

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه مقام معظم رهبری

(صفحات ۱۱۹ تا ۱۵۸)

رحمان جلالی جواران^۱ * سنجر سلاجقه^۲ * علیرضا منظری توکلی^۳ * ایوب شیخی^۴

پدیرش: ۹۷/۰۷/۲۴

دریافت: ۹۷/۰۳/۰۱

چکیده

در حال حاضر فضای مجازی به جزء لاینفک زندگی بشریت تبدیل شده است. هدایت، راهبری، کنترل و مراقبت در این دریای عظیم به راحتی امکان پذیر نیست و ورود تام و تمام در این حوزه از عهده هیچ دولتی بر نخواهد آمد، مگر آن که نیروی عظیم مردمی در این حوزه ورود کنند و دولت بسطرساز و تسهیل‌گر ورود مردم در این امر باشد. اولین و اساسی‌ترین گام جهت ورود نیروهای مردمی به حوزه فضای مجازی اعتبارسنجی می‌باشد، لذا الگویی بومی برای سنجش سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی در حوزه فضای مجازی در راستای تعیین سیاست‌های اصلی و افزایش مشارکت‌های اجتماعی در نظام جمهوری اسلامی ایران بسیار ضروری است. ازینرو پژوهش حاضر به دنبال تعیین شاخص‌های اساسی اعتبارسنجی مجموعه‌های مردمی فعال در حوزه فضای مجازی است و در این مقاله سعی شده است با بهره‌گیری از نظرات خبرگان فرهنگی و استخراج نکات راهبردی از بیانات مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) و با استفاده از روش «تحلیل مضمون» شاخص‌ها احصاء گردند. در این پژوهش برای طراحی مدل اعتبارسنجی، هشت مصاحبه نیمه ساختار یافته با مسئولین بنیاد فرهنگی خاتم‌الاولیاء(عج) و نخبگان این عرصه صورت گرفته است و با توجه به روش تحلیل مضمون، این داده‌ها کدگذاری شده است.

واژگان کلیدی: فضای مجازی، مؤسسات مردم‌نهاد، اعتبارسنجی، جبهه فرهنگی مردمی.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی (گرایش تصمیم‌گیری و خط‌مشی‌گذاری)، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان؛

Rahmanjalali@yahoo.com

Hadimoghbel@yahoo.com

A.manzari@iauk.ir

Ayoubsheikhi@yahoo.com

۲. استادیار علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان؛

۳. استادیار مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان؛

۴. استادیار آمار، دانشگاه شهید باهنر کرمان؛

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه.....

مقدمه

نقش سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی در فضای مجازی به‌عنوان تجلی مشارکت اجتماعی و مظهر ایفای نقش مردمی در عرصه کارهای فرهنگی در عرصه فضای مجازی به وضوح مشخص است. لذا جهت تشکیل جبهه‌ای مردمی در عرصه فضای مجازی می‌بایست سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی فعال در این عرصه را پایش، حمایت، تقویت و بسیج نمود. (خاشع، ۱۳۸۳)

همان‌گونه که مشخص است چنین وظایفی بر عهده مسئولین می‌باشد. یکی از وظایفی که هم اهمیت بیشتری دارد و هم پیش‌نیاز تمامی موارد شناسایی، تشویق، متشکل، پشتیبانی کردن می‌باشد، آن چیزی است که امروزه غالباً در ادبیات مدیریت از آن با عنوان «اعتبارسنجی» یاد می‌کنند.

لذا بهره‌مندی از مدلی بومی برای سنجش سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه فضای مجازی در راستای سیاست‌های اصلی در حوزه فضای مجازی و افزایش مشارکت‌های اجتماعی در نظام جمهوری اسلامی ایران بسیار ضروری است. این مدل ضمن استفاده از مزیت‌های مدل‌های جدید ارزشیابی سیاست‌گذاری، ما را از آسیب مدل‌های رایج ارزشیابی حفظ می‌کنند. مدل‌هایی که با نگاهی صنعتی-تجاری به حوزه فضای مجازی، ضمن بررسی شاخص‌های نسبتاً ناقص دست به سنجش بهره‌وری فرهنگی می‌زنند. این پژوهش از چند جهت مهم دارای نوآوری است: یک توجه به ادبیات جدید ارزشیابی بخصوص ادبیات اعتبارسنجی، که یکی از نیازهای ضروری عرصه مدیریت کشور است؛ و سابقه ندارد. دو توجه به سازمان‌های مردم‌نهاد که یکی از پایه‌های مردمی نظام جمهوری اسلامی است.

بنابراین این پژوهش به دنبال این سؤال است که مدل اعتبارسنجی مؤسسات مردم‌نهاد فرهنگی در حوزه فضای مجازی بر اساس ابرخط‌مشی مقام معظم رهبری چگونه است؟

۱. ادبیات نظری و پیشینه موضوع

از آنجا که اعتبارسنجی در ارزیابی مؤسسات فرهنگی مردم‌نهاد سابقه‌ای عملی و پژوهشی ندارد؛ در این پژوهش از ادبیات اعتبارسنجی در مراکز آموزشی که کمی قوی‌تر و دارای پیشینه تحقیقاتی بیشتر است برای بیان مفاهیم اصلی استفاده شده است. آنچه که ازین پژوهش بعنوان یافته‌های تحقیق ارائه می‌شود بر اساس مصاحبه‌های حضوری، بیانات مقام معظم رهبری و معیارهای پراکنده استخراج شده از منابع علمی می‌باشد.

۱-۱. سیاست‌گذاری

سیاست‌گذاری عمومی مظهر عقلانیت و انتخاب تدبیر برای اصلاح امور و توسعه و رفاه جامعه است و تعامل سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی با فرهنگ و ارزش‌های جامعه در تلاقی تخصیص منابع مادی و معنوی صورت می‌گیرد. در ایران سیاست‌گذاری‌های عمومی در قالب چشم‌اندازها، سیاست‌های کلی و برنامه‌های عمرانی و توسعه ارائه شده است. و اجرا و تحقق این سیاست‌ها بدون شناخت بسترهای فرهنگی و ارزشی پیامدهایی که این امور به دنبال دارد، میسر نخواهد بود (ابراهیم بای، ۱۳۸۶)

۱-۲. سیاست‌گذاری فرهنگی

سیاست‌گذاری فرهنگی در اغلب برنامه‌ها کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد و در برنامه‌های توسعه بخش فرهنگ به صورت کلی و با مفاهیمی ارزشی و مبهم تدوین می‌شود. در اساس سیاست‌گذاری فرهنگی مقوله‌ی سهل و ممتنعی تصور می‌شود که دامنه تعریف و تحولات آن به دلیل سیالیت موضوع و ابعاد و مؤلفه‌های ویژه آن تحدید نمی‌پذیرد و برنامه‌عملیاتی آن چون دیگر امور مشخص نمی‌شود. ساختار سیاست‌گذاری فرهنگی در ابعاد ذهنی و عینی خود منجر به اتخاذ سیاست‌های گوناگون می‌شود که در نهایت سیاست‌گذاری فرهنگی به سه جزء اصلی سیاست فرهنگی معطوف می‌شود: «نخست، هدف‌های فرهنگی یا خواست‌ها و اشتیاق‌هایی که فرهنگ جامعه به افراد آموخته است. دوم، قواعد رفتار اجتماعی که وسایل مشروع برای نیل به اهداف معین فرهنگی را معین می‌سازد و افراد را مکلف می‌کند تا برای رسیدن به هدف‌ها، راه‌هایی را دنبال کنند و از وسایلی بهره‌مند شوند که قواعد رفتار اجتماعی معین کرده است. سوم، توزیع واقعی وسایل و فرصت‌ها برای به دست آوردن هدف‌های

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه

فرهنگی به شیوه‌ای مشروع و همساز با قواعد اجتماعی؛ اینها را می‌توان وسایل نهادی شده نامید. تعریف گسترده فرهنگ، تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران فرهنگی را به عرصه وسیعی وارد می‌کند که حوزه‌های به ظاهر غیرفرهنگی را هم شامل می‌شود. در مقابل، تعریفی از فرهنگ که صرفاً مصارف و خدمات فرهنگی را شامل شود، چارچوب عمل سیاست‌گذاری را محدود می‌کند. (علوی تبار، ۱۳۷۲)

۱-۳. سازمان‌های مردم‌نهاد

«هر سازمانی که تحت نظارت و تأسیس دولت قرار ندارد، غیردولتی خوانده می‌شود»، به ما این امکان را می‌دهد تا تشکلهای خیریه، امدادرسانی، تجاری، بازرگانی، فرهنگی، اجتماعی، ورزشی، معنوی، توریستی، فنی، علمی، حقوقی، اداری، سیاسی و نظایر آن را در این مجموعه گرد هم آوریم؛ اما تا کنون با توجه به ساختار و هدف سازمان‌های غیردولتی و نیز به دلیل آن که این سازمان‌ها بر اساس حقوق داخلی دولت‌ها پدید می‌آیند؛ امکان دست‌یابی به یک تعریف جامع، دقیق و قابل قبول از این سازمان‌ها وجود نداشته است. (گلشن پژوه، ۱۳۸۶)

سازمان مردم‌نهاد؛ سازمانی با شخصیت حقوقی مستقل، غیر دولتی، غیر انتفاعی و غیر سیاسی است که برای انجام فعالیت داوطلبانه با گرایش فرهنگی، اجتماعی، مذهبی، بشردوستانه و بر اساس قانونمندی و اساسنامه مدون، رعایت چارچوب قوانین موضوعه کشور و مفاد آیین‌نامه‌های اجرایی آن فعالیت می‌کند. ویژگی‌های مؤسسات مردم‌نهاد: (کوهکن، ۱۳۸۹)

✓ غیر دولتی بودن: بدین معنی که تأسیس آنها بر اساس تصمیم دولتی و در چارچوب بودجه عمومی انجام نگیرد بلکه اشخاص حقیقی یا حقوقی خصوصی مؤسس آنها باشند، البته سازمان‌های مردم‌نهاد و مجموعه دولت دارای ارتباط و اثرات دوجانبه می‌باشند.

✓ غیر انتفاعی بودن: بدین معنی که دست یافتن به درآمد و سود و انجام فعالیت‌های تجاری و صنفی انتفاعی به منظور تقسیم منافع بین اعضا، مؤسسان، مدیران و کارکنان هدف سازمان نباشد، هرچند که این ویژگی، سازمان مردم‌نهاد را از دست‌یابی به درآمد برای اداره امور خود باز نمی‌دارد.

✓ تمایل به استقلال: بدین معنی که سازمان مردم‌نهاد سعی می‌کند برای تحقق اهداف خود در چارچوب قوانین موضوعه تا حد ممکن از درجه استقلال بالایی برخوردار باشد و زیر نفوذ صاحبان قدرت و یا گرایش‌های مختلف قرار نگیرد.

✓ خودجوشی و نیاز طبیعی: سازمان‌های مردم‌نهاد بنا بر نیاز طبیعی ناشی از شرایط فکری، محیطی، انگیزش‌ها، خصوصیت‌ها و آرمان‌های مشترک افراد و جامعه، و به صورت داوطلبانه و خودجوش و بر اساس اصل آزادی اراده اشخاص تأسیس و اداره می‌شوند.

۴-۱. مؤسسات مردم‌نهاد و فضای مجازی

فضای مجازی فضایی است که تمام ساحت‌های حیات بشری را آن گونه تحت تأثیر قرار داده است که دنیای ما را در کمیت و کیفیت دچار تحولاتی عمیق ساخته است. در این میان فضای تبادل اطلاعات با ابزارهای قابل حمل مانند تلفن‌ها و رایانه‌های همراه در دسترس همگان قرار گرفته است و همه شهروندان می‌توانند در تولید محتوا و عرضه آن مشارکت کنند. (مؤذن جامی، ۱۳۸۶)

مقام معظم رهبری در دیدار برخی از مجموعه‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه فضای مجازی می‌فرمایند: "فضای مجازی را نمی‌شود آدم مطرح نکند. فضای مجازی حقیقتاً قتلگاه جوانان و نوجوانان ما شده است. الان یک منطقه عظیمی از فضای مجازی در اختیار دشمن است و در این فضا هر کاری دلش می‌خواهد می‌کند، انواع ضربه‌ها در فضای مجازی را به ما می‌زنند. البته شما کار کردید و خیلی هم خوب کار شده است، لکن کافی نیست. بایستی کارهای ابتکاری کنید و باید دشمن را از فضای مجازی کشور برانید و بتارنید. این باید نتیجه و نهایت کار شما باشد. البته یک سؤال از ما شد، اینکه آیا این جبهه مردمی انقلاب در شبکه‌های مجازی کنونی که برای دشمن است وارد بشود یا نشود؟ و نظر بنده ورود هوشمندانه خیلی خوب است. منتها حواسمان باشد، یعنی آدم‌هایی بروند، هیئت‌هایی وارد بشوند و کارهای دسته‌جمعی بکنند، یعنی جوری باشد که واقعاً بتواند اثرگذار باشد نه اثرپذیر. راهش هم این است که باید

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه.....

تهاجمی وارد بشود و میدان را از دست دشمن خارج کنند.^۱

۱-۵. ابر خط‌مشی رهبر معظم انقلاب بر اساس حکم شورای عالی فضای مجازی
برای یافتن ابر خط‌مشی‌های حوزه فضای مجازی جمهوری اسلامی می‌توان به احکام شورای عالی فضای مجازی به‌عنوان یکی از مراجع تعیین‌کننده سیاست‌های کلان در حوزه فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران اشاره کرد. لذا در ادامه حکم اخیر رهبر معظم انقلاب در مورخه ۱۴ شهریور ۱۳۹۴ به این شورا به شرح ذیل می‌باشد:
اینجانب ضمن تأکید بر مفاد حکم اولیه تشکیل شورا و پیوست آن، ضروری می‌دانم که نکات و موارد زیر، مورد اهتمام و توجه جدی رئیس و اعضای محترم شورای عالی فضای مجازی قرار گیرد.

- انحلال شوراهای عالی مصوب در گذشته که موازی این شورا هستند، به‌منظور تحکیم جایگاه فرا قوه‌ای و موقعیت محوری و کانونی شورای عالی و نیز انتقال وظایف آن شوراها به شورای عالی فضای مجازی.
- تثبیت و تقویت جایگاه مرکز ملی فضای مجازی به‌عنوان بازوی شورای عالی فضای مجازی در جهت تحقق تصمیمات آن شورا با وظایف: رصد وضعیت جاری فضای مجازی و پیش‌بینی و آینده‌نگری تحولات در این فضا در سطح ملی و بین‌المللی، ایجاد هماهنگی و هم‌افزایی میان وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها و نهادهای مختلف ذی‌ربط در ابعاد علمی، فنی، اقتصادی، بازرگانی، حقوقی، انتظامی، امنیتی و دفاعی مرتبط با فضای مجازی و نظارت مستمر بر عملکرد دستگاه‌ها و بخش‌های ذی‌ربط در چارچوب مصوبات شورای عالی.
- ارتقای جمهوری اسلامی ایران به قدرت سایبری در طراز قدرت‌های تأثیرگذار جهانی و برخورداری از ابتکار عمل و قدرت تعامل با دیگر کشورها در جهت شکل‌دهی به قواعد و قوانین مرتبط با فضای مجازی در عرصه جهانی با رویکرد اخلاق‌مدار و عادلانه.
- اهتمام ملی و همه‌جانبه و سرمایه‌گذاری جدی در امر ایجاد و توسعه انواع

^۱. بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با فعالان فضای مجازی

فناوری‌ها و صنایع کاملاً پیشرفته و رقابتی خصوصاً با استفاده و ایجاد رشته‌های نوین دانشگاهی و تربیت سرمایه‌های انسانی متعهد، متخصص و کارآمد مورد نیاز در بخش‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، محتوایی و خدماتی در تمامی ابعاد فضای مجازی به‌ویژه در برنامه ششم توسعه و برنامه‌ریزی سالانه کشور.

- تسریع در راه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات پس از تصویب طرح آن در شورای عالی و نظارت مستمر و مؤثر مرکز ملی بر مراحل راه‌اندازی و بهره‌برداری از آن.
- اهتمام ویژه به سالم‌سازی و حفظ امنیت همه‌جانبه فضای مجازی کشور و نیز حفظ حریم خصوصی آحاد جامعه و مقابله مؤثر با نفوذ و دست‌اندازی بیگانگان در این عرصه.
- ترویج هنجارها، ارزش‌ها و سبک زندگی اسلامی ایرانی و ممانعت از رخنه‌ها و آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی در این عرصه و مقابله مؤثر با تهاجم همه‌جانبه فرهنگی و نیز ارتقای فرهنگ کاربری و سواد فضای مجازی.
- احراز جایگاه و سهم مناسب برای اقتصاد دانش‌بنیان در فضای مجازی در چارچوب سیاست‌های اقتصاد مقاومتی کشور و برنامه‌ریزی همه‌جانبه 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.
- 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.
- تدوین و تصویب نظام‌های امنیتی، حقوقی، قضایی و انتظامی مورد نیاز در فضای مجازی.

همان گونه که در بند ۹ این حکم بیان گردیده است، مشارکت مردمی و به کارگیری بخش خصوصی در حوزه فضای مجازی بسیار تأکید گردیده است. به‌طور طبیعی مؤسسات مردم نهاد فرهنگی مصداق کامل و اتم جلب مشارکت‌های مردمی در این حوزه می‌باشد. لذا سیاست‌گذاری‌های صحیح در این حوزه موجب می‌گردد تا

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه.....

مؤسسات مردم‌نهاد در این عرصه نقش آفرینی نمایند و خود را در تصمیم‌گیری‌ها و اقدامات فضای مجازی سهیم دانسته و با نگاهی مثبت در عرصه حکمرانی خود را دخیل بدانند. لذا هر چه سیاست‌های تسهیل‌گرانه و حمایتی و پشتیبان‌کننده از این مؤسسات بیشتر باشد، به‌طور طبیعی حرکت‌های هماهنگ و منسجم شکل خواهد گرفت و این حرکت‌های منسجم از ظهور و بروز آفات سهمگین فضای مجازی و تهاجمات فرهنگی و امنیتی در فضای مجازی جلوگیری خواهد کرد و این فضا را برای حرکت‌های مثبت و اثرگذار آماده می‌نماید. در نتیجه نیازمند شبکه‌ای از این مؤسسات خواهیم بود و با توجه به نگاه کلان‌رهبری، نیازمند تشکیل جبهه‌ای از فعالان مردمی حوزه فضای مجازی هستیم.

۱-۶. اعتبارسنجی

اعتبارسنجی فرآیندی است که دامنه ارزشیابی آن را می‌توان هم برای مؤسسات و هم برای برنامه‌های قابل اجرا تعریف نمود. اعتبارسنجی هم فرآیند و هم رهاورد است. ارائه یک تعریف واحد از اعتبارسنجی بسیار مشکل است زیرا مفهوم آن روز به روز در حال تغییر است چنانچه این تعاریف به دلیل نقش متفاوتی که اعتبارسنجی در جوامعی نظیر آمریکا و اروپا ایفا می‌کند دارای معانی متفاوتی می‌باشند. بنابراین بهتر است به جای تعریف واژه اعتبارسنجی به برخی از ویژگی‌های آن بپردازیم: (Stufflebeam & Shinkfield, 2007)

- ✓ اعتبارسنجی یک تصمیم رسمی است.
- ✓ اعتبارسنجی بر اساس سنجش کلی مؤسسات یا فعالیت‌های اصلی صورت می‌پذیرد.
- ✓ اعتبارسنجی میزان حداقل شرایط را مورد سنجش قرار می‌دهد.
- ✓ اعتبارسنجی از طریق اعلام نتایج و تصمیمات به صورت: بله/ خیر/ شاید (مشروط) در ارتباط است.

فرآیند اعتبارسنجی یک سری از فعالیت‌های پیچیده‌ای است که به دنبال ارزیابی تطابق استانداردها با دستاوردهای موجود است. به عبارت دیگر قسمتی از اهداف اعتبارسنجی سنجش دستاوردها با استانداردهای قابل اندازه‌گیری مربوط به قوانین و حوزه‌های خاص می‌باشد. ارزش این بحث زمانی نمایان می‌شود که به دنبال پیامدسنجی

یک اتفاق یا فرآیند را می‌سنجد و به دنبال تغییرات جزئی یا پیشرفت‌های در طول برنامه نیست. در اعتبارسنجی برنامه، تمرکز بر این مسئله است که آیا کیفیت برنامه با یک استاندارد معین و حداقلی مطابقت دارد یا خیر. فلسفه اعتبارسنجی بیشتر با اصولی که یک فرآیند را تأیید می‌کند، تعریف می‌شود. اعتبارسنجی با تمرکز بر پیامدها از توجه به استنادات غیر ضروری جلوگیری می‌نماید. (سیاری، ۱۳۸۵)

۱-۶-۱. استانداردها در اعتبارسنجی

یکی از اجزای اعتبارسنجی، استفاده از استانداردها یا راهنمای ارزیابی هست. در اعتبارسنجی شواهدی که جمع‌آوری شده است در پرتو بعضی سؤالات یا استانداردهای از پیش تدوین شده، تفسیر می‌شود. استفاده از شواهد و قضاوت بر اساس استانداردهای اعتبارسنجی، به تصمیماتی منجر می‌شود که پیامدهای مهمی برای دانشگاه‌ها، دانشجویان و عموم جامعه به دنبال دارد. (Hughes & Aville Kushner, 2005)

۲-۶-۱. رویه‌های اعتبارسنجی

رویه‌های اعتبارسنجی شامل فرایند و مراحل اعتبارسنجی است. اعتبارسنجی در حوزه‌های مختلف اگرچه نمایندگی‌های متعددی اعتبارسنجی را انجام می‌دهند و تا حدی نیز در رویه‌هایشان متفاوت هستند، ولی اکثر آن‌ها از یک الگوی مشترک پیروی می‌کنند. مؤسسه یا برنامه خود را از طریق فرایند خودارزیابی توصیف و مطالعه می‌کند. فرآیند خودارزیابی توسط مجموعه اعتبارسنجی تعریف می‌گردد و مؤسسه جهت تکمیل اطلاعات، می‌بایست مسئولیت انجام خودارزیابی را بر عهده بگیرد. (یادگار زاده و پرند، ۱۳۸۵)

یک کمیته ارزشیابی هم‌تایان، مؤسسه یا برنامه را بازدید می‌کند و آن را با توجه به اسناد به دست آمده از مرحله خودارزیابی و استانداردهای کمیسیون اعتبارسنجی موردبررسی قرار می‌دهد. کمیته ارزشیابی گزارشی را تهیه می‌کند و به مؤسسه و کمیسیون ارائه می‌دهد. این کمیته بوسیله یک فرد کاملاً متخصص در حوزه مورد ارزشیابی رهبری می‌شود که تجربه ارزشیابی و اعتبارسنجی را دارا است. این فرد به عنوان مسئول گروه، مسئول تدوین گزارش ارزشیابی بیرونی، بر اساس گزارش خود ارزیابی و حوزه مورد ارزیابی و استانداردهای اعتبارسنجی گزارش را تدوین می‌کند. گزارش شامل پیشنهاداتی است که بخش مورد اعتبارسنجی باید رعایت کند و

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه.....

پیشنهاداتی برای تضمین کیفیت، هم‌چنین گزارش باید فهرستی از نقاط قوت و ضعف بخشی که مورد ارزیابی قرار گرفته است، باشد. گزارش با آراء گروه متخصص بهتر می‌شود. گروه گزارش را برای موسسه می‌فرستد. مؤسسه یا برنامه مزبور با پذیرش یا اصلاح اشتباهات به‌طور رسمی به گزارش تیم پاسخ می‌دهد. و گروه متخصص ممکن است گزارش خود را با توجه به آن چه موسسه نوشته، مورد بازبینی قرار دهد و نسخه نهایی را به موسسه اعتبارسنج می‌فرستد. موسسه اعتبارسنج گزارش‌های خودارزیابی، کمیته یا گروه متخصص و توصیه‌های آنان را بررسی می‌کند و با توجه به اسناد خودارزیابی، گزارش کمیته و نظر گروه مرجع موسسه اعتبارسنج تصمیم می‌گیرد. (نیاز آذری، ۱۳۸۳)

۲. روش تحقیق

به اعتقاد براون و کلارک، روش تحلیل مضمون روشی است که کمتر از دیگر روش‌ها متمایز، تأیید و تصدیق شده است اما باین حال هنوز به‌طور گسترده‌ای در حوزه روش‌های تحلیلی کیفی - داخل و خارج از رشته روان‌شناسی - مورد استفاده قرار می‌گیرد. این نشان‌دهنده این است که اگرچه افراد شاید تلقی و درک صحیحی از این روش نداشته باشند اما انعطاف‌پذیری و نوعی آزادی عمل برای پژوهشگران آن‌ها را به استفاده متناوب از این روش ترغیب می‌نماید. اما باین حال لازم است که تحقیق‌های بیشتری درباره وجوه این روش صورت پذیرد. به‌طور کلی تحلیل هر متن شامل چند فعالیت است: (Braun & Clark, 2006)

- کشف مقولات (مضمون‌ها) و زیر مقولات؛
 - غربال کردن مجموعه مقولات به تعداد کمتر که قابل مدیریت باشند؛
 - ساخت سلسله مراتبی از کدها و مقولات؛
 - اتصال برقرار کردن بین کدها از طریق طراحی یک مدل تئوریک.
- هم در نوع مضامین موجود در متون و هم در روش‌های کشف و شناسایی آن‌ها تنوع و گوناگونی زیادی وجود دارد. هر یک از اندیشمندان مبنای خاصی برای طبقه‌بندی مضامین و اشاره به گونه‌های آن‌ها دارند. روش انتخابی برای کشف مضامین در این مقاله شناخت مضامین فراگیر، سازمان‌دهنده و پایه بوده است.

۲-۱. اجرای روش تحلیل مضمون

برخی از مراحل روش تحلیل مضمون شبیه مراحل دیگر روش‌های کیفی است بنابراین روش مراحل پیشنهادی لزوماً خاص این روش نیست و مشابهت‌هایی با دیگر روش‌های هم‌عرض دارد. فرآیند این روش هنگامی آغاز می‌شود که محقق شروع به توجه و جستجو کردن الگوهای معانی و مسائل بالقوه درون مجموعه‌ای از داده‌ها می‌کند. این عمل ممکن است در طول فرآیند جمع‌آوری داده صورت گیرد. نقطه پایان این فرآیند نیز گزارش محتواها و معانی است که به شکل مضامین معرفی می‌شوند یعنی جایی که مضامین از طریق شناسایی محققان قبل، حین و بعد از تحلیل انتزاع و ساخته شده‌اند. تحلیل همواره فرآیندی رفت و برگشتی بین مجموعه داده‌ها، داده‌های کدگذاری شده و خارج شده از مجموعه داده‌ها و داده‌های تولید شده توسط خود محقق است. نوشتن در این روش‌ها جزئی جداناپذیر از تحلیل است. نوشتن همانند روش‌های آماری در پایان کار صورت نمی‌گیرد بلکه باید در همان مراحل اولیه شروع شود. این نوشتن شامل تدوین سریع ایده‌ها و طرح‌های کدگذاری بالقوه برای فرآیند کدگذاری - تحلیل مجموعه داده‌ها است لازم به ذکر است که پژوهش یک فرآیند خطی به معنای جابجایی از یک نقطه به نقطه دیگر نیست در مقابل می‌توان آن را فرآیند بازگشتی نامید که طی آن محقق بطور مستمر و بنابر نیازهای تحقیق بین مراحل اولیه و پایانی رفت و برگشت دارد و از نتایج هر مرحله برای مراحل دیگر استفاده می‌نماید. هم‌چنین باید توجه داشت تحلیل فرآیندی است که در طول زمان توسعه می‌یابد. (Braun & Clarke, 2006).

در ادامه مراحل تحلیل مضمون منطبق بر موضوع این پژوهش به طور دقیق توضیح داده می‌شود.

۲-۱-۱. آشنا شدن محقق با داده‌های خویش

محقق در مرحله اول تلاش کرد که با داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها و فضای حاکم در عرصه اعتبارسنجی و مؤسسات مردم‌نهاد فرهنگی در عرصه فضای مجازی به‌خوبی مأنوس شود. از این‌رو در فضای سازمانی مربوط به این پژوهش تا حد ممکن و البته با توجه به محدودیت زمان، حضور داشت. فهم و درک این فضا در تحلیل نهایی محقق بسیار مؤثر است.

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه.....

۲-۱-۲. تولید کدهای اولیه

در میانه جمع‌آوری داده‌ها، زمانی که اکثر مصاحبه‌ها انجام شده بود، کار کدگذاری داده‌ها آغاز شد. مصاحبه‌ها یک به یک بررسی شد و خط به خط خوانده شد. با توجه به اینکه در برخی از قسمت‌های مصاحبه‌ها، افراد به تبیین وضعیت مطلوب پرداختند، برخی از کدهای تولیدی حالت هنجاری داشت و ناظر به وضعیت مطلوب برای این عرصه بود. این موارد نیز احصا شد هر چند که برای فهم شرایط نهادی موجود چندان راهگشا نبود.

۲-۱-۳. طراحی مضامین فراگیر و سازمان دهنده منطبق بر تحلیل نهادی خط‌مشی

مضامین فراگیر و سازمان دهنده فارغ از کدهای احصا شده، الگوگیری و طراحی شد. این مضامین از طرفی کار تحلیل را ساده کرد. اما از طرف دیگر لازم بود که مضامین پایه، طوری طراحی شود که در این قالب جای بگیرد. لذا طراحی مضامین سطح سوم نیازمند دقت بیشتری بود.

۲-۱-۴. طراحی مضامین پایه در ذیل مضامین سازمان دهنده

در این مرحله کدهای احصا شده مرور و بررسی شد. باید محقق به مرحله‌ای می‌رسید که تسلط نسبی به همه کدها داشته باشد. سعی شد تا با توجه به مضامین سازمان دهنده و کدهای موجود مضامین پایه طراحی شود. مضامین پایه باید طوری طراحی شود که از جامعیت و شمولیت نسبی برخوردار باشد و در خصوص عرصه مورد نظر چیزی از قلم نیافتاده باشد. در برخی موارد لازم بود که کدها مورد بازنگری قرار بگیرد. لذا رفت و برگشت فراوانی بین کدها، متن و مضامین پایه وجود داشت تا در نهایت از نوعی انسجام درونی و همگونی برخوردار باشد. برخی از مضامین دارای ضعف بود. از این جهت که کدهای احصا شده برای آن از قوت کمی برخوردار بودند. در ادامه این مرحله، مضامین پایه در ذیل مضامین سازمان دهنده که متناسب با آن بود قرار گرفت. مضمون سازمان دهنده و مضمون پایه متناظر آن باید از بیشترین هم‌سویی برخوردار باشند. البته برخی از مضامین پایه نیز می‌توانست در ذیل دو یا سه مضمون پایه قرار بگیرد. در نهایت بهترین حالت انتخاب شد.

۲-۱-۵. دسته‌بندی کردن کدها ذیل مضامین پایه

در این مرحله تمام کدهای احصا شده به جز مواردی که حالت هنجاری داشت، در

ذیل مضامین پایه قرار گرفت. البته برخی از کدها می‌توانست در ذیل چند مضمون قرار بگیرد. با این حال سعی شد تا در ذیل بهترین مضمون که نمایانگر کد مورد نظر است قرار بگیرد. در طول انجام این کار چند بار تغییراتی رخ داد و جابجایی‌هایی در خصوص کدها صورت گرفت.

علت اینکه کدهای هنجاری استفاده نشد، این بود که در تحلیل نهادی به دنبال آن بوده‌ایم که وضعیت نهادی موجود در عرصه را بررسی کنیم. لذا کد هنجاری چندان قابل استفاده نیست. مگر اینکه بتوان به نوعی از آن برای فهم ذهنیت دست‌اندرکاران و مسئولان در این عرصه استفاده کرد. البته این کار به سادگی امکان‌پذیر نیست.

۲-۱-۶. مرور و بررسی نهایی

پس از طراحی اولیه مضامین در سه سطح و جای‌گذاری کدها درون آنها، به مرور و بررسی مجدد این سه سطح از حیث انسجام درونی، جامع و شامل بودن آن پرداخته شد. از طرف دیگر قوت محتوایی مضامین پایه نیز تا حد ممکن مورد کنکاش قرار گرفت. در ادامه این چارچوب مضمونی در قالب یک الگو طراحی شد.

۲-۱-۷. طراحی چارچوب تحلیل نهادی با استفاده از چک‌لیست

با استفاده از کدهای احصا شده در بیانات مقام معظم رهبری، تلاش شد تا به الگویی که شاخص‌های مطلوب را برای شناخت عرصه خط‌مشی نشان می‌دهد برسیم. این موارد در قالب چک‌لیست ارائه شده و می‌تواند در طراحی تسهیل‌گر باشد. (عابدی جعفری، تسلیمی و فقیهی، ۱۳۹۰)

۲-۱-۸. بیان روایت گونه از مضامین

آنچه که مکمل کار به حساب می‌آید بیانی تفسیری و روایت گونه از کار است. چیزی که در قالب یک چارچوب نمی‌گنجد و فراتر از آن است. لذا سعی شد این روایت مبتنی بر مضامین بدست آمده در چارچوب مورد نظر به خوبی بیان شود. در این راستا با ۱۲ نفر از نخبگان، متصدیان و مسئولان فرهنگی مصاحبه نیمه ساختار یافته صورت گرفته است تا ابعاد و شاخص‌های چارچوب اعتبارسنجی مشخص و احصاء شود. برای یافتن نمونه (مصاحبه شونده‌گان) از «نمونه‌گیری غیر احتمالی همگون» استفاده شده است.

با توجه به این مدل نمونه‌گیری برای فهم بیشتر به طور خاص به مصاحبه با مسئولین

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه.....

و نخبگان در این عرصه متمرکز شد. مصاحبه‌ها تا مرحله اشباع نظری ادامه یافت و در مصاحبه آخر داده و اطلاعات جدید اضافه نشد. متن این مصاحبه‌ها و سخنرانی‌ها با استفاده از روش «تحلیل مضمون» مورد بررسی قرار گرفت و کدگذاری شد.

۳. یافته‌های تحقیق

در این قسمت با توجه به مفاهیم استخراج‌شده، مضامین فراگیر، سازمان دهنده و اصلی با توجه به کدهای موردنظر آن به ارائه شده است.

جدول ۱: مضامین احصا شده و کدهای باز اعتبارسنجی مؤسسات مردم‌نهاد فرهنگی با حفظ تمام ارزش‌های جبهه فرهنگی مردمی انقلاب اسلامی بر اساس مصاحبه‌ها

مضمون فراگیر	مضمون سازمان دهنده	مضمون اصلی	کدهای باز
استانداردهای اعتبارسنجی	ارزش‌های غایی جبهه فرهنگی	ویژگی‌های جبهه فرهنگی مردمی	PB2,PB1,PB3,PB5,PB6,PC1,PC2,PC3,PC4,PC5,PC7,PC9,PC12,PD3,PE4
	نظام راهبردی و پشتوانه فکری	عقبه فکری و راهبردی جبهه فرهنگی مردمی	PA2,PA3,PA5,PA8,PB7,PC8,PC10,PC13,PD2
	تشکیلات طراز	الگوی تشکیلات مطلوب اسلامی	PA6,PB4,PC12,PF20,PF21,PF22,PF23,PF24,PF25,PF26,PF27,PF28,PF29,PF30,PF31,PF32,PF33,PF34,PF35,PF36,PF37,PF38
	فاقد آفات اساسی تشکیلات	آسیب‌شناسی و عوامل انحراف یک تشکیلات اسلامی	PA6,PB4,PC12,PF1,PF2,PF3,PF4,PF5,PF6,PF7,PF8,PF9,PF10,PF

11,PF12,PF13,PF14,P F15,PF16,PF17,PF18, PF19,			
PE7,PE9,PE10	داده‌های کمی و اطلاعاتی	کمی و اطلاعاتی	
PB8,PB9,PB10,PB11, PB16,PB17,PB18,PB1 9,PC14,PC15,PC16,P C17,PC18,PE8	برنامه‌های درونی یک مجموعه	فرآیند داخلی موسسه	
PE11	فرآیند جامع یک فعالیت فرهنگی	چرخه کامل فرهنگی	
PA9,PB39,PD4,PD6,P E5	بررسی نتایج و پیامدهای یک مجموعه	نتایج و پیامدها	
PA11,PB12,PB13,PB1 4,PB15,PB20,PB21,P B22,PB23,PB34,PB35 ,PB36,PB37,PB38,PB 41,PB42,PB44,PB46,P B47,PC20,PC21,PD7,	ملاحظات اجرایی اعتبارسنجی	الزامات و ملاحظات طراحی و استقرار رویه‌ای	رویه‌های اعتبارسنجی
PA10,PB24,PB25,PB2 6,PB27,PB29,PB30,P B31,PB33,PD9	مراحل اعتبارسنجی	الزامات و ملاحظات فرآیندها و مراحل اعتبارسنجی	

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه.....

هم‌چنین علاوه بر مصاحبه‌ها بیانات و متن احکام رهبری^۱ در حوزه فضای مجازی مطالعه گردید و کدگذاری گردید.

جدول ۲. مضامین احصا شده و کدهای باز بر اساس نظر مقام معظم رهبری

نمونه کدهای باز		مضمون اصلی	مضمون سازمان دهنده	مضمون فراگیر
جنگ در فضای مجازی شیوه جدید و پیچیده ^۲	P:224	ویژگی‌های جبهه فرهنگی مردمی	ارزش‌های غایی تشکیلات فضای مجازی	استانداردهای اعتبارسنجی
استفاده از فضای مجازی برای معرفی انقلاب اسلامی به جوانان دیگر کشورها ^۱	P:218			
استفاده از فرصت‌های فضای مجازی برای ترویج مفاهیم اسلامی ^۱	P:207			
فضای مجازی ابزاری برای تحقق فرهنگی ^۳	P:212			
مقابله مؤثر با تهاجم همه‌جانبه فرهنگی ^۴	P:049			

۱. بیانات در دیدار با جمعی از استادان، نخبگان و پژوهشگران، ۹۷/۰۳/۲۰

۲. حکم تشکیل و انتصاب اعضای شورای عالی فضای مجازی، ۹۰/۱۲/۱۷

۳. حکم انتصاب اعضای شورای عالی فضای مجازی، ۹۴/۰۶/۱۴

۴. سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه، ۹۴/۰۴/۰۹

ایجاد زمینه صحیح استفاده از فضای مجازی ^۱	P:156			
صیانت از فضای تبادل اطلاعات ^۲	P:214			
حفظ حریم امنیت فکری و اخلاقی جامعه در فضای مجازی ^۴	P:083			
دفاع سایبری و تأمین پدافند و امنیت سایبری ^۲	P:070			
شورای عالی فضای مجازی نهادی برای قانون‌گذاری ^۳	P:009			
ایجاد شبکه ملی اطلاعات برای استفاده از فرصت‌ها	P:169	الگوی تشکیلات مطلوب فضای مجازی	تشکیلات طراز	
مرکز ملی فضای مجازی قانون مواجهه هوشمندانه با آسیب‌ها و تهدیدات ^۵	P:195			
تشکیل شورای عالی فضای مجازی با هدف فکر، تصمیم	P:208			

۱. بیانات در دیدار با رئیس مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی، ۹۰/۱۲/۲۶

۲. بیانات در دیدار معلمان و فرهنگیان، ۹۸/۰۲/۱۱

۳. بیانات در دیدار با اعضای شورای عالی فضای مجازی، ۹۴/۰۶/۱۶

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه

و اقدام ^۲				
مهمترین وظیفه روحانیت جلوگیری از گمراهی جوانان در فضای مجازی ^۱	P:211	کنشگران فضای مجازی	داشتن کادر اجرایی و مدیریتی متخصص	
فضای مجازی ابزاری برای روحانیون تبیین معارف اسلامی ^۲	P:134			
هیئت اندیشه‌ورز در لایه‌های بسیج در زمینه فضای مجازی ^۲	P:259			
تشکیل یک جبهه‌ی در سطح دانشجویان جهان اسلام ^۴	P:180			
فضای مجازی فرصتی برای نیروهای تشکلی ^۳	P:254			
حضور فعال جوانان مؤمن غیر روحانی در فضای مجازی ^۳	P:167			
کسب جایگاه برتر منطقه در توسعه دولت الکترونیک ^۴	P:059	چشم‌انداز فضای مجازی	چشم‌انداز و نقشه راه	

۱. در دیدار مسئولان دفتر تبلیغات اسلامی، ۹۷/۱۱/۰۷

۲. حکم انتصاب ریاست سازمان تبلیغات اسلامی، ۹۷/۰۵/۲۸

۳. بیانات در دیدار مسئولان نظام، ۹۸/۰۲/۲۶

۴. ابلاغیه سیاست‌های کلی انتخابات، ۹۵/۰۷/۲۴

شبکه ملی اطلاعات عرصه‌ای برای قدرت الکترونیک ^۷	P:060		هدفمند
تسلط بر دروازه‌های فضای مجازی ^۳	P:065		
دستیابی به رتبه برتر منطقه در حوزه فضای مجازی	P:069		
ضرورت برنامه‌ریزی و هماهنگی مستمر در زمینه فضای مجازی ^۱	P:007		
پیش‌بینی و آینده‌نگری تحولات در زمینه فضای مجازی ^۲	P:032	عقبه فکری و راهبردی فضای مجازی	نظام راهبردی و پشتوانه فکری
سیاست‌گذاری صحیح برای خروج از حالت انفعال در عرصه فضای مجازی ^۳	P:077		
مخالفت با محدودسازی فضای مجازی برای ملت ^۲	P:190		
استفاده درست و هدفمند از	P:233		

۱. بیانات در دیدار مسئولان نظام، ۹۸/۰۲/۲۶

۲. بیانات در دیدار با جمعی از استادان، نخبگان و پژوهشگران، ۹۷/۰۳/۲۰

۳. بیانات در دیدار با دانشجویان و نمایندگان تشکل‌های دانشجویی، ۹۷/۰۳/۰۷

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه

فضا مجازی ^۱			
شناخت منافع و مضرات توأمان فضای مجازی ^۵	P:206		
مواجهه مدیرانه با فضای مجازی ^۵	P:239		
گله از عدم استفاده از فضای مجازی با توجه به فرهنگ کشور ^۲	P:234		
بذر ناامیدی در جامعه به وسیله فضای مجازی ^۱	P:106		
عدم بازنمایی مسائل مهم جهانی در فضای مجازی	P:215	آسیب‌شناسی و عوامل انحراف در فضای مجازی	آفات اساسی مترتب بر تشکیلات فضای مجازی
استفاده از فضای مجازی بر علیه افکار عمومی	P:107		
مراقبت از فضای مجازی برای جلوگیری از تولید کالای غیرفرهنگی ^۲	P:215		
تبلیغ دشمن علیه اسلام در فضای مجازی	P:245		

۱. بیانات در دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین(ع)، ۹۶/۰۲/۲۰

تهی‌سازی انقلاب از عقبه دینی و ایمانی به وسیله فضای مجازی	P:102			
استفاده دشمن از فضای مجازی برای تزلزل نسل جوان	P:173			
استفاده دشمن از فضای مجازی در برابر هویت و تهاجم فرهنگ ^۱	P:251			
تحول در شاخص ترافیکی شبکه ^۱	P:066	تحوالات کمی و اطلاعاتی	کمی و اطلاعاتی	
افزایش سهم سرمایه‌گذاری زیرساختی ^۱	P:068			
افزایش ظرفیت‌های قدرت نرم ^۲	P:071			
لزوم سرمایه‌گذاری هدفمند ^۱	P:003			
فضای مجازی به عنوان یک قدرت نرم در عرصه اقتصاد و سیاست ^۱	P:082	فعالیت در فضای مجازی	چرخه فعالیت فرهنگی	
اثربخشی فضای مجازی بر ابعاد فرهنگی و اجتماعی در	P:018			

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه

عرصه ملی و بین‌المللی ^۱				
اثربخشی فضای مجازی در زندگی فردی و اجتماعی ^۳	P:002			
توسعه محتوای بومی در فضای مجازی ^۵	P:061			
استفاده از فضای مجازی برای پخش معارف و مفاهیم اسلامی ^۶	P:164			
فعالیت رسانه اینترنتی در تأثیرگذاری بر ذهن و رفتار ملت ایران ^۵	P:212			
فضای مجازی ابزاری برای نفوذ فرهنگی و سلطه فرهنگی ^۲	P:181			
استفاده دشمن از فضای مجازی در برابر هویت و تهاجم فرهنگ ^۳	P:251			

۱. بیانات در دیدار اقشار مختلف مردم، ۹۷/۰۵/۲۲

۲. استفتائات رهبری، ۹۸/۰۲/۱۰

۳. بیانات در دیدار دانش‌آموزان و دانشجویان به مناسبت روز ملی مبارزه با استکبار جهانی،

۹۷/۰۸/۱۲

ناتوی فرهنگی از طریق فضای مجازی ^۶	P:265			
فضای مجازی عرصه‌ای برای تعامل با گروه‌های فرهنگی ^۴	P:120			
قرار دادن اسناد متقن و جهت دهنده در فضای مجازی ^۱	P:160			
استفاده از فرصت‌های فضای مجازی برای ترویج مفاهیم اسلامی ^۲	P:207			
فضای مجازی ابزار تسهیل کننده تبلیغ ^۱	P:175	بررسی نتایج، پیامدها و فرصت‌های فضای مجازی	نتایج و پیامدها	
رونق اقتصاد محتوا و خدمات فضای مجازی	P:056			
برخوررداری از ابتکار عمل و قدرت تعامل در عرصه فضای مجازی ^۲	P:036			
فضای مجازی را ابزاری برای مهندسی اطلاعات ^۳	P:147			

۱. بیانات در همایش ده‌ها هزار نفری «خدمت بسیجیان» در ورزشگاه آزادی، ۹۷/۰۷/۱۲

۲. بیانات در دیدار اعضای مجلس خبرگان رهبری، ۹۷/۱۲/۲۳

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه

استفاده از ظرفیت پیام‌رسانی فضای مجازی سطح فراملی	P:177			
بهبود شرایط کسب و کار فناوری‌های مجازی	P:054			
تولید کالای فرهنگی در فضای مجازی ^۱	P:216			
صیانت مردم از آسیب‌های فضای مجازی ^۴	P:008	ملاحظات اجرایی اعتبارسنجی	الزامات و ملاحظات طراحی و استقرار رویه‌ای	رویه‌های اعتبارسنجی
رصد وضعیت جاری فضای مجازی ^۳	P:031			
نظارت مستمر و مؤثر مرکز ملی فضای مجازی بر شبکه ملی اطلاعات ^۴	P:043			
حفظ حریم خصوصی آحاد جامعه ^۴	P:044			
اشراف کامل بر فضای مجازی در سطح داخل ^۲	P:012			
اشراف کامل بر فضای	P:013	مراحل اعتبارسنجی	الزامات و ملاحظات فرآیندها و	

۱. حکم انتصاب ریاست سازمان تبلیغات اسلامی، ۹۷/۰۵/۲۸

۲. بیانات در دیدار با رئیس مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی، ۹۰/۱۲/۲۶

مجازی در سطح بین‌المللی ^۳		مراحل اعتبارسنجی	
مواجهه فعال با تحولات حوزه فضای مجازی ^۳	P:014		
پیگیری فضای مجازی از حیث سخت‌افزاری، نرم‌افزاری و محتوایی ^۱	P:016		
تربیت سرمایه انسانی متعهد و متخصص سخت‌افزاری و نرم‌افزاری فضای مجازی ^۴	P:039		

بر اساس این مدل استانداردها و رویه‌ها که اساس اعتبارسنجی هستند، مشخص گردید و بر اساس ملاحظات اساسی که در حوزه اجرا و پیاده‌سازی لازم است می‌بایست عملیاتی گردد.

در حقیقت استانداردهای حداقلی لازم برای اعتبارسنجی یک مجموعه مردم نهاد فضای مجازی لازم است عبارت است از:

- دارای مرجعیت فکری و نظری
- دارای چشم‌انداز و نقشه راه هدفمند
- سازماندهی و ساختار تشکیلاتی
- داشتن کادر اجرایی و مدیریتی متخصص، ممحض و زبده
- مدیریت مالی و اقتصادی مناسب و کارآمد در راستای خودکفایی و استقلال مالی
- نیازسنجی
- محتوا گزینی

۱. بیانات در دیدار با اعضای شورای عالی فضای مجازی، ۹۴/۰۶/۱۶

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه

- قالب‌گزینی و ترویج
 - سنجش خروجی و نتیجه
- رویه‌های اعتبارسنجی مجموعه‌های مردم‌نهاد فضای مجازی هم عبارت خواهند بود:
- خودارزیابی
 - بازدید از موسسه
 - پاسخ موسسه به گزارش بازدید
 - اعلام نظر نهایی داوران و نخبگان مجازی به مجریان



تصویر ۱. مدل اعتبارسنجی مؤسسات مردم‌نهاد فعال در فضای مجازی بر اساس ابر خط‌مشی مقام معظم رهبری

۴. نتیجه‌گیری و جمع‌بندی

۴-۱. استانداردهای محتوایی نظام اعتبارسنجی مؤسسات مردم‌نهاد

استانداردهای اعتبارسنجی، چارچوبی را برای هدایت خودارزیابی مؤسسه‌ای، بازدید از محل و همین‌طور عملکرد کمیسیون اعتبارسنجی فراهم می‌کند. رویکرد کمی و اطلاعاتی، رویکرد الگوی جامع یا ویژگی‌های عملکرد مطلوب، رویکرد تأکید بر نتایج، رویکرد تأکید بر فرآیند و رویکرد ترکیبی از رویکردهای قبل از جمله این رویکردهای تعیین استانداردهای اعتبارسنجی بوده‌اند.

حال برای دستیابی به استانداردهای اعتبارسنجی مؤسسات مردم‌نهاد فرهنگی در خودارزیابی مؤسسه‌ای، بازدید از محل و همین‌طور عملکرد کمیسیون اعتبارسنجی، باید اصول و سیاست‌هایی را داشت تا بر این اساس استانداردها تنظیم گردند. در حقیقت این اصول و سیاست‌ها ما را به رویکرد مختار در تعیین استانداردهای اعتبارسنجی رهنمون می‌نمایند و خطوط اصلی برای تعیین استانداردها را مشخص می‌نمایند. ترکیب این رویکردها ما را به استانداردهای مطلوب مدل راهنمایی خواهند کرد. به عبارتی، تجمیع اصولی و منطقی از این استانداردها ما را به استانداردهای مطلوب هدایت خواهد کرد.

در حقیقت فهم این نکته که الگوی جامع و یا مدل مطلوب یک مؤسسه مردم‌نهاد فرهنگی در حوزه فضای مجازی چیست، خیلی از استانداردهای لازم جهت اعتبارسنجی را در اختیار ما قرار می‌دهد و لحاظ استانداردهای مدل مطلوب در اعتبارسنجی، به جهت‌دهی و هدایت مجموعه‌ها به سمت الگوی مطلوب کمک می‌نماید. به عبارتی این‌گونه استانداردها نقش هادی و هدایتی برای مجموعه‌های مردم‌نهاد در حوزه فضای مجازی را دارد و با عنایت به این استانداردها خودبه‌خود مجموعه‌های مردم‌نهاد در حوزه فضای مجازی به سوی وضع مطلوب حرکت خواهند کرد. البته این نکته نیز حائز اهمیت است که با استانداردهای وضع مطلوب نیز می‌توان نگاه تشکیکی داشت و با توجه به این که اعتبارسنجی به گونه‌ای باشد که رقابت برای خوب شدن ایجاد کند، استانداردهای پله‌ای گذاشتن یک اصل اساسی است و لذا است که توجه به این نکته ما را به ملاحظه‌ای اساسی دیگری رهنمون می‌کند و آن بحث چرخه رشد و استقرار نظام اعتبارسنجی است، که در ادامه به آن اشاره خواهد گردید.

در واقع استانداردهای اعتبارسنجی مجموعه مردم‌نهاد در حوزه فضای مجازی را به

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه.....

سمت کارایی و اثربخشی بیشتر رهنمون می‌نماید و البته بیش از کارایی به اثربخشی آن توجه می‌شود. لذا اگر بخواهیم بگوییم الگوی مطلوب یک مجموعه مردم‌نهاد در فضای مجازی چیست؟ این‌گونه می‌توان گفت که هم مؤلفه‌های کارایی را داشته باشد و هم مؤلفه‌های اثربخشی. بنابراین این استانداردها با رعایت این نکته که باید حداقلی هم باشند، نیاز به مدون شدن دارد.

استانداردهایی که در حوزه کارایی تدوین می‌گردند بیشتر ناظر به ابزارها، قالب‌ها و به‌طور کلی مباحث فنی و اصولی در فضای مجازی و هم‌چنین مباحث اصیل ساختاری و تشکیلاتی مجموعه است.

استانداردهایی که در حوزه اثربخشی تدوین می‌گردد بیشتر ناظر به رضایت مخاطبان، رضایت تولیدکنندگان و هم‌چنین میزان تغییر رفتاری که در مخاطبان گذاشته می‌شود، تعیین می‌گردد. همان‌گونه که بیان گردید شاید اثربخشی از کارایی هم مهم‌تر باشد و نیاز است تمرکز جدی‌تری بر این حوزه انجام گردد.

طبق مطالعه اسنادی و مصاحبه با نخبگان و اثرگذاران حوزه فضای مجازی استانداردها به سه بخش کلی به شرح معیارهای اصلی و معیارهای جزئی احصاء گردیدند:

۴-۱-۱. مؤلفه‌های فکری و نظری (عمومی)

این مؤلفه به سه معیار اصلی دارای مرجعیت فکری و نظری، دارا بودن مبانی فکری و نظری مطمئن و فرهنگ حاکم بر تشکیلات و فعالیت تقسیم می‌گردد. مجموعه‌هایی که دارای مبانی نظری صحیحی نیستند، در طول زمان دچار انحرافات فکری یا عملی شدیدی می‌گردند. مجموعه‌هایی که به‌شدت عملگرا باشند و دارای مبانی نظری صحیح نیستند، از نمونه مجموعه‌های پرآسیب می‌باشند^۱.

۴-۱-۲. مؤلفه‌های تشکیلاتی و مدیریتی (اختصاصی)

مؤلفه‌های تشکیلاتی و مدیریتی به چند معیار اصلی دارای چشم‌انداز و نقشه راه هدفمند (شامل سیاست‌های کلان و برنامه‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت) و سازماندهی و ساختار تشکیلاتی و داشتن کادر اجرایی و مدیریتی متخصص، محض و زبده و

۱. مصاحبه به آقای مشکینی

مدیریت مالی و اقتصادی مناسب و کارآمد در راستای خودکفایی و استقلال مالی تقسیم می‌گردد و هر کدام معیارهای جزئی خودشان را دارا هستند.

مجموعه‌های که دارای چشم‌انداز و نقشه راه هدفمند نیستند، سریع دچار روزمرگی شده و مرگشان سریع‌تر فرا می‌رسد.^۱

در سازماندهی و ساختار تشکیلاتی یک مجموعه موفق سه مؤلفه مهم است:

- هر فرد بایست نسبت به موقعیت و جایگاه خود آگاه باشند و «بداند» فعالیت او چه تأثیری بر تحقق هدف کل سازمان خواهد داشت تا با تلاش بیشتر وظایف خود را انجام دهد.

- باید مشخص شود هر فرد به چه کسی «پاسخگو» خواهد بود.

- «روابط افراد با یکدیگر» می‌بایست مشخص شود.

دو ارزش اساسی در ارزیابی سازماندهی برای مجموعه مردم نهاد فضای مجازی عبارتند از: «ساختاری سبک و کارآمد» به گونه‌ای که در سریع‌ترین زمان و با کمترین هزینه نیازها برآورده گردد و دوم، «ساختار قابل انعطاف»؛ نباید نظم خشک و انعطاف ناپذیر موجب تغییر هویت سازمان و تشکیلات شود. بلکه باید توجه داشت که سازماندهی صرفاً ابزاری برای ایجاد نظم و هماهنگی است و خودش هدف نیست. لذا ملاک ارزش‌گذاری برگرفته از این دو اصل می‌باشد.

هم‌چنین در حوزه داشتن کادر ممحض، زبده و متخصص یک عنصر بسیار مهم است. این که نیرو دانش و تخصص لازم به همراه توان اجرایی و جریان‌سازی و هم‌چنین تعهد در حوزه فضای مجازی را دارا باشد، یکی از ضروری‌ترین استانداردهای لازم است. و اگر مجموعه به رشد و تربیت نیروی خلاق و کارآمد، عنایتی نداشته باشد، این مجموعه رو به افول خواهد رفت.

به خصوص در مجموعه‌هایی که افراد با اهداف خیرخواهانه مشغول به فعالیت هستند، اگر مسئله رشد تخصصی رشد فرد مد نظر قرار نگیرد، افراد انگیزه‌های خود را به مرور از دست خواهند داد.^۲

^۱ . مصاحبه با آقای نیک منش

^۲ . مصاحبه با آقای لطفی

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه

در حوزه مدیریت منابع مالی و ویژگی‌های سخت‌افزاری و فناوریانه، از آن حیث که در سازمان‌های اقتصادی اهمیت بالایی دارند، در رابطه با مجموعه‌های فرهنگی مردم نهاد فضای مجازی مطرح نیستند. اما این مسئله از منظر استقلال مالی و لزوم روی پای خود ایستادن مجموعه‌ها مورد توجه قرار گیرد، مساله مهم می‌شود.

آن مجموعه‌هایی که صرفاً با تکیه بر یک منبع مالی متزلزل شروع به یک حرکت فرهنگی نموده‌اند، که عموماً منابع حاکمیتی از این نوع‌اند، با قطع جریان یا به کلی منحل شده و یا با افت شدید فعالیت‌هایشان و تبعات بعدی آن روبرو شده‌اند.

یکی از مسائل همیشه مغفول از سوی نهادهای هدایت‌گر و سازمان دهنده شکل‌های فرهنگی مردمی، همین مساله‌ی توانمندسازی مجموعه‌ها در امور مالی و کمک به استقلال آن‌ها می‌باشد. در حالی که ارزش یک مجموعه که با تکیه بر تلاش خود و به حد بضاعت مشغول به فعالیت فرهنگی است به مراتب بیشتر از مجموعه ایست که با تکیه بر بودجه دولتی و حاکمیتی دست به فعالیت‌های بسیار گسترده می‌زند.

۴-۱-۳. مؤلفه‌های تخصصی فضای مجازی

مؤلفه‌های تخصصی در فضای مجازی را به چند بخش ذیل می‌توان جزئی‌تر نمود:

در حوزه فضای مجازی بسیار نیاز است که نیازسنجی و هدف‌گذاری نمود. نیازسنجی از مخاطب روح یک فعالیت است. اگر محصول یا خروجی بر اساس نیاز مخاطب نباشد، لذا محصول اثربخشی لازم را نخواهد داشت. نیازسنجی را به دو بخش کلی نیازسنجی محیطی و نیازسنجی مخاطبی می‌توان تقسیم کرد. منظور از نیازسنجی محیطی، ارزیابی هر گونه تحلیل و اولویت‌گذاری نسبت به اقصانات و نیازهای محیط شهری، ملی، بین‌المللی، تشکلی و توان مجموعه می‌باشد.

در محتوا گزینی، ارزش محوری در این بخش هماهنگی محتوا با نیاز، سلیقه و بوم مخاطب می‌باشد. در واقع هر عامل فرهنگی با توجه به ادراک خود از ویژگی‌هایی که در مخاطبش سراغ دارد و با توجه به نیازی که در او مشاهده می‌کند، هدفی را برمی‌گزیند و دست به انتخاب یک محتوای متناسب با آن هدف می‌زند. به هر حال کسی در تولید و ارائه یک فعالیت مخاطب‌سنجی آگاهانه یا غیر آگاهانه داشته است و بر این اساس به ادراکی از مخاطب خود رسیده است. این عمل می‌تواند با خودآگاهی کم و یا با خودآگاهی بالا انجام پذیرد اما نمی‌توان به کلی منکر وجود آن شد. هر چه

سعی بیشتری بر ارائه محتوایی نو و نوآورانه به مخاطب وجود داشته باشد احتمالاً جذابیت و اثرگذاری بیشتری به همراه خواهد داشت.

در قالب‌گزینی هماهنگی و تناسب قالب با نیاز و سلیقه و بوم مخاطب بسیار مهم است. در صورت عدم تناسب قالب با نیاز و سطح ادراک او و سلیقه و ارزش‌های بومی برخاسته از اقلیمی که در آن رشد یافته است، نه تنها اثر جذابیتهای برای او نخواهد داشت بلکه ممکن است تأثیرات منفی به همراه داشته باشد. لذا توجه به جذابیت بصری و به کارگیری منظم دقائق و ظرائف فرهنگی و رعایت پارامترهای هنری و تناسب قالب منتخب برای قالب محتوای مورد نظر بسیار مهم و اثرگذار می‌باشد.

در بحث ترویج به نحوه اجرا و پیاده‌سازی آن قالب و انواع تلاش‌های صورت گرفته برای رساندن فعالیت یا محصول به مخاطب می‌باشد؛ به معنای دقیق‌تر، ارزیابی نحوه‌ی ترویج و اشاعه‌ی فعالیت و محصول مورد توجه قرار می‌گیرد.

بر اساس منطق فرآیندی در ارزیابی یک مجموعه مردم‌نهاد فرهنگی در فضای مجازی، بخشی تحت عنوان سنجش خروجی وجود دارد. در این بخش هر تلاش هدفمندی که در مجموعه شکل گرفته تا محصول یا فعالیت نهایی تولید و انجام شود، مدنظر سنجش قرار می‌گیرد. در یک نگاه فرآیندی خروجی، نتیجه و اثر بسیار مهم است. حال برای سنجش خروجی فعالیت می‌توان بر اساس همان ملاک‌های محتوا و انتخاب قالب بخش اعظم خروجی را سنجید. در بخش نتیجه عمده نگاه‌ها معطوف به میزان رضایت مخاطبان قرار می‌گیرد و به لحاظ کارایی عنصر میزان مصرف بهینه در استفاده از منابع و میزان تحقق اهداف و برنامه را مورد سنجش قرار داد. البته سنجش اثر بسیار سخت و نیاز به روش‌های پژوهشی عمیقی است. شناسایی رهاورد به هیچ وجه کار آسانی نبوده و در علوم اجتماعی سال‌هاست که تلاش‌های زیادی برای آن انجام می‌شود.

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه.....

جدول ۳. معیارهای اصلی و جزئی استانداردها

مؤلفه	معیار اصلی	معیار جزئی
مؤلفه‌های فکری و نظری (عمومی)	دارای مرجعیت فکری و نظری	توان ایجاد گفتمان در جبهه فرهنگی انقلاب از طریق پژوهش و تولید علم و یا اقدام و اثر برتر و عمیق فرهنگی
		گستره جغرافیایی نفوذ گفتمانی در جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی
مؤلفه‌های تشکیلاتی و مدیریتی (اختصاصی)	دارای چشم‌انداز و نقشه راه هدفمند(شامل سیاست‌های کلان و برنامه‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت)	مبتنی بر اوامر فرماندهی کل قوای فرهنگی
		مبتنی بر اصول و مبانی شریعت و انقلاب اسلامی
		دارای سیاست‌های توسعه تشکیلاتی و منابع انسانی
		توجه به سیاست‌های کلان فضای مجازی
دارای چشم‌انداز و نقشه راه هدفمند(شامل سیاست‌های کلان و برنامه‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت)	سازماندهی و ساختار تشکیلاتی	آگاهی هر فرد نسبت به جایگاه خود و این که بداند فعالیت او چه تأثیری بر تحقق هدف کل سازمان خواهد داشت
		مشخص بودن پاسخگویی هر فرد به چه کسی
		مشخص بودن روابط بین

افراد		
ساختار قابل انعطاف		
ساختاری سبک و کارآمد		
دانش و تخصص نیروها در فضای مجازی	داشتن کادر اجرایی و مدیریتی متخصص، ممحض و زبده	
تعهد تشکیلاتی کادر اجرایی		
توان اجرایی و جریان سازی در فضای مجازی		
رشد و تربیت نیروی خلاق و کارآمد		
تأمین درآمد از منابع دولتی	مدیریت مالی و اقتصادی مناسب و کارآمد در راستای خودکفایی و استقلال مالی	
تأمین درآمد از طریق فعالیت اقتصادی جانبی		
کسب درآمد از طریق فروش محصول یا عرضه خدمات فرهنگی		
نیازسنجی مخاطبی و شناخت مخاطب	نیازسنجی	مؤلفه‌های تخصصی فضای مجازی
نیازسنجی محیطی		
اعتبار علمی و تازگی و صحت علمی محتوا	محتوا گزینی	
نوآورانه بودن محتوا		
تناسب محتوا با سلیقه، سن، بوم و ... مخاطب		
انتخاب قالب و ابعاد زیبایی شناسانه	قالب گزینی و ترویج	

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه

جذابیت بصری و به کارگیری دقایق و ظرائف فرهنگی و رعایت پارامترهای هنری		
تناسب قالب منتخب برای انتقال محتوای مورد نظر		
دارا بودن مکانیسم سنجش خروجی و برنامه‌ها	سنجش خروجی و نتیجه	
میزان مصرف بهینه در استفاده از منابع		
میزان رضایت‌مندی مخاطبان		
میزان تحقق اهداف و برنامه‌ها		

برای تدوین استانداردهای اعتبارسنجی ملاحظاتی را می‌بایست در نظر داشت که عبارت‌اند از:

- استانداردهای اعتبارسنجی می‌بایست بیشتر جنبه هدایتی و ارتقایی داشته باشد. لذا جریان‌سازی و گفتمان‌سازی این استانداردها برای هدایت مجموعه‌های مردمی فرهنگی انقلاب اسلامی برای حرکت در جهت مطلوب بسیار مهم است.
- در راستای ایجاد رقابت صحیح و هم‌چنین هدایت اثربخش، در حوزه استانداردهای اعتبارسنجی می‌بایست چرخه رشد و سطح‌بندی مناسب استانداردها را تعریف نمود. در نظر گرفتن اقتضائات فرهنگی و بومی، سابقه‌های تشکیلاتی و ... از جمله عواملی است که در سطح‌بندی استانداردها و چرخه رشد استانداردها می‌توان مؤثر باشد. نکته قابل‌ملاحظه این است که سنجش اولیه همه مجموعه‌ها با تمام استانداردهای وضع مطلوب و ایده‌آل موجب ناامیدی بسیاری از مجموعه‌ها می‌گردد. چرا که تفاوت سطوح میان مجموعه‌ها بسیار زیاد است. لذا سطح‌بندی نمودن استانداردهای اعتبارسنجی بسیار

ضروری است. لذا به این نتیجه می‌رسیم که می‌بایست چرخه رشدی برای استانداردهای اعتبارسنجی تدوین نمود تا ضمن این چرخه رشد مؤسسات نیز به سمت وضع مطلوب رشد نمایند.

- تدوین استانداردها باید به گونه‌ای باشد که سلیقه و اعمال نظر شخصی را کاهش دهد.
- با توجه به اینکه باید استانداردها و نمرات دقیق شوند به هر استاندارد با توجه به نظر خبرگان ضریبی داده شد و با توجه به اینکه در نظام اعتبارسنجی صرفاً رد و تأیید داریم به مجموعه‌هایی که عدد ۶۰ و بالاتر بگیرند تأیید و به مجموعه‌های که کمتر از ۶۰ بگیرند عدم تأیید اعلام می‌گردد.

جدول ۴. جدول نمره دهی و آزمون اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی

ردیف	شاخص‌های عمومی و کلی	نمره (۰ تا ۲۰)	ضریب	ملاحظات
۱	مرجعیت فکری و منطقی		۵	
۲	دارا بودن مبانی فکری و نظری مطمئن		۵	
۳	دارای چشم‌انداز و نقشه راه هدفمند		۵	
۴	کادر اجرایی متخصص		۳	
۵	توانمندی در اثرگذاری عمیق (عالم به مخاطب شناسی، توانمند در اثرگذاری و جهت‌دهی الگوی رفتاری مخاطبین و تعدد و ماندگاری ایشان)		۳	
۶	مدیریت مالی و اقتصادی برنامه یا موسسه		۲	
۷	خلاقیت و نوآوری در ایجاد اثر و انجام فعالیت با توجه به رصد فرهنگی و ناظر به پرکردن خلاءهای فرهنگی و تقویت فعالیت‌های معمول		۳	
۸	جذابیت بصری و به کارگیری منظم دقایق و ظرائف فرهنگی و رعایت پارامترهای هنری (زیباشناسی و قالب)		۳	
۹	خروجی پرتکرار و مستمر		۳	

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه

۴-۲. رویه‌های اعتبارسنجی مؤسسات مردم‌نهاد فرهنگی

همان‌طور که بیان گردید، اعتبارسنجی دارای دو بعد اساسی استانداردها و رویه‌ها است. رویه‌ها شامل شیوه‌ها، ابزارها فرآیندها و مراحل اعتبارسنجی می‌باشد. رویه‌ها در اعتبارسنجی دارای روح مشترکی هستند و به عبارتی دیگر مراحل مشترکی دارند و مجموعه‌های اعتبارسنج این مراحل مشترک را انجام می‌دهند ولی هر مجموعه اعتبارسنج علاوه بر پیروی از این الگوی مشترک، رویه‌های مختص خودشان را دارند و متناسب با حوزه فعالیت یا اقتضائات بومی رویه‌های خاصی هم دارند. رویه‌های اعتبارسنجی از استانداردهای اعتبارسنجی گاهی مهم‌تر می‌شوند. چون که حتی اگر بهترین استانداردهای دقیق و کامل و اساسی هم انتخاب گردند، اما دقت لازم در توجیه و تبیین و اقیاع‌سازی نسبت به اعتبارسنجی و اهداف آن نگردد و یا این که در اجرای آن ملاحظات اجرایی و فرآیندی آن لحاظ نگردد، این فعالیت شکست خواهد خورد و حتی موجب ایجاد بی‌اعتمادی و عدم مقبولیت می‌گردد. لذاست که دقت به این حساسیت‌ها و توجه به نکات ریز و عملیاتی رویه‌ها، از عوامل اصلی در ثمربخش بودن اعتبارسنجی مؤسسات مردم‌نهاد فرهنگی خواهد بود.

۴-۳. الزامات و ملاحظات طراحی و استقرار رویه‌ای نظام اعتبارسنجی:

الف: برگزاری سراسری و ملی طرح اعتبارسنجی

ملی برگزار شدن طرح در نسبت با استانی یا منطقه‌ای بودن مزیت‌هایی دارد و معمولاً نسبت به طرح‌های ملی فاخر گارد کمتری وجود دارد و اطلاع‌رسانی‌ها و هماهنگی‌ها و ظرفیت‌ها و امکانات بیشتری می‌توان جهت این امر گسیل نمود. علاوه بر این فراگیری طرح خودبه‌خود به اعتبار و تمکین اولیه از این طرح کمک می‌نماید و هم‌چنین در نگاهی دیگر، وحدت رویه در پیاده‌سازی و اجرا، از خیلی اختلاف سلیقه‌ها و ناهمگونی‌ها جلوگیری می‌نماید.

ب: عدم وابستگی مستقیم مجموعه اعتبارسنج به نهادهای دولتی

پشتیبانی مالی در عین استقلال و شکل‌گیری تدریجی از پایین به بالا در استقرار صحیح و کامل نظام اعتبارسنجی کمک می‌نماید. وابستگی مستقیم به ارگان یا نهاد دولتی، این فعالیت را از ماهیت مردمی خودش دور می‌نماید و معمولاً با تغییر دولت‌ها به‌خصوص، این کار متغیر می‌گردد.

ج: بهره‌گیری از مجریان اصلی و حلقه اول مورد اعتماد

در صورتی که بتوان اعضای حلقه اول و مجریان اصلی این طرح را از نخبگان چهره، شاخص، مورد وثوق، قابل اعتماد و دارای سوابق اثرگذار و مطلوب در جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی بهره برد، می‌توان از برخی اختلافات جلوگیری نمود. شاید اگر افراد هماهنگ و منسجم را از طیف‌ها و سلاقیق مختلف در جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی در حلقه اول تحت عناوین چون شورای راهبردی، شورای مشورتی و عناوینی هم‌چینی جهت جلب اعتماد بدنه جبهه مناسب باشد.

د: مقدمه‌سازی جهت قانونی شدن و حمایت مادی از مؤسسات

در صورتی که بتوان تمهیدی ایجاد کرد که طرح اعتبارسنجی مقدمه‌ای برای قانونی شدن مؤسسات مردم‌نهاد فرهنگی باشد و حمایت‌های مادی و زیرساختی از مجرای این طرح صورت پذیرد، بالتبع پایداری این طرح بیشتر خواهد شد. لذا از امتیازات شرکت در این طرح می‌توان تسهیل در ثبت این مؤسسات، ارائه خدمات حمایتی ویژه فعالان فرهنگی، پشتیبانی مادی و زیرساختی از طرح‌ها و فعالیت‌های فاخر مؤسسات برتر و ... قرارداد.

ه: تبلیغ، اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی اعتبارسنجی در میان مؤسسات

تبلیغات و اطلاع‌رسانی صحیح، جذاب، خلاق، فراگیر، جدید و ابزارهای جذاب در استقبال و جذب جامعه هدف مؤثر خواهد بود. در تبلیغات و اطلاع‌رسانی اگر تصویر مطلوب از چرایی، چیستی و چگونگی اعتبارسنجی بیان گردد و تبیین و توجیه مناسب صورت گیرد، در اقبال این کار مؤثر خواهد بود. به عبارتی دیگر تبلیغ بد خود مایه به سرانجام نرسیدن این فعالیت خواهد بود.

و: استفاده از روش‌های اجرایی مؤثر

استفاده از روش‌هایی که ویژگی‌های رقابتی، قابلیت دسترسی عموم جامعه هدف و تعارف و تضایف بیشتر فعالیت‌های مجموعه‌های فرهنگی مردمی، رعایت اصل سادگی و روحیه مردمی و جهادی را با خود همراه داشته باشد، با استقبال بیشتری روبه‌رو خواهد شد. به‌ویژه اگر به توان از روش‌های غیرصریح مبنی بر ارزیابی استفاده نمود، مفیدتر خواهد بود.

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه.....

ز: دعوت ویژه از مؤسسات چهره

طبیعی است که به خاطر گرفتاری‌ها و یا دلایلی دیگر برخی از مؤسسات چهره علاقه چندانی به شرکت در این طرح را نداشته باشند. لذا دعوت مکتوب یا حضوری یا تلفنی از مسئولین چهره توسط افراد سرشناس و یا مسئول تأثیر بسزایی در حضور و شرکت این مؤسسات خواهد داشت. حضور این مؤسسات علاوه بر این که مشوقی برای شرکت دیگر مؤسسات جهت آشنایی با فعالیت‌ها و تجربیات مؤسسات برتر می‌باشد، موجب رونق و فراگیری بیشتر نیز خواهد شد.

ح: استفاده از انگیزاننده‌ها یا مشوق‌های محرک

اضافه کردن برخی انگیزاننده‌ها یا مشوق‌های متناسب با روحیه فعالان فرهنگی و جبهه فرهنگی مردمی در مقبولیت بیشتر این فعالیت تأثیرگذار می‌باشد. از جمله این مشوق‌ها می‌توان به اهداء جوایز یا امتیازاتی برای برترین‌ها همچون جوایزی از سوی رهبری یا بازدید ایشان از مجموعه فعالیت‌های برترین‌ها یا سفرهای مذهبی نام برد

ط: دریافت پیام یا مصاحبه از نخبگان فکری و اجرایی انقلاب اسلامی

دریافت پیام یا مصاحبه درباره طرح از نخبگان فکری و اجرایی عرصه جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی حجیت آور و مشروعیت دهنده به حضور و شرکت در طرح می‌تواند باشد.

ی: بهره‌گیری از ابزارهای نوین و مؤثر در طرح

۴-۴. الزامات و ملاحظات فرآیندها و مراحل اعتبارسنجی:

الف: خودارزیابی مؤسسات مردم‌نهاد فرهنگی: اولین گام از اعتبارسنجی تکمیل فرم خودارزیابی است. فرم خودارزیابی مطابق با استانداردهای تعریف‌شده، طراحی می‌گردد و استانداردهایی را که می‌توان در قالب فرم احصاء نمود، از طریق فرم خودارزیابی مطرح می‌نمایند. فرم خودارزیابی می‌بایست دارای شرایط ذیل باشد:

- ساده و قابل فهم برای عموم جامعه مخاطب
- تا حد ممکن فرم مختصر و کوتاه
- اجتناب از پرداختن به دریافت اطلاعات و مسائل حساسیت‌زا در فرم اولیه
- تا حد ممکن سؤالات چندگزینه‌ای و سؤالات کوتاه جواب در ساختار جدول به‌جای درخواست توضیحات کلی و زیاد

- مشخص نمودن اطلاعات لازم و حتمی از اطلاعات غیر ضروری احساس مفید بودن

در این مرحله پس از تکمیل فرم خودارزیابی اطلاعات مورد تجزیه و تحلیل اولیه قرار می‌گیرند. از طریق برگزاری کارگاه‌های آموزشی به مؤسسات در اجرای یک فرآیند خودارزیابی مطلوب می‌توان یاری رساند. از این طریق می‌بایست مفهوم خودارزیابی مطلوب موسسه را فرهنگ‌سازی نمود و فرهنگ خودارزیابی مطلوب را جاری و ساری کرد.

ب: بازدید از موسسه: یک کمیته ارزشیابی، مؤسسه را بازدید می‌کند و آن را با توجه به اسناد به دست آمده مورد بررسی قرار می‌دهد. کمیته ارزشیابی گزارشی را تهیه می‌نماید و به مؤسسه و مجریان اعتبارسنجی ارائه می‌دهد. نکات مورد ملاحظه در این مرحله عبارتند از:

تیم‌های بازدید از مؤسسات، نیازمند آموزش و هماهنگی دارند. این تیم‌ها برای این که در روند اجرایی فعالیت دچار اشتباه نشوند و هم‌چنین وحدت رویه بین همه تیم‌ها حفظ گردد، می‌بایست تحت آموزش قرار گیرند.

ج: پاسخ مؤسسه به گزارش: مؤسسه با پذیرش یا اصلاح اشتباهات به‌طور رسمی به گزارش تیم پاسخ می‌دهد.

د: اعلام نظر مجریان اعتبارسنجی: مجریان اعتبارسنجی، خودارزیابی، گزارش کمیته ارزشیابی و پاسخ مؤسسه را بررسی می‌کند و با توجه به اسناد در مورد اعطاء، رد یا تأیید مجدد اعتبارسنجی تصمیم می‌گیرد.

انتخاب مجریان و داوران مورد وفاق جمعی: یکی از مواردی که موجب انسجام و مقبولیت اعتبارسنجی می‌گردد، استفاده از مجریان و داورانی که مورد وفاق جمع بیشتری از مؤسسات مردم‌نهاد جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی می‌باشد. لذا می‌بایست سعی گردد مجریان و داوران از میان سلايق مختلف انتخاب گردند.

طراحی مدل اعتبارسنجی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بر مبنای ابر خط مشی فضای مجازی از دیدگاه.....

منابع

- ابراهیم بای سلامی غلام، حیدر (۱۳۸۶). «فرهنگ و سیاست‌گذاری در ایران»، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دوره ۲، ماره ۵، بهار و تابستان، صص ۲۱۳-۲۳۴.
- خاشع، ش (۱۳۸۳)، نقش سازمان‌های غیر دولتی در پیشبرد اهداف توسعه هزاره سوم سیاری، مجید؛ سیاری، هادی و ابراهیمی، حسین (۱۳۸۵). اعتبار سنجی و ارزشیابی بیرونی در نظام آموزش عالی، تهران: مکتب ماهان.
- صادقی، محسن (۱۳۸۵). «تهدید و واگذاری فعالیت‌های فرهنگی به سازمان‌های مردم‌نهاد»، روابط فرهنگی، صص ۱۸-۲۳.
- عابدی جعفری، حسن؛ تسلیمی، محمد سعید؛ فقیهی، ابوالحسن و شیخ‌زاده، محمد (۱۳۹۰). «تحلیل مضمون و شبکه مضامین»، اندیشه مدیریت راهبردی، صص ۱۵۱-۱۹۸.
- علوی تبار، علیرضا (۱۳۷۳). «ملاحظات اساسی در سیاست‌گذاری فرهنگی ایران»، فصلنامه راهبرد، شماره ۳.
- کوهکن، علیرضا (۱۳۸۹). بررسی نقش و کارکردهای سازمان‌های غیر دولتی بین‌المللی، تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس.
- گلشن پڑوه، محمدرضا (۱۳۸۶). راهنمای سازمان‌های غیر دولتی، تهران: ابرار معاصر.
- مؤذن جامی، محمد هادی (۱۳۸۶). «نقش مشارکت مردمی در تقویت بنیه اجتماعی»، فصل‌نامه علوم اجتماعی، صص ۶۶-۱۰۷.
- نیاز آذری، کیومرث (۱۳۸۳). اعتبار سنجی و آموزش عالی از کلاسیک تا مجازی، تهران: فراشناختی اندیشه.
- یادگار زاده، غلامرضا و پرند، کوروش (۱۳۸۵). «اعتبار سنجی و تضمین کیفیت در نظام آموزش عالی سوئیس»، مدیریت فردا، شماره ۱۳ و ۱۴، بهار و تابستان، صص ۴۳-۵۳.
- Braun, V., & Clark, V (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research*, 77-110.
- Hughes, M., & Aville Kushner (2005). Evaluation of systems. *Encyclopedia of Evaluation*.
- Stufflebeam, D., & Shinkfield, A (2007). Evaluation theory model and application. *jossey-bass*.