

شناسایی و سطح‌بندی مؤلفه‌های فرهنگ‌سازمانی جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی

نویسندگان: محمد مهدی بیگدلی^۱، سینا عصاره نژاد دزفولی^۲، مهدی حمزه پور^۳، محمد پهلوانی زاده^۴

تاریخ دریافت: ۹۶/۲/۲۵

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۶/۴/۴

فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال بیستم، شماره ۷۶، پاییز ۱۳۹۶

چکیده

هدف مقاله، استخراج و سطح‌بندی مؤلفه‌های فرهنگ‌جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی است. نوع تحقیق ترکیبی با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی و روش ساختاری-تفسیری (ISM) می‌باشد. بدین منظور تمامی متون پیشینه، مطالعه و با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، مؤلفه‌های فرهنگ‌جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی، استخراج‌شده و با نظر خبرگان، صحت‌گذاری شده‌اند. سپس به‌وسیله روش ساختاری-تفسیری، این مؤلفه‌ها سطح‌بندی شده‌اند. از بررسی متون مربوط به فرهنگ جهادی، هفت مؤلفه، ولایی‌بودن، سبک زندگی یکپارچه جهادی، پاسخگویی به نیازهای انقلاب و کشور، مردمی‌بودن، خصائص اخلاقی، علم‌مداری و تشکیلاتی‌بودن، استخراج گردید. براساس یافته‌های مقاله مؤلفه‌های سبک زندگی یکپارچه جهادی و ولایی‌بودن، بیش‌ترین تأثیر را در شکل‌گیری سایر مؤلفه‌ها دارند ضمن اینکه بر یکدیگر تأثیرات متقابل دارند. در سطح بعدی مؤلفه تشکیلاتی‌بودن و سپس به‌ترتیب مؤلفه‌های خصائص اخلاقی و پاسخ‌گویی به نیازهای انقلاب و کشور (در یک سطح) و مردمی‌بودن، اثرگذارترین مؤلفه‌ها هستند. علم‌مداری، تأثیرپذیرترین مؤلفه در فرهنگ‌جهادی این سازمان‌هاست که البته به‌معنای کم‌اثر بودن آن در فرآیند حصول اهداف در سازمان، نیست.

واژگان کلیدی:

سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی، فرهنگ‌سازمانی، فرهنگ‌جهادی، سبک زندگی مجاهدانه، تشکیلاتی‌بودن، پاسخگویی نیازهای انقلاب اسلامی

۱. کارشناسی ارشد رشته معارف اسلامی و مدیریت صنعتی دانشگاه امام صادق (علیه السلام). mehdi1371hesam@gmail.com

۲. کارشناسی ارشد رشته معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (علیه السلام) (نویسنده مسئول) sina.asareh716@gmail.com

۳. استادیار و عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت دانشگاه امام صادق (علیه السلام). m.hamzehpoor@isu.ac.ir

۴. کارشناسی ارشد رشته معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (علیه السلام). m.pahlevanizadeh@gmail.com

۱- مقدمه و بیان مسئله

سازمان‌های مردم‌نهاد (NGOs) به‌عنوان سازمان‌های غیررسمی، با هدف جلب مشارکت مردم در تعیین سرنوشت خود، از طریق توانمندسازی در ابعاد مختلف، نقش مؤثری را ایفا می‌کنند و این سازمان‌ها جایگاه ویژه‌ای در توسعه دارند. این سازمان‌ها به دلیل ارتباط تنگاتنگ با آحاد مردم و جلب اعتماد آنان، می‌توانند در کنار دولت به‌عنوان یک بازو فعالیت کنند. اصل مشترک تمامی مراکز غیردولتی، همیاری مردم در جهت دستیابی به توسعه پایدار است. چراکه آنان در قالب تشکل‌های خودجوش مردمی، نمود پیدا کرده و می‌توانند با بسیج امکانات برای خدمت به سازندگی جامعه تلاش کنند (عبداللهی، ۱۳۸۷، ص ۲۰-۱۳).

با توجه به مبانی نظری جامعه دینی که تفاوتی ماهوی با نظام لیبرال دموکراسی و در نتیجه جامعه مدنی برآمده از آن دارد، بنیان‌های نظری آن نیز متفاوت خواهد بود. اگرچه در مطالعه سمن‌ها^۲ در جامعه اسلامی، به نظریه‌ای مدون برخورد نمی‌کنیم، اما بنیان‌های فلسفی در خصوص فعالیت‌های اجتماعی و عام‌المنفعه به فراوانی مشاهده می‌شود و متون اسلامی، اعم از کتاب و سنت این‌گونه امور را مورد تأکید قرار داده‌اند. در قرآن، مشارکت در عرصه‌های اجتماعی (توبه: ۱۸)، تولید علم و ثروت و آبادانی (هود: ۶۱)، برپایی عدالت (حدید: ۲۵) و مانند آن، از جمله موارد گفتنی است. از سوی دیگر چارچوب‌های غیر حکومتی در نهاد دین نیز به‌وفور یافت می‌شود. تأمین مالی غیر حکومتی در اسلام، یعنی وجوهات شرعی و... زمینه تأسیس سازوکارهایی را زیر نظر نهاد دین شکل داده که در جامعه معاصر ایرانی گسترده‌ترین فعالیت‌های غیردولتی در حوزه خیر عمومی را به خود اختصاص داده است. یکی از نظریات اسلامی که می‌تواند ریشه اقدامات عام‌المنفعه را توضیح دهد، «نظریه فطرت» است که با استفاده از متون عقلی و نقلی، انجام بسیاری از امور خیر شخصی و عمومی را در مسیر فطرت الهی بشر می‌داند. از دیدگاه این نظریه انسان موجودی مسئول در برابر خداوند و تمام مخلوقات اوست (مطهری، ۱۳۶۹، ص ۷۹). بنابراین مهم‌ترین وجوه اهمیت پرداختن به سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی، اول آنجایی است که این سازمان‌ها می‌توانند کاملاً مبتنی بر مبانی اسلامی عمل کنند و ظرفیتی برای پیشرفت محسوب می‌شوند و در مرتبه بعد مبنایی مردمی دارند و از درون جامعه حرکتی برای اصلاح جامعه صورت می‌گیرد و نه فقط حرکتی از بالا به پایین که هزینه دولتی دارد. سوم اینکه بشدت در جامعه کنونی جهانی، در حال گسترش هستند و این مطلب شامل حال جمهوری اسلامی ایران نیز می‌شود.

1. Non-Governmental Organization

۲. مخفف کلمه «سازمان‌های مردم‌نهاد».



مهم‌ترین عاملی که می‌تواند سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی را در جهت پیشبرد اهدافشان، در مسیر اسلامی یاری کند، فرهنگ صحیح غالب بر سازمان است. نحوه پرداختن کنشگران فرهنگ در این نهادهای اسلامی، نحوه‌ای است که باید مطابق مبانی اسلامی باشد. از این‌گونه پرداختن در ادبیات اسلامی، به «جهاد» تعبیر می‌شود؛ بنابراین نحوه پرداختن به امور عام‌المنفعه فرهنگی، در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی اسلامی، با نحوه پرداختن در نوع غیر اسلامی آن، متفاوت است و هر کدام دارای ویژگی‌های منحصر به فردی است، هر چند حکم شباهت این دو نوع، اقتضاء می‌کند که اشتراکاتی نیز بینشان حاکم باشد. کما اینکه در نمونه‌های عملیاتی تاریخ اسلام نیز این تفاوت‌ها و شباهت‌ها هر کدام در صحنه‌هایی رخ نموده‌اند.

بنابراین، فرهنگ کاری مذکور در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی، در این پژوهش با توجه به پیشینه اسلامی آن، به «فرهنگ جهادی» تعبیر شده است. همان‌گونه که بیان شد، این فرهنگ دارای مؤلفه‌هایی است که برآمده از درون‌مایه اسلامی است. مسئله اصلی این پژوهش، شناخت مؤلفه‌های فرهنگ جهادی و مدل عملکرد آن‌ها با یکدیگر است. برای نهادینه کردن این مؤلفه‌ها در سازمان، باید ابتدا آن‌ها را شناخت و دید که اولاً آن چیزی را که به صورت مبهم با اصطلاح فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی بیان می‌کنیم، دارای چه مؤلفه‌هایی است و نمی‌توان ادعای شناخت فرهنگ جهادی این سازمان‌ها را نمود، مگر اینکه اول این مؤلفه‌ها احصاء گردند. ثانیاً بعد از شناخت مؤلفه‌های فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی، باید به فهمی از مدل ارتباطی این مؤلفه‌ها به عنوان یک سیستم عملیاتی و کاربردی در سازمان‌ها، دست یافت؛ بنابراین به خودی خود احصاء این مؤلفه‌ها نمی‌تواند در حرکت به سوی استفاده از آن‌ها در عمل برای سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی، کارآمد باشد و لابد باید نحوه عملیات توسط این مؤلفه‌ها نیز به صورت مدل ارتباطی آن‌ها، استخراج گردد و مهم‌ترین وجه تمایز این پژوهش با پژوهش‌های پیشین، اولاً در بیان مؤلفه‌های فرهنگ جهادی و ثانیاً در طراحی مدل فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی است. لازم به ذکر است که مدل‌هایمانی از واقعیت هستند و عین واقعیت نمی‌باشند؛ پس نشان‌دهنده دقیق سیستم واقعی نیستند. مدل‌ها مخلص از واقعیات و روابط اصلی بین اجزای پدیده‌ها می‌باشند و نمایی کلی از واقعیت را نشان می‌دهند (الوانی، ۱۳۷۱، ص ۵۴)؛ بنابراین سؤالاتی را که این پژوهش به دنبال کشف آن‌ها است عبارت‌اند از: ۱- مؤلفه‌های فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی کدام است؟ ۲- سطح‌بندی و تأثیر‌گذاری مؤلفه‌های فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی، نسبت به هم چگونه است؟



۲- ادبیات نظری و پیشینه موضوع

۲-۱- تعریف مفاهیم و واژگان

برای پرداختن به روند طبیعی پژوهش، ابتدا باید به تعریف مفاهیم موردنیاز آن و همچنین مفصل‌بندی منطقی این مفاهیم با یکدیگر، پرداخت.

۲-۱-۱- فرهنگ سازمانی

مفهوم فرهنگ سازمانی، برای نخستین بار در سال ۱۹۷۹ در آمریکا وارد ادبیات مدیریت شد و به دیگر کشورهای جهان توسعه یافت ولی پیشینه آن به بحث فضای سازمانی بازمی‌گردد که در سال ۱۹۶۴، توسط زوجی به نام آقای بلیک و خانم موتن مطرح شد (علی‌احمدی، ۱۳۸۳، ص ۵۲).

فرهنگ سازمانی هم‌چون چسبی عمل می‌کند که اعضای گروه را از طریق مشخص کردن یک سری استانداردها در خصوص گفتار و عملکرد در کنار هم قرار خواهد داد (Smit, 2003, p249). فرهنگ سازمانی به عنوان DNA زندگی سازمانی در نظر گرفته می‌شود که تأثیر بسیار قوی روی رفتار و گرایش کارکنان دارد. همچنین فرهنگ سازمانی به صورت چندلایه در نظر گرفته می‌شود که از چهار قسمت متمایز و وابسته به هم تشکیل شده است: ارزش‌های پایه‌ای مشترک، هنجارها، مصنوعات و رفتار سازمانی (Chiu-Ying et al., 2016, p98). در واقع نوع در ارتباط قرار گرفتن انسان‌ها، همان شیوه زندگی و فرهنگ آنان است. به تبع تغییر در عناصر فرهنگی یک جامعه، شبکه ارتباطی آن جامعه نیز متحول می‌شود (امید، ۱۳۹۲، ص ۵۶). فرهنگ سازمانی، با ایجاد معانی مشترک، اساس ارتباطات مذکور در سازمان را فراهم می‌آورد. اگر این وظایف به شیوه‌ای رضایت‌بخش عمل نکند، فرهنگ موجود باعث کاهش کارایی سازمان شود (امید، ۱۳۹۲، ص ۶۱). در ادبیات علمی مدیریت از جمله مؤلفه‌های ویژه‌ای که برای این بخش مهم از سازمان بیان می‌شود، عبارتست از:

۱- رضایت کارکنان؛ سیستم پاداش؛ ارتباطات باز؛ هم‌بستگی؛ رضایت شغلی؛ اعتماد بر ناظر (سرپرست)؛ عملکرد محوری؛ پایداری.

۲- انطباق؛ ایجاد تغییر؛ مشتری محوری؛ یادگیری سازمانی؛ ایجاد دانش؛ ادراک مشتری از کیفیت خدمات؛ خدمات محوری برای مشتری؛ پذیرش فناوری اطلاعات و نوآوری.

۳- درگیری؛ توانمندی؛ تیم محوری؛ توسعه ظرفیت‌ها؛ مشارکت کارکنان در فرآیند تصمیم‌گیری؛ استقلال شغلی.

۴- مأموریت؛ جهت استراتژیک و نیت‌ها؛ اهداف؛ مقاصد و چشم‌انداز.



۵- پایداری: ارزش‌های مرکزی؛ توافق؛ همکاری؛ یکپارچگی (Skvarciany & Sarkane, 2015, p946).

صاحب‌نظران انواع مختلفی از فرهنگ‌سازمانی را برشمرده‌اند. کامرون و کویین^۱ چهار نوع فرهنگ‌سازمانی را پیشنهاد می‌دهند که محوریت آن ارتباط میان کارکنان است:

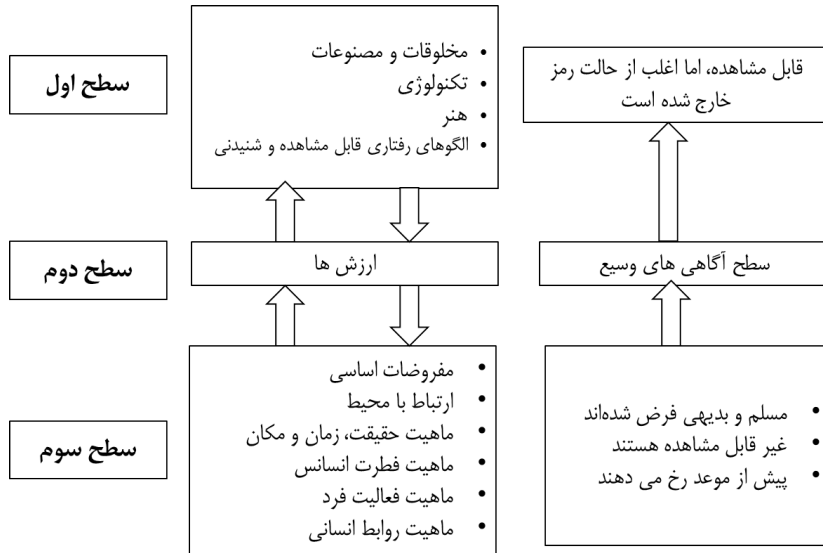
فرهنگ سلسله مراتبی: این نوع از فرهنگ‌سازمانی به‌عنوان هماهنگ‌کننده در نظر گرفته می‌شود و براساس سیاست‌های رسمی شکل گرفته است.

فرهنگ بازار: این نوع از فرهنگ در سازمان به‌منظور دستیابی به سطح بالای رقابت اتخاذ می‌شود و مشی اصلی آن چسباندن کارکنان و سازمان به یکدیگر است. **فرهنگ قبیله‌ای:** این نوع از فرهنگ بر فضای کاری دوستانه تأکید دارد و ادراک کارکنان از سازمان به‌عنوان خانواده‌ای بزرگ است.

فرهنگ وضعیت‌سالار: این نوع از فرهنگ، با نوآوری و ریسک‌پذیری عجین شده است. این مهم با سطح بالای خلاقیت و محیط پویا محقق خواهد شد (Belias et al., 2015, p315).

علاوه‌براین، ویژگی‌های متفاوتی را نیز برای فرهنگ‌سازمانی برشمرده‌اند که برخی از آن‌ها با یکدیگر مشترک است. به‌طور کلی این ویژگی‌ها را می‌توان در دو طبقه رسمی و غیررسمی قرار داد. دسته اول ویژگی‌هایی است که توسط سازمان مشخص می‌شود، از قبیل روابط مرئوسان با مدیر، شرح شغل، عملکرد لازم. دسته دوم در نتیجه تعامل افراد و گروه‌ها و به‌صورت روزمره تعیین می‌شود. مدیران معمولاً بر جنبه‌های رسمی سازمان، کنترل بیشتری دارند تا جنبه‌های غیررسمی. رابینز ویژگی‌های زیر را برای فرهنگ‌سازمانی برشمرده است: نوآوری و خطرپذیری، توجه به جزئیات، توجه به ره‌آوردها، توجه به اعضای سازمان، توجه به تیم، جاه‌طلبی، پایداری، جهت‌دهی، یکپارچگی و وحدت، روابط مدیریت، هویت، سیستم پاداش، تحمل تعارض و الگوهای ارتباطات (امید، ۱۳۹۲، ص ۲۸). فرهنگ‌سازمانی سازه‌ای چندوجهی است؛ که به گروه خاصی از افراد نسبت داده‌شده که بر اثر تعامل با محیط فراگرفته‌اند و شامل تشخیص، تأثیر و رفتار است؛ هم آموخته می‌شود و هم انتقال می‌یابد؛ و محصولی از رفتار است. «ادگار شاین» مدلی را ابداع نموده است که سطوح فرهنگ‌سازمانی و تعاملات بین آن‌ها را نشان می‌دهد:





شکل ۱- مدل سطوح سه‌گانه فرهنگی ادگار شاین (ادگار شاین، ۱۳۸۳، ص ۴۰)

همچنین اندیشمندان مدیریت برای فرهنگ‌سازمانی کارکردهایی قائل شده‌اند که موارد زیر از جمله آن‌ها است:

۱- به کارکنان سازمانی هویت می‌بخشد: فرهنگ، تعیین‌کننده مرز سازمانی است یعنی سازمان‌ها را از هم تفکیک می‌کند و احساس هویت در وجود اعضای سازمان تزریق می‌کند.

۲- تعهد گروهی را آسان می‌سازد: تعهد را اصولاً می‌توان پیوند روانی فرد یا گروه به سازمان تعریف کرد که در آن احساس درگیر بودن شغلی، وفاداری به ارزش‌های سازمانی قرار دارد.

۳- موجب ثبات نظام اجتماعی می‌شود: فرهنگ همچون چسبی است که از طریق ارائه استانداردهای مناسب، اجزای سازمان را به هم متصل می‌کند.

۴- فرهنگ سازمان بر وظایف و نحوه عملکرد مدیریت سازمان تأثیر می‌گذارد و با ایجاد محدودیت‌ها، بایدها و نبایدهای مدیریت سازمان را مشخص می‌کند.

۵- فرهنگ به عنوان یک عامل کنترل برای شکل‌گیری نگرش‌های کارکنان، محسوب می‌شود.

۶- فرهنگ موجب وفق سازمان با عوامل خارجی می‌شود (صادقی‌گوغری، ۱۳۸۸، ص ۶۸).



سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی در جامعه اسلامی، متناسب به ویژگی‌های خاص آن‌ها، در ساختار، خواص و کارکرد، متفاوت از سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی در جامعه غیر اسلامی هستند. یکی از اساسی‌ترین وجوه ممیزه این سازمان نسبت به غیر آن، نقش محوری و مادرگونه مفهوم «جهاد» در آن است. «جهاد» یکی از محوری‌ترین مفاهیم اسلامی است که در تمامی شئون زندگی مسلمین، نقشی مادرگونه دارد. رویکرد مسلمان، در تمامی زندگی خود، رویکرد جهادگونه است؛ چراکه اسلام دین حداکثری و ناظر به تمامی شئون زندگی و دربردارنده نسخه برای تمامی ابعاد آن است. لذاست که برای حاکم کردن حکم الهی در تمام این ابعاد، ناگزیر به «جهاد» است.

در آیات فراوانی از قرآن از «جهاد» و هم‌خانواده‌های آن، سخن به میان آمده و تکرار آن میان کلمات مهمی مانند صلوات، حج، صوم دلالت بر جایگاه رفیع آن در اسلام دارد (نوری‌همدانی، ۱۳۶۷، ص ۱۵). جهاد از نظر لغوی از ریشه جَهَدَ (عربی) و به معنای مشقت و زحمت و همچنین به معنای طاقت و توان است و به کار بستن سعی خود برای دفع دشمن است (راغب‌اصفهانی، ۵۰۲ ه.ق، ص ۴۰۴). جهاد در اصطلاح به معنای «بذل جان و مال و توان در راه اعتلای اسلام و برپاداشتن شعائر دین است». در مجموع باید گفت؛ «جهاد» از لحاظ شرع و فقه اسلامی عبارتست از: «ایثار جان و مال در راه اعتلای پایگاه اسلام و پایداری در راه اقامه شعائر دینی با تحمل مشکلات در برابر طوفان حوادث است» (نوری‌همدانی، ۱۳۶۷، ص ۱۵-۱۳).

انواع جهاد عبارت‌اند از: جهاد ابتدایی و جهاد دفاعی. جهاد ابتدایی با هدف آزادسازی مردم تحت ستم انجام می‌گیرد که فقهای شیعه حضور پیامبر یا امام معصوم را در این‌گونه از جهاد لازم می‌دانند. در این‌گونه از جهاد کسانی از سر راه برداشته می‌شوند که مانع از رسیدن پیام توحید به مردم هستند. در جهاد دفاعی وجود پیامبر یا امام معصوم یا نائب خاص امام شرط نیست یعنی اگر امام یا نائب امام و یا حتی مجتهد و مرجع تقلید هم وجود نداشته باشد، بر مسلمانانی که مورد تجاوز قرار گرفته‌اند واجب است خودشان دفاع را بر عهده بگیرند (حسین‌خانی، ۱۳۹۲، ص ۴۰).

اسلام چون یک آئین فطری است و قوانین خود را بر اساس فطرت استوار نموده، مبارزه را به رسمیت می‌شناسد ولی هرگز این غریزه را یک تحریک حیوانی مثل عموم جنگ‌های جهانگیران دنیا که به بهانه‌های واهی به تصرف سرزمین دیگران پرداخته‌اند، ندانسته است. بلکه مسئله جنگ را اصلاح کرده و صورتی خاص به آن داده و در جهت اهداف متعالی، آن را مشروع دانسته که «جهاد فی سبیل الله» نامیده شده است (جعفری، ۱۳۹۲، ص



۵۶). در همین راستا فرهنگ حاکم بر جهاد از منظر مقام معظم رهبری، دفاعی است نه تهاجمی. ایشان در این باره می‌فرمایند: «ما معتقدیم در صلح می‌توان به سازندگی درونی و بیرونی پرداخت. ما جنگ طلب نیستیم، از اول هم نبودیم، آن‌ها جنگ را بر ما تحمیل نمودند. ما ملتی هستیم که از خودمان دفاع می‌کنیم، خوب هم دفاع می‌کنیم.» (حسینی خامنه‌ای، ۱۳۶۸) از طرفی همین دفاع، نشان‌دهنده حیات واقعی یک ملت است و ملتی که در مقابل دشمن مهاجم، از حقوق خویش به دفاع برنخیزد، محکوم به نابودی است. رهبر معظم انقلاب در این باره می‌فرمایند: «دفاع جزئی از هویت یک ملت زنده است. هر ملتی که نتواند از خود دفاع کند، زنده نیست. هر ملتی هم که به فکر دفاع از خود نباشد و خود را آماده نکند، در واقع زنده نیست.» (حسینی خامنه‌ای، ۱۳۶۸)

یکی از نکات برجسته در فرهنگ اسلامی که مصداق‌های بارز آن در تاریخ صدر اسلام دیده می‌شود، «فرهنگ رزمندگی» است. قید «فی سبیل الله»، ماهیت جهاد را مشخص می‌کند و آن، خدایی بودن این مبارزه است. البته جهاد معنی گسترده‌تری دارد، چنانکه مبارزه با هوای نفس «جهاد اکبر» خوانده شده و منظور آن است که جهاد در مفهوم اسلامی، لزوماً به معنی پیکار مسلحانه با دشمنان نیست؛ بلکه در مفهوم وسیع آن شامل پیکار با زبان، قلب، فکر و احساس بوده و گاه طرف مقابل پیکار حالات درونی فرد یا جامعه اسلامی است. به همین دلیل به تلاش فرد برای اصلاح سازمان نیز تعبیر به جهاد می‌شود (جعفری و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۱۲). هرگونه تلاش در راه مقابله با دشمن را می‌توان تلقی به جهاد نمود؛ مانند جهاد فرهنگی، سیاسی و اقتصادی و غیره. برای مثال مقام معظم رهبری از ایجاد فکر و اندیشه صحیح در جامعه، تعبیر به جهاد فرهنگی نموده‌اند (حسینی خامنه‌ای، ۱۳۸۱) و یا جهاد اقتصادی در کلام معظم‌له عبارتست از: «جهاد اقتصادی یعنی حرکت مستمر همه‌جانبه هدفدار ملت ایران با نیت خنثی کردن و عقیم کردن تلاش خصم‌آلود و غرض‌آلود دشمن.» (حسینی خامنه‌ای، ۱۳۹۰)؛ بنابراین جهاد به معنای ضیق آن مبارزه با دشمن بیرونی و در میدان کارزار و در سطح مسلحانه است ولی به معنای وسیع آن، مقابله با دشمن در تمامی شئون فکری و عملیاتی است (اصلی‌پور، ۱۳۹۵، ص ۴۶). بر اساس این تعاریف، دفاع از ارزش‌های انسانی در همه شئون، از منظر اسلام، جهاد تلقی خواهد شد (مطهری، ۱۳۶۸، ص ۴۵). لذاست طبق نظر مقام معظم رهبری و سایر متفکران اسلامی، اولاً جهاد، برخاسته از نگرش اسلام به جنگ دائمی حق و باطل است و برای ایستادگی در برابر باطل در این جنگ همیشگی است. ثانیاً جهاد در اسلام اصالتاً همیشه با گونه‌ای از بازدارندگی همراه است و ثالثاً در تمامی شئون زندگی مطرح است و رابعاً وجود آن نشانه حیات آن ملت است.



۲-۱-۳- سازمان‌های مردم‌نهاد

تاریخ سازمان‌های مردم‌نهاد به سه دوره اصلی تقسیم می‌شود. اولین دوره به قبل از جنگ جهانی دوم برمی‌گردد که این سازمان‌ها در نقش سازمان‌های امداد رسان بودند. وظیفه اصلی این سازمان‌ها ارائه خدمات خیریه به افراد فقیر بود. دومین دوره مربوط به دو دهه بعد از جنگ است. گفتنی است که بعد از این دوره بود که کشورها ضرورت مشارکت مردم را در توسعه خود، دریافتند (جاوید و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۷). این نهادها به جای ارائه راه‌حل‌های کوتاه‌مدت به دنبال راه‌حلی برای حل مشکلات در سطح ساختاری بودند. از اوایل دهه ۱۹۶۰ میلادی آرایش مناسبی از سازمان‌هایی که در امر توسعه درازمدت شرکت داشتند، در بسیاری از کشورهای جهان سوم ایجاد شد. این سازمان‌ها طرح‌هایی به صورت توسعه عمومی برعهده گرفتند (مقیمی، ۱۳۸۳، ص ۱۹-۱۷).

در حال حاضر از مجموع ۷۷۲۰ عدد سازمان مردم‌نهاد فعال در کشور، تعداد ۳۲۰۰ فقره از آن‌ها در محدوده تهران بزرگ فعالیت دارند و بدون احتساب مؤسساتی که از سایر مراجع صدور پروانه (وزارت کشور، سازمان بهزیستی و...) مجوز دریافت داشته‌اند، تعداد ۱۱۶۰ از این مؤسسات، از ناجا مجوز فعالیت اخذ نموده‌اند (براری و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۴). سازمان‌های مردم‌نهاد از وجوه مختلفی تقسیم‌بندی می‌شوند. یکی از انواع سازمان‌های مردم‌نهاد، سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی است.

سازمان‌های مردم‌نهاد به نام‌های مختلفی خوانده می‌شوند. از جمله این نام‌ها، سازمان‌های غیردولتی، NGO، سازمان‌های داوطلب و سازمان‌های غیرانتفاعی هستند (مقیمی، ۱۳۸۳، ص ۱۱). انجمن‌های داوطلبانه و سازمان‌های غیردولتی یکی از کانال‌های اصلی اعمال نظر مردم و تمرین مشارکت جمعی هستند (جهانگیری و شکری‌زاده، ۱۳۸۹، ص ۲). تعاریف مختلفی از سازمان‌های غیردولتی ارائه شده که در عین داشتن اشتراکات، دارای تفاوت‌هایی نیز هستند. از جمله این تعریف‌های می‌توان به تعاریف ذیل اشاره نمود:

تعریف بانک اطلاعات سازمان‌های غیردولتی ایران: سازمانی غیردولتی محسوب می‌شود که دارای ساختاری غیرحکومتی باشد؛ همچنین عمده اعتبار آن از بخش غیردولتی تأمین شود، نیز غیرانتفاعی و داوطلبانه بوده و پاسخگوی تمام یا بخشی از نیازهای جامعه خود باشد (گلشن‌پژوه، ۱۳۸۱، ص ۱۲).

تعریف سازمان ملی جوانان ایران: سازمان‌های مردم‌نهاد، سازمان‌هایی هستند با اهداف خیرخواهانه، دارای شخصیت حقوقی مستقل، غیردولتی، غیرتجاری و غیرانتفاعی که برای انجام فعالیت داوطلبانه با گرایش‌های غیرسیاسی و براساس اساسنامه مدون و



رعایت چهار چوب قوانین موضوعه کشور فعالیت می نمایند (عباس زاده، ۱۳۹۰، ص ۱۰). در نهایت تعریفی را که می توان به عنوان بهترین تعریف برگزید، تعریفی است که دکتور مقیمی در کتاب خود آورده است. سازمان های غیردولتی تشکل های مردمی هستند که دارای تشکیلات سازمانی، غیردولتی غیرانتفاعی و داوطلبانه بوده و پاسخگوی نیاز جامعه باشند (مقیمی، ۱۳۸۳، ص ۱۶۴).

سازمان های مردم نهاد، سازمان هایی داوطلبانه هستند که به صورت خودجوش خدماتی را ارائه می دهند. عامل انگیزش در این سازمان ها، غیرمادی است. این ویژگی، آن ها را از سایر سازمان های خصوصی که هدفشان کسب سود است، متمایز می کند. از این جنبه همانند سازمان های دولتی هستند اما به لحاظ کنترل مالکیت و حسابداری با سازمان های دولتی متفاوت هستند. این سازمان ها ترکیبی از بخش دولتی و خصوصی هستند. پیگیری های بخش دولتی، بدون انگیزش مادی، کارآیی عملیاتی بخش خصوصی را دارند (Prasad, 2008, p XIX).

طریقی که امور در یک سازمان انجام می شود و هنجارهایی که راهنمای رفتار هستند را فرهنگ می گویند. شناخت فرهنگ یک سمن، شرط اصلی شناخت چگونگی اجرای تغییر است؛ بنابراین باید مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد تا قادر باشد به اهداف مدیریت تغییر، جامه عمل بپوشاند. پس عدم توجه به فرهنگ، نتیجه ای جز شکست ندارد (عباس زاده، ۱۳۹۰، ص ۱۵۶).

بنابراین قطعاً فرهنگ درونی یک سازمان جزء امور مهم در رسیدن سازمان به اهداف اصلی خود است.

۲-۱-۴- انواع سازمان های مردم نهاد

سازمان های مردم نهاد را از وجوه مختلفی تقسیم می کنند. برخی از این وجوه عبارت اند از: دولتی- خصوصی، مذهبی- غیرمذهبی، کمکی- توسعه مدارو... (مقیمی، ۱۳۸۳، ص ۲۱). یکی از این وجوه، تقسیم بندی بر اساس کارکرد آنهاست. برای سازمان های مردم نهاد، کارکردهای مختلفی برشمرده اند که از جمله آنها می توان به کارکردهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی اشاره نمود (عبداللهی، ۱۳۸۷، ص ۲۰-۱۳)؛ اما به طور کلی می توان آن ها را به دو دسته تقسیم نمود؛

الف) سازمان های مردم نهاد اجتماعی: زمینه فعالیت این سازمان ها عبارتست از فعالیت های محیط زیست، بهداشت و درمان، حقوق بشر، اشتغال و مقابله با بیکاری و... (مقیمی، ۱۳۸۳، ص ۱۸۰). برای مثال طبق پژوهشی در سال ۸۹، ثابت شد که اقدامات انجام شده توسط سازمان های غیردولتی در زمینه سرمایه اجتماعی، موجب



ایجاد و رشد سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها خواهد شد (حسینی، ۱۳۸۹).
 ب) سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی: زمینه فعالیت این سازمان‌ها عبارتست از: زمینه‌های فرهنگی، هنری، مذهبی و زمینه‌های علمی (مقیم، ۱۳۸۳، ص ۱۸۰).

۲-۲- پیشینه پژوهش

پیشینه این پژوهش را، در مرتبه اول، پژوهش‌هایی تشکیل می‌دهند که مستقیماً به موضوع فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی پرداخته‌اند که البته لازم‌به‌ذکر است؛ تاکنون هیچ پژوهشی مستقیماً با این موضوع صورت نگرفته است. در مرتبه بعد، پیشینه پژوهش، شامل پژوهش‌هایی با موضوع فرهنگ جهادی، کار جهادی، فرهنگ‌سازمانی جهادی و سایر پژوهش‌های نزدیک به موضوع حاضر، است. جدول (۱) به مرور پژوهش‌های مهم در زمینه‌های مذکور می‌پردازد.

جدول ۱- ذکر پیشینه به اختصار

نویسندگان (سال) - روش	اهداف یا سؤالات اصلی	مهم‌ترین یافته‌ها
سلطانی (۱۳۹۱) مصاحبه عمیق و فرا تحلیل	مطالعه وضعیت موجود فرهنگ‌سازمانی و تعیین ویژگی‌ها و شاخص‌های فرهنگ‌سازمانی مطلوب مبتنی بر مبانی دینی و انقلاب اسلامی	الگوی مطلوب این پژوهش بر ۴ نوع فرهنگ بومی مبتنی است که عبارت‌انداز: فرهنگ تربیت‌محور، فرهنگ دانش‌محور، فرهنگ معناگرا، فرهنگ رابطه‌گرا (انسان‌گرا) که ویژگی‌های این فرهنگ‌ها به نخبگان این عرصه ارائه شده است و الگوی مفهومی با مختصر اصلاحات با روایی (۹۵،۳) به تأیید خبرگان رسیده است.
خصاف‌مفرد و باقری نصرآبادی (۱۳۹۵) مطالعه کتابخانه‌ای، مصاحبه عمیق و تحلیل مضمون	ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های الگوی فرهنگ‌سازمانی جهادی با الهام از فرهنگ‌سازمانی دوران دفاع مقدس چیست؟	یافته‌های این پژوهش در سطح عقاید و مفروضات، شامل: رابطه با خدا، رابطه با طبیعت، ماهیت حقیقت، ماهیت مکان و فضا، ماهیت زمان، زبان و ماهیت روابط انسانی است. در قسمت ارزش‌ها، ارزش‌های ابزاری، شامل: روحیه تشکیلاتی، جهاد با نفس، ولایت‌پذیری از امام و سلسله فرماندهان، تفکر راهبردی و خلاقیت است و ارزش‌های غایی، شامل: قرب الهی و جلب رضایت الهی است. در سطح نمودها و مصنوعات، نمودهای کلامی، شامل: اصطلاحات و تغییرات، شعارها و رجزها، دعا و نیایش، شوخ‌طبعی‌ها، کلمات قصار، پیام‌ها و نامه‌ها و نمودهای فیزیکی، شامل: نوع نوشتار، نوع پوشش، بازنمای روحیه جهادی و نمودهای رفتاری، شامل: ایثار و فداکاری، برپایی مراسم مذهبی، شهادت‌طلبی و ادب تشکیلاتی، هستند.



مهم ترین یافته‌ها	اهداف یا سؤالات اصلی	نویسندگان (سال) - روش
<p>مدل سازمان جهادی در قالب سه بعد اصلی (بعد ساختاری، بعد رفتاری و بعد زمینه‌ای)، ۱۲ رکن سازمانی و ۳۶ شاخص، طراحی و پیشنهاد شد. در بعد ساختاری، سازمان جهادی متشکل از واحدهای اجرایی با پیچیدگی، رسمیت و تمرکز در سطح پایین می‌باشد. همچنین در بعد زمینه‌ای، سازمان جهادی از طریق اجرای طرح‌های جهادی برگرفته از نیازهای مردمی، در قالب تیم‌های کاری کوچک به دنبال رشد و پویایی می‌باشد. همچنین در بعد رفتاری، حمایت از کارکنان توسط رهبری، اشاعه ویژگی‌های اخلاقی تواضع، دیگرخواهی و شجاعت در سازمان و وجود فضای معنوی مبتنی بر صمیمیت ارزش‌های دینی، از ویژگی‌های مشخصه یک سازمان جهادی می‌باشند.</p>	<p>۱- طراحی مدل سازمان جهادی ۲- شناسایی ابعاد، ارکان (مؤلفه‌ها) و شاخص‌های شکل‌دهنده سازمان جهادی</p>	<p>حسینی و همکاران (۱۳۹۵) مطالعه کتابخانه‌ای، مصاحبه نیمه‌ساختارمند و مصاحبه عمیق</p>
<p>الگوی حاکم بر فرهنگ جهادی در دیدگاه رهبر معظم انقلاب، دارای ۴ بعد؛ «عرصه‌های عمل جهادی»، «ویژگی‌های عمل جهادی»، «موانع عمل جهادی»، «پیامدهای و دستاوردهای عمل جهادی» است و دارای سه شرط است که عبارتند از: در مقابل دشمن یا معارضه جدی باشد، با تلاش باشد و برای رضای خدا باشد.</p>	<p>الگوی «عمل جهادی» از دیدگاه رهبر معظم انقلاب اسلامی، چیست و چه ابعاد و عواملی دارد؟</p>	<p>علی‌زاده و زارع (۱۳۹۴) نظریه‌پردازی داده‌بنیاد</p>
<p>الگوی فرهنگ جهادی در ۴ مؤلفه: معنویت‌محور (با امتیاز ۱۰۰)، ورزیدگی (با امتیاز ۹۵)، مجاهدت‌محوری (با امتیاز ۸۶) و انطباق‌محوری (با امتیاز ۱۰۰) طراحی شده است که معنویت‌محوری و انطباق‌محوری دارای بالاترین درجه اهمیت بین مؤلفه‌های فرهنگ جهادی هستند.</p>	<p>شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های فرهنگ جهادی و طراحی الگوی فرهنگ جهادی</p>	<p>فرهی و همکاران (۱۳۹۵) توصیفی از نوع کیفی</p>
<p>مدیریت جهادی در حوزه فرهنگ از نظر امام علی (ع) دارای ابعاد معرفتی، ارزش و رفتاری است. مهم‌ترین مؤلفه‌ها در بعد معرفتی، شامل: دشمن‌شناسی و آگاهی از چگونگی مواجهه با آن، شناخت اهمیت مدارا و آگاهی از ضرورت تقوا و در بعد ارزشی، شامل: اشتیاق باطنی به اجرای عدالت، احترام به ارزش‌های اخلاقی و میل باطنی به مردمی‌بودن و در بعد رفتاری، شامل: انجام خدمت خالصانه، پرهیز از تبعیض، پایداری و استقامت در انجام وظایف و هوشیاری و عدم غافل‌گیر شدن هست.</p>	<p>کشف و تبیین ابعاد مدیریت فرهنگی جهادی از منظر امام علی (ع)</p>	<p>رستمی (۱۳۹۴) توصیفی-تحلیلی</p>



نویسندگان	اهداف یا سؤالات اصلی	مهم‌ترین یافته‌ها
مرتضوی و زارع پور نصرآبادی (۱۳۹۱) توصیفی-تحلیلی	تبیین ویژگی‌های فرهنگ جهادی به‌عنوان یک رکن از مدیریت جهادی و ارائه مدل فرهنگ جهادی براساس ادبیات فرهنگ‌سازمانی	ارائه ۱۱ ویژگی فرهنگ جهادی بر اساس ادبیات فرهنگ‌سازمانی که عبارتند از: هویت جهادی، سیستم تشویقی در سازمان جهادی، نظام ارزشی موردقبول جهادگران، انسجام گروهی در جهاد، الگوی ارتباطی در سازمان جهادی، تحمل اختلاف سلیقه، ابتکار جهادگران، هدایت و سرپرستی جهادی، خطرپذیری (مسئولیت‌پذیری)، کنترل و درنهایت حمایت مدیریتی؛ براساس ادبیات فرهنگ‌سازمانی و بوم.
لطیفی و همکاران (۱۳۹۵) مصاحبه عمیق و تحلیل مضمون	شناسایی و توصیف مؤلفه‌های سازمان‌هایی مانند جهاد سازندگی، کمیته امداد امام خمینی و... که کارایی لازم را متناسب با ادبیات جهادی داشته‌اند.	در این پژوهش ۷۰ مؤلفه سازمان جهادی استخراج شد که این ۷۰ مؤلفه در ۱۲ حوزه راهبردها، سیاست‌های کلان، ویژگی نیروی انسانی، تعاملات، فرهنگ، ویژگی‌های رهبران، آموزش و رشد، ساختار، تصمیم‌گیری، ارزیابی و نظارت، نظام حقوق و دستمزد و توصیف پیرامونی سازمان جهادی تقسیم‌بندی گردید.
دانایی‌فرد و همکاران (۱۳۹۴) مصاحبه عمیق و تحلیل مضمون	مطالعه و شناسایی مؤلفه‌های جهادی سازمان‌های کمیته انقلاب اسلامی و جهاد سازندگی	مؤلفه‌های سازمان‌های فضیلت‌محور شامل: هم‌رشدی، تقوای سازمانی، اخوت سازمانی، حکمت، ایثار همه‌گیر، شجاعت، اخلاص، مجاهدت مستمر، آسودگی مدیر و انعطاف‌پذیری است.
لطیفی و سعدآبادی (۱۳۹۳) پدیدارشناسی تفسیری	فهم جوهره پدیده نوظهور مدیریت جهادی و شناخت تفاوت‌های مبنایی آن با سایر پدیده‌های مشابه	تمایز محوری فعالیت‌های جهادی در قالب ایمان به غیب، معنادار است و تقویت آن از طریق تقوا ممکن می‌باشد. ریشه اثرگذاری مدیریت جهادی به روح عرفانی فرد برمی‌گردد و درنهایت، ماهیت مدیریت جهادی بر مبنای مبارزه تعریف می‌شود و بر دو رکن اساسی «کوشش فراوان» به‌همراه «مقابله با موانع موجود» در مسیر دستیابی به پیشرفت و تمدن اسلامی قوام‌یافته است که می‌تواند فرهنگی دارای همین ویژگی‌ها ایجاد نماید.
یخچالی (۱۳۹۴) مصاحبه نیمه ساختاریافته و تحلیل مضمون	کشف و توصیف ابعاد الگوی سازمان صنعتی جهادی	سازمان‌های جهادی را می‌توان در چهار بخش کلی موردبررسی قرار داد که عبارتند از: بنیان سازمان جهادی که شامل ارزش‌های جهادی، روحیه جهادی و کار جهادی است. این بخش به‌عنوان روح حاکم بر سازمان است و نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری و تمایز این سازمان‌ها از دیگر سازمان‌ها دارد. دیگر بخش‌های سازمان باید دارای این ویژگی‌ها و فرهنگ جهادی باشند.



با توجه به پیشینه مذکور، مهم‌ترین وجه نوآوری این مقاله نسبت به مطالعات پیشین در انتخاب موضوع پژوهش است. بر اساس جستجوهای انجام‌شده، تاکنون هیچ پژوهشی با موضوع فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی، انجام نشده است. برخی از پژوهش‌ها مانند لطیفی (۱۳۹۵) فقط به استخراج مؤلفه‌های فرهنگ جهادی پرداخته‌اند. برخی نیز مانند خصاف‌مفرد (۱۳۹۵) هم به بیان مؤلفه‌ها، هم به استخراج مدل پرداخته‌اند اما مهم‌ترین وجه نوآوری این مقاله با آن‌ها در بررسی فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی است که هیچ کدام به آن نپرداخته‌اند.

۳- روش تحقیق

روش تحقیق این پژوهش در الگوی ترکیبی (کمی-کیفی) قرار دارد که در آن ابتدا از روش کیفی و سپس کمی بهره گرفته شده است. مراحل انجام پژوهش حاضر، طی سه گام برنامه‌ریزی شده است که در ذیل به آن‌ها پرداخته می‌شود.

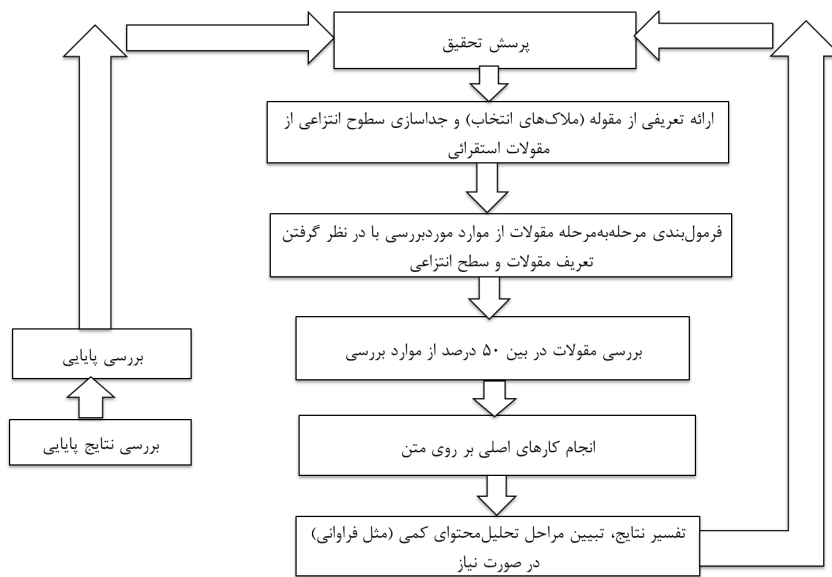
اولین گام، تحلیل محتوای کیفی تمامی متون مربوط به موضوع پژوهش است که گزارشی از آن‌ها در پیشینه پژوهش ارائه گردید. تحلیل محتوای کیفی را می‌توان روش تحقیقی برای تفسیر ذهنی محتوایی داده‌های متنی از طریق فرایندهای طبقه‌بندی نظام‌مند، کدبندی و تم‌سازی دانست (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰، ص ۷). سیه و شانون (۲۰۰۵) سه رهیافت متمایز تحلیل محتوای کیفی را نشان می‌دهند: عرفی^۱، هدفمند^۲، تلخیصی^۳. تحلیل محتوای عرفی عموماً با طرح مطالعه‌ای به کار می‌رود که هدف آن تبیین یک پدیده است. این نوع زمانی مناسب است که نظریه یا ادبیات پیشین درباره یک پدیده، محدود باشد. در این رهیافت پژوهشگران از مقوله‌های از پیش تعیین شده، دوری می‌کنند و اجازه می‌دهند مقوله‌ها و عناوین آن‌ها از داده‌ها منشعب شوند. تحلیل محتوای هدفمند فرایندی ساختاربندی شده تر دارد و هدف آن اعتبارسنجی مفهومی یک چارچوب نظری یا نظریه است. پژوهشگران در این رهیافت با استفاده از نظریه یا ادبیات، کار را با تعیین مفاهیم یا متغیرهای کلیدی به عنوان متغیرهای کدگذاری ابداعی، آغاز می‌کنند. تحلیل محتوای تلخیصی با شمارش کلمات یا محتوای معین برای درک کاربرد زمینه‌ای کلمه یا محتوا آغاز می‌شود (Hsieh & Shannon, 2005, p1281-1284).

با توجه به تقسیم‌بندی سیه و شانون، رویکرد این پژوهش استفاده از تحلیل محتوای عرفی است؛ چراکه هدف ما در این پژوهش صرفاً تبیین ابعاد مضمونی متون مربوط به

1. Hsieh & Shannon
2. Conventional content analysis
3. Directed content analysis
4. Summative content analysis



فرهنگ‌جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی، برای یافتن مؤلفه‌های فرهنگ‌جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی است و با توجه به اینکه نظریه و ادبیات پیشینی در این زمینه وجود ندارد، بهتر است اجازه داده شود تا مقوله‌ها و عناوین از داده‌ها منشعب شود. در این حالت محققان خودشان را بر امواج داده‌ها شناور می‌کنند تا شناختی بدیع برایشان فراهم شود؛ بنابراین از طریق استقراء، مقوله‌ها از داده‌ها ظهور می‌یابند. این حالت را میرینگ (۲۰۰۰) مقوله‌استقرایی^۲ نامیده است. ایده اصلی میرینگ فرمول‌بندی معیارهای تعریف‌شده است که از پیشینه نظری و پرسش تحقیق به دست می‌آید و در این زمینه جنبه‌های متنی مواد مورد بررسی مورد توجه قرار می‌گیرند و مقولات مرحله به مرحله و به‌طور آرمایشی استخراج می‌شوند. مراحل رویکرد «بسط نظام مقوله‌ای استقرایی» را در شکل زیر می‌توان مشاهده نمود.



شکل ۲- مراحل رویکرد «بسط نظام مقوله‌ای استقرایی» (Mayring, 2000, p8)

با توجه به سخن میرینگ، رویکرد این مقاله «بسط نظام مقوله‌ای استقرایی» خواهد بود؛ چراکه پیشینه نظری روشنی درباره موضوع وجود ندارد و مبنای تحلیل محتوا همان سؤال پژوهش خواهد بود. براین اساس سؤال اصلی این مقاله در بخش تحلیل محتوا عبارتست از: «مضامین متون مربوط به موضوع پژوهش درباره فرهنگ‌جهادی در سازمان‌های فرهنگی مردم‌نهاد چیست؟»



1. Mayring
2. Inductive category development.

با توجه به این که هدف نهایی این گام از پژوهش، استخراج و بیان مؤلفه‌های فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی است و از طرف دیگر، پژوهش مرجعی به صورت مشخص تاکنون به این موضوع نپرداخته است، این مؤلفه‌ها ممکن است در بردارنده ابعاد متعدد و گهگاه مبهمی باشند و در واقع تحلیل و به دست آوردن آن‌ها نیازمند زمینه تحلیلی باز است. بنابه دلیل ذکر شده، در این پژوهش واحد تحلیل، «مضمون» در نظر گرفته شده است. جامعه آماری ما در این تحلیل محتوا، تمامی متون قریب به موضوع فرهنگ جهادی است. نمونه‌گیری نیز به صورت هدفمند است و زمانی که مقوله‌ها و مفاهیم به لحاظ نظری اشباع شوند و داده‌های جدید از طبقه‌ها در خلال گردآوری و تحلیل بیشتر داده‌ها به دست نیاید، نمونه‌گیری پایان خواهد یافت. به عبارتی با متون و تحقیقات انجام شده در موضوعات مشابه و نزدیک موضوع پژوهش حاضر، مانند متون اولیه تحقیق برای هدف حاضر، برخورد شده است.

دومین گام در پژوهش حاضر، جهت صحت‌گذاری و اتقان مؤلفه‌های فرهنگ جهادی استخراج شده از درون ادبیات نظری پژوهش، لازم بود که این مؤلفه‌ها به‌نخبگان این عرصه عرضه شوند. در نهایت این کار صورت پذیرفت و اصلاحات اجمالی در آن‌ها صورت گرفت. سومین گام مربوط به فرآیند مدل‌یابی مؤلفه‌های احصاء شده، توسط روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری (ISM) است. مدل‌سازی ساختاری-تفسیری یکی از روش‌های طراحی سیستم‌ها، به‌ویژه دستگاه‌های اقتصادی و اجتماعی است. مدل‌سازی ساختاری-تفسیری، رویکردی است که با بهره‌گیری از ریاضیات، رایانه و مشارکت متخصصان، به طراحی سیستم‌های بزرگ و پیچیده می‌پردازد. این روش یک فرآیند یادگیری تعاملی است. در آن مجموعه‌ای از عناصر متفاوت در قالب یک مدل سامانمند جامع، ساختاردهی می‌شوند. روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری، مدل‌های ذهنی مبهم و ضعیف را به مدل‌هایی شفاف و خوب تعریف شده تبدیل می‌کند که برای بسیاری از اهداف سودمند هستند (آذر و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۲۵۸-۲۵۷). این فن برای ساختاردهی به عناصر (شاخص‌های) مؤثر در حل یک مشکل به کار گرفته می‌شود. ISM موجب به‌وجود آمدن یک «دیاگراف» از روابط پیچیده موجود در بین عناصر یک سیستم می‌گردد که تعامل میان متغیرهای مختلف را نشان می‌دهد؛ بنابراین، این روش برای شناسایی و نمایش دادن ارتباط میان اجزای متفاوت که ممکن است روابط پیچیده‌ای داشته باشند، کاربرد دارد (اصغری‌پور، ۱۳۸۲، ص ۱۲۰). با توجه به پیشینه پژوهش، در این روش جامعه آماری متشکل از خبرگان است و پیشنهاد بر استفاده از نظرات ۵ خبره است (Mandal & Deshmukh, 1994, p45-59). همچنین ماندال و دشموخ مراحل



استفاده از رویکرد ساختاری-تفسیری را این‌گونه مطرح می‌کنند:

۱. ابتدا باید متغیرهایی که روی سیستم تأثیر می‌گذارند، شناسایی شوند.
۲. مرحله تشکیل ماتریس خودتعاملی: درایه‌های این ماتریس به این صورت تشکیل خواهد شد:
 اگر عنصر i بر عنصر j تأثیرگذار باشد (V)؛ اگر عنصر j بر عنصر i تأثیرگذار باشد (A)؛ تأثیر متقابل عناصر (i و X ، j) و در صورت عدم وجود ارتباط بین عناصر i و j ، درایه ماتریس، (O) خواهد بود.
۳. به‌منظور تشکیل ماتریس دستیابی اولیه می‌بایست نمادهای احصاء‌شده در گام قبل، تبدیل به عددهای صفر و یک شوند؛ به‌منظور تشکیل ماتریس دستیابی اولیه می‌بایست موارد ذیل را رعایت کرد:
 اگر ورودی j و i در ماتریس خودتعاملی ساختاری V باشد، آنگاه در ورودی j و i در ماتریس دستیابی اولیه، یک قرار داده و در ورودی i و j ، صفر قرار داده شود.
 اگر ورودی j و i در ماتریس خودتعاملی ساختاری، A باشد، آنگاه در ورودی j و i در ماتریس دستیابی اولیه، صفر و در ورودی i و j ، یک قرار داده می‌شود.
 اگر ورودی j و i در ماتریس خودتعاملی ساختاری، X باشد، آنگاه در ورودی j و i در ماتریس دستیابی اولیه، یک و در ورودی i و j ، یک قرار داده شود.
 اگر ورودی j و i در ماتریس خودتعاملی ساختاری O باشد، آنگاه در ورودی j و i در ماتریس دستیابی اولیه، صفر و در ورودی i و j ، صفر قرار داده شود (Cherry, 2000, p50).
۴. پس از دسترسی به ماتریس دستیابی اولیه، می‌بایست انتقال‌پذیری در روابط به‌دست‌آمده را در نظر گرفت و از این طریق ماتریس دستیابی نهایی تشکیل خواهد شد. این ماتریس میزان وابستگی و قدرت نفوذ عوامل را نمایان خواهد کرد. وابستگی از طریق جمع اعداد در هر ستون و نفوذ از طریق جمع اعداد در هر ردیف به‌دست خواهد آمد (Richmond, 2008, p40).
۵. سپس با استفاده از ماتریس دستیابی نهایی، مجموعه ورودی و خروجی برای تک‌تک عوامل به‌دست خواهد آمد. مجموعه خروجی برای هر عامل، دربرگیرنده خود عامل و عامل‌هایی است که بر آن‌ها مؤثر است. مجموعه ورودی برای هر عامل دربرگیرنده خود عامل و عوامل تأثیرپذیر از آن‌هاست.
۶. پس از مشخص کردن مجموعه خروجی، ورودی و اشتراک میان دو مجموعه، خروجی و ورودی برای هر مانع تعیین می‌شود و با استفاده از مجموعه مشترک برای هر مانع به دست خواهد آمد. عواملی که مجموعه مشترک و خروجی‌شان هماهنگ باشند و



کمترین قدرت نفوذ را دارا باشند، در بالاترین سطح از سلسله مراتب ساختاری تفسیری قرار خواهند گرفت (Mandal&Deshmukh, 1994,p48).

۷. زمانی که در اولین تکرار، عوامل بالاترین سطح مشخص شدند، باید از میان عوامل حذف شوند. این کار تا مشخص شدن سطح تمامی عوامل ادامه خواهد داشت (Hopkins, 2001,p30).

۳-۱-۱- روایی و پایایی تحقیق

همان‌طور که در سطور بالا، گام‌های پژوهش ذکر شد، در این پژوهش، ابتدا با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای، مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی احصا شد. در ادامه مسیر پژوهش، مؤلفه‌های احصاء شده، جهت صحت‌گذاری به ۵ نفر از خبرگان سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی با فرهنگ جهادی ارائه شد، این نخبگان دانشجوی و یا فارغ‌التحصیل دوره دکتری و جزء فعالان و رهبران سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی هستند. لذا با توجه به تخصص آن‌ها در حوزه علم و عمل، به‌عنوان خبرگان این پژوهش برگزیده شدند و در مراکز تحصیل و تدریس آن‌ها، به ایشان رجوع شد. پس از اعمال نظر خبرگان این حوزه، مؤلفه‌های نهایی فرهنگ سازمانی جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی مشخص شد. در ادامه راه، جهت استخراج مدل فرهنگ سازمانی جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی؛ سطح‌بندی، درجه اهمیت، اثرگذاری، اثرپذیری و در کل طریقه ارتباط مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی، با مراجعه به خبرگان مذکور و درخواست تکمیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به تشکیل ماتریس دستیابی اولیه پرداخته شد. در نهایت پس از انجام محاسبات و تشکیل مدل نهایی با استفاده از رویکرد ساختاری-تفسیری (ISM)، جهت صحت‌گذاری این مدل؛ درجه نفوذ، روابط میان مؤلفه‌ها، طریقه ارتباط میان مؤلفه‌ها، اهمیت مؤلفه‌ها و... در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی با فرهنگ جهادی، به خبرگان ارائه شد. در نتیجه مدل نهایی، با اعمال نظرات خبرگان این حوزه تأیید شد.

۴- یافته‌های تحقیق

۴-۱- استخراج مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی

همان‌طور که بیان شد، تمامی متون مربوط به موضوع پژوهش به‌وسیله روش تحلیل محتوای کیفی مورد تحلیل قرار گرفت و پس از استخراج مؤلفه‌ها و رسیدن به حد اشباع در آن‌ها و عدم توانایی در اضافه نمودن به آن‌ها، جهت صحت‌گذاری و اتقان آن‌ها،



به نخبگان عرضه شده و بعد از اصلاحات جزئی، نهایتاً نتیجه آن ۷ مؤلفه شد که به عنوان مؤلفه‌های اساسی فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی برگزیده شدند که عبارت‌اند از: تشکیلاتی بودن، علم‌مداری، خصائص اخلاقی، سبک زندگی یکپارچه جهادی، پاسخگویی به نیازهای انقلاب و کشور، مردمی بودن، ولایتی بودن. نمونه فرآیند دستیابی به این مؤلفه‌ها به وسیله تحلیل محتوای کیفی به روال ذیل است؛

جدول ۲- تحلیل محتوای کیفی: استخراج مفاهیم فرعی با استفاده از منابع کتابخانه‌ای

مفهوم فرعی	گزاره	منبع
حرکت جهشی و پیدا کردن راه‌های میانبر	۱- به کارگیری راه‌های میانبر و اصل غافلگیری	(خصاف منفرد و باقری نصرآبادی، ۱۳۹۵)
هم‌افزایی در کارها	۱- تکمیل یکدیگر - ۲- حفظ وحدت سازمانی	(دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۴). (لطیفی و سعدآبادی، ۱۳۹۳).
رسمیت حداقلی	۱- روابط سازمانی روان و شفاف (مرتضوی) - ۲- مخالف با تشریفات غیر ضروری - ۳- عدم نگاه اربابانه و تأکید بر نگاه برادرانه	(مرتضوی و زارع پور نصرآبادی، ۱۳۹۱). (لطیفی و یخچالی، ۱۳۹۴)
کاهش دیوانسالاری	۱- تضاد با بروکراسی - ۲- ایجاد ساختار حداقلی و حذف دیوانسالاری	(لطیفی و یخچالی، ۱۳۹۴). (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۴)
انتقادپذیری	۱- انتقادپذیری تمامی متصدیان امر - ۲- آزادی و صداقت در بیان انتقادات	(دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۴).
تعهد به سازمان	۱- افتخار به هویت سازمانی و تعهد و تعلق خاطر کارکنان به سازمان - ۲- دل‌بستگی و علاقه‌مندی کارکنان به سازمان متبوع و مسئولیت‌هایی که برعهده دارند - ۳- احساس مالکیت و مسئولیت	(سلطانی، ۱۳۹۱). (یخچالی، ۱۳۹۴).
سعه صدر	۱- حضور کارکنان در مأموریت‌های سخت و تحمل ناملازمات با آغوش باز - ۲- تحمل اختلاف سلیقه	(سلطانی، ۱۳۹۱). (مرتضوی و زارع پور نصرآبادی، ۱۳۹۱)
ارزش عهد و پیمان	۱- تلقی کارکنان از شغل خود به عنوان تکلیف شرعی - ۲- تعهد به کار - ۳- احساس تکلیف و تعهد کردن - ۴- تعهد	(سلطانی، ۱۳۹۱). (خصاف منفرد و باقری نصرآبادی، ۱۳۹۵). (علیزاده و زارع، ۱۳۹۴). (لطیفی و سعدآبادی، ۱۳۹۳)
وجود همدلی	۱- حساسیت به مشکلات یکدیگر و راه‌حل‌یابی جمعی - ۲- اعتماد طرفینی	(دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۴).
سرعت عمل	۱- نزدیکی مسئله و اجرای چابکی - ۲- دستیابی سریع به هدف	(لطیفی و یخچالی، ۱۳۹۴). (لطیفی و سعدآبادی، ۱۳۹۳).



منبع	گزاره	مفهوم فرعی
(خصاف منفرد و باقری نصرآبادی، ۱۳۹۵).	۱-مسئولیت‌پذیری، مشورت و مشارکت نیروهای رده پایین در عملیات، مطالبه‌گری نیروها نسبت به وظایف مشخص شده به صورت متقابل	مشارکت‌پذیری
(لطیفی و یخچالی، ۱۳۹۴). (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۴). (لطیفی و سعادت‌آبادی، ۱۳۹۳).	۱-ارتقاء خود به خودی تنها ملاک توانایی- ۲-تخصص‌گرایی-۳-انتخاب بهترین فرد به عنوان مدیر-۴-تخصص و تجربه لازم	شایسته‌سالاری
(دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۴)	۱-هم‌سطحی و ارتباط مستقیم مدیر با نیروها	کاهش سلسله‌مراتب
(سلطانی، ۱۳۹۱)	۱-واکنش مناسب سازمان به تحولات محیطی و باقی‌نماندن در پوسته مکانیکی و بروکراتیکی	انطباق‌پذیری
(سلطانی، ۱۳۹۱)	۱-اراده رهبران و مدیران عالی سازمان به چابک‌سازی سازمان و انعطاف‌پذیری بیشتر آن	انعطاف‌پذیری ساختار
(فرهی و همکاران، ۱۳۹۵). (مرتضوی و زارع‌پور، ۱۳۹۴)	۱-تبعیت و همراهی با رهبران-۲-انجام گروهی	کار گروهی
(سلطانی، ۱۳۹۱). (لطیفی و یخچالی، ۱۳۹۴)	۱-پویایی سازمانی به علت تجدید و بهبود ساختار سازمان بر اساس تجدید و ضرورت‌ها و اقتضات روز-۲-مدیریت اقناعی و اقتضائی-۳-ساختار جوششی و اقتضائی	تغییر ساختار طبق ضرورت و نیاز

جدول ۳- تحلیل محتوای کیفی: تشکیل مؤلفه‌ها با استفاده از مفاهیم فرعی

مؤلفه	مضمون	مفهوم‌های فرعی
تشکیلاتی بودن	اخلاق تشکیلاتی	انتقادپذیری
		تعهد به سازمان
		سعه‌صدر
		ارزش عهد و پیمان
		وجود همدلی
تشکیلاتی بودن	عملکرد تشکیلاتی	حرکت جهشی و پیدا کردن راه‌های میانبر
		پاسخگویی
		وحدت در کارها
		حمایت از کارکنان توانمند توسط رهبری
		سرعت عمل
		مشارکت‌پذیری



مؤلفه	مضمون	مفهوم‌های فرعی
تشکیلاتی بودن	عملکرد تشکیلاتی ساختار تشکیلاتی	شایسته‌سالاری
		کاهش سلسله‌مراتب
		اولویت فرهنگ بر ساختار
		رسمیت حداقلی
		کاهش دیوان‌سالاری
		انطباق‌پذیری
		انعطاف‌پذیری ساختار
		کار گروهی
		تغییر ساختار طبق ضرورت و نیاز

۴-۲- مدل‌یابی فرهنگ سازمانی جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی

به‌وسیله روش ISM

۴-۲-۱- پرسشنامه جهت تحقق ماتریس دسترسی اولیه

در ادامه به‌منظور مدل‌یابی فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی و تعیین سطوح و روابط میان مؤلفه‌های استخراج‌شده از مطالعات کتابخانه‌ای و صحنه‌گذاری خبرگان، پرسشنامه ذیل تهیه‌شده و به ۸ نفر از خبرگان حوزه سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی با فرهنگ جهادی جهت ارائه نظر، تقدیم شده است.

جدول ۴- پرسشنامه: ماتریس خودتعاملی ساختاری مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی

مقوله‌های فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی							عامل z	عامل i
پاسخگویی به‌نیازهای انقلاب و کشور	ولایتی بودن	سبک زندگی یکپارچه جهادی	خصائص اخلاقی	مردمی بودن	علم‌مداری	تشکیلاتی بودن		
						*	تشکیلاتی بودن	مقوله‌های فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی
					*	*	علم‌مداری	
				*	*	*	مردمی بودن	
			*	*	*	*	خصائص اخلاقی	



مقوله‌های فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی							عامل i عامل j	مقوله‌های فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی
پاسخگویی به نیازهای انقلاب و کشور	ولایتی بودن	سبک زندگی یکپارچه جهادی	خصائص اخلاقی	مردمی بودن	علم‌مداری	تشکیلاتی بودن		
		*	*	*	*	*	سبک زندگی یکپارچه جهادی	
	*	*	*	*	*	*	ولایتی بودن	
*	*	*	*	*	*	*	پاسخگویی به نیازهای انقلاب و کشور	

۴-۲-۲- ماتریس دستیابی نهایی

جهت تهیه این ماتریس، از مجموع اعداد سطرها، میزان قدرت نفوذ و از مجموع اعداد ستون‌ها، میزان وابستگی مؤلفه‌ها، استخراج خواهد شد.

جدول ۵- ماتریس دستیابی نهایی مولفه‌های فرهنگ سازمانی جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی

مقوله‌های فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی								مقوله‌های فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی	
قدرت نفوذ	پاسخگویی به نیازهای انقلاب و کشور	ولایتی بودن	سبک زندگی یکپارچه جهادی	خصائص اخلاقی	مردمی بودن	علم‌مداری	تشکیلاتی بودن		
۶	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱		تشکیلاتی بودن
۴	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱		علم‌مداری
۴	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۰		مردمی بودن
۵	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱		خصائص اخلاقی
۷	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱		سبک زندگی یکپارچه جهادی
۷	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱		ولایتی بودن
۵	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۰		پاسخگویی به نیازهای انقلاب و کشور
	۵	۴	۴	۵	۷	۶	۵	میزان وابستگی	



۴-۲-۳- سطح‌بندی عناصر ماتریس دستیابی

جهت تعیین سطح هر کدام از عوامل احصاء‌شده، می‌بایست مجموعه عوامل خروجی، ورودی و مشترک آن‌ها مشخص شود.

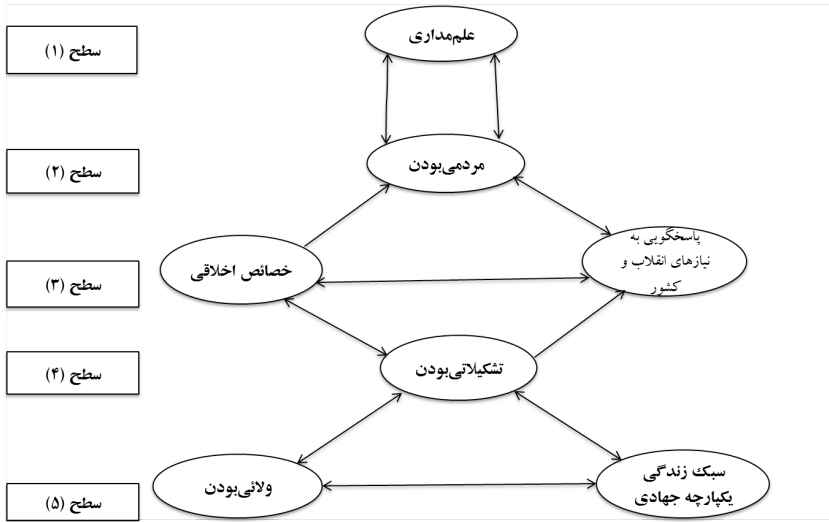
جدول ۶- سطح‌بندی مؤلفه‌های فرهنگ‌سازمانی جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی

سطح	مشترک	ورودی	خروجی	مقوله‌ها
۴	۶ و ۵ و ۴ و ۱	۶ و ۵ و ۴ و ۲ و ۱	۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۱	تشکیلاتی بودن
۱	۳ و ۲	۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲	۳ و ۲ و ۱	علم‌مداری
۲	۳ و ۲ و ۱	۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱	۳ و ۲ و ۱	مردمی بودن
۳	۵ و ۴ و ۱	۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۱	۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱	خصائص اخلاقی
۵	۶ و ۵ و ۴ و ۱	۶ و ۵ و ۴ و ۱	۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱	سبک زندگی یکپارچه جهادی
۵	۷ و ۶ و ۵ و ۱	۷ و ۶ و ۵ و ۱	۷ و ۶ و ۵ و ۴ و ۳ و ۲ و ۱	ولائی بودن
۳	۷ و ۶ و ۳	۷ و ۶ و ۵ و ۳ و ۱	۷ و ۶ و ۴ و ۳ و ۲	پاسخگویی به نیازهای انقلاب و کشور

۴-۲-۴- رسم الگو (نمودار)

در این مرحله، با استفاده از سطوح مؤلفه‌های مختلف، آن‌ها را بر اساس اولییتی که محاسبه‌شده از بالا به پایین مرتب شد. سپس با استفاده از ماتریس دستیابی نهایی، روابط بین متغیرها با استفاده از خطوط جهت‌دار مشخص شد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، بر اساس مجموع خروجی و مشترک مؤلفه‌های جدول بالا، به ترتیب علم‌مداری در سطح ۱، مردمی بودن در سطح ۲، پاسخگویی به نیازهای انقلاب و کشور و خصائص اخلاقی در سطح ۳، تشکیلاتی بودن در سطح ۴ و سبک زندگی یکپارچه جهادی و ولائی بودن در سطح ۵، قرار خواهند گرفت. باید توجه داشت که مؤلفه‌هایی همچون علم‌مداری و مردمی بودن که در سطوح بالایی قرار دارند، از تأثیرگذاری کمتری (بر سایر مؤلفه‌ها) برخوردار بوده و بیشتر تأثیرپذیر خواهند بود و در مقابل مؤلفه‌هایی همچون سبک زندگی یکپارچه جهادی و ولایی بودن که در سطوح پایین‌تری قرار دارند، از تأثیرگذاری بیشتر برخوردار بوده و کمتر تأثیرپذیر خواهند بود.





شکل ۳- مدل ساختاری- تفسیری فرهنگ‌سازمانی جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی

۴-۲-۶- ترسیم نمودار میک مک

۷				۶,۵			
۶					۱		
۵					۴		
۴					۷		
۳						۲	۳
۲							
۱							
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷

وابستگی

شکل ۴- نمودار MICMAC

علم‌مداری (۲)، مردمی بودن (۳) و پاسخگویی به نیازهای انقلاب و کشور (۷) در ناحیه دوم (وابسته) واقع شده‌اند. در این ناحیه قدرت نفوذ ضعیف و وابستگی بالاست. همچنین عوامل تشکیلاتی بودن (۱)، خصائص اخلاقی (۴)، سبک زندگی یکپارچه جهادی و پاسخگویی به نیازهای انقلاب و کشور (۷) در ناحیه پیوندی قرار گرفته‌اند.



متغیرهای این ناحیه، قدرت نفوذ و وابستگی بالایی دارند؛ بنابراین می‌توان گفت که متغیرهای (۱)، (۴)، (۵) و (۶) متغیرهای کلیدی محسوب می‌شوند و می‌بایست روی این متغیرها جهت بهبود فرهنگ‌سازمانی جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی تأکید نماییم.

۵- بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادات

۵-۱- بحث

پس از روشن شدن نقش مهم سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی در امر فرهنگ‌جوامع و همچنین اثبات تمایز ساختار، کارکرد و خواص این سازمان‌ها در جامعه اسلامی با دیگر جوامع، به نقش مهم‌ترین عامل ممیزه این سازمان‌ها در جامعه اسلامی، یعنی جهاد، پرداخته شد. سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی اسلامی، با محوریت قرار دادن مفهوم جهاد، خواص متمایزی خواهند یافت. مهم‌ترین تأثیرگذاری این مفهوم، ظهور آن در فرهنگ حاکم بر سازمان است. متفکران علم‌مدیریت، فرهنگ‌سازمانی را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین مؤلفه‌های حاکم بر سازمان می‌دانند. امروزه سهم عمده سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی در جامعه، در پیشبرد اهداف انقلاب اسلامی، غیرقابل انکار است؛ بنابراین باید دلیل اساسی کارکرد ویژه این سازمان‌ها را تبیین نمود. در این راستا پس از طی نمودن مراحل علمی پژوهش، در ابتدا با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی و اتقان و صحت‌گذاری توسط خبرگان این حوزه، به جستجوی مؤلفه‌های اصلی فرهنگ جهادی این سازمان‌ها پرداخته شد. در ادامه مسیر، پژوهش به دنبال بررسی نحوه عملکرد (کارکرد) مؤلفه‌های استخراج‌شده بود. به‌این‌منظور از روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری (ISM) استفاده شد. مهم‌ترین تمایز و ویژگی برجسته پژوهش حاضر، نسبت به پژوهش‌های پیشین، در انتخاب موضوع پژوهش است. بر اساس جستجوهای انجام‌شده، تاکنون هیچ پژوهشی با موضوع فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی «انجام‌نشده است. گروهی از پژوهش‌ها مانند لطیفی (۱۳۹۵)، رستمی (۱۳۹۴)، سلطانی (۱۳۹۱) فقط به استخراج مؤلفه‌های فرهنگ جهادی پرداخته‌اند. گروهی نیز مانند خصاف مفرد (۱۳۹۵)، حسینی (۱۳۹۵)، علی‌زاده (۱۳۹۴) هم به بیان مؤلفه‌ها پرداخته‌اند و هم به دنبال استخراج مدل بوده‌اند لکن مهم‌ترین تمایز پژوهش حاضر با آن‌ها در بررسی فرهنگ جهادی در «سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی است که هیچ‌کدام به آن نپرداخته‌اند.



۵-۲- نتیجه گیری

پس از جمع‌آوری نظرات خبرگان در حوزه سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی با فرهنگ جهادی، به اولین سؤال پژوهش حاضر پاسخ داده شد و ۷ مؤلفه استخراج گردید که عبارت‌اند از: ولایی‌بودن، مردمی‌بودن، سبک زندگی یکپارچه جهادی، علم‌مداری، خصائص اخلاقی، پاسخگویی به نیازهای انقلاب و کشور و تشکیلاتی‌بودن. سپس موقع پاسخگویی به دومین سؤال پژوهش فرامی‌رسد و آن‌هم تعیین سطح هر یکی از این مؤلفه‌ها و تعیین نحوه ارتباط آن‌ها با یکدیگر است. با استفاده از روش ساختاری-تفسیری، شکل (۴) حاصل شد. در این شکل، به سطح‌بندی این مؤلفه‌ها و ارتباط میان مؤلفه‌های فرهنگ‌سازمانی جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی پرداخته شده است. در مدل‌هایی که توسط روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری استخراج می‌شوند، مؤلفه‌هایی که در سطوح بالا قرار می‌گیرند از تأثیرگذاری کمتری (در نسبت با سایر مؤلفه‌ها) برخوردار بوده و بیشتر، تأثیرپذیر خواهند بود و مؤلفه‌هایی که در سطوح پایین قرار می‌گیرند، بیشترین تأثیرگذاری را داشته و کم‌تر، تأثیرپذیر خواهند بود. همان‌طور که در مدل استخراج‌شده نمایان است، ولایی‌بودن و سبک زندگی یکپارچه جهادی، بیشترین تأثیرگذاری را میان سایر مؤلفه‌های فرهنگ جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی خواهند داشت و در مقابل، کم‌ترین تأثیرگذاری را مؤلفه علم‌مداری خواهد داشت؛ بنابراین در این سازمان‌ها به منظور تحقق اهداف آن‌ها، می‌بایست بیشترین تأکید را بر ترویج سبک زندگی یکپارچه جهادی و ولایی‌بودن به معنای انس با معارف اهل بیت عصمت و طهارت، درک حقیقت وجودی ایشان و تبعیت از راه ایشان، داشته باشند. تأکید بر این دو مؤلفه بسیار اثرگذار، زمینه را برای کارکرد مناسب مؤلفه‌های سایر سطوح فراهم خواهند کرد. با تأکید و ترویج این دو مؤلفه، زمینه کارکردی مؤلفه‌هایی همچون خصائص اخلاقی، علم‌مداری، پاسخگویی به نیازهای انقلاب و کشور، مردمی‌بودن و تشکیلاتی‌بودن نیز فراهم خواهد شد؛ بنابراین با تکیه بر این مهم می‌توان به سطح عملکرد مطلوب و تحقق اهداف موردنظر این سازمان‌های اثرگذار رسید.

۵-۳- پیشنهادات

۱. نهاد‌های بالادستی (مثلاً شورای عالی انقلاب فرهنگی) در زمینه گفتمان‌سازی از طریق کمیسیون‌های زیرمجموعه، اقدامات لازم را انجام دهند.
۲. اساتید، معلمان و مبلغین دینی به عنوان افسران ترویج‌دهنده فرهنگ جهادی در میان دانشجویان، طلاب و... به عنوان مصرف‌کننده کالا و خدمات فرهنگی نقش خود را ایفا نمایند.



۳. رسانه ملی، نشریات، شبکه‌های مجازی اجتماعی در ترویج، فرهنگ‌سازی و هدایت فرهنگ عمومی کشور به سمت فرهنگ جهادی در کلیه سازمان‌ها به‌ویژه سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی و... اقدامات لازم را انجام دهند.

۴. به‌منظور بهبود سبک زندگی افراد و حرکت به سوی سبک زندگی جهادی در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی می‌بایست، متناسب با فرهنگ هر بوم و منطقه عمل نمود: به‌عنوان مثال، تدوین برنامه سبک زندگی جهادی برای افرادی که در مناطق محروم زندگی می‌کنند با افرادی که در مناطق مرفه زندگی می‌کنند، متفاوت باشد.

۵. برگزاری نشست‌های دوستانه و صمیمی، به‌منظور آشنایی افراد حلقه اصلی فعالیت‌های جهادی در این مؤسسات با اخلاق و روحیه تشکیلاتی و سپس عملیاتی کردن این آموخته‌ها در فعالیت‌های جهادی.

۶. تشکیل حلقه تربیتی با محوریت تربیت افراد با سبک زندگی جهادی در این گونه مؤسسات، از طریق ارتباط مستمر میان اعضای سازمان با همدیگر و افراد مریی در گستره وسیعی از فعالیت‌ها.

۷. به‌منظور تقویت روحیه تشکیلاتی در افراد، اولین گام شناخت شخصیت و روحیات افراد است؛ چه افرادی از روحیه اقتدارگرایی برخوردار هستند، چه افرادی از روحیه تبعیت‌پذیری برخوردار هستند و... افرادی که در سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی مشغول به فعالیت می‌شوند، می‌بایست از قدرت تحمل ابهام بالایی برخوردار بوده و این سازمان‌ها می‌بایست سازوکارهایی را به‌منظور تقویت این روحیه در افراد، در نظر بگیرند. در همین راستا برای تقویت روحیه تشکیلاتی، باید افرادی که در این مؤسسات مشغول به فعالیت هستند، از دغدغه واحدی برخوردار باشند.

۸. به‌منظور کارآمدی این سازمان‌ها برای پاسخگویی به نیازهای انقلاب و کشور، می‌بایست فعالیت خود را به‌صورت تخصصی انجام داده و از رویکردها و روش‌های علمی استفاده نمایند.

۹. برای انجام علمی کارها در سازمان، می‌بایست، استعداد، علاقه و توانمندی افراد مشغول به فعالیت را شناسایی نموده و بدنه اصلی و رهبری این سازمان‌ها را افرادی با روحیه، با استعداد و توانمندی فعالیت علمی تشکیل دهند. در این سازمان‌ها، فعالیت‌های افراد، باید با استعداد، علاقه و روحیات افراد سازگار باشد.

۱۰. در شناسایی عوامل فرهنگی، اجتماعی و... که مؤثر بر سازمان هستند، پیشنهاد می‌شود؛ چه به صورت مطالعات کتابخانه‌ای و چه مصاحبه با خبرگان موضوع، حتماً از تحلیل عاملی تأییدی یا اکتشافی، با استفاده از نرم‌افزارهای رایج معادلات ساختاری، از



قبیل Amos، Lisrel یا Vpls به منظور صحت منطقی عوامل احصاء شده و ارتباط این عوامل با موضوع اصلی، استفاده شود.

۱۱. با توجه به کمبود مطالعات درباره سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی، علاوه بر فن‌های کمی پژوهش عملیاتی نرم، می‌توان به منظور خلق نظریات سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی از روش‌های کیفی نظیر تحلیل مضمون یا نظریه داده‌بنیاد، تحلیل گفتمان، پدیدارشناسی، قوم‌نگاری و... استفاده شود.

۱۲. برای محققین بعدی پیشنهاد می‌گردد که در زمینه آینده‌پژوهی سازمان‌های مردم‌نهاد فرهنگی، به یکی از روش‌های پایش محیطی، روندپژوهی، دلفی، تحلیل سیگنال‌های ضعیف، تحلیل تأثیرات متقابل، تحلیل شگفتی‌سازها، تحلیل پیشران‌ها، چشم‌انداز سازی و ره‌نگاشت توجه گردد.

۶- منابع

۶-۱- منابع فارسی

الف) مقاله‌ها

۱. ایمان، محمدتقی؛ نوشادی، محمود رضا، (۱۳۹۰). تحلیل محتوای کیفی، عیار پژوهش در علوم انسانی، دوره ۳(۶)، ۴۴-۱۵.
۲. براری، مرضیه؛ مطهری اصل، مرضیه؛ رضوی خراسانی، سید جمال، (۱۳۹۱). بررسی تأثیر عضویت در سازمان‌های مردم‌نهاد بر پایگاه اجتماعی-اقتصادی زنان سرپرست خانوار، جامعه‌شناسی زنان، دوره ۳(۱)، ۱۷۶-۱۵۳.
۳. جهانگیری، جهانگیر؛ شکری‌زاده، طاهره، (۱۳۸۹). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد سازمان‌های غیردولتی زنان از دیدگاه اعضاء در شهر شیراز، زن و جامعه، دوره ۱(۳)، ۱۲۰-۱۰۵.
۴. جاوید، محمدجواد؛ شهریاری‌افشار، صفیه؛ سوری، عباس، (۱۳۹۶). نقش سازمان‌های غیردولتی در ارتقای حقوق بشر: مطالعه موردی فدراسیون بین‌المللی برنامه‌ریزی خانواده در پیشگیری از آیدز، حقوق پزشکی، دوره ۱۱(۴۰)، ۲۹-۹.
۵. حسینی، مهدی؛ موغلی، علیرضا؛ سرلک، محمدعلی؛ دلجو، غلامحسین، (۱۳۹۵). طراحی مدل سازمان جهادی، مدیریت سازمان‌های دولتی، دوره ۳(۱۵)، ۲۶-۷.
۶. حسینی، میرزا حسن، (۱۳۸۹). تأثیر استراتژی‌های سازمان‌های غیردولتی در ایجاد و ارتقا سرمایه اجتماعی، مطالعات مدیریت انتظامی، دوره ۵(۱)، ۱۰۰-۸۲.



۷. خصاف مفرد، حسین؛ باقری نصرآبادی، محسن، (۱۳۹۵). الگوی فرهنگ سازمانی مطلوب بارویکرد جهادی؛ (مورد مطالعه: دفاع مقدس)، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۴(۱)، ۲۷-۴۶.
۸. دانایی فرد، حسن؛ باقری کنی، مصباح‌الهدی؛ حجازی فر، سعید، (۱۳۹۴). شناسایی مؤلفه‌های سازمان‌های فضیلت‌محور و جهادی؛ مورد پژوهش: کمیته انقلاب اسلامی و جهادسازندگی، مدیریت اسلامی، دوره ۲۳(۱۲)، ۷۲-۴۵.
۹. سلطانی، محمدرضا، (۱۳۹۱). تحلیل وضعیت و طراحی الگوی مطلوب فرهنگ سازمانی یکی از سازمان‌های نیروهای مسلح مبتنی بر مبانی دینی و ارزش‌های انقلاب اسلامی، مدیریت اسلامی، دوره ۲۴(۳)، ۹۱-۱۲۲.
۱۰. صادقی گوغری، علی، (۱۳۸۸). شناخت فرهنگ سازمانی بر اساس طبقه‌بندی ریچارد آل دفت، میثاق مدیران، دوره ۸۸(۴)، ۶۸-۷۱.
۱۱. فرهی، علی؛ سنجقی، محمدابراهیم؛ سلطانی، محمدرضا؛ محمدیان، یدالله، (۱۳۹۵). طراحی الگوی فرهنگ جهادی یکی از نهادهای انقلاب اسلامی، پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، دوره ۸(۲)، ۵۳-۸۴.
۱۲. لطیفی، میثم؛ سعدآبادی، حسن، (۱۳۹۳). پژوهشی پدیدارشناسانه برای فهم جوهره مدیریت جهادی، راهبرد فرهنگ، دوره ۳۲(۲۸)، ۹۱-۱۲۲.
۱۳. لطیفی، میثم؛ هاشمی گلپایگانی، سید محمدحسین؛ یخچالی، مصطفی، (۱۳۹۵). شناسایی و توصیف مؤلفه‌های سازمان‌های جهادی، مدیریت اسلامی، دوره ۲۴(۲)، ۱۳۵-۱۶۵.
۱۴. مرتضوی، مهدی؛ زارع پور نصیرآبادی، فضل‌اله، (۱۳۹۱). فرهنگ سازمانی جهادی؛ عامل کلیدی مدیریت جهادی، مهندسی رهنگی، دوره ۱۲(۷۱)، ۱۱۴-۱۰۰.
۱۵. محمدعلی زاده، اکبر؛ زارع، ساسان، (۱۳۹۴). الگوی «عمل جهادی» از دیدگاه امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، مدیریت اسلامی، دوره ۲۳(۳)، ۴۷-۷۰.

ب) کتاب‌ها

۱. قرآن کریم.
۲. الوانی، مهدی، (۱۳۷۹). تصمیم‌گیری و تعیین خط‌مشی دولتی، تهران: سمت.
۳. اصلی پور، حسین، (۱۳۹۵). درآمدی بر نظریه مدیریت جهادی، تهران: مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران.
۴. امید، مهدیه، (۱۳۹۲). فرهنگ سازمانی، مفاهیم، الگوها، ابزارها، تهران: مهربان نشر.
۵. اصغرپور، محمدجواد، (۱۳۸۲). تصمیم‌گیری گروهی و نظریه بازی‌ها با نگرش تحقیق در عملیات، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۶. آذر، عادل؛ فرزانه، خسروانی؛ جلالی، رضا، (۱۳۹۲). تحقیق در عملیات نرم (رویکردهای



- ساختاردهی مسئله)، تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
۷. جعفری، سیداصغر؛ متقی، ابراهیم؛ حسینخانی، نوراله؛ قربانی، سعید؛ لطفی مرزناکی، رحمان، (۱۳۹۵). درآمدی بر دفاع در اندیشه امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، تهران: دفاع.
۸. جعفری، سیداصغر، (۱۳۹۲). دیپلماسی دفاعی در اندیشه‌های امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، تهران: دانشگاه صنعتی مالک اشتر.
۹. حسینخانی، نوراله، (۱۳۹۲). مبانی نظری اندیشه‌های دفاعی امام خامنه‌ای (مدظله)، تهران: دانشگاه صنعتی مالک اشتر.
۱۰. راغب اصفهانی، (۱۳۶۲). المفردات فی غریب القرآن، ترجمه سید غلامرضا خسروی حسینی، تهران: مرتضوی.
۱۱. شاین، ادگار، (۱۳۸۳). فرهنگ‌سازمانی، ترجمه محمدابراهیم محبوب، تهران: سازمان فرهنگی فرا.
۱۲. عباس‌زاده، حمید، (۱۳۹۰). مدیریت در سازمان‌های مردم‌نهاد، قم: گنج عرفان.
۱۳. عبداللهی، محمد، (۱۳۸۷). زنان در عرصه عمومی، تهران: جامعه‌شناسان.
۱۴. علی‌احمدی، علی‌رضا، (۱۳۸۳). شناخت و مدیریت فرهنگ‌سازمانی (رویکردهای نوین وبومی)، تهران: تولید دانش.
۱۵. گلشن‌پژوه، محمودرضا، (۱۳۸۱). راهنمای سازمان‌های غیردولتی، تهران: موسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران.
۱۶. مطهری، مرتضی، (۱۳۶۹). فطرت، تهران: صدرا.
۱۷. مطهری، مرتضی، (۱۳۶۸). جهاد، قم: صدرا.
۱۸. مقیمی، سیدمحمد، (۱۳۸۳). کارآفرینی در نهادهای جامعه‌مدنی، تهران: دانشگاه تهران.
۱۹. نوری‌همدانی، حسین، (۱۳۶۷). جهاد، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.

ج) پایان‌نامه‌ها

۲۰. رستمی، مریم، (۱۳۹۴). شناسایی و تبیین ابعاد و مؤلفه‌های مدیریت جهادی در حوزه فرهنگ از منظر امام‌علی (ع)، کارشناسی ارشد دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه شاهد.
۲۱. متولی، حمیدرضا، (۱۳۹۳). طراحی الگوی فرهنگ کار جهادی مبتنی بر تجربه دفاع مقدس، کارشناسی ارشد رشته معارف اسلامی و مدیریت دانشگاه امام صادق (ع).
۲۲. یخچالی، مصطفی، (۱۳۹۴). شناسایی و توصیف الگوی سازمان جهادی در بخش صنعت، کارشناسی ارشد رشته معارف اسلامی و مدیریت دانشگاه امام صادق (ع).

د) منابع اینترنتی

۲۳. حسینی خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۹۶، تیر ۱). <http://farsi.khamenei.ir/news-part-print?id=11062&nt=2&year=1368&tid=1700>



۶-۲- منابع لاتین

1. Belias, D., Koustelios, A., Vairaktarakis, G., & Sdrolias, L. (2015). **Organizational culture and job satisfaction of Greek banking institutions**. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, 314-323.
2. Cherry, A. A. (2000). **Testing the effects of social accounting information on desision making and attitudes: A laboratory experiment**, University of California-Los Angeles.
3. Hopkins W. E. (2001). **Diversity and organizational applreformance**, Routledge, NY.
4. Hsieh, Hsiu-Fang and Sarah E. Shannon, (2005). **Tree Approaches to Qualitative Content Analysis**, *Qualitative Health Research*, November 2005.
5. Iljins, J., Skvarciany, V., & Gaile-Sarkane, E. (2015). **Impact of organizational culture on organizational climate during the process of change**. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 944-950.
6. Kao, C. Y., Tsaur, S. H., & Wu, T. C. E. (2016). **Organizational culture on customer delight in the hospitality industry**. *International Journal of Hospitality Management*, 56, 98-108.
7. Mandal, A. & Deshmukh, S. (1994). **Vendor selection using interpretive structural modeling (ISM)**. *International Journal of Operations & Production Management*, 14(6): 52-59.
8. Mayring, Philipp, (2000). **Qualitative Content Analysis.**, *Qualitative Social Research*, Volume 1. No 2.
9. Martin E. Smith, (2003), **Changing an organisation's culture: correlates of success and failure**, *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 24 Iss 5 pp. 249 – 261.
10. Richmond, B. J., Laurie, M. & Quarter, J. (2008). **Social Accounting for Nonprofits-Two Models**. *Nonprofit Management & Leaders*

