

هدف گذاری فرهنگی و مدل مطلوب

فعالیت فرهنگی در دانشگاه

حمیدرضا قائدعلی*، مهدی عاشوری**، دکتر رضاعلی کرمی***

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۵/۱۳

تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۱/۲۵

چکیده

یک فعال فرهنگی برای فعالیت نیازمند مدل‌ها و الگوهای مدون است، اگر مدل و الگوی اسلامی در اختیار نداشته باشد، چه بسا از مدل‌های رایجی استفاده کند که ساخته و پرداخته کارگاه‌های علم‌سازی فرهنگ غربی است و غرب به خوبی از این محور حمله نرم خود را علیه فعالان تدارک دیده و مدل‌های آماده خویش را عرضه می‌کند. تحقیق حاضر به دنبال ارائه مدل مناسب برای فعالیت فرهنگی در دانشگاه است. با توجه به نوین بودن تحقیق در ارائه مدل نحوه صحیح فعالیت فرهنگی در دانشگاه، از روش تحقیق کیفی استفاده شده است. داده‌های تحقیق حاضر با انجام مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با بیست و یک نفر از اساتید حوزوی و دانشگاهی و برگزاری چهار جلسه توفان فکری با حضور هفت نفر از فعالان دانشجویی فراهم شد، مؤلفه‌های اصلی در الگوها و نمونه‌های موفق و ناموفق فعالیت‌های فرهنگی در دانشگاه گردآوری و با استفاده از تجزیه و تحلیل مضمون (تم) دسته‌بندی شد. از میان این مؤلفه‌ها مفهوم «عملیات فرهنگی» با معنای «مجموعه‌ای از اقدامات و فعالیت‌های منسجم و هماهنگ فرهنگی برای تحقق یک هدف عینی اجتماعی، که بر اساس شناخت محیط طراحی و اجرا می‌شود» تعریف و به عنوان مدل مطلوب فعالیت فرهنگی معرفی گردید. سپس جهت تبیین ابعاد مختلف موضوع، ۳۴ تم فرعی استخراج شد و این مضامین در سه تم اصلی: «محورهای عملیات فرهنگی در دانشگاه»، «اهداف عملیات فرهنگی در دانشگاه» و «اصول حاکم بر عملیات فرهنگی در دانشگاه» دسته‌بندی گردید.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ، مدیریت فرهنگی، فعالیت فرهنگی، عملیات فرهنگی، دانشگاه.

* - نویسنده مسئول: کارشناس ارشد مدیریت MBA، دانشگاه اصفهان Hamidreza_ghaedali@yahoo.com

** - دانشجوی دکتری فلسفه علم، مؤسسه پژوهشی حکمت و فلسفه ایران Ashoori@irip.ir

*** - استادیار دانشگاه پیام نور

مقدمه

امروزه استعمارگران به این نتیجه رسیده‌اند که بهترین راه نفوذ در سایر کشورها، نفوذ در فرهنگ آنان و استحاله درونی آن‌ها است (سبحانی‌فر، نوروزی، ۱۳۹۱). همچنین دشمنان انقلاب اسلامی تشخیص داده‌اند که فرهنگ، بعد استراتژیک نظام اسلامی است و به همین جهت، نبردی همه‌جانبه را برای مسلط‌ساختن فرهنگ مطلوب خویش بر ایران اسلامی تدارک دیده‌اند. در این میان، رابطه میان فرهنگ و آموزش به ویژه آموزش عالی که عهده‌دار تربیت انسان‌های موثر در فرهنگ است اهمیت بسیار دارد. در اندیشه اجتماعی حضرت امام خمینی (ره) «دانشگاه مرکز تحولات است و از دانشگاه است که سعادت و شقاوت یک جامعه مشخص می‌شود». دانشگاه به‌عنوان یکی از مراکز تولید فکر و اندیشه و همچنین تربیت نیروهای کارآمد نظام اسلامی، نظر دشمن را به خود جلب کرده است که غفلت از این موضوع موجب فاصله گرفتن دانشگاه‌های کشور از فرهنگ اسلامی می‌شود.

دانشگاه‌ها در هر جامعه‌ای نقشی کلیدی در راهبری جامعه به سوی اهداف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارند (فیض، شریفی، ۱۳۸۸). دانشگاه به‌عنوان محل پرورش نخبگان علمی و سیاسی و مرکز اصلی رشد و بالندگی جوامع، یکی از پایگاه‌های مهم در مسایل مختلف جامعه است و دانشجویان به‌عنوان رکن اصلی دانشگاه، نقشی اساسی را در این فرایند ایفا می‌کنند (امام‌جمعه‌زاده، نجات‌پور، ۱۳۸۹). زمانی دانشگاه به فعالیت صحیح مشغول است که آموزش، پژوهش و فعالیت‌های اجتماعی - فرهنگی به شکلی متوازن انجام گیرند و هیچ یک مانع فعالیت دیگری نشود. فعالیت‌های فرهنگی - اجتماعی راهکار مناسبی برای ایجاد، حفظ و تعمیق آرمان‌های دینی و دغدغه‌مند کردن نسل جوان علمی کشور می‌باشد.

هر ساله بخش قابل توجهی از بودجه فرهنگی کشور به سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی اختصاص می‌یابد و عدم موفقیت آنها در دستیابی به اهداف، نشان‌گر اتلاف منابع، به هدر رفتن امکانات فیزیکی و انسانی و به ویژه فرصت‌های موجود برای نظام اسلامی است (مظاهری، ۱۳۸۸: ۱۲) که دانشگاه‌ها نیز از این وضعیت مستثنی نیستند.

بسیاری از فعالیت‌های فرهنگی در دانشگاه در راستای اهداف و وظایف نیست، بلکه دانشگاهیان سرگرم آن‌ها می‌شوند و گمان می‌کنند در حال عمل به وظیفه هستند و ریشه این

حاشیه پردازی، نشناختن اولویت‌ها و عدم رعایت آن در عمل است. ایجاد بستری مناسب برای توسعه فرهنگ اسلامی در دانشگاه، امری ضروری می‌نماید که فعالیت‌های فرهنگی رایج، کافی به این مقصود مهم نیست. فعالیت فرهنگی‌ای اثربخش است که از طریق فعالیتی برنامه‌ریزی شده باورهای عمومی، ارزش‌ها، هنجارها، و آداب ناصواب را در جهت فرهنگ اسلامی اصلاح کند. پس هدف از تأثیرگذاری فرهنگی، اصلاح امور عینی اجتماعی از قبیل اندیشه‌ها و افکار رایج^۱، ارزش‌های مقبول جامعه، آداب و رسوم، هنجارها و نمادها برای رفع موانع رشد مادی و معنوی افراد جامعه و ساختن فضایی مطلوب برای پیشرفت می‌باشد (فاندعلی، عاشوری، کرمی، ۱۳۹۳). از این‌رو در فضای دانشگاه، آن فعالیت فرهنگی اثربخش است که بتواند وضعیت فرهنگی فعلی را بهبود بخشد و موجب حرکت به سمت دانشگاه اسلامی شود.

علی‌رغم مطالعات انجام شده در کشور در زمینه فرهنگ، تا به حال به‌صورت عینی به ارائه مدل در خصوص فعالیت فرهنگی در دانشگاه پرداخته نشده است. تحقیق حاضر در پی شناسایی نحوه صحیح فعالیت فرهنگی در دانشگاه است. از این‌رو هدف این تحقیق، ارائه مدلی جهت فعالیت فرهنگی در دانشگاه جهت نیل به دانشگاه اسلامی است. لذا با توجه به مقدمه ذکر شده، سؤال اصلی این تحقیق به شرح زیر می‌باشد:

مدل مطلوب فعالیت فرهنگی در دانشگاه بایستی چگونه باشد؟

در طول تحقیق، بر اساس این که تشخیص داده شد که مهم‌ترین حلقه گمشده فعالیت‌های فرهنگی، هدفمندی و تأثیر فعالیت‌ها در راستای اهداف مورد نظر است، سه پرسش فرعی مطرح شد:

الف. محورهای اساسی فعالیت فرهنگی در دانشگاه کدام است؟

ب. فعالیت‌های فرهنگی در دانشگاه‌ها بر مبنای هدف چگونه دسته‌بندی می‌شوند؟

ج. در طراحی و ترکیب فعالیت‌های فرهنگی در دانشگاه چه اصولی بایستی رعایت شود؟

۱- آنچه تغییر آن در فعالیت فرهنگی مد نظر است، افکار رایجی است که جنبه بین‌الذهانی پیدا کرده‌است و در جامعه یا برخی گروه‌های اجتماعی مقبولیت عمومی یافته است. اصلاح اندیشه و فکر اگر معطوف به اشخاص باشد، هدف فعالیت‌های آموزشی و تربیتی است؛ اما فکر و اندیشه‌های رایج در یک جامعه یا گروه اجتماعی، امری اجتماعی است که با تحقیقات پیمایشی قابل سنجش است.

فرهنگ و فعالیت فرهنگی

مدیریت فرهنگی در گام نخست، مستلزم ارائه تعریفی روشن از فرهنگ است. اگر نتوانیم مقصود خود را از فرهنگ به وضوح بیان کنیم در مدیریت فرهنگی و اثربخشی فعالیت‌های فرهنگی دچار ابهام می‌شویم (رشیدپور، مرادی، ۱۳۸۹). بسیاری از مشکلات موجود در زمینه‌های برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت، رهبری و ارزیابی فعالیت‌ها و امور فرهنگی در ایران، کاملاً با این ابهام مرتبط هستند (صالحی‌امیری، کاووسی، ۱۳۸۷: ۳۱۹). انسان موجودی فرهنگی است؛ یعنی رفتارهای وی تحت تأثیر فرهنگ قرار دارد، هرچند که خود سازنده و آفریننده همان فرهنگ است (قلی‌پور، ۱۳۸۸: ۱۷۵). به دلیل پیچیدگی‌های فرهنگ، تعاریف متعددی از آن به عمل آمده‌است (Mulchay، ۲۰۰۶: ۲۶۵). وسعت در معنای آن به گونه‌ای است که تا سال ۱۹۵۰ کرویر و کلوکهان در حدود صد تعریف از فرهنگ جمع‌آوری کرده‌اند (عسکری، ۱۳۷۸: ۲۳۶). ولی به عقیده باربو^۱ بیشتر تعاریف فرهنگ بر دو نکته‌ی عناصر فرهنگی (عادات اجتماعی یا سبک زندگی) و تأثیر این عناصر بر رفتار فرد تأکید دارند (پهلوان، ۱۳۷۸: ۱۳-۱۴). باورها و مفروضات، هسته فرهنگ را شکل می‌دهند و بر آنچه مردم واقعاً به آنها اعتقاد دارند، دلالت داشته و بر ادراکات، نحوه تفکر و احساسات افراد نفوذ می‌کنند. در واقع مفروضات و باورها در انظار آحاد یک جامعه، حقایق قطعی تلقی می‌شوند که خارج از سطح آگاهی متداول قرار دارند (Hatch، ۱۹۹۷: ۲۱۴-۲۱۰).

از همین منظر شاین^۲ می‌نویسد: «فرهنگ الگویی است از مفروضات بنیادین که گروهی خاص برای مقابله با مشکلات و سازگاری با محیط خارجی و نیل به یکپارچگی و انسجام داخلی، ابداع، کشف یا ایجاد می‌کنند. این الگو در صورت کفایت، سودمندی و کارساز بودن اعتبار می‌یابد و در نتیجه به‌عنوان شیوه درست ادراک، پندار، تفکر، احساس و رفتار در مقابله با مشکلات، به اعضای جدید آموخته می‌شود» (Schein، ۱۹۸۵: ۹). بر اساس مدل شاین، فرهنگ از سه مجموعه عنصر مفروضات و باورها، ارزش‌ها و هنجارها و مصنوعات تشکیل می‌شود. همچنین به گونه‌ای دیگر می‌توان گفت، فرهنگ مجموعه مشترکی از باورها، ارزش‌ها،

۱- Zevedi Barbu

۲- Edgar H.Schein

مفروضات بنیادین، نمادها، آداب و رسوم، سنن، اسطوره‌ها، زبان، علوم، رفتارها، و مصنوعات یک سیستم اجتماعی است که اعضاء، آن را برای انطباق با دنیای پیرامون و در ارتباط با یکدیگر بکارمی‌برند و از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌کنند (بتیس، پلاگ، ۱۳۷۵: ۲۷).

اهمیت فرهنگ را به‌طور کلی می‌توان در دو جنبه خلاصه کرد؛ نخست جایگاهی که فرهنگ در هویت و موجودیت جامعه دارد و دیگری نقشی که فرهنگ در پیشرفت جوامع ایفا می‌کند (دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۳). برخلاف محیط طبیعی که هیچ کس فکر اصلاح کار طبیعت را به ذهن راه نمی‌دهد، فرهنگ برای انسان‌ها سرچشمه پیشرفت و خلاقیت است و حکومت‌ها اگرچه نمی‌توانند فرهنگ مردم را تعیین کنند، اما می‌توانند بر آن تأثیر مثبت یا منفی بگذارند و بدین ترتیب راه‌های توسعه را تغییر دهند. یکی از مسؤولیت‌های اساسی مدیریت فرهنگی در سطوح جهانی، ملی یا محلی، پیشبرد توسعه فرهنگی است (همایون، جعفری هفتخوانی، ۱۳۸۷). یکی از ویژگی‌های فرهنگ، تغییر آن برای ایفای کارکردهایش است. برخی اوقات منشأ این تغییر و تحول، بیرونی است. در این حالت تغییر فرهنگ حالت تحمیلی دارد و از طرف محیط اعمال می‌شود. گاهی نیز ریشه تغییر، در درون خود جامعه و یا سازمان است (قلی‌پور، ۱۳۸۸). در تغییر عمده فرهنگ، در مرحله اول فرهنگ‌زدایی^۱ می‌شود، یعنی فرهنگ موجود، تضعیف، تحقیر و تخریب می‌شود؛ پس از آن الگوهای جدید فرهنگی آموخته می‌شود و در مرحله سوم، فرهنگ جدید تثبیت می‌شود (قائدعلی، عاشوری، کرمی، ۱۳۹۳).

با توجه به تعاریف متعدد فرهنگ، تعاریف متنوعی از فعالیت فرهنگی ارائه شده‌است؛ اما در مجموع می‌توان این تعریف را ارایه داد که فعالیت‌های فرهنگی، فعالیت‌هایی هستند که هدف آنها تغییر، تقویت و یا توسعه ارزش‌ها، بینش‌ها و دانش‌ها (اطلاعات) و روابط اجتماعی جامعه می‌باشد (دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۴). یکی از مواردی که موجبات عدم پویایی فرهنگی هر کشوری را فراهم می‌آورد، ناکارآمدی سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی آن کشور است؛ لذا بازنگری بنیادین بر فعالیت‌های سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی از ضروریات هر جامعه‌ای است (صالحی امیری و کاوسی، ۱۳۸۷: ۷۵).

روش تحقیق

با توجه به نوین بودن تحقیق در ارائه مدل نحوه صحیح فعالیت فرهنگی در دانشگاه، تصمیم گرفته شد که از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته^۱ و با تأکید بر رویکردی اکتشافی^۲ برای این تحقیق استفاده گردد (Cresswell, ۱۹۹۴; Kvale, ۱۹۹۶; DeVaus, ۲۰۰۱; Fontana and Frey, ۱۹۹۴; Patton, ۱۹۹۰). این تصمیم‌گیری به این دلیل بود که هدف تحقیق، شناسایی ایده‌های اولیه و عمیق به منظور توسعه الگوهایی نظری^۳ برای تحقیقات تجربی آتی بر اساس یافته‌های کیفی بود (عاشوری و قائدعلی، ۱۳۹۲). در نظر است که بر اساس نتایج این تحقیق بتوان ایده‌هایی را شناسایی کرد که برای انجام تحقیقات کمی با نمونه‌های آماری بزرگ با رویکرد تست نظریه^۴ مورد استفاده قرار گیرد.

در ابتدای این تحقیق در نظر بود تا با توجه به زمان پیش‌بینی شده جهت انجام تحقیق و منابع مالی و انسانی موجود برای انجام مصاحبه‌ها، با حدود ۲۵ نفر از اساتید و کارشناسان و فعالان فرهنگی مصاحبه به عمل بیاید که با حضور ۷ نفر از فعالان فرهنگی دانشگاهی در ۴ جلسه توفان فکری^۵ ابعاد بحث مورد بررسی قرار گیرد. قبل از انجام مصاحبه‌ها دعوت‌نامه‌ای برای افراد ارسال و به شکل حضوری در مورد امکان انجام مصاحبه و زمان انجام آن هماهنگی گردید. اما علی‌رغم تلاش زیاد به علل گوناگو، مانند عدم تمایل برخی از افراد به انجام مصاحبه و برخی مشکلات اجرایی دیگر، امکان مصاحبه با همه این افراد فراهم نگردید. نهایتاً با تلاش فراوان با ۲۱ نفر از این تعداد در مدت زمان تعیین شده برای انجام این فعالیت از پروژه تحقیق، مصاحبه‌هایی از یک تا دو ساعت انجام شد. و همچنین ۴ جلسه توفان فکری با حضور ۷ نفر از فعالان فرهنگی برگزار گردید.

۱- Semi-structured interviewing

۲- Exploratory

۳- Theory building

۴- Theory testing

۵- تکنیک توفان فکری روشی برای جمع‌آوری مجموعه گسترده‌ای از ایده‌ها است که از ایجاد خلافت در گروه استفاده می‌کند. در این شگرد، موضوع برای اعضای تیم بیان شده و از اعضای خواسته می‌شود به ترتیب ایده‌ها و نظرات خود را مطرح و تمامی ایده‌ها ثبت شود. از این تکنیک با عنوان بحث گروهی (Group-discussion) نیز یاد می‌شود (رفع‌پور، ۱۳۸۵: ۲۳-۳۱).

مشخصات مصاحبه شوندگان از نظر تحصیلات (۶ نفر دکتری با تحصیلات حوزوی، ۶ نفر دکتری، ۹ نفر کارشناس ارشد و یا معادل حوزوی کارشناسی ارشد به بالا)، سن (۳۲-۷۰ سال با میانگین ۴۹.۱ سال)، و سابقه فعالیت فرهنگی (۳۵-۱۰ سال با میانگین ۲۲.۶ سال). مشخصات فردی افرادی که در جلسات توفان فکری شرکت کردند نیز از نظر تحصیلات (۳ نفر کارشناس ارشد، ۳ نفر کارشناس، ۱ نفر حوزوی)، سن (۲۳-۳۱ سال با میانگین ۲۷.۳) و سابقه فعالیت فرهنگی در محیط دانشگاه (۳-۱۰ سال با میانگین ۶.۳) است.

به منظور انجام مصاحبه‌ها و برگزاری جلسات توفان فکری دستورالعملی تهیه گردید. در ابتدای مصاحبه و جلسات توفان فکری، به طور کلی هدف پژوهش ذکر گردید و تأکید شد که از مصاحبه‌ها و جلسات توفان فکری تنها برای مقاصد پژوهشی استفاده خواهد گردید و هویت افراد به هیچ وجه در گزارشات تحقیق و مقالات منتشره مشخص نخواهد شد. برای ضبط صدای مصاحبه و جلسات توفان فکری کسب اجازه گردید. با توجه به سؤال تحقیق و ماهیت نیمه ساختاریافته آن، سؤالات دیگری نیز با توجه به پاسخ‌ها و به منظور روشن تر شدن مفهوم پاسخ‌های ارائه شده امکان طرح داشت. در پایان هر جلسه مصاحبه نیز از مصاحبه‌شدگان درخواست گردید که چنانچه مطلب دیگری را برای طرح دارند اضافه نمایند. در جلسات توفان فکری نیز همین سؤال به بحث و تبادل نظر گذاشته شد.

یادداشتها و متن پیاده شده مصاحبه‌ها و جلسات توفان فکری، و برای تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل متن مصاحبه‌ها از روش تجزیه و تحلیل مضمون^۱ که در تحقیقات کیفی کاربرد گسترده‌ای دارد استفاده شد. در این روش، با استفاده از متن پیاده شده جلسات و یادداشت‌های برداشته شده در طی مصاحبه، تمامی ایده‌های مستقل در قالب مفاهیم (مانند «برخی زمان‌ها ظرفی مناسب برای اجرای اثربخش برنامه‌ها هستند، به طور مثال مناسبت‌های ماه محرم یا رمضان») و مضامین (تم‌های) فرعی (مانند «زمان‌شناسی و بهره‌گیری از زمان») شناسایی و سپس به هر کدام یک کد اختصاص داده شد. چنین کاری برای هر کدام از مصاحبه‌ها و جلسات انجام شد و در صورت وجود بخش‌هایی با مضامین مشابه در متن مصاحبه‌ها و جلسات توفان فکری قبلی، از همان کدهای قبلی اختصاص داده شده به عنوان نشانگر آنها استفاده گردید. در پاسخ

۱- Theme analysis

به پرسش اصلی این بخش از تحقیق ۳۴ مضمون فرعی شناسایی و استخراج شد. بر اساس نتایج بخش‌های دیگر تحقیق و برای ایجاد چارچوب مفهومی، کلیدواژه «عملیات فرهنگی» تعریف شد و بر اساس مؤلفه‌های مفهومی این کلیدواژه مضامین فرعی در سه مضمون اصلی «محورهای اساسی عملیات فرهنگی در دانشگاه»، «انواع عملیات فرهنگی در دانشگاه بر مبنای هدف» و «اصول حاکم بر عملیاتهای فرهنگی در دانشگاه» دسته‌بندی گردید. در ادامه نتایج حاصل از این فرایند ارائه می‌گردد.

یافته‌های تحقیق

در مرحله اول تحقیق که گزارش آن تحت عنوان «کاستیها و عوامل کاهش اثربخشی فعالیت‌های فرهنگی» (قائدعلی، عاشوری، کرمی، ۱۳۹۳) منتشر شده است، فعالیت‌های فرهنگی آسیب‌شناسی شد. نتیجه این تحقیق سه ضعف اساسی در فعالیت‌های فرهنگی را مشخص می‌ساخت: ضعف در شناخت هدف، ضعف در سازماندهی و برنامه‌ریزی فعالیت‌ها و ضعف در شناخت وضعیت فرهنگی محیطی که فعالیت در آنجا صورت می‌گیرد. در آن گزارش تأکید شد که هرچند «فعالیت فرهنگی در معنای عام آن به هر نوع کاری که در مدیریت فرهنگی انجام می‌گیرد اطلاق می‌شود، اما در معنای خاص آن، فعالیت‌هایی سخت‌افزاری از قبیل برگزاری نشست، میزگرد، نمایش، سرودخوانی، شب شعر، تهیه و توزیع نشریه، برگزاری مسابقات علمی و کارهایی از این دست می‌باشد. در واقع، فعالیت‌های فرهنگی، قسمت ملموس، محسوس و عینیت‌یافته برنامه‌های فرهنگی هستند که در جهت دستیابی به اهداف مورد نظر، طراحی و اجرا می‌شوند. روش‌ها و قالب‌های گوناگونی که یک فعالیت را شکل می‌دهند، هر یک تأثیرات خاصی بر جو فرهنگی یا مخاطبان دارد. تأثیرگذاری یک فعالیت فرهنگی، بستگی به میزان کارآمدی و اثربخشی روش‌های اجرایی و سخت‌افزاری آن فعالیت دارد. برای افزایش اثربخشی فعالیت‌های فرهنگی، به مدیریت کارآمد نیاز است؛ مدیریت فرهنگی فرایند شناسایی، برنامه‌ریزی، سازماندهی، اجرا و نظارت بر مجموعه‌ای از فعالیت‌ها که در راستای انتقال، تثبیت، ترویج و تکامل فرهنگی مشخص، با تمامی اجزاء و عناصر آن می‌باشد. فعالیت فرهنگی یک تکلیف شرعی است، زیرا اگر فعالیت فرهنگی به درستی صورت گیرد، مصداق امر به معروف و نهی از منکر است.»

در این تحقیق نیز سه مضمون فرعی «فعالیت بر مبنای هدف»، «طراحی و اجرای ترکیبی از فعالیت‌های فرهنگی منسجم» و «اقدام بر اساس شناسایی محیط» متناظر با ضعف‌های مورد اشاره و بیانگر جنبه‌های اجاب‌ی فعالیت فرهنگی مطلوب بودند. بر اساس این یافته‌ها کلیدواژه «عملیات فرهنگی» به عنوان مدل صحیح فعالیت فرهنگی تعریف شد. به عبارت دیگر عملیات فرهنگی، مجموعه‌ای از اقدامات هماهنگ فرهنگی برای تحقق یک هدف عینی اجتماعی مطلوب خداست، که بر اساس شناخت منطقه و اقدامات، طراحی و اجرا می‌شود.

جدول ۱- ویژگی‌های عملیات فرهنگی

مضمون اصلی	مضمون فرعی	مفهوم
عملیات فرهنگی	فعالیت بر مبنای هدف	همانگونه که در نبرد سخت، صرف رزمیدن کافی نیست، در رزم فرهنگی نیز نفس فعالیت فرهنگی کافی نمی‌باشد. همانگونه که در عملیات نظامی باید هدف عملیات مشخص باشد در اقدامات فرهنگی نیز باید اهداف مشخص شود
	طراحی و اجرای ترکیبی از فعالیت‌های فرهنگی منسجم؟	صرف برگزاری یک همایش یا کلاس نمی‌تواند اثر عمیق و گسترده داشته باشد. گاهی اوقات لازم است یک هنجار ناپسند با اقداماتی شکسته شود و بلافاصله با چند برنامه هنجاری پسندیده معرفی و با چند برنامه دیگر این هنجار تثبیت شود.
	اقدام بر اساس شناخت و شناسایی (پیش، هنگام و پس از عمل)	قبل از انجام فعالیت فرهنگی و یا مجموعه‌ای از اقدامات فرهنگی بایستی شناخت کافی نسبت به موضوع، مخاطب و محیط به دست آورد و مداوم میزان اثر را بررسی کرد

در عملیات فرهنگی به‌عنوان شکل مطلوب در فعالیت فرهنگی، سه مؤلفه مورد توجه قرار گرفت:

الف. فعالیت برای تحقق هدف عملیاتی تعیین شده؛

ب. طراحی و اجرای ترکیبی از اقدامات و فعالیت‌های منسجم در راستای تحقق هدف عملیاتی؛

ج. عمل بر اساس شناخت و شناسایی پیش‌هنگام و پس از عمل با توجه به محتوا و جهت‌گیری بسته فرهنگی طراحی شده.

در نتیجه «عملیات فرهنگی مجموعه‌ای از اقدامات و فعالیت‌های منسجم و هماهنگ فرهنگی در راستای تحقق اهداف از پیش تعیین شده بر اساس شناخت و شناسایی محیط است و بر مبنای ارزیابی حین و پس از اقدام، اصلاح و پویا می‌گردد.»

به‌عنوان مثال، بسیاری از فعالیت‌های فرهنگی که حتی با انگیزه‌های دینی و توجه محتوایی انجام می‌گیرد ولی پس از مدتی یا کاملاً بی‌ثمر و یا نسبت به انرژی مصرف شده بهره بسیار اندکی داشته است، در صورتی که اگر قبل، حین و پس از انجام هرگونه فعالیت فرهنگی، به‌عنوان مجموعه‌ای از اقدامات و برنامه‌های منسجم برای تحقق یک هدف، مورد بررسی و اجرا قرار می‌گرفت، بهره‌وری افزایش می‌یافت. همانگونه که در نبرد سخت، صرف رزمیدن کافی نیست، در جهاد فرهنگی نیز نفس فعالیت فرهنگی کافی نمی‌باشد. همانگونه که در عملیات نظامی باید هدف عملیات مشخص باشد در جهاد فرهنگی نیز، اهداف عملیات فرهنگی باید مشخص و شناسایی شود. همانگونه که در عملیات نظامی بسته به منطقه و اقدامات از یگانها و ابزارهای مختلف استفاده می‌شود، در عملیات فرهنگی نیز باید مجموعه‌ای از اقدامات، فرهنگی برنامه‌ریزی و اجرا شود. زیرا صرف برگزاری یک همایش یا کلاس نمی‌تواند، اثر عمیق و گسترده داشته باشد. گاهی اوقات لازم است یک هنجار ناپسند با اقداماتی شکسته شود و بلافاصله با چند برنامه هنجاری پسندیده، معرفی و با چند برنامه دیگر این هنجار تثبیت شود.

در عملیات فرهنگی، «ارزیابی و کنترل» رکن اساسی است. باید اثرات عملکرد را کنترل کرد و اگر در میانه یک فعالیت متوجه شویم، بر خلاف پیش‌بینی، این برنامه به مقصد، مقصود و اثرات

مطلوب نمی‌رسد، و لذا نباید بر انجام آن اصرار داشت و باید روش خود را تغییر دهیم. فاجعه از اینجا شروع می‌شود که بخواهیم پوچی و بی‌ثمری کارها را با تداوم هرچه بیشتر آنها جبران کنیم. با فعالیت عملیات گرایانه، اثربخشی و بهره‌وری افزایش یافته و با فعالیت بی‌محتوا و کلیشه‌ای، از شتابزدگی، توهم کاذب یا ناامیدی کاسته می‌شود.

همانگونه که در روش تحقیق گفتیم، گزاره‌های منتخب در متن مصاحبه‌ها و جلسات توفان فکری به‌عنوان مفاهیم در نظر گرفته شد و با توجه به مفاهیم مستخرج، ۳۴ تم فرعی شناسایی گردید. بر اساس کلیدواژه «عملیات فرهنگی»، مضامین فرعی در سه مضمون اصلی «محورهای اساسی عملیات فرهنگی در دانشگاه»، «انواع عملیات فرهنگی در دانشگاه بر مبنای هدف» و «اصول حاکم بر عملیات‌های فرهنگی در دانشگاه» دسته‌بندی گردید.

نکته‌ای که در این دسته‌بندی وجود دارد توجه به دو سطح از اهداف است. هدفگذاری برای عملیات شامل دو سطح می‌شود. اول انتخاب مأموریت و دوم تعیین هدف عملیاتی. باید میان این دو سطح تمایز قائل شد. تعیین مأموریت یعنی انتخاب یکی از محورها برای فعالیت فرهنگی؛ انتخاب مأموریت از این جهت لازم است که گستره موضوعات و حیطه فعالیت فرهنگی بسیار فراخ است و برای حرکت در راستای آرمانمان هر فرد و گروه باید در یک منطقه مشغول به فعالیت شود. البته در تعیین مأموریت، تفکر جبهه‌های در میان فعالان لازم است. یعنی به گونه‌ای نباشد که در یک موضوع، فعالان متعدد حضور داشته باشند و منطقه‌ای بی‌مسئول. تعیین هدف یعنی مشخص کردن مقصود و مطلوب نهایی عملیات؛ پس از انتخاب محور و شناسایی دقیق منطقه عملیاتی چنانچه در بحث برنامه‌ریزی فرهنگی ذکر خواهد شد. بر اساس شناسایی موضوعات کلیدی و نقاط استراتژیک محور، هدف عملیاتی تعیین خواهد شد. اصول کلی طراحی برنامه و عملیات در فصل برنامه‌ریزی تشریح خواهد شد. هر عملیات فرهنگی، با توجه به اهداف عملیاتی و مشتمل بر چند فعالیت هدفمند بودن و هر فعالیت با استفاده از قالب‌ها و روش‌های گوناگون و متنوع طراحی و اجرا می‌شود.

جدول (۲) محورهای اصلی که لازم است فعالیت فرهنگی در آنها صورت گیرد را معرفی می‌کند. البته در استخراج این مضامین علاوه بر مصاحبه‌ها و جلسات توفان فکری، به اسناد بالادستی شامل مطالبات حضرت امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)، اسناد مصوب

هدف‌گذاری فرهنگی و مدل مطلوب فعالیت فرهنگی در دانشگاه

شورای عالی انقلاب فرهنگی، چشم‌انداز نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها و اسناد معاونت فرهنگی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری توجه ویژه صورت گرفته است که به دلیل شناسایی حجم بالای مفاهیم شناسایی شده از ذکر مفاهیم در جدول خودداری شده است.

جدول ۲- محورهای اساسی عملیات فرهنگی در دانشگاه

مقوله کلان	محور اصلی (تم اصلی)	مقوله (تم فرعی)
محورهای اساسی عملیات فرهنگی در دانشگاه	دینداری	احیای فرهنگ امر به معروف و نهی از منکر
		تقویت پایبندی به احکام شرعی
		تقویت بنیه معرفتی دانشگاهیان و افزایش بصیرت اعتقادی، اخلاقی
		معنوی کردن جو دانشگاه و تقویت ایمان و الهی کردن گرایش‌ها
	جامعه و سیاست	ترویج فرهنگ انقلاب اسلامی
		تقویت هویت اسلامی-ایرانی برای پیشرفت و دفع ناهنجاری‌ها
		تقویت بصیرت دانشگاهیان و عقلانی کردن جو دانشگاه با گسترش فرهنگ آزاداندیشی
		گسترش فرهنگ جهاد علمی و حضور در نهضت تولید علم و کمک به پیشرفت
		ایجاد هم‌دلی و همراهی میان فعالان فرهنگی
	زندگی روزمره	ترویج فرهنگ عفاف و حیا
		فراهم نمودن شرایط ازدواج به‌هنگام، آگاهانه، آسان و پایدار
		ایجاد سلامت روانی در دانشگاهیان و ایجاد فضای بانشاط و پرامید در دانشگاه
		هویت‌بخشی دانشجویان ورودی جدید
		اثربخشی فعالیت‌های فرهنگی و ایجاد هم‌دلی میان فعالان فرهنگی - سیاسی

ایجاد جو سالم فرهنگی در خوابگاه‌های دانشجویی	
--	--

سطح دوم هدف گذاری، تعیین هدف عملیاتی یا مشخص کردن نوع تأثیری است که فعالیت در فرهنگ عمومی خواهد داشت. در این مرحله که اغلب از مفاهیم مطرح در جلسات توفان فکری استفاده شده است، با روش تیپ‌شناسی، عملیاتهای فرهنگی بر اساس نوع هدفی که برای عملیات در نظر گرفته می‌شود، دسته‌بندی شد. این دسته‌بندی و تیپ‌شناسی کمک می‌کند، که فعالان فرهنگی، بر اساس کارکردهای اصلی، قالب‌های فعالیت فرهنگی بسته و مجموعه‌ای متناسب از فعالیت‌ها را انتخاب و طراحی کنند.

انجام یک فعالیت فرهنگی مانند برگزاری اردو، همایش و جشنواره، دوره‌های آموزشی، بازدید، جلسات و نشست‌های نقد و بررسی و مناظره، نمایشگاه، برنامه‌های آیینی و هیئات، نشریه، تبلیغات و پلاکارد و فضا سازی، برنامه‌های هنری، نمایش فیلم و تئاتر و نقد آن، جشن و مراسم‌های عمومی، برنامه‌های جمعی و مانند آن است، اما مطلوبیت آن منوط به شناخت هدف، منطقه و اقدامات است و بر اساس قابلیت‌ها، ظرفیت‌ها و کارکردهای این قالب‌ها مجموعه‌ای از این اقدامات انتخاب و به صورت ترکیبی طراحی می‌شود. عدم شناخت دقیق از قابلیت‌ها، ظرفیت‌ها و کارکردهای هر یک از این قالب‌ها، علت کمی اثربخشی و کارآمدی برنامه‌ها می‌شود. این مسئله که هر یک از قالب‌های فعالیت فرهنگی چه کارکردی دارد و در کنار کدام قالب اثربخش‌تر خواهد شد، نیازمند تحقیقات دیگر است. اما صرف دانستن کارکردها، ظرفیت‌ها و اثرات تک‌قالب‌ها کافی نیست. برای طراحی مجموعه‌ای هماهنگ از قالب‌ها، طراحی چند تیپ عملیات و پیشنهاد چند بسته ترکیبی و الگو، روشی کارآمد است. شناسایی و دسته‌بندی عملیاتها از دو جنبه امکان‌پذیر است؛ وجه اول، دسته‌بندی بر اساس سنخ‌های مختلف اهداف است و وجه دوم دسته‌بندی بر اساس فرایندهای عملیاتی است. در این مرحله عملیات‌ها از جنبه اول دسته‌بندی می‌شوند.

هدف‌گذاری فرهنگی و مدل مطلوب فعالیت فرهنگی در دانشگاه

جدول ۳- انواع عملیات فرهنگی در دانشگاه بر مبنای هدف

تم اصلی	تم فرعی	مفهوم
انواع عملیات فرهنگی در دانشگاه بر مبنای هدف	عملیات موج‌آفرین	برای آنکه بتوان بسیاری از شاخص‌های فرهنگی را تغییر داد باید مردم را به حرکت واداشت یا حداقل از حمایت مردم برخوردار بود. متأسفانه در برخی مسائل نسبت به مشکلات، حساسیت اجتماعی وجود ندارد. موج‌آفرینی می‌تواند در جو عمومی حساسیت و انگیزه ایجاد نماید.
	عملیات رهایی‌بخش	ضدهنجارها و ضدا ارزش‌ها و آداب و رسوم غلط از مهم‌ترین موانع رشد افراد است. این موانع آزادی افراد را در خودسازی سلب می‌کند و با اغوای ذهن و قلب، یک رفتار را بدون آنکه فرد متوجه شود به او تحمیل می‌کند. در فعالیت‌های فرهنگی، زدودن این موانع و رهایی افراد جامعه از قیود شیطانی بایستی از اهداف باشد.
	عملیات آگاهی‌بخش	در فضای فرهنگی، گاه اطلاعاتی که در جامعه بیش از همه در گردش است، تصویر و بینشی را در افراد جامعه نسبت به امور ایجاد می‌کند.
	عملیات گفت‌وگو	نمی‌توان به ترویج تک‌اندیشه اکتفا نمود، زیرا ترویج مجموعه‌ای منسجم از ارزش‌ها و اندیشه‌ها راحت‌تر و مؤثرتر از ترویج تک تک آنهاست. گفت‌وگو سازی چنین ویژگی دارد.
	عملیات سبک زندگی	رفتارها و موقعیت‌هایی را که انسان انتخاب می‌کند و آنها را ترجیح می‌دهد (که معطوف به چرایی و هدف از زندگی است) تشکیل دهنده سبک زندگی اوست، اما به شرطی که الگو داشته باشد. وقتی ما برای جوانان الگوی مناسبی تبیین نمی‌کنیم دیگران به این مهم اهتمام می‌ورزند و متأسفانه الگوهای نامناسبی را در اختیار جوانان ما می‌گذارند. امروزه، باید سلیقه‌های گوناگون افراد را کشف و پیش‌بینی کنیم. جامعه غربی به این مهم اهتمام ویژه دارد و قبل از وقوع هر نوع الگو و سلیقه‌ای آن را حدس می‌زند و پیش‌بینی می‌کند و در قالب بازی و نرم‌افزار و اثاثیه منزل و حتی شگردهای سینمایی و رفتارهای ویژه تئاتر و جز اینها در اختیار مردم قرار می‌دهد.
	عملیات تثبیت‌کننده	اصلی‌ترین هدف جهاد فرهنگی تثبیت اصلاحاتی است که با اقدامات فرهنگی در فرهنگ عمومی ایجاد شده است تا بتوان آنها را نهادینه کرد.

اما رکن دیگری که لازم است در تعریف کاربردی از عملیات فرهنگی به آن توجه شود، اصول حاکم بر فعالیت فرهنگی است. اصول حاکم بر عملیات‌های فرهنگی، یعنی قواعد و معیارهایی که در فرآیند فعالیت‌های فرهنگی باید آنها را مراعات کرد. بر اساس یافته‌های تحقیق، اصول زیر بر فعالیت فرهنگی حاکم است و اگر در فعالیتی هر یک رعایت نگردد، آن فعالیت فاقد ارزش است.

جدول ۴- اصول حاکم بر عملیات‌های فرهنگی در دانشگاه

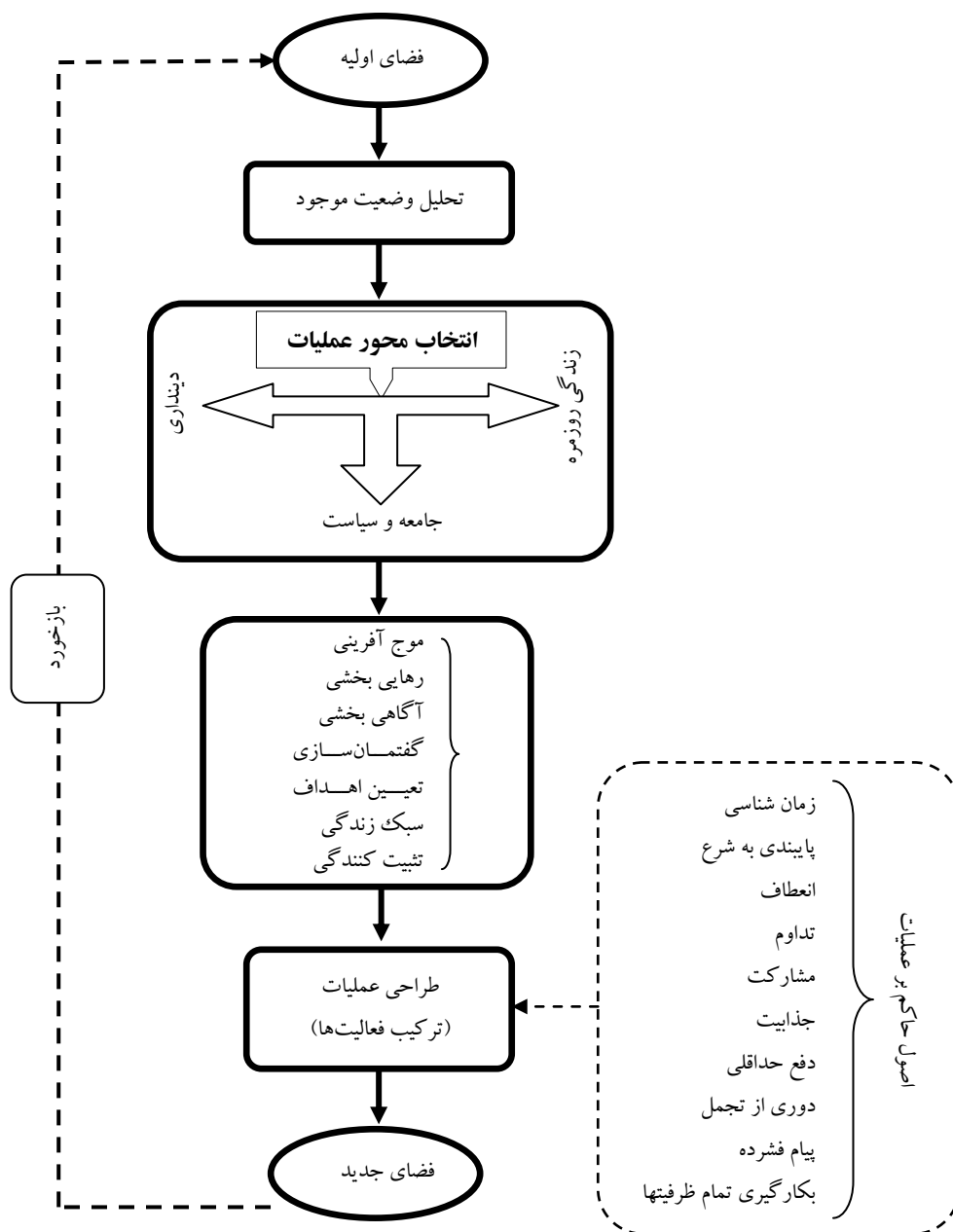
تم اصلی	مقوله (تم فرعی)	مفهوم
اصول حاکم بر عملیات‌های فرهنگی در دانشگاه	زمان‌شناسی و بهره‌گیری از زمان	برخی زمان‌ها ظرفی مناسب برای اجرای اثربخش برنامه‌ها هستند، به‌طور مثال مناسبت‌های ماه محرم یا رمضان
	دین‌محوری و پایبندی به شرع	باید توجه داشت که مأموریت جهاد فرهنگی، اصلاح فرهنگ موجود به فرهنگ اسلامی است و قطعاً با ابزارها یا راه‌های مخالف شرع این آرمان محقق نمی‌شود. و ابرازی مثل دروغ، شایعه‌پراکنی، تهمت و بردن آبروی مؤمن و ... در اقدامات فرهنگی جایی ندارد.
	انعطاف و پویایی در عین پافشاری بر اصول	اگر در حین فعالیت، ناکارآمدی یک جزء آشکار شد باید عملیات برای اصلاح انعطاف داشته‌باشد.
	تداوم	برنامه‌های موسمی و گذرا به اصلاح دائم منجر نمی‌شود، به ویژه در حالی که دشمن در حال اقدامات متنوع و مداوم است
	مشارکت دادن آحاد جامعه	برای تثبیت عقائد و اندیشه و تأثیرگذاری بر رفتار افراد، گاهی باید از مشارکت فعالانه استفاده نمود؛ در این شیوه با تمرین و تجربه عملی به یادگیری و آموزش پرداخته می‌شود
	جذابیت مشروع و تأکید بر جذب	هنر به معنای تجسم و خلق زیبایی در اشکال، رفتار، کلمات و حروف و ابداع آثار ماندگار است. دمیدن روح زیبایی به الفاظ در مکتوبات و یا در خاک و چوب و رنگ، موجب پدیدار شدن جلوه‌های هنری ماندگار خواهد شد. زیباگویی، فصاحت و بلاغت بهترین شیوه و اهرم برای جذب مردم است
	پرهیز از دفع و رعایت اصل هدایت و اتمام حجت	برنامه‌های فرهنگی با هدف هدایت و اتمام حجت می‌باشد، نه دفع مخاطب؛ هرچند ممکن است برخی به سبب عمق انحراف نخواهند از آن استفاده نمایند
	دوری از تجمل و زیباسازی‌های غیر محتوایی و اشرافی	یکی از زیبایی‌های فرهنگ اسلامی سادگی و فطری بودن آن است که اقدامات تزئینی فاقد آن است و تجمل تنها چشم حس را برای لحظاتی ارضاء می‌کند و فعالیت را فاقد محتوا می‌کند و همچنین باعث افزایش بی‌فایده هزینه‌ها و یا حتی اتلاف آن می‌گردد.
	فشرده‌سازی پیام‌های فرهنگی	فشرده‌سازی در قالب نمادها، شعارها و عناوین جذاب، عبارات کوتاه، ضرب‌المثل‌ها، دوبیتی‌های کوتاه ماندگار تأثیر بسزایی دارد. در حماسه کربلا، شعارهای جذاب، پر محتوا و تأثیر گذاری وجود داشته که سر لوحه زندگی تمامی آزاد مردان است مانند «هیبت منا الذله»
	استفاده از تمامی ظرفیتها	گاه تعصبات بی‌جا یا رقابت‌های ناسالم سبب می‌شود برای اجرای یک عملیات از همه ظرفیت‌ها استفاده نکنیم یا ظرفیتی را که در اختیار داریم از مجری طرح دریغ کنیم

بحث و نتیجه‌گیری

«فرهنگ» امری اکتسابی است و به همین خاطر است که با تنوع بسیار زیاد فرهنگ‌ها مواجه هستیم. در حقیقت با استفاده از سازوکارهای مختلف مانند یادگیری، فرهنگ از نسلی به نسل دیگر و حتی از جامعه‌ای به جامعه دیگر منتقل می‌شود. فعالیت فرهنگی یکی از سازوکارهای انتقال و اصلاح فرهنگ است؛ اما فعالیت باید اثربخش باشد. اثر یعنی تغییر مؤلفه‌های فرهنگی موجود به مؤلفه‌های مطلوب. در فعالیت فرهنگی، فضا به گونه‌ای آماده می‌شود که بستر و زمینه آماده گردد، زیرا اگر اندیشه‌ها، ارزش‌ها، هنجارها، آداب و سازوکارهای مرسوم و قوانین، مخالف با اصول هدایت باشد، حتی اگر فرد قصد تهذیب و خودسازی داشته‌باشد، فضا به راحتی چنین اجازه‌ای به او نمی‌دهد و اراده بسیار قوی برای حرکت بر خلاف فرهنگ جاری را نیاز است. اما اگر فرهنگ حمایتگر تربیت باشد یا حداقل مانع نباشد، خودسازی برای افراد بیشتری میسر می‌گردد. شرایط دنیای کنونی، راه «فعالیت‌های فرهنگی» را سخت، پیچیده و دشوار کرده و با سهل انگاشتن آنچه دشوار است به جایی نخواهیم رسید. در این جا باید عوامل مؤثر بر شرایط را شناسایی نماییم تا مشخص گردد، تغییر کدام دسته از این عوامل «تحت کنترل» و کدام «خارج از کنترل» بوده ولی باید اثرات آن را مدیریت کنیم.

به‌طور مثال، اقدامات و برنامه‌های آموزشی، پژوهشی و فرهنگی در فرهنگ دانشگاه مؤثر بوده و تحت کنترل فعالان فرهنگی است؛ اما اصل وجود تأثیرات ارتباطات میان دانشگاهیان، ورود و خروج انبوه داده‌های اینترنتی، یا اثرات برنامه‌های ماهواره‌ای چندان قابل کنترل ما نیست اما می‌توان اثرات آن را مهار یا کم نمود.

در مقاله فوق تلاش شد تا با معرفی مؤلفه‌های «عملیات فرهنگی»، الگو و مدلی مطلوب از فعالیت فرهنگی ترسیم شود. البته در این مدل سه مؤلفه اصلی وجود دارد که این مقاله به ارائه یافته‌های تحقیق متناسب با مؤلفه هدف عملیات پرداخت و اشاره‌ای به ترکیبی بودن فعالیت‌ها داشت. مؤلفه مهم دیگر که یافته‌های بسیار مهمی در باب آن نیز گردآوری و تحلیل شده است، به نحوه شناسایی پیش از عملیات، طراحی و برنامه‌ریزی و ارزیابی عملیات‌های فرهنگی اختصاص دارد که ارائه آن، مجال و مقاله‌ای دیگر می‌طلبد. اما به‌صورت خلاصه بر اساس یافته‌های کل تحقیق، تصویر زیر بیانگر نحوه مطلوب از عملیات فرهنگی است.



نمودار ۱- مدل مطلوب فعالیت فرهنگی در دانشگاه

پیشنهاد

این مقاله می‌تواند مقدمه‌ای بر انجام کارهایی با استفاده از روش‌های کمی باشد که ابعاد مختلف موضوع مورد بحث را به صورت گسترده مورد بررسی قرار دهد. همچنین در هنگام تحقیق برای گردآوری اطلاعات، محققان به مواردی برخورد نمودند که می‌تواند ایده‌ای برای تحقیقات پژوهشگران باشد که در زیر لیستی از این عناوین آورده شده است:

- عوامل مؤثر بر انگیزش فعالان فرهنگی و ایجاد جریان فرهنگی در دانشگاه
- نقش دغدغه‌مندی اسلامی دانشجویان در ایجاد فرهنگ مطلوب
- تأثیر به‌کارگیری روشهای مختلف گردآوری و تحلیل اطلاعات در نیازسنجی فرهنگی
- گونه‌شناسی اطلاعات مورد نیاز برای برنامه‌ریزی فرهنگی

فهرست منابع

۱. بتیس، دانیل؛ پلاگ، فرد (۱۳۷۵). *انسان‌شناسی فرهنگ*. ترجمه: محمد ثلاثی. انتشارات علمی.
۲. پهلوان، چنگیز (۱۳۷۸). *فرهنگ‌شناسی: گفتارهایی در زمینه فرهنگ و تمدن*. انتشارات پیام نور.
۳. خسروپناه، عبدالحسین (۱۳۸۹). *جریان‌شناسی ضدفرهنگ‌ها در ایران معاصر*. حکمت نوین اسلامی.
۴. دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۸۳). *بررسی اصول و مبانی مدیریت فرهنگی*.
۵. دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۸۴). *طرح تدوین مبانی ارزیابی عملکرد مراکز فرهنگی*.
۶. رشیدپور، علی و مرادی، علیرضا (۱۳۸۹). *چالش‌ها و آسیب‌های فراروی فرهنگ و مدیریت فرهنگی؛ ماهنامه مهندسی فرهنگی (۴۷-۴۸)؛ آذر و دی*.
۷. رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۸۵). *تکنیک‌های خاص تحقیق در علوم اجتماعی*. شرکت سهامی انتشار. تهران: چاپ چهارم.
۸. سبحانی‌فر، محمد جواد و نوروزی، روح‌الله (۱۳۹۱). *از تهاجم فرهنگی تا جنگ نرم و راهکارهای مقابله با آن از منظر مقام معظم رهبری؛ دوفصلنامه پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی، سال ۲، شماره ۵؛ بهار و تابستان*.
۹. صالحی امیری، سیدرضا (۱۳۸۶). *مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی*. تهران، انتشارات ققنوس.
۱۰. صالحی امیری، سیدرضا و کاووسی، اسماعیل (۱۳۸۷). *فرهنگ و مدیریت سازمان‌های فرهنگی*.
۱۱. عاشوری، مهدی و قائدعلی، حمیدرضا (۱۳۹۲). *چالش‌ها و مشکلات مدیریت در تشکل‌های دانشجویی*. *دو فصلنامه علمی و پژوهشی مدیریت در دانشگاه اسلامی*، شماره ۵، بهار و تابستان.
۱۲. عسکری خانقاه، اصغر و کمالی شریف، محمد (۱۳۷۸). *انسان‌شناسی عمومی*. تهران: سمت.
۱۳. قائدعلی، حمیدرضا؛ عاشوری، مهدی و کرمی، رضاعلی (۱۳۹۳). *کاستی‌ها و مشکلات*

- اثر بخشی فعالیت‌های فرهنگی در دانشگاه؛ دوفصلنامه علمی و پژوهشی پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی، سال ۴، شماره ۹، بهار و تابستان.
۱۴. قلی‌پور، آرین (۱۳۸۸). *جامعه‌شناسی سازمان‌ها*. تهران: سمت.
۱۵. کاوسی، اسماعیل؛ داودی، مرتضی (۱۳۸۷)؛ شناسایی برنامه‌ها و فعالیت‌های موازی سازمان تبلیغات اسلامی با وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و تبیین معایب آن بر مدیریت فرهنگی کشور و ارزیابی راهکارهای هماهنگ‌سازی. همایش نقش و جایگاه نوآوری در مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی.
۱۶. مظاهری، محمدمهدی؛ کاوسی، اسماعیل و موسوی، سیدرضا (۱۳۸۸). *ارایه الگوی مناسب جهت تعیین اولویتهای مراکز فرهنگی و تحول آنها براساس رویکرد اسلامی- ایرانی؛ فصلنامه بصیرت*، شماره ۴۴، پاییز.
۱۷. همایون، محمدهادی؛ جعفری هفتخوانی، نادر (۱۳۸۷). *درآمدی بر مفهوم و روش سیاست‌گذاری فرهنگی؛ درس‌هایی برای سیاست‌گذاران. اندیشه مدیریت*، شماره ۲، پاییز و زمستان.
۱۸. Cresswell, J. W. (۱۹۹۴). **Research design**. Thousand Oaks, CA: Sage.
۱۹. De Vaus, D. A. (۲۰۰۱). **Research design in social research**. London: Sage.
۲۰. Fontana, A., & Frey, J. (۱۹۹۴). Interviewing: the art of science, In N. Denzin, & Y. Lincoln, (Eds). **Handbook of qualitative research** (pp. ۳۶۱-۳۷۶). London: Sage Publications.
۲۱. Hatch, M. (۱۹۹۷). **Organization theory: Modern, symbolic and postmodern**. Oxford: Oxford University Press.
۲۲. Jepperson R. L. (۱۹۹۱) **Institutions, Institutional Effects**, Institutionalism, Chicago: University of Chicago Press.
۲۳. Kvale, S. (۱۹۹۶). **Interviews: An introduction to qualitative research interviewing**. Thousand Oaks, CA: Sage.
۲۴. Lawrence T. B. M. I. Winn and P. D. Jennings.(۲۰۰۱). **The Temporal Dynamics of Institutionalization**, *Academy of Management Review*, ۲۶/۴.
۲۵. Mulcahy, Kevin V., Cultural Policy, in Peter, Guy B. , Pierre, Jon (ed.).(۲۰۰۶) **Handbook of Public Policy**, London, SAGE Publications.

۲۶. Patton, M. Q. (۱۹۹۰). **Qualitative evaluation and research methods**. Newbury Park: Sage.
۲۷. Powell, W and P. DiMaggio.(۱۹۹۱) “**The New Institutionalism in Organizational Analysis**”. Chicago: University of Chicago Press.
۲۸. Schein Edgar H;(۱۹۸۵) **Organizational Culture and Leadership: A Dynamic View**; Jossey- Bass Publisher.
۲۹. Scott Barbara Marliene and Mary Ann Schwart (۲۰۰۰). **Sociologi: Making Sense of the Social World**; McGraw-Hill, Inc.