



شناسایی و سطح‌بندی ابعاد و مؤلفه‌های مدل ترویج فرهنگ اسلامی با توجه به ساختار سازمانی و اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی با روش معادلات ساختاری تفسیری

محمد شهبایی نژاد^۱، نوید فاتحی راد^۲، امین نیک پور^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۱۹

چکیده

این تحقیق باهدف شناسایی و سطح‌بندی ابعاد و مؤلفه‌های مدل ترویج فرهنگ اسلامی با توجه به ساختار سازمانی و اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی با روش معادلات ساختاری تفسیری انجام شده است. تحقیق از نظر هدف کاربردی - توسعه‌ای و از نظر ماهیت توصیفی - اکتشافی و از نظر گردآوری داده‌ها از نوع پیمایشی بود. جامعه آماری این تحقیق دو نوع بود که در نوع اول تعداد ۱۵ خبره و در نوع دوم از کارکنان شهرداری‌های استان کرمان استفاده شد. ابزار گردآوری داده‌ها نیز از نوع پرسشنامه بود و از تکنیک‌های دلفی فازی، معادلات ساختاری و مدل‌سازی ساختاری تفسیری برای تجزیه و تحلیل داده استفاده شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS و LISREL استفاده شد. بررسی نتایج این تحقیق نشان داد که برای ترویج فرهنگ اسلامی از طریق شهرداری‌ها استفاده از مدل ماتریسی که در بخش ساختار سازمانی آن توجه به ابعاد حاکمیت قانون، تمرکززدایی از سازمان، سازمان‌دهی تخصص‌ها، توسعه فرهنگی شهر، پایداری محیطی و توسعه زیرساخت‌های تکنولوژیکی و در بخش اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی توجه به ابعاد مدیریت تغییرات فرهنگی، بهبود تعاملات فرهنگی، ارتقا دینی شهروندان، بهبود سبک زندگی شهروندان و توسعه اخلاق و رفتار شهروندی اهمیت زیادی خواهد داشت. بررسی روابط بین ابعاد و مؤلفه‌ها نیز حاکی از معنی‌داری تمامی ابعاد مدل در نمونه آماری بزرگ‌تر بود. همچنین در شناسایی اثرگذارترین و اثرپذیرترین عوامل نیز مشخص شد که مؤلفه‌های تشویق بر رفتارهای اسلامی، رهبری و استفاده از فناوری در ترویج فرهنگ اسلامی به‌عنوان تأثیرگذارترین عوامل و مؤلفه‌های توسعه مراکز فرهنگی و اجتماعی، ترویج عبادات اسلامی و برگزاری دوره‌های هنری اسلامی به‌عنوان تأثیرپذیرترین عوامل هستند.

واژگان کلیدی: مشارکت شغلی، عوامل فردی، عوامل مدیریتی، عوامل سازمانی

^۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران.

^۲. استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران (نویسنده مسئول)

Fatehi.azaduniversity@gmail.com

^۳. استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

مقدمه

فرهنگ اسلامی شامل ارزش‌ها، آداب و رسوم، قوانین و آئین‌نامه‌هایی بر اساس اصول دین اسلام است که برای جامعه مذهبی و مسلمانان بسیار اهمیت دارد. از سوی دیگر خط‌مشی‌گذاری فرهنگی در جامعه اسلامی از الگوی خاصی تبعیت می‌کند. آنچه این الگو را از الگوهای مشابه متمایز می‌کند، این پیش‌فرض است که دین نقش بسزایی در شکل‌گیری فرهنگ یک جامعه دارد و این نقش، فراتر از صرف تعیین خطوط قرمز در تدوین سیاست‌های فرهنگی است (باقری فرد و همکاران، ۱۳۹۵). بسیاری از سیاست‌گذاران، خط‌مشی‌گذاران و حتی کارگزاران فرهنگی اذعان دارند که برنامه‌های ایران در سال‌های اخیر بر اساس یک سیاست واحد پیش‌رفته و اکثر برنامه‌ریزی‌هایی که به نتیجه نمی‌رسند. هر چند نظر اغلب از عدم کفایت کارگزاران فرهنگی نشئت می‌گیرد (افتخاری و باباخانی، ۱۳۹۵). لیکن موضوعات مهم دیگری همانند بی‌توجهی به نیازهای فرهنگی اسلامی، نادیده گرفتن نیازهای اقشار مختلف جامعه، نبود بودجه مناسب، عدم همکاری و تعامل مناسب با مراکز فرهنگی اسلامی، تحریم رسانه‌ای نادیده گرفتن نظرات و مشارکت مردم از جمله مشکلاتی هستند که نیاز به توجه بالایی را می‌طلبد. ماهیت این مشکلات علاوه بر مشکلات ساختاری شامل مشکلات عدم هماهنگی در اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی نیز است. در بعد ساختار سازمانی به‌زعم افتخاری و باباخانی (۱۳۹۵) برای موفقیت در ترویج فرهنگی اسلامی، سازمان‌ها باید با تعیین هدف‌های واضح، برنامه‌ریزی مناسب، تصمیم‌گیری سریع، هماهنگی بین گروه‌ها و قدرت‌مندی منابع مالی و انسانی، مشکلات ساختار سازمانی را حل کرده و به ترویج فرهنگ اسلامی بپردازند. علاوه بر این کمیلی فرد و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقات خود نشان دادند که مشکلات اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی در ترویج فرهنگی اسلامی می‌تواند از جنبه‌های مختلفی مطرح شود. یکی از این مشکلات این است که خط‌مشی‌های فرهنگی اسلامی به شکل کامل و یکپارچه در جوامع مختلف اجرا نمی‌شوند. با توجه به تنوع جغرافیایی و فرهنگی در جوامع مسلمان، برخی از مفاهیم و اصول اسلامی در برخی از جوامع به راحتی قابل پذیرش نیستند و ممکن است به دلیل تفاوت‌های فرهنگی و پیش‌فرض‌های موجود در هر جامعه، با مقاومت مواجه شوند (یاسینی و همکاران، ۱۳۹۷). مشکل دیگری که در اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی اسلامی وجود دارد، مشکل کیفیت و دقت در اجرای آن‌ها است. برای ترویج فرهنگی اسلامی، ضروری است که خط‌مشی‌ها به صورت کامل و صحیح منتقل شوند؛ اما اجرای نادرست و عدم دقت در نقل و انتقال این خط‌مشی‌ها می‌تواند باعث ایجاد سوء تفاهم و کاستی در ترویج فرهنگی اسلامی شود. همچنین، از دیگر مشکلاتی که ممکن است در اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی اسلامی به وجود بیاید، نارضایتی نسبت به روش‌های ترویج می‌باشد (مهدی زاده، ۱۳۹۴). برای اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی اسلامی به‌طور مؤثر، لازم است روش‌های مناسبی برای ترویج این مفاهیم وجود داشته باشد؛ اما برخی از افراد و جوامع ممکن است نسبت به روش‌های انتخاب‌شده در ترویج فرهنگی اسلامی نارضایتی داشته باشند و این می‌تواند باعث شود که اجرای خط‌مشی‌ها برای ترویج فرهنگی اسلامی با موانعی مواجه شود. به عقیده تدبیری و قاسمی (۱۳۹۳) ساختار اثربخش و کارا بین سازگاری داخلی (رسمیت، تمرکز و پیچیدگی) و سازگاری خارجی (اندازه، فرهنگ، فناوری، راهبرد و محیط) سازمان تعادل برقرار می‌کند و بقای سازمان را تضمین می‌نماید و بر اساس عواملی طرح‌ریزی می‌شود که زمینه تحقق اهداف و راهبردهای سازمانی را فراهم آورد. باید به این نکته توجه کرد که ساختار نظام اداری فعلی ایران جوابگوی نیازهای آتی کشور نیست و باید تغییرات اساسی در نگرش‌ها، سیاست‌ها، ساختارها و نظام‌های مدیریت کشور به وجود آید، در حال حاضر نظام اداری کشور، با ماهیتی درون‌گرا با ساختاری ناکارآمد و دستگاه‌های عریض و طویل بوروکراتیک دولتی روبروست که فاقد بینش و سیاست‌های منسجم برای افزایش

بهره‌وری و رشد و توسعه در کشور است (جاجرمی زاده و تدین، ۱۳۹۸). یکی از راه‌های ترویج این فرهنگ، استفاده از شهرداری‌ها به‌عنوان مؤسسات عمومی است (اندرسون^۱ و همکاران، ۲۰۱۹). شهرداری‌ها به‌عنوان سازمان‌های بخش عمومی و متعلق به دولت در جامعه، نقش مهمی در مدیریت شهر و ارائه خدمات عمومی دارند (بایرام و زویی^۲، ۲۰۲۰). دارا بودن این نهاد در هر شهر، فرصتی برای ترویج و تحکیم فرهنگ اسلامی نیز فراهم می‌کند. استفاده از شهرداری‌ها به‌عنوان پلی برای ترویج فرهنگ اسلامی بسیار مهم و اثربخش به نظر می‌رسد. همچنین استفاده از شهرداری‌ها به‌عنوان یک وسیله برای ترویج فرهنگ اسلامی اصولی و مؤثر به نظر می‌رسد (مختاریان پور، ۱۳۹۶).

مشکل ترویج فرهنگ اسلامی می‌تواند به دلیل عدم رعایت ارزش‌ها و اصول اسلامی در جامعه به وجود بیاید. این مشکل ممکن است به دلیل تأثیر فرهنگ‌های غربی یا تحت فشار قرار گرفتن فرهنگ اسلامی رخ دهد. همچنین، نادیده گرفتن اصول و ارزش‌های دینی و نبود بسترهای مناسب برای ترویج برای مردم، می‌تواند این مشکل را تشدید کند. یکی دیگر از مشکلات ترویج فرهنگ اسلامی مسئله نسل‌پروری ناسالم است. اگر ارزش‌ها و اصول دینی به درستی به نسل جدید منتقل نشود، ممکن است مفهوم تربیت مسئولانه و معنویت در جوانان در نظر گرفته نشود و منجر به بی‌توجهی به فرهنگ اسلامی شود. علاوه بر این، در برخی مواقع فرهنگ جوان‌سازی اسلامی به صورت نادرست انجام می‌شود. بعضی افراد ممکن است به جای ترویج مفاهیم اسلامی مناسب، جوانان را به سمت افرادی که اصول و ارزش‌های دینی را نادیده می‌گیرند سوق دهند این مسئله به فرهنگ اسلامی ضربه وارد می‌کند. همچنین، منابع اسلامی در برخی مناطق و کشورها ممکن است محدود باشد که می‌تواند ترویج فرهنگ اسلامی را تحت تأثیر قرار دهد. در جوامعی که آموزش و ترویج مطالب دینی به نحوی که مناسب با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات نیست، چالش بزرگی برای ترویج فرهنگ اسلامی وجود خواهد داشت. ساختار سازمانی در ترویج فرهنگ اسلامی یک جایگاه بسیار حیاتی دارد. این ساختار کمک می‌کند تا هدف‌گذاری و اولویت‌بندی صحیح صورت پذیرد و تمرکز به موضوعات اصلی ترویج فرهنگ اسلامی داشته باشیم. علاوه بر این، با تعیین وظایف و مسئولیت‌ها به تیم‌ها و افراد، تخصص و تقسیم‌بندی مناسب انجام می‌شود تا هر کس به بخشی خاص از فروع فعالیت‌های ترویج فرهنگ اسلامی متعهد شود. با بهبود ارتباطات و هماهنگی داخلی در سازمان، بازدهی و کارایی ترویج فرهنگ اسلامی افزایش می‌یابد. همچنین، در مواجهه با تغییرات و چالش‌ها، ساختار سازمانی انعطاف‌پذیری می‌دهد که به تیم‌ها و افراد امکان می‌دهد در محیط پویا و متغیر ترویج فرهنگ اسلامی بهترین راهکارها را پیش بگیرند و از فرصت‌های موجود بهره‌برداری کنند. پس بدون شک، ساختار سازمانی در ترویج فرهنگ اسلامی اهمیت بسیاری دارد و به‌وفور می‌تواند در بهبود روند ترویج ارزش‌ها و اصول اسلامی مؤثر باشد. همچنین جایگاه اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی در ترویج فرهنگ اسلامی بسیار حیاتی است. این خط‌مشی‌ها نقش کلیدی در استراتژی و راهبرد ترویج فرهنگ اسلامی دارند. اولاً، خط‌مشی‌های فرهنگی باید با اهداف و ارزش‌های اسلامی سازگار باشند تا همه اعضای سازمان در جهت ترویج ارزش‌های اسلامی همت و همدلی داشته باشند. دقیق بودن راهبردها و اقدامات مشخص می‌کند که سازمان از چه راهبردها و اقداماتی در ترویج فرهنگ اسلامی استفاده می‌کند و چگونه به اهداف خود نزدیک می‌شود. علاوه بر این، تنظیم و هماهنگی فعالیت‌ها با استفاده از خط‌مشی‌های فرهنگی میسر می‌شود. تعیین نقش وظیفه‌ای هر فرد و گروه در ترویج فرهنگ اسلامی، امکان هماهنگی و همکاری بین اعضا را بهبود می‌بخشد و باعث عملکرد مؤثر و خلاقانه‌تر

¹ Andersson

² Bayram and Zoubi

می‌شود. به‌طور مداوم، خط‌های مشی‌های فرهنگی باید پایش و ارزیابی شوند. این ارزیابی‌ها به‌منظور سنجش و ارزیابی اثربخشی فعالیت‌های ترویجی استفاده می‌شود و می‌تواند بهبود را ایجاد نماید و خط‌مشی‌ها را بازنگری و بهبود ببخشد. با این حال اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی اسلامی در ترویج فرهنگی اسلامی در شهرداری‌ها دارای چالش‌ها و مشکلاتی است که عمدتاً ریشه در فهم مفاهیم تنوع فرهنگی دارد و هنگامی که در تلاقی با موضوعات ساختار سازمانی نیز قرار می‌گیرد، پیچیدگی آن به‌مراتب بیشتر می‌شود (وحید، ۱۳۹۲). وجود چنین شرایطی قطعاً عاملان ترویج فرهنگی را در شهرداری‌ها دچار مشکل خواهد کرد. لذا در مرحله اول نیاز است تا با شناسایی ابعاد و مؤلفه‌ها توسعه فرهنگ اسلامی با توجه به ساختار سازمانی و میزان اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی مدلی مناسب در این خصوص ارائه گردد؛ بنابراین، طراحی یک مدل مناسب در خصوص ترویج فرهنگ اسلامی با توجه به ساختار سازمانی و میزان اجرای خط‌مشی‌ها اهمیت بالایی دارد چرا که به سازمان کمک می‌کند تا با بهره‌گیری از منابع و ظرفیت‌های موجود، اهداف فرهنگی اسلامی را با بهینه‌سازی عملکرد و پیاده‌سازی خط‌مشی‌های مناسب دنبال کند و در نهایت فرهنگ اسلامی را در جامعه ترویج دهد. بر همین اساس سؤال اصلی این تحقیق به این صورت شکل می‌گیرد که ابعاد و مؤلفه‌های توسعه فرهنگ اسلامی با توجه به ساختار سازمانی و میزان اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی کدام است و چه مؤلفه (هایی) در مدل شناسایی شده قدرت نفوذپذیری بالایی برای تحقق بیشتر ترویج فرهنگ اسلامی را در شهرداری‌ها خواهد داشت؟

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

ساختار سازمانی: ساختار سازمان به نحوه تنظیم و تعیین روابط، وظایف و مسئولیت‌ها و سلسله‌مراتب داخلی یک سازمان و همچنین جریان ارتباطات و تصمیم‌گیری‌ها در سازمان اطلاق می‌شود. در واقع، ساختار سازمانی نقشه‌ای است که نشان می‌دهد چگونه اجزا و عناصر سازمانی به هم پیوسته و تعاون می‌کنند تا اهداف مشترک سازمان را دست یابند (مارتینز و همکاران^۱، ۲۰۲۰).

اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی: اجرای خط‌مشی فرهنگی به معنای عملی‌سازی و پیاده‌سازی خط‌مشی و ارزش‌های فرهنگی در سازمان است. اجرای خط‌مشی فرهنگی شامل مراحل و فرآیندهایی است که به‌منظور جذب، یادگیری، آموزش و یا توجیه ارزش‌ها و اصول فرهنگی در سازمان انجام می‌شود. (شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۷۱).

فرهنگ اسلامی: فرهنگ اسلامی به مجموعه ارزش‌ها، آداب، اصول، رفتارها و قوانینی اشاره دارد که بر اساس اصول و مقررات دین اسلام تشکیل شده است. این فرهنگ بر اساس آموزه‌های قرآن و سنت پیامبر اسلام (صلی‌الله‌علیه‌و آله) و مکمل‌هایی نظیر تفاسیر، روایات، فتاوی‌ علمای شرعی و سنت مردم مسلمان تشکیل شده است. (اقبال پیشه و مقدم، ۱۳۹۲). انصاری و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان ارائه الگوی خط‌مشی گذاری فرهنگی با رویکرد تحول (مورد مطالعه دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران) انجام دادند. نتایج نشان می‌دهد که خط‌مشی گذاری فرهنگی در راستای تحول فرهنگی در آموزش عالی به‌عنوان مقوله محوری در مدل تحقیق، به همراه مقوله‌های زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها، الگوی خط‌مشی گذاری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران را تبیین می‌کند. نتایج پژوهش حاضر علاوه بر ترسیم الگوی خط‌مشی گذاری در سازمان مورد اشاره، فرایند خط‌مشی گذاری در آموزش عالی ایران را نیز واکاوی و تبیین می‌نماید. تیبیک (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان تبیین مدل تحولی انگیزش بر اساس فرهنگ اسلامی انجام داد.

^۱ Martínez

منابع دینی، شاخص‌هایی را برای ارتقا از یک مرحله تحولی انگیزشی به مرحله بالاتر بازگو کرده است. این معیارها و شاخص‌ها را بر پایه عوامل اثرگذار بر انگیزش می‌توان در سه دسته جای داد: الف) شاخص مراتب روح ب) شاخص مراتب معرفت ج) شاخص مراتب طرح‌واره‌های هیجانی. صفری و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان انطباق فرهنگ سازمانی اسلامی مقتبس از نهج البلاغه با فرمایشات رهبر جمهوری اسلامی ایران انجام دادند. رهبر جمهوری اسلامی ایران هم یکی از قوی‌ترین رهبران دنیا می‌باشد که باتدبیر و بصیرت قابل ستایش خود، کشور را در بحران‌ها هدایت کرده و همچون ناخدای کارآزموده کشور را در بدترین شرایط رهبری نموده و از آزمون‌ها موفق بیرون آمده؛ پس فرمایشات چنین رهبری هم می‌تواند در بسیاری از بحران‌های مدیریتی راه‌گشا باشد. نووتنی و همکاران^۱ (۲۰۲۲) پژوهشی با عنوان تأثیر ساختار سازمانی بر پیچیدگی مدیریت مبتنی بر ارزش انجام دادند. یافته‌ها نشان می‌دهد که متغیرهای ساختار سازمانی یعنی متمرکزسازی، رسمی‌سازی و ادغام افقی به‌طور مثبت با پیچیدگی مدیریت مبتنی بر ارزش مرتبط هستند. داده‌های ما پیشی را در مورد ارتباط متقابل متغیرهای خاص ساختار سازمانی با زیر مؤلفه‌های خاص مدیریت مبتنی بر ارزش ارائه می‌دهد. یافته‌ها نشان می‌دهند که سطوح بالای متمرکزسازی به‌طور مثبت با تناسب سیاسی یک سازمان با مدیریت مبتنی بر ارزش ارتباط دارد، در حالی که به نظر می‌رسد متممیزسازی عمودی رابطه منفی با تناسب فرهنگی با مدیریت مبتنی بر ارزش دارد. سطوح بالای رسمی‌سازی و ادغام افقی نشان‌دهنده تناسب فنی، سیاسی و فرهنگی با مدیریت مبتنی بر ارزش است که به دستیابی و توسعه اجرای مدیریت مبتنی بر ارزش در مراحل آخر اشاعه کمک می‌کند. در حالی که شرکت‌هایی که در بورس پذیرفته شده‌اند ارتباط مثبتی با پیچیدگی مدیریت مبتنی بر ارزش نشان می‌دهند، ارتباط متقابل متغیرهای ساختار سازمانی با پیچیدگی مدیریت مبتنی بر ارزش هم در شرکت‌های بورسی و هم در شرکت‌های غیر بورسی آشکار می‌شود. او و همکاران^۲ (۲۰۱۹) در پژوهش خود خط‌مشی و سیاست‌گذاری در سازمان را از عوامل تأثیرگذار بر ساختار سازمانی برشمرد و یادآور شد که انتخاب خط‌مشی مناسب در هماهنگی بهتر ساختار در سازمان تأثیرگذار است. هوقه^۳ (۲۰۱۳) در پژوهش خود به ارائه ۲۲ ویژگی برای فرهنگ اسلامی بر اساس قرآن، سنت، اجماع و قیاس و ترسیم مدل این فرهنگ پرداختند. سوالات پژوهش اینگونه مطرح می‌گردند:

۱. ابعاد و مؤلفه‌های مدل ترویج فرهنگ اسلامی با توجه به ساختار سازمانی و اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی کدام است؟
۲. روابط بین ابعاد و مؤلفه‌های مدل ترویج فرهنگ اسلامی با توجه به ساختار سازمانی و اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی به چه صورتی است؟
۳. تأثیرگذارترین و تأثیرپذیرترین مؤلفه‌ها در مدل ترویج فرهنگ اسلامی با توجه به ساختار سازمانی و اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی کدامند؟

روش شناسی پژوهش

این تحقیق از نظر پارادایم اثبات‌گرا، از نظر رویکرد کمی و کیفی، از نظر هدف کاربردی - توسعه‌ای، از نظر ماهیت توصیفی - اکتشافی و از نظر گردآوری داده‌ها از نوع پیمایشی است. در واقع روش اجرای تحقیق به این صورت است که در ابتدا از طریق مرور مبانی نظری ابعاد و مؤلفه‌های مدل شناسایی و در گام بعد جهت دستیابی به همگرایی لازم در

¹ Nowotny et al

² Eva et al

³ Hoque

خصوص اجزای مدل از نظر خبرگان در قالب اجرای تکنیک دلفی استفاده شده است. سپس به منظور اجرای مدل در نمونه آماری بزرگ تر و بومی سازی تر آن از طریق طراحی پرسشنامه ای که مستخرج از خروجی مرحله قبل بود، اقدام شد. در گام نهایی نیاز بود تا تأثیرگذارترین عوامل در مدل شناسایی گردد که جهت دستیابی به این هدف نیز از رویکرد ساختاری تفسیری استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش در فرایند پیاده سازی الگو و بررسی روابط بین متغیرها شامل کلیه کارشناسان و مدیران شهرداری های استان کرمان به تعداد ۱۵۵۳ نفر می باشد. برای مشخص کردن حجم نمونه آماری از جدول مورگان استفاده شده است. بر اساس این جدول تعداد ۳۱۷ نفر به عنوان نمونه آماری باید انتخاب شود. همچنین برای توزیع پرسشنامه های تحقیق از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای استفاده شده است. جدول ۱ نحوه توزیع پرسشنامه های تحقیق را در بین نمونه آماری نشان داده است.

جدول ۱. جامعه آماری بخش کمی پژوهش

| ردیف | شهر | حجم جامعه (نفر) | سهم (درصد) | نمونه آماری (اعتبار مدل) |
|------|---------|-----------------|------------|--------------------------|
| ۱ | کرمان | ۵۰۴ | ۰/۳۲ | ۹۹ |
| ۲ | سیرجان | ۲۹۰ | ۰/۱۸ | ۵۵ |
| ۳ | رفسنجان | ۲۷۵ | ۰/۱۷ | ۵۲ |
| ۴ | جیرفت | ۲۲۰ | ۰/۱۴ | ۴۳ |
| ۵ | شهربابک | ۴۱ | ۰/۳ | ۱۱ |
| ۶ | بردسیر | ۲۶ | ۰/۲ | ۸ |
| ۷ | کهنوج | ۲۰ | ۰/۱۵ | ۷ |
| ۸ | بافت | ۱۵ | ۰/۱ | ۳ |
| ۹ | زرنند | ۶۷ | ۰/۴ | ۱۲ |
| ۱۰ | بم | ۹۵ | ۰/۶ | ۲۰ |
| | جمع کل | ۱۵۵۳ | ۱۰۰ | ۳۱۰ |

برای تشکیل پانل خبرگی (در تکنیک دلفی) نیز تعداد ۱۵ نفر از خبرگان حائز شرایط به روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شدند. خبرگان از بین معاونین و مدیران (سطوح عالی و میانی) شهرداری های استان کرمان و همچنین اساتید برجسته دانشگاه انتخاب شده و شاخص های مورد استفاده در تعیین آنان عبارت اند از:

- رشته تحصیلی: دارای مدرک دکترای مدیریت (منابع انسانی یا رفتار سازمانی یا خط مشی گذاری) و حداقل ۵ سال سابقه کار اجرایی مرتبط با مباحث توسعه منابع انسانی یا دارای مدرک کارشناسی ارشد و حداقل ده سال سابقه کار اجرایی مرتبط؛
- داشتن سابقه خدمت در کمیسیون های تخصصی شهرداری ها در خصوص اتخاذ خط مشی های فرهنگی، حداقل به مدت ۲ سال.

روش گردآوری داده ها میدانی است و ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه می باشد. طراحی پرسشنامه بر اساس تعریف عملیاتی متغیرها و مؤلفه های مدل نهایی صورت گرفته است. این مؤلفه ها از مبانی نظری استخراج و سپس از طریق تکنیک دلفی پالایش شده اند. گویه های مربوط به هر مؤلفه، بر اساس شاخص های آن و در ارتباط با بعد مربوطه بیان شده اند. در بخش اجرای تکنیک دلفی تعداد ۹۲ مؤلفه که مستخرج از مبانی نظری بود در قالب طیف ۷ درجه ای

لیکرت (به‌صورت فازی سازی شده) طراحی و در اختیار نمونه آماری خبرگان قرار گرفت. در بخش تست مدل نیز پرسشنامه‌ای با طیف ۵ درجه‌ای لیکرت طراحی شد. این پرسشنامه در مجموع شامل ۶ بعد حاکمیت قوانین با مؤلفه‌های تشویق به رفتارهای اسلامی، رعایت قوانین و اصول اسلامی، توسعه فرهنگ تقویت هویت اسلامی، ترویج عبادات اسلامی، تقویت دستگاه‌های نظارتی، تأمین فضاهای عمومی مطلوب، پذیرش و احترام به قوانین و ارائه الگوی اخلاقی در ترویج فرهنگ اسلامی؛ بعد تمرکز زدودگی از سازمان با مؤلفه‌های رهبری، فهم درست اصول اسلامی، همدلی و تعاون، تربیت فرهنگی، تسهیل در برگزاری مراسمات دینی، ترویج مشارکت در فعالیت‌های جمعی و ترویج عدالت و انصاف؛ بعد سازمان‌دهی تخصص‌ها با مؤلفه‌های بازخورد، ایجاد ساختار سازمانی مناسب، ارتباط بین تخصص‌ها، برگزاری دوره‌های هنری اسلامی، همکاری با مؤسسات دینی، ارائه خدمات تخصصی، ایجاد ارتباطات فرهنگی و ایجاد بسترهای فرهنگی اسلامی؛ بعد توسعه فرهنگ شهری با مؤلفه‌های هدف‌گذاری، همکاری با ذینفعان، توسعه فضاهای تفریحی اسلامی، ترویج فرهنگ انتقادی، توسعه مراکز فرهنگی و اجتماعی، ترویج فرهنگ خانواده اسلامی و رهبری اخلاقی؛ بعد پایداری محیطی با مؤلفه‌های تحلیل و بررسی، تأثیر‌گذاری، ترویج ارزش‌های اسلامی در توسعه پایدار، شفافیت و مشارکت، ترویج رفتارهای محیط‌زیست مسئولانه، ترویج اقتصاد محیط‌زیستی، مدیریت منابع طبیعی، اقتصاد پایدار، احترام به طبیعت و افزایش شناخت از مسائل محیط‌زیستی؛ و نهایتاً بعد توسعه زیرساخت‌های تکنولوژیکی با مؤلفه‌های استفاده از فناوری در ترویج فرهنگ اسلامی، بومی‌سازی محتوا، توسعه از اپلیکیشن‌های متناسب با فرهنگ اسلامی، ایجاد بسترهای تبادل اطلاعات، دسترسی آسان به منابع دینی و برگزاری رویدادهای دینی آنلاین است.

به‌منظور تعیین نسبت روایی محتوایی از روش لاوشه استفاده گردید. در پژوهش حاضر، با رجوع به نظر متخصصان و اساتید، از روایی ابزار اندازه‌گیری در سنجش متغیرهای تحقیق اطمینان حاصل شده است. این پرسشنامه با هدف مناسب بودن هر یک از سؤالات مربوط به هر متغیر، در سه گزینه «ضروری است»، «مفید است»، ولی ضرورتی ندارد» و «ضرورتی ندارد» به خبرگان ارائه شد؛ که در آن CVR اعتبار محتوای هر گویه (سؤال)، N تعداد کل خبرگان یا داوران که در این مطالعه ۱۵ نفر می‌باشند و ne تعداد نظر مثبت خبرگان نسبت به گویه مورد نظر است (گویه ضروری). ضرایب به‌دست آمده با جدول اعتبار محتوای لاوشه مورد مقایسه قرار می‌گیرد و اعتبار محتوای ابزار مورد سنجش قرار می‌گیرد. در این راستا برای ۱۵ نفر خبره، مقدار قابل قبول ضریب لاوشه برابر با ۰/۴۹ است. حداقل مقدار CVR قابل قبول بر اساس تعداد متخصصین نمره گذار در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. حداقل مقدار CVR قابل قبول بر اساس تعداد متخصصین نمره گذار

| حداقل مقدار CVR قابل قبول بر اساس تعداد متخصصین نمره گذار | | | | | |
|---|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|
| تعداد متخصصین | مقدار CVR | تعداد متخصصین | مقدار CVR | تعداد متخصصین | مقدار CVR |
| ۵ | ۰/۹۹ | ۱۱ | ۰/۵۹ | ۲۵ | ۰/۳۷ |
| ۶ | ۰/۹۹ | ۱۲ | ۰/۵۶ | ۳۰ | ۰/۳۳ |
| ۷ | ۰/۹۹ | ۱۳ | ۰/۵۴ | ۳۵ | ۰/۳۱ |
| ۸ | ۰/۷۵ | ۱۴ | ۰/۵۱ | ۴۰ | ۰/۲۹ |
| ۹ | ۰/۷۸ | ۱۵ | ۰/۴۹ | | |
| ۱۰ | ۰/۶۲ | ۲۰ | ۰/۴۲ | | |

در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است و داده‌ها از طریق نرم افزارهای SPSS و LISREL مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند.

یافته‌های پژوهش

سؤال اول: ابعاد و مؤلفه‌های مدل ترویج فرهنگ اسلامی با توجه به ساختار سازمانی و اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی کدام است؟

در ابتدا با استفاده از مبانی نظری و پیشینه تحقیق، ابعاد و مؤلفه‌ها استخراج و سپس به کمک پانل خبرگی و از طریق تکنیک دلفی، اشباع نظری در خصوص مدل حاصل گشت. برای انجام این کار پرسشنامه‌ای با ۹۲ سؤال (که هر سؤال مربوط به یک متغیر می‌باشد) طراحی گردید و ۱۵ پرسشنامه در اختیار پانل خبرگی قرار گرفت که تمام پرسشنامه‌ها جامع و کامل عودت داده شد. مقیاس پاسخگویی نیز طیف ۵ درجه‌ای لیکرت در نظر گرفته شد.

در این مرحله مدل ارائه شده به اعضای گروه خبره ارسال گردید و میزان موافقت آن‌ها با هر کدام از معیارها اخذ و نقطه نظرات پیشنهادی و اصلاحی آن‌ها مدنظر قرار گرفت. در دوره اول اجرای دلفی تعداد ۹۲ مؤلفه از نظر خبرگان ارزش‌گذاری گردید. برای اجرای دور دوم تکنیک دلفی در بین ۱۵ نفر خبره مؤلفه‌های ارزش‌گذاری شده عیناً در اختیار خبرگان قرار داده شد. تفاوت این دور با دور اول در این بود که میانگین هر کدام از مؤلفه‌ها محاسبه گردید و در مقابل هر کدام از مؤلفه‌ها نوشته شد تا خبرگان در صورت لزوم نظر خود را نسبت به ارزش‌گذاری اولیه تغییر دهند. در ادامه نتایج دور دوم لقی نشان داده شده است.

در مرحله دوم پرسشنامه دوم همراه با نقطه نظرات قبلی هر فرد و میزان اختلاف آن با دیدگاه سایر خبرگان، مجدداً به اعضای گروه خبره ارسال گردید و اعضا با توجه به نظرات سایر اعضای گروه مجدداً به سؤالات پاسخ دادند. بر اساس نتایج به دست آمده در مرحله اول و دوم، در صورتی که اختلاف بین دو مرحله کمتر از حد آستانه ۰/۲ باشد؛ در برخی از مؤلفه‌ها، اعضای گروه خبره به وحدت نظر رسیده و میزان اختلاف نظر در مراحل اول و دوم کمتر از حد آستانه ۰/۲ بوده است. لذا نظرسنجی در خصوص این مؤلفه‌ها متوقف گردید. از بین مؤلفه‌های مذکور، طبق قاعده، مؤلفه‌هایی که میانگین غیر فازی شده نظرات خبرگان در مورد آن‌ها کمتر از ۷ باشد، از مدل حذف می‌شوند. بر همین اساس ۴۳ مؤلفه حذف و تعداد ۶ مؤلفه به دور سوم دلفی انتقال داده شد. در ادامه نتایج دور سوم اجرای تکنیک دلفی نشان داده شده است.

در مرحله سوم مرحله ضمن اعمال تغییرات لازم، پرسشنامه سوم همراه با نقطه نظرات قبلی هر فرد و میزان اختلاف آن با میانگین دیدگاه سایر خبرگان، مجدداً به خبرگان ارسال گردید. همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد، متغیرهای همکاری با ذینفعان، تربیت فرهنگی و ترویج ارزش‌های اسلامی در توسعه پایدار در مدل باقی ماندند و سایر مؤلفه‌ها به دلیل آنکه میزان اختلاف نظر خبرگان در مراحل دوم و سوم کمتر از حد آستانه ۰/۲ بود از مدل حذف شدند. بنابراین طی سه مرحله نظرسنجی از ۹۲ مؤلفه اولیه تعداد ۴۸ مؤلفه از مدل مفهومی نهایی تحقیق حذف گردیده و مدل نهایی دارای ۴۶ مؤلفه گردید.

جدول ۳. مؤلفه‌های باقی‌مانده در اجرای ۳ دور تکنیک دلفی

| | | | | | | |
|-------------|---------------|------------------------|--------------------|-------------------|---------------|------------------------------|
| ساختار اجرا | حاکمیت قوانین | تمرکز زدودگی از سازمان | سازمان‌دهی تخصص‌ها | توسعه فرهنگی شهری | پایداری محیطی | توسعه زیرساخت‌های تکنولوژیکی |
|-------------|---------------|------------------------|--------------------|-------------------|---------------|------------------------------|

| | | | | | | |
|-----------------------------|--|---|---|---|--|---|
| مدیریت تغییرات فرهنگی | • تشویق به رفتارهای اسلامی | • رهبری | • بازخورد | • هدف‌گذاری • همکاری با ذینفعان | • تحلیل و بررسی تأثیرگذاری | • استفاده از فناوری در ترویج فرهنگ اسلامی • بومی‌سازی محتوا |
| بهبود تعاملات فرهنگی | • رعایت قوانین و اصول اسلامی • توسعه فرهنگ تقویت هویت اسلامی | • فهم درست اصول اسلامی • همدلی و تعاون • تربیت فرهنگی | • ایجاد ساختار سازمانی مناسب • ارتباط بین تخصص‌ها | • توسعه فضاهای تفریحی اسلامی • ترویج فرهنگ انتقادی | • ترویج ارزش‌های اسلامی در توسعه پایدار و شفافیت و مشارکت | • توسعه از اپلیکیشن‌های متناسب با فرهنگ اسلامی • ایجاد بسترهای تبادل اطلاعات |
| ارتقا هویت دینی شهروندان | • ترویج عبادات اسلامی | • تسهیل در برگزاری مراسمات دینی | • برگزاری دوره‌های هنری اسلامی • همکاری با مؤسسات دینی | • توسعه مراکز فرهنگی و اجتماعی | • ترویج رفتارهای محیط‌زیست مسئولانه • ترویج اقتصاد محیط‌زیستی | • دسترسی آسان به منابع دینی • برگزاری رویدادهای دینی آنلاین |
| بهبود سبک زندگی شهروندان | • تقویت دستگاه‌های نظارتی • تأمین فضاهای عمومی مطلوب | • ترویج مشارکت در فعالیت‌های جمعی • ترویج عدالت و انصاف | • ارائه خدمات تخصصی • ایجاد ارتباطات فرهنگی | • ترویج فرهنگ خانواده اسلامی | • مدیریت منابع طبیعی • اقتصاد پایدار | |
| توسعه اخلاق و رفتار شهروندی | • پذیرش و احترام به قوانین • ارائه الگوی اخلاقی در ترویج فرهنگ اسلامی | | • ایجاد بسترهای فرهنگی اسلامی | • رهبری اخلاقی | • احترام به طبیعت • افزایش شناخت از مسائل محیط‌زیستی | |

سؤال دوم: روابط بین ابعاد و مؤلفه‌های مدل ترویج فرهنگ اسلامی با توجه به ساختار سازمانی و اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی به چه صورتی است؟

منظور از برآزش مدل این است که تا چه حد یک مدل با داده‌های مربوطه سازگاری و توافق دارد. لذا در این قسمت به ارزیابی برآزش مدل مفروض پرداخته می‌شود تا از سازگاری آن با داده‌های پژوهش اطمینان حاصل گردد و در نهایت پاسخ سؤال‌های مورد نظر از آن استنتاج گردد. بررسی برآزش مدل مفهومی پژوهش در دو مرحله صورت پذیرفته است.

آزمون بارلت و KMO

در انجام تحلیل عاملی باید از این مسئله اطمینان حاصل شود که آیا می‌توان داده‌های موجود را برای تحلیل مورد استفاده قرار داد یا نه؟ به عبارت دیگر؛ آیا داده‌های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب هستند یا خیر؟ بدین منظور از شاخص KMO و آزمون بارلت استفاده گردیده است.

جدول ۴. آزمون بارلت و KMO برای داده‌های پرسشنامه

| ۰/۸۶۸ | آزمون KMO | |
|----------|---------------|-------------|
| ۳۶۳۶/۶۴۱ | خی دو | آزمون بارلت |
| ۴۳۵ | درجه آزادی | |
| ۰/۰۰ | سطح معنی‌داری | |

با توجه به جدول ۴؛ مقدار شاخص KMO برابر ۰/۸۶۸ است (بیشتر از ۰/۶)، لذا تعداد نمونه (تعداد پاسخ‌دهنده) برای تحلیل عاملی کافی می‌باشد. همچنین مقدار سطح معنی‌داری آزمون بارلت کوچک‌تر از ۰/۰۵ است که نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی مناسب است و فرض شناخته‌شده بودن ماتریس همبستگی، رد می‌شود. با توجه به اینکه نتایج آزمون‌های KMO و بارلت، داده‌های به‌دست‌آمده از پرسشنامه پژوهش را برای تحلیل عاملی، کافی و مناسب می‌دهند؛ پس می‌توان تحلیل عاملی تأییدی را بر روی سؤالات پرسشنامه پیاده نمود.

ارزیابی بخش اندازه‌گیری مدل پژوهش

همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد در تحلیل عاملی مرتبه دوم مؤلفه افزایش شناخت از مسائل محیط‌زیستی به علت اینکه دارای عدد t پایین‌تر از حد آستانه ۱/۹۶ است لذا باید از مدل حذف شود. پایایی ترکیبی سازه با توجه به فرمول محاسبه پایایی ترکیبی مقدار (۰/۶۴) به دست آمد و با توجه به این که پایایی به‌دست‌آمده بیش از (۰/۶) است. این سازه از پایایی قابل قبولی برخوردار است. همچنین نتایج نشان می‌دهد در تحلیل عاملی مرتبه دوم مؤلفه افزایش شناخت از مسائل محیط‌زیستی و احترام به طبیعت به علت اینکه دارای عدد t پایین‌تر از حد آستانه ۱/۹۶ است لذا باید از مدل حذف شود. پایایی ترکیبی سازه با توجه به فرمول محاسبه پایایی ترکیبی مقدار (۰/۶۴) به دست آمد و با توجه به این که پایایی به‌دست‌آمده بیش از (۰/۶۶) است. این سازه از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

جدول ۵. شاخص‌های برازش تحلیل عاملی تأییدی متغیرها

| شاخص برازش | مقدار مطلوب | نتیجه | ارزیابی |
|-------------|-------------|-------|---------|
| χ^2/df | <۳ | ۲/۵۹ | متوسط |
| GFI | >۰/۹۰ | ۰/۹۵ | متوسط |
| RMSEA | <۰/۰۸ | ۰/۰۶۹ | خوب |
| RMR | <۰/۰۵ | ۰/۰۴۲ | خوب |
| NFI | >۰/۹۰ | ۰/۹۵ | خوب |
| NNFI | >۰/۹۰ | ۱ | خوب |
| CFI | >۰/۹۰ | ۱ | خوب |

سؤال سوم: تأثیر‌گذارترین و تأثیرپذیرترین مؤلفه‌ها در مدل ترویج فرهنگ اسلامی با توجه به ساختار سازمانی و اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی کدامند؟

به‌منظور تفکیک نتایج به‌دست آمده از نظر خبرگان تحقیق باید (قدرت نفوذ) امتیاز به‌دست آمده از سطر (و قدرت وابستگی) امتیاز به‌دست آمده از ستون را مشخص کنیم. در جدول ۶، تعداد ۴۴ مؤلفه شناسایی شده در ارتباط با اجزای مدل نشان داده شده است. نتایج نشان‌دهنده این واقعیت است که عامل تشویق به رفتارهای اسلامی با میزان نفوذ ۴۳ بیشترین نفوذ و عوامل توسعه مراکز فرهنگی، ارائه الگوی اخلاقی در ترویج فرهنگ اسلامی و افزایش شناخت از مسائل محیط‌زیستی با میزان وابستگی ۴۰ بیشترین وابستگی را در مقایسه با سایر مؤلفه‌های مدل دارند.

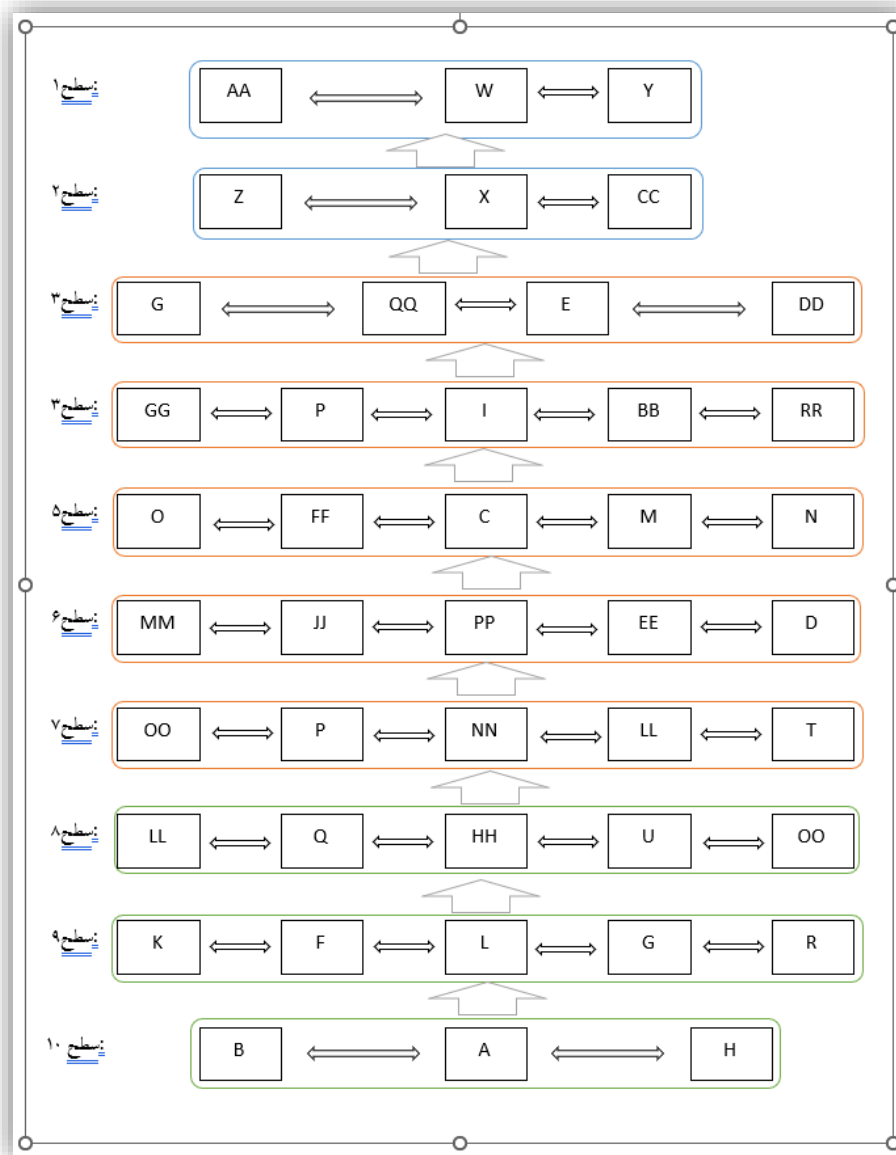
جدول ۶. میزان وابستگی و نفوذ مؤلفه‌های مدل

| ردیف | نماد | مؤلفه | میزان وابستگی | میزان نفوذ |
|----------|------|--|---------------|------------|
| مؤلفه ۱ | A | تشویق به رفتارهای اسلامی | ۵ | ۴۳ |
| مؤلفه ۲ | B | رهبری | ۴ | ۴۲ |
| مؤلفه ۳ | C | بازخورد | ۱۵ | ۱۵ |
| مؤلفه ۴ | D | هدف‌گذاری | ۱۴ | ۱۶ |
| مؤلفه ۵ | E | همکاری با ذینفعان | ۲۶ | ۱۱ |
| مؤلفه ۶ | F | تحلیل و بررسی | ۳۵ | ۱۰ |
| مؤلفه ۷ | G | تأثیر‌گذاری | ۳۳ | ۵ |
| مؤلفه ۸ | H | استفاده از فناوری در ترویج فرهنگ اسلامی | ۳ | ۲۸ |
| مؤلفه ۹ | I | بومی‌سازی محتوا | ۱۹ | ۶ |
| مؤلفه ۱۰ | J | رعایت قوانین و اصول اسلامی | ۱۰ | ۲۸ |
| مؤلفه ۱۱ | K | توسعه فرهنگ تقویت هویت اسلامی | ۹ | ۴۰ |
| مؤلفه ۱۲ | L | فهم درست اصول اسلامی | ۸ | ۳۰ |
| مؤلفه ۱۳ | M | همدلی و تعاون | ۱۳ | ۱۲ |
| مؤلفه ۱۴ | N | تربیت فرهنگی | ۱۴ | ۱۳ |
| مؤلفه ۱۵ | O | ایجاد ساختار سازمانی مناسب | ۱۵ | ۱۵ |
| مؤلفه ۱۶ | P | ارتباط بین تخصص‌ها | ۱۵ | ۸ |
| مؤلفه ۱۷ | Q | توسعه فضاهای تفریحی اسلامی | ۱۹ | ۳۶ |
| مؤلفه ۱۸ | R | ترویج فرهنگ انتقادی | ۱۵ | ۳۰ |
| مؤلفه ۱۹ | S | ترویج ارزش‌های اسلامی در توسعه پایدار | ۳۰ | ۳۰ |
| مؤلفه ۲۰ | T | شفافیت و مشارکت | ۴۰ | ۳۴ |
| مؤلفه ۲۱ | U | توسعه از اپلیکیشن‌های متناسب با فرهنگ اسلامی | ۲۳ | ۳۰ |
| مؤلفه ۲۲ | V | ایجاد بسترهای تبادل اطلاعات | ۳۱ | ۲۳ |
| مؤلفه ۲۳ | W | ترویج عبادات اسلامی | ۳۰ | ۱۸ |
| مؤلفه ۲۴ | X | تسهیل در برگزاری مراسمات دینی | ۲۷ | ۱۹ |
| مؤلفه ۲۵ | Y | برگزاری دوره‌های هنری اسلامی | ۲۵ | ۲۰ |
| مؤلفه ۲۶ | Z | همکاری با مؤسسات دینی | ۳۰ | ۱۴ |
| مؤلفه ۲۷ | AA | توسعه مراکز فرهنگی و اجتماعی | ۴۰ | ۲۵ |
| مؤلفه ۲۸ | BB | ترویج رفتارهای محیط‌زیست مسئولانه | ۲۳ | ۱۱ |
| مؤلفه ۲۹ | CC | ترویج اقتصاد محیط‌زیستی | ۲۰ | ۱۲ |
| مؤلفه ۳۰ | DD | دسترسی آسان به منابع دینی | ۲۴ | ۱۳ |

| | | | | |
|----|----|--|----|----------|
| ۱۹ | ۲۳ | برگزاری رویدادهای دینی آنلاین | EE | مؤلفه ۳۱ |
| ۱۱ | ۱۰ | تقویت دستگاه‌های نظارتی | FF | مؤلفه ۳۲ |
| ۱۲ | ۱۸ | تأمین فضاهای عمومی مطلوب | GG | مؤلفه ۳۳ |
| ۳۰ | ۱۶ | ترویج مشارکت در فعالیتهای جمعی | HH | مؤلفه ۳۴ |
| ۳۶ | ۳۶ | ترویج عدالت و انصاف | II | مؤلفه ۳۵ |
| ۵ | ۱۶ | ارائه خدمات تخصصی | JJ | مؤلفه ۳۶ |
| ۴ | ۱۱ | ایجاد ارتباطات فرهنگی | KK | مؤلفه ۳۷ |
| ۳۹ | ۱۸ | ترویج فرهنگ خانواده اسلامی | LL | مؤلفه ۳۸ |
| ۳۰ | ۳۹ | پذیرش و احترام به قوانین | MM | مؤلفه ۳۹ |
| ۴۰ | ۴۰ | ارائه الگوی اخلاقی در ترویج فرهنگ اسلامی | NN | مؤلفه ۴۰ |
| ۳۴ | ۳۵ | ایجاد بسترهای فرهنگی اسلامی | OO | مؤلفه ۴۱ |
| ۲۲ | ۱۱ | هدایت اخلاقی | PP | مؤلفه ۴۲ |
| ۳ | ۲۶ | احترام به طبیعت | QQ | مؤلفه ۴۳ |
| ۵ | ۴۰ | افزایش شناخت از مسائل محیط‌زیستی | RR | مؤلفه ۴۴ |

سطح‌بندی مؤلفه‌های مدل

در این مرحله با استفاده از ماتریس دسترسی نهاد، مجموعه خروجی و ورودی برای هر متغیر به دست می‌آید. مجموعه خروجی و ورودی برای یک متغیر بدین صورت تعریف می‌شود که مجموعه خروجی برای یک مؤلفه خاص عبارت است از خود آن متغیر بانضمام سایر متغیرهایی که از آن تأثیر می‌پذیرند؛ به عبارت دیگر متغیرهایی که از طریق این متغیر می‌توان به آنها رسید.



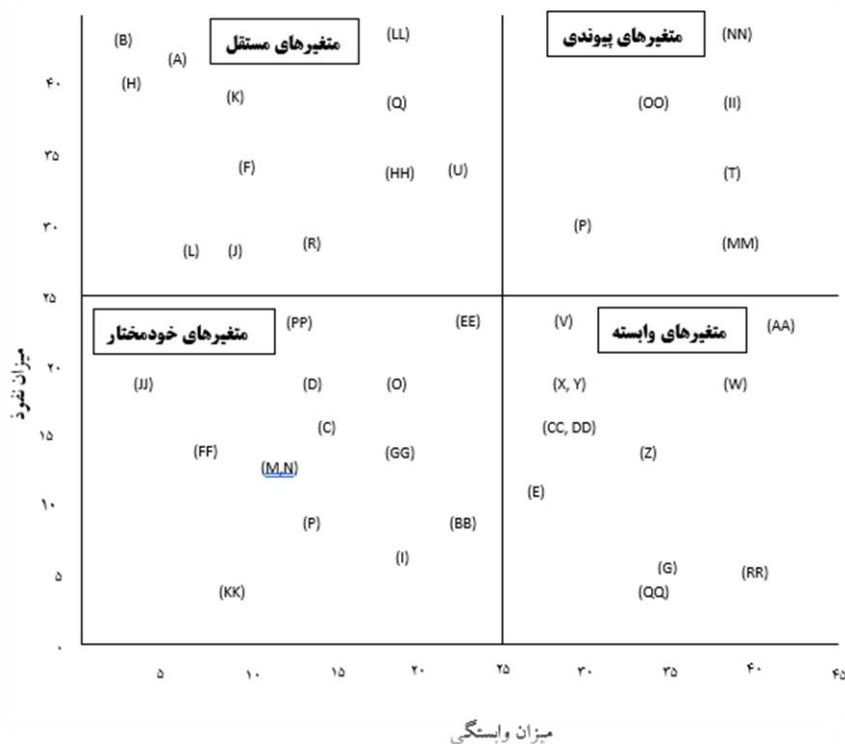
شکل ۱. سطح‌بندی مؤلفه‌های تحقیق

مجموعه ورودی نیز برای هر متغیر شامل خود آن متغیر همراه با سایر متغیرهایی که بر آن تأثیر کمی گذارند، می‌باشند و در نهایت عناصر مشترک اشاره به ابعاد اشتراکی مجموعه خروجی و ورودی متغیرها در مدل ساختاری تفسیری به‌عنوان متغیر سطح بالا دارد؛ به عبارت دیگر، این متغیرها در ایجاد هیچ متغیر دیگری مؤثر نمی‌باشند. پس از تعیین عناصر خروجی، عناصر ورودی و عناصر مشترک، شاخصی که عناصر خروجی و عناصر مشترک یکسانی دارند به‌عنوان اولین سطح مدل تعیین می‌شوند. پس از تعیین این سطح یعنی تأثیرگذارترین سطح، آن شاخص حذف می‌شود و اقدام به بررسی شاخص‌های یکسان عناصر ورودی و مشترک می‌گردد و آن به‌عنوان سطح بعدی انتخاب می‌شود. این عملیات تا آنجا تکرار می‌شود که اجزای تشکیل‌دهنده تمام سطوح سیستم مشخص شوند بر اساس شکل ۱-۴ مشخص است که مؤلفه‌های ترویج عبادات اسلامی، برگزاری دوره‌های هنری اسلامی و توسعه مراکز فرهنگی و اجتماعی مؤلفه‌هایی هستند که به دلیل یکسان بودن عناصر خروجی و عناصر مشترک به‌عنوان اولین سطح شناسایی شده‌اند. در این سطح‌بندی

مؤلفه‌ها تشویق به رفتارهای اسلامی، رهبری و استفاده از فناوری در ترویج فرهنگ اسلامی در سطح دهم طبقه‌بندی شده‌اند که نشان‌دهنده تأثیرگذارترین مؤلفه‌ها در مدل هستند.

نمودار تحلیلی میک مک

متغیرهای پژوهش با استفاده از نمودار میک مک مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. این نمودار از دو محور افقی شامل میزان وابستگی و محور عمودی شامل قدرت نفوذ تشکیل شده است. همان‌طور که در نمودار شکل ۳-۴ مشاهده می‌شود متغیرهای تحقیق بر اساس دو بعد قدرت نفوذ و میزان وابستگی به چهار متغیر مستقل، پیوندی، وابسته و مستقل کلیدی دسته‌بندی می‌شوند. متغیرهای مستقل؛ این دسته شامل متغیرهایی است که دارای قدرت هدایت و وابستگی ضعیف است. این متغیرها نسبتاً غیر متصل به سیستم هستند و دارای ارتباطات کم و ضعیف با سیستم می‌باشند. متغیرهای پیوندی؛ متغیرهایی هستند که دارای قدرت هدایت زیاد و وابستگی زیاد هستند. این متغیرها غیر ایستا هستند زیرا هر نوع تغییر در آن‌ها می‌تواند سیستم را تحت تأثیر قرار دهد و در نهایت بازخورد سیستم نیز می‌تواند این متغیرها را دوباره تغییر دهد. متغیرهای وابسته؛ این نوع متغیرها دارای قدرت هدایت کم و وابستگی نسبتاً بالا می‌باشند. این دسته متغیرها معمولاً متغیرهای نتیجه یا هدف هستند. متغیرهایی که دارای قدرت هدایت کم و وابستگی زیاد و وابستگی کم هستند را متغیرهای مستقل (کلیدی) می‌گویند.



شکل ۲. تحلیل میک مک

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

جهت پاسخگویی به این سؤال از تکنیک دلفی فازی استفاده شد. به این صورت که در ابتدا تعداد ۹۲ مؤلفه با مرور مبانی نظری گردآوری شد و سپس به منظور دستیابی به اشباع نظری لازم این تکنیک سه دور اجرا گشت و در نهایت مشخص گردید که خبرگان بر روی ۴۶ مؤلفه اجماع کامل دارند. با در نظر گرفتن ابعاد ساختاری مدل مؤلفه‌های باقی‌مانده در ۶ بعد دسته‌بندی شدند. به طوری که در بعد حاکمیت قانون مؤلفه‌های تشویق به رفتارهای اسلامی، رعایت قوانین و اصول اسلامی، توسعه فرهنگ تقویت هویت اسلامی، ترویج عبادات اسلامی، تقویت دستگاه‌های نظارتی، تأمین فضاهاى عمومی مطلوب، پذیرش و احترام به قوانین و ارائه الگوی اخلاقی در ترویج فرهنگ اسلامی؛ در بعد تمرکززدایی از سازمان مؤلفه‌های رهبری، فهم درست اصول اسلامی، همدلی و تعاون، تربیت فرهنگی، تسهیل در برگزاری مراسمات دینی، ترویج مشارکت در فعالیت‌های جمعی و ترویج عدالت و انصاف؛ در بعد سازمان‌دهی تخصص‌ها مؤلفه‌های بازخورد، ایجاد ساختار سازمانی مناسب، ارتباط بین تخصص‌ها، برگزاری دوره‌های هنری اسلامی، همکاری با مؤسسات دینی، ارائه خدمات تخصصی، ایجاد ارتباطات فرهنگی و ایجاد بسترهای فرهنگی اسلامی؛ در بعد توسعه فرهنگ شهری مؤلفه‌های هدف‌گذاری، همکاری با ذینفعان، توسعه فضاهاى تفریحی اسلامی، ترویج فرهنگ انتقادی، توسعه مراکز فرهنگی و اجتماعی، ترویج فرهنگ خانواده اسلامی و رهبری اخلاقی؛ در بعد پایداری محیطی مؤلفه‌های تحلیل و بررسی، تأثیرگذاری، ترویج ارزش‌های اسلامی در توسعه پایدار، شفافیت و مشارکت، ترویج رفتارهای محیط‌زیست مسئولانه، ترویج اقتصاد محیط‌زیستی، مدیریت منابع طبیعی، اقتصاد پایدار، احترام به طبیعت و افزایش شناخت از مسائل محیط‌زیستی و نهایتاً در بعد توسعه زیرساخت‌های تکنولوژیکی مؤلفه‌های استفاده از فناوری در ترویج فرهنگ اسلامی، بومی‌سازی محتوا، توسعه از اپلیکیشن‌های متناسب با فرهنگ اسلامی، ایجاد بسترهای تبادل اطلاعات، دسترسی آسان به منابع دینی و برگزاری رویدادهای دینی آنلاین قرار گرفت. البته لازم به ذکر است که مدل ارائه‌شده از نوع ماتریسی است و با شاخص قرار دادن میزان اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی نیز مدل دارای ۵ مؤلفه مدیریت تغییرات فرهنگی، بهبود تعاملات فرهنگی، ارتقا هویت دینی شهروندان، بهبود سبک زندگی شهروندان و توسعه اخلاق و رفتار شهروندی است و مؤلفه‌های باقی‌مانده در تکنیک دلفی می‌توانند در هر یک از این ابعاد دسته‌بندی شوند.

با توجه به مبانی نظری و یافته‌های حاصل شده، ترویج فرهنگ اسلامی می‌تواند بر اساس مفاهیم و اصول اسلامی و همچنین تئوری‌ها و رویکردهای فرهنگی مورد استفاده قرار بگیرد. اولین مبنا، مفاهیم و اصول اسلامی است که مبانی اندیشه اسلامی و اصول اخلاقی و اجتماعی دین را شامل می‌شود. دومین مبنا، تئوری‌های فرهنگی است که می‌توانند به عنوان مبانی نظری مورد استفاده قرار گیرند. این تئوری‌ها، شامل تئوری تغییر اجتماعی یا تغییر ارزش‌ها و نظریه جامعه‌شناسی فرهنگ می‌باشند و می‌توانند در تحلیل و بررسی اثرات ترویج فرهنگ اسلامی در جامعه مورد استفاده قرار بگیرند. سومین مبنا، نظریه ارتباطات است که نقش مهمی در ترویج فرهنگ اسلامی دارد. از آنجایی که برخی از این تحقیقات بر تأثیر فرهنگ اسلامی در رفتارهای اخلاقی، خانوادگی، اقتصادی و سیاسی تمرکز دارند و برخی دیگر از تحقیقات بر فرآیندهای تغییر فرهنگی در جامعه اسلامی تمرکز دارند. به طوریکه این تحقیقات عمدتاً بررسی می‌کنند که چگونه فرآیندهای سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در جوامع اسلامی تأثیرگذاری بر ارزش‌ها و اصول اسلامی داشته‌اند و راهکارهایی را برای ترویج و حفظ ارزش‌های اسلامی ارائه می‌دهند.

بررسی نتایج این تحقیق نشان داد که برای ترویج فرهنگ اسلامی از طریق شهرداری‌ها استفاده از مدل ماتریسی که در بخش ساختار سازمانی آن توجه به ابعاد حاکمیت قانون، تمرکز زدایی از سازمان، سازمان‌دهی تخصص‌ها، توسعه فرهنگی شهر، پایداری محیطی و توسعه زیرساخت‌های تکنولوژیکی و در بخش اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی توجه به ابعاد مدیریت تغییرات فرهنگی، بهبود تعاملات فرهنگی، ارتقا دینی شهروندان، بهبود سبک زندگی شهروندان و توسعه اخلاق و رفتار شهروندی اهمیت زیادی خواهد داشت. بررسی روابط بین ابعاد و مؤلفه‌ها نیز حاکی از معنی‌داری تمامی ابعاد مدل در نمونه آماری بزرگ‌تر بود. همچنین در شناسایی اثرگذارترین و اثرپذیرترین عوامل نیز مشخص شد که مؤلفه‌های تشویق بر رفتارهای اسلامی، رهبری و استفاده از فناوری در ترویج فرهنگ اسلامی به‌عنوان تأثیرگذارترین عوامل و مؤلفه‌های توسعه مراکز فرهنگی و اجتماعی، ترویج عبادات اسلامی و برگزاری دوره‌های هنری اسلامی به‌عنوان تأثیرپذیرترین عوامل هستند. لذا ترویج اصولی همانند عدالت، شفافیت و امانت از طرف مدیران می‌توانند در تبدیل آن‌ها به رهبران سازمانی موفق نقش داشته باشد تا با عملکرد مثبت خود، در ترویج فرهنگ اسلامی موفق‌تر عمل نمایند. علاوه بر این از طریق ابزارهای فناوری مانند وب‌سایت‌ها، برنامه‌های موبایل، شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیگر، می‌توان ارزش‌ها و اصول اسلامی را به‌راحتی و به شکل گسترده‌تری به افراد عرضه کرد، مطالب و منابع اسلامی را در دسترس قرار داد و با برنامه‌های آموزشی و فرهنگی محتوای کیفی ارائه داد.

در پایان پیشنهاد می‌شود: تولید و انتشار منابع آموزشی، مثل ویدئوها، مقالات و کتاب‌های الکترونیکی، با محتوای اسلامی متنوع و جذاب، می‌تواند به بالابردن آگاهی و مفاهیم دینی در جامعه کمک کند. فعالیت در شبکه‌های اجتماعی، مانند فیسبوک، اینستاگرام، توئیتر و یوتیوب، به‌عنوان وسیله‌ای برای ارتباط مستقیم با جامعه و تبلیغ محتواهای دینی، بسیار مؤثر است. تشکیل مراکز فرهنگی و آموزشی با هدف ارائه خدمات آموزشی، روانشناسی و کارگاه‌های مختلف مرتبط با ارزش‌ها و اصول اسلامی، می‌تواند به ترویج فرهنگ اسلامی و تقویت ارتباطات جامعه در این زمینه کمک کند. ارتباط مؤلفه‌های اسلامی با محیط کار و سازمان‌ها، با ارزش‌ها و اصول اسلامی را قوی‌تر می‌کند. برگزاری کلاس‌ها، سمینارها و وبینارها به‌منظور آموزش اصول و مفاهیم اسلامی، تعالیم قرآن و سیره‌ی پیامبر (ص) به اعضای سازمان. همچنین، ایجاد بخش‌های خصوصی برای انتشار مطالب مذهبی و شرعی در وب‌سایت سازمان. برگزاری نمازهای جماعت، اعیاد و مناسبت‌های دینی مختلف در سازمان. ایجاد فضاهایی برای انجام عبادات و عمل به سنت‌ها و رسوم دینی. فراهم کردن فرصت‌های مشاوره و راهنمایی دینی برای اعضای سازمان در امور شخصی و حرفه‌ای. این فرصت‌ها می‌تواند شامل مشاوره درباره خانواده، اخلاق، اسلام و علوم دینی باشد.

منابع

- افتخاری، اصغر. باباخانی، مجتبی. (۱۳۹۵). سیاست و فرهنگ شاخص‌های سیاست‌گذاری فرهنگی از دیدگاه امام خمینی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره: ۹، شماره: ۳۵
- اقبال پیشه، رامین. مقدم، مینا. (۱۳۹۲). بررسی اثر شورای فرهنگی در ترویج فرهنگ اسلامی، فصلنامه علمی پژوهشی فرهنگی، سال اول، شماره ۳.
- انصاری، محمدرضا. قیومی، عباسعلی. صالحی امیری، سیدرضا. عزیزآبادی فراهانی، فاطمه. قدمی، محسن. (۱۴۰۰). ارائه الگوی خط‌مشی گذاری فرهنگی با رویکرد تحول (مورد مطالعه دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران)، مجله مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی تابستان ۱۴۰۰، شماره ۳۹، صص ۴۷-۶۶.
- باقری فرد، محمدحسین. توکلی، عبدالله. الوانی، سیدمهدی. (۱۳۹۵). سازوکارهای تأثیرگذاری دین در فرآیند سیاست‌گذاری فرهنگی (با تأکید بر مرحله تدوین)، نشریه دین و ارتباطات، پاییز و زمستان ۱۳۹۵، دوره ۲۳، شماره ۲ (پیاپی ۵۰)، صص ۳۷-۵.
- تبیك، محمدتقی. (۱۳۹۹). تبیین مدل تحولی انگیزش بر اساس فرهنگ اسلامی، مجله روان‌شناسی فرهنگی، بهار و تابستان ۱۳۹۹، دوره چهارم، شماره ۱ صص ۸۰-۵۷.
- تدبیری، سیروس. قاسمی، اصغر. (۱۳۹۳). رابطه فرهنگ‌سازمانی و ساختار سازمانی با بهره‌وری منابع انسانی (مورد مطالعه: کارکنان بانک صادرات ساوه)، دومین همایش ملی رویکردی بر حسابداری، مدیریت و اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد فومن و شفت ۳۲ مرداد ماه سال ۱۳۹۳
- جاجرمی زاده، محسن. تدین، اعظم. (۱۳۹۸). رابطه ساختار سازمانی با مدیریت منابع انسانی و عملکرد؛ مطالعه‌ای در شرکت گاز استان فارس، نشریه مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت، تابستان ۱۳۹۸، دوره ۱۰، شماره ۴۰، صص ۱۸۷-۲۰۶
- صفری، محمدرضا. خادم، حمیدرضا. فتاح پور، مرضیه. (۱۳۹۹). انطباق فرهنگ‌سازمانی اسلامی مقتبس از نهج‌البلاغه با فرمایشات رهبر جمهوری اسلامی ایران، اولین کنفرانس بین‌المللی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری، ساری
- کمیلی فرد، سیدمجتبی. طهماسبی بلوک اباد، رضا. حمزه پور، مهدی. (۱۳۹۶). بررسی و تحلیل گام‌های نظام خط‌مشی گذاری فرهنگی در انقلاب اسلامی ایران، پژوهشنامه انقلاب اسلامی بهار ۱۳۹۶، سال هفتم، شماره ۱، صص ۲۳-۳۸.
- مختاریان پور، مجید. (۱۳۹۶). طراحی شبکه اجرای تعاملی سیاست‌های فرهنگی کشور، مجله راهبرد فرهنگ، شماره چهارم مهدی زاده، سجاد. (۱۳۹۴). الگوی ارتباطات انسانی مطلوب در فرهنگ اسلامی، نشریه دین و سیاست فرهنگی، پاییز و زمستان ۱۳۹۴، دوره ۲، شماره ۲، صص ۱۰۱-۱۲۲
- وحید، مجید. (۱۳۹۲). بحثی در سیاست‌گذاری فرهنگی، فصلنامه سیاست، شماره ۳۳.
- یاسینی، علی. ایدی، فاطمه. آقایی، هادی. (۱۳۹۷). شناسایی مؤلفه‌های فرهنگ دینی مؤثر بر ارتقای سلامت سازمانی در نظام آموزش عالی ایران، مجله مدیریت اسلامی، سال ۲۶ بهار ۱۳۹۷ شماره ۱.

- Andersson, T., Cäker, M., Tengblad, S., & Wickelgren, M. (2019). Building traits for organizational resilience through balancing organizational structures. *Scandinavian Journal of Management*, 35(1), 36-45.
- Bayram, P., Zoubi, K. (2020). The effect of servant leadership on employees' self-reported performance: Does public service motivation play a mediating explanatory role?. *Management Science Letters*, 10(8), 1771-1776.
- Eva, N., Robin, M., Sendjaya, S., van Dierendonck, D., & Liden, R. C. (2019). Servant leadership: A systematic review and call for future research. *The Leadership Quarterly*, 30(1), 111-132.
- Hoque Z. (2013). Organisational Culture: Features and Framework from Islamic Perspective. *Journal of Humanoids*, 29(3): 31-56.
- Martínez-Caro, E., Cegarra-Navarro, J. G., & Alfonso-Ruiz, F. J. (2020). Digital technologies and firm performance: The role of digital organisational culture. *Technological Forecasting and Social Change*, p154.
- Nowotny, S. Hirsch, B. Nitzl, C. (2022). The influence of organizational structure on value-based

Identifying and leveling the dimensions and components of the Islamic culture promotion model according to the organizational structure and the implementation of cultural policies with the interpretive structural equation method

Mohammad shahabi nejad¹, navid fatehi rad², Amin Nikpour³

Abstract

This research was done with the aim of identifying and leveling the dimensions and components of the Islamic culture promotion model with regard to the organizational structure and the implementation of cultural policies with the method of interpretive structural equations. The research was applied-developmental in terms of purpose, descriptive-exploratory in terms of nature, and survey-type in terms of data collection. The statistical population of this research was of two types, in the first type, 15 experts were used, and in the second type, employees of the municipalities of Kerman province were used. The data collection tool was a questionnaire and fuzzy Delphi techniques, structural equations and interpretive structural modeling were used for data analysis. In order to analyze the data, SPSS and LISREL software were used. Examining the results of this research showed that in order to promote Islamic culture through municipalities, the matrix model should be used, in the organizational structure section, attention should be paid to the dimensions of the rule of law, decentralization of the organization, organization of specialties, cultural development of the city, environmental sustainability and development of technological infrastructure, and in the section The implementation of cultural policies will pay attention to the aspects of managing cultural changes, improving cultural interactions, promoting the religion of citizens, improving the lifestyle of citizens, and developing the ethics and behavior of citizens. Examining the relationships between dimensions and components also indicated the significance of all dimensions of the model in the larger statistical sample. Also, in identifying the most effective factors, it was found that the components of encouraging Islamic behavior, leadership and the use of technology in promoting Islamic culture are the most effective factors, and the components of developing cultural and social centers, promoting Islamic worship and holding Islamic art courses are the most effective factors.

Keywords: Organizational structure, policy making, Islamic culture

¹ PhD student in public administration, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran.

² Assistant Professor, Department of Public Administration, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran (Corresponding author: Fatehi.azaduniversity@gmail.com)

³ Assistant Professor, Department of Public Administration, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran