

شناسایی و اولویت بندی عوامل ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان های مردم نهاد با تاکید بر تولید محتوا در فضای مجازی

امیرحمزه بزرگی نیا

دانشجوی دکتری مدیریت فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

محمد مهدی مظاهری

گروه مدیریت فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

globecampus@gmail.com

ابراهیم حاجیانی

گروه مدیریت فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

سیدرضا صالحی امیری

گروه مدیریت فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان های مردم نهاد با تاکید بر تولید محتوا در فضای مجازی و سپس اولویت بندی آنها انجام شد. پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر داده ها، کیفی و مبتنی بر رویکرد داده بنیاد نظام مند بود. جامعه آماری کلیه خبرگان حوزه مشارکت های فرهنگی، سازمان های مردم نهاد و فضای مجازی بود. تعیین حجم نمونه به شیوه اشباع نظری انجام شد و سپس نمونه گیری به روش گلوله برفی صورت گرفت. ابزار جمع آوری داده ها مصاحبه نیمه ساختاریافته و شبه دلفی بود. به منظور اعتبارسنجی داده ها از روش کثرت گرایی استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده ها با روش کدگذاری در قالب سه دسته کد باز، محوری و انتخابی انجام شد. نهایتاً عوامل ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان های مردم نهاد در تولید محتوا فرهنگی در فضای مجازی با ۷۸ کد باز و ۳۷ کد محوری بدست آمد که سطوح مشارکت، تکنیک های مشارکت و انواع مشارکت (شرایط علی)، فرایند سازمانی، ارتباطات سازمانی، کیفیت محتوا و دانش سازمانی (شرایط زمینه ای)، تهدیدات امنیتی، توسعه زیرساخت های فناورانه، انگیزه مالی، تنوع سلیقه و تخصیص بودجه دولتی (شرایط مداخله گر)، ارتقاء خود آگاهی فردی و اجتماعی، مشارکت آزادانه، تغییر نگرش مردم نسبت به دولت، تغییر نگرش اقتدارگرایانه دولت مردان و باور کردن مردم، اجتناب از تمرکزگرایی در سیاستگذاری فرهنگی، بسیج منابع و اثربخش کردن مشارکت (راهبردها) و قانونمند شدن فعالیت های فرهنگی، بومی شدن در فعالیت ها، تناسب فعالیت های فرهنگی با نیازهای کنونی و بالفعل، مشارکت مردمی در تمام فرایند فعالیت های فرهنگی و اجرا و ارزیابی و سنجش فعالیت ها (پیامدها) مدل پارادایمی را ساختند.

کلید واژه ها: مشارکت فرهنگی، سازمان های مردم نهاد، محتوای فرهنگی، فضای مجازی.

مقدمه

مشارکت مفهوم جدیدی نبوده و بشر همواره در طول تاریخ وزندگی اجتماعی خود برای رفع نیازها و تحقق اهداف و آرمان‌های خود به آن روی آورده است، ولی از نیمه دوم قرن بیستم این مفهوم با نگاه و نگرشی نو به موضوعی کلیدی در جهت توسعه پایدار جوامع بشری بدل شده است. شیوه مدیریت مشارکتی، شیوه خاص سازمان‌های مردم‌نهاد است، به همین دلیل، سازمان‌های مردم‌نهاد به عنوان واسطه‌ای که می‌توانند مشارکت همه مردم را جلب کنند دارای نقش کلیدی هستند، آنها به دلایل متعدد قادرند بسیار آسان‌تر از دولت و نظام دیوان‌سالار اقدام کنند و همراهی عموم مردم را داشته باشند (سیاح و شجاعی، ۱۳۹۶).

سازمان‌های مردم‌نهاد نقشی بی‌بدیل در تحقق توسعه پایدار در کشورهای مختلف جهان دارند و مشارکت گسترده شهروندان در چنین سازمان‌هایی باعث شده است تا بسیاری از مسائل و مشکلات در جوامع مختلف، بدون دخالت دولت‌ها برطرف شوند. به‌طورمعمول سازمان‌های مردم‌نهاد می‌توانند در بخش‌های مختلف فعالیت داشته باشند و موجب کاهش تصدی‌گری دولتی شوند، سازمان‌های مردم‌نهاد در بسیاری از حوزه‌ها قادر هستند تا حضور یابند و مسائل و مشکلات را بدون دخالت دولت یا هزینه‌های دولتی حل نمایند، به‌ویژه زمانی که اعتماد و ارتباط انسانی حرف اول را می‌زند، تجربه حضور سازمان‌های مردم‌نهاد برای کمک به آسیب دیدگان اجتماعی، از جمله چنین تجاربی است (نیک‌منش، ۱۳۹۵). یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه فرهنگی، مشارکت فرهنگی است که در سالهای اخیر بسیار به آن توجه شده است، مشارکت به سطوح خرد (افراد)، میانی (نهادهای سازمان‌های اجتماعی)، و کلان (جامعه) و به لحاظ موضوع به انواع گوناگونی نظیر مشارکت اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی تقسیم می‌شود که در این میان مشارکت فرهنگی موضوع پژوهش حاضر است. در این نوع مشارکت مردم در تولید فرهنگ و در ارتقای آن در گروه‌ها دخالت می‌کنند، تقویت هنر مردمی، تسهیل و تعامل فرهنگی

در جوامع چند فرهنگی و افزایش وفاق اجتماعی در جوامع چند قومی از عرصه‌های مهم مشارکت فرهنگی هست (سعیدی، ۱۳۹۸).

سازمان‌های مردم‌نهاد، تجلی مشارکت اجتماعی و حد واسط دولت و جامعه هستند و نقش بسیار مهمی در تحقق مردم‌سالاری دینی و کاهش معضلات اجتماعی دارند (نیک‌منش، ۱۳۹۵؛ صمدی میارکلائی، ۱۳۹۵؛ لن و موریسون^۱، ۲۰۰۶). با رشد و گسترش رسانه‌های جمعی، نیاز مردم به استفاده از سازمان‌های غیردولتی که خود به‌عنوان یکی از ستون‌های جامعه‌ی مدنی هستند، به وجود آمد (یانگ^۲، ۲۰۰۰؛ کریسون^۳، ۲۰۰۲). مشارکت محلی در جامعه مدنی یکی از اهرم‌های مهم و اساسی پیشرفت و توسعه پایدار هست (مقیمی، ۱۳۸۳؛ سلیمانی و وثوقی، ۱۳۹۷)؛ بنابراین سازمان‌های مردم‌نهاد، ظرفیت‌های مردمی هستند که می‌توانند در عرصه‌های متفاوت مدیریت اجتماعی محلی نقش داشته باشند (یانگ^۴، ۲۰۰۰؛ کریسون^۵، ۲۰۰۲؛ لکور و میپینگ^۶، ۲۰۰۷). اکثر تعاریفی که در مورد سازمان‌های مردم‌نهاد وجود دارد این‌گونه است که این سازمان‌ها مؤسساتی را که درگیر فعالیت‌های توسعه پایدار هستند در این قلمرو قرار داده‌اند (لن و موریسون^۷، ۲۰۰۶). بنابراین می‌توان گفت، امروزه سازمان‌های مردم‌نهاد با فعالیت‌های غیرانتفاعی و داوطلبانه به‌منظور رفاه و خدمات عمومی کار می‌کنند (آزادی‌نيسان، ۱۳۹۸). این سازمان‌ها با توجه به تعریف بانک جهانی در کاهش مشکلات و دردها و افزایش منافع فقیران و حفظ محیط‌زیست، تأمین رفاه و توسعه اجتماعی ملی فعال هستند و در تمامی عرصه‌های ملی و بین‌المللی فعالیت می‌کنند (حسینی، ۱۳۸۴).

اسناد بانک جهانی نشان می‌دهد که سازمان‌های مردم‌نهاد در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه از نیمه دهه ۱۹۷۰ به بعد رشدی انفجاری را تجربه نموده‌اند. همچنین آمارهای جهانی خبر از رشد بسیار زیاد این سازمان‌ها در اقصی نقاط جهان می‌دهد، به طوری که تعداد سازمان‌های مردم‌نهاد در هند ۲ میلیون (شوکل^۸، ۲۰۱۰، مرکز نشر هندوستان^۹، ۲۰۱۱)

در آمریکا ۱/۵ میلیون (دپارتمان ایالت متحده^{۱۰}، ۲۰۱۳) و در روسیه ۲۷۷ هزار (رودریگز^{۱۱}، ۲۰۰۸) برآورد شده است. تحقیقات در ایران نیز نشان می‌دهد تعداد سازمان‌های مردم‌نهاد با شیب نسبتاً تندی رو به افزایش هست و در چند دهه اخیر گسترش چشمگیری داشته‌اند. بعد از انقلاب به ویژه از اواسط دهه ۱۳۷۰، تشکل‌های اجتماعی و مدنی در حوزه‌های مختلف در ایران فعال شدند تا مطالبات اجتماعی خود را از این طریق پیگیری کنند. از مجموع سازمان‌های مردم‌نهاد ثبت شده بعد از انقلاب، ۸ درصد تا اواخر دهه شصت، ۳۲ درصد تا نیمه دهه هفتاد و حدود ۵۱ درصد نیز در پنج سال انتهایی دهه هفتاد تأسیس شده‌اند (سعیدی، ۱۳۸۲) و در مجموع در سال ۱۳۸۴، تعداد سازمان‌های مردم‌نهاد در حوزه فرهنگی - اجتماعی در کشور حدود ۷ هزار مورد توسط مرکز آمار ایران اعلام شد (صدر، ۱۳۸۵) که طبق آمار جدیدتر این تعداد بیش از ۱۷ هزار مورد اعلام شده است (امینی، ۱۳۹۳).

لذا موضوع سازمان‌های مردم‌نهاد به یکی از موضوعات بسیار مهم و بحث‌انگیز در بخش‌های مختلف دولتی و غیردولتی تبدیل شده و از سازمان ملل و بنیادهای بین‌المللی گرفته تا نهادهای دولتی، غیردولتی و نخبگان به اهمیت و ضرورت این مسئله به دلیل آثار منحصربه‌فرد آن در جامعه تأکید دارند (ارجمندی، ۱۳۸۰؛ قراخانی، ۱۳۸۲؛ فولر^{۱۲}، ۲۰۰۴). سازمان‌های مردم‌نهاد ظرفیت بالایی به‌منظور انجام امور مختلف مانند فعالیت‌های خیریه و مذهبی، ایجاد فرصت‌های شغلی سالم و مشارکت اقتصادی، جریان‌سازی فرهنگی، اجتماعی، علمی و همین‌طور تبلیغ مفاهیم دینی دارند (نیک‌منش، ۱۳۹۵). بخش مهمی از فعالیت‌های فرهنگی در سطح کشور در قالب سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی انجام می‌شود و در واقع این سازمان‌ها بستر شکل‌گیری بسیاری از اقدامات فرهنگی در کشور می‌باشند. از مهم‌ترین موارد در بحث فرهنگی، نقش مردم در فرهنگ هست. دغدغه اصلی فعال نمودن ظرفیت‌های مردمی در عرصه فرهنگ است که از این جهت، سازمان‌های مردم‌نهاد

فعال در امور فرهنگی برای حاکمیت بسیار مهم هستند. این سازمان‌ها با اقدامات و فعالیت‌های خود، مشارکت اجتماعی را تا حد بسیار زیادی افزایش و آسیب‌های اجتماعی را کاهش داده‌اند و اقدامات تأثیرگذاری جهت رسیدن به جامعه مطلوب انجام می‌دهند. با توجه به روند رو به رشد تمرکززدایی و بحث خصوصی‌سازی در ایران تلاش به منظور ساماندهی، ارزیابی و کنترل این سازمان‌ها در راستای اهداف ارزشمند فرهنگی بسیار لازم و ضروری است (نیک‌منش، ۱۳۹۵؛ سیاح و شجاعی، ۱۳۹۶).

از اواخر دهه ۷۰ توجه به سازمان‌های مردم‌نهاد در زمینه‌های غیراقتصادی مطرح شد اما متأسفانه موضوعی که کمتر در مسئله خصوصی‌سازی و مشارکت مردمی مورد توجه قرار گرفته است، مسائل مربوط به امور اجتماعی و به‌ویژه فرهنگی است. سازمان‌های مردم‌نهاد، نزدیک‌ترین سازمان به مردم هستند که با اهداف غیرسیاسی و عام‌المنفعه خود، بهتر از هر نهاد دیگر قادرند مشکلات اجتماعی و فرهنگی را از بین ببرند و حتی در ماده ۱۸۲ برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور بر لزوم و تقویت سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در زمینه فرهنگی هم تأکید شده است (غفاری و نیازی، ۱۳۸۵). از طرف دیگر اکثر سازمان‌های دولتی که در حوزه فرهنگی فعالیت دارند، به سازمان‌هایی سنگین و کم‌تحرک تبدیل شده‌اند و برخی اوقات، خارج از وظیفه و هویت انقلابی و اسلامی نیز اقداماتی انجام می‌دهند و شاید به همین دلیل و دلایل دیگر، مقام معظم رهبری امید ویژه‌ای به سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در زمینه‌های فرهنگی دارند و دغدغه خود را با عبارتی نظیر سال‌ها منتظر شما بوده‌ام، نشان داده‌اند.

با توجه به روند و سمت‌وسوی کلی سیاست‌های جهانی و الگوهای کنونی که بر مشارکت مردم و سازمان‌های مردم‌نهاد در حل مشکلات و آسیب‌های فرهنگی تأکید دارد و از طرفی بایستی بخش مهم فعالیت سازمان‌های مردم‌نهاد در قالب فعالیت‌های فرهنگی و با هدف تأثیرگذاری ذهنی، نگرشی، گرایشی، بینشی و رفتاری معین بر مخاطب انجام شود، بدین

منظور ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم‌نهاد امری بسیار مهم و ضروری است؛ اما متأسفانه عدم وجود الگویی پایدار به منظور رسیدن به این اهداف مهم در جامعه مدنی احساس می‌شود و از طرفی این سازمان‌ها نیازمند مشارکت شهروندان و تلاش آگاهانه و عالمانه مردم به منظور تحقق اهداف فرهنگی و رسیدن به یک الگوی پایدار هستند. علی‌ایحال در بحث مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم‌نهاد تنوع حوزه‌های فعالیت زیاد می‌باشد و لذا تمرکز این پژوهش روی تولید محتوا در فضای مجازی است و پژوهشگر در این پژوهش به دنبال پاسخ به این پرسش است که: عوامل ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم‌نهاد با تاکید بر تولید محتوا در فضای مجازی چیست، اولویت آنها چگونه است و نهایتاً مدل ارتقای مشارکت فرهنگی چیست؟ بر این اساس سوالات زیر مطرح شده است:

- شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهای ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم‌نهاد برای تولید محتوا در فضای مجازی کدامند؟

- اولویت‌بندی عوامل نظام‌مند ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم‌نهاد چگونه است؟

- مدل نظام‌مند ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم‌نهاد برای تولید محتوا در فضای مجازی چیست؟

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های انجام شده در داخل کشور

در راستای موضوع مورد بحث پژوهش‌هایی توسط سایر پژوهشگران انجام شده است از جمله آزادی‌نیشان (۱۳۹۸) به بررسی توانمندسازی و تقویت ظرفیت سازمان‌های مردم‌نهاد در پیشگیری از جرم پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داد که سازمان‌های مردم‌نهاد با انجام اقدامات آموزشی همچون برگزاری کلاس‌های سوادآموزی، حرفه‌آموزی، آموزش مهارت‌های اجتماعی، آموزش مهارت‌های فرزندپروری و همین‌طور اقدامات حمایتی مانند شناسایی و نگهداری از اشخاص بی‌سرنه، ارائه خدمات بهداشتی، حمایت از خانواده‌های بی‌بضاعت و... در تلاش هستند که

با از بین بردن عوامل اجتماعی مؤثر در بزهکاری از گرایش اشخاص به رفتارهای مجرمانه جلوگیری کنند. مزارعی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی نقش سازمان‌های مردم‌نهاد علمی در توسعه علم و فناوری پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داد که کارکردهایی نظیر انجام و راهبری پروژه‌های تحقیق و توسعه، ارائه مدل‌هایی برای توسعه، جریان‌سازی علمی، مباحث مربوط به توسعه پایدار، شناسایی و اولویت‌بندی نیازها و انتقال آن به دولت، خدمات مشاوره‌ای به دولت و شرکای نوپا، آموزش فناوری‌های جدید، کمک به تدوین استانداردها و مقررات صنعتی، شبکه‌سازی در حوزه علم و فناوری و ... باید به اساسنامه نمونه انجمن‌های علمی اضافه گردد. سلیمانی و وثوقی (۱۳۹۷) به تحلیل ظرفیت سازمان‌های مردم‌نهاد در نظارت بر عملکرد دولت و ارائه استراتژی‌های بهبود پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که وضعیت موجود استفاده از ظرفیت سازمان‌های مردم‌نهاد کشور در نظارت بر عملکرد دولت دارای ۷ قوت، ۱۳ ضعف، ۷ فرصت و ۹ تهدید عمده است. همچنین با استفاده از ماتریس SWOT مشخص شد این سازمان‌ها بر روی محور مختصات از لحاظ عوامل درونی در ناحیه ضعف‌ها و از لحاظ عوامل بیرونی سازمان در ناحیه تهدیدها قرار دارد. بنابراین در این پژوهش استراتژی تدافعی برای توسعه سازمان‌های مردم‌نهاد توصیه گردید. رزاقی و لطفی‌خاچکی (۱۳۹۷) به تحلیل جامعه‌شناختی چالش‌های بقا و پایداری سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه آسیب‌های اجتماعی با تأکید بر رابطه آنها با دولت پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داد که فقدان روندهای پایدار برای تولید منابع مالی، چالش‌های جذب و مدیریت منابع انسانی؛ کمبود سرمایه اجتماعی و نبود انگیزه مشترک واقعی از مهم‌ترین چالش‌های درونی سمن‌ها است. همچنین نتایج نشان داد که پیامد ضعف قوانین تأسیس سمن موجب چالش در رابطه میان سمن‌ها با دولت شده است.

پژوهش‌های انجام شده در خارج کشور

در این خصوص پژوهشگران خارج از کشور نیز مطالعاتی انجام داده‌اند از جمله کیس‌ماجور^{۱۳} و همکاران (۲۰۲۰) به بررسی اهداف و خطرات ناشی از سیاست‌های فرهنگی کوپک در مشارکت فرهنگی پرداختند. آنها به دنبال تولید و انتشار محتوای فرهنگی، تلاش برای تشویق برابری در میان افراد با تنوع فرهنگی و تشویق عدالت در فضای دیجیتال بودند تجزیه و تحلیل نشان داد که این اهداف تا حدی از محدوده سیاست‌های فرهنگی برای تلاقی با سیاست‌های اقتصادی، آموزشی و جوانان فراتر می‌رود. آنها نشان دادند که چارچوب‌های سیاست‌گذاری و برنامه‌های بودجه در حمایت از سیاست‌های فرهنگی تمایل به مشروعیت بخشیدن به منطق مدنی، تجاری و صنعتی مشارکت فرهنگی دارند. میهلجی^{۱۴} و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی نقش رسانه‌های دیجیتال در افزایش سطح مشارکت افراد در فعالیت‌های فرهنگی و هنری پرداختند. در این مطالعه مشارکت فرهنگی و شکاف آن با رسانه‌های دیجیتال مورد بررسی قرار گرفت. در حالی که نتایج نشان داد رسانه‌های دیجیتال وسیله مهمی برای جذب مخاطبان جدید هستند، هم‌چنین نشان دادند که تعامل با موزه‌ها و گالری‌ها در حالت آنلاین و آفلاین به شدت با یکدیگر متفاوت هستند. چن^{۱۵} (۲۰۱۵) با استفاده از داده‌های نظرسنجی ملی ایالات متحده به بررسی تنوع مشارکت فرهنگی تلفن همراه از طریق دسترسی به دستگاه‌های اینترنت تلفن همراه، شدت، تنوع و انواع خاص استفاده از برنامه‌ها، ویژگی‌های اجتماعی-جمعیتی و مشارکت فرهنگی اشخاص پرداخت. نتایج نشان داد که دسترسی به دستگاه‌های اینترنت همراه و استفاده از برنامه‌های متنوع، به‌ویژه استفاده از برنامه‌های تفریحی و مرتبط با کار، با مشارکت فرهنگی موبایل ارتباط مثبت دارد. روابط قوی‌تر بین دستگاه‌های اینترنتی تلفن همراه، مشارکت فرهنگی حضوری و سیار در میان افرادی که تحصیلات آکادمیک دارند نشان داد که اینترنت و رسانه مجازی همواره از مشارکت‌های فرهنگی پشتیبانی می‌کند. والتسون^{۱۶} (۲۰۱۰) به دنبال بررسی این موضوع بودند که چگونه

ارتباطات دیجیتال و بسترهای رسانه‌ای جدید مشارکت فرهنگی را تقویت می‌کنند و هم‌چنین این‌که چگونه سیاست فرهنگی بر رفتار فرهنگی کاربران که در تولید و مصرف محتوای مجازی مشارکت می‌کنند، تأثیر می‌گذارد. نتایج نشان داد که سیاست‌گذاران فرهنگی می‌توانند از ویژگی‌های خود انتشار دهنده مشارکتی وب برای ایجاد زمینه‌های عمومی فرهنگی دیجیتال قابل دسترسی استفاده کنند.

روش شناسی

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی؛ از نظر داده‌ها، کیفی مبتنی بر رویکرد داده بنیاد نظامند؛ از نظر ماهیت مطالعه، اکتشافی مبتنی بر رویکرد استقرایی است. از آنجا که ادبیات پژوهش پیرامون موضوع مشارکت فرهنگی با رویکرد تولید محتوای فضای مجازی از غنای لازم برخوردار نیست و دانش موجود در مورد آن محدود است و از طرف دیگر هدف پژوهشگر در این پژوهش شناسایی عوامل ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم نهاد در تولید محتوا در فضای مجازی و اولویت‌بندی آنها است که تاکنون در این خصوص پژوهشی انجام نشده است لذا مبتنی بر رویکرد نظریه داده بنیاد، عوامل ارتقای مشارکت فرهنگی شناسایی شده است.

جامعه آماری پژوهش کلیه صاحب‌نظران حوزه مدیریت فرهنگی، سازمان‌های مردم نهاد و فضای مجازی بودند. برای تعیین حجم نمونه از روش اشباع نظری استفاده شد و تا حد اشباع مصاحبه با خبرگان انجام شد. روش نمونه‌گیری مورد استفاده مبتنی بر رویکرد آگاهانه و به روش گلوله برفی انجام شد. معیار انتخاب نفرت خبره عبارت بود از: داشتن تحصیلات عالی در حوزه مدیریت فرهنگی، داشتن سمت اجرایی در نهادهای دولتی مرتبط با فرهنگ، عضویت در سازمان‌های مردم نهاد (سمن‌ها)، داشتن آثار علمی در زمینه فرهنگ و تولید محتوای فرهنگی. نحوه انتخاب نمونه بدین‌گونه بوده است که با مراجعه به دو نفر از خبره‌ترین افراد فهرست شناسایی شده و انجام مصاحبه با آنها، از آنها خواسته شد نفرت دیگری که در این حوزه صاحب نظر

هستند را معرفی کنند. در مجموع با ۱۸ نفر مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام شد و برای اولویت‌بندی عوامل از تکنیک دلفی استفاده شد. جمع‌آوری اطلاعات به شیوه کتابخانه‌ای و میدانی و با ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شده است. به منظور اعتبارسنجی ابزار داده‌های بدست آمده از روش کثرت‌گرایی در مصاحبه‌شونده

کثرت‌گرایی سه سویه یا مثلث‌سازی استفاده شد که نتایج آن در جدول ۱ ارائه شده است. در گام پایانی جمع‌آوری داده‌ها نظر خبرگان در خصوص تک تک مصادیق و مقوله‌های بدست آمده به شیوه دلفی جمع‌آوری شد و ضریب نسبی روایی محتوا (CVR) محاسبه شد.

جدول ۱- محاسبه پایایی بازآزمون پژوهش

روش اعتبارسنجی	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی بازآزمون
کثرت‌گرایی در مصاحبه‌شونده	۱۰۲	۳۹	۱۹	۷۶٪
کثرت‌گرایی در روش انجام کار	۱۱۲	۵۰	۲۲	۸۹٪
کثرت‌گرایی بین کدگذاران	۱۲۹	۴۴	۳۱	۶۸٪

پارادایمی مدل کوربین و اشتروس بهم دیگر مرتبط شدند. با این کار بین کدهای تولید شده در کدگذاری باز، رابطه برقرار شد. کدگذاری انتخابی^{۲۱}: در این مرحله که مرحله اصلی نظریه‌پردازی است، مقوله محوری به شکلی نظام‌مند به دیگر مقوله‌ها ربط داده شد، روابط در چارچوب یک روایت و داستان، بطور روشن بیان شد و مقوله‌هایی که به بهبود و توسعه بیشتری نیاز داشتند، اصلاح شدند. به عبارت دیگر، در مرحله کدگذاری انتخابی فرآیند یکپارچه‌سازی و بهبود و پالایش مقوله‌ها انجام شد به این ترتیب که محقق با ایجاد یک آهنگ و چیدمان خاص بین مقوله‌ها، آنها را برای ارائه و شکل‌دهی یک نظریه تنظیم نمود که این امر از طریق کشف مقوله مرکزی امکان‌پذیر گردید.

تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها به روش کدگذاری نظری با رویکرد داده‌بنیاد^{۱۷} پارادایمی انجام شد. شناسایی و استخراج کدها با کمک نرم‌افزار MAXQDA انجام شده است. در کدگذاری از روش کوربین و اشتروس^{۱۸} (۲۰۱۴) استفاده شده که رویکردی نظام‌مند را پیشنهاد می‌کند. مهمترین بخش کار در تحلیل داده‌های پژوهش کدگذاری می‌باشد که طی سه مرحله کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) به شرح زیر (شکل ۱) انجام شده است:

کدگذاری باز^{۱۹}: مصاحبه‌ها پیاده و داده‌ها یکسان‌سازی شدند و مطابق با ادبیات نظری پژوهش اصطلاحات علمی برای آنها انتخاب شد و فهرستی از مفاهیم کلیدی بدست آمد. کدگذاری محوری^{۲۰}: مفاهیم بدست آمده مقوله‌بندی شدند و سپس مقوله‌های بدست آمده در قالب شش عامل



شکل ۱- ارائه الگوی پارادایمی در نظریه داده بنیاد با رویکرد کوربین و اشتروس (۲۰۱۴)

یافته‌ها

با توجه به پرسش‌های مطرح شده در پژوهش حاضر، پژوهشگر به مدد نظریه داده‌بنیاد نظامند و با اعمال روش کدگذاری، داده‌های پژوهش را تحلیل نمود که نتایج به شرح زیر می‌باشد:

داده‌های بدست آمده از مصاحبه با خبرگان از طریق فرایند کدگذاری منجر به شناسایی ۷۸ کد باز گردید. سپس کدهای باز دسته بندی شدند و ذیل ۳۷ کد محوری قرار گرفتند و مجدداً دسته‌بندی در سطح بالاتر و انتزاعی تری صورت گرفت و کدهای باز و محوری بدست آمده ذیل ۶ بعد مدل پارادایمی قرار گرفتند. نحوه استخراج کدها به شرح زیر بوده است:

مصاحبه شونده شماره ۳: نمی‌توان کار فرهنگی را به صورت فردی انجام داد و انتظار داشته باشیم اثربخشی داشته باشد. کار فرهنگی باید به صورت گروهی انجام شود. استفاده از عقل جمعی مطمئناً توان و پتانسیل بیشتری را روی هم جمع می‌کند و منجر می‌شود ایده و کار بهتری از آب درآید. لذا همفکری و همکاری دیگران و استفاده از عقل جمعی و توان جمعی در فعالیت‌های فرهنگی، مؤثر است. از این عبارت مقوله «**رسیدن به اجماع**» بدست آمده است.

مصاحبه شونده شماره ۶: در گذشته انجام هر کاری نیازمند یک ساختمان و کلی تجهیزات داشت ولی الان بستر مجازی کار و خیلی راحت کرده. در این فضا سازمان‌های مردم نهاد می‌تونن محتوای آموزشی یا فیلم و کلیپ‌های آموزشی بارگذاری کنند و کار فرهنگی کنند و مشارکت سایرین را نیز بدست بیاورند. از این متن کد «**بهره‌برداری نکردن از فرصت‌های آموزشی در مشارکت‌های فرهنگی در فضای مجازی**» یکی از تهدیدهای بالقوه برای فرهنگ است. از این عبارت مقوله «**تهدیدات امنیتی**» بدست آمده است.

مصاحبه شونده شماره ۹: از طرف دیگر نهادهای دولتی که همه آنها یک بخش فرهنگی تحت عنوان معاونت فرهنگی یا کمیته های فرهنگی دارند اقدام چندان قابل توجهی انجام

نمیدن در حالی که می‌تونند آموزش‌های فرهنگی را در فضای مجازی گسترش بدن. به طور کلی میشه گفت در حوزه مشارکت فرهنگی و کارهای فرهنگی زیرساخت مناسب و قابل توجهی وجود ندارد تا بشه در این حوزه گام جدی برداشت. از این متن کد «**نداشتن امکانات رسانه‌ای تأثیرگذار در فضای مجازی**» و «**گسترش آموزش و فضای مجازی در سازمان‌ها و فعالیت**» در آنها بدست آمده است و از این عبارات و کدها مقوله «**توسعه زیرساخت‌های فناوریانه**» بدست آمده است.

مصاحبه شونده شماره ۱: سازمان‌های مردم نهاد می‌تونن از اونا کمک بگیرند محتوای خوب و کوتاه تولید کنند و با چاشنی شخصیت‌های معروف فضای مجازی منتشر کنند. مردم پیرو این هنرمندان و ورزشکاران و .. هستند. باید محتوایی که بتونه روی مردم تأثیرگذار باشه تولید کرد و به مردم عرضه کرد وگرنه در فضای مجازی کسی به فرهنگ و این مسائل کاری نداره. از این متن کد «**محتوای مناسب موجب تأثیر بیشتر بر روی مخاطب می‌شود**» بدست آمده است و از این عبارات و کدها مقوله «**کیفیت محتوا**» بدست آمده است.

به این شکل ۷۸ کد باز، ۱۶ کد محوری و ۶ کد انتخابی بدست آمدند که به شرح زیر می‌باشد:

- کد محوری سطوح مشارکت دارای ۸ مقوله فرعی: مشاوره، تصمیم‌گیری، خودگردان، سهیم بودن در خطرات، شراکت، اطلاع رسانی، رسیدن به اجماع، کنترل و تأثیر گذاری و ۲۸ کد باز؛

- کد محوری تکنیک‌های مشارکت دارای ۴ مقوله فرعی: انفعالی، ساختاریافته و منظم، فعال و ساختاریافته و نامنظم و ۱۳ کد باز؛

- کد محوری انواع مشارکت دارای ۴ کد محوری: مردم فراهم کننده و دولت تصمیم‌گیر، دولت فراهم کننده و مردم تصمیم‌گیر، دولت فراهم کننده و تصمیم‌گیر و مردم فراهم کننده و تصمیم‌گیر و ۱۰ کد باز؛

- کد محوری فرایند سازمانی با ۳ کد باز؛

بحث پیرامون یافته‌ها و پاسخ به سوال‌های پژوهش

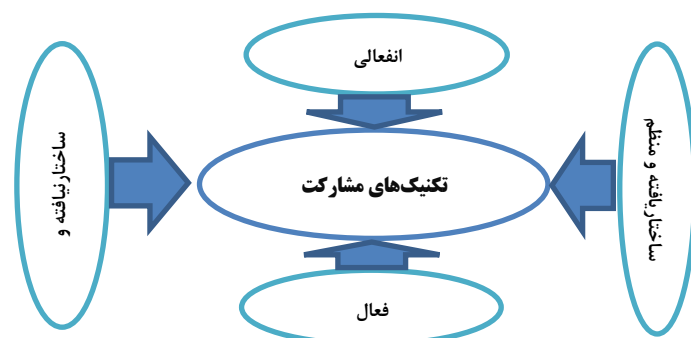
- سوال فرعی اول: شرایط علی، زمینه‌ساز، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهای ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم‌نهاد در تولید محتوای فرهنگی برای فضای مجازی کدامند؟

شرایط علی: نتایج بدست آمده در خصوص پرسش اول حکایت از آن دارد که ارتقای مشارکت فرهنگی برای تولید محتوای فرهنگی مجازی نیازمند توجه به عوامل حادث شدن مشارکت فرهنگی است. در این پژوهش ۳ مقوله اصلی و ۱۶ مقوله فرعی و ۵۱ کد باز به شرح زیر شناسایی آمده است: مقوله اصلی سطوح مشارکت دارای ۸ مقوله فرعی: مشاوره، تصمیم‌گیری، خودگردان، سهمیم بودن در خطرات، شراکت، اطلاع‌رسانی، رسیدن به اجماع، کنترل و تاثیرگذاری، و ۲۸ کد باز؛ مقوله اصلی تکنیک‌های مشارکت دارای ۴ مقوله فرعی: انفعالی، ساختاریافته و منظم، فعال و ساختارنیافته و نامنظم و ۱۳ کد باز؛ مقوله اصلی انواع مشارکت دارای ۴ مقوله فرعی: مردم‌فراهم‌کننده و دولت تصمیم‌گیر، دولت فراهم‌کننده و مردم تصمیم‌گیر، دولت فراهم‌کننده و تصمیم‌گیر و مردم فراهم‌کننده و تصمیم‌گیر و ۱۰ کد باز.

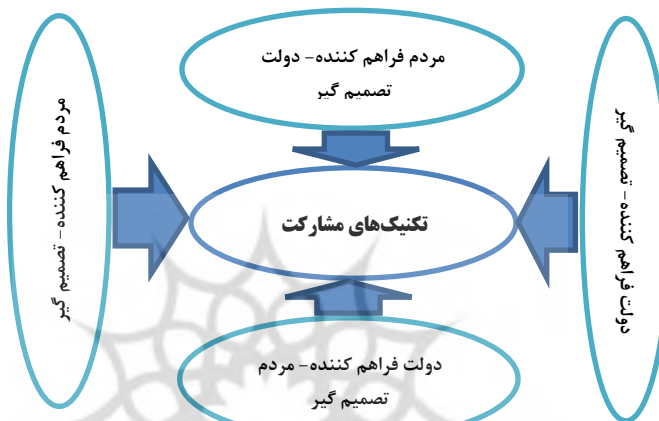
- کد محوری ارتباطات سازمانی با ۳ کد باز؛
- مقوله کیفیت محتوا با ۳ کد باز؛
- دانش سازمانی با ۲ کد باز؛
- کد محوری تهدیدات امنیتی با ۴ کد باز؛
- کد محوری توسعه زیرساخت‌های فناورانه با ۴ کد باز؛
- کد محوری انگیزه مالی با ۳ کد باز؛
- کد محوری تنوع سلیقه با ۲ کد باز؛
- کد محوری تخصیص بودجه دولتی با ۲ کد باز؛
- کد محوری ارتقاء خودآگاهی فردی و اجتماعی.
- کد محوری مشارکت آزادانه.
- کد محوری تغییر نگرش مردم نسبت به دولت.
- کد محوری تغییر نگرش اقتدارگرایانه دولت مردان و باور کردن مردم.
- کد محوری اجتناب از تمرکزگرایی در سیاستگذاری فرهنگی.
- کد محوری بسیج منابع.
- کد محوری اثر بخش کردن مشارکت.
- کد محوری اصلاح قانون فعالیت‌های فرهنگی؛
- کد محوری مشارکت مردمی در تمام فرایندهای فرهنگی؛
- کد محوری بومی شدن فعالیت‌های فرهنگی در فضای مجازی؛
- کد محوری تناسب فعالیت‌های فرهنگی با نیازهای فعلی؛
- کد محوری اجرا، ارزیابی و سنجش فعالیت‌های فرهنگی.



شکل ۲: - شرایط علی: سطوح مشارکت و مقوله‌های آن

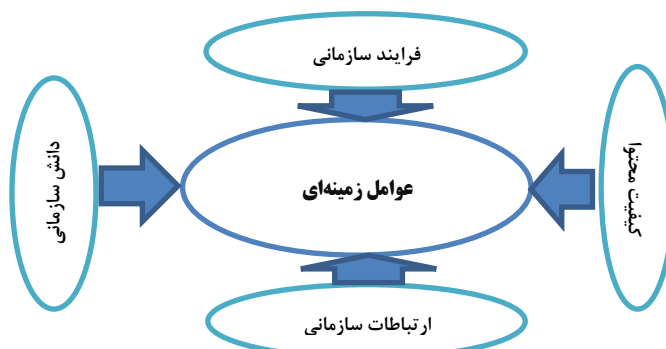


شکل ۳- شرایط علی؛ تکنیک‌های مشارکت و مقوله‌های آن



شکل ۴- شرایط علی؛ انواع مشارکت و مقوله‌های آن

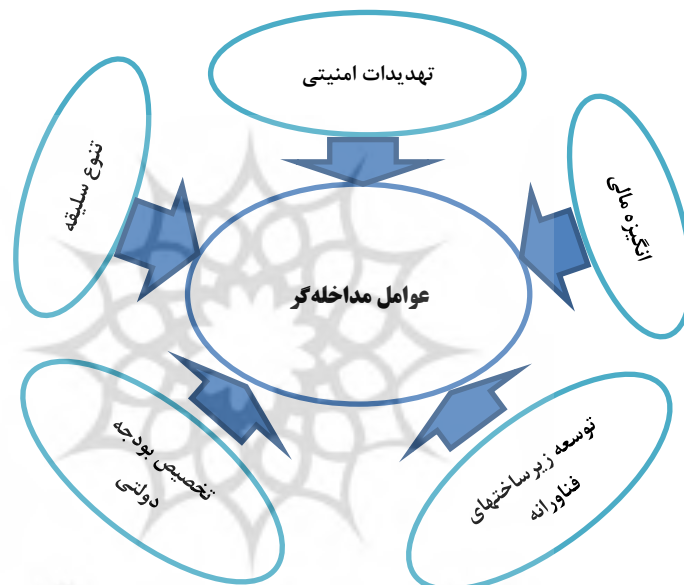
شرایط زمینه‌ای: شرایط زمینه‌ای، شرایطی است که راهبردها و اقدامات تحت آن، به اداره پدیده می‌پردازند. در مجموع چهار مقوله اصلی (۱) فرایند سازمانی، (۲) ارتباطات سازمانی، (۳) کیفیت محتوا، (۴) دانش سازمانی با ۱۱ کد باز به عنوان شرایط زمینه‌ای ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم‌نهاد در تولید محتوای فرهنگی برای فضای مجازی شناسایی شدند. بر این اساس برای افزایش و ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم‌نهاد بایستی ابتدا عوامل ایجادکننده یا عواملی که به بروز مشارکت فرهنگی کمک می‌کنند شناسایی و برای تحقق آنها برنامه ریزی لازم صورت گیرد و نسبت به عملیاتی نمودن آن اقدام نمود. معمولاً تحقق هر عملی نیازمند بستر مناسب برای به فعلیت در آمدن است. لذا برای عملیاتی شدن شرایط زمینه‌ای که به مدیریت مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم‌نهاد کمک می‌کند اقدامات لازم صورت گیرد.



شکل ۵- عوامل زمینه‌ای و مقوله‌های آن

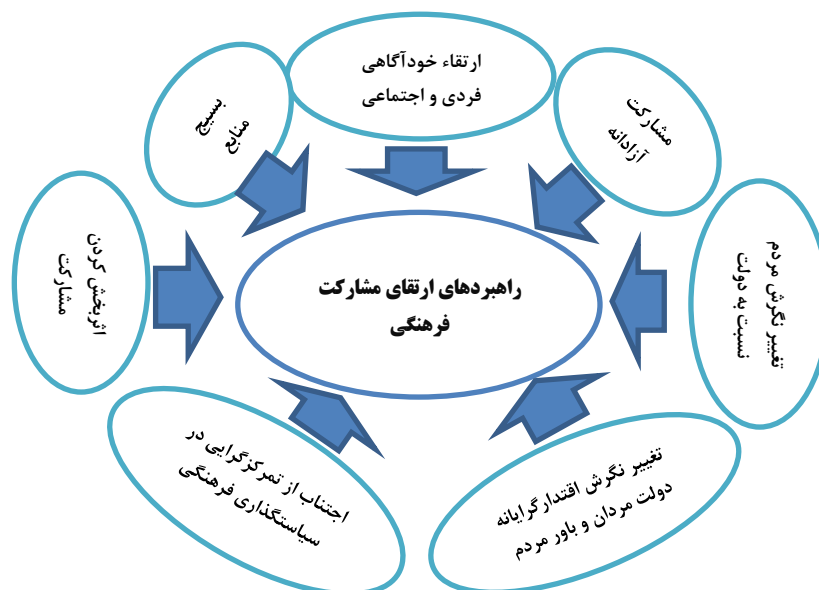
۵) تخصیص بودجه دولتی با ۱۶ کد باز به عنوان شرایط زمینه‌ای مدل راهبردی ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان های مردم نهاد شناسایی شدند. و نهایتاً عوامل مداخله گر که در صورت نبود یا بی توجهی به آنها، مشارکت فرهنگی محقق نخواهد شد و در صورت توجه به آنها تحقق مشارکت فرهنگی را تسهیل و کمک می‌کنند شناسایی شوند و برای هر کدام از آنها برنامه عملیاتی پیاده کرد.

شرایط مداخله‌گر: شرایط مداخله‌گر، شرایط وسیع و عامی همچون فرهنگ، فضا و غیره است که به عنوان تسهیل‌گر یا محدودکننده راهبردها عمل می‌کند. این شرایط، اجرای راهبردها را تسهیل و تسریع کرده و به عنوان یک مانع، دچار تاخیر می‌نمایند. در مجموع پنج مقوله اصلی (۱) تهدیدات امنیتی (۲) توسعه زیرساخت‌های فناورانه (۳) انگیزه مالی (۴) تنوع سلیقه و



شکل ۶- شرایط مداخله‌گر و مقوله‌های آن

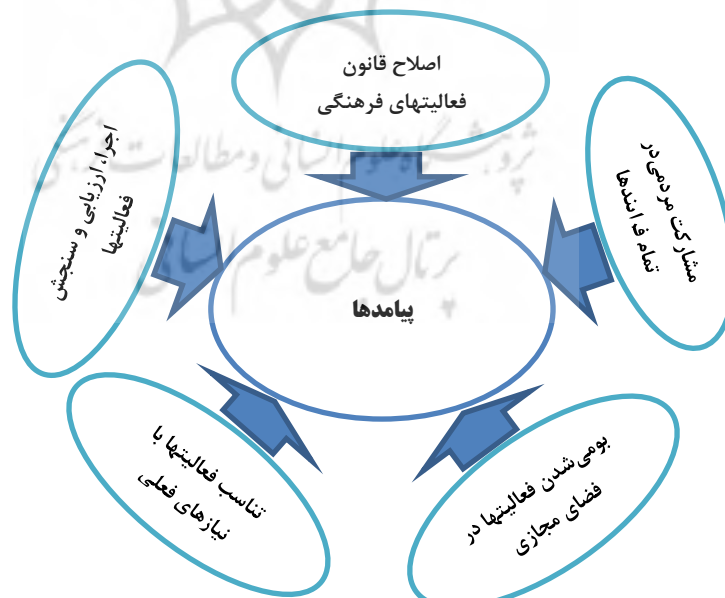
راهبردها: نتایج حاصل از تحلیل مصاحبه‌ها منجر به شناسایی و دسته‌بندی راهبردهای ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم نهاد در تولید محتوای فرهنگی در فضای مجازی شده است که راهبردهای بدست آمده در قالب شکل ۷ ارائه شده است.



شکل ۷- راهبردهای ارتقای مشارکت فرهنگی در تولید محتوای فضای مجازی و مقوله‌های آن

مطلوبی می‌گردد که عبارتند از: اصلاح قانون فعالیت‌های فرهنگی، مشارکت مردمی در تمام فرایند فعالیت‌های فرهنگی، بومی شدن فعالیت‌های فرهنگی در فضای مجازی، تناسب فعالیت‌های فرهنگی با نیازهای فعلی، اجرا، ارزیابی و سنجش فعالیت‌های فرهنگی.

پیامدها: نتایج بدست آمده از تحلیل داده‌ها بیانگر آن است که شناسایی عوامل نظامند ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم‌نهاد برای تولید محتوای فرهنگی در فضای مجازی، منجر به نتایج مثبت و



شکل ۸- پیامدهای ارتقای مشارکت فرهنگی در تولید محتوای فضای مجازی و مقوله‌های آن

- سوال فرعی دوم: اولویت‌بندی عوامل نظام‌مند ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم‌نهاد چگونه است؟

پس از شناسایی عوامل ارتقای مشارکت فرهنگی انجام شد که نتایج به شرح زیر بدست آمده است:

جدول ۲- رتبه‌بندی عوامل مدل پارادایمی مشارکت فرهنگی

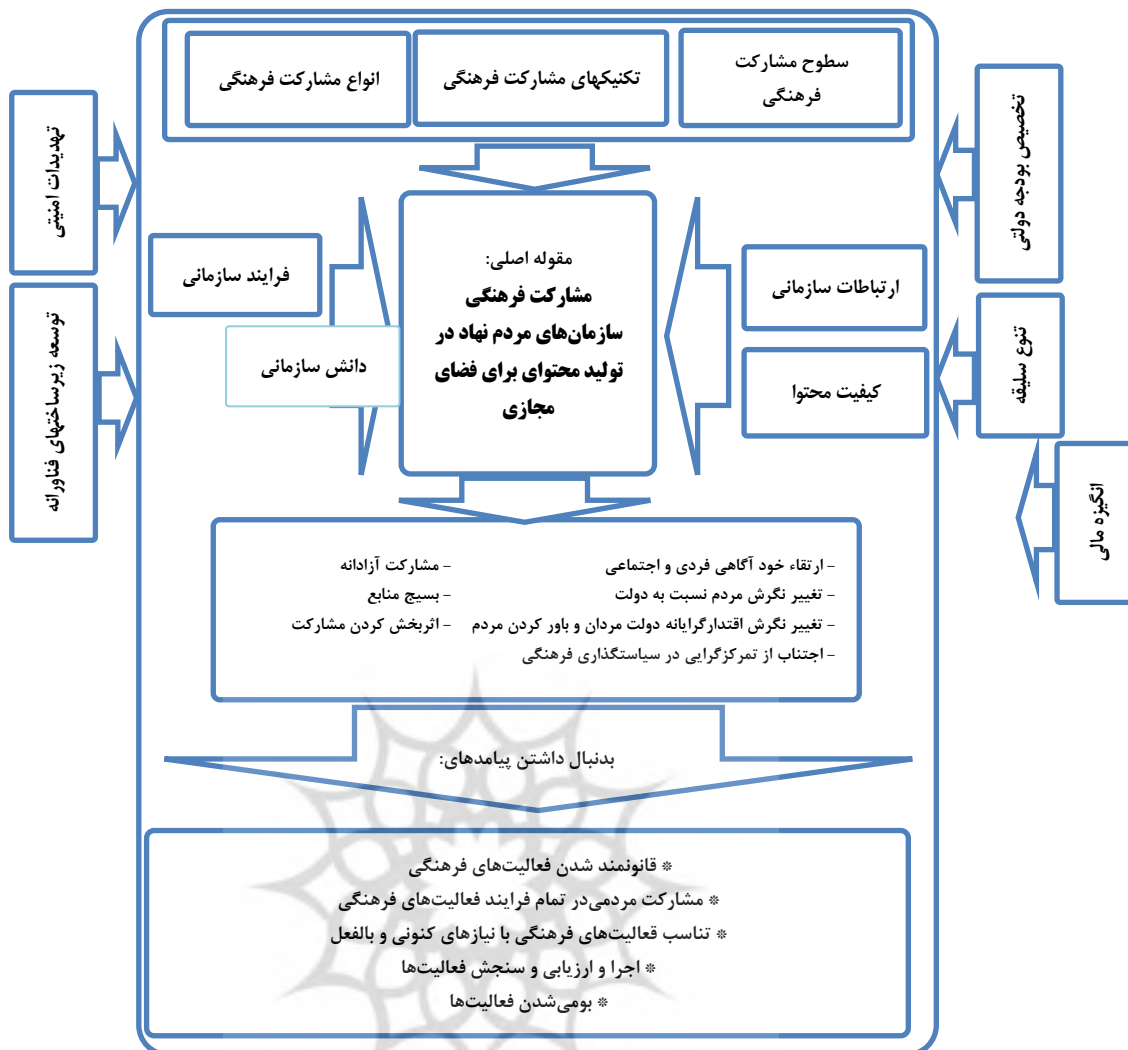
رتبه	ضریب CVR	عوامل (مقوله‌ها)	ابعاد مدل
۲	۰/۹۰	مشاوره	شرایط علی
۸	۰/۷۶	تصمیم‌گیری	
۱۰	۰/۶۲	خودگردان	
۹	۰/۷۳	سهیم بودن در خطرات	
۷	۰/۸۱	شراکت	
۶	۰/۸۴	اطلاع‌رسانی	
۳	۰/۸۹	رسیدن به اجماع	
۵	۰/۸۷	کنترل و تاثیرگذاری	
۲	۰/۹۰	انفعالی	
۴	۰/۸۸	ساختار یافته و منظم	
۱	۰/۹۴	فعال	
۴	۰/۸۸	ساختار نیافته و نامنظم	
۲	۰/۹۰	مردم فراهم‌کننده و دولت تصمیم‌گیر	
۳	۰/۸۹	دولت فراهم‌کننده و مردم تصمیم‌گیر	
۵	۰/۸۷	دولت فراهم‌کننده و تصمیم‌گیر	
۴	۰/۸۸	مردم فراهم‌کننده و تصمیم‌گیر	
۱	۰/۸۱	فرایند سازمانی	شرایط زمینه‌ای
۳	۰/۷۴	ارتباطات سازمانی	
۲	۰/۸۰	کیفیت محتوا	
۴	۰/۶۹	دانش سازمانی	
۳	۰/۸۵	تهدیدات امنیتی	شرایط مداخله‌گر
۱	۰/۹۱	توسعه زیرساخت‌های فناورانه	
۵	۰/۷۵	انگیزه مالی	
۴	۰/۷۹	تنوع سلیقه	
۲	۰/۸۶	تخصیص بودجه دولتی	
۳	۰/۸۶	ارتقاء خود آگاهی فردی و اجتماعی	راهبردها
۶	۰/۸۱	مشارکت آزادانه	
۱	۰/۹۰	تغییر نگرش مردم نسبت به دولت	
۵	۰/۸۲	تغییر نگرش اقتدارگرایانه دولت مردان و باور کردن مردم	
۴	۰/۸۵	اجتناب از تمرکزگرایی در سیاستگذاری فرهنگی	
۷	۰/۷۷	بسیج منابع	

رتبه	ضریب CVR	عوامل (مقوله‌ها)	ابعاد مدل
۲	۰/۸۹	اثربخش کردن مشارکت	پیامدها
۲	۰/۹۰	قانونمند شدن فعالیت‌های فرهنگی	
۵	۰/۶۸	بومی شدن در فعالیت‌ها	
۴	۰/۸۳	تناسب فعالیت‌های فرهنگی با نیازهای کنونی و بالفعل	
۱	۰/۹۱	مشارکت مردمی در تمام فرایند فعالیت‌های فرهنگی	
۳	۰/۸۹	اجرا و ارزیابی و سنجش فعالیت‌ها	

سوال فرعی سوم: مدل نظام‌مند ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم‌نهاد برای تولید محتوا در فضای مجازی چیست؟

یافته‌های پژوهش حاضر بیانگر آن است که مدل نظام‌مند ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم‌نهاد در تولید محتوای برای فضای مجازی با ۷۸ مصداق (کد باز) و ۳۷ کد محوری (شرایط علی با ۱۶ کد، شرایط زمینه‌ای با ۴ کد، شرایط مداخله‌گر با ۵ کد، راهبردها با ۷ کد و پیامدها با ۵ کد به شرح شکل شماره ۹ در قالب مدل پارادایمی بدست آمده است. مدل بدست آمده براساس یک کار کیفی از طریق رویکرد داده‌بنیاد و مصاحبه با خبرگان بدست آمده است. این مدل بیانگر آن است که برای ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم‌نهاد در تولید محتوای فرهنگی مجازی؛ بایستی یک دید کلان به موضوع داشت و کل مدل بدست آمده را مدنظر داشت. نمی‌توان انتظار داشت مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم‌نهاد افزایش یابد ولی همه جنبه‌های بدست آمده را مورد مذاقه قرار نداد. برخی عوامل

تشکیل‌دهنده مدل نظام‌مند ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم‌نهاد در تولید محتوای فرهنگی مجازی، عوامل زمینه‌ساز حادث شدن پدیده اصلی (ارتقای مشارکت فرهنگی) هستند، برخی دیگر علل بوجود آورنده آن هستند و در این بین عواملی نیز مخل هستند، برای تحقق این موضوع باید راهبردهای اساسی شناسایی و پیاده‌سازی شوند تا در نهایت از توجه و انجام این امور، پیامدها و نتایج مثبت مشارکت فرهنگی بدست آیند. مدل بدست آمده از نظر راهبرد تجربی است زیرا مدلی که پژوهشگر ارائه کرده است نمود فردی و اجتماعی دارد. از نظر فلسفی از نوع پراگماتیسم یا عملگرا می‌باشد چرا که کاربردی و عملکردی است. از طرفی از منظر منطق پژوهش از نوع استقرایی و از نظر الگو از نوع هنجاری می‌باشد. تحقق چنین مدلی و اجرایی کردن آن نیازمند توجه به تمام ابعاد تشکیل دهنده مدل راهبردی ارتقای مشارکت فرهنگی مدل می‌باشد و باید موانع اساسی در پیاده‌سازی و اجرای مدل تاحد ممکن رفع شوند.



شکل ۹- مدل نظام‌مند ارتقای مشارکت فرهنگی سازمانهای مردم نهاد در تولید محتوا فرهنگی در فضای مجازی

فرهنگی جامعه باشد، همانطور که شهروندان انتظار دارند که نظام اقتصادی جامعه باید پاسخگویی نیازهای اقتصادی آن باشد؟

از آن جا که متأسفانه بخش فرهنگ در کشور ما در حال حاضر در شرایطی بسیار اسفباری بسر می‌برد. سه دهه بحران ممتد و تسلط نظام‌های خشن و بیگانه از فرهنگ انسانی، موجب شده است، که بخش فرهنگ از ریشه و بنیان دچار مشکل شود. بنابراین، طبیعی است که وضعیت فرهنگ ما بحرانی باشد، ارضا کننده نیازهای روحی جوانان نباشد. لذا ضرورت دارد که دولت نقش بر جسته و حضور پررنگ داشته باشد. ضرورت دارد که دولت قدم پیش گذاشته و نقش برنامه‌ریز برای توسعه

در تبیین یافته‌های پژوهش و بحث پیرامون یافته‌ها می‌توان گفت که چنانچه که عنوان شد دولت با برنامه‌ریزی‌های کلان در حوزه فرهنگی، درصدد توسعه فرهنگی است. خود را موظف می‌داند در زمینه‌های فرهنگی فعال باشند. به عبارت دیگر، نباید و نمی‌توان بخش فرهنگ را با همه گستردگی‌شان و نقشی که مردم در باز تولید و تداوم آن دارند، به حال خود رها کرد و منتظر ماند که روند طبیعی تغییر و تحول خود را طی کند. بلکه با برنامه دقیق و رویکرد از بیش تعیین شده در جهت توسعه فرهنگی، با تعریف ویژه خودش، حرکت کرد. حال سؤالی که در این جا مطرح می‌شود عبارت است از: آیا فرهنگ یک جامعه باید پاسخگویی نیازهای

فرهنگی را به عهده گیرد. اگر مشارکت را به معنای فوق آگاهانه بودن، و ارادی بودن و اثرگذار بودن عمل؛ در نظر بگیریم، می‌توان از سطوح مختلف مشارکت، کم و متوسط و زیاد بودن مشارکت مردمی و از عوامل مانع و مزاحم و تسهیل کننده مشارکت سخن گفت. بایسته است پیشاپیش نکته‌ای را یادآوری کرده و آن این می‌تواند باشد که، در روزگار ما اکثر صاحب نظران بر اهمیت حضور و مشارکت مردم در زمینه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تأکید دارد و دستیابی به توسعه را بدون سهم‌گیری توده‌های مردمی امری دور از دسترسی می‌داند. این وفاق به حدی است که در فضای موجود حاکم در کشورها مختلف، برای اجرای برنامه‌های توسعه، به جد کوشش می‌شود که مشارکت زنان و مردان فاقد سواد خواندن و نوشتن روستایی نیز جلب شود و از آن استفاده شود.

همچنین در بحث پیرامون یافته‌ها می‌توان گفت که بایستی در جامعه فضا و بستر به گونه‌ای فراهم بشود که روحیه مشارکت جویی افراد را ارتقاء بخشند به این معنی که شهروندان با میل و رغبت داوطلب مشارکت در توسعه فرهنگی بشوند. یعنی فرهنگ مشارکت در میان اقشار نهادینه شود. چرا که هیچ مشارکتی از فرهنگ جدا نیست. مشارکت معنایش را ارزش‌های فرهنگی دریافت می‌کند. هر فرد ممکن است رسماً در نهادهای مشارکتی درگیر باشد، اما اگر منطق این نهادها از فرهنگ دیگری ریشه بگیرد، او ممکن است این مشارکت را به صورت یک عامل فشار و محدودیت یا بیگانه از خود احساس کند. اعتقاد بر موثر بودن مشارکت شهروندان نیز یکی از مولفه‌های مهم در میزان مشارکت شهروندان محسوب می‌شوند. افراد که باور نداشته باشند که مشارکت آنها در مسائل فرهنگی، اثربخش است تمایل به مشارکت از خود نشان نمی‌دهند، بطور طبیعی و از فعالیت‌های بلا اثر فاصله می‌گیرند و دچار نوعی انفعالی و یا از خود بیگانگی اجتماعی خواهند شد. در واقع باور

به موثر نبودن مشارکت افراد احساس بی‌قدرتی و بی‌معنایی به آنها می‌دهند و آنها را از جامعه و فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی منزوی کرده و احساس بی‌تفاوت جای آن را می‌گیرد.

به طور کلی باید گفت مدل بدست آمده مدلی نسبتاً کارآمد است و به توجه به اینکه مشابه قبلی ندارد می‌تواند تا حد زیادی راهگشا باشد. ضمن اینکه باید نیم نگاهی هم به اصلاح و به روزرسانی آن وجود داشته باشد. اما از حیث مقایسه با نتایج سایر پژوهش‌های صورت گرفته، علیرغم اینکه تاکنون پژوهشی به این موضوع نپرداخته است و الگوها و مدل‌های طراحی شده با عنوان مشارکت فرهنگی برای حوزه‌هایی انجام شده است که سودآوری آنها محرز و آشکار است، اما همین پژوهش‌ها نیز با پژوهش حاضر شباهتها و تفاوت‌هایی دارند که از حیث همخوانی و عدم همخوانی نتایج می‌توان گفت: نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های مزارعی و همکاران (۱۳۹۷)، سلیمانی و وثوقی (۱۳۹۷)، سیاح و شجاعتی (۱۳۹۶)، بیراوندزاده و سبحانی (۱۳۹۶)، خلف‌آبادی (۱۳۹۶)، صبحی‌مقدم (۱۳۹۳)، کیس‌ماجور و همکاران (۲۰۲۰)، میهلجی و همکاران (۲۰۱۹)، چن (۲۰۱۵)، والتیسون (۲۰۱۰) همخوانی دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف شناسایی عوامل ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم نهاد در تولید محتوای فرهنگی برای فضای مجازی و اولویت‌بندی آنها انجام شد. در راستای نتایج بدست آمده می‌توان بیان کرد که موضوع مشارکت فرهنگی از قرن‌ها پیش در جامعه ما به صورت خودجوش صورت می‌گرفته است و مردم در گذشته‌های دور و نهادهای غیردولتی و سمن‌ها در دهه‌های اخیر در امور فرهنگی نقش داشته‌اند. اما از آنجا که تصمیم‌گیری‌های مردم و نهادهای مردم نهاد با سلطه دستگاه‌های متولی فرهنگ و تصمیم‌گیری متمرکز آنها منجر به دلسردی سمن‌ها شده است. برای بازگشت به

مردم و اقدامات خودجوش در خصوص مشارکت فرهنگی مردم بایستی دولت سیاست‌گذاری کلان انجام دهد و شیوه‌های مختلف مشارکت مردم و سمن‌ها را که در این تحقیق بدست آمده است ترویج و گسترش دهد تا مردم نقش و سهم خود را در جامعه و فرهنگی اجتماع احساس کنند و بدین‌طریق مشارکت فرهنگی مردم ارتقاء یابد در غیر این صورت روز به روز مردم خود را جداتر می‌بینند و منزوی می‌شوند.

در فرآیند توسعه فرهنگی و مشارکت مردم، عوامل سیاسی و ساختاری فکری جامعه نیز اثر می‌گذارند، به عبارتی یکی از عوامل مهم نگرش نخبگان سیاسی به مردم و بلوغ سیاسی و اجتماعی آنان برای مشارکت است. نخبگان اقتدارگرا و نخبه‌گرا، اعتقادی به مشارکت مردم و ارزش برای آن قائل نیستند و اصولاً مردم را فاقد ویژگی‌های لازم برای تصمیم‌گیری‌ها سیاسی و اجتماعی و فرهنگی می‌دانند. به این ترتیب به مردم به عنوان شهروندان صاحب حق و حقوق انسانی و مشارکت نگاه نمی‌کنند. آنها را رعایایی تلقی می‌کنند که باید مسئولان برای آنها تعیین تکلیف کنند و وظیفه آنها هم اطاعت و پیروی از دستورات رهبران است.

یکی از محورهای اصلی توسعه فرهنگی و شاید اصلی‌ترین آن را باید، مشارکت مردم دانست. اگر بنا باشد توسعه فرهنگی تحقق یابد، باید فرهنگ از وضعیتی که در آن به شکل کالایی لوکس مطرح است، خارج شود و در دسترسی همگان بویژه اقشار محروم اقتصادی- اجتماعی قرار گیرد. حق شرکت در زندگی فرهنگی یکی از حقوق اساسی انسان است. در میان اصول اعلامیه جهانی حقوق بشر، اصلی هست که مقرر می‌دارد هر فرد حق دارد آزادانه در زندگی فرهنگی جامعه شرکت کند، از هنرها برخوردار شود و در توسعه و گسترش علم و مزایای آن سهیم باشد. معمولاً در فرهنگ سیاسی مشرق زمین به دلیل شکاف بین مردم و دولت، مردم ذهنیت مثبت نسبت به دولت ندارد. این خود عامل باز دارنده

تعامل بین مردم و دولت می‌تواند باشد. هنوز این خرده فرهنگ در اذهان عمومی وجود دارد و برخی، دولتمردان را از جنس دیگر می‌دانند این امر روند مشارکت مردم در فرایند توسعه را مختل می‌سازد. بنابراین، باید دولت مردان فاصله خویش را با مردم کم نموده و با ارتباط صمیمی و نزدیک با مردم، این ذهنیت منفی به جامانده از دوران‌های گذشته را از ذهن مردم بزدايد. چرا که هر چه فاصله مردم از دولت بیشتر باشد و اعتماد مردم به مسئولان کشور کمتر باشد، جلب مشارکت مردم در زمینه‌های مختلف توسعه از جمله توسعه فرهنگی مشکل‌تر خواهد بود. متأسفانه داده عینی متقن‌ها حاکی از آن است با وجود گذشته ده سال از استقرار دموکراسی و حکومت مشروع در کشور، میزان اعتماد مردم نسبت دولت کمان در حد بسیار پایینی است.

از جمله عوامل مخل پیشروی مشارکت مردم نگرش اقتدارگرایانه حاکم بر مسئولین اجرایی است. یعنی به این معنی که دولت مردان فرضی را برآن می‌گذارند که مردم فاقد توانایی‌های لازم برای مشارکت در فرآیند برنامه توسعه همه جانبه‌اند. این موضوع آمرانه و اقتدارگرایانه، که حاکمان خود را از جنس دیگر پنداشته، مردم را هیچ حساب نمی‌آورند و معتقدند که مردم توان و قدرت فهم و تشخیص درست نیازهای خود را ندارند مانع بزرگ در جلب مشارکت در فرایند توسعه ملی بویژه توسعه فرهنگی است. نگاه اقتدارگرایانه موجب دلسردی مردم از نظام و حاکمیت و دوری آنان از حاکمان خواهد شد و در بلندمدت به اعتماد مردم و حضور مردم در عرصه‌های عمومی لطمه خواهد زد. بنابراین برای ارتقاء مشارکت مردم در توسعه فرهنگی باید تغییر نگرش در مسئولین ایجاد شود تا زمینه برای باور کردن و استفاده از قدرت، مهارت، تخصصی نیروی فعال پر انرژی جامعه در توسعه فرهنگی امکان پذیر شود.

پیشنهاده‌ها

در راستای نتایج بدست آمده به مسئولان و تصمیم‌گیرندگان حوزه مدیریت فرهنگی کشور و فضای مجازی پیشنهادهایی ارائه شده است که بتوان از طریق آنها به ارتقای مشارکت فرهنگی سازمان‌های مردم نهاد کمک نمود که عبارتند از: اقدامات لازم در خصوص آموزش مستمر قابلیت‌های نرم‌افزاری رایانه و اینترنت، افزایش سرعت و فراگیری اینترنت دانشگاه، ارائه خدمات و معرفی منابع علمی و آموزشی اینترنتی، معرفی و تحلیل برنامه‌های گوناگون علمی، سیاسی، اجتماعی و مذهبی ماهواره‌ای در قالب برگزاری جلسه‌های هم‌اندیشی صورت گیرد؛ فراهم کردن امکانات برگزاری دوره‌های آموزشی مثل زبان انگلیسی با اعطای گواهی‌نامه‌ی معتبر، سنجش مستمر سلامت اجتماعی مردم و حمایت از برنامه‌ها و فعالیت‌های مراکز روانشناختی و فرهنگی در سطح محله‌ها؛ افزایش میزان رضایتمندی از سیاست‌های نهادهای فرهنگی کشور از طریق ارتقای امکانات پژوهشی؛ توجه هر چه بیشتر به برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای افزایش مهارت‌های تخصصی؛ حمایت از ایده‌ها و طرح‌های فرهنگی و هنری؛ توانمندسازی مراکز پژوهشی-فرهنگی سمن‌های فعال در سطح کشور؛ تثبیت و تقویت جایگاه مرکز ملی فضای مجازی به عنوان بازوی شورای عالی فضای مجازی در جهت تحقق تصمیمات؛ توسعه محتوا و خدمات کارآمد و رقابتی منطبق بر ارزش‌ها و فرهنگ اسلامی- ایرانی در تمامی قلمروهای مورد نیاز جامعه و جلب مشارکت‌های مردمی و بکارگیری ظرفیت‌های بخش خصوصی در این زمینه؛ احراز جایگاه و سهم مناسب برای اقتصاد دانش بنیان در فضای مجازی در چارچوب سیاست‌های اقتصاد مقاومتی کشور و برنامه‌ریزی همه جانبه برای بهبود شرایط کسب و کار مرتبط با فناوری‌های مجازی و بهره‌گیری از فرصت‌های اشتغال‌زایی و نیز رونق محتوا، خدمات و تجارت در این عرصه.

منابع

- ارجمندی، ا (۱۳۸۰). سازمان‌های غیر دولتی. راهبرد مشارکت سازمان یافته. فصلنامه مدیریت و برنامه‌ریزی شهری.
- امینی، د (۱۳۹۳). تدوین قانون جامع حمایتی سازمان‌های مردم نهاد. مصاحبه با مشاور وزیر کشور و معاون امور سازمان‌های مردم نهاد کشور. برگرفته از سایت مهر نیوز.
- آزادی نیشان، س (۱۳۹۸). توانمندسازی و تقویت ظرفیت سازمان‌های مردم نهاد در پیشگیری از جرم. دانشگاه علوم قضایی و خدمات اداری. دانشکده پیشگیری از جرم و اصلاح و تربیت.
- حاجیانی، ا (۱۳۹۵). روش‌شناسی طراحی و تدوین الگوی مطلوب در پژوهش‌های راهبردی. فصلنامه راهبرد.
- حسینی، ف (۱۳۸۴). بررسی عوامل اجتماعی موثر بر مشارکت جوانان در سازمان‌های غیردولتی (NGO). دانشگاه الزهراء، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی.
- رزاقی، ن، و لطفی خاچکی، ب (۱۳۹۷). تحلیل جامعه‌شناختی چالش‌های بقا و پایداری سازمان‌های مردم نهاد فعال در حوزه آسیب‌های اجتماعی با تأکید بر رابطه آنها با دولت. مجله جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی.
- سعیدی، م (۱۳۸۲). موانع رشد و گسترش سازمان‌های غیردولتی در ایران. رساله دکتری، تهران، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.
- سعیدی، م (۱۳۹۸). درآمدی بر مشارکت مردمی و سازمان‌های غیردولتی. تهران: سمت.
- سلیمانی، م، و وثوقی، م (۱۳۹۷). تحلیل ظرفیت سازمان‌های مردم نهاد در نظارت بر عملکرد دولت و ارائه استراتژی‌های بهبود. مجله توسعه محلی (روستایی- شهری).

- Elgin, C, Goksel, T, Gurdal, M. Y & Orman, C. (2013). Religion, income inequality, and the size of the government. *Economic Modelling*.
- Fowler, A (2004). *PVO and NGO Futures: A Framework for Reflection and Dialogue*. Washington DC: USAID.
- Harangozó, G & Zilahy, G (2015). Cooperation between business and non-governmental organizations to promote sustainable development. *Journal of Cleaner Production*.
- Karns, M. P (2016). Nongovernmental organization. Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/non-governmental-organization>.
- Karns, M. P (2017). A pivotal moment in global governance? Looking back to look forward. *Global Governance*, 23(3), 32.
- Kieu, T. K & Singer, J (2017). Involvement of NGOs in Training Teachers in Education for Sustainable Development in Vietnam: A Case Study. *European Journal of Sustainable Development*.
- Lane, M. B & Morrison, T. H (2006). Public interest or private agenda? A meditation on the role of NGOs in environmental policy and management in Australia. *Journal of rural studies*.
- Lekorwe, M & Mpabanga, D. (2007). Managing non-governmental organizations in Botswana. *The Public Sector Innovation Journal*.
- Rodriguez, A (2008). Hobbled NGOs wary of Medvedev Watchdogs are civil lifeline in lawless Russia. *Chicago tribune*.
- Singh, H. R & Rahman, S. A (2012). An approach for environmental education by non-governmental organizations (NGOs) in biodiversity conservation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*.
- U.S Department of state (2013). Fact sheet: non-governmental organizations (NGOs) in the United States. Retrieved from: <http://www.humanrights.gov/2012/01/12/fact-sheet-non-governmental-organizations-ngos-in-the-united-states/>
- Young, D. R (2000). Alternative models of government-nonprofit sector relations: Theoretical and international perspectives. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*.
- سیاح، م، و شجاعتی، گ (۱۳۹۶). ارائه مدلی کاربردی جهت ارزیابی فعالیت‌های فرهنگی سازمان‌های مردم نهاد. *دومین کنفرانس ملی علوم انسانی اسلامی*.
- صالحی امیری، س (۱۳۹۲). آسیب شناسی فرهنگی در ایران. تهران: ققنوس.
- صبحی مقدم، م (۱۳۹۳). سازمان‌های مردم نهاد محلی: شرایط، تعاملات و پیامدها (مطالعه موردی: روستای کیخا، شهرستان زابل)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس.
- صدر، ع (۱۳۸۵). سازمان‌های مردم نهاد فعال در کشور. *روزنامه اطلاعات*. شماره ۲۳۶۵۳.
- صمدی میارکلایی، ح و صمدی میارکلایی، ح (۱۳۹۵). ارتقا سطح تعهد سازمانی در سازمان‌های مردم نهاد: تبیین نقش راهبردی رضایت شغلی از طریق مدل معادلات ساختاری. *جامعه شناسی نهادهای اجتماعی*.
- غفاری، غ، و نیازی، م (۱۳۸۵). *جامعه‌شناسی مشارکت*. تهران: نشر نزدیک.
- قراخانی، ع (۱۳۸۲). نقش سازمان‌های غیردولتی "ان جی او" در تقویت مشارکت اجتماعی (مطالعه ان جی اوهای شهر تهران). *دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی، پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی*.
- مقیم، س. م (۱۳۸۳). *کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- Carson, E. D (2002). Public expectations and nonprofit sector realities: A growing divide with disastrous consequences. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*.
- Castells, M (2011). *A Network Theory of Power*. Available at: <http://ascnetworksnetwork.org/wp-content/uploads/2010/02/IJoC-NetworkTheory-2011-Castells>, (accessed on 2013, October 24).
- Doyle, J (2015). *Public Participation in Government Decision-making*. Published by the Victorian Auditor-General's Office (VAGO).

یادداشت

¹²Flower

¹³Casemajor

¹⁴Mihelj

¹⁵Chen

¹⁶Valtysson

¹⁷Grounded Theory

¹⁸Corbin & Strauss

¹⁹Open coding

²⁰Axial coding

²¹Selective Coding

¹Lane, M B & Morrison

²Young

³Carson

⁴Young

⁵Carson

⁶Lekorwe & Mpabanga

⁷Lane, M. B & Morrison

⁸Shukla

⁹Indian Express

¹⁰U.S Department of state

¹¹Rodriguez

