

# اثر بخشی خانه‌های فرهنگ در ترویج سیاست‌های فرهنگی و اجتماعی شهرداری مشهد

سید کمال الدین حسینی<sup>۱</sup>، محسن نوغانی<sup>۲</sup>، مسعود ایمانیان اردبیلی<sup>۳</sup>

۱- کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی، مدرس تربیت معلم ثامن الحجج (ع)

hosseini\_k2007@yahoo.com

۲- استاد یار گروه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد

noghani@um.ac.ir

۳- کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد واحد قوچان

imaniaan@yahoo.com

## چکیده

این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی بررسی میزان اثربخشی خانه‌های فرهنگ می‌باشد. خانه‌های فرهنگ می‌توانند در بوت‌های نقد و ارزیابی قرار گیرند تا یاری‌گر ترسیم هرچه بهتر برنامه‌های آتی سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری باشند. بنابراین باید به این سؤال پاسخ داده شود که تا چه اندازه برون‌داد برنامه‌ی آموزشی یا فرهنگی از مطلوبیت مورد نظر (معیار دستیابی به اهداف سازمانی) برخوردار است؟ و با توجه به این مهم، نوشتار حاضر، میزان اثربخشی خانه‌های فرهنگ را در میزان همگانی نمودن سیاست‌های فرهنگی و اجتماعی، ارتقاء سطح فرهنگ شهروندی، ایجاد روحیه نشاط و شادابی، بهینه‌سازی اوقات فراغت، شناسایی و تربیت نخبگان، ارتباط با سایر مراکز فرهنگی، ایجاد نگرش مثبت در شهروندان نسبت به خدمات و فعالیت‌های شهرداری و آشنایی با حقوق و وظایف متقابل آنان، رفع نیاز مراجعین و ارائه راهکارهای مناسب جهت ارتقاء برنامه‌های آموزشی و فرهنگی خانه‌های فرهنگ در برنامه دوره پاییز ۱۳۸۵ می‌سنجد و به بررسی میزان اثربخشی، به تفکیک کلاس‌های آموزشی، برنامه‌های فرهنگی و نهایتاً مقایسه کلی نتایج فعالیت خانه‌های فرهنگ در دستیابی به اهداف فوق می‌پردازد.

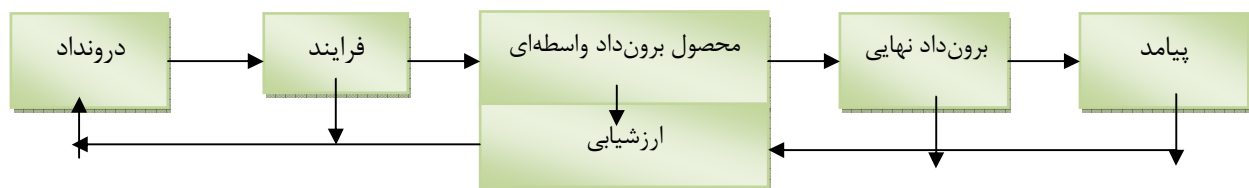
واژه‌های کلیدی: اثر بخشی، فرهنگ شهروندی، خانه فرهنگ، اوقات فراغت، شهرداری.

## ۱. مقدمه

هرسازمانی، برای تحقق اهدافش، نیازمند برنامه‌ریزی استراتژیک می‌باشد. این گونه برنامه ریزی معلوم می‌کند که در حال حاضر سازمان کجاست؟ در آینده کجا خواهد بود؟ برای پاسخگویی به دو سؤال ذکر شده برنامه‌ریزی با تکیه بر نگرش‌های عقلایی طراحی می‌شود، تصمیمات و اقدامات برای عملکردهای سازمان در بلند مدت مشخص می‌گردد و برای توسعه توانایی سازمان در راستای پیش‌بینی و تطبیق با تغییر سازمان، چارچوب لازم ارائه می‌شود [۹: ۲۰]. بی‌شک در هر مرحله از تغییر، توجه به ارزشیابی یا بررسی میزان اثربخشی برنامه‌ها باید نصب‌العین قرار گیرد. گاه میزان اهمیت سنجش اثر بخشی برنامه‌ها، از خود آن برنامه‌ها کمتر نیست.

## ۲. بیان مسأله

به طور کلی هر نوع فعالیت فرهنگی یا آموزشی را می‌توان سرمایه‌گذاری یک نسل یا گروه برای نسل یا گروهی دیگر دانست. و با توجه به اینکه مؤسسات فرهنگی و آموزشی، وظیفه‌ی بسیار سنگینی را بر عهده دارند، لازم است در طراحی و اجرای فعالیت‌های آن‌ها از مطلوب‌ترین شیوه‌ها استفاده شود. یکی از شیوه‌هایی که به کمک آن می‌توان فعالیت‌های آموزشی را به طور مطلوب تنظیم کرد، رویکرد سیستمی است. استفاده از رویکرد سیستمی سبب می‌شود که بتوانیم فعالیت‌های آموزشی را با نیازهای جهان امروزی و جهان آینده منطبق سازیم. در این رویکرد، ارزشیابی (سنجش میزان اثربخشی) ساز و کار ضروری منظور می‌شود. بنا به تعریف، یک سیستم (نظام) مجموعه‌ای از اجزای به هم پیوسته است که برای تحقق هدف معینی استقرار می‌یابد. اجزای اصلی نظام، عبارت است از: درون‌داد، فرآیند و برون‌داد. این سه عنصر در تماس با محیط پیرامون، علی‌الاصول باید چنان در تعامل باشند که درون‌داده‌ها پس از گذشتن از فرآیند تغییر و تبدیل‌های مناسب، برون‌داد مورد انتظار را حاصل کنند. با استفاده از الگوی عناصر‌سازمانی می‌توان یک نظام آموزشی را به صورت زیرنمایش داد [۱].



نمودار (۱): عناصر سازمانی یک نظام آموزشی

با توجه به نمودار فوق درمی‌یابیم که ارزشیابی (سنجش اثربخشی و کارایی) جزء لاینفک هر نوع سیستم آموزشی است و با تک تک عناصر آن ارتباط مستقیم دارد. کارایی یک مفهوم اقتصادی است که ابتدا در رابطه با فعالیت‌های مهندسی مطرح شده است. تعریف اولیه‌ای که از این مفهوم در فرایندهای تولید صنعتی به عمل آمد، عبارت بوده است از بیشینه، یعنی ماکزیمم کردن ترکیبی مطلوب از عوامل برون‌داد (اثربخشی) برای سطوح معینی از درون‌داد (هزینه) [۱:۱۹۰] به تعبیر دیگر، کمینه (مینیمم) کردن درون‌داده‌ها برای دستیابی به ترکیب مطلوب برون‌داد. از این تعریف باید به این نکته پی ببریم که مفهوم اثربخشی (اینکه تا چه میزان برون‌دادهای مطلوب حاصل شده‌اند) در درون مفهوم کارایی (اثربخشی نسبت به هزینه) واقع شده است. با توجه به نکات یادشده، وقتی به نشانگرهای درون‌داد، فرآیند و پیامد توجه می‌شود منظور، ارزیابی کارایی است، اما وقتی به نشانگرهای برون‌داد نهایی یا برون‌داد واسطه‌ای توجه می‌شود، منظور، اثربخشی است. به عبارت دیگر منظور از کارایی آموزش، قضاوت درباره‌ی آن است که برای سطح مطلوب برون‌داد (دانش آموخته، آثار علمی، خدمات تخصصی) چه حداقلی از درون‌داد (ویژگی‌های یادگیرنده، بودجه و ...) و فرآیند (یاددهی - یادگیری) کفایت می‌کند. بر این اساس با توجه به مفهوم کارایی آموزش، می‌توان به این سؤال پاسخ داد که چگونه برای میزان معینی ویژگی‌های عوامل درون‌داد یک برنامه‌ی آموزشی یا فرهنگی، نتایج بهتری به دست آورد؟

تشکیل مراکز فرهنگی و خانه‌های فرهنگ محله در سطح شهر از جمله اقدامات این سازمان می‌باشد. خانه‌های فرهنگ محله از مراکز فرهنگی مهمی است که با استفاده از پتانسیل‌های موجود در محلات به انجام فعالیت‌های فرهنگی مختلف مبادرت نموده و در راستای تقویت هویت ملی و فرهنگ شهروندی فعالیت‌های گسترده‌ای داشته است.

خانه‌های فرهنگ محلات در چهار عرصه فرهنگی، اجتماعی، آموزشی و اداری فعالیت‌های خود را متمرکز نموده و اهداف خاصی را در این زمینه دنبال می‌نمایند گسترش آگاهی و شناخت شهروندان در زمینه دین اسلام و توجه به ابعاد فردی و اجتماعی اسلام در مواجهه با تهاجم فرهنگی، گسترش و جلب مشارکت مردم در عرصه‌های مختلف فرهنگی، هنری، اجتماعی و ورزشی، فراهم نمودن اوقات فراغت مطلوب جهت شهروندان اعم از نوجوانان، جوانان و سایر اقشار جامعه، شناسایی مشکلات و مسائل فرهنگی و اجتماعی در محلات و ارائه راه‌کارهای مناسب جهت رفع آن و تعمیق و توسعه فرهنگ شهروندی و ..... که

تاکنون با توجه به اهداف خود موفقیت‌های نسبی بر اساس پژوهش‌های انجام شده داشته‌اند [۵]. شناسایی عملکرد این مراکز، میزان استقبال شهروندان از برنامه‌های آموزشی و فعالیت‌های فرهنگی و موفقیت این مراکز در جذب متقاضی و شناسایی مراکز موفق از جمله اهداف اصلی این مقاله می‌باشد. بر این اساس، مسأله اساسی تحقیق حاضر این است که " تا چه اندازه خانه‌های فرهنگ در تحقق اهداف خود از منظر و دیدگاه شهروندان موفق بوده‌اند؟"

### ۳. اهمیت و ضرورت

بدون شک جهت توسعه پایدار و همه جانبه در کشور نیازمند توسعه فرهنگی هستیم و عدم توسعه فرهنگی باعث بروز اختلال و ایجاد انواع مشکلات اجتماعی و به دنبال آن مشکلات فردی و شخصیتی خواهد شد. بدین لحاظ اجرای برنامه‌های آموزشی، فرهنگی و تفریحی و ایجاد فضاها و مراکز فرهنگی در راس کار برنامه ریزان و مدیران شهری قرار گرفته است. در این راستا اطلاع و آگاهی از نیازها و مسائل فرهنگی شهروندان از جمله مواردی است که برعهده سازمان‌های مرتبط در امر فرهنگ سازی قرار دارد. سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری یکی از سازمان‌هایی است که در امر اطلاع‌رسانی و ترویج فرهنگ جامعه به شهروندان در کشور فعالیت گسترده‌ای دارد و بنابر اهداف خاصی که جهت ترویج فرهنگ و تعمیق باورها و ارزش‌های ملی و دینی به شهروندان دارد تاکنون خدمات گسترده‌ای را به شهروندان ارائه نموده است. و ضرورت تعیین اثربخشی برنامه‌ها در سه محور کلی عبارتند از:

#### ۳-۱. تعیین بازده

عمده‌ترین هدف آموزش و بهسازی نیروی انسانی، توسعه سرمایه انسانی است. سرمایه انسانی در جامعه «عبارت از مهارت‌ها، ظرفیت‌ها و توانایی‌هایی که افراد در فرایند آموزش تحصیل کرده و موجب بهره‌وری بیشتر می‌شوند. یعنی انواع آموزش‌های رسمی و غیررسمی که نهایتاً به اعتدالاً کیفیت نیروی کار منجر می‌گردد، همه، نوعی سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی به حساب می‌آید» [۳۸:۱۰].

درخصوص بحث فوق این سوال پیش می‌آید که چگونه می‌توان بازده این نوع سرمایه‌گذاری را تعیین کرد؟ در پاسخ به سوال باید در نظر داشت که ره‌آورد فعالیت‌های آموزشی "افزایش و ایجاد دانش و مهارت‌های سرمایه‌ای یا واسطه‌ای" است. بدین معنی که دانش یا مهارت‌های اکتسابی در فرایند آموزش، به‌خودی خود قابل مصرف نیستند، بلکه آنها ویژگی‌ها یا عوامل لازم برای افزایش کارایی و اثربخشی عملیات هستند. به‌عبارت روشن‌تر، بهره‌دهی آموزش‌های غیررسمی در درجه اول در قالب افزایش دانش، بهبود عملکرد فکری و شغلی افراد جامعه متبلور می‌شود، بنابراین، از طریق سنجش میزان افزایش آگاهی‌ها، بهبود مهارت‌های شغلی و قابلیت‌های اکتسابی جدید می‌توان بازده هزینه‌های مصروفه در جهت آموزش را توجیه کرد. به‌طور کلی « هزینه‌های مصرف شده در فرایند آموزش دلیل موجهی بر لزوم ارزشیابی اثربخشی آموزش‌ها می‌باشد».

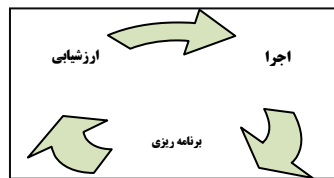
#### ۳-۲. ارتقای کیفیت

ارتقای کیفیت آموزش به بهبود مستمر عملکرد فرایندها و عملیات آموزشی اشاره دارد. لذا برای بهسازی مداوم عملکرد یا نتایج فراگردها و فعالیت‌های آموزشی و فرهنگی، باید داده‌ها و اطلاعات مربوط به کارایی و اثرات بیرونی و درونی برنامه‌های آموزشی را به‌صورت بازخورد در چرخه عملیات آموزشی وارد ساخت. در واقع بازخورد عبارت است از اطلاعات اکتسابی درخصوص وضعیت فعالیت‌ها و برون‌داد سامانه‌های آموزشی و اثرات آنها، که از طریق تلاش‌های رسمی و نظام‌دار حاصل می‌گردد. بدین ترتیب، از طریق سنجش اثربخشی آموزش‌ها می‌توان نقاط قوت و ضعف برنامه‌ها را تشخیص داده و اطلاعات و شناخت لازم را برای طراحی برنامه‌های با کیفیت‌تر کسب کرد.

#### ۳-۳. توسعه اعتماد جمعی

پیگیری و موردچالش قرار دادن اثرات برنامه‌های آموزشی و فرهنگی می‌تواند درخصوص فعالیت‌های آموزشی، نگرش مثبت و اعتماد ایجاد کرد. اولاً: کارگزاران برنامه‌های آموزشی با ارائه گزارش و استناد بر یافته‌ها و شواهدی (پژوهشی) که مؤید اثربخشی آموزش‌ها در افزایش بهره‌وری و توسعه سازمانی هستند، می‌توانند اعتماد مدیریت عالی سازمان را نسبت به جایگاه،

اهمیت و اعتبار آموزشها تحکیم بخشند. ثانیاً: مطالعات هائورن نشان داده است که وقتی فعالیتها و نتایج تلاشهای افراد موردنظر واقع شده و به نقطه نظراتشان ترتیب اثر داده می‌شود، دلگرمی، اعتماد و رضایت آنان بهبود می‌یابد. چنین شرایطی می‌تواند موجب انگیزش درونی درخصوص وظایف محوله گردد. ثالثاً: برنامه‌های آموزشی و فرهنگی همانند دیگر برنامه‌های سازمانی دارای فرایندی منظم و علمی هستند. درحالت مطلوب چرخه کلی عملیات آموزشی و فرهنگی به صورت زیر است:



نمودار (۲): فراگرد آموزش

به‌طورکلی، غفلت یا کم‌توجهی به هریک از بخشها یا مراحل فوق زمینه ناکامی و عقیم‌گذاری برنامه‌ها را فراهم خواهد ساخت. برعکس پیگیری و موردتوجه قرار دادن هریک از مراحل و تبعیت از چرخه منطقی فعالیتها، باعث می‌شود تا اعضای درونی (برنامه‌ریزان و مجریان) و همچنین مشتریان آموزشها با جدیت و اعتماد با فعالیت‌های آموزشی برخورد کنند. رابعاً: با توجه به اینکه تا کنون برنامه‌های فرهنگی نتیجه رضایت بخشی در حد مطلوب نداشته لذا ضروری است که با حساسیت بیشتری، بازخورد کارهای فرهنگی از جمله جشنواره‌های فرهنگی مورد ارزیابی قرار گیرد تا با اصلاح این فرایندهای آموزشی و فرهنگی به تقویت هویت فرهنگی جامعه کمک گردد. لذا به کمک مفهوم اثربخشی به این سؤال پاسخ داده می‌شود که تا چه اندازه برون‌داد برنامه‌ی آموزشی یا فرهنگی از مطلوبیت مورد نظر (معیار دست یابی به اهداف سازمانی) برخوردار است؟ لذا با توجه به این مهم، پژوهش حاضر، میزان اثربخشی خانه‌های فرهنگ را می‌سنجد.

#### ۴. اهداف پژوهش

##### هدف کلی

مقایسه میزان همگانی نمودن سیاست‌های فرهنگی و اجتماعی شهرداری درخانه‌های فرهنگ سطح شهر مشهد. اهداف جزئی این پژوهش عبارتند از:

۱. مقایسه میزان ایجاد روحیه نشاط و شادابی در بین شهروندان در خانه‌های فرهنگ.
۲. مقایسه میزان ایجاد زمینه‌ی مطلوب درجهت بهینه سازی اوقات فراغت شهروندان در خانه‌های فرهنگ.
۳. مقایسه میزان شناسایی و تربیت و استفاده از توانمندی‌های نخبگان در امور فرهنگی و اجتماعی.
۴. مقایسه میزان ایجاد شبکه گسترده و منطقی خانه‌های فرهنگ با سایر مراکز فرهنگی.
۵. مقایسه میزان متقاضیان مراجعه کننده به خانه‌های فرهنگ در پاییز ۸۵.
۶. مقایسه میزان اطلاع رسانی خانه‌های فرهنگ به شهروندان در زمینه فعالیت‌هایشان.
۷. مقایسه میزان ایجاد نگرش مثبت در شهروندان نسبت به خدمات و فعالیت‌های شهرداری.
۸. مقایسه میزان موفقیت خانه‌های فرهنگ در رفع نیاز مراجعین و متقاضیان.

#### ۵. مبانی نظری

##### تعریف مفاهیم

دو مفهوم فرهنگ شهروندی و اثر بخشی بنیان مفهومی این مقاله را تشکیل می‌دهند و لازم است تا معنایی را که از آنها مد نظر داریم آشکار سازیم.

شهروندی (citizenship): «منزلی که موجبات برخورداری از حقوق و قدرت را فراهم می‌کند.» [۶۵:۲].

اثربخشی (effectiveness): اثربخشی را میزان تحقق اهداف سازمان دانسته است [۱۱]، [۳:۱۲].  
[۳:۱۲].

## ۶. تفاوت اثربخشی و کارایی

لفظ کارآمدی و کارایی را معادل اثربخشی آورده‌اند گرچه بین این دو تفاوت‌هایی قائل شده‌اند ولی مطالعاتی که در زمینه اثربخشی و کارایی انجام شده نشان می‌دهد که مرز کاملاً روشنی بین این دو اصطلاح وجود ندارد. کارایی معادل کلمه (efficiency) و اثربخشی را، معادل کلمه (effectiveness) قرار داده‌اند عملکرد سازمان را هم میزان کارایی و هم اثر بخشی سازمانی در تحقق هدف‌های آن تعیین می‌کند.

## ۷. اثربخشی در سازمان چیست؟

بنا به عقیده دفت اثربخشی سازمان عبارت از درجه یا میزانی است که سازمان به هدف‌های مورد نظر نزدیک می‌شود. [۶]. این تعریف نشان می‌دهد که همه سازمان‌ها باید در مرحله‌ای از زمان تعیین کنند که تا به حد در جهت نیل به اهدافشان عمل کرده‌اند و به آن اهداف دست یافته‌اند. به‌طور کلی، برای سنجش اثربخشی سازمانی چهار روش بیان شده است که در جریان سنجش و تدوین شاخص‌های اثربخشی آموزش می‌توان از چهار مورد آنها بهره‌مند شد. روشهای مذکور عبارتند از:

الف. روش مبتنی بر نیل به هدف.

ب. روش مبتنی بر تامین منابع.

ج. روش مبتنی بر فرایندهای درون سازمانی.

د. روش مبتنی بر تامین رضایت گروههای ذینفع» [۶:۶۵].

ضمن تشریح هریک از رویکردهای مذکور در راستای تبیین و مفهوم‌سازی اثربخشی برنامه‌های آموزشی شاخص‌های مناسب مطابق هریک از این روشها ارائه می‌گردد:

### الف. روش مبتنی بر نیل به هدف

در استفاده از این روش برای اندازه‌گیری اثربخشی آموزش، باید هدف‌های آموزش را شناسایی کرد. این امر یک روش منطقی است، زیرا فعالیتهای آموزشی در قالب برنامه‌های آموزشی همواره هدفمند هستند، به عبارت دیگر آموزشها برآنند تا تغییرات مطلوب در دیدگاه‌ها و توانایی‌های کارکنان ایجاد کنند. لذا با اجرای این روش میزان پیشرفت درجهت رسیدن به آن مطلوبها، اندازه‌گیری می‌شود. «این روش هنگامی مناسب است که اهداف روشن، موردتوافق، قابل اندازه‌گیری و محدودیت زمانی وجود داشته باشد» [۳].

شاخص‌های مناسب بر مبنای این روش عبارتند از؛ تقویت حس همکاری، تنوع بخشیدن به تولیدات، افزایش ثبات عملیات، حفظ منابع، ارتقا کارایی، بهبود کیفیت محصولات و خدمات، کاهش اشتباهات و تصادفات، مبادله (EXCHANGE)، تغییر (CHANGE)، بهره‌مندی از روشهای جدید و بهتر، و ...

### ب. روش تأمین منابع

در اجرای این روش، به بخش ورودی برنامه‌های آموزشی توجه می‌شود. «این روش هنگامی مناسب است که دروندادها تاثیر قابل توجهی بر نتایج دارد» [۳].

اساس روش حاضر بر این فرض گذاشته شده است که برنامه‌های آموزشی و فرهنگی باید در تحصیل و تأمین منابع مورد نیاز جهت نگهداری و حفظ سامانه‌های آموزشی موفق باشند. این روش بخشی از دیدگاه سیستمی است. بنابراین، از دیدگاه روش تأمین منابع، اثربخشی آموزش بدین صورت تعریف می‌شود: «توانایی برنامه‌های آموزشی چه مطلق و چه نسبی در بهره‌برداری از محیط خود برای تحصیل و تامین منابع ارزشمند و کمیاب» [۶:۱۹۶].

که اینجا محیط می‌تواند درون و یا خارج از سازمان باشد. شاخص‌های اثربخشی برنامه‌های آموزشی مطابق این روش عبارتند از:

- میزان بهره‌برداری برنامه‌های آموزشی از محیط درون سازمانی و برون سازمانی برای تأمین منابع مادی و انسانی کارآمد (مانند بهره‌مندی از حضور مدرسان توانمند، تأمین تجهیزات و تکنولوژی آموزشی مناسب، هماهنگی با برخی شرکت‌ها، موسسات پروژه‌ها جهت بازدیدها و غیره)؛
- تداوم روند حیاتی برنامه‌های آموزشی (پیوستگی افقی - عمودی)
- طراحی برنامه‌هایی مبتنی بر درک و تفسیر درست از ویژگیها، نیازها و خواسته‌های محیطی.

### ج. روش مبتنی بر فرایندهای درونی

در این روش، اثربخشی برنامه به میزان سلامت و کارایی فعالیت‌های درونی آن اشاره دارد. مطابق این روش یک برنامه اثربخش دارای فعالیت‌های آموزشی یکپارچه و هماهنگ است، طوری که تمامی افراد دست به دست هم داده و با تکیه بر امکانات و شرایط موجود سعی می‌کنند بهره‌وری را به بالاترین حد خود برسانند. «این روش هنگامی مناسب است که عملکرد برنامه‌ها به‌طور شدیدی از طریق فرایندها و رویدادهایی خاص، تحت تاثیر واقع می‌شوند.» [۳].

روش تعیین اثربخشی آموزش بر مبنای فرایندهای درونی، از آن جهت اهمیت دارد که برای سنجش و اندازه‌گیری اثربخشی باید به دو موضوع بارز توجه کرد:

- آیا از منابع موجود به صورت کارآمد استفاده می‌شود؟
- آیا فعالیت‌های آموزشی به صورت موزون و هماهنگ صورت می‌گیرد؟

### د - روش مبتنی بر تأمین رضایت گروه‌های ذی‌نفع

این روش به این موضوع تأکید دارد که تعیین میزان رضایت گروه‌های مختلفی که می‌توانند درخصوص فعالیت‌های آموزشی و تداوم آنها، مهم باشند، به نوعی نشانگر عملکرد مطلوب عملیات آموزشی است. لذا برای تعیین اینکه آیا آموزشها از دیدگاه یک گروه خاص عملکرد خوبی داشته است یا خیر؟ باید روی آن گروه تحقیق کرد. گروه‌های دخیل در این زمینه می‌تواند شامل فراگیران، مدیران و سرپرستان مستقیم و غیرمستقیم، ارباب‌رجوع و دولت (قوانین و مقررات) باشد. این روش هنگامی مناسب است که عوامل پر قدرت به‌طور چشمگیری می‌توانند برای برنامه‌های آموزشی و فرهنگی مفید یا زیان‌آور باشند" [۳].

مزیت روش مبتنی بر رضایت گروه‌های ذی‌نفع این است که با اجرای این روش، با دیدگاه بسیار وسیع‌تری به اثربخشی آموزشها توجه می‌شود و عوامل محیطی و درون سازمانی مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. به‌علاوه، در این روش، به نوعی همه شاخص‌ها (اهداف، فرایندهای درونی و اجرایی، امکانات و تجهیزات) به صورت هم‌زمان مورد توجه قرار می‌گیرند. آنچه مهم است اینکه بررسی تمامی دیدگاه‌ها، نتایج جامع‌تری را به‌دست می‌دهد. در این پژوهش سعی خواهیم نمود با تأکید بر نظرسنجی از مخاطبان از روش‌های دیگر سنجش اثربخشی نیز استفاده نماییم.

## ۸. مروری بر سوابق

۱. حسینی (۱۳۸۵)، با هدف بررسی میزان اثربخشی جشنواره شهر بهشت، نمونه‌ای شامل سیصد و نود نفر از مخاطبین جشنواره (سیصد و بیست پرسشنامه و هفتاد مصاحبه) را انتخاب و اثر بخشی مبتنی بر میزان دستیابی به اهداف از دیدگاه مخاطبان را مورد بررسی قرار داده است در مجموع رضایت مخاطبان از این جشنواره نسبت به جشنواره‌های قبلی در ابعاد مختلف افزایش یافته است همچنین از نظر جذب، آقایان، افراد با تحصیلات بالا و افراد بالای بیست و پنج سال موفقیت بیشتری داشته است همچنین، موفقیت جشنواره در دستیابی به اهداف عمومی برنامه‌های سازمان - فرهنگی تفریحی (تأثیر جشنواره بر ترویج فرهنگ شهروندی، تقویت روحیه مشارکت، کشف استعدادها)، نسبت به اهداف خاص این جشنواره (معرفی و بازشناسی فضاهای مذهبی - تاریخی، ترویج و معرفی محیط‌های تفریحی و گردشگری، معرفی مشاغل خاص و شاخصه‌های

توریستی شهر مشهد، معرفی چهره‌های برجسته تاریخی، مذهبی و فرهنگی شهر مشهد، معرفی و باز شناسی آیین‌های مذهبی تاریخی ویژه شهر مشهد) موفق تر عمل نموده است.

۲- زمانی (۱۳۷۸)، در پژوهش خود رابطه‌ی بین ویژگی‌های ساختار سازمانی (تمرکز، پیچیدگی و رسمیت) و مدل‌های اثربخشی و همچنین شاخص‌های متغیر معرفی و ارتباط معنی دار این شاخص‌ها را در حوزه‌های ستادی شهرداری تهران مورد بررسی قرار داده است. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش را حوزه‌های ستادی شهرداری تهران تشکیل می‌دهد که شامل سی و یک نفر از مدیران که شامل طبقه معاونت، مشاوران، مدیران کل، معاونین مدیران کل، معاونین مدیران کل به عنوان مدیران و چهل و نه نفر کارشناس از طریق نمونه گیری تصادفی طبقه‌ای که توانائی پاسخ به سؤالات ساختاری را داشتند، انتخاب گردیدند.

نتیجه: در این تحقیق مشخص شده است که در حوزه‌های ستادی شهرداری تهران بین رسمیت به عنوان یکی از ویژگی‌های ساختاری و اثر بخشی ارتباط معنی داری به دست نیامده است. به همین دلیل نیاز به سنجش متغیرهای دیگری می باشد که محققان آتی در صورت علاقمندی می توانند توجه خود را به متغیرهای مستقل دیگری به غیر از ساختار سازمانی که بر میزان اثربخشی حوزه‌های ستادی شهرداری تهران تاثیر دارد، معطوف نمایند. این متغیرها می تواند بررسی ارتباط مدیریت عملکرد، ارتباط سازمانی و انگیزش کارکنان بر میزان اثربخشی باشد.

سازمان فرهنگی- تفریحی شهرداری مشهد در تابستان ۸۴، اقدام به برگزاری جشنواره ی تابستانی نمود که در هشت محور و بیست و هفت رشته برگزار گردید. به دلیل اهمیت دستیابی به کم و کیف برگزاری جشنواره، میزان اثر بخشی جشنواره مورد بررسی قرار گرفته است. ابزار این پژوهش، پرسش‌نامه، مصاحبه و چک لیست بوده است، پنجاه و هشت درصد نمونه پژوهش را زنان و چهل و دو درصد را مردان تشکیل داده‌اند که اغلب این مردان، در لیگ یک محله حضور داشته‌اند. تعداد زیادی از مخاطبین بین ده تا بیست و پنج سال هستند. نمودار توزیع شغلی مخاطبین نیز نشان می‌دهد که مخاطبین بالاتر از طبقه متوسط کمتر جذب شده‌اند. ۸۲٫۸٪ مخاطبان دارای تحصیلات دیپلم و زیر دیپلم و افراد با تحصیلات بالاتر، کمتر از جشنواره بهره مند شده‌اند. والدین اکثر مخاطبین دارای مدرک تحصیلی پایین هستند و جشنواره بیشتر کسانی را جذب کرده که متعلق به طبقات متوسط و پایین جامعه هستند. تنها ۲۴٫۸٪ والدین مخاطبین دارای درآمد بالای دویست و پنجاه هزار تومان می‌باشد).

در مورد میزان جذب مخاطبین، بر اساس توزیع نمونه، این نتایج به دست آمده است: ۱۰٫۵٪ شرکت کنندگان در لیگ محله حاضر شده‌اند، ۱۰٫۵٪ آنها در هنرهای دستی بانوان، ۹٫۶٪ در نشریات تجربی و دیواری، ۱۸٫۸٪ در جشنواره قرآنی، ۱۹٪ در رشته ی نهج البلاغه، ۸٫۵٪ در هنرهای تجسمی، ۱۲٫۵٪ آنها در جشنواره ادبی- هنری و ۱۰٫۵٪ از آنها در رشته ی کتاب خوانی و مهارت‌های مطالعه شرکت نموده‌اند. کمترین مخاطب در هنرهای تجسمی، بیشترین مخاطب در رشته ی نهج البلاغه و قرآنی شرکت نموده‌اند. ۴۴٫۴٪ مخاطبین در کلاس‌های گذشته شرکت نموده، و ۵۴٫۴٪ برای اولین بار در جشنواره شرکت نموده‌اند (حسینی، ۱۳۸۴).

## ۹. روش تحقیق

با عنایت به اهداف و سوالات تحقیق، روش پیمایشی مورد استفاده قرار گرفته است. از نظر نحوه ی گردآوری داده ها، پیمایشی (پیمایشی از نوع توصیفی)، از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ زمانی، مقطعی محسوب می گردد. در تحقیق پیمایشی پژوهشگر برای کشف عقاید، افکار، ادراکات و ترجیح‌های افراد مورد نظر اقدام می‌نماید و با استفاده از ابزار پرسشنامه، مصاحبه و چک لیست به گردآوری اطلاعات می پردازد. در این پژوهش با استفاده از ابزار پرسش‌نامه (۱۰۲۰ نمونه) و چک لیست (۲۰ نمونه) به گردآوری اطلاعات پرداخته شده است.

## ۱۰. جامعه آماری و حجم نمونه

جامعه آماری مورد بررسی این پژوهش را کلیه شرکت کنندگان در برنامه‌ها و کلاسهای پاییز خانه‌های فرهنگ تشکیل می‌دهند.

جدول (۱): جامعه آماری و حجم نمونه

نوع برنامه خانه فرهنگ	جامعه آماری	حجم نمونه قرارداد	تعداد نمونه واقعی
کلاسهای آموزشی	۶۴۳۳	۵۱۰	۵۲۶
برنامه‌های فرهنگی	۲۰۲۵۰	۵۱۰	۴۳۳
تعداد خانه فرهنگ	۱۷	۱۷	۲۰

۱. در کلیه فعالیت‌ها اعم از کلاس‌ها و برنامه‌های فرهنگی یک فرد ممکن است در چندین برنامه شرکت کرده و چندین بار در آمار محاسبه گردیده است

۲. آمار برنامه‌های فرهنگی مثل بازدید از نمایشگاه و شرکت در مراسم بیشتر جنبه تخمینی توسط مسئولین داشته است.

با نظر شورای پژوهش سازمان، پژوهش با حجم نمونه ۱۰۲۰ مورد پرسش‌نامه و هفده مورد چک لیست انجام شد.

با توجه به اهداف تحقیق از نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب به شرح زیر استفاده شده است:

جدول (۲): نمونه تخصیصی به خانه‌های فرهنگ

خانه فرهنگ	۱	۲	۳	۴	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۵	۱۷	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲
حجم نمونه	۳۱	۳۱	۳۱	۳۱	۳۱	۳۱	۳۱	۳۱	۳۱	۳۱	۳۱	۳۱	۳۱	۳۱	۳۱	۳۱	۳۱

لازم به ذکر است که مبنای تقسیم جامعه آماری و طبقه بندی آن، نواحی شهرداری نبوده بلکه سطح توسعه یافتگی مناطق شهری بوده که بر این اساس جامعه آماری به سه منطقه محروم، نیمه محروم و برخوردار تقسیم شده است.

## ۱۱. روایی (Validity) و پایایی (Reliability) ابزار

جهت سنجش پایایی ابزار از ضریب آلفای کرانباخ استفاده گردید که ضریب پایانی آن  $\alpha = 0.735$  شد که نشان دهنده پایایی مناسب و قابل قبولی است. و در سنجش روایی پرسش‌نامه از روایی صوری استفاده نمودیم که در دو بخش از نظر متخصصین استفاده گردید در مرحله اول شاکله اصلی پرسش‌نامه بر اساس نظرات دریافتی از کارشناسان خانه‌های فرهنگ تهیه گردید و در مرحله دوم پرسش‌نامه طراحی شده جهت تأیید نهایی در اختیار چند تن از صاحب‌نظران پژوهشی در رشته مدیریت و علوم اجتماعی قرار گرفت و توسط آنها تأیید شد. و نهایتاً توسط کارشناسان حوزه مطالعات شهری و نمایندگان کارفرما تأیید گردید.

## ۱۲. یافته‌های تحقیق

### مقایسه اثر بخشی فعالیت‌های خانه‌های فرهنگ مناطق مختلف در دستیابی به اهداف

با توجه به اینکه فراتر از عوامل سازمانی، علل دیگری از جمله وضعیت اقتصادی مناطق می‌تواند عامل مؤثری باشد لذا در اینجا

به مقایسه اثر بخشی سه منطقه محروم، نیمه محروم و برخوردار می‌پردازیم:



جدول (۳) : مقایسه اثر بخشی فعالیت‌های خانه‌های فرهنگ مناطق مختلف در دستیابی به اهداف

میانگین رتبه ای	تعداد	تفاوت مناطق برخوردار و محروم	
۳۷۲.۱۷	۴۳۷	مناطق محروم	تعلق و علاقه به محل
۴۴۵.۹۷	۳۰۶	مناطق نیمه برخوردار	
۴۹۱.۳۴	۷۸	مناطق برخوردار	
	۸۲۱	کل	
۴۳۷.۶۵	۴۴۷	مناطق محروم	همکاری و مشارکت
۴۰۱.۵۹	۳۰۷	مناطق نیمه برخوردار	
۳۵۳.۹۸	۷۸	مناطق برخوردار	
	۸۳۲	کل	
۴۰۴.۲۴	۴۲۸	مناطق محروم	فرهنگ شهروندی
۴۱۷.۸	۲۹۸	مناطق نیمه برخوردار	
۲۹۸.۵۷	۷۲	مناطق برخوردار	
	۷۹۸	کل	
۴۱۷.۱۰	۴۳۵	مناطق محروم	نشاط و شادابی
۳۹۸.۷۸	۳۱۲	مناطق نیمه برخوردار	
۴۲۲.۱۴	۷۷	مناطق برخوردار	
	۸۲۴	کل	
۴۲۵.۷۲	۴۲۲	مناطق محروم	آشنایی با حقوق خود و وظایف شهرداری
۳۸۳.۲۲	۳۰۴	مناطق نیمه برخوردار	
۳۲۱.۲۱	۷۳	مناطق برخوردار	
	۷۹۹	کل	
۴۲۳.۹۹	۴۲۱	مناطق محروم	آشنایی با وظایف خود و حقوق شهرداری
۳۸۹.۳۰	۳۰۴	مناطق نیمه برخوردار	
۳۰۰.۷۵	۷۳	مناطق برخوردار	
	۷۹۸	کل	
۳۸۱.۳۸	۴۲۵	مناطق محروم	ارزیابی نگرش به شهرداری
۳۳۳.۲۳	۳۰۱	مناطق نیمه برخوردار	
۳۹۳۷۱.	۷۵	مناطق برخوردار	
	۸۰۳	کل	
۳۵۹.۱۰	۳۹۴	مناطق محروم	رضایت مخاطبان
۳۹۳.۰۹	۲۹۳	مناطق نیمه برخوردار	
۴۴۱.۸	۷۲	مناطق برخوردار	
	۷۵۹	کل	
۳۲۳.۹۸	۳۴۳	مناطق محروم	میزان اثر بخشی
۳۱۸.۵۹	۲۴۸	مناطق نیمه برخوردار	
۳۱۸.۹۶	۵۱	مناطق برخوردار	
	۶۴۲	کل	

(منبع طبقه بندی: سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری مشهد)

اگر فقط به تلاش‌های خانه فرهنگ ( به صورت عضوی جدا از جامعه ی اطرافش) معطوف شویم دلایل تفاوت خانه‌های فرهنگ به تنهایی نمی تواند کامل باشد. بنابراین هر خانه فرهنگ غیر از اینکه فی نفسه مورد مطالعه قرار گرفته، در رابطه با منطقه‌ای که استقرار یافته نیز بررسی شده است.

در این جدول براساس نه محور اثربخشی تقویت احساس تعلق به محله، همکاری و مشارکت، فرهنگ شهروندی و... به ارائه تعداد و میانگین رتبه‌ای در سه منطقه برخوردار، محروم و نیمه برخوردار پرداخته ایم به طور مثال، تقویت احساس تعلق به محله در مناطق برخوردار، میانگین رتبه‌ای برابر با 491.34 و منطقه نیمه محروم، 445.97 و محروم برابر با 372.17 است

جدول (۴): مقایسه تفاوت معنی‌داری فعالیت‌های خانه‌های فرهنگ مناطق مختلف در دستیابی به اهداف

سطح معناداری	درجه آزادی	آزمون خی دو	هدف
۰,۰۰۰	۲	۲۷,۵۸۳	تعلق و علاقه به محل
۰,۰۰۷	۲	۱۰,۷۰	همکاری و مشارکت
۰,۰۰۰	۲	۱۵,۷۵۶	فرهنگ شهروندی
۰,۲۹۴	۲	۲,۴۴۶	نشاط و شادابی
۰,۰۰۰	۲	۱۵,۷۷۳	آشنایی با حقوق خود و وظایف شهرداری
۰,۰۰	۲	۱۹,۳۰۰	آشنایی با وظایف خود و حقوق شهرداری
۰,۱۱	۲	۸,۹۸۷	ارزیابی و نگرش مثبت به شهرداری
۰,۰۰۶	۲	۱,۳۱۹	رضایت مخاطبان

برای شناسایی تفاوت متغیرها، از آزمون خی دو استفاده شده است. با توجه به نتایج جدول فوق تنها بین متغیرهای نشاط و شادابی در بین مناطق مختلف، تفاوت معناداری وجود ندارد (بیشتر از سطح خطای ۰/۰۵). و سطح معناداری در بقیه متغیرها تفاوت معناداری را، نشان می دهند:

- خانه‌های فرهنگ مناطق برخوردار، بیشتر از محروم، برنامه‌ها و کلاس‌ها موجب تقویت احساس تعلق به محله گردیده است.
- خانه‌های فرهنگ مناطق محروم، بیشتر از برخوردار، برنامه‌ها و کلاس‌ها موجب تقویت مشارکت و همکاری گردیده است
- در خانه‌های فرهنگ مناطق نیمه محروم، بیشتر از برخوردار و محروم، برنامه‌ها و کلاس‌ها موجب تقویت فرهنگ شهروندی گردیده است.
- از نظر تأثیر فعالیت‌های خانه‌های فرهنگ در نشاط و شادابی مخاطبان، مناطق مختلف تفاوت معنی داری وجود ندارد.
- خانه‌های فرهنگ مناطق محروم، بیشتر از مناطق برخوردار، برنامه‌ها و کلاس‌ها موجب آشنایی با حقوق خود و وظایف شهرداری گردیده است.
- خانه‌های فرهنگ مناطق محروم، بیشتر از مناطق برخوردار، برنامه‌ها و کلاس‌ها موجب آشنایی با وظایف خود و حقوق شهرداری گردیده است.
- خانه‌های فرهنگ مناطق نیمه محروم بیشتر از مناطق برخوردار و محروم، برنامه‌ها و کلاس‌ها موجب ارزیابی و نگرش مثبت به شهرداری گردیده است.
- خانه‌های فرهنگ مناطق برخوردار بیشتر از مناطق محروم، مخاطبان از برنامه‌ها و کلاس‌ها رضایت داشته‌اند.

### ۱۳. مقایسه اثر بخشی فعالیت‌های خانه‌های فرهنگ در دستیابی به اهداف

جدول (۵) : میانگین رتبه‌ای اثر بخشی فعالیت‌های خانه‌های فرهنگ در دستیابی به اهداف

هدف	میانگین رتبه‌ای
تعلق و علاقه به محل	۵,۴۷
همکاری و مشارکت	۵,۲۴
فرهنگ شهروندی	۹,۸۵
نشاط و شادابی	۷,۲۵
آشنایی با حقوق خود و وظایف شهرداری	۳,۶۸
آشنایی با وظایف خود و حقوق شهرداری	۳,۷۱
ارزیابی و نگرش مثبت به شهرداری	۶,۶۱
رضایت مخاطبان	۹,۱۲
میزان اثربخشی (کلی)	۲,۱۹

بیشترین میانگین رتبه‌ای در فعالیت‌های خانه‌های فرهنگ، در دستیابی به اهداف، مربوط به فرهنگ شهروندی (۹,۸۵)، رضایت مخاطبان (۹,۱۲) و نشاط و شادابی (۷,۲۵) می باشد و کمترین میانگین رتبه‌ای مربوط به پر کردن اوقات بیکاری (۱,۸۸) و تقویت همبستگی (۲,۱۹) است. که برای بررسی معنی داری از آزمون خی دو استفاده شده که نتایج زیر حاصل گردید:

جدول (۶) : آزمون خی دو اثر، بخشی فعالیت‌های خانه‌های فرهنگ در دستیابی به اهداف

تعداد	۶۵۱
آزمون خی دو	۴۸۳۰,۲۲۴
درجه آزادی	۹
سطح معنی داری	.۰۰۰

با توجه به اینکه سطح معنی‌داری، کمتر از پنج صدم است می توان گفت: ازدیدگاه مخاطبان، میزان دستیابی به اهداف در فعالیت‌های خانه‌های فرهنگ، تفاوت معنی داری دارد. به عبارتی، از نظر مخاطبان، موفقیت در دستیابی به رشد فرهنگ شهروندی، رضایت مخاطبان و تقویت نشاط و شادابی در رتبه‌های بالا قرار می گیرند و خرسندی از پر کردن اوقات بیکاری و تقویت همبستگی در مرتبه‌های آخر قرار می گیرند.

### ۱۴. مقایسه خانه‌های فرهنگ از نظر اثر بخشی اهداف

در جدول زیر خلاصه نتایج میزان اثر بخشی در دو قالب سه خانه فرهنگ با بیشترین اثر بخشی و سه خانه فرهنگ در آخرین رتبه‌ها ارائه گردیده است.

جدول (۷) : مقایسه خانه‌های فرهنگ از نظراتر بخشی اهداف

پایین ترین رتبه‌ها به ترتیب			بالا ترین رتبه‌ها به ترتیب			مقایسه اثربخشی اهداف در خانه‌های فرهنگ	
سوم	دوم	اول	سوم	دوم	اول		
۳۶۱,۲۹	۳۳۰,۳۵	۱۸۹,۴	۵۵۱,۷۸	۵۶۵,۶	۵۶۶,۸	میانگین رتبه ای	احساس تعلق به محله
۱۱	۱۷	۲۰	۳	۱۵	۸	خانه فرهنگ	
۳۸۴,۰۹	۳۷۳,۲۵	۳۵۵,۴۰	۵۰۰,۴۵	۵۳۹,۹۱	۵۵۳,۴۶	میانگین رتبه ای	تقویت روحیه همکاری و مشارکت
۴	۱۱	۸	۱۰	۶	۷	خانه فرهنگ	
۱۲۴	۱۲۵,۹	۱۳۴,۱	۱۸۸,۴	۱۹۱,۷	۱۹۳,۳	میانگین رتبه ای	افزایش همبستگی افراد محله
۶	۹	۸	۱۵	۲	۷	خانه فرهنگ	
۳۵۳,۳۴	۲۹۵,۳۹	۲۳۸,۵۰	۴۶۵,۴۵	۴۶۹,۴۵	۵۱۰,۸۵	میانگین رتبه ای	تقویت فرهنگ شهروندی
۸	۲۰	۲۱	۳	۱۰	۱۹	خانه فرهنگ	
۴۲۱,۸۳	۳۹۷,۷۷	۳۸۲,۴۰	۵۲۸,۶۱	۵۴۹,۲۳	۶۱۱,۳۷	میانگین رتبه ای	گذران اوقات فراغت
۹	۱	۱۱	۲۱	۱۹	۲۲	خانه فرهنگ	
۳۵۲	۳۳۱	۲۶۲	۵۳۷	۵۵۶	۵۶۰	میانگین رتبه ای	روحیه نشاط و شادابی
۹	۱۲	۶	۲۲	۱۵	۲۱	خانه فرهنگ	
۳۶۱	۳۳۲	۲۷۰	۵۱۴	۵۱۷	۵۳۱	میانگین رتبه ای	حقوق شهروندی و وظایف شهرداری
۱۱	۸	۱۳	۲	۱۲	۱۹	خانه فرهنگ	
۳۷۰/۹۷	۳۷۰/۹۱	۳۰۷,۸۸	۵۱۱,۵۳	۳۷۰/۹۱	۵۱۹,۹۶	میانگین رتبه ای	آموزش وظایف شهروندی
۱۱	۱۴	۸	۱۲	۱۹	۷	خانه فرهنگ	
۳۶۸	۳۴۷	۲۳۵	۵۵۲	۵۶۲	۵۸۴	میانگین رتبه ای	نگرش مثبت مخاطبان به شهرداری
۷	۲	۲۰	۱۰	۱۵	۱۹	خانه فرهنگ	
۳۵۵	۳۵۱	۲۸۸	۵۵۱	۵۵۹	۵۸۱	میانگین رتبه ای	رضایت از برنامه یا کلاس خانه فرهنگ
۱۰	۱۴	۹	۲۲	۳	۲۱	خانه فرهنگ	

در بحث تأثیر خانه‌های فرهنگ بر افزایش میزان همبستگی افراد هم محله‌ای، مخاطبان برنامه‌های خانه‌های فرهنگ هفت با ۹۳,۳ درصد، دو با ۹۱,۷ درصد و پانزده با ۸۸,۴ درصد معتقدند باعث افزایش همبستگی شده است. و در خانه‌های، هشت با ۳۴,۱٪ و خانه فرهنگ نه با ۲۵,۹٪ و شش با ۲۴٪ حس می کنند که در احساس همبستگی هیچ تغییری ایجاد نشده است.

### ۱۵. اثربخشی کلی (مقایسه میزان موفقیت خانه‌های فرهنگ در کل) :

جدول (۸) : آزمون تحلیل واریانس یک طرفه برای مقایسه میزان اثربخشی خانه‌های فرهنگ از نظر تحقق اهداف

میزان اثر بخشی	مجموع مجذورات	درجه آزادی	مربع حسابی	F	ضریب معنی داری
بین گروه‌ها	۶۷۷۲,۰۸۵	۱۸	۳۷۶,۲۲۷	۳,۱۶۱	...
در گروه‌ها	۷۷۲۵۴,۸۶۱	۶۴۹	۱۱۹,۰۳۷		
جمع کل	۸۴۰۲۶,۹۲۴	۶۶۷			

بر طبق نتایج جدول فوق، معنادار بوده است.

جدول (۹) : مقایسه تفاوت میزان اثربخشی در برنامه‌های فرهنگی و آموزشی

میزان اثر بخشی	برنامه‌ها	تعداد	میانگین رتبه ای	مجموع رتبه‌ها
	برنامه‌های فرهنگی	۲۸۵	۳۱۱,۳۴	۸۸۷۳۰,۵۰
	برنامه‌های آموزشی	۳۸۳	۳۵۱,۷۴	۱۳۴۷۱۵,۵۰
	کل	۶۶۸		

از آنجا که گروه‌های مورد مقایسه دو نوع برنامه فرهنگی و آموزشی داشته‌اند و از طرفی میزان اثربخشی نیز یک متغیر فاصله‌ای می‌باشد برای سنجیدن رتبه‌های آن‌ها از آزمون یومن ویتنی استفاده کردیم. میزان اثربخشی خانه‌های فرهنگ در برنامه‌های آموزشی بیشتر و در رتبه‌ی بالاتری نسبت به برنامه‌های فرهنگی می‌باشد.

جدول (۱۰) : آزمون تفاوت میزان اثربخشی در برنامه‌های فرهنگی و آموزشی

میزان اثربخشی	آزمون‌های آماری
۴۷۹۷۵,۵۰۰	آزمون یومن ویتنی
۸۸۷۳۰,۵۰۰	ویلکاکسون
۲,۶۷۸-	مقطع استاندارد
.۰۰۷	سطح معنی داری

این تفاوت از آنجا که مقدار معنی داری در سطح خطای ۰/۰۵، برابر با ۰/۰۰۷ است، معنی دار ارزیابی می‌شود.

• تحلیل مقایسه‌ای کلاس‌ها و برنامه‌ها در خانه‌های فرهنگ

جدول (۱۱) : تحلیل مقایسه‌ای کلاس‌ها و برنامه‌ها ی خانه‌های فرهنگ در دستیابی به اهداف

هدف	میانگین رتبه‌ای کلاسها(آموزشی)	میانگین رتبه‌ای برنامه‌های فرهنگی	سطح معنی داری	معنی دار بودن تفاوت از نظر آماری
تقویت احساس تعلق محلی مخاطبان	۴۴۶,۶۴	۴۳۳,۷۳	۰,۴۳۹	نیست
تقویت همبستگی	۴۵۶,۷۴	۴۲۷,۱۱	۰,۰۵۵	نیست
معرفی فرهنگ شهروندی	۴۴۲,۴۹	۴۳۵,۶۲	۰,۶۷۷	نیست
تقویت روحیه مشارکت	۴۴۳,۴۷	۴۳۹,۱۰	۰,۷۸۹	نیست
پر کردن اوقات فراغت و بیکاری	۵۲۰,۴۳	۴۰۳,۹۸	۰,۰۰۰	است
نشاط و شادابی	۴۸۰,۸۸	۴۲۰,۹۸	۰,۰۰۱	است
معرفی حقوق شهروندان و وظایف شهرداری	۴۲۸,۲۱	۴۶۲,۰۳	۰,۴۸	است
رضایت مخاطبان	۴۵۳,۴۱	۳۷۳,۵۵	۰,۰۰۰	است
معرفی وظایف شهروندی	۴۱۷,۸۸	۴۷۱,۴۴	۰,۰۰۲	است
تحصیلات مخاطبان	۴۷۰,۷۹	۴۶۲,۴۱	۰,۶۱۸	نیست

## ۱۶. جمع‌بندی

اثر بخشی و به عبارت عام تر ارزشیابی، از لوازم چرخه موفقیت برنامه‌های سازمانی می‌باشد که غفلت یا کم توجهی به هر یک از بخش‌ها یا مراحل آن، زمینه ناکامی و عقیم گذاری برنامه‌ها را فراهم خواهد ساخت. یعنی لازمه برنامه‌های موفقیت‌آمیز، توجه به هر سه بخش برنامه ریزی، اجرا و ارزشیابی است. چهار مدل سنجش میزان اثر بخشی که در این مقاله مورد بحث قرار گرفت و در نهایت مدل مبتنی بر میزان نیل به اهداف، جهت سنجش میزان اثر بخشی مورد توجه قرار گرفت و بر اساس میزان دستیابی برنامه‌ها و کلاس‌های آموزشی سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری مشهد به اهداف ارتقا سطح فرهنگ شهروندی، ایجاد روحیه نشاط و شادابی، بهینه سازی اوقات فراغت، شناسایی و تربیت نخبگان، ارتباط با سایر مراکز فرهنگی، ایجاد نگرش مثبت در شهروندان نسبت به خدمات و فعالیت‌های شهرداری و آشنایی با حقوق و وظایف متقابل آنان، رفع نیاز مراجعین و ارائه راه‌کارهای مناسب جهت ارتقا برنامه‌های آموزشی و فرهنگی خانه‌های فرهنگ مورد بررسی قرار گرفت این گونه مطالعات

علاوه بر شناخت میزان موفقیت برنامه‌ها، پیامدهای افزایش بازده، ارتقا کیفیت برنامه‌ها و نهایتاً افزایش اعتماد اجتماعی شهروندان را بدنبال خواهد داشت.

با توجه به نتایج طرح، سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری در :

- برنامه‌های فرهنگی، تنها در معرفی وظایف شهروندی مثبت تر از کلاس‌ها ارزیابی شده است ولی در پر کردن اوقات فراغت و بیکاری، نشاط و شادابی و رضایت مخاطبان، کلاسها موفق‌تر از برنامه‌های فرهنگی بوده‌اند.
- بین موفقیت برنامه‌های فرهنگی و کلاس‌های برگزارشده توسط سازمان در دستیابی به تقویت احساس تعلق محلی مخاطبان، تقویت همبستگی، معرفی فرهنگ شهروندی و تقویت روحیه مشارکت تفاوت معنی داری، بین این دو برنامه مشاهده نگردید.
- درمقایسه اثر بخشی فعالیت‌های خانه‌های فرهنگ (به طور کلی)، بیشترین میانگین رتبه‌ای، در دستیابی به اهداف، مربوط به فرهنگ شهروندی (۹,۸۵)، رضایت مخاطبان (۹,۱۲) و نشاط و شادابی (۷,۲۵) می باشد و کمترین میانگین رتبه‌ای مربوط به پر کردن اوقات بیکاری (۱,۸۸) و تقویت همبستگی (۲,۱۹) است
- از نظر مخاطبان، در مجموع موفق‌ترین خانه‌های فرهنگ پانزده و هفت در دستیابی به اهداف مطرح شده‌اند و خانه‌های فرهنگ نه و یازده کمتر موفق بوده‌اند
- به طور کلی در پاییز سال ۱۳۸۴ محوریت با آموزشهای فنی و مهارتی بوده، و در پاییز سال ۸۵ با آموزشهای شهروندی می‌باشد. این تغییر رویکرد نشان از شناخت دقیق تر اهداف سازمانی می‌باشد.
- احساس تعلق به محله (هفتاد و پنج درصد مخاطبان در حد کم است) نسبت به احساس تعلق به شهر (سی و هفت درصد مخاطبان در حد کم است) کمتر است که در وضعیت نا مناسبی قرار دارد لذا هم در نگاه عمرانی به شهر مشهد باید عدالت توزیعی انجام گیرد و همچنین برنامه‌ها و فعلیت‌ها در جهت تقویت هویت محله ای گسترش یابد. برنامه‌های کنونی نسبت به برنامه‌های گذشته ( جشنواره شهر بهشت ۲۷,۳ درصد) در جذب مخاطبین جدید (حدود پنجاه درصد) موفق‌تر عمل نموده است [۴] لذا مخاطبان تمایل به تداوم و نیازمند برنامه‌های اجرایی هستند.
- خانه‌های فرهنگ در جذب فرزندان خانواده‌های با تحصیلات بالا کمتر موفق بوده است. بیشترین مخاطبان برنامه‌ها و کلاس‌های آموزشی از طبقات اجتماعی پایین بوده است.

## ۱۷. پیشنهادهای کاربردی برای بهبود فرآیند فعالیتهای خانه‌های فرهنگ :

۱. با توجه به اینکه حدود شصت و پنج درصد مخاطبان، در روز، بیش از سه ساعت وقت بیکاری دارند لذا در اولین گام، با توجه به اینکه طی تحقیقات انجام شده در ارتباط با انحرافات رابطه مستقیم بین نحوه گذران اوقات بیکاری و انحرافات تأیید گردیده است [۸]، ضرورت تداوم و گسترش این گونه فعالیت‌ها بر همگان روشن می باشد. از طرفی، زمینه برای گسترش و تداوم فعالیت‌ها باقی است زیرا با توجه به نظر مخاطبان، تا کنون حدود سی درصد از مردم محلات حضور فعال داشته و از طرفی حدود هفتاد درصد تمایل به شرکت مجدد داشته‌اند .
۲. با توجه به اینکه حدود شصت و پنج درصد مخاطبان با هدف گذران اوقات فراغت در خانه‌های فرهنگ حضور می‌یابند، برنامه‌ها و کلاس‌ها باید ویژگی یک فعالیت متناسب با اوقات فراغت را دارا باشند.
۳. احساس تعلق به محله (هفتاد و پنج درصد مخاطبان در حد کم است) نسبت به احساس تعلق به شهر (سی و هفت درصد مخاطبان در حد کم است) در وضعیت مطلوبی نیست لذا هم در نگاه عمرانی به شهر مشهد باید عدالت توزیعی انجام گیرد و همچنین برنامه‌ها و فعالیت‌ها در جهت تقویت هویت محله‌ای گسترش یابد. به طور مثال، با معرفی افراد خیر، فداکار و اندیشمند محله و تقدیر از آنان، هویت محله‌ای تقویت شود که خود لازمه ادغام شدگی در شهر می باشد و یکی از ضرورت‌ها و پیش نیازهای مدیریت شهر می باشد.

۴. بیشترین اطلاع یابی مخاطبان (حدود چهل در صد) از طریق خانه‌های فرهنگ صورت گرفته، لذا گزینه اول پیشنهادی این پژوهش برای تبلیغات در سال‌های آتی تبلیغ توسط خانه‌های فرهنگ است. حتی اطلاع رسانی شفاهی انجام گیرد.
۵. برنامه‌های کنونی نسبت به برنامه‌های گذشته (جشنواره شهر بهشت ۲۷,۳ درصد) در جذب مخاطبین جدید (حدود پنجاه درصد) موفق تر عمل نموده است [۵] لذا مخاطبان تمایل به تداوم و تنوع رشته‌ها هستند.
۶. زمان و مکان‌های مناسب برای برگزاری فعالیت‌های خانه‌های فرهنگ، به ویژه برنامه‌های فرهنگی انتخاب گردد.
۷. در کلاس‌های مهارتی، اعطاء گواهینامه می‌تواند انگیزه مخاطبان را افزایش دهد. (الزام انگیزی).
۸. خانه‌های فرهنگ در جذب فرزندان خانواده‌های با تحصیلات بالا کمتر موفق بوده است لذا برای پوشش بیشتر باید زمینه‌ای جهت جذب این گروه‌ها نیز بیشتر فراهم گردد.
۹. بیشترین موفقیت را خانه‌های فرهنگ در جذب خانم‌های خانه دار (۴۲,۵ درصد) داشته‌اند لذا در جهت جذب سایر گروه‌ها و بخشهای جامعه نیز باید تلاش نماید.
۱۰. در تقویت احساس تعلق به محله در مناطق محروم، تقویت مشارکت و همکاری در مناطق برخوردار، تقویت فرهنگ شهروندی در مناطق نیمه برخوردار، آشنایی با حقوق خود و وظایف شهرداری و آشنایی با وظایف خود و حقوق شهرداری در مناطق برخوردار، ایجاد نگرش مثبت به شهرداری در مناطق نیمه محروم، رضایت مخاطبان در مناطق محروم، بیشتر تلاش نمود و در سایر محورها تفاوت معنی‌داری بین مناطق مختلف مشهد مشاهده نگردیده است.
۱۱. تنها در معرفی وظایف شهروندی، برنامه‌های فرهنگی مثبت تر از کلاس‌ها ارزیابی شده است ولی در پر کردن اوقات فراغت و بیکاری، نشاط و شادابی و رضایت مخاطبان کلاس‌ها موفق تر از برنامه‌های فرهنگی بوده‌اند. بنابراین توجه به اهداف، به ویژه در برنامه‌های فرهنگی ضروری است و حتی بعضا مسئولین خانه‌های فرهنگ نیز به اهداف اشراف ندارند.
۱۲. برنامه‌های فرهنگی اجرا شده در مراکز، می‌تواند به شکل سی دی به مراکز دیگر جهت استفاده ارسال شده و یا حتی الامکان در جلسه‌ای با حضور مدیران و کارشناسان فرهنگی به نقد و بررسی گذاشته شود.

## منابع و مآخذ

۱. بازرگان، عباس؛ *ارزشیابی آموزشی*، تهران، انتشارات سمت، ۱۳۸۰.
۲. پویان، حسن؛ *فرهنگ جامعه شناسی*، تهران، انتشارات پژمان، ۱۳۷۰.
۳. جباری، لطفعلی؛ «سنجش اثر بخشی برنامه‌های آموزشی در سازمان‌ها»، ماهنامه تدبیر، سال سیزدهم، شماره ۱۲۷، ۱۳۸۱.
۴. حسینی، کمال الدین؛ *بررسی اثربخشی جشنواره تابستانی خانه‌های فرهنگ مشهد، سازمان فرهنگی - تفریحی شهرداری مشهد، تابستان، ۱۳۸۳*.
۵. حسینی، کمال الدین؛ *بررسی اثربخشی جشنواره شهر بهشت شهر مشهد، سازمان فرهنگی - تفریحی شهرداری مشهد، زمستان، ۱۳۸۴*.
۶. دفت، ریچارد؛ *تئوری سازمان و طراحی ساختار، ترجمه پارسائیان و اعرابی*، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ اول، ۱۳۷۸.
۷. زمانی، زهره؛ *بررسی اثربخشی ساختار سازمانی شهرداری تهران از دیدگاه مدیران و کارکنان*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران، ۱۳۷۸.
۸. ستوده، هدایت ا...؛ *آسیب شناسی اجتماعی*، تهران، آثای نور، ۱۳۷۴.
۹. عسگریان، مصطفی؛ *مدیریت نیروی انسانی*، تهران، انتشارات امنیرکبیر، ۱۳۷۱.
۱۰. عمادزاده، مصطفی؛ *مباحثی از اقتصاد آموزش و پرورش*، چاپ پنجم، انتشارات جهاد دانشگاهی اصفهان، ۱۳۷۳.
۱۱. هال، ریچارد؛ *سازمان*، ترجمه علی پاریسیان و سید محمد اعرابی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۷۶.

12. Blessing , lucienne T.M , Chakarabarti ,Amarash :DRM , a design research methodology , springer, 2009.