



دو فصلنامه اختصاصی مطالعات فرهنگی «خط‌مشی‌گذاری در فرهنگ»
سال اول، شماره اول، پیاپی ۱، پاییز و زمستان ۱۴۰۳

صص ۶۸-۴۷؛ تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۲۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۱۱

ارائه الگوی جمع‌سپاری خط‌مشی‌های فرهنگی با رویکرد آینده‌نگر

محمد امینی^۱

چکیده

مشارکت مردم در فرآیندهای تصمیم‌گیری و اداره امور، همواره یکی از مهم‌ترین اصول در حکمرانی و تأمین مشروعیت حکومت‌ها بوده است. در دنیای پیچیده و چندبعدی امروز، مسائل و نیازهای اجتماعی و اقتصادی باعث شده تا دولت‌ها به مشارکت عمومی و بهره‌برداری از آراء و نظرات مردم برای حل مشکلات و ایجاد نوآوری نیاز بیشتری احساس کنند. به همین دلیل، در سال‌های اخیر مفهوم و رویکرد جمع‌سپاری در بسیاری از پژوهش‌ها و سازمان‌ها مورد توجه قرار گرفته است. این تحقیق به تحلیل و شناسایی عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی جمع‌سپاری در سیاست‌گذاری‌های فرهنگی با رویکرد آینده‌نگر پرداخته است. در این مطالعه، با استفاده از روش‌های اکتشافی و میدانی، به تحلیل محتوای کیفی و رگرسیون چندمتغیره پرداخته و عوامل مؤثر را در سه دسته اصلی «الزام‌آور»، «بسترساز» و «تسهیلگر» بررسی کرده‌ایم. نتایج نظرسنجی از خبرگان نیز به اعتبارسنجی و صحت‌گذاری مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌ها پرداخته است.

کلیدواژه‌ها: جمع‌سپاری، سیاست‌گذاری فرهنگی، رویکرد آینده‌نگر، سیاست‌گذاری فرهنگی، خط‌مشی‌گذاری.

^۱ - دکتری مدیریت دولتی، گرایش خط‌مشی‌گذاری عمومی، نویسنده مسئول.



۱. مقدمه

مشارکت مردمی در تصمیم‌گیری‌ها و امور کشور، به‌عنوان یک شاخص اصلی برای افزایش مشروعیت حکومت‌ها، همواره یکی از اصول بنیادین در حکمرانی بوده است. در عین حال، پیچیدگی روزافزون مسائل اجتماعی و نیازهای جدید باعث شده است تا دولت‌ها بیش از گذشته احساس کنند که نیازمند مشارکت فعال مردم برای حل مشکلات و افزایش نوآوری هستند (کارالایدیس و همکاران، ۲۰۱۲). در همین راستا، آن‌ها به دنبال راهکارهایی جدید و آنلاین برای جذب مشارکت عمومی و رفع کاستی‌های روش‌های پیشین هستند (برابهام، ۲۰۱۲). در گذشته، مدل مشارکت مردمی از طریق دموکراسی نمایندگی پیاده‌سازی می‌شد که در آن نمایندگان مردم با شناسایی مشکلات و نیازها، سیاست‌های عمومی را طراحی می‌کردند. تحقیق حاضر به دنبال ارائه مدل جمع‌سپاری برای سیاست‌گذاری‌های فرهنگی با رویکرد آینده‌نگر است.

در حوزه مدیریت عمومی، مشارکت مشورتی به مجموعه‌ای از فرآیندها اطلاق می‌شود که در آن اعضای جامعه برای تبادل نظر و تعامل سازنده با سیاست‌گذاران در خصوص مسائل عمومی دعوت می‌شوند. اگر این فرآیندها به‌درستی اجرا شوند، می‌توانند به حل مؤثر مشکلات پیچیده اجتماعی، اقتصادی و سیاسی کمک کنند (ناباتچی، ۲۰۱۴).

یکی از اصول بنیادین نظام جمهوری اسلامی ایران، تأکید بر مردم‌سالاری و مشارکت عمومی در امور کشور است که از همان ابتدای تأسیس حکومت به‌طور مستمر در سخنان امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری مطرح شده است. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در توضیح تفکر امام خمینی (ره) درباره تشکیل حکومت می‌فرماید: "از جمله اصول مطرح شده توسط امام، مردم‌سالاری بود؛ یعنی حاکمیت کشور باید در دست مردم باشد؛ مردم باید انتخاب کنند، مردم باید بخواهند، مردم باید اراده کنند" (بیانات در سالگرد ارتحال امام خمینی، ۱۳۹۶).

در این راستا، جمع‌سپاری به‌عنوان یکی از ابزارهای جلب مشارکت عمومی، به فرآیند همکاری گروهی از افراد در یک شبکه غیر سلسله‌مراتبی برای تولید ایده‌ها و حل مسائل اشاره دارد (کولم و شلدر، ۲۰۱۲). این فرآیند در اصل به برون‌سپاری یک فعالیت به جامعه یا گروهی از افراد خارج از سازمان از طریق یک فراخوان عمومی اطلاق می‌شود (هلستروم، ۲۰۱۵).



این پدیده برای نخستین بار توسط هاو در سال ۲۰۰۶ معرفی شد، و کارشناسان معتقدند که وب ۲.۰ منبع اصلی ظهور واژه جمع‌سپاری است (ماهیان و طباطبایی، ۱۳۹۲). هاو این پدیده را به‌عنوان انتقال یک فعالیت از کارمندان به گروهی وسیع از افراد خارج از سازمان از طریق فراخوان عمومی معرفی می‌کند (هاو، ۲۰۰۶).

در بسیاری از سیاست‌های حکومتی، مدیران به دنبال فرصت‌هایی هستند که از ظرفیت‌های جمعی بهره‌برداری کنند. جمع‌سپاری این امکان را فراهم می‌آورد که نظرات و ایده‌های بسیاری از افراد در یک جامعه جمع‌آوری شود و مسائل و مشکلات آن‌ها از طریق مشارکت عمومی حل شود. فرهنگ نیز به‌عنوان مجموعه‌ای از روابط و اطلاعات اجتماعی در نظر گرفته می‌شود که برای حفظ یا کسب موقعیت اجتماعی توسط افراد به کار می‌رود (صالحی، ۱۳۹۶).

ارتقای سرمایه‌های اجتماعی در جوامع شهری که بر مبنای پیوندهای اجتماعی و مشارکت‌های مدنی با اعتماد متقابل بنا شده، می‌تواند موجب پیشرفت، نوآوری و نشاط در جامعه شود. این شرایط باعث می‌شود که شهروندان به مسائل شهری و مشکلات آن توجه بیشتری داشته و نسبت به آن‌ها مسئولیت‌پذیر شوند. در این بستر، سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی از طریق افزایش مشارکت مردمی می‌توانند به تمرکز فرهنگی و ارتقاء همبستگی در جامعه کمک کنند. از این رو، سیاست‌گذاری فرهنگی با رویکرد جمع‌سپاری می‌تواند به‌عنوان یک ابزار برای توسعه الزامات، استراتژی‌ها، فرآیندها، ابزارها و اقدامات لازم جهت هم‌افزایی فرهنگی مورد استفاده قرار گیرد که سازمان‌ها قادر به پیاده‌سازی آن باشند.

با توجه به چالش‌ها و بحران‌های فرهنگی پیش‌رو در سال‌های آینده - از جمله تغییرات در سبک زندگی، تضادهای قومی و زبانی، فمینیسم، ظهور فناوری‌های نوین، فضای مجازی، افزایش جمعیت سالخورده، و ظهور ادیان نوپدید - ضروری است که تصویری مبتنی بر رویکرد جمع‌سپاری برای آینده شکل گیرد. این تصویر باید شامل سیاست‌ها و راهکارهایی باشد که به پیشگیری از چالش‌ها و بحران‌های احتمالی کمک کند. با توجه به واگرایی اجتماعی و تنوع سلیق در میان گروه‌های مختلف اجتماعی، باید تکنیک‌ها و ابزارهایی برای تقویت جمع‌سپاری و جلب مشارکت‌های مردمی در عرصه فرهنگی ایجاد شود تا از گسترش این چالش‌ها جلوگیری شود (راو و فریور، ۲۰۰۰). این ابزارها می‌تواند شامل نظرسنجی‌ها، بررسی گزارش‌های عمومی، تحلیل داده‌های مردمی، برگزاری جلسات



اجماع آرا و تشکیل کمیته‌های مردمی باشد که در راستای تقویت سیاست‌گذاری‌های فرهنگی مؤثر خواهند بود (راو و فریور، ۲۰۰۰؛ اندرسن، ۲۰۱۴).

در حوزه نظری، با وجود تحقیقات متعدد در زمینه جمع‌سپاری و مشارکت مردمی، تلاش‌های محدودی در رابطه با جمع‌سپاری سیاست‌های فرهنگی به‌منظور هم‌راستایی فرهنگ با اهداف استراتژیک سازمان‌ها انجام شده است (کاروالیکس و دالال، ۲۰۰۹). فوس و همکاران (۲۰۱۰) در تحقیقاتی که به بررسی ارتباط بین جمع‌سپاری و فناوری اطلاعات، مدیریت بحران و دیگر مسائل پرداخته‌اند، به شکاف‌های موجود در این حوزه اشاره کردند. همچنین کائو و زیانگ (۲۰۱۵) بیان می‌کنند که در زمینه جمع‌سپاری فرهنگی، تحقیقات کمی صورت گرفته است. اگرچه تحقیقات موجود بر اهمیت مشارکت مردمی در حوزه فرهنگ تأکید دارند، اما هنوز اقداماتی مؤثر برای بهبود این مشارکت‌ها انجام نشده است و سیاست‌گذاری فرهنگی با رویکرد جمع‌سپاری هنوز به طور کامل مورد توجه قرار نگرفته است؛ بنابراین، این تحقیق از اهمیت و ضرورت زیادی برخوردار است (پمسل و همکاران، ۲۰۱۴).

از منظر کاربردی، طبق نظر محققان، مشکلات موجود در سیاست‌گذاری فرهنگی کشور به دلیل نبود ساختار مناسب در این زمینه است؛ لذا ایجاد ساختارهایی کارآمد که بتواند این مشکلات را حل کند، امری ضروری است. این تحقیق قصد دارد مدل جمع‌سپاری برای سیاست‌های فرهنگی با رویکرد آینده‌نگر را شناسایی و طراحی کند و هدف آن ارائه الگویی برای این سیاست‌ها، به‌ویژه با تأکید بر سازمان‌های فرهنگی و هنری شهرداری تهران است.

۲. مبانی نظری و پیشینه تحقیق

تعریف فرهنگ: در دائرةالمعارف فارسی آمده است که فرهنگ در انسان‌شناسی، به سبک زندگی و آداب و رسوم یک جامعه اطلاق می‌شود. این مفهوم به حدی اهمیت یافته که در علوم اجتماعی، ادبیات و حتی علوم زیستی نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. فرهنگ از نخستین روزهای پیدایش انسان، به‌عنوان عامل تمایز او از دیگر موجودات شناخته می‌شود و آداب، رسوم و اندیشه‌ها از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود که این انتقال بیشتر از طریق آموزش انجام می‌گیرد، نه وراثت (محمودی، ۱۳۸۶).



سطوح فرهنگ: در حوزه سازمان‌ها و مدیریت، فرهنگ در سطوح مختلف فراملی، ملی، قومی، عمومی، نهادی، حرفه‌ای، سازمانی و گروهی مورد بررسی قرار گرفته است. در زیر سطوح مختلف و تعاریف آن‌ها آورده شده است (راز پنهان، ۱۳۹۰: ۲۵).

جدول ۱- تعاریف سطوح مختلف فرهنگ (راز پنهان، ۱۳۹۰)

تعریف	سطح
هر نوع تفاوت فرهنگی که فراتر از مرزهای یک کشور یا ملت باشد. فرهنگ آسیایی فرهنگ غربی فرهنگ اسلامی فرهنگ فارس زبان‌ها	فراملی • فرهنگ منطقه‌ای • فرهنگ نژادی • فرهنگ مذهبی • فرهنگ زبانی
باورها، ارزش‌ها و الگوهای دیرپای رفتاری جمعی که به شهروندان یک کشور معین تعلق دارد.	فرهنگ ملی
فرهنگ قومیت‌های یک کشور همچون آذری‌ها، ترکمن‌ها و بلوچ‌ها	فرهنگ قومی
باورها، ارزش‌ها، رفتارها و نمادهای تسهیم شده بین شاغلان یک حرفه‌ی معین همچون پزشکان و معلمان	فرهنگ حرفه‌ای
مفروضات، باورها، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری و نمادهای تسهیم شده بین کارکنان سازمان	فرهنگ سازمانی
ارزش‌ها و الگوهای رفتاری تسهیم شده بین اعضای گروه	فرهنگ گروه

ارکان فرهنگ: عواملی که در شکل‌دهی فرهنگ جامعه تأثیرگذارند شامل مفاهیم، ساختارها و محصولات هستند. اطلاعات و آگاهی‌ها در یک جامعه، در تغییر یا ایجاد باورها، اخلاقیات و الگوهای رفتاری نقش مهمی ایفا می‌کنند (پیروزمند، ۱۳۸۳). علاوه بر این، محصولات فرهنگی و اقتصادی در شکل‌دهی تمایلات مردم و پذیرش الگوهای جدید تأثیر دارند، به‌ویژه در دنیای امروز که نقش محصولات در فرهنگ بیش از پیش نمایان است (پیروزمند، ۱۳۸۳: ۱۲۶).

تفاوت فرهنگ و تمدن: با وجود پیوندهای زیاد بین فرهنگ و تمدن، تفاوت‌هایی نیز میان این دو وجود دارد. تمدن بیشتر به جنبه‌های عملی و عینی زندگی انسان‌ها اشاره دارد، در حالی که فرهنگ جنبه‌های ذهنی و معنوی زندگی انسان‌ها را در بر می‌گیرد. تمدن بیشتر به نیازهای مادی انسان پرداخته و فرهنگ بیشتر به تکامل فردی و اجتماعی انسان توجه دارد (عیوضی، ۱۳۸۹: ۱۰۳).



۳. مفهوم سیاست‌گذاری عمومی

در رابطه با تعریف سیاست‌گذاری عمومی، تعاریف مختلفی از منابع گوناگون آمده است که هر یک از جنبه‌ای خاص به این پدیده پرداخته‌اند. در اینجا به طور مختصر برخی از این تعاریف را ذکر می‌کنیم:

کوچران (۱۹۹۵): سیاست‌گذاری عمومی به مجموعه فعالیت‌ها و مقاصد اطلاق می‌شود که حکومت برای دستیابی به اهداف خود به کار می‌برد (بریکلن، ۲۰۰۵: ۲۱). خط‌مشی دو ویژگی اساسی دارد:

الگوی عملی است که به صورت یک رویداد انتزاعی و مجرد نبوده، بلکه به طور عملی و در تعامل با جامعه شکل می‌گیرد.

اجتماعی بودن آن به این معناست که باید عوامل مختلفی را شناسایی کرده و انگیزه‌هایی برای اقدام جمعی ایجاد کند (الوانی و شریف‌زاده، ۱۳۷۹: ۷).

الوانی (۱۳۷۶): خط‌مشی‌های عمومی ناشی از تعاملات پیچیده و ائتلاف‌ها میان افراد و گروه‌های مختلف است که در فرآیندهای سیاسی و قدرت شکل می‌گیرد. به همین دلیل، در برخی مواقع خط‌مشی‌های اتخاذ شده با منطق علمی هم‌خوانی ندارد.

ایلوئیز مالون: سیاست‌گذاری عمومی مجموعه‌ای از برنامه‌های سیاسی است که برای رسیدن به اهداف اجتماعی طراحی و اجرا می‌شود (کوچران و مالون، ۱۹۹۵: ۱۱).

توماس دای: سیاست‌گذاری عمومی آن چیزی است که حکومت تصمیم می‌گیرد آن را انجام دهد یا کنار بگذارد (دای، ۲۰۰۲: ۱).

لاسول: یکی از بنیان‌گذاران رشته خط‌مشی‌گذاری، سه ویژگی اصلی برای این حوزه مطرح می‌کند:

چندرشته‌ای بودن: سیاست‌گذاری عمومی باید از محدودیت‌های ساختارهای سیاسی فراتر رود و به علوم مختلف مانند جامعه‌شناسی، حقوق، اقتصاد و روان‌شناسی مرتبط باشد.

راه‌حل‌یابی: این علم باید با مسائل واقعی و عملی جامعه ارتباط برقرار کرده و از مرزهای تئوری‌ها فراتر رود.



۳-۱. فرایند خط‌مشی‌گذاری

فرایند خط‌مشی‌گذاری عمومی مجموعه‌ای از اقدامات سازمان‌های عمومی و اصول حاکم بر نظام حکومتی است که برای ایجاد و اعمال خط‌مشی‌های عمومی طراحی می‌شود. در این فرایند، عوامل مختلفی همچون ارتباطات سازمانی، توانمندی‌های فنی و تخصصی، اقتدار قانونی، منابع اطلاعاتی، و جایگاه و روابط مختلف حکومتی نقش مؤثری در تعیین خط‌مشی‌ها دارند که این ویژگی‌ها این فرایند را از سایر فرایندها متمایز می‌سازد (زینالی صومعه، ۱۳۹۰: ۶۸).

۳-۲. مراحل فرایند خط‌مشی‌گذاری

بررسی، تعریف و بیان مسئله: در ابتدا باید مسئله به طور دقیق و جامع شناسایی و تعریف شود تا مفهوم و ابعاد آن مشخص گردد.

ایجاد معیارهای ارزیابی: یکی از ویژگی‌های برجسته الگوی "پاتن" و "ساویکی"، تعریف معیارهای ارزیابی در مرحله اولیه است. این معیارها به تصمیم‌گیرندگان کمک می‌کند که جنبه‌های مختلف مسئله را مورد توجه قرار دهند بدون اینکه نیاز به ارجاع مداوم به هزینه‌ها باشد.

شناسایی خط‌مشی‌های جایگزین: پس از مشخص شدن اهداف و معیارهای ارزیابی، لازم است که گزینه‌های مختلف برای دستیابی به اهداف تعیین شده شناسایی شوند. این گزینه‌ها ممکن است متنوع و گاه متفاوت باشند.

ارزیابی خط‌مشی‌های جایگزین: در این مرحله که یکی از مهم‌ترین مراحل فرایند خط‌مشی‌گذاری است، هر یک از گزینه‌های پیشنهادی بر اساس قوت‌ها و ضعف‌هایشان ارزیابی می‌شوند.

انتخاب خط‌مشی: در این مرحله، فهرستی از نتایج ارزیابی‌ها و پیشنهادات برای انتخاب بهترین راهکار ارائه می‌شود. سپس برنامه‌های اجرایی تدوین شده و مسئولیت‌ها برای اجرای خط‌مشی‌ها مشخص می‌گردد.

تنظیم و کنترل پیامدهای خط‌مشی: هیچ‌یک از خط‌مشی‌ها کامل نیستند و اغلب پیامدهای ناخواسته یا مشکلات اجرایی به وجود می‌آید؛ بنابراین، لازم است که فرایندهای کنترل و ارزیابی مداوم انجام شود تا پیشرفت و تأثیرات خط‌مشی‌ها بررسی گردد (الوانی، ۱۳۷۷: ۱۷۷-۱۸۱).



خط‌مشی فرهنگی: خط‌مشی‌گذاری فرهنگی به مجموعه‌ای سازمان‌یافته از اهداف نهایی بلندمدت و میان‌مدت و ابزارهای رسیدن به این اهداف اطلاق می‌شود. این خط‌مشی‌ها معمولاً مبتنی بر اصول و راهبردهای کلان فرهنگی هستند که از سوی نهادهای اجرایی به مرحله عملیاتی در می‌آیند (محمدی، ۱۳۸۷: ۷۸؛ زینالی صومعه، ۱۳۹۰: ۷۲).

عوامل مؤثر در خط‌مشی فرهنگی: عوامل متعددی در شکل‌گیری و اجرای خط‌مشی‌های فرهنگی تأثیر دارند که از جمله آن‌ها می‌توان به موارد همچون ارزش‌ها، رفتارها، قومیت، هویت، عقاید، گروه‌ها و وسایل ارتباطات جمعی اشاره کرد.

مفهوم جمع‌سپاری: جمع‌سپاری یک مدل کسب‌وکار نوظهور است که بر مشارکت کاربران و مصرف‌کنندگان در حل مسائل، تولید محصولات، ارائه ایده‌ها، نوآوری و فرآیندهای خدماتی تمرکز دارد. این مدل بر افزایش کیفیت محصولات، وفاداری مشتری و رضایت مشتری اثر مستقیم می‌گذارد (بایوس، ۲۰۱۰). در واقع، جمع‌سپاری به معنای واگذاری فعالیت‌هایی است که قبلاً توسط کارکنان انجام می‌شده، به گروهی بزرگ و نامشخص از افراد خارج از سازمان از طریق یک فراخوان عمومی (هو، ۲۰۰۶).

جمع‌سپاری، نوعی همکاری گروهی است که به صورت غیر سلسله‌مراتبی میان افراد علاقه‌مند در یک شبکه انجام می‌شود. این روش از دانش جمعی و تجربه کاربران برای تولید راه‌حل‌ها و توسعه ایده‌ها بهره می‌برد (کالم و شدلر، ۲۰۱۲). در این روش، محصولاتی که معمولاً توسط سازمان‌ها یا افراد به طور سنتی تولید می‌شد، توسط جمع زیادی از افراد خلق می‌شود (دراکولیچ و همکاران، ۲۰۱۱). به طور کلی، جمع‌سپاری به عنوان برون‌سپاری یک فعالیت خاص به یک گروه وسیع و نامشخص از مردم شناخته می‌شود (هلسترام، ۲۰۱۵).

جمع‌سپاری خط‌مشی: جمع‌سپاری خط‌مشی یکی از روش‌های نوین در خط‌مشی‌گذاری است که به‌ویژه در حوزه‌های مختلف مانند حمل‌ونقل و برنامه‌ریزی شهری کاربرد دارد (پریپک و همکاران، ۲۰۱۵). در این مدل، شهروندان به مشارکت در بررسی و اشتراک‌گذاری نظرات خود درباره خط‌مشی‌ها و قوانین دعوت می‌شوند. این روش به مردم این امکان را می‌دهد که پیش از تصمیم‌گیری نهادهای دولتی و قانونی، در تعیین خط‌مشی‌ها و قوانین تأثیرگذار باشند (آیتامورتو و لاندموور، ۲۰۱۵).



۳-۳. الزامات و زمینه‌های موفقیت جمع‌سپاری خط‌مشی

برای اجرای موفق جمع‌سپاری در خط‌مشی‌گذاری، چندین پیش‌نیاز و الزام وجود دارد که عبارت‌اند از: حمایت رهبران و مدیران ارشد، ایجاد و تقویت فرهنگ نوآوری در سازمان، زیرساخت‌های قانونی و حقوقی مناسب برای جمع‌سپاری، تخصیص منابع مالی و انسانی موردنیاز، ایجاد و تقویت فرهنگ مشارکت در مردم، حفظ تنوع در مشارکت‌کنندگان، به‌روزرسانی امکانات و زیرساخت‌ها، اطلاع‌رسانی دقیق و تعریف شفاف اهداف و مسائل، اطلاع‌رسانی نتایج و خروجی‌های جمع‌سپاری به مردم.

۴. پیشینه تحقیق در زمینه خط‌مشی‌گذاری فرهنگی

تحقیق "موانع اجرای سیاست‌های فرهنگی کشور طی برنامه‌های اول تا چهارم توسعه: بررسی تجربیات مدیران فرهنگی": این تحقیق به بررسی سیاست‌های فرهنگی کشور در برنامه‌های اول تا چهارم توسعه پرداخته و نشان می‌دهد که تنها بخشی از سیاست‌های فرهنگی مندرج در این برنامه‌ها اجرا شده و تا رسیدن به نتایج مطلوب فاصله زیادی وجود دارد. از منظر دانش سیاست‌گذاری، علل عمده این عدم اجرا، عوامل بازدارنده‌ای هستند که در اجرای سیاست‌های فرهنگی کشور تأثیرگذارند. این تحقیق بر موانع مختلف مانند فقدان هماهنگی میان نهادهای مختلف و مشکلات مدیریتی تأکید دارد که در نهایت منجر به عدم تحقق کامل اهداف فرهنگی می‌شود.

تحقیق «تدوین سیستم خط‌مشی‌گذاری فرهنگی آینده‌نگر با استفاده از هم‌افزایی مدل‌ها»: این تحقیق با مرور مدل‌های مطرح در خط‌مشی‌گذاری عمومی، به بررسی نقاط قوت و ضعف کاربرد این مدل‌ها در بخش فرهنگ پرداخته و با استفاده از هم‌افزایی این مدل‌ها، سعی دارد یک سیستم خط‌مشی‌گذاری فرهنگی آینده‌نگر را طراحی کند. در این پژوهش تأکید شده که مدل‌ها می‌توانند مسیری مشخص برای فرایند خط‌مشی‌گذاری ایجاد کنند و روش‌های به‌کارگیری آن‌ها در تعیین خط‌مشی‌ها را شفاف سازند. این تحقیق بر اهمیت استفاده از رویکردهای نوین در سیاست‌گذاری فرهنگی تأکید دارد.

تحقیق «محیط خط‌مشی‌گذاری» (حجازی‌فر، ۱۳۹۰): در این تحقیق عوامل محیطی مؤثر در فرایند خط‌مشی‌گذاری شناسایی شده‌اند. اگرچه این عوامل در فرایند رسمی و اداری خط‌مشی‌گذاری قرار ندارند، اما تأثیرات عمده‌ای بر شکل‌گیری خط‌مشی‌ها دارند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهند که



عواملی چون ارزش‌ها، رسانه‌ها، ساختارهای اجتماعی، منابع و امکانات، افکار عمومی، جهانی‌شدن، و گروه‌های ذی‌نفوذ نقش اساسی در تعیین و شکل‌گیری خط‌مشی‌ها دارند.

۴-۱. پیشینه تحقیق در زمینه جمع‌سپاری

پیرسرایبی و همکاران (۱۳۹۵): در تحقیق این گروه، به بررسی عوامل موفقیت جمع‌سپاری در ایران پرداخته شده است. آن‌ها با استفاده از روش دیمتل، عوامل مؤثر بر موفقیت جمع‌سپاری مالی را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده‌اند. نتایج تحقیق نشان می‌دهند که عواملی مانند وجود شبکه‌های اجتماعی فعال، به‌روزرسانی‌های مرتبط با پروژه، نوع صنعت و داشتن تصویر واضح از پروژه، از مهم‌ترین عوامل مؤثر در موفقیت جمع‌سپاری مالی از دیدگاه سرمایه‌گذاران هستند.

پناهی و همکاران (۱۳۹۴): این تحقیق به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر سرمایه فرهنگی معلمان در استان همدان پرداخته است. با استفاده از نظریه‌های سرمایه اجتماعی بوردیو و پاتنام، نتایج تحقیق نشان می‌دهند که افزایش سرمایه اجتماعی باعث افزایش چشمگیر آگاهی، اعتماد عمومی، مشارکت اجتماعی و در نتیجه تقویت سرمایه فرهنگی می‌شود. این یافته‌ها نشان می‌دهند که سرمایه اجتماعی نقشی اساسی در ارتقاء سطح فرهنگی جامعه ایفا می‌کند.

خسرقی و همکاران (۱۳۹۲): این تحقیق به شناسایی و اولویت‌بندی فاکتورهای اثرگذار بر عملکرد پلتفرم‌های جمع‌سپاری پرداخته است. نتایج نشان می‌دهند که یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر عملکرد پلتفرم‌های جمع‌سپاری، تاریخچه مشارکت جمع‌کاران است. این تحقیق بر این نکته تأکید دارد که برای موفقیت جمع‌سپاری، ارتباطات پیشین و سطح تعاملات جمع‌کاران بسیار حائز اهمیت است.

حسن‌زاده و محمدی (۱۳۸۹): در این تحقیق، مدل کسب‌وکار با رویکرد جمع‌سپاری در تولید نرم‌افزار طراحی شده است. پنج مؤلفه اصلی کسب‌وکار جمع‌سپاری شامل ساختار کسب‌ارزش، ساختار تعاملات، ساختار جذب مشارکت‌کنندگان، قوانین حقوقی و ساختار فنی کسب‌وکار جمع‌سپاری معرفی شده است. این تحقیق بر اهمیت طراحی ساختارهای حقوقی و فنی برای ایجاد یک پلتفرم جمع‌سپاری موفق تأکید دارد.



۵. روش پژوهش

تحقیق حاضر در زمره پژوهش‌های کیفی قرار می‌گیرد که هدف آن اکتشافی و در نهایت کاربردی است. از آنجا که هدف این پژوهش بررسی و تحلیل مفاهیم و پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی است، از روش فراترکیب استفاده شده است. فراترکیب به‌عنوان یک روش پژوهشی در مطالعات کیفی، روشی برای گردآوری و تجزیه و تحلیل مجموعه‌ای از مطالعات کیفی مشابه است که به محقق امکان می‌دهد تا با تجزیه و تحلیل ترکیبی از یافته‌ها، نتایج و مفاهیم جدیدتری را استخراج و ارائه کند. در این تحقیق، هدف این است که نتایج مطالعات کیفی متعددی که در زمینه خط‌مشی‌گذاری فرهنگی و جمع‌سپاری انجام شده‌اند، به طور جامع و نظام‌مند تحلیل شوند تا مفاهیم جدید و پیشنهادات قابل اجرا در زمینه خط‌مشی‌گذاری فرهنگی به‌ویژه در حوزه جمع‌سپاری توسعه یابد.

۶. گام‌های اجرایی پژوهش

۶-۱. تعریف سؤال تحقیق

در این گام، سؤال اصلی تحقیق تعریف می‌شود. پرسش اصلی این پژوهش، بررسی روش‌های نوین خط‌مشی‌گذاری فرهنگی با استفاده از جمع‌سپاری به‌ویژه در زمینه‌های مرتبط با سیاست‌گذاری فرهنگی و اجتماعی است.

۶-۲. شناسایی و بازیابی مطالعات

در این مرحله، به جمع‌آوری و بررسی مطالعات قبلی در زمینه خط‌مشی‌گذاری فرهنگی و جمع‌سپاری پرداخته می‌شود. منابعی مانند مقالات علمی، گزارش‌ها و مطالعات موردی مرتبط با موضوع تحقیق شناسایی و استخراج می‌شوند.

تعیین معیارهای ورود و خروج مطالعه (تعیین منابع، اندازه نمونه):

در این گام، معیارهای مشخصی برای انتخاب مطالعات واجد شرایط تعیین می‌شود. این معیارها می‌تواند شامل موضوعات مرتبط، اعتبار منابع، کیفیت و عمق مطالعات و... باشد. همچنین اندازه نمونه مطالعه، تعداد مقالات یا تحقیقات انتخابی نیز مشخص می‌شود.



استخراج یافته‌ها و ارزیابی کیفیت هر یک از مطالعات:

در این گام، یافته‌های کلیدی هر یک از مطالعات مورد بررسی قرار می‌گیرند و کیفیت علمی و روش‌شناسی هر مطالعه ارزیابی می‌شود. مطالعاتی که از اعتبار بالاتری برخوردارند و ارتباط بیشتری با موضوع تحقیق دارند، اولویت بیشتری خواهند داشت.

انتخاب روش ترکیب و تحلیل یافته‌های مطالعات (روش فراترکیب در پژوهش حاضر):

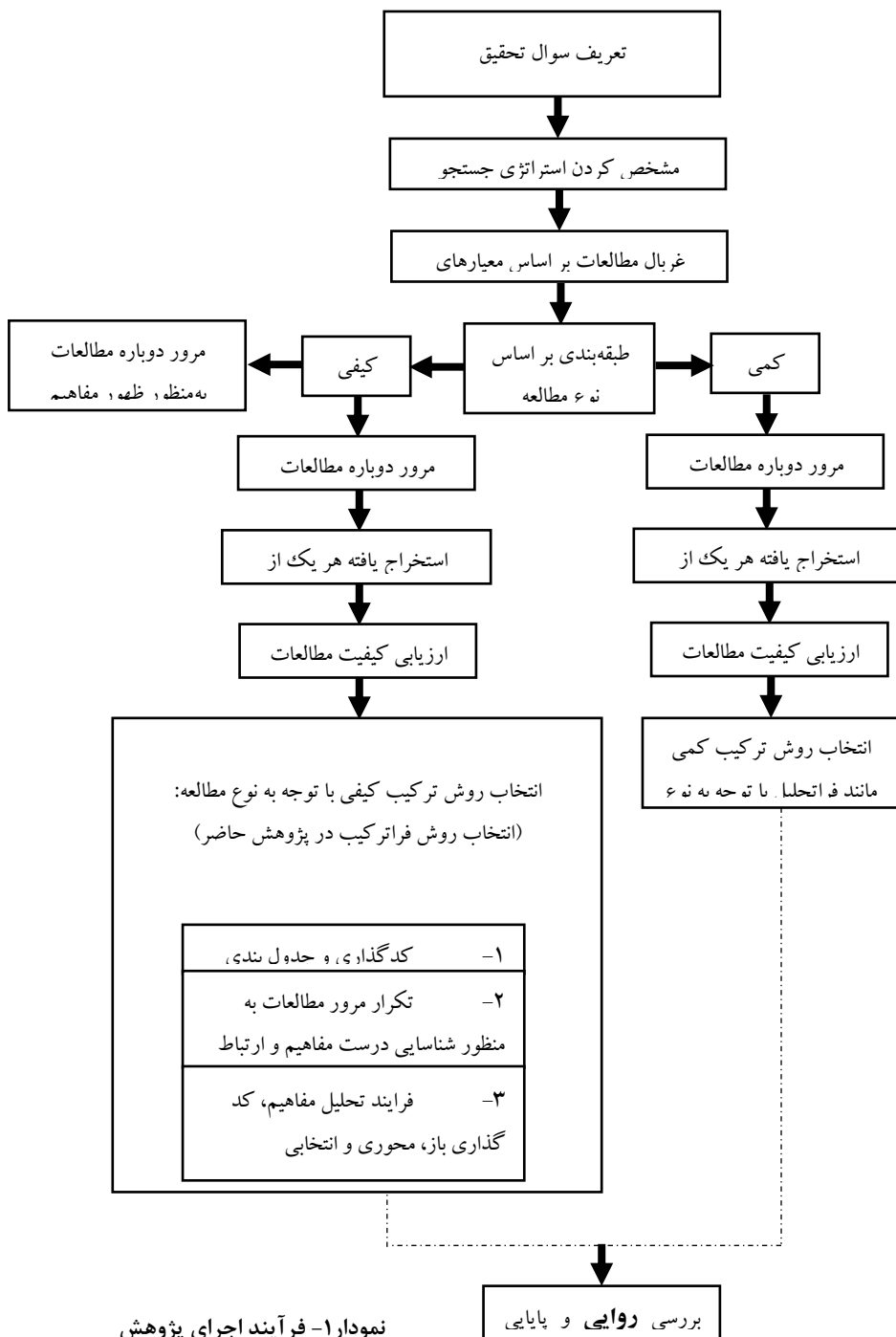
در این مرحله، با استفاده از روش فراترکیب، یافته‌های مختلف از مطالعات مختلف تجزیه و تحلیل می‌شوند. روش فراترکیب اجازه می‌دهد تا یک دیدگاه یکپارچه و جامع‌تری از نتایج تحقیقات به دست آید و مفاهیم جدیدی در خصوص خط‌مشی‌گذاری فرهنگی استخراج شود.

۳-۶. بررسی روایی و پایایی نتایج

پس از تحلیل نتایج و ترکیب یافته‌ها، روایی و پایایی نتایج بررسی می‌شود تا اطمینان حاصل شود که یافته‌ها به‌درستی از مطالعات اصلی استخراج شده‌اند و می‌توانند برای اتخاذ تصمیمات در حوزه خط‌مشی‌گذاری فرهنگی مورد استفاده قرار گیرند.

۴-۶. ارائه یافته‌ها

در نهایت، نتایج تحقیق به طور مفصل و جامع ارائه می‌شود. این نتایج می‌توانند شامل شواهد، الگوها، مدل‌های پیشنهادی و روش‌های نوین در خط‌مشی‌گذاری فرهنگی باشند که مبتنی بر تجزیه و تحلیل مطالعات کیفی موجود در این حوزه است.





۷. تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

با توجه به آمار به دست آمده که در جدول نشان داده شده است، تعداد افراد بین محدوده‌ی سنی ۲۰ تا ۳۰ سال ۱۰ نفر معادل ۲۰ درصد، بین محدوده‌ی سنی ۳۱ تا ۴۰ سال، ۱۲ نفر معادل ۲۴ درصد و بین محدوده‌ی سنی ۴۱ تا ۵۰ سال ۲۰ نفر معادل ۴۰ درصد و محدوده‌ی ۵۰ سال به بالا ۸ نفر معادل ۱۶ درصد می‌باشند، بنابراین بیشترین میزان مربوط به خبرگان با محدوده‌ی سنی بین ۴۱ تا ۵۰ سال می‌باشند.

جدول ۲- فراوانی محدوده سنی

سن	تعداد فراوانی	درصد فراوانی
بین ۲۰ تا ۳۰ سال	۱۰	٪۲۰
بین ۳۱ تا ۴۰ سال	۱۲	٪۲۴
بین ۴۱ تا ۵۰ سال	۲۰	٪۴۰
۵۰ سال به بالا	۸	٪۱۶
جمع	۵۰	۱۰۰

۷-۱. تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی

گام یک: مشخص کردن مسئله تحقیق

گام دوم: تدوین سؤالات و اهداف

گام سوم: نمونه‌گیری و انتخاب واحدهای تحلیل و زمینه

گام چهارم: واحد تحلیل و زمینه

گام پنجم: کدگذاری و مقوله‌بندی

گام ششم: فرآیند اعتبارسنجی، صحت‌گذاری و استنتاج



جدول ۳- ابعاد، مؤلفه و زیرمؤلفه‌های مستخرج از تحلیل محتوای کیفی

عوامل	ابعاد	مؤلفه‌ها
الزام‌آور	اسناد راهبردی و بالادستی	هدایت و راهبری سازمان
		سیاست‌ها، قوانین و مقررات فرهنگی
		ترویج چشم‌انداز مشترک
		وضعیت هم‌راستایی و تعاملات راهبردی در سازمان
		جهت‌دهی به ترجیحات و انتظارات فرهنگی آحاد جامعه
	خط‌مشی و رویه‌ها مبتنی بر دغدغه‌های فرهنگی جامعه	
عوامل مدیریتی	نهادینه‌سازی رویکرد جمع‌سپاری در بین سطوح سازمان توسط مدیران	

ابعاد مؤثر بر پیاده‌سازی جمع‌سپاری خط‌مشی‌های فرهنگی در سازمان فرهنگی و هنری شهرداری

تهران

مؤلفه: اسناد راهبردی

زیرمؤلفه اول: فرامین و تدابیر فرماندهی معظم کل قوا و فرماندهی سپاه

زیرمؤلفه دوم: سند راهبرد سازندگی (نقشه راه)

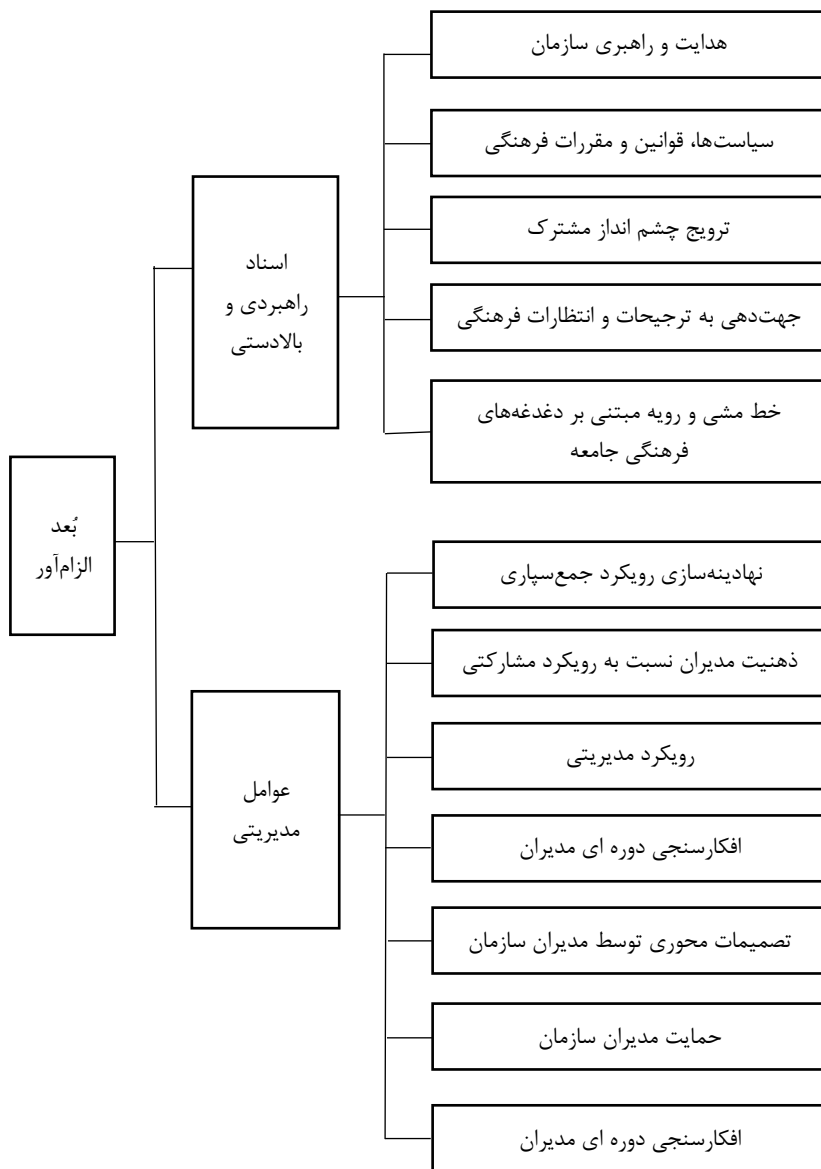
زیرمؤلفه سوم: تدوین خط‌مشی دانشی

مؤلفه: بدنه تصمیم‌گیری و عوامل مدیریتی

زیرمؤلفه سوم و چهارم: حمایت و پشتیبانی مدیران عالی و ارشد سازمان

بر اساس توضیحات ارائه شده در رابطه با مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌های بُعد الزام‌آور، نمودار ارتباطی آن

به صورت زیر می‌باشد:



نمودار ۳- ابعاد الزام آور



مؤلفه: ساختار و تمهیدات سازمانی
ساختار دانش در کلیه سطوح سازمان
ساختار سازمانی تیم محور
تعریف نقش‌ها و مسئولیت‌ها
سامانه یکپارچه در سازمان
زیرساخت‌های فناوری اطلاعات

۲-۷. تجزیه و تحلیل داده‌های کتی

بررسی اثرگذاری ابعاد، مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌های پیاده‌سازی جمع‌سپاری خط‌مشی‌های فرهنگی به منظور بررسی ابعاد و مؤلفه‌های پیاده‌سازی جمع‌سپاری خط‌مشی‌های فرهنگی در سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهران، از روش تحلیل رگرسیون چندمتغیره استفاده می‌شود. در ادامه به بررسی نتایج آزمون تحلیل رگرسیون و همچنین به بررسی اعتبار الگوی پیشنهادی پرداخته می‌شود. خلاصه مدل برای پیش‌بینی ابعاد الگوی پیشنهادی را نشان می‌دهد:

جدول ۴- خلاصه مدل برای پیش‌بینی ابعاد

نتایج آماری تغییر				تغییر مجذور ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی	ضریب همبستگی
سطح معناداری	درجه آزادی ۲	درجه آزادی ۱	F			
۰/۰۲۱۰	۹۶	۴	۲۱/۸۸۷	۰/۰۹۳۶	۰/۰۹۳۶	۰/۳۰۶

سطح معناداری	نسبت F	میانگین مجذورات	درجه آزادی	مجموع مجذورات	مدل
۰/۰۲۷۹	۲۱/۸۸۷	۵۹۳/۲۶۹	۴	۲۳۷۳/۰۷۵	رگرسیون
		۲۷/۱۰۶	۲۸۱	۱۴۰۹/۴۸۶	مانده
			۲۸۵	۳۷۸۲/۵۶۱	کل



مطابق اطلاعات جدول (۴-۱۰) با اطمینان ۹۵٪ فرض صفر رد شده و مدل رگرسیون برای پیش‌بینی سایر ابعاد الگوی پیشنهادی معنی‌دار می‌باشد. در جدول (۵) ضرایب مدل رگرسیون ابعاد الگوی پیشنهادی شامل ابعاد الزام‌آور، بسترساز و تسهیلگر نشان داده شده است:

جدول ۵- خلاصه مدل برای پیش‌بینی ابعاد

سطح معناداری	T	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده		مدل
		Beta	خطای استاندارد	B	
۰/۰۰۰	۳/۹۵۵		۰/۱۷۶	۰/۶۹۶	ضریب ثابت
۰/۰۰۰	۴/۵۲۰	۰/۵۴۶	۰/۱۲۹	۰/۵۸۲	الزام‌آور
۰/۰۰۰	۲/۱۵۸	۰/۴۵۲	۰/۲۱۲	۰/۴۵۸	بسترساز
۰/۰۰۰	۲/۰۵۷	۰/۳۵۷	۰/۲۰۴۰	۰/۴۲۱	تسهیلگر

نتایج به دست آمده از آزمون رگرسیون که در جدول (۴-۱۲) نشان داده شده است حاکی از آن است که ضریب رگرسیون با سطح معنی‌داری $\alpha=0/000$ برابر با $R=0/899$ محاسبه شده است. از آنجا که این سطح معنی‌داری از سطح معنی‌داری موردنظر ما $\alpha=0/05$ کوچک‌تر است در نتیجه فرضیه صفر ما رد و فرضیه اصلی تأیید می‌شود؛ بنابراین نتیجه می‌گیریم که ابعاد الزام‌آور، بسترساز و تسهیلگر بر پیاده‌سازی جمع‌سپاری خط‌مشی‌های فرهنگی تأثیر مثبت دارند.

نتایج به دست آمده از آزمون رگرسیون حاکی از آن است که ضریب رگرسیون با سطح معنی‌داری $\alpha=0/000$ برابر با $R=0/503$ محاسبه شده است. از آنجا که این سطح معنی‌داری از سطح معنی‌داری موردنظر $\alpha=0/05$ کوچک‌تر است در نتیجه فرضیه صفر رد و فرضیه اصلی تأیید شود.

۸. بحث و نتیجه‌گیری

پس از تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی و کمی تحقیق و دستیابی به مدل مفهومی تحقیق، به شناسایی وضعیت موجود و مقایسه با وضعیت مطلوب در راستای پیاده‌سازی جمع‌سپاری خط‌مشی‌گذاری فرهنگی در سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهران پرداخته شد؛ به همین منظور ابتدا توصیفی از وضعیت موجود سازمان و شناسایی عارضه‌ها که توسط مدیران و کارشناسان مرتبط بر اساس جلسات حضوری در سازمان ارائه و جمع‌بندی شده است پرداخته شد. به طور کلی چالش‌ها و عارضه‌های



شناسایی شده در راستای پیاده‌سازی جمع‌سپاری مبتنی بر عوامل الزام‌آور، بستر ساز و تسهیلگر بر اساس نظرات خبرگان در قالب پرسش‌نامه و مشاهدات سازمانی به صورت جدول می‌باشد:

جدول ۶- نتایج کلی وضعیت موجود و شناسایی مسئله سازمان

ردیف	وضعیت موجود	چالش‌ها
۱	همسویی و هم‌راستایی مطلوبی بین استراتژی جمع‌سپاری فرهنگی با استراتژی‌های کلان در سازمان فرهنگی و هنری وجود ندارد.	موجب تعارض بین اهداف، راهبردها و تضعیف نگاه حاکمیتی در سازمان به مقوله جمع‌سپاری می‌شود.
۲	جمع‌سپاری فرهنگی به‌عنوان یک واحد مستقل در ساختار سازمانی قرار ندارد.	تضعیف ارتباط یکپارچه بین سطوح خرد و کلان سازمان از منظر ساختاری می‌شود و جزیره‌ای شدن جمع‌سپاری و ایده‌پردازی را به دنبال دارد.
۳	رویکرد جمع‌سپاری فرهنگی به فعالیت‌های سازمانی در بین مدیران ارشد سازمان نهادینه نشده است.	موجب عدم مطالبه‌گری ایده‌پردازی فرهنگی از سوی مدیران ارشد سازمان و تضعیف نگاه جمع‌سپاری و مدیریت مشارکتی در سازمان به مقوله جمع‌سپاری می‌شود.
۴	یکپارچگی اطلاعاتی و جمع‌سپاری بین لایه‌های سازمان وجود ندارد.	موجب ضعف در به جریان افتادن فرآیندهای جمع‌سپاری در لایه‌های سازمانی می‌شود.
۵	ساختار سازمانی سازمان فرهنگی در بخش ستادی و پروژه‌ای به صورت ارگانیک و تیم محور طراحی نشده است.	ضعف در اشتراک و عدم نفوذ ایده‌های فرهنگی در بین سطوح خرد و کلان سازمانی می‌شود و ارتباطات رسمی مبتنی بر دانش در سازمان شکل نمی‌گیرد.
۶	نقش‌ها و مسئولیت‌های مدیران و کارشناسان مبتنی بر انجام فعالیت‌های جمع‌سپاری فرهنگی در سازمان به‌درستی تعریف نشده است.	موجب عدم پاسخگو نمودن مدیران و کارشناسان در قبال فعالیت‌های جمع‌سپاری می‌شود.
۷	تداخل و تلاقی مؤثر و مطلوبی بین فرآیندهای کلیدی و اصلی سازمان با فرآیندهای دانشی در ستاد و پروژه وجود ندارد.	موجب عدم نفوذ رویکرد و اهداف دانش پایه در بین سطوح خرد و کلان سازمانی می‌شود.
۸	ضعف در گفتمان‌سازی و فرهنگ‌سازی در امر جمع‌سپاری در سازمان مشهود است.	موجب عدم تغییر رویکردی مدیران و کارشناسان نسبت به انجام فعالیت‌های جمع‌سپاری در سازمان می‌شود.
۹	فرهنگ کارگروهی در سازمان نهادینه نشده است.	ضعف در اشتراک دانش و عدم نفوذ دانش در بین سطوح خرد و کلان سازمانی می‌شود و شکل‌گیری ارتباطات غیررسمی در سازمان صورت نمی‌گیرد.
۱۰	کانال‌های ارتباطی به‌منظور تعاملات سازمانی	موجب کند و محدود شدن جریان اطلاعاتی



چالش‌ها	وضعیت موجود	ردیف
بین مدیران و کارشناسان سازمان در سطوح مختلف سازمانی می‌شود و شکل‌گیری ارتباطات غیررسمی در سازمان صورت نمی‌گیرد.	استقرار نیافته است.	
موجب کاهش انگیزه مدیران و کارشناسان و عدم تسهیل در پیاده‌سازی جمع‌سپاری در بین سطوح مختلف سازمان می‌شود.	در سیستم حقوق و دستمزد جمع‌سپاری، عملکرد کارکنان مبنا و ضریب حقوقی ندارد.	۱۱

فهرست منابع

الوانی، سید مهدی و اشرف‌زاده، فرزاد. (۱۳۸۷). مدیریت برون‌سپاری راهی به‌سوی توسعه. تهران: مبتکران.

پایگاه اطلاع‌رسانی چالش‌های فناوری و نوآوری ایران: www.ichallenge.ir

پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله‌العظمی سید علی خامنه‌ای: www.khamenei.ir

پایگاه اطلاع‌رسانی شفافیت برای ایران: www.transparency4iran.ir

پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت کشور: www.moi.ir

پایگاه اطلاع‌رسانی چالش‌های دولت ایالات متحده آمریکا: www.challenge.gov

خاکی، غلامرضا. (۱۳۸۲). روش تحقیق با رویکرد به پایان‌نامه نویسی. چاپ اول، انتشارات مرکز تحقیقات علمی کشور با همکاری کانون فرهنگی انتشارات دولت.

خداوردی، روح اله و بجنوردی، احسان. (۱۳۸۹). راهبرد برون‌سپاری، فواید مشکلات و چالش‌ها. رشد فناوری، دوره ۷، شماره ۲۵، زمستان ۱۳۸۹.

دانایی‌فرد، حسن؛ الوانی، سید مهدی و آذر، عادل. (۱۳۹۰). روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکرد جامع. تهران: صفار، اشراقی.

روستا، احمد و بخشی‌زاده، محمدعلی. (۱۳۹۲). بازاریابی خدمات بیمه. مشهد، واژگان خرد.

زارعی، مهرداد. (۱۳۸۶). مبانی و مفاهیم فرهنگ سازمانی. بازیابی شده در ۲۲ اردیبهشت ۱۳۹۶، از وبگاه راهکار مدیریت.



- سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس و حجازی، الهه. (۱۳۸۳). روش تحقیق در علوم رفتاری چاپ دهم. تهران: انتشارات آگاه.
- سکاران، اوما. (۲۰۰۲). روش‌های تحقیق در مدیریت. ترجمه: محمد رضایی و محمود شیرازی. (۱۳۸۵). تهران: مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
- سید جوادی، سیدرضا، مدیریت کیفیت خدمات. تهران: نشر نگاه دانش.
- سید جوادین، سیدرضا و حسنقلی‌پور، طهمورث. (۱۳۹۰). فرآیند برون‌سپاری، تهران: نگاه دانش نوین: نگاه دانش.
- شوماخر، رندال؛ ای؛ لومکس و ریچارد، جی. (۲۰۰۴). مقدمه‌ای بر مدل‌سازی معادله ساختاری. ترجمه: وحید قاسمی. (۱۳۸۸). چاپ اول تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- صفدری رنجبر، م.، منطقی، م.، و توکلی، غ. (۱۳۹۳). نوآوری باز: نگاهی جامع بر مفاهیم، رویکردها، روندها و عوامل کلیدی موفقیت. رشد فناوری، ۱۷-۱۰.
- عادل قوامی، مینا و عبدالوند، ندا. (۱۳۹۴). عوامل کلیدی موفقیت به کارگیری جمع‌سپاری در توسعه محصول جدید. در کنفرانس بین‌المللی
- علی‌بخشی، محسن و برکت، غلامحسین. (۱۳۹۵). مبانی و مفاهیم فرهنگ‌سازمانی در مدیریت. دومین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه‌ریزی فرهنگی اجتماعی ایران: قم.
- عنصری، هاله. (۱۳۹۲). طراحی نظام جمع‌سپاری مدیریت دانش مشتری. دانشگاه الزهراء. دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی.
- غفاری، ر.، مقیمی، م.، و پورعزت، ع. (۱۳۹۵). الگوی مناسب خط‌مشی‌گذاری حکومت‌های اسلامی مبتنی بر آینده موعود. مدیریت اسلامی، ۳۴-۱۱.
- کانال تلگرامی پدram سلطانی: t.me/pedram_soltani
- ماهیان، گلسا و طباطبایی، سعید. (۱۳۹۲). جمع‌سپاری، خرد جمعی آنلاین، خراسان. پ
- نوروزی، ف.، و بختیاری، م. (۱۳۸۸). مشارکت اجتماعی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن. راهبرد، ۲۶۹-۲۴۹.

- Aitamurto, T& ., Landemore, H. (2015). Five design principles for crowdsourced policymaking: Assessing the case of crowdsourced off-road traffic law in Finland. *Journal of Social Media for Organizations*, 1-25.
- Brabham, D. (2008). Crowdsourcing as a Model for Problem Solving. *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14, 75-90.
- Brabham, D. (2009). - Crowdsourcing the public participation process for planning projects. *Planning Theory*, 8, 242-262.
- Brabham, D. (2010). The Effectiveness of Crowdsourcing Public Participation in a



- Planning Context. www.ssrn.com.
- Charalabidis, Y., Triantafillou, A., Karkaletsis, V& ., Loukis, E. (2012). Public Policy Formulation Through Non Moderated Crowdsourcing in Social Media. International Conference on Electronic Participation, (pp 156-169).
- Collm, A& ., Schedler, K. (2012). Managing Crowd Innovation in Public, 13, 1-18.
- Drakulić, M., Krivokapić, D& ., Mirković, M. (2011). Public Administration, Communication Technologies and Crowdsourcing: Opportunity for Social Change. Organizational Excellence in Services, (pp 455-466).
- Gray, R& ., Shoyama, J. (2014). Retrieved from school of public policy website.
- Hellstrom, J. (2015). Crowdsourcing as a toll for political pratiation? - The case of ugandawatch. International Journal of Public Information Systems, 1, 1-19.
- Kankanhalli, A., Zuiderwijk, A& ., Kumar Tayi, G. (2016). Open innovation in the public sector: A research agenda. Government Information Quarterly, 1-6.
- Lee, G& ., Hoon Kwak, Y. (2012). An Open Government Maturity Model for social media-based public engagement. Government Information Quarterly, 492-503.
- Leimeister, J., Huber, M., Bretschneider, U& ., Krcmar, H. (2009). Leveraging Crowdsourcing: Activation-Supporting Components for IT-Based Ideas Competition. Journal of Management Information Systems, 26, 197-224.
- Mergel, I. (2014). Opening Government: Designing Open Innovation Processes to Collaborate With External Problem Solvers. Social Science Computer Review, 1-15.
- Mergel, I& ., Desouza, K. (2013). Implementing Open Innovation in the Public Sector: The Case of Challenge.gov. Public Administration Review, 73, 882-890.
- Nabatch, T. (2014). Deliberative Civic Engagement in Public Administration and Policy. Journal of Public Deliberation, 10, 1-4.
- Nam, T. (2012). Suggesting frameworks of citizen-sourcing via Government 2.0. Government Information Quarterly, 12-20.
- Office(GAO), U. S. (2016). Open innovation: Practices to Engage Citizens and Effectively Implement Federal Initiatives. Report to Congressional Committees.
- Prpic, J., Tæihagh, A& ., Melton, J. (2015). The Fundamentals of Policy Crowdsourcing. Policy Studies Organization, 1-22.
- Raffl, C. (2014). Open Societal Innovation (OSI) for Politics, Public Administration, and Civil Society. The Internet, Policy & Politics Conferences, 1-11.
- Rowe, G& ., Frewer, L. (2000). Public Participation Methods: A Framework for Evaluation. Science, Technology& , Human Values, 25, 3-29.
- Seltzer, E& ., Mahmoudi, D. (2012). Citizen Participation, Open Innovation, and Crowdsourcing: Challenges and Opportunities for Planning. Journal of Planning Literature, 3-18.
- Ziaee Bigdeli, A& ., Sams, S. (2014). Citizen-Government Collaboration on Social Media: The Case of Twitter in the 2011 Riots in England. Government Information Quarterly, 1-22.

Presenting a model (road map) of crowdsourced cultural policies with a forward-looking approach

Mohammad Amini¹

Abstract

People's participation In decision-making and administration of affairs, as a factor that provides the highest level of acceptability for governments, has always been one of the most important values considered in governance. On the other hand, the Increasing complexity and multi-dimensionalization of problems and needs, especially In the recent era, has made governments see themselves more than in the past In need of public participation and benefiting from their votes and increasing innovation; Therefore, in recent years, the word and approach of crowdsourcing has been Investigated in many organizations and different researches. In this research, using the exploratory and field method through qualitative content analysis and multivariate regression method to Identify, categorize and influence the effective factors on the implementation of crowdsourced cultural policies with a prospective approach in three categories including binding, foundational and facilitating factors. Paid According to the survey of experts, validation and verification of components and sub-components were done.

Keywords: crowdsourcing model, cultural policies, prospective approach,Cultural policy making,

1 - Ph.D in public administration, public policy orientation.