



### Participatory budgeting model in the university program and budget subsystem

Ali Mohammadi Bazargani <sup>1</sup> | Hamid Mortazaniya <sup>2</sup>

Research Paper

Received:  
2024/02/10  
Revised:  
2024/02/10  
Accepted:  
2025/02/10  
Published:  
2024/02/10

ISSN: 2251-6980  
E-ISSN: 2645-5234

#### Abstract

The purpose of this research is to identify and prioritize the model of participatory budgeting in the subsystem of university program and budget. The current research is qualitative-quantitative and exploratory in terms of its practical purpose and method. The data were collected in two library and field stages, including semi-structured interview and two-situation-multiple-choice questionnaire, and in terms of data analysis method, in this research, content analysis, thematic analysis, and structural equation modeling technique have been discussed. The theme analysis was identified and refined and reviewed by experts; Then the findings of the research in the two areas of descriptive results of demographic characteristics and descriptive results of the research were analyzed and reported with the help of SPSS and PLS software. Regarding the classification of these factors, which was obtained based on data refinement through PLS software, it shows five dimensions, 9 components and 32 indicators. (sub-component) was confirmed, according to the investigations that were carried out and weighting using multi-criteria decision-making methods, respectively, the dimensions of executive requirements, systems, culture, structure and resources were important, each of these factors has its own component and Key indicators for the realization of the participatory budgeting model in the academic financial system.

**Keywords:** Budgeting, participatory budgeting, university system, transparency, university budgeting.

DOR:

1. Financial Management, Faculty of Management and Strategic Planning, Imam Hossein (AS) University, Tehran, Iran. Amb7011@gmail.com
2. Corresponding Author: Ph.D, Financial Management, Faculty of Management and Strategic Planning, Imam Hossein (AS) University, Tehran, Iran. Mortazaniya@ihu.ac.ir

This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Non-Commercial (CC-BY-NC) license.







## طراحی و اعتبارسنجی الگوی مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی

سال سی و دوم  
زمستان ۱۴۰۳  
صص: ۷۷-۴۵

محمود احمدی<sup>۱</sup> | فاطمه عزیزآبادی فراهانی | عباسعلی قیومی<sup>۳</sup> | سید جمال الدین طیبی<sup>۴</sup>

### مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:  
۱۴۰۱/۱۲/۲۷  
تاریخ بازنگری:  
۱۴۰۲/۰۳/۲۱  
تاریخ پذیرش:  
۱۴۰۲/۰۳/۲۱  
تاریخ انتشار:  
۱۴۰۲/۰۴/۱۴

شاپا چاپی: ۶۹۸۰-۲۲۵۱  
الکترونیکی: ۵۲۳۴-۲۶۴۵

### چکیده

از آنجا که در جریان فعالیت‌های سازمانی احتمال آسیب دیدن حوزه فرهنگ وجود دارد، لذا اتخاذ مجموعه‌ای از تدابیر پرهیزی-مراقبتی، مشارکتی-حمایتی و جبرانی توسط سازمان‌ها، در جهت مسئولیت‌پذیری فرهنگی، ضروری است. پژوهش حاضر که یک پژوهش آمیخته و کاربردی از نوع داده‌بنیاد است، به دنبال طراحی الگوی مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان و اعتبارسنجی آن است. این الگو، از طریق دسته‌بندی داده‌های حاصله از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و با کمک مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین سامان یافته است. اعتبار الگو با روش پیمایشی از طریق پرسش‌نامه در میان نمونه آماری سنجش گردید و جهت تحلیل و مدل‌سازی معادلات ساختاری هم از تحلیل عاملی تأییدی، با کمک نرم‌افزارهای *Spss* و *Amos* بهره‌گیری شده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، برگرفته از تحلیل اسنادی و نظرات خبرگان، مسئولیت مزبور شامل چهار مولفه‌ی فرهنگ سازمانی، اخلاق کسب‌وکار و خدمت، فرهنگ شهروندی و پیوست فرهنگی است. میزان بار عاملی در روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته، نشانگر اعتبار الگوست. این الگو، با در نظر داشتن ابعاد درون و برون‌سازمانی، پیامدهای مثبت همچون تقویت سرمایه‌ی اجتماعی بنیاد و انقلاب اسلامی، ارتقای شاخص‌های فرهنگی جامعه و بهره‌وری سازمانی را پیش‌بینی می‌کند. بهره‌گیری کلی سازمان‌های عمومی و خصوصی از الگوی حاصله، گامی رو به پیش برای تحقق مدیریت فرهنگی در سازمان‌ها خواهد بود.

**کلیدواژه‌ها:** مسئولیت اجتماعی؛ مسئولیت فرهنگی سازمانی؛ نهادهای انقلابی؛ بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی  
**DOR:**

۱. دانش آموخته دکتری تخصصی، گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
۲. نویسنده مسئول: دانشیار گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.  
azizabadifarahani1348@gmail.com
۳. دانشیار گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
۴. استاد گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.



## مقدمه و بیان مسئله

سازمان‌ها، باورهای جدید می‌آفرینند؛ ارزشهای جدید خلق می‌کنند؛ سبک زندگی جدید ایجاد می‌کنند و رفتارها، نمادها و مصنوعات جدید را در جامعه بنیان می‌گذارند. آیا تاثیرگذاری سازمان‌ها بر جامعه، در چارچوب نظام فرهنگی و اخلاقی جامعه تعریف می‌شود و یا در تناقض با نظام فرهنگی و ارزش‌های حاکم است؟ پاسخگویی به این سوال و چاره‌جویی برای حفظ و حمایت از ارکان و مناسبات فرهنگی، یکی از محورهای مورد توجه در نزد اندیشمندان حوزه‌های مدیریت و علوم اجتماعی است.

در نگاه سیستمی، یکی از الزامات مؤکد در تشکیل جوامع انسانی، تنظیم روابط و مشخص کردن تعهدات فی‌مابین هر یک از ارکان آن است. این امر به حفظ توازن خرده‌نظام‌های اجتماعی، پیشگیری از کژکارکردی و حفظ حیات سازمان و اجتماع، از رهگذر صیانت و حمایت از خرده‌نظام فرهنگی، منتهی می‌شود. اهمیت این امر تا بدان جاست که دوگانه‌هایی همچون «رشد-توسعه»<sup>۱</sup> و «سهامدار-ذی‌نفع»<sup>۲</sup> را در کانون توجهات مطالعات اقتصادی و اجتماعی، در دو قرن اخیر، قرار داده است. طرح مباحثی همچون عدالت اجتماعی، محیط‌زیست، اخلاق و توجه به ساحت‌های اجتماعی و فرهنگی، در محافل دانشگاهی و حلقه‌های مدیریتی، حاصل این کشمکش‌های نظری است.

با این وجود، بررسی‌های انجام شده حاکی از آن است که توجه به فرهنگ، هنوز جایگاه شایسته خود را در فرایندهای سازمانی بازنیافته و آسیب‌های ناشی از مسئولیت‌گریزی در این زمینه، در برخی فعالیت‌های جاری و نیز مداخلات توسعه‌ای در سازمان‌ها، پیکره نظام فرهنگی را می‌آزارد. بخشی از این آسیب از عدم توجه کافی مدیران ناشی می‌گردد. در این مورد، کین<sup>۳</sup> (۲۰۰۶) معتقد است که تعداد کمی از مدیران سازمان‌ها متوجه نقش و مسئولیت خود در این زمینه هستند. گزارش اینسید<sup>۴</sup>، مدرسه کسب‌وکار جهان، (۲۰۱۷) هم اشعار می‌دارد که فقط نیمی از اعضای هیئت‌مدیره شرکت‌ها دیدگاه نسبتاً روشنی از فرهنگ دارند. در عرصه‌های بین‌المللی هم

1. Growth - Development  
2. Stakeholder-Shareholder  
3. Kane  
4. The business School for the World(INSEAD)

هیگ<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) ناکامی شرکت‌ها در عرصه‌های تجارت بین‌المللی را به ناشیگری آنها و بی‌توجهی به تکالیف و ملاحظات فرهنگی نسبت داده و یاراحمدی و امامی (۱۳۹۴) هم این امر را متوجه عدم شایستگی مدیریت فرهنگی شرکت‌ها، به‌ویژه در رقابت‌های جهانی، می‌دانند. در باب تأثیرات منفی فناوری‌های وارداتی، کاینرت<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) نسبت به بی‌احترامی به فرهنگ محلی، رسوم، سنن و احساسات مذهبی، در فرایند انتقال فناوری به مناطق، هشدار داده است. کاستیلو و تایواری<sup>۳</sup> (۲۰۲۳: ۶۶) هم تأکید می‌کنند که «سازمان‌ها باید مراقب باشند که محصولات جدید را خیلی سریع منتشر نکنند تا اطمینان حاصل کنند که این محصولات از رفتار اخلاقی مورد انتظار پیروی می‌کنند». برخی از پژوهش‌ها نیز نسبت به تأثیرگذار منفی بر بازار شرکت‌ها، در صورت بی‌احترامی به فرهنگ محلی و عبور از خطوط قرمز فرهنگی در جوامع میزبان، هشدار داده‌اند (عسف و همکاران<sup>۴</sup> ۲۰۲۳).

توجه به حوزه فرهنگ، در مناسبات فیما بین این حوزه و خرده‌نظام‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی، در دهه‌های اخیر، جان تازه‌ای گرفته است. در باره لزوم اتخاذ این رویکرد، ساگنیا<sup>۵</sup> (۲۰۰۴) بر ضرورت تدوین استانداردهای فرهنگی برای انجام پروژه‌ها و پارتال و دانفی<sup>۶</sup> (۲۰۱۶) هم بر پیشگیری از تأثیرات منفی پروژه‌ها بر میراث ملموس و ناملموس فرهنگی تأکید کرده‌اند. در ابعاد درون سازمانی نیز، سینگ و میسرا<sup>۷</sup> (۲۰۲۱) به تأثیر مسئولیت‌پذیری فرهنگی بر وفاداری سازمانی کارکنان اشاره کرده و فریدلند و جین<sup>۸</sup> (۲۰۲۲) هم از خودآگاهی اخلاقی سخن گفته‌اند. به همین ترتیب، نتایج پژوهش‌های مارتینی شین و همکاران<sup>۹</sup> (۲۰۲۲) هم بر کدگذاری اخلاقی متکی بر خود تنظیمی بازار استوار شده است. با وجود این توجهات نظری، به باور مائون و لیند گرین<sup>۱۰</sup> (۲۰۱۵)، جنبه‌های فرهنگی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، عملاً تا کنون نادیده گرفته

1. Heig
2. Keinert
3. Castillo & Tiwari
4. Assaf et al
5. Sagnia
6. Partal & Dunphy
7. Singh & Misra
8. Friedland & Jain
9. Martynshyn
10. Maon & Lindgreen

شده است. کواجیچ<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) نیز بر غایب بودن فرهنگ در حوزه مسئولیت اجتماعی تأکید دارد و معتقد است که مقوله مسئولیت اجتماعی صرفاً پیگیر وظایف بشردوستانه و داوطلبانه است. گزارش‌های منتشر شده پیرامون ردیف‌های هزینه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در سال ۱۴۰۱، نشان می‌دهد که حوزه فرهنگ با ۷۲ میلیارد تومان هزینه در ردیف پنجم هزینه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها قرار داشته است (رسانه مسئولیت اجتماعی، ۱۴۰۲/۶/۲۱). گزارش وضعیت مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های ایرانی (شهرابی فراهانی، ۱۳۹۸) نیز از نقش ضعیف انگیزه‌های فرهنگی در انجام مسئولیت‌پذیری شرکتها حکایت می‌کند. اهمیت اندک حوزه فرهنگ در مقوله مسئولیت اجتماعی را می‌توان در مولفه‌های هفت‌گانه ایزو ۲۶۰۰۰، استاندارد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، یافت که در آن نشانه‌های صریحی از توجه به مقوله فرهنگ به چشم نمی‌خورد.

پژوهش‌های انجام شده در کشور ما نیز حاکی از کم‌توجهی به امر فرهنگ و بروز برخی پیامدهای ناخواسته فعالیت‌های سازمانی بر حوزه فرهنگ، بویژه در پروژه‌های عمرانی، است. مطالعات توکل و نودری (۱۳۹۱)، صوفی و همکاران (۱۳۹۱)، شکوهی و همکاران (۱۳۹۷)، فروزان و امینی (۱۳۹۳) و نیز گزارش توسعه در منطقه عسلویه (۱۳۸۴) بر این امر گواهی می‌دهد. گزارش وزارت میراث فرهنگی نیز حاکی از آن است که تنها در سال ۱۳۹۸ تعداد ۳۲۹ مورد تجاوز به حریم آثار منقول، بناها و محوطه‌های تاریخی و نیز تعداد ۲۴۵ مورد تخریب بنا در این سال، از سوی افراد حقیقی و حقوقی، به ثبت رسیده است (ایسنا، ۱۴۰۰/۰۲/۳۱). پیش از این گزارش‌های دیگری از پیامدهای منفی ناشی از برخی فعالیت‌های عمرانی بر میراث تمدنی در شهرهای قزوین (ایرنا، ۱۳۹۳/۹/۲۵)، اصفهان (ایرنا، ۱۳۹۹/۵/۲۰) و شیراز (مهر نیوز، ۱۳۹۶/۵/۱) منتشر شده بود. حجم تهدیدهای ناشی از فعالیت‌های جاری و مداخلات توسعه‌ای که به یک رویه معمول تبدیل شده، بر لزوم تشدید مراقبت‌ها در مداخلات توسعه‌ای، افزایش حمایت‌ها و اهتمام به اقدامات جبرانی و ترمیمی در عرصه فرهنگ تأکید می‌ورزند.

در باره لزوم پرهیز از تهدید حوزه فرهنگ و حمایت از آن، رهبر معظم انقلاب اسلامی در باره مسئولیت‌پذیری مسئولان در این عرصه تأکید کرده‌اند. از منظر ایشان، مسئولان در نظام اسلامی در

1. Koicic

قبال فرهنگ عمومی کشور مسئولیت شرعی و قانونی دارند و احساس مسئولیت نسبت به هدایت فرهنگی جامعه، توجه به جریان فرهنگ عمومی، رفع مزاحمت‌ها برای فرهنگ و جلوگیری از موانع و عناصر مخرب از مهم‌ترین وظایف مسئولان است (وب سایت رهبر معظم انقلاب اسلامی، ۱۳۹۲/۹/۱۹). پیش از این، ایشان در سال ۱۳۸۶، بر ضرورت تهیه پیوست فرهنگی در پروژه‌های مهم، به عنوان یک ابزار اساسی برای تحقق مسئولیت فرهنگی سازمانی، توصیه نموده‌اند. با وجود تصویب نظام‌نامه پیوست فرهنگی در سال ۱۳۹۲، بررسی‌ها نشان می‌دهد چالش‌ها و محدودیت‌های مفهومی، عملیاتی و ساختاری مانع از فراگیری تهیه پیوست در طرح‌ها و پروژه‌ها شده (پور صالحی، ۱۳۹۰) و غالب مدیران، بویژه مدیران اقتصادی به آن بی‌اعتنا بوده و حکمرانی پیوست فرهنگی را باعث اختلال در حکمرانی مدیریتی خود می‌انگارند و تقاضایی برای پیوست‌نگاری وجود ندارد (ایرنا، ۱۴۰۲/۰۴/۱۲).

بنابر دلایل سازمانی، انقلابی و ملی، نهاد انقلابی بنیاد مستضعفان که متکفل ماموریت‌های اجتماعی در کنار برخی فعالیت‌های اقتصادی است، در قبال نظام فرهنگی جامعه دارای مسئولیت است. این نهاد بنا بر مندرجات بند چهار اساسنامه بنیاد مبنی بر «خاستگاه انقلابی» این نهاد و بند شش با عنوان «کمک به ارتقاء سطح زندگی مادی و معنوی و فرهنگی مستضعفان و محرومین جامعه»، به عنوان یکی از اهداف بنیاد، دارای ماموریت و نیز مسئولیت فرهنگی سازمانی است؛ چرا که استضعاف امری چند وجهی است. کمک، به دادن خوراک و لباس منحصر نمی‌شود؛ بلکه کمک فکری، تقویت روحی، دین دار کردن مردم، انسان‌ها را به پیشروی و توقف و نه توقف و عقبگرد تشویق کردن؛ همه اینها کمک به انسان‌هاست (وب سایت رهبری، ۱۳۷۸/۱۲/۱۴).

بنا بر آنچه که در باره ضرورت مسئولیت فرهنگی سازمان‌ها گفته شد، سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که «الگوی مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی و اعتبار آن چگونه است؟» بدیهی است با توجه به وسعت حوزه فرهنگ، این الگو نه تنها باید متوجه امر خدمات‌رسانی به مستضعفان باشد، بلکه لازم است تا الگویی جامع برای مسئولیت‌پذیری این نهاد برای حفظ زیست‌بوم فرهنگی کشور، حمایت از فعالیت‌های حوزه فرهنگ و نیز رعایت ملاحظات فرهنگی در جریان کسب و کار اقتصادی این سازمان و جبران آسیب‌ها به حساب آید.

بررسی های انجام شده در بنیاد مستضعفان حاکی از وجود برخی کاستی ها در ساختار فرهنگی و نیز برنامه ریزی هدفمند در قبال امر فرهنگ است. بنظر می رسد، متاثر از فضای دشوار کسب و کار کشور که بسیاری از تلاش های دولت ها را به سمت ساماندهی اقتصادی معطوف کرده، در بنیاد نیز، در برخی مقاطع زمانی، این فضا باعث غلبه گرایش های اقتصادی بر مسئولیت های اجتماعی و فرهنگی این نهاد شده است. از این رو، طراحی الگوی مسئولیت فرهنگی بنیاد، بازیابی جایگاه فرهنگ در فعالیتهای جاری این نهاد را تسهیل و برخی موانع ذهنی، ساختاری و عملیاتی در انجام این مسئولیت را رفع خواهد کرد. ارتقای سطح شاخص های فرهنگی در داخل و جامعه و عرضه الگویی عمومی برای مسئولیت فرهنگی سازمانی برای سایر سازمان ها، از دیگر انتظارات این پژوهش است. بدیهی است عدم مسئولیت پذیری فرهنگی بنیاد می تواند به ناکامی در انجام بهینه ماموریتها، استمرار غیر هدفمند فعالیت های معطوف به حفاظت و حمایت فرهنگی، عدم رعایت ملاحظات فرهنگی در فرایندهای سازمانی، کاهش سرمایه های اجتماعی این نهاد و انقلاب اسلامی و نیز عدم دستیابی به عملکرد سازمانی مطلوب منجر شود.

## مبانی نظری

مسئولیت فرهنگی سازمانی دارای خاستگاه های فلسفی، اجتماعی و دینی متعدد است. در نظریه «کارکردگرایی»<sup>۱</sup>، فرهنگ به عنوان یک خرده نظام شناسانده می شود که با خرده نظام های دیگر دارای تأثیر متقابل است (فکوهی، ۱۳۸۱). در نظریات متأخر، از جمله پست مدرنیسم، نیز به تضعیف جایگاه فرهنگ، در عصر سلطه نظریه عقلانیت ابزاری، انتقاد شده است. هابرماس، از اندیشمندان این نحله، با طرح نظریه کنش ارتباطی متقابل، سلطه «نظام» بر «جهان زیست» را موجب از دست رفتن معنا، تزلزل هویت جمعی، بی هنجاری، بیگانگی، شی گونگی جامعه و تضعیف و نابودی حیات فکری فرهنگی و معنوی انسان می داند (بشیریه، ۱۳۷۱).

در نظریه های مدیریتی نیز، پس از مکتب مدیریت کلاسیک - که بهره وری و سود بیشتر را بر هر چیز دیگر ترجیح می داد - به تدریج نسبت به ملاحظات انسانی و روان شناختی توجه بیشتری معطوف شد و نظریه روابط انسانی<sup>۲</sup> در مدیریت برای خود طرفداران زیادی پیدا کرد. متعاقباً

1. Functionalism  
2. Human Relations Theory



روندهای پدیده‌های فکری و اجتماعی نظیر توسعه پایدار<sup>۱</sup>، مسئولیت اجتماعی شرکتی<sup>۲</sup>، ارزیابی تأثیرات فرهنگی<sup>۳</sup>، نظریه سیستم‌های اجتماعی فنی<sup>۴</sup>، توسعه فرهنگی<sup>۵</sup>، چرخش فرهنگی<sup>۶</sup>، اخلاق کسب و کار<sup>۷</sup>، شهروندی شرکتی<sup>۸</sup> و حقوق فرهنگی<sup>۹</sup>، با طرح ملاحظاتی انسانی، اجتماعی و فرهنگی، ابعاد جدیدی را به فرایندهای مدیریتی و توسعه‌ای بخشیده‌اند. مقوله مسئولیت فرهنگی شرکتی<sup>۱۰</sup>، جدیدترین مفهومی است که در عرصه تقابل حوزه فرهنگ و مناسبات فرهنگی با نظامات اقتصادی و سیاسی مطرح گردیده و سازمان‌ها را به خویشانداری و برگزیدن رویکردهای حفاظتی، حمایتی و جبرانی در تعاملات خود با امر فرهنگ فراخوانده است.

### مفهوم مسئولیت فرهنگی سازمانی

مسئولیت فرهنگی سازمانی<sup>۱۱</sup> از برجسته‌ترین مفاهیم معطوف به التزام سازمان به گزینش رویکردهای انسانی، در فرایندهای مدیریتی و توسعه‌ای، است. مسئولیت، وظیفه‌ای با ویژگی‌های اخلاقی، قانونی و ذهنی است (فرهنگ‌نامه ویستر<sup>۱۲</sup>) که آن را با ویژگی‌هایی همچون پاسخگویی و تعهد و نگرانی در قبال دیگران با دو بعد درونی - فردی و بیرونی - زمینه‌ای توصیف می‌کنند (هولدورف و گرینوالد<sup>۱۳</sup>، ۲۰۱۸). برخی نیز آن را به مورد بازخواست بودن، مستوجب نكوهش و توبیخ دانستن و تلازم با وظیفه و تکلیف تفسیر کرده‌اند (مصباح یزدی، ۱۳۸۰).

فرهنگ، مفهومی است پیچیده و بسیار وسیع که دربردارنده تمام عرصه‌های حیات است. یونسکو، سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد (۱۹۸۲)، فرهنگ را مجموعه کاملی از ویژگی‌های معنوی، مادی، عقلی و عاطفی یک جامعه یا گروه اجتماعی توصیف می‌کند و شورای عالی انقلاب فرهنگی هم آن را «نظام‌واره‌ای از عقاید و باورهای اساسی، ارزش‌ها، آداب و الگوهای پیچیده رفتاری ریشه‌دار و دیرپا و نمادها و مصنوعات که ادراکات، رفتارها و مناسبات

1. Sustainable Development
2. Corporate social Responsibility
3. Cultural Impact Assessment
4. Socio-technical Systems Theory
5. Cultural Development
6. Cultural Return
7. Business Ethics
8. Corporat Citizenship
9. Cultural Rights
10. Corporative Cultural Responsibility
11. Organizational Cultural Responsibility(OCR)
12. Webster
13. Holdorf & Greenwald

جامعه را جهت و شکل می‌دهد و هویت را می‌سازد» تعریف کرده است (نقشه مهندسی فرهنگ کشور، ۱۳۹۱).

با تلفیق دو عنصر «مسئولیت»، به عنوان مجموعه الزامات قانونی، عرفی و اخلاقی، و «فرهنگ» به عنوان دال مرکزی نظام برنامه‌ریزی (فاضلی، ۱۳۹۳)، مقوله مسئولیت فرهنگی شکل گرفته است. این مفهوم در سال ۲۰۰۲، در چارچوب یک پروژه مشترک در بخش فرهنگ مدرن از برنامه‌های هنرهای شرکت زیمنس<sup>۱</sup> رسمیت یافت و یک روش نوآورانه در راستای ایجاد مزیت رقابتی در شرکت تلقی می‌شود (کوپک<sup>۲</sup>، ۲۰۲۰).

برخی این مفهوم را با «رفتار احترام آمیز شرکت‌ها با دنیای نمادین افراد و جوامع» پیوند داده‌اند (سالوان<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳) و مائون و لیندگرین (۲۰۱۵) هم آن را عبارت از این دانستند که یک شرکت، به صورت داوطلبانه، سیستم ارزش‌ها، باورهای اساسی و رفتارهای موجود در محل فعالیت شرکت را به رسمیت شناخته، احترام بگذارد و از آن مراقبت و دفاع کند. مارتینو و اسکارسلا<sup>۴</sup> (۲۰۱۸) آن را نگهداری محیط فرهنگی توسط شرکت‌ها، با هدف ایجاد شرایط برای محیط‌های قدرتمند فرهنگی می‌دانند و اشتریان و خالقی پور (۱۳۹۷) هم با اشاره به اینکه سه روند چرخش ارتباطی، چرخش فرهنگی و اخلاق محوری در خلق مفهوم مسئولیت‌پذیری فرهنگی شرکت‌ها نقش داشته‌اند، آن را ایده‌ای مبتنی بر پارادایم فرهنگی، و نه اقتصادی، به شمار می‌آورند. بنا به تعریف کریستین هیو<sup>۵</sup>، مسئولیت فرهنگی شرکتی، مسئولیت مشترک فعال یک تجارت (یا یک سازمان یا یک بنیاد) برای توسعه، بازسازی، فعال سازی، بهره برداری یا انطباق عوامل شناسایی فرهنگی یک جامعه مانند زبان، موسیقی، هنر، ادبیات و اعتقاد-اعم از کلام شفاهی تا جدیدترین ترکیب‌های هنر و رسانه-است (سیژوسکا<sup>۶</sup>، ۲۰۱۸).

مسئولیت فرهنگی سازمانی شامل تعهدات سلبی، به معنی نیاپادهای رفتاری و نیز الزامات ایجابی برای سازمان‌ها، به معنی بایسته‌های عملی، در جهت حفاظت و حمایت از حوزه نظام فرهنگی، است (باقری و همکاران، ۱۳۹۴). وجوه یاد شده، لازم است تا به صورت توأمان مورد

1. Simense  
2. Kopec  
3. Salvan  
4. Martino & Scarcella  
5. Have.C.  
6. Czyżewska

توجه سازمان‌ها واقع شود تا باعث دور ماندن نظام فرهنگی از آسیب‌ها و تهدیدات گردد. با توجه به ماهیت امر فرهنگ و حیطة مسئولیت، مفهوم مسئولیت فرهنگی به چارچوبی فراتر از حوزه شرکت‌ها توسعه یافته و کلیه سازمان‌ها را در بر می‌گیرد. علی‌هذا مسئولیت فرهنگی سازمانی را می‌توان ناظر به «تعهد سازمان‌ها در احترام به باورها، ارزش‌ها، رفتارها، نمادها و تجلیات تمدنی و سبک زندگی ذی‌نفعان و حمایت قانونی، عرفی و اخلاقی از امر فرهنگ و پرهیز از آسیب‌رسانی به زیست‌بوم فرهنگی جامعه، در تمامی فرایندهای درون‌سازمانی و برون‌سازمانی، و اهتمام به جبران خسارتهای احتمالی» تعریف کرد.

با واکاوی و بیان کاستی‌های مفاهیم هم‌راستا با مفهوم مسئولیت فرهنگی همچون مسئولیت اجتماعی، سیستم‌های اجتماعی فنی، ارزیابی تأثیرات فرهنگی، اخلاق کسب و کار و پیوست فرهنگی، ضرورت شکل‌گیری یک مفهوم جدید و فراگیر مشخص می‌شود. مفهوم مسئولیت اجتماعی معطوف به خدمات نهادی است و کمتر به سطح هنجارها و ارزش‌های فرهنگی ورود می‌کند. اگر چه در مسئولیت اجتماعی، بر مباحث اخلاقی، به‌عنوان یکی از ابعاد داوطلبانه مسئولیت شرکت‌ها، تأکید شده اما پر واضح است که اخلاق فقط بخشی از مفهوم وسیع فرهنگ است (فکوهی، ۱۳۹۴). در نظریه سیستم‌های اجتماعی فنی هم مفهوم فرهنگ، بیش از هر چیز، امری درون‌سازمانی و ناظر بر تأثیرات عوامل اجتماعی بر عملکرد داخلی سیستم‌های فنی است. در مقوله ارزیابی تأثیرات فرهنگی نیز تأثیر فعالیت‌های توسعه‌ای بر ابعاد و جلوه‌های تمدنی و میراث فرهنگی، بیش از سایر ابعاد فرهنگی، مورد توجه قرار می‌گیرد و شامل تعهد آفرینی و التزام قانونی یا اخلاقی نمی‌شود. اخلاق کسب و کار هم ناظر بر رفتارهای درون‌سازمانی در حوزه کسب و کار است، و نه خارج از سازمان.

همین تمایز، بین دو مفهوم مسئولیت فرهنگی و پیوست فرهنگی - که یک مفهوم بومی است - به چشم می‌خورد. مسئولیت فرهنگی یک رویکرد است و به یک تعهد بنیادین اشاره دارد و حال آنکه پیوست فرهنگی، با ماهیت انضمامی، حاکی از یک ابزار سیاستی برای ادای مسئولیت فرهنگی است. مسئولیت فرهنگی با قرابت لفظی با مفهوم مسئولیت اجتماعی، بالقوه، دارای پشتوانه نظری جهانی است و حال آنکه پیوست فرهنگی دارای جنبه ملی است. سایر مفاهیم مشابه هم نگاه

یکسویه دارند و در مسئولیت‌پذیری سازمان برای عمل درون‌زا به تعهدات فرهنگی سازمانی ناتوان‌اند.

مسئولیت فرهنگی علاوه بر جنبه برون‌سازمانی، دربردارنده ابعاد درون‌سازمانی نیز هست. مهم‌ترین مسئولیت فرهنگی داخلی سازمان تلاش برای تبدیل شدن به یک سازمان انسانی و فضیلت مدار، با کارکنان فرهیخته و مسئولیت‌پذیر است. در این نگاه، سازمان باید یک سازمان انسانی باشد (کیا، ۱۳۸۰) و به سمت فضیلت‌گرایی و عملکرد اخلاق محور میل کند (باقری و حجازی فر، ۱۳۹۰). به همین ترتیب مدیران سازمان‌ها باید ارزش‌های مهم حیاتی و غیر قابل تعرض در سازمان را تشخیص دهند و در تعارضات کارکردی، فرهنگ‌هایی را انتخاب نمایند که با فرهنگ رایج کمترین تضاد را داشته باشد (مشبکی و واعظی، ۱۳۸۱). مرادی و حکیمی (۱۳۹۷) هم در یافته‌های پژوهشی خود به رابطه معنی‌دار ارزش‌های اسلامی در سازمان با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان دست یافته‌اند.

بدین ترتیب، سازمان به‌عنوان یک موجود زنده در قبال فرایندهای درون‌سازمانی، باورها و ارزش‌های کارکنان و نیز درون‌دادها و برون‌دادهای سازمان دارای مسئولیت فرهنگی است. ابعاد برون‌سازمانی مسئولیت‌پذیری فرهنگی، فراتر از سازمان و جامعه، در عرصه‌های بین‌المللی نیز قابل مشاهده و دارای پیامدهای مثبت برای سازمان، جامعه پیرامونی و جامعه میزبان است. در سطح جامعه بین‌الملل، مسئولیت فرهنگی شامل بهبود ارتباطات میان‌فرهنگی، ترویج فرهنگ صلح و دوستی، معرفی فرهنگ‌ها به ملل و ایجاد زمینه گفتگوی فرهنگ‌ها می‌گردد. علاوه بر اینها نمایندگی شایسته ملت در مراودات برون‌مرزی، شناساندن فرهنگ ملی به شرکای خارجی، اصلاح ذهنیتهای منفی و ارائه سیمای مطلوب از کشور، معرفی نشان حلال و طیب برای محصولات، عمل به قوانین بین‌المللی و پایبندی به قراردادهای فیما بین را می‌توان به‌عنوان سایر ابعاد مسئولیت فرهنگی سازمانی در عرصه بین‌الملل برشمرد (اشتریان و خالقی‌پور، ۱۳۹۷).

### مسئولیت فرهنگی در نظام اسلامی

توصیف و تبیین مقوله مسئولیت فرهنگی سازمانی در نظام جمهوری اسلامی، نیازمند کندوکاو در مبانی هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی و انسان‌شناسی حاکم بر این نظام است. در عرصه حیات اجتماعی، اگر چه پاره‌ای از مکاتب، هدف از رقابت‌های سیاسی را دستیابی به حکومت می‌دانند،

اما در نگرش اسلامی، قدرت ابزاری برای تحقق اهداف عالی است و از یک امتیاز به یک مسئولیت تبدیل می‌گردد. این مسئولیت به واسطه طرح موضوع مهم حقوق مردم و حقوق الهی اهمیت مضاعفی می‌یابد. در آموزه‌های اسلامی و از دیدگاه انسان‌شناسی، انسان موجودی مسئول آفریده شده و طبق آیه ۷۲ سوره احزاب، مسئولیت حمل امانت الهی را پذیرفته است. بر اساس شریعت اسلام، دولت اسلامی باید نسبت به اشاعه فرهنگ اسلامی و مقابله با فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌های ناسازگار با آن در جامعه اسلامی احساس مسئولیت و اقدام کند (پور اکبریان، ۱۳۹۴).

رد پای عملی مسئولیت‌پذیری در برابر کلیت نظام فرهنگی را می‌توان با مفاهیمی چون وقف، نذر، امر به معروف و نهی از منکر، خمس و زکات، در آموزه‌های دینی، یافت که با احادیثی چون «كُلُّكُمْ رَاعٍ وَ كُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ» (محمدی ری شهری، ۱۳۸۹، حدیث ۸۲۳۰) قوام می‌یابد. مبانی پشتیبان این مفهوم در اسناد بالادستی حاکم مانند قانون اساسی، سند نقشه مهندسی فرهنگی، سند الگوی پیشرفت ایرانی اسلامی و... قابل اقتباس است. در کشور ما، این مسئولیت با توجه به ماهیت فرهنگی، انقلابی و جهادی انقلاب و ساختارهای اداری برآمده از آن دارای ضرورت مضاعف، بویژه در امر رفع استضعاف و فقر فرهنگی، است. بر این موضوع در اصول دوم، سوم، چهارم و بیستم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و رهنمودهای حضرت امام (ره) و مقام معظم رهبری در باره سعادت فرد و اجتماع، بویژه در پاسخ به هجوم فرهنگی دشمنان انقلاب اسلامی، تاکید شده است. در همین ارتباط، اصول چهارده گانه و راهبردهای کلان هشتم و دوازدهم در نقشه مهندسی فرهنگی کشور، مبنی بر هماهنگ سازی نظامات اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی کشور با الزامات این نقشه، حائز اهمیت است.

با الهام از آموزه‌های غنی اسلام و دیدگاه‌های ناشی از مبانی و اصول حاکم بر اسناد بالادستی نظام اسلامی، می‌توان بر مسئولیت فرهنگی تمامی افراد اعم از موسسات حقیقی و حقوقی فعال در نظام اسلامی، حکم کرد. بر اساس قانون، برخی از نهادهای انقلابی در زمره این موسسات اند که برای آنها ویژگی‌هایی چون انعطاف‌پذیری، پاسخگویی به نیازهای انقلاب، هماهنگی با سیاستها، خط مشی‌ها و برنامه‌های دولت و بهره‌گیری از مشارکت گسترده افراد متعهد و پرشور انقلابی در تحقق اهداف و مقاصد انقلاب برشمرده شده است (حقیقی و مخملی، ۱۳۹۹).

علیزاده و همکاران (۱۴۰۲) در «مدل اسلامی ایرانی پیشرفت»، بعد فرهنگی پیشرفت را شامل سه مولفه «ترویج فرهنگ اسلامی»، «ترویج فرهنگ احترام» و «ترویج فرهنگ خانواده اسلامی» دانسته‌اند. بدیهی است احترام سازمان‌ها به فرهنگ مادی و معنوی جامعه، یکی از مصادیق مهم در «فرهنگ احترام» است. قرباغی (۱۴۰۱) هم مولفه‌های لازم برای نهادهای انقلاب اسلامی را در جهت اجرای خط‌مشی‌های عمومی شامل «برنامه‌ریزی آرمان‌گرایانه»، «رهبری کرامت‌آمیز»، «سازماندهی انقلابی»، «فرهنگ سازمانی جهادی» و «مدیریت متعالی منابع انسانی» دانسته است. پیگیری رسالت و مأموریت‌های انقلابی این نهادها، در ابعاد درون‌سازمانی، مناطق محروم و نیز عرصه‌های ملی و فراملی، مستلزم بحث و گفتگوی موشکافانه است.

### پیشینه نظری

مفهوم مسئولیت فرهنگی، در دو دهه اخیر دستمایه‌ی پژوهش‌های برخی از صاحب‌نظران در حوزه علوم اجتماعی و مدیریت قرار گرفته است. تعریف، تعیین ابعاد، زمینه‌های بروز و پیامدهای مسئولیت‌های فرهنگی محورهای اصلی این پژوهش‌هاست. اشتریان و خالقی‌پور (۱۳۹۷)، در «طراحی الگوی مسئولیت فرهنگی شرکت‌ها در سیاست‌گذاری شهری»، دریافته‌اند که بر اساس تعریف محدود از فرهنگ، مسئولیت فرهنگی از طریق حمایت از انتشار خدمات و محصولات فرهنگی صورت می‌پذیرد. در تعریف وسیع از فرهنگ، مسئولیت فرهنگی از طریق احترام و بازشناسی روش زندگی طرفین، فعالیت‌های اقتصادی، گسترش روابط میان فرهنگی و ارتقای گفتگوی بین‌المللی فراهم می‌شود. ناظمی اردکانی (۱۳۸۶)، در پژوهشی با عنوان «تجربه مدیریت نهادهای انقلاب اسلامی به عنوان سازمان‌های نوین، الگویی برای مهندسی فرهنگی»، در باره ماهیت نهادی سازمان‌ها سخن گفته است. طبق یافته‌های این تحقیق، نهاد سازمانی ارگانیک است که مهندسی فرهنگی آن با فرهنگ و ارزش‌های جامعه سازگار است از این رو سازمان‌ها می‌توانند پاسخگوی نیازهای محیط پیرامونی خود باشند. فلسفه وجودی نهادهای برخاسته از انقلاب را باید از دل ویژگی‌ها و مقتضیات زمانی و از جوهر آرمان‌ها و رسالت انقلاب اسلامی دریافت. بنابراین توصیه‌های این پژوهش برای حفظ

پویایی نهادهای انقلاب اسلامی، لازم است تا نهادها فلسفه وجودی خود در گذشته، حال و آینده را تبیین و به جامعه علمی و مدیریتی کشور ارائه کنند.

ستوده فر (۱۳۹۸) زرودی (۱۳۹۷) جباردخت (۱۳۹۷) هاشمی (۱۳۹۵) دهقانی (۱۳۹۳) بی‌نیاز (۱۳۹۲) پورصالحی (۱۳۹۰) هم در قالب مفهوم پیوست فرهنگی، ضرورت مسئولیت‌پذیری فرهنگی سازمان‌ها و پیشگیری از پیامدهای منفی در اجرای طرح‌های اقتصادی، علمی و ارتباطی را گوشزد کرده‌اند.

هامنا و بدی (۲۰۲۲)، در «مسئولیت فرهنگی شرکت‌ها به منزله برندسازی شرکتی در اوکراین»، تاکید کرده‌اند که شکل‌گیری استراتژی‌های تجاری، بازاریابی شرکت‌ها، تقویت برند شرکت و حفظ و رواج فرهنگ اوکراینی در جهان، با توجه به جنگ روسیه و اوکراین، ضرورت دارد. بیرچل<sup>۱</sup> (۲۰۲۱)، در «مسئولیت فرهنگی شرکت»، مسئولیت‌های فرهنگی در سه شرکت را به روش کارت اعتباری متوازن بررسی کرده است. به اعتقاد او، تعهد شرکت با ابتکارات فرهنگی، منطبق با چشم‌انداز شرکت، ثبات و اعتبار را برای همه ذی‌نفعان فراهم می‌کند و مزایای ارتباطی و اجتماعی را برای پروژه و شرکت حامی مالی و نیز برای محیط اجتماعی - اقتصادی به همراه دارد. شواپتر<sup>۲</sup> (۲۰۲۰)، در «مسئولیت فرهنگی؛ مأموریت واقعی یا غیرواقعی»، به این نتیجه دست یافته است که مسئولیت فرهنگی باید جنبه غیررسمی و فردی داشته باشد. این امر مشارکت کم‌وبیش داوطلبانه شرکت‌ها را نفی نمی‌کند.

به گفته مارتینو و اسکارسلا (۲۰۱۸)، در «مسئولیت فرهنگی شرکت و ارزش مشترک در بخش بانکی؛ یک مطالعه اکتشافی در ایتالیا»، معتقد است که حمایت از فرهنگ و هنر، در نزد بانک‌های مطالعه شده، نه فقط یک تاکتیک، بلکه یک برنامه درازمدت استراتژیک برای نوآوری در کسب‌وکار و حمایت از هویت و شهرت شرکت محسوب می‌شود. گوبیتا<sup>۳</sup> (۲۰۱۸) نیز، در «مسئولیت فرهنگی شرکت‌ها: اقدامات مربوط به میراث فرهنگی»، بر لزوم حمایت شرکت‌ها از بخش فرهنگ با توجه به بحران اقتصادی و ضعف تخصیص بودجه دولتی به بخش‌های فرهنگی؛ و نیز مزیت‌های اقتصادی ناشی از این حمایت برای شرکت‌ها صحه گذاشته است.

1. Birschel  
2. Schweitzer  
3. Gubitta

کواجیچ (۲۰۱۵)، در «تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر ارتباطات فرهنگی پایدار»، معتقد است سرمایه‌گذاری در فرهنگ با توجه به سختی اندازه‌گیری تأثیرات امری دشوار است. او به تفاوت نگاه‌های اروپایی و آمریکایی به مقوله مسئولیت فرهنگی اشاره و موضوع پایداری فرهنگی را به مقوله مسئولیت فرهنگی پیوند می‌زند. ماثون و لیندگرین (۲۰۱۵)، در «فراخوانی کودک پشت‌صحنه؛ در باره مسئولیت فرهنگی» معتقدند که مقوله فرهنگ در حوزه مسئولیت فرهنگی شرکت‌ها ناشناخته مانده و شرکت‌ها در قبال موضوعات فرهنگی یکی از سه موضع «تخریب فرهنگی»، «بی‌تفاوتی فرهنگی»<sup>۲</sup> و «مهارت فرهنگی»<sup>۳</sup> را در پیش گرفته‌اند.

سالوان (۲۰۱۳)، در «مسئولیت فرهنگی؛ گام‌های کوچک برای احیای انسان‌شناسی در رفتار اقتصادی»، به موضوع توجه به ملاحظات انسانی در رفتارهای اقتصادی و به لزوم مسئولیت فرهنگی از دیدگاه انسجام اجتماعی و گفتگوی فرهنگی پرداخته است. کهل<sup>۴</sup> (۲۰۰۷)، در «مسئولیت فرهنگی شرکت‌ها»، با تشریح تعهد فرهنگی شرکت‌های اتریشی بر این نظر است که مسئولیت شرکت‌ها به معنی ارائه نقش تکمیلی از فرهنگ است و نه اینکه جایگزین حمایت عمومی شود. پیچ<sup>۵</sup> (۲۰۱۷)، گراوس و همکاران<sup>۶</sup> (۲۰۱۵)، کنزی و همکاران<sup>۷</sup> (۲۰۱۸)، رانانگا<sup>۸</sup> (۲۰۱۹)، ناکامورا<sup>۹</sup> (۲۰۱۲)، کلمبو<sup>۱۰</sup> (۲۰۱۶)، ساگنیا (۲۰۰۴) هم به اهمیت ارزیابی تأثیرات فرهنگی طرح‌ها و مداخلات توسعه‌ای و پیشگیری از اثرات تخریبی آنها، در راستای مسئولیت‌پذیری فرهنگی شرکت‌ها پرداخته‌اند.

اگر چه پژوهش‌های یاد شده، در مجموع، مقدمه‌ای کلی از مفهوم مسئولیت فرهنگی سازمانی را بدست می‌دهند، اما با این وجود، توسعه مفهومی و بررسی ابعاد گوناگون این مفهوم ضروری بنظر می‌رسد. این امر با توجه به کم بودن پژوهش‌های داخلی، نیازمند بررسی‌های بیشتر با توجه به ضرورت تحقق الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت است.

1. Cultural destructiveness
2. Cultural carelessness
3. Cultural prowess
4. Kohl
5. Page
6. Graves et al
7. Keinzi
8. Runanga
9. Nakamura
10. Colombo



## روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر یک روش آمیخته با رویکرد داده‌بنیاد<sup>۱</sup> است که به دنبال چرایی، درک و توضیح مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی است. جامعه آماری در بخش کیفی پژوهش شامل صاحب‌نظران و نخبگان حوزه‌های مدیریت و علوم اجتماعی در دانشگاه‌ها، صاحب‌نظران شاغل (مدیران و کارشناسان) در بنیاد مستضعفان و نیز سازمان‌های ذی‌نفع و همکار در ارائه خدمات اجتماعی (کمیته امداد امام خمینی (ره) و ستاد اجرایی فرمان امام (ره) و بنیاد شهید انقلاب اسلامی) است. ۱۷ نفر از این جامعه آماری به‌عنوان مشارکت‌کنندگان در پژوهش، به شیوه گلوله برفی، بصورت فزاینده و بر اساس معرفی توسط مصاحبه‌شوندگان (شیوه غیر احتمالی)، برگزیده شدند و تعداد مصاحبه‌ها تا مرحله اشباع نظری داده‌ها ادامه یافت. داده‌ها، حول اهداف و پرسش‌های پژوهش و از طریق مصاحبه نیمه ساختار یافته با مصاحبه‌شوندگان جمع‌آوری شد. سپس، داده‌های هر یک از ۱۷ مصاحبه، جهت کدگذاری بعدی به تعدادی مفهوم شکسته شدند و در قالب جداول جداگانه، از P1 تا P17، دسته‌بندی گردیدند. متعاقباً، بر اساس رهیافت نظام‌مند اشتراوس و کوربین<sup>۲</sup>، محتوای حاصله در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی دسته‌بندی شد. بر این اساس، ۳۶۰ مفهوم در ذیل ۴۴ مقوله طبقه‌بندی گردید و مقوله‌ها نیز در قالب شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها به صورت الگوی نهایی سامان یافت. برای سنجش پایایی از روش بازآزمون و برای سنجش روایی هم از روش مرور نتایج توسط کارشناسان استفاده گردید. در ادامه نمونه‌ای از روند استخراج نکات کلیدی و صورت‌بخشی به مقوله‌ها آورده شده است (جدول شماره ۱، ۲ و ۳)

1. Grounded Theory  
2. Strauss & Corbin

جدول شماره ۱. نمونه گویه های برگرفته از مصاحبه E و مفاهیم منسوب به آن طبق کدگذاری باز

ردیف	نکات کلیدی	کد گذاری باز (مفهوم)
۱	بنیاد نخستین نهادی است که پس از انقلاب اسلامی بوجود آمده است و از این رو مسئولیتهای خاصی در ارتباط با فرهنگ ناشی از آن دارد	خاستگاه انقلابی بنیاد مستضعفان
۲	کسب و کار گسترده و وجود شرکتهای بزرگ در بنیاد، به این نهاد توان مالی قابل توجهی برای مسئولیت پذیری می دهد	بنیه و توان مالی
۳	فرهنگ سازمانی قوی در بنیاد می تواند این سازمان را با تحولات شتابزای اقتصادی و اجتماعی هماهنگ و همراه کند	انطباق پذیری بیرونی

جدول شماره ۲. نمونه شکل گیری مفاهیم در مصاحبه B

ردیف	کدهای باز (مفاهیم)	نشانهگر کدها
۱	تقویت تعاملات فرهنگی	PB2, PB11, PB23, PB46
۲	افزایش سرمایه اجتماعی	PB9, PB21, PB38
۳	توجه به اخلاق کسب و کار	PB12, PB18, PB32, PB41

جدول شماره ۳. نمونه گروه بندی مفاهیم و تعیین مقوله های مربوط (کدگذاری محوری)

ردیف	مفاهیم (کدهای باز)	مقوله ها (کدهای محوری)
۱	استقلال مالی از دولت، بنیه مالی توانمند، اختصاص ردیفهای بودجه ای به فعالیتهای اجتماعی و فرهنگی، اختصاص سهمی از سود سالیانه به طرح های رسالت اجتماعی، فعالیت و درآمدزایی واحدهای اداری، تولیدی و خدماتی	شرایط مالی - اقتصادی
۲	بهبود کارایی سازمانی، بهبود اثربخشی سازمانی، بهبود کیفیت محصولات و خدمات، افزایش مشتریان، فروش بیشتر محصولات و خدمات، افزایش درآمد و سود عملیاتی، عرضه خدمات اجتماعی و فرهنگی بصورت شایسته، ارتقاء مزیت رقابتی	عملکرد مطلوب سازمانی

در مرحله پایانی از بخش کیفی پژوهش که کدگذاری گزینشی و فرایند یکپارچه‌سازی و بهبود مقوله‌هاست، روابط بین این مقوله‌ها در قالب یک روایت منسجم ترسیم گردید. سپس موارد نیازمند بهبود اصلاح شد، و بر اساس مدل پارادایمی، الگوی نهایی شکل گرفت. بدین ترتیب «شرایط علی» و خاستگاه‌های مسئولیت فرهنگی بنیاد مشخص شد و «شرایط زمینه‌ای» خاص و نیز «شرایط مداخله‌گر» عام که نقش تسهیل‌گر و یا محدودکننده، در انجام راهبردها هستند، معین گردید. شناسایی «راهبردهای لازم» و «پیامدها» از دیگر اقدامات انجام شده، در امر شکل‌گیری و روایتگری نظریه مسئولیت‌های فرهنگی بنیاد مستضعفان، است.

در بخش کمی (پیمایشی)، الگوی مفهومی مسئولیت فرهنگی بنیاد اعتبارسنجی شد. در این بخش، نظرات نمونه آماری (به تعداد ۱۳۲ نفر) در باره الگو، با استفاده از نرم افزار «بسته آماری برای علوم اجتماعی»<sup>۱</sup> موسوم به Spss و نرم افزار تکمیلی آن موسوم به Amos تحلیل گردید. این نمونه شامل ۶۶ مدیر میانی ستاد مرکزی بنیاد (بصورت تمام‌شمار) و به همین میزان از مدیران میانی سازمان‌های هم‌رده و ذی‌نفع می‌گردد. به منظور گردآوری داده‌ها، از پرسش‌نامه محقق ساخته، مبتنی بر مقوله‌های الگوی مسئولیت فرهنگی بنیاد، استفاده گردید. روایی پرسش‌نامه با روش بررسی اعتبار صوری و محتوایی حاصل و پایایی هم در یک نمونه ۳۰ نفره از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ<sup>۲</sup>، بدست آمد. ضریب آلفای کرونباخ، بالاتر از ۰/۷، گواه پایایی ابزار جمع‌آوری داده‌هاست (جدول شماره ۴)

جدول شماره ۴. ضریب آلفای کرونباخ متغیرها

متغیرها	شاخص	مقدار آلفای کرونباخ
متغیرهای مستقل	عوامل علی	۰/۸۴
	عوامل زمینه‌ای	۰/۷۸
	عوامل مداخله‌گر	۰/۸۱
متغیر وابسته	مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان (پدیده محوری)	۰/۷۵
	راهبردها	۰/۷۶
	پیامدها	۰/۸۲

1. Sciences Statistic Package for the Social
2. Kronbakh Alfa

به منظور اعتبارسنجی الگوی مفهومی مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان، از مدل معادلات ساختاری<sup>۱</sup> استفاده گردید تا از طریق تحلیل عاملی، روابط میان متغیرهای پنهان و مشاهده‌پذیر ترسیم شود. با عاملی، در رابطه میان متغیرهای پنهان و مشاهده‌پذیر، نشانگر کیفیت رابطه بین عوامل یاد شده است. برای رسم الگوی نهایی، از رویکرد یک‌مرحله‌ای استفاده گردید.

### یافته‌ها

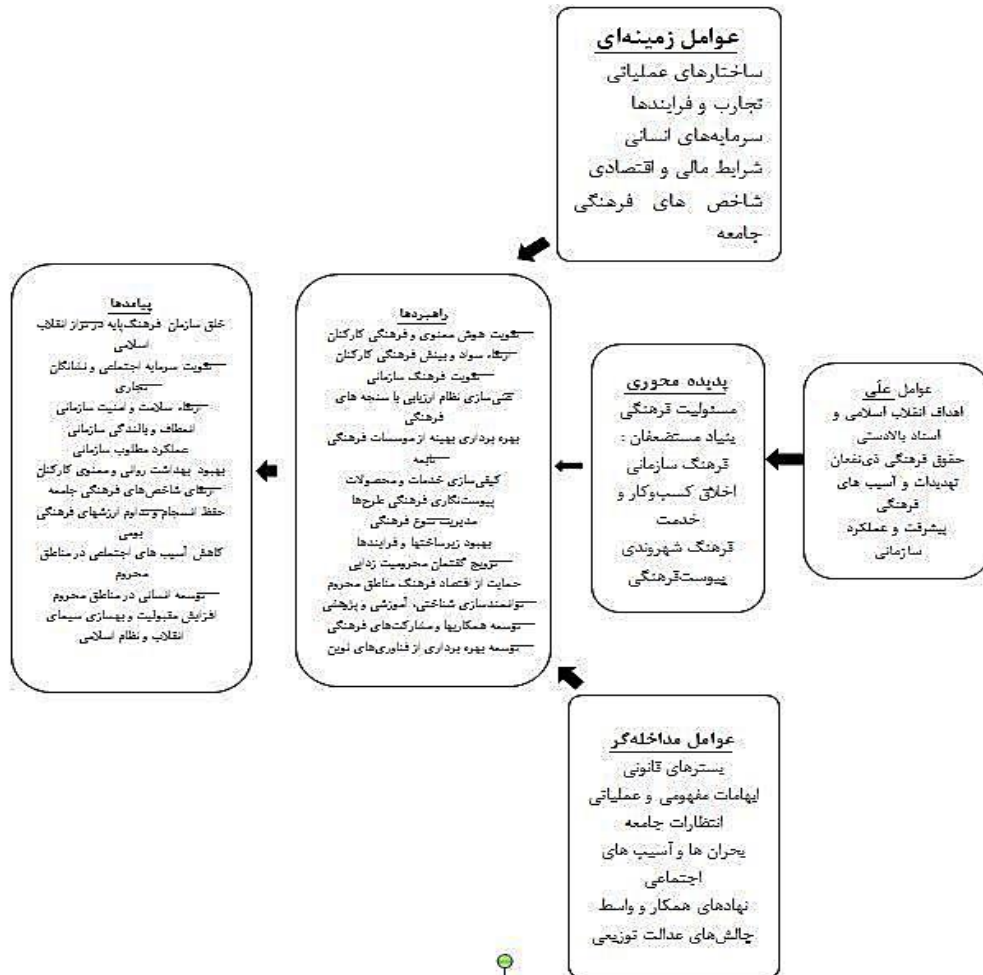
یافته‌های پژوهش حاضر، بر اساس تحلیل اسنادی و تحلیل پرسش‌نامه‌ها سامان یافته است. در این پژوهش، با هدف شناخت جایگاه فرهنگ در بنیاد و اهداف و نیات بنیانگذاران انقلاب اسلامی در تاسیس بنیاد مستضعفان، روش تحلیل اسنادی نیز بکار گرفته شد تا در تحلیل‌های نهایی بکارگیری شود. در این مرحله، با توجه به مهم‌ترین اسناد بالادستی، برنامه‌ها، احکام و سایر اسناد منتشره، انتظارات و وضعیت کنونی جایگاه فرهنگ در این نهاد بررسی شد. (جدول شماره ۵)

جدول شماره ۵. محورهای تحلیل اسناد بالادستی بنیاد مستضعفان

توضیحات	محورهای بررسی
برگرفته از سخنرانی‌های رهبران انقلاب اسلامی	بیانات و انتظارات حضرت امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری در باره رسیدگی به امور مستضعفان
اساسنامه مصوب ۱۳۷۹ اصلاحی سال‌های ۱۳۸۳، ۱۳۸۴ و ۱۳۸۵	اساسنامه بنیاد
احکام انتصاب در هفت دوره اخیر	بررسی احکام انتصاب روسای بنیاد در دوره‌های مختلف
منتشره توسط معاونت امور توسعه و فناوری - ۱۳۹۳	کتاب «الگوی توسعه در بنیاد: از ایده تا بازگشت سرمایه»
شامل هفت برنامه سه‌ساله	برنامه‌های میان‌مدت بنیاد
حاوی مجموعه‌ای از اسناد بالادستی فرهنگی بنیاد	منشور فرهنگی بنیاد
برنامه‌های عملیاتی سالانه	برنامه‌های فرهنگی جاری بنیاد

یافته‌های حاصل از تحلیل اسنادی، حاکی از الزام اسناد یاد شده در خصوص مسئولیت بنیاد مستضعفان نسبت به موضوعات فرهنگی است. تحلیل‌های اسنادی نشانگر آن است که در بیانات رهبران انقلاب اسلامی و احکام انتصاب صادره روسای بنیاد، توجه به ابعاد فرهنگی در رسیدگی به امور محرومین اشارات صریح تری دارد. این در حالی است که در برنامه‌های میان‌مدت، تأکیدات بر فرهنگ سازمانی تمرکز بیشتری یافته است. برنامه‌های فرهنگی جاری نیز بر حوزه مناسبت‌های تقویمی استوار گردیده و به سایر ارکان و مؤلفه‌های مسئولیت فرهنگی نظیر «پیوست فرهنگی» و «فرهنگ شهروندی» و «اخلاق کسب و کار و خدمت» توجه کافی نشده است.

بخش اصلی یافته‌های پژوهش حاضر، حاصل کدگذاری داده‌های مصاحبه‌ها، دسته‌بندی و مقوله‌بندی آنهاست که نهایتاً به استخراج الگو و نظریه مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان منتهی گردید. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که الگوی یاد شده، با چهار مقوله شامل «فرهنگ سازمانی»، «اخلاق کسب و کار و خدمت»، «فرهنگ شهروندی» و «پیوست فرهنگی» قوام می‌یابد. عوامل علی (شامل ۴ مقوله)، عوامل زمینه‌ای (شامل ۵ مقوله)، عوامل مداخله‌گر (شامل ۶ مقوله)، راهبردها (شامل ۱۴ مقوله) و پیامدها (شامل ۱۱ مقوله) نیز از دیگر اجزای این الگو می‌باشند. با توجه به موارد فوق‌الذکر، نمای کلی الگوی مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان، بر اساس یافته‌های پژوهش، به شرح زیر است. (شکل شماره یک)



شکل ۱. الگوی مفهومی مسئولیت‌های فرهنگی بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی

تحلیل داده های آماری و بار عاملی حاصله، نشانگر وجود رابطه قوی در رابطه میان متغیرهای پنهان و مشاهده‌پذیر در پژوهش است. در بخش اندازه‌گیری بار عاملی - چنان که از الگو برمی آید - بیشتر معرف‌های متغیرهای پنهان به طور نسبتاً مناسب روی آن‌ها بار شده‌اند. بخش ساختاری الگو نیز حاکی از آن است که غالب مسیرهای مستقیم و غیرمستقیم الگو تأیید شده است. جدول زیر بیانگر نگاه پاسخگویان به مقوله محوری در مسئولیت فرهنگی بنیاد است (جدول شماره ۶)

جدول شماره ۶. مقایسه نظرات پاسخگویان در مورد مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان

مقوله های مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان	پاسخگویان	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	آزمون تی	سطح معنی داری
فرهنگ سازمانی	بنیاد	۵۰	۷,۰۴	۱,۸۵۱۲	۲,۹	۰,۷۷۳
	غیربنیاد	۴۶	۷,۱۳۰۴	۱,۰۶۶۸۵		
اخلاق کسب و کار و خدمت	بنیاد	۵۰	۶,۸۶	۱,۶۴۱۴۳	۱,۸۷۸	۰,۰۶۴
	غیربنیاد	۴۶	۶,۳۴۷۸	۰,۹۷۱۰۸		
پیوست فرهنگی	بنیاد	۵۰	۶,۸۲	۲,۰۲۷۲۶	۰,۳۲۹	۰,۷۴۳
	غیربنیاد	۴۶	۶,۷۱۷۴	۰,۸۳۴۳۵		
فرهنگ شهروندی	بنیاد	۵۰	۷,۲۶	۱,۳۸۲۲۵	۰,۶۳۳	۰,۵۲۸
	غیربنیاد	۴۶	۷,۰۸۷	۱,۲۹۶۶		

نتایج آزمون تی تست<sup>۱</sup> نشانگر آن است که بین نظرات دو گروه پاسخگو در هر چهار مقوله مسئولیت فرهنگی بنیاد تفاوت معنی داری وجود ندارد. این بدان معنی است که مولفه‌های مقوله محوری مورد تایید هر دو گروه - با درجه مقبولیت متفاوت - قرار دارد. بنابر یافته‌ها، تمامی متغیرهای تحقیق دارای اثر مثبت بر روی مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان بوده‌اند. عوامل علی دارای بیشترین تأثیر (۰,۵۵۳) و عوامل زمینه‌ای دارای کمترین تأثیر (۰,۳۷۰) است. همچنین عوامل مداخله گر با ۰/۴۸۰ و راهبردها با ۰/۵۱۰ بر مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان تأثیر گذارند. جدول زیر رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته را نشان می دهد (جدول شماره ۷)

1. T.test

جدول شماره ۷. رابطه بین عوامل علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر و راهبردها و مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان

مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان (متغیر وابسته)		متغیرهای مستقل
۰.۳۷۳	همبستگی پیرسون	عوامل علی
۰/۰۰۰	سطح معنی داری	
۹۶	فراوانی	
۰/۵۶۵	همبستگی پیرسون	عوامل زمینه‌ای
۰/۰۰۰	سطح معنی داری	
۹۶	فراوانی	
۰/۲۲۷	همبستگی پیرسون	عوامل مداخله‌گر
۰.۰۲۶	سطح معنی داری	
۹۶	فراوانی	
۰/۴۳۷	همبستگی پیرسون	راهبردها
۰/۰۰۰	سطح معنی داری	
۹۶	فراوانی	

بررسی فرضیه اصلی تحقیق و نتایج ضریب همبستگی پیرسون<sup>۱</sup> در خصوص رابطه متغیرهای مستقل علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر و راهبردها از یکسو، و متغیر وابسته مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان از سوی دیگر، نشان می‌دهد که بین دو دسته عوامل یاد شده، رابطه معنی‌داری وجود دارد. جهت این رابطه نیز مثبت بوده و نشان می‌دهد که هر چهار عامل بر مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان موثرند. برای بررسی روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته و نیز رابطه بین متغیرهای پنهان و مشاهده‌پذیر، در قالب نرم‌افزار اموس و به روش معادلات ساختاری الگوسازی شد و بارهای عاملی هر یک که نشانگر میزان اعتبار الگوی مفهومی است، حاصل گردید (جدول شماره

(۸)

1. Pierson



جدول شماره ۸ تحلیل عاملی متغیر مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان

معنی داری	بار عاملی	عامل (متغیر)	سوالات
۰,۰۰۰	۰,۷۸	فرهنگ سازمانی	← ۱
۰,۰۰۰	۰,۷۶		← ۲
۰,۰۰۰	۰,۸۱	اخلاق کسب و کار و خدمت	← ۳
۰,۰۰۰	۰,۶۶		← ۴
۰,۰۰۰	۰,۷۴	پیوست فرهنگی	← ۵
۰,۰۰۰	۰,۷۰		← ۶
۰,۰۰۰	۰,۶۸	فرهنگ شهروندی	← ۷
۰,۰۰۰	۰,۶۴		← ۸

در جدول فوق، بار عاملی بین متغیرهای پنهان و مشاهده‌پذیر در مقوله محوری الگو بزرگ‌تر از ۰,۶۰ است که حاکی از مطلوبیت بالای این رابطه است.

مقایسه نظرات پاسخگویان داخل و خارج بنیاد مستضعفان در مورد عوامل علی مسئولیت فرهنگی نشان می‌دهد که بین نظرات دو گروه پاسخگویان تفاوت معنی‌داری وجود ندارد و هر دو گروه به میزان مشابهی به تأثیر عوامل علی در مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان اشاره کرده‌اند. با این وجود نتایج حاصل از آزمون الگو در بنیاد مستضعفان نشانگر تأثیر معنی‌دار هر یک از ابعاد آن بر مسئولیت فرهنگی این نهاد است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که عامل «پیشرفت و عملکرد سازمانی» فاصله معنی‌داری با سایر عوامل دارد و با اهمیت‌تر از سایر موارد ارزیابی شده است.

مقایسه نظرات پاسخگویان داخل و خارج از بنیاد مستضعفان، در مورد ارکان مسئولیت فرهنگی، نشان می‌دهد که بین نظرات دو گروه پاسخگو، در هر چهار مقوله مسئولیت فرهنگی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد و هر دو گروه به میزان مشابهی به تأثیر مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان اشاره کرده‌اند.

مقایسه نظرات دو نمونه آماری داخل و خارج از بنیاد مستضعفان، در مورد عوامل زمینه‌ای مسئولیت فرهنگی نشان می‌دهد که بین نظرات دو گروه پاسخگو تفاوت معنی‌داری وجود ندارد و

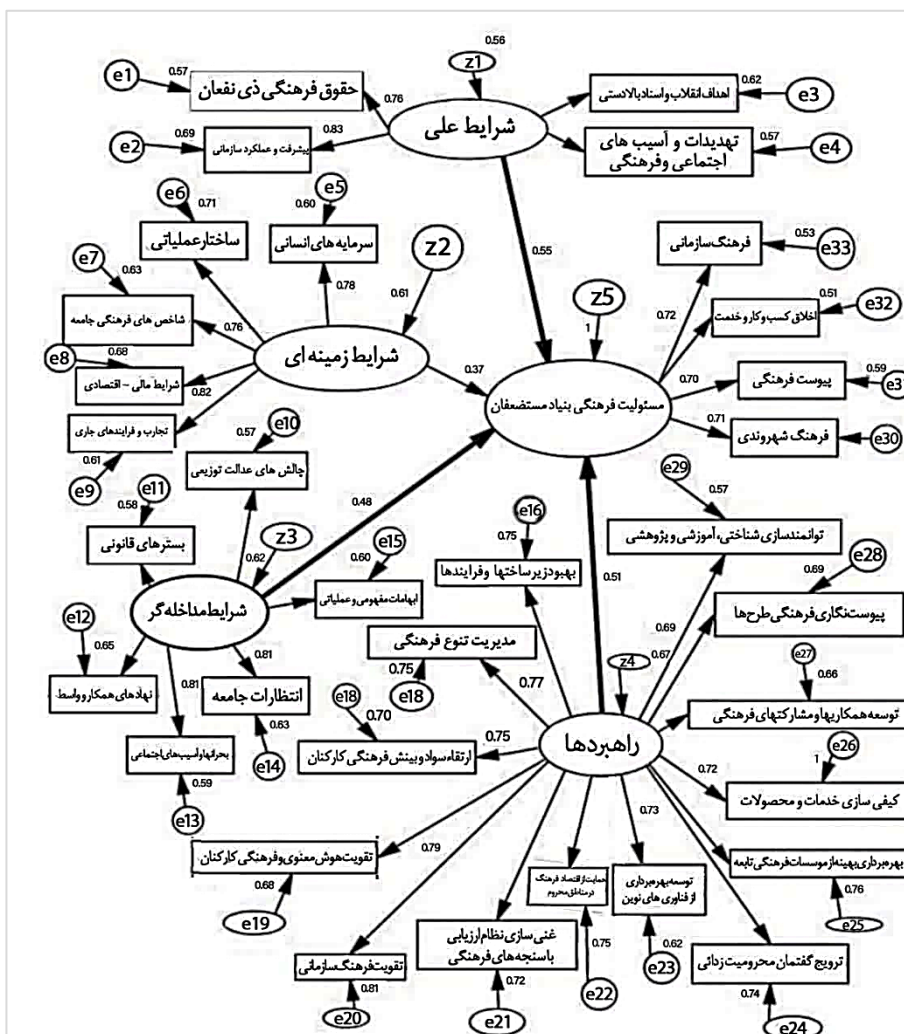
هر دو گروه تأثیر عوامل زمینه‌ای در این مسئولیت را مشابه دانسته‌اند. البته، در مورد شرایط زمینه‌ساز برای اجرای راهبردها، دو عامل «سرمایه‌های انسانی» و «ساختارهای عملیاتی» فاصله معنی‌داری با سایر عوامل دارند.

در مورد شرایط مداخله‌گر در اجرای راهبردهای بنیاد برای انجام مسئولیت‌پذیری فرهنگی، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که دو عامل «انتظارات جامعه» و «بحران‌ها و آسیب‌های اجتماعی» فاصله معنی‌داری با سایر عوامل دارند و دارای ارتباط نزدیک‌تری با انجام مسئولیت‌های فرهنگی تشخیص داده شده‌اند.

مقایسه نظرات دو نمونه آماری، در مورد چهار عامل از عوامل مداخله‌گر مسئولیت فرهنگی هم نشان می‌دهد که بین نظرات دو گروه پاسخگو، تفاوت معنی‌داری وجود ندارد و هر دو گروه به میزان مشابهی به تأثیر این عوامل در مسئولیت فرهنگی اشاره کرده‌اند. ولی در مورد دو مقوله «بحران‌ها و آسیب‌های اجتماعی» و «چالش‌های عدالت توزیعی»، پاسخگویان بیرون از بنیاد بیش از پاسخگویان و مدیران بنیاد به نقش این دو عامل در مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان اشاره داشته‌اند.

در مورد راهبردها نیز، بر پایه یافته‌های پژوهش، مؤثرترین راهبردهای مؤثر بر مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان از نظر پاسخگویان، راهبرد «بهبود زیرساخت‌ها و فرایندها» است که فاصله معنی‌داری نسبت به سایر موارد دارد. پس از آن، راهبردهای «توسعه بهره‌برداری از فناوری‌های نوین»، «تقویت هوش معنوی و فرهنگی کارکنان» و «پیوست‌نگاری فرهنگی طرح‌ها»، دارای بیشترین اهمیت‌اند. اهم زیرساخت‌های یاد شده شامل مواردی چون زیرساخت‌های قانونی، اداری، نیروی انسانی، مالی و اعتباری است.

مدل معادلات ساختاری مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان بیانگر ارتباط هم‌زمان گویه‌های شکل دهنده در متغیرهای اصلی است. بر این اساس، الگوی مفهومی حاصله در بخش کیفی پژوهش، به لحاظ کمی، در بنیاد اعتبارسنجی شده است (شکل شماره ۲)



نمودار شماره ۲. الگوی مسئولیت فرهنگی سازمانی بنیاد مستضعفان

## نتیجه‌گیری و پیشنهادها

پیش فرض اساسی برای الگوسازی مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان در این پژوهش، بر امکان تمایز دو مفهوم اجتماع و فرهنگ - با اذعان به قرابت و تعامل آنها - قرار دارد. این امر علاوه بر اینکه بر تقویت مفهوم مسئولیت فرهنگی یاری می‌رساند، مفهوم وسیع «سازمان» را جایگزین واژه

محدود «شرکت» - در مقوله پیشین «مسئولیت فرهنگی شرکتی» - می‌کند. بدین ترتیب تعمیم‌پذیری نظریه مسئولیت فرهنگی سازمانی برای تعهدات سازمان‌ها، از یک‌سو، و تحلیل و جهت‌دهی رفتارهای فرهنگی آنها، از سوی دیگر، بهبود می‌یابد. مطالعه حاضر بر خلاف پژوهش‌های خالقی‌فر و اشتریان (۱۳۹۷)، کهل (۲۰۰۰) و مارتینو و اسکارسلا (۲۰۱۸) که متاثر از مناسبات نظام سرمایه‌داری، شرکت‌ها را، به عنوان یک بنگاه اقتصادی، مخاطب مسئولیت فرهنگی محسوب کرده‌اند، سازمان را، در حیطه وسیعتر، به عنوان مخاطب و مقیاس تحلیل قرار داده است. استخراج مفاهیم و مؤلفه‌های فرهنگی و اعتبارسنجی الگوی مسئولیت فرهنگی بنیاد، پیش از هر چیز، نشان می‌دهد که توجه به حوزه فرهنگ در فرایند توسعه، در قالب الگوی مسئولیت فرهنگی، امری شدنی، قابل فهم و ضروری است. اشتریان و خالقی‌فر (۱۳۹۷)، پیش از این، به یک الگوی مفهومی از طریق تحلیل اسنادی دست یافته‌اند و بیرجل (۲۰۲۱) نیز از طریق کارت امتیازی متوازن، مسئولیت‌پذیری فرهنگی سه شرکت را با یکدیگر مقایسه کرده است. این در حالی است که الگوی حاضر، پس از استخراج در بنیاد مستضعفان، اعتبارسنجی نیز شده است. سایر پژوهش‌ها نیز، اساساً، به طراحی الگو ورود نکرده و صرفاً به اهمیت موضوع و بیان برخی راهبردها و پیامدها پرداخته‌اند.

الگوی مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان، با توجه به مفاهیم و مقوله‌ها، در رشته فعالیت‌های مختلف بنیاد، تجمع‌کننده ابعاد شکلی و محتوایی است. در ابعاد محتوایی، این الگو قابل استفاده در حوزه‌های مختلف فعالیت بنیاد اعم از صنعت، کشاورزی، خدمات حمایتی و محرومیت‌زدایی و... است. این نتیجه بر خلاف پژوهش‌های کهل (۲۰۰۷)، سالوان (۲۰۱۳)، کواجیچ (۲۰۱۵) و گویتا (۲۰۱۸) است که صرفاً به بررسی مسئولیت‌های حوزه‌های اقتصادی در قبال حوزه فرهنگ اکتفا کرده‌اند. این الگو همچنین در ابعاد شکلی این مسئولیت را در سازمان‌ها بصورت ذاتی قلمداد می‌کند. بدین ترتیب، مقوله‌هایی چون اخلاق کسب و کار، ارزیابی تأثیرات فرهنگی، پیوست فرهنگی در این مفهوم مستتر هستند. در حیطه مسئولیت عناصر التزام و پاسخگویی در برابر مطالبات، بر اساس قانون، اخلاق، عرف یا قرارداد به صورت درون‌زا و تقویت‌شده‌ای احساس می‌شود.

در پژوهش‌های پیشین، در بیان عوامل علی این مسئولیت، بیش از هر چیز، به اهداف سودانگاران و موضوعاتی چون تصاحب بازار (عسف و سالوماری، ۲۰۲۳)، دسترسی بهتر به مشتریان (کوگیل ۲۰۱۵)، برخورداری از امتیازات و تخفیف‌های مالیاتی، شهرت و افزایش گردش مالی (گویتا، ۲۰۱۸) و افزایش مزیت رقابتی (هنتشل و هارتر، ۲۰۰۲) برمی‌خوریم. اگر چه تحلیل اسنادی بنیاد، به سهم عمده آرمان‌های انقلاب در ضرورت مسئولیت فرهنگی بنیاد صحنه می‌گذارد، اما یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که لزوم ارتقای سطح عملکرد سازمانی، نزد جامعه آماری، دلیل محکم‌تری برای مسئولیت‌پذیری فرهنگی بنیاد تشخیص داده شده است. بر پایه این منطق، انجام مسئولیت فرهنگی بر عملکرد سازمانی و مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده آن نظیر بهره‌وری و سود تاثیر خواهد داشت و از این رو، این مسئولیت‌پذیری فرهنگی ضرورت می‌یابد.

علاوه بر این، الگوی ارائه شده، مسئولیت‌پذیری را به موضوعات فرهنگی درون‌سازمانی اعم از کارکنان، مشتریان، سهام‌داران، تأمین‌کنندگان و حتی فرایندهای اجرایی تعمیم داده و مسئولیت‌های فرهنگی برون‌تشکیلاتی را نیز پوشش داده است. به نظر می‌رسد که این امر، گامی مهم در جهت پرداختن به یک حوزه مغفول در بنیاد، مبنی بر رسیدگی به استضعاف فرهنگی جامعه هدف در امر خدمات‌رسانی بشمار می‌آید.

از نکات قابل توجه در پژوهش حاضر می‌توان به شباهت نظرات دو نمونه آماری (مدیران بنیاد مستضعفان از یک سو و مدیران در سازمان‌های ذی‌نفع همسو) در پاسخگویی به سؤالات پرسش‌نامه اشاره کرد. این شباهت‌ها را می‌توان به بافت نیروی انسانی نسبتاً مشابه، در این دو سازمان‌ها، نسبت داد که قضاوت کم‌وبیش یکسانی را در باره مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان پدید می‌آورد.

توجه بیشتر جامعه آماری نسبت به دو موضوع سرمایه‌های انسانی و ساختارهای عملیاتی، در این پژوهش، لزوم به کارگیری کارکنان معتقد و ماهر و بازآموزی ایشان در ادای مأموریت‌های سازمانی و نیز کارآمد کردن ساختارها، متناسب با مسئولیت‌پذیری فرهنگی، را نشان می‌دهد. ضمن اینکه، قوانین و مقررات جاری بنیاد، علی‌رغم تصریحات مندرج در اسناد بالادستی و احکام صادره رؤسای بنیاد، فاقد ظرفیت‌های کافی برای انجام این مسئولیت‌ها هستند. در این زمینه، بازسازی انقلابی در ساختارهای فرهنگی در کلام رهبری معظم انقلاب اسلامی در دیدار با هیئت

دولت (۱۴۰۰/۶/۶)، می‌تواند در حوزه‌های سازمانی، به‌ویژه سازمان‌های عمومی مورد توجه واقع شود

توجه جامعه آماری به انتظارات مردمی از بنیاد بر لزوم توجه افزون‌تر بنیاد به انتظارات عمومی، باهدف افزایش سرمایه اجتماعی، اشاره می‌کند. به نظر می‌رسد آسیب‌ها و تهدیدات آشکار، سریع و فراگیر، ناشی از تهاجم فرهنگی و رسانه‌ای و نیز تغییرات وسیع اجتماعی، به انتظارات جامعه برای بکارگیری تمامی امکانات و قابلیت‌ها، برای مقابله با وضعیت موجود، وسعت بخشیده است. ضمناً تأکید جامعه آماری بر راهبردهایی چون بهبود زیرساخت‌ها و فرایندها، توسعه بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، تقویت هوش معنوی و فرهنگی کارکنان و کاربست پیوست فرهنگی با خلأ راهبردهای یاد شده، در شرایط فعلی این نهاد، تا حدودی همخوانی دارد.

اگر چه یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده آن است که بنیاد نسبت به مسئولیت‌های فرهنگی خود پابندی نسبی دارد؛ اما به «مهارت فرهنگی» - آن‌گونه که مائون و لیندگرین (۲۰۱۰) گفته‌اند - دست نیافته است و ناخواسته ممکن است به تخریب و یا بی‌اعتنایی فرهنگی نیز مبتلا شود. پژوهشگر اعتقاد دارد با وجود تأکیدات فرهنگی در اسناد بالادستی بنیاد، برنامه‌های توسعه و احکام انتصاب رؤسای بنیاد مستضعفان، این بنیاد با وجود اهتمام به فعالیت‌های فرهنگی درون‌سازمانی و برخی فعالیت‌های فرهنگی برون‌سازمانی، راهی طولانی برای عمل به انجام مسئولیت‌های فرهنگی، در عرصه اخلاق کسب‌وکار و خدمت، پیوست فرهنگی، فرهنگ شهروندی و فرهنگ سازمانی، به‌صورت نهادینه، دارد.

مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان دارای دو جنبه بیرونی و درونی است. به عبارت دیگر بر خلاف مقوله مسئولیت اجتماعی که کانون توجه خود را بر بیرون از سازمان گذارده، مسئولیت فرهنگی در هر بستری که فرهنگ بر آن جریان می‌یابد، از جمله داخل سازمان، موضوعیت می‌یابد. بر این اساس، بدنه اصلی و هر یک از شرکت‌های تابعه و اقماری این نهاد، علاوه بر اینکه موظف به ایجاد یک فرهنگ قوی سازمانی اند، لازم است تا همانند یک شهروند به وظایف و تکالیف شهروندی خود که در قوانین بدانها تصریح شده عمل کنند. به همین ترتیب، رعایت اخلاق کسب‌وکار و خدمت در عرصه‌های اقتصادی و ارائه خدمات اجتماعی

و نیز تهیه پیوست فرهنگی، از طریق ارزیابی تأثیرات مثبت و منفی فعالیتهای گوناگون این نهاد بر جامعه، از دیگر تکالیف بنیاد در انجام مسئولیت فرهنگی است.

به همین ترتیب، بنیاد در قبال بهبود زیرساختها و فرایندها، تقویت هوش معنوی و فرهنگی کارکنان، ارتقاء سواد فرهنگی کارکنان، غنی سازی نظام ارزیابی با سنجه های فرهنگی، بهره برداری بهینه از موسسات فرهنگی تابعه، کیفی سازی خدمات در مناطق محروم و کسب و کار، مدیریت تنوع فرهنگی، ترویج گفتمان محرومیت زدایی، حمایت از اقتصاد فرهنگ مناطق محروم، توانمندسازی شناختی، آموزشی و پژوهشی، توسعه همکاری ها و مشارکت های فرهنگی و نیز توسعه بهره برداری فناوری های نوین مسئولیت دارد.

این الگو، اگر چه در بنیاد با حیطه های ماموریتی این نهاد در هم می آمیزد، اما دارای جنبه های مبتنی بر رویکردهای داوطلبانه، بویژه در سازمان های خصوصی، نیز هست. مشخص شدن مرزهای قانونی یا اخلاقی در ضمانت اجرا و حدود دخالت دولت، معلوم کردن جایگاه ذی نفع و سهام دار در ادای مسئولیت فرهنگی سازمانها، سالم سازی و دور کردن آسیب ها در جریان مسئولیت فرهنگی سازمانها از جمله مهمترین مباحث قابل تامل در فرایند فراگیری مقوله مسئولیت فرهنگی است

ترسیم الگو و اعتبارسنجی مسئولیت فرهنگی بنیاد، به طور نسبی سرمشقی برای کلیه سازمان های عمومی و خصوصی محسوب می شود. این الگو می تواند به سمت تحقق مدیریت اسلامی، مبتنی بر «نگرش راهبردی به فرهنگ»، «تعهدپذیری فرهنگی» و «مدیریت مبتنی بر ارزش ها»، جهت گیری شود. در نتیجه این رویکرد، «هزینه کرد کلان برای جبران خسارت های فرهنگی» جای خود را به «اعتبارات فرهنگی معقول»، برای پیشگیری از آسیب های فرهنگی، خواهد داد. ابعاد مختلف الگوی حاضر، چگونگی هم زیستی حوزه های فنی و فرهنگی با یکدیگر را در عرصه های مدیریتی هموار می کند. پژوهش جاری، از حیث برجسته سازی و مستقل کردن حوزه فرهنگ در امر مسئولیت های سازمان و تجمیع مقوله هایی چون ارزیابی تأثیرات فرهنگی، اخلاق کسب و کار، پیوست فرهنگی، بخش فرهنگی در مسئولیت های اجتماعی و موارد مشابه، یک گام به جلو، در امر حفاظت و حمایت از جریان فرهنگ، به شمار می آید. این مطالعه، همچنین به رفع برخی ابهامات مفهومی و عملیاتی مسئولیت فرهنگی نیز یاری می رساند. به همین

ترتیب اعتبارسنجی این مفهوم در بنیاد، زمینه اعتماد برای به کارگیری این الگو در سایر سازمان‌ها را نیز فراهم می‌کند. از نتایج مهم و راهبردی در الگوسازی مسئولیت فرهنگی بنیاد، ورود به حیطه «مدیریت فرهنگی سازمانی» و نهادینه‌سازی آن به سمت شکل‌گیری یک «سازمان فرهنگ پایه در تراز انقلاب اسلامی» است.

اگر چه مقوله مسئولیت و تعهدات فرهنگی سازمان، مدیریت بهینه فرهنگی جامعه را یک گام به پیش برده و می‌تواند ترک‌کننده آن را، در مقام نظر، تا مرز مؤاخذه شدن پیش می‌برد، اما جامعه عمل پوشاندن به این ایده نوپا، خالی از برخی محدودیت‌ها نیست. یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش روی مقوله مسئولیت فرهنگی، در تعاریف و برداشت‌هایی سطحی از مفهوم فرهنگ و دشواری سنجش آن نهفته است. همچنین دخالت‌های دولتی و خلط مرزهای اجبار و اختیار در ادای این مسئولیت داوطلبانه برای سازمان‌های خصوصی، از ابهامات پیش رو برای بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌ها بشمار می‌رود. در همین راستا می‌توان به تلاقی و اختلاط موضوعی مسئولیت فرهنگی با حوزه‌هایی چون پیوست فرهنگی و مسئولیت اجتماعی اشاره کرد که کار مفهوم‌سازی و مقوله‌پردازی در این حوزه - حتی برای برخی از صاحب‌نظران - را با دشواری مواجه می‌سازد. نکته اساسی، در این میان، ادای حقوق سهام‌داران خصوصی در برخی از شرکت‌های تابعه بنیاد از یک سو و انجام وظایف اسلامی و انقلابی این نهاد از سوی دیگر است. ضمن آنکه تجمیع هم‌زمان اصل «کسب منافع مادی در حوزه اقتصادی» و اصل «مراقبت و حمایت فرهنگی»، نیز از موضوعاتی است که انجام خردمندانه مسئولیت‌های فرهنگی در بنیاد را نیازمند تبیین و شفاف‌سازی می‌نماید.

علاوه بر پیشنهاد عام این پژوهش در خصوص توسعه مطالعات نظری مربوط به مسئولیت فرهنگی سازمانی، پیشنهادهای زیر به تحقق مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان کمک خواهد کرد. بر این اساس، توصیه می‌شود تا سند مسئولیت فرهنگی بنیاد تصویب و شاخص‌ها و سنجه‌های معطوف به التزام به مسئولیت‌پذیری فرهنگی کارکنان و مدیران بنیاد در نظام ارزیابی عملکرد، حسابرسی‌ها و ارزشیابی‌ها گنجانده شود. تدوین چک‌لیست‌های ارزیابی، آماده‌سازی زیرساخت‌های آموزشی معطوف به گفتمان‌سازی، تنظیم نگاهت نهادی اجرای سند راهبردی مسئولیت فرهنگی و التزام به ملاحظات فرهنگی در فرایند استخدام و نگهداشت نیروی انسانی بنیاد، در راستای بهره‌مندی سازمان از نیروهای جهادی و انقلابی، از دیگر پیشنهادهای این



پژوهش است. راه‌اندازی دبیرخانه دائمی مسئولیت فرهنگی در یکی از نهادهای متولی فرهنگ و اختصاص جایزه مسئولیت فرهنگی به شرکت‌های پیش‌تاز در این حوزه، از دیگر پیشنهادها قابل‌ارائه است. ضمن اینکه این الگو می‌تواند در سایر سازمان‌های عمومی، خصوصی، تولیدی، خدماتی، اداری و از جمله سازمان‌های عمومی غیردولتی بکارگیری و بومی‌سازی شود. انجام مطالعات تطبیقی بین‌المللی در زمینه مسئولیت فرهنگی سازمانی در ایران و برخی کشورهای اسلامی و اروپایی نیز به روشن‌تر شدن ابعاد این مفهوم یاری خواهد رساند.

## فهرست منابع

- «اساسنامه بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی»  
 اشتریان، کیومرث، خالقی پور، بشیر (۱۳۹۹). «طراحی الگوی مسئولیت فرهنگی شرکت‌ها در سیاستگذاری شهری». *فصلنامه علمی - پژوهشی سیاستگذاری عمومی*. (۶) (۳):صص ۱۶۷-۱۴۵.
- باقری کنی، مصباح الهدی، حجازی فر، سعید (۱۳۹۰). *فضیلت های محوری در سازمان‌های فضیلت مدار، اسلام و پژوهش‌های مدیریتی*، سال اول، شماره سوم.
- باقری کنی، مصباح الهدی، سپهری، مهدی و زمانی، مجید محمد (۱۳۹۴). *پی‌جویی ریشه‌های مسئولیت اجتماعی سازمان*، اندیشه مدیریت راهبردی، سال نهم شماره دوم شماره پیاپی ۱۸.
- «برنامه میان‌مدت هفتم بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی» (۱۳۹۹-۱۴۰۳).
- بشیریه، حسین (۱۳۷۹)، *نظریه‌های فرهنگ در قرن بیستم*. تهران: مؤسسه فرهنگی آینده پویان.
- بی‌نیاز، قاسم، (۱۳۹۲)، «ضرورت پیوست فرهنگی در راه‌های کشور مطالعه موردی: ازادراه خرم- زال»، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات.
- پور اکبریان، زهرا سادات (۱۳۹۴). *قلمرو صلاحیت فرهنگی دولت در چارچوب نظریه دولت در قانون اساسی ایران*، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد به راهنمایی بهرام اخوان کاظمی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه شیراز.
- پورصالحی، مینو (۱۳۹۰). *بررسی موانع تحقق طرح پیوست فرهنگی*، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- توکل، محمد؛ نوذری، حمزه (۱۳۹۱). «تحلیل اثرات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی صنعت پالایشگاه گاز پارسیان بر نواحی روستایی (مورد مطالعه: نواحی روستایی شهرستان مَهر در استان فارس)»، *فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*. (۱) (۴):صص ۴۸-۲۹.
- جباردخت، حجت (۱۳۹۷). *پیوست فرهنگی توسعه تحصیلات تکمیلی علوم انسانی در ایران*، دانشگاه امام صادق. صادق.
- حقیقی، مه‌ری، مخملی، محمد (۱۳۹۹). *بررسی ماهیت حقوقی نهادها و مؤسسات عمومی غیردولتی در قوانین و مقررات مالی*، دانش مالیه عمومی، سال سوم، شماره ۱۱.
- دهقانی، روح‌الله (۱۳۹۳). *ارزیابی تاثیر فرهنگی (پیوست فرهنگی) فعالیت مجازی (مطالعه موردی دانشگاه مجازی المصطفی)*، پایان نامه کارشناسی ارشد، نشریه پژوهش‌های منطقه‌ای شماره ۵.
- زرودی، علی (۱۳۹۷). «اینترنت اشیا در جمهوری اسلامی ایران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.

ستوده فر، مهدی (۱۳۹۸). ارائه الگوی تدوین پیوست فرهنگی پروژه‌های عمرانی در کلانشهر اصفهان، نشریه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، شماره ۳۶.

شهرابی فراهانی، محمد (۱۳۹۸). گزارش تحلیل وضعیت مسئولیت اجتماعی در شرکت های ایرانی، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران. نشانی: [csfir.com](http://csfir.com)

شکوهی بید هندی، محمد صالح، سبحانی، علی، ژند، سپهر (۱۳۹۷). «آسیب شناسی پروژه مسکن مهر با توجه به آموزه شهرسازی الگوی بومی سکونت». فصلنامه پژوهش های معماری اسلامی. (۶) (۳): صص ۹۱-۱۱۵.

صوفی، یوسف، عاشری، امام علی، صوفی، اکبر، و احمدی، یوسف. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر واردات بر فرهنگ شهرستان مرزی پیرانشهر. همایش ملی شهرهای مرزی و امنیت، چالش ها و رهیافت ها. نشانی:

SID. <https://sid.ir/paper/818445/fa>

علیزاده، محمد علی، رضوانی، مجتبی، حجتی، عبدالله، بهلولی، نادر، اسکندری، کریم (۱۴۰۲). طراحی مدل اسلامی ایرانی پیشرفت، فصلنامه مدیریت اسلامی، سال سی و یکم، شماره اول، بهار، صص ۱۵۹-۱۸۸

[DOR:20.1001.1.22516980.1402.31.1.5.1](https://doi.org/10.22516/201001.1.22516980.1402.31.1.5.1)

فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۳). مساله فرهنگی چیست؟، (وب سایت انصاف نیوز (۱۴۰۲/۰۷/۲۵)

فروزان، حامد، امینی، حجت‌الله (۱۳۹۲). «آسیب شناسی سریال‌های تلویزیونی بر سبک زندگی و راهکارهای ارتقای آن در ایران امروز». فصلنامه فرهنگ مشاوره و روان درمانی. (۴) (۱۳): صص ۲۳۲-۱۹۵.

فکوهی، ناصر (۱۳۸۱) تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسان شناسی تهران، نشر نی.

فکوهی، ناصر (۱۳۹۴). صد و یک پرسش از فرهنگ، تهران: انتشارات تیسرا، چاپ یکم.

قراباغی، میثم (۱۴۰۱). فصلنامه مدیریت اسلامی، بررسی نهادهای انقلابی به مثابه ابزار اجرای خط مشی عمومی در تجربه انقلاب اسلامی، سال سی ام، زمستان ۱۴۰۱، صص ۵۳-۸۸

[DOR:20.1001.1.22516980.1401.30.4.2.7](https://doi.org/10.22516/201001.1.22516980.1401.30.4.2.7)

کیا، منوچهر (۱۳۸۰)، نقش فرهنگ سازمانی در نظریه پردازی مدیریت، مدیریت دولتی، دوره جدید شماره ۱۳.

گزارش طرح ساماندهی توسعه متوازن و هم‌زیستاری اجتماعی اقتصادی و فرهنگی در منطقه عسلویه (۱۳۸۴).

محمدی ری شهری، محمد(بی تا). میزان الحکمه، نسخه دیجیتال، قم، موسسه علمی فرهنگی دارالحديث.

مرادی، مرتضی، حکیمی، ایمان (۱۳۹۷). بررسی تأثیر ارزش های اسلامی بر رفتار شهروندی سازمانی با نقش

روابط رهبر- عضو و تعهد سازمانی، فصلنامه مدیریت اسلامی، سال ۲۶ شماره ۴ زمستان، صص ۱۵۹-۱۸۲

[DOR: 20.1001.1.22516980.1397.26.4.7.4](https://doi.org/10.22516/201001.1.22516980.1397.26.4.7.4)

مشبکی، اصغر، واعظی، سید کمال (۱۳۸۱). مدیریت فرهنگی در سازمان‌های توسعه یافته، مدرس علوم انسانی،

دوره ۶ شماره یک.

مصباح یزدی، محمد تقی (۱۳۸۰). فلسفه اخلاق، تحقیق و نگارش: شریفی، احمدحسین، تهران، شرکت چاپ و

نشر بین الملل.

ناظمی اردکانی، مهدی (۱۳۸۶). تجربه مدیریت نهادهای انقلاب اسلامی به عنوان سازمان‌های نوین، الگویی برای مهندسی فرهنگی، مجله علوم انسانی، سال ۱۶، شماره ۷۰.

نقشه مهندسی فرهنگی کشور (۱۳۹۲). شورای عالی انقلاب فرهنگی.

هاشمی، محمد ساجد، (۱۳۹۵). پیوست فرهنگی شبکه ملی اطلاعات با تأکید بر ابعاد هویتی کاربران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق.

هزینه‌کردهای حوزه مسئولیت اجتماعی در ایران شفاف نیست. (رسانه مسئولیت اجتماعی، ۱۴۰۲/۶/۲۱). نشانی: <http://csrrasaneh.ir>

هیگ، مت (۱۳۹۶). کتاب الکترونیکی شکست‌های نام‌های تجاری، ترجمه روستا، احمد و اللهیاری، فاطمه. تهران: انتشارات سیتِه.

یاراحمدی خراسانی، مهدی، امامی، سید صابر (۱۳۹۴). مدیریت راهبردی فرهنگی، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی

Assaf, N., Alomari, S., & Bashayreh, A. M. (2023). Evaluating Cultural and Social Responsibility Aspects for International Profit Organization. *Journal of Data Acquisition and Processing*, 38(1), 2623.

Birschel, G. V. (2022). Corporate cultural responsibility, apreciação de sucesso e benefíccios, na interseção da empresa e da cultura (Master's thesis).

Board Leadership in Corporate Culture: Europe an Report (2017), Research Report by Board Agenda & Mazars in association with INSEAD

Castillo, M. V. R., & Tiwari, S. P. (2023). Evaluating the Impact of Technology Interventions on rganizational Development from an Ethical and Values Perspective. *Archives of Business Research*, 11(6).60-67

Colombo, A. (2016). How to evaluate cultural impacts of events? A model and methodology proposal. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16(4), 500-511.

Czyżewska, C. (2018), Should Corporate Cultural Responsibility replace Cultural Sponsorship? <https://www.linkedin.com/pulse/should-corporate-cultural-responsibility-replace-cyrielle-czy%C5%BCewska>

Friedland, J., & Jain, T. (2022). Reframing the purpose of business education: Crowding-in a culture of moral self-awareness. *Journal of Management Inquiry*, 31(1), 15-29.

Graves, M. W., McElroy, W. K., Duhaylonsod, D. (2015). Cultural Impact Assessment for Wai'anae Elementary School Improvements, Wai'anae Ahupua'a, Wai'anae District, Island of O'ahu, Hawai'i. Keala Pono Archaeological Consulting, LLC

Gubitta, P. (2018). Corporate cultural responsibility: enterprises for cultural heritage university of padua department of economic sciences and company

Holdorf, W. E., & Greenwald, J. M. (2018). Toward a taxonomy and unified construct of responsibility. *Personality and Individual Differences*, 132, 115-125.

Humenna, O., & Bedii, N. (2022). Corporate cultural responsibility as a component of company branding in Ukraine. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*, 7(1), 41-47.

[https://www.irna.ir/amp/85158934\(1402/4/12\)](https://www.irna.ir/amp/85158934(1402/4/12))

[https://www.magiran.com/article/4075564\(1399/5/20\)](https://www.magiran.com/article/4075564(1399/5/20))

[https://www.irna.ir/news/81428196\(1393/9/25\)](https://www.irna.ir/news/81428196(1393/9/25))

- [https://www.mehrnews.com/news/4037503\(1396/5/1\)](https://www.mehrnews.com/news/4037503(1396/5/1))  
[https://www.farsi.khamenei.ir/speech-content/id=24721\(1392/09/19\)](https://www.farsi.khamenei.ir/speech-content/id=24721(1392/09/19))  
[https://www.isna.ir/news/1400023121972\(1400/02/31\)](https://www.isna.ir/news/1400023121972(1400/02/31))
- Kane-Urrabazo, C. (2006). Management's role in shaping organizational culture. *Journal of nursing management*, 14(3), 188-194.
- Keinert, C. (2008). Corporate social responsibility as an international strategy. Springer Science & Business Media.
- Keinzi M. Kaitiaki, F. (2018) Cultural impact assessment for proposed foster crescent plan change and residential subdivision
- Kohl, M. (2007). Corporate cultural responsibility-the cultural commitment of Austrian companies. *SWS-RUNDSCHAU*, 47(3), 343-362.
- Kovačić, N. (2015). The Impact of Corporate Social Responsibility on Sustainable Cultural communities. Supervisor Lidia Varbanova, PhD Belgrade, September
- Kopec, K. (2010). Culture and art sponsorship adaptation possibilities within the framework of the corporate social responsibility strategy. *Współczesne Zarządzanie= Contemporary Management Quarterly*, 9(2).
- Merriam-Webster, Inc. (1995). Merriam-webster's medical dictionary. Merriam-Webster: word responsibility
- Martino, V., & Scarcella Prandstraller, S. (2018). Corporate cultural responsibility and shared value in the banking sector. An explorative study in Italy. *Communication Management Review*, 3(01), 58-79.
- Martynyshyn, Y., Khlystun, O., Antonivska, M., & Krupa, O. (2022). Business Ethics in Harmonization of Society Life. *Socio-Cultural Management Journal*, 5(1), 3-30
- Maon, F., & Lindgreen, A. (2015). Reclaiming the child left behind: The case for corporate cultural responsibility. *Journal of Business Ethics*, 130, 755-766.
- Nakamura, M. (2012) Towards a Culturally Sustainable Environmental Impact Assessment: The Protection of Ainu Cultural Heritage in the Saru River Cultural Impact Assessment, *Japangeor\_759* 26..36
- Page Justin. (2017) indigenous cultural impact assessment. PhD IAIA17 4-7 April 2017, Montréal, Canada
- Partal, A., & Dunphy, K. (2016). Cultural impact assessment: a systematic literature review of current methods and practice around the world. *Impact Assessment and Project Appraisal*, 34(1), 1-13.
- Runanga. Te and Ngati Kearoa Ngati Tuara (2019) An Assessment of the Cultural Impact of the proposed Pukehāngi Heights Development
- Sagnia, B. K. (2004). Framework for cultural impact assessment. International Network for Cultural Diversity (INCD).
- Salvan, L. (2013). Cultural Responsibility. Small steps to restore anthropology in economic behaviour. Interviews and best practices.
- Schweitzer, P. (2018). Les entreprises ont-elles une responsabilité culturelle? Mission réelle ou faux concept: l'exemple des GAFAs.
- Singh, K., & Misra, M. (2021). Linking Corporate Social Responsibility (CSR) and Organizational Performance: the moderating effect of corporate. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 60-64.
- UNESCO. 1982. Mexico City declaration on cultural policies. UNESCO Available from: <http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php>
- Merriam-Webster, Inc. (1995), dictionary.

