	فوق لیسانس	۱۶	۵۰	بین ۵ تا ۱۰ سال	۵	۱۵/۶
۴۱-۵۰	۱۶	۵۰	دانشجوی دکتری	۳	۹/۴	بین ۱۱ تا ۱۵ سال	۴	۱۲/۵
۵۱-۶۰	۴	۱۲/۵	دکتری	۸	۲۵	بین ۱۶ تا ۲۰ سال	۶	۱۸/۸
>۶۰	۲	۶/۳	مجموع	۳۲	۱۰۰	بین ۲۱ تا ۲۵ سال	۶	۱۸/۸
مجموع	۳۲	۱۰۰				بیشتر از ۲۶ سال	۷	۲۲/۶
						بی پاسخ	۱	۳/۱
						مجموع	۳۲	۱۰۰

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:

جدول ۳

کدگذاری و احصاء مضامین پایه از مصاحبه‌ها

مضامین پایه	گزاره‌های منتخب	نشانگر
استفاده از ظرفیت‌های تبلیغی در رسانه‌ها	طبیعتاً ضرورت دارد سازمان در وهله اول نسبت به انعکاس روش و جامع عملکردها و اقدامات خود به شکل آموزش‌های هدفمند به آحاد مردم اقدام نماید. استفاده از ظرفیت‌های تبلیغی و رسانه‌ای در اختیار سازمان نیز در اطلاع‌رسانی و ارتقاء معلومات مردم حتماً موثر خواهند بود.	I۲
هویت‌بخشی به اقشار مختلف به ویژه جامعه نخبگان و موثرین فرهنگی و دینی جامعه - فضا سازی رقابتی بین مردم جهت جلب مشارکت‌های مردمی - برگزاری رویدادهای فرهنگی مشارکت در خلق و توسعه ایده‌های کاربردی، برگزاری سمینارها و همایش‌های علمی با همکاری چهره‌های برجسته.	هویت‌بخشی به اقشار مختلف به ویژه جامعه نخبگان و موثرین فرهنگی و دینی جامعه که به دنبال جلب اعتماد عمومی و خصوصی آحاد مردم اتفاق می‌افتد. فضا سازی رقابتی بین مردم جهت جلب مشارکت‌های مردمی در امر خطمشی‌گذاری اهمیت دارد. مثل برگزاری رویدادهای فرهنگی، مشارکت در خلق و توسعه ایده‌های کاربردی، برگزاری سمینارها و همایش‌های علمی با همکاری چهره‌های برجسته.	I۵
مشارکت فرهنگی و اجتماعی مردم لزوماً نباید با حضور فیزیکی و اقدامات این چنینی همراه باشد. طراحی و استقرار سامانه‌های تعاملی امکان مشارکت شهروندان را در خطمشی‌گذاری‌ها فراهم خواهد کرد.	مشارکت فرهنگی و اجتماعی مردم لزوماً نباید با حضور فیزیکی و اقدامات این چنینی همراه باشد. طراحی و استقرار سامانه‌های تعاملی امکان مشارکت شهروندان را در خطمشی‌گذاری‌ها فراهم خواهد کرد.	I۱۰
بنای ماهیت سازمان تبلیغات اسلامی که بر پایه تبلیغ دین بنا نهاده شده است، اگر اعتماد سازی اولیه از جانب سازمان برای شهروندان صورت پذیرد، به منظور بهبود کارایی برنامه‌ها می‌توان بهترین همکاری را بین شهروندان و سازمان شکل داد.	بنای ماهیت سازمان تبلیغات اسلامی که بر پایه تبلیغ دین بنا نهاده شده است، اگر اعتماد سازی اولیه از جانب سازمان برای شهروندان صورت پذیرد، به منظور بهبود کارایی برنامه‌ها می‌توان بهترین همکاری را بین شهروندان و سازمان شکل داد.	I۱۰
مشارکت در تصمیم‌گیری - کم کردن فاصله بین مردم و خطمشی‌گذاران	مشارکت در تصمیم‌گیری جهت خطمشی فرهنگی مناسب جهت جامعه و تسهیل در تدوین خطمشی‌های فرهنگی جامعه از جمله اهداف فرایند مشارکت شهروندان در خطمشی‌های فرهنگی سازمان تبلیغات اسلامی است. به علاوه، شناسایی و در نظر گرفتن تمام ظرفیت جامعه جهت و کم کردن فاصله بین مردم و خطمشی‌گذاران فرهنگی می‌تواند به عنوان موتور محرک مشارکت شهروندان محسوب شود.	I۱۱
درونی‌سازی ارزش‌های جامعه در بین شهروندان	همان‌طور که می‌دانیم ارزش‌های جامعه نقش اساسی در مشارکت شهروندان دارند؛ اگر سازمان تبلیغات بتواند در درونی‌سازی ارزش‌های جامعه در بین شهروندان به خوبی عمل کند می‌تواند نتیجه آن را در مشارکت شهروندان در خطمشی‌گذاری فرهنگی مشاهده نماید.	I۱۱
بکارگیری فناوری اطلاعات	با فناوری اطلاعات دولت می‌تواند اطلاعات لازم را در اختیار شهروندان قرار دهد تا بتواند در زمینه افزایش مشارکت شهروندان بهره‌بردار و در حقیقت از نقش انفعالی شهروندان پیشگیری نماید و آنان را به مشارکت در خطمشی‌های فرهنگی ترغیب کند.	I۱۱
توجه به ارزش‌های جامعه - تدوین و اجرای خطمشی‌ها با در نظر گرفتن ارزش‌ها	قطعاً یکی از مولفه‌ها و ابعاد بسیار مهم و تاثیرگذار در زمینه مشارکت شهروندان در خطمشی‌های فرهنگی توجه به ارزش‌های جامعه و تدوین و اجرای خطمشی‌ها با در نظر گرفتن این ارزش‌ها می‌باشد و توجه به این نکته نیز ضروری می‌باشد که عدم توجه و تاثیر ارزش‌های جامعه در مباحث خطمشی‌گذاری قطعاً در عدم موفقیت و تاثیر آن نقش بسزایی خواهد داشت.	I۱۱
اطلاع‌رسانی و اقناع افکار عمومی	از مهمترین عوامل ایجاد انگیزه در جهت مشارکت شهروندان اطلاع‌رسانی و اقناع افکار عمومی در مورد اهمیت و میزان تأثیر خطمشی‌های فرهنگی بر اجتماع و زندگی مردم و به طور گسترده بر سایر عوامل موثر در رفاه شهروندان است.	
ارتقای کیفیت اجرای خطمشی - افزایش اثربخشی خطمشی‌ها - سهم دانستن شهروندان در تدوین خطمشی - افزایش نشاط اجتماعی و فرهنگی جامعه	در صورتی که شهروندان به نحوی در تدوین و سایر مراحل خطمشی‌گذاری در حوزه مسائل فرهنگی مشارکت داشته باشند موجب ارتقای کیفیت اجرای خطمشی و همچنین افزایش اثربخشی خطمشی‌ها خواهد شد. از سوی دیگر، به نظر می‌رسد مشارکت شهروندان در خطمشی‌های فرهنگی موجب می‌شود شهروندان خود را در تدوین خطمشی سهمیم بدانند؛ در نتیجه ضمن پذیرش خطمشی تلاش خود را در جهت اجرای موفق و اثرگذار آن انجام خواهد داد که این امر موجب افزایش نشاط اجتماعی و فرهنگی جامعه می‌شود.	

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، برجستگی 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 به کار 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 ۴

مضامین فراگیر

ردیف	مضامین سازمان دهنده	مضامین فراگیر
۱	مدیران جهادی تمدن‌ساز	بستر تمدن‌سازی
۲	هسته‌های تمدنی	
۳	برنامه‌های فرهنگی تمدن‌ساز	
۴	برنامه‌ریزی و خط‌مشی‌گذاری غیرمتمرکز	خط‌مشی‌گذاری اثربخش
۵	طراحی اثربخش خط‌مشی	
۶	موانع سازمانی عدم مشارکت	غلبه بر موانع
۷	موانع ساختاری عدم مشارکت	
۸	نتیجه محوری	پیامدسنجی
۹	بهبود مکانیسم‌های اجرایی مشارکت	
۱۰	همگرایی ساختارمند	بازتولید فرهنگ مشارکت تمدنی
۱۱	ظرفیت‌سازی رسانه‌ای	
۱۲	اطمینان بخشی	محرك‌های اجتماعی
۱۳	ارتقا سطح آموزشی و فرهنگی	
۱۴	انگیزش بخشی	

جهت انجام معادلات ساختاری از نرم افزار Smart PLS استفاده شد. جهت بررسی معنادار بودن سازه‌ها از آماره t-value استفاده شد. اگر میزان بارهای عاملی مشاهده شده با آزمون t-value از مقدار ۱/۹۶ کوچکتر باشد، بار عاملی مشاهده شده معنادار نیست و اگر بزرگتر از مقدار ۱/۹۶ می‌باشد؛ از این رو بار عاملی سازه‌ها معنادار است. نتایج آزمون تحلیل عاملی در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۵

نتایج ضرایب معناداری و بار عاملی مربوط به شاخص‌های تحقیق

مقدار معناداری P-Value	بارهای عاملی	ضریب معناداری T	شاخص‌ها	مولفه‌ها
۰.۰۱۱	۰.۶۲۲	۲.۶۰۲	شکل دهی هسته‌های فرهنگی تحول خواه	هسته‌های تمدنی
۰.۰۰۰	۰.۷۳۱	۳.۷۹	شکل‌دهی و راهبری جریان حلقه‌های میانی	
۰.۰۰۰	۰.۸۰۷	۶.۴۶۷	امامان مسجد و محله	
۰.۰۰۰	۰.۸۸	۹.۶۸۱	راه‌اندازی هسته‌های مقاومت فرهنگی در محلات	
۰.۰۰۰	۰.۷۱۹	۲.۳۴۲	سازمان‌های مردم نهاد	
۰.۰۲۱	۰.۴۶۱	۲.۹۰۸	استفاده از ظرفیت مساجد	
۰.۰۰۴	۰.۷۸۸	۶.۶۷۳	حوزه‌های علمیه	
۰.۰۰۰	۰.۶۳۳	۳.۲۳۴	سازماندهی ظرفیت تشکل‌ها و شبکه‌های مردمی جهت جلب مشارکت عمومی و نخبگانی	
۰.۰۰۲	۰.۶۸۶	۵.۱۵۵	تحقق مردمی‌سازی و ترغیب مردم برای قیام و اقامه حق (لیقوم الناس بالقسط)	برنامه‌های تمدن‌ساز
۰.۰۰۰	۰.۵۸۷	۵.۳۵۶	حضور بیشتر مردم در عملیات‌های فرهنگی	فرهنگی
۰.۰۰۰	۰.۵۷	۴.۷۲	تشکیل کانون‌های فرهنگی تبلیغی	
۰.۰۰۰	۰.۸۲	۱۰.۲۰۸	مراسم تبلیغی محرم و رمضان جهت افزایش مشارکت شهروندان و تقویت‌های پیوندهای اجتماعی	نتیجه محوری
۰.۰۰۰	۰.۸۱۸	۸.۷۷۷	پذیرایی از راهپیمایان اربعین	
۰.۰۰۰	۰.۸۰۶	۷.۹۶	مشارکت در راهپیمایی جشن غدیر و وحدت	
۰.۰۰۰	۰.۶۸۴	۴.۵۳۲	جهاد تبیین	
۰.۰۰۰	۰.۵۶۴	۳.۶۹۹	انجمن‌های اسلامی	
۰.۰۰۰	۰.۶۴۹	۵.۳۲۸	هیأت‌های مذهبی	
۰.۰۰۰	۰.۷۵۳	۵.۰۶۶	مداحان و مبلغان مذهبی	
۰.۰۰۳	۰.۵۷۶	۹۹۳.۲	دلسوزی شهروندان در فرآیند عملیات و نتیجه	
۰.۰۰۰	۰.۷۲۵	۸۶۲۳.	هماهنگی سیاستگذاری‌ها با اقتضانات واقعی	
۰.۰۰۰	۰.۷۳۱	۳۴۲.۴	رسیدن به نقطه مطلوب و تغییر سبک زندگی و رفتار مردم	
۰.۰۱۴	۰.۴۵۱	۵۶۵۲.	صرفه‌جویی در بودجه و بیت‌المال	
۰.۰۰۰	۰.۸۶۲	۱۷۰.۵	ایجاد حس مسئولیت اجتماعی و تعلق به جامعه	
۰.۰۰۶	۰.۵۱۶	۲۱۹.۲	ارتقاء سطح تأثیرگذاری برنامه‌ها و اقدامات	
۰.۰۰۰	۰.۸۳۸	۹۳۳.۵	مراقبت از نتیجه برنامه‌ها توسط خود مردم	
۰.۰۰۰	۰.۸۰۲	۶۸۹.۴	رشد فعالیت‌های مردمی	
۰.۰۱۱	۰.۵۲۴	۴۷۳۲.	اتخاذ تصمیم منطقی‌تر با توجه به دخالت نظرات شهروندان	
۰.۰۰۰	۰.۷۱۵	۶۸۵.۴	جهت‌گیری بهتر بودجه‌ها و هزینه‌ها	
۰.۰۰۶	۰.۶۲۶	۲.۷۹۹	تغییرات ماندگار	
۰.۰۰۰	۰.۷۹۶	۶.۵	پایاده‌سازی بهتر برنامه‌ها	

۰.۰۰۰	۰.۵۵۶	۳.۸۳۳	بهبود کارایی برنامه‌ها	و	برنامه‌ریزی
۰.۰۰۱	۰.۷۴۵	۳.۵۸۷	افزایش همکاری بین شهروندان و سازمان تبلیغات	غیر	خط‌مشی‌گذاری
۰.۱۱۳	۰.۳۶۱	۱.۵۹۹	دخیل داشتن مردم در طراحی‌های خط‌مشی		متمرکز
۰.۰۰۱	۰.۵۴۷	۳.۵۱۴	نگاه منطقه‌ای به برنامه‌ریزی هر منطقه		
۰.۰۰۰	۰.۵۳۶	۳.۶۸۹	برقراری اتصال وثیق و معنادار دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی با مراکز علمی، فرهنگی، دانشگاهی و حوزوی		
۰.۰۰۰	۰.۸۶۲	۱۰.۹۸۲	تحت پوشش حداکثری جامعه از حیث گستره جغرافیایی و نفوس		اطمینان‌بخشی
۰.۰۰۰	۰.۵۳۷	۳.۶۰۲	اعتمادسازی سازمان برای جلب مشارکت مردم		
۰.۰۰۲	۰.۶۹۳	۳.۱۶۸	شفافیت		
۰.۰۰۳	۰.۶۲۲	۳.۰۰۲	مشهود بودن فعالیت‌های سازمان برای جامعه		
۰.۰۰۰	۰.۶۴	۵.۷۵۵	مردم را جزء واقعی از جامعه دیدن		
۰.۰۰۰	۰.۷۰۱	۴.۲۹۲	آگاهی نسبت به اثرات اجرایی شدن خط‌مشی‌ها		
۰.۰۰۰	۰.۷۵۸	۸.۴۳۱	آشنایی با طرح‌های سازمان		
۰.۰۰۰	۰.۶۹۴	۷.۱۹۲	آرامش بخشی به افراد جامعه		
۰.۰۰۰	۰.۵۹۷	۴.۱۱۵	بررسی خواسته و سلیقه شهروندان		
۰.۰۰۲	۰.۵۳۸	۳.۱۴۸	ارتقاء سرمایه اجتماعی سازمان‌ها و نهادهای دینی		
۰.۰۰۰	۰.۸۰۸	۵.۵۴۱	دانش دینی	و	ارتقاء سطح آموزشی و فرهنگی
۰.۰۰۰	۰.۸۷۲	۷.۳۷۷	تجربه در انجام کارهای فرهنگی		
۰.۰۰۰	۰.۹۰۲	۹.۲۵۴	استفاده از ظرفیت‌های تبلیغی در رسانه‌ها		
۰.۳۶۶	۰.۱۶۴	۰.۹۰۹	دشمن شناسی و شناخت تهاجم‌های فرهنگی		
۰.۰۰۱	۰.۵۴۴	۳.۳۹۶	ارتقای معرفتی و رفتاری مردم		
۰.۰۹۸	۰.۳۷۹	۱.۶۷۳	مشارکت‌های مردمی مانند برگزاری رویدادهای فرهنگی مشارکت در خلق و توسعه ایده‌های کاربردی، برگزاری سمینارها و همایش‌های علمی با تبلیغات در فضای مجازی		
۰.۰۰۰	۰.۸۶۴	۵.۶۹۲	توانمندسازی شهروندان		
۰.۰۳۳	۰.۴۱۱	۲.۱۶۸	بالا بردن باورها و ارزش‌ها		
۰.۰۰۲	۰.۷۴۴	۳.۱۳۶	همکاری چهره‌های برجسته		انگیزش‌بخشی
۰.۰۰۰	۰.۸۴	۶.۰۰۵	تبیین و توجیه خدمت		
۰.۰۰۱	۰.۶۹۹	۳.۳۳۷	ارضای نیازهای اعتقادی، اخلاقی و فرهنگی جامعه		
۰.۱۴۵	۰.۲۸۸	۱.۴۶۹	توجه به نظام مسائل واقعی و نیازهای مردم		
۰.۰۰۱	۰.۷۵۵	۳.۴۱۹	ارتقای روحیه و امیدآفرینی در جامعه		
۰.۰۰۰	۰.۷۸۷	۵.۲۶۵	شوق به کارهای گروهی		
۰.۸۲	۰.۰۶۸	۰.۲۲۸	فراخوان جهت ارسال نظرات و طرح‌های مردمی متناسب با خط‌مشی‌های فرهنگی سازمان		
۰.۰۰۲	۰.۴۷۹	۳.۱۷۵	تبلیغ چهره به چهره		
۰.۰۹۸	۰.۳۶۵	۱.۶۶۹	افزایش حس مالکیت فکری و فرهنگی شهروندان		

با توجه به نتایج تحلیل، شاخص‌هایی که معناداری آن‌ها کمتر از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بود از تحلیل‌ها حذف شد و شاخص‌هایی که مقدار معناداری آن‌ها بالاتر از ۱/۹۶ بوده از بارهای عاملی مناسبی برخوردار هستند.

جهت ارزیابی مدل اندازه‌گیری از شاخص‌های 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 شاخص‌ها در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۶

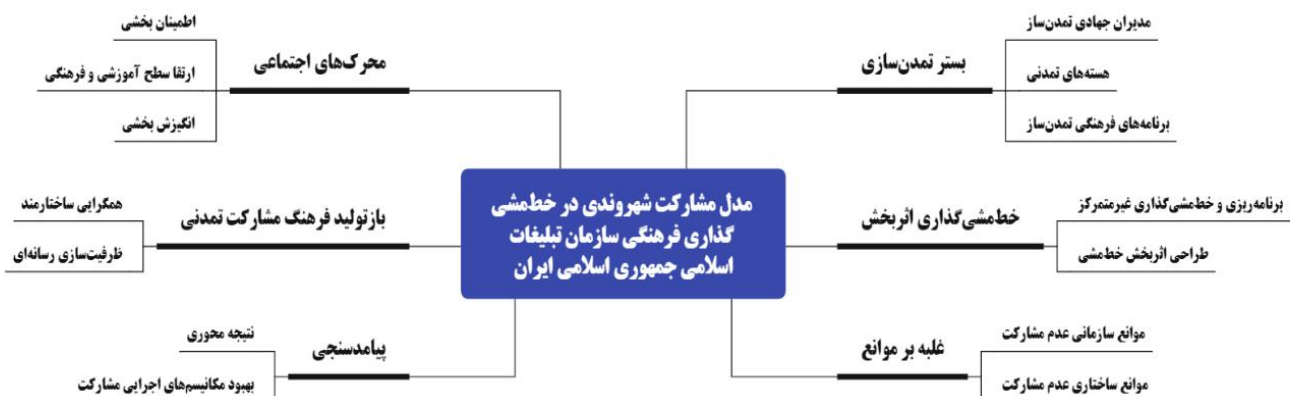
ارزیابی مدل اندازه‌گیری سئوال‌ات تحقیق

مولفه‌ها	آلفای کرونباخ	rho_A	پایایی ترکیبی	AVE
برنامه‌های فرهنگی تمدن‌ساز	۰.۸۶۷	۰.۸۷۵	۰.۸۹۵	۰.۴۹۳
نتیجه‌محوری	۰.۸۷۳	۰.۹۱۵	۰.۸۹۶	۰.۴۷۴
هسته‌های تمدنی	۰.۸۷۳	۰.۸۸۴	۰.۹	۰.۵۰۸
ارتقاء سطح آموزشی و فرهنگی	۰.۸۰۷	۰.۸۹۵	۰.۸۴۸	۰.۴۵۱
اطمینان بخشی	۰.۸۲۶	۰.۸۲۸	۰.۸۶۴	۰.۴۱۷
برنامه‌ریزی و خط‌مشی‌گذاری غیرمتمرکز	۰.۷۸۹	۰.۸۳۲	۰.۸۴۵	۰.۴۱۹
انگیزش بخشی	۰.۸۵۸	۰.۸۸۹	۰.۸۹	۰.۴۱۹
ظرفیت‌سازی رسانه‌ای	۰.۸۶۵	۰.۸۸۵	۰.۸۸۴	۰.۴۳۹
همگرایی ساختارمند	۰.۹۲۲	۰.۹۸۳	۰.۹۲۸	۰.۵۶۸
بهبود مکانیسم‌های اجرایی مشارکت	۰.۷۱۳	۰.۷۶۸	۰.۸۰۱	۰.۳۸۳
طراحی اثربخش خط‌مشی	۰.۸۲۸	۰.۸۳۷	۰.۸۷۸	۰.۵۹۳
مدیران جهادی تمدن‌ساز	۰.۸۶	۰.۸۸۱	۰.۹۰۴	۰.۷۰۳
موانع ساختاری عدم مشارکت	۰.۸۶	۰.۸۷۹	۰.۸۷۲	۰.۴۵
موانع سازمانی عدم مشارکت	۰.۸۴۵	۰.۸۷۸	۰.۸۸۳	۰.۵۴۱

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 تحلیل‌ها، مدل پژوهش به شرح زیر است:

شکل ۱

مدل تحقیق



بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی تحقیق، طراحی مدل مشارکت شهروندی در خط‌مشی‌گذاری فرهنگی سازمان تبلیغات اسلامی جمهوری اسلامی ایران است. اصولاً یکی از مهمترین مؤلفه‌های توسعه فرهنگی، مشارکت فرهنگی است. از دیدگاه گنجی و همکاران (۱۳۹۷) 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 است (Ganji et al., 2018). مطابق با دیدگاه الوانی و همکاران (۱۳۹۳) متصدیان، مسولان، 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 (Alvani et al., 2014).

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 نتیجه محوری و بهبود مکانیسم‌های اجرایی مشارکت نیز زیرمجموعه بعد پیام‌دسنجی می‌باشد. در نهایت موانع سازمانی و ساختاری عدم مشارکت ذیل موانع می‌باشد. با وجود اهمیت مشارکت مردم در توسعه و تأکید برنامه‌ریزان 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 مشارکت‌جو باید امکان مشارکت مردم را نیز پیش‌بینی و فراهم نماید. عدم آگاهی مردم به اهداف طرح و خصوصیات آن و عدم اطمینان به آن نهاد نیز بر کاهش اثربخشی خط‌مشی‌گذاری تأثیرگذار است. لذا، مردم اگر به اهداف کلان نهاد مشارکت‌جو اعتماد و آگاهی نداشته باشند، در آن مشارکت نمی‌کنند.

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 (Ganji et al., 2018).

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، مسؤلان، 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 (Alvani et al., 2014). بدیهی است، توجه به مشارکت جدی عامه مردم و مخاطبان در فرایندهای خط‌مشی‌گذاری چه در مرحله تدوین، چه در مرحله اجرا 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 موبیرگی، 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.

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 می‌شود. مساجد به ویژه در سه حوزه رسانه‌ای ارتباطی، حمایتی پشتیبانی و فرهنگی هویتی توانایی دارند که فرهنگ مشارکت در عمق ببخشد.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Alvani, S. M. (2002). Strategies for Public Participation in Public Policy-Making. *Qom Higher Education Complex*(13).
- Alvani, S. M., Khenifer, H., & Haji Molla Mirzaei, H. (2014). Culture and Cultural Policy-Making in the Islamic Republic of Iran. *Educational Management Research Quarterly*, 19, 13-70.
- Behbahani, A. A., Asl, I. M., Hesam, S., & Najafikhah, M. (2021). Challenges for Public Participation in Health Legislation in Iran: A Qualitative Study. *Journal of Rehabilitation*, 21(4), 454-469. <https://doi.org/10.32598/rj.21.4.555.2>
- Bidwell, D., & Schweizer, P. J. (2021). Public values and goals for public participation. *Environmental Policy and Governance*, 31(4), 257-269. <https://doi.org/10.1002/eet.1913>

- Ganji, M., Niazi, M., & Heidarian, A. (2018). Study of Social Factors Influencing Cultural Participation in University Spaces. *Applied Sociology*, 29(3), 19-40.
- Ghorbanizadeh, V., Motazedian, R., Hosseinpour, D., & Rahbar, A. (2021). Analysis and Explanation of Key Drivers Influencing the Future of Public Participation in Policy-Making. *Parliament and Strategy*, 28(107), 181-208.
- Ghorbanizadeh, V., Motazedian, R., Hosseinpour, D., & Rahbar, A. A. (2021). Designing a Public Participation Pattern in Policy Making with a Multi-Method Approach. *Strategic Studies of public policy*, 11(39), 68-92. https://sspp.iranjournals.ir/article_245874_30311eac7a2c00134cd6487b940914ca.pdf
- Ghorbanizadeh, V., Motazedian, R., Hosseinpour, D., & Rahbar, A. A. (2021). Exploring and Explaining the Drivers Affecting the Future of Public Participation in Policy Making. <https://www.sid.ir/paper/413900/en>
- He, G., Yeerkenbieke, G., & Baninla, Y. (2020). Public Participation and Information Disclosure for Environmental Sustainability of 2022 Winter Olympics. *Sustainability*, 12(18), 7712. <https://doi.org/10.3390/su12187712>
- Jokar, E., Aminnejad, B., & Lork, A. (2021). Risk Assessment and Prioritization in Projects with Private Public Participation Method Based on Combination of Fuzzy Multi-criteria Decision-Making Techniques (Case Study: North Freeway). *Amirkabir Journal of Civil Engineering*, 53(3), 847-862. https://ceej.aut.ac.ir/article_4222_en.html?lang=fa
- Khan Mohammadi, H., Vaezi, R., & Delshad Tehrani, M. (2014). Citizen Participation Model in Public Administration Based on Teachings of Nahj al-Balagha. *Quarterly Journal of Public Organizations Management*, 2(3).
- Lahijaniyan, A. a.-M. (2019). *Education and Public Participation in Environmental Management* (Vol. 1). Publications of the Islamic Azad University, Sciences and Research Unit.
- Manirojana, P. (2022). Public Participation for the Development of Tourist Attraction on the Nawatwitee of Sustainable Cultural Heritage and Local Wisdom to Follow the Kings Philosophy of Sufficiency Economy. *International journal of health sciences*, 2426-2441. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6ns1.5215>
- Moravej, M. (2018). Cultural Policy-Making Model for Cultural Organizations. First Festival of Superior Scientific Publications in Islamic Humanities, Special Prize of Allameh Jafari,
- Sabeghi Nejad, F., & Ganjali, A. (2013). The Role of People's Participation in Cultural Development of Deprived Areas. Regional Conference on Challenges and Solutions for Development in Deprived Areas, Kerman.
- Su, H., Lu, Y., Lyulyov, O., & Pimonenko, T. (2023). Good Governance within Public Participation and National Audit for Reducing Corruption. *Sustainability*, 15(9), 7030. <https://doi.org/10.3390/su15097030>