

## مقایسه تطبیقی سازمان‌های مردم‌نهاد در ایران و انگلستان: ساختار و مکانیزم پاسخگویی (با تأکید بر رسانه‌های اجتماعی)

رحیم سرهنگی<sup>۱</sup> | زینب مرادی نژاد<sup>۲</sup>

۱. دکتری مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه صنعتی شریف، تهران، ایران. رایانامه [Rahim.Sarhangi.ir@gmail.com](mailto:Rahim.Sarhangi.ir@gmail.com)
۲. نویسنده مسئول، دکتری جامعه‌شناسی سیاسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، مدرس دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول). رایانامه [z.moradinezhad@gmail.com](mailto:z.moradinezhad@gmail.com)

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	سازمان‌های مردم‌نهاد تجلی اعتماد و تلفیق‌کننده سیاست‌های کلان و مطالبات مردمی به ویژه در ارائه خدمات به نیازمندان هستند. با این حال، در صورتی که استراتژی‌های اخذ شده از سوی آنها با اقدامات دولت در این زمینه در راستای هم-افزایی یکدیگر قرار نگیرد، چه بسا به تهدیدی برای جامعه بدل گردند که مشکلات موجود را مضاعف نمایند. بنا به شواهد، اقدامات این سازمان‌ها با عملکرد دولت در انگلستان گویای این هم‌راستایی است. از این رو، مقاله حاضر بر آن بود با انجام یک مطالعه تطبیقی، سازمان‌های مذکور را از دو جنبه ساختار و مکانیزم پاسخگویی (با تأکید بر رسانه‌های اجتماعی) مقایسه نماید. این مقاله با رویکرد کیفی و روش اسنادی - کتابخانه‌ای و با چارچوب مفهومی «مشارکت اجتماعی»، «خبر عمومی» و «کارکرد پاسخگویی رسانه‌های اجتماعی» انجام شده است. سازمان‌های مردم‌نهاد در ایران و انگلستان در بعد ساختار شبیه به یکدیگر هستند ولی در مورد پاسخگویی به طور عام و استفاده از رسانه‌های اجتماعی به عنوان یکی از مکانیزم‌های پاسخگویی عملکرد، دولت انگلستان تعامل بهتر و پایدارتری را ایجاد نموده است. بر مبنای یافته‌های پژوهش و در راستای کاربردی نمودن نتایج، می‌توان چند توصیه را در مورد سازمان‌های هم‌تا در ایران مطرح نمود: ۱. در فرایند سیاست‌گذاری و خط مشی، در کنار دولت و سازمان‌های دولتی، برای سازمان‌های مردم‌نهاد نیز سهمی قائل گردند ۲. یک تقسیم کار مدیریت شده بین سازمان‌های دولتی و مردم‌نهاد صورت پذیرد. ۳. سازمان‌های مردم‌نهاد باید در ایجاد شایستگی فنی برای کارکنان
تاریخ دریافت:	۱۴۰۲/۰۷/۰۹
تاریخ بازنگری:	۱۴۰۰/۰۸/۰۹
تاریخ پذیرش:	۱۴۰۰/۰۹/۲۴
تاریخ انتشار:	۱۴۰۱/۰۹/۳۰
کلیدواژه‌ها:	سازمان‌های مردم‌نهاد، انگلستان، ساختار، مکانیزم پاسخگویی و رسانه‌های

اجتماعی. خود جهت استفاده مؤثر از رسانه‌های اجتماعی سرمایه‌گذاری کنند. همچنین در اتخاذ برنامه و استراتژی مدونی جهت به کارگیری این رسانه‌ها در راستای پاسخگویی بهتر تأکید داشته باشد.

کلیدواژه‌ها: سازمان‌های مردم‌نهاد، انگلستان، ساختار، مکانیسم پاسخگویی و رسانه‌های اجتماعی.

**استناد:** سرهنگی، رحیم و مرادی نژاد، زینب (۱۴۰۲). مقایسه تطبیقی سازمان‌های مردم‌نهاد در ایران و انگلستان: ساختار و مکانیزم پاسخگویی (با تأکید بر رسانه‌های اجتماعی). علوم خبری، ۱۱ (۳)، ۲۰-۱.

DOI: <http://doi.org/00000000000000000000000000000000>



© نویسندگان.



## ۱. بیان مسئله

در طول چند دهه گذشته، تعداد سازمان های مردم نهاد (*NGO*<sup>۱</sup>) افزایش یافته است و در زمینه های مختلف و همچنین در سطوح محلی، ملی و بین المللی در حال فعالیت هستند. بر این اساس، سازمان های مردم نهاد به عنوان بازیگران مهم در ارائه خدمات حمایتی شناخته شده اند و تلاش های آنها جهت بازسازی در اندونزی، هند، تایلند و سری لانکا پس از فاجعه سونامی ۲۰۰۴، گویای این مطلب است. سازمان های مذکور در تلاش بوده اند تا خدمات حمایتی را ارائه نمایند. لازم به ذکر است که سازمان های مردم نهاد بیشتر به خاطر انجام یکی از این دو شکل اصلی فعالیت شناخته می شوند: ارائه خدمات اساسی به افراد نیازمند و سازمان دهی حمایت از سیاست ها و کمپین های عمومی برای تغییر.

از این رو، بسیاری از سازمان های مردم نهاد با مأموریت رفع فقر و کاهش آلام مردم در سطح جهان فعالیت خود را آغاز نموده اند. سازمان های مذکور بر یک یا چند موضوع همچون رفع فقر، توسعه روستایی، افزایش سطح سواد عمومی، توسعه اجتماعی، حقوق بشر، حفظ محیط زیست و سایر مسائل اجتماعی دیگر متمرکز شده اند. شرایط فعلی جهان و بروز مسائل و معضلات مختلف برآمده از جهانی شدن و سیاست های توسعه ای خاص، گروه ها و افراد مطرود، مشکلات زیست محیطی و بهداشتی، همراه با کاهش نقش دولت ها و عدم توانایی و پاسخگویی آنها در حل مسئله و معضلات و یا بی توجهی به این گونه موارد، فعالان جامعه مدنی و تشکل های داوطلب را به عنوان نیروی کارا و اثربخش به میدان آورده است. پیگیری مطالبات و نیازهای جامعه، کمک به توسعه پایدار و ایجاد بستری برای مشارکت در توسعه از توانمندی های سازمان های مردمی است و در واقع، رکن سوم جامعه را تشکیل می دهد (قانعی راد و حسینی، ۱۳۸۳: ۹۸). این سازمان ها می توانند نقش مهم و قابل توجهی در افزایش سطح رفاه در کشورها ایفا کنند. بنابراین، منابع مالی محدود و در پاره ای از موارد زیرساخت های ضعیف در سازمان های دولتی، به سازمان های مردم نهاد این امکان را می دهد که نقش حمایتی در مدیریت، اجرا و ارائه

---

<sup>1</sup>- Non-Governmental Organization

برنامه‌ها و سیاست‌های مرتبط با رفاه و تأمین اجتماعی ایفا کنند (کیتز، موریسون و لیف، ۲۰۰۶).

بر این اساس، سازمان‌های مردم‌نهاد به واسطه نهاد میانجی بین جامعه محلی و دولت، در موقعیت بهتری قرار دارند و می‌توانند اثربخشی بیشتری داشته باشند. آن‌ها می‌توانند یک پلتفرم بی‌طرف برای تشویق گفت‌وگو و تسهیل تعامل جامعه و شهروند-اقتدار بین بازیگران مختلف فراهم کنند.

یکی از کشورهایی که در آن دولت بخوبی توانسته است در ارائه خدمات به نیازمندان، از سازمان‌های مردم‌نهاد بهره‌مند شود، انگلستان است. به نظر می‌رسد وجود ارتباط مطلوب بین سازمان‌های مردم‌نهاد و دولت در این کشور ناشی از قانونمند و پاسخگو بودن این تعامل است؛ بدین معنا که وجود قوانین حاکم بر حوزه و دامنه فعالیت‌های دو طرف این اثربخشی در رابطه را ایجاد کرده است (کلی، ۲۰۱۹: ۱۵-۱۴). از این‌رو، دولت انگلستان در استراتژی‌های خود جهت دستیابی به توسعه بین‌المللی، یکی از برنامه‌های خود را پاسخ به مطالبات نیازمندان عنوان نموده و مسیر تحقق آن را همکاری و تعامل بین دولت، سازمان‌های مردم‌نهاد و آژانس‌های سازمان ملل دانسته است (دفتر خارجی، مشترک المنافع و توسعه، ۲۰۲۲: ۱۳). بر این مبنای، لازمه چنین سوژگی‌ای از سوی سازمان‌های مردم‌نهاد، این است که به طور موثری در فرآیندهای سیاست‌گذاری دولت به عنوان یکی از عناصر چرخه سیاست‌گذاری مشارکت کنند. علاوه بر این، مسئله مهم دیگر، پاسخگویی این سازمان‌ها در انگلستان در قبال دولت و سایر سازمان‌هاست.

ابزارهای مختلفی برای پاسخگو ساختن کارکنان سازمان‌ها وجود دارد، به کارگیری همزمان ابزارهای مختلف از سوی کشورها، به عنوان مفهوم چند بعدی به منظور نیل به نظام پاسخگویی مناسب هم محتمل و هم مطلوب است. در چنین حالتی، مجموعه‌ای از موسسات مانند انجمن‌های محلی، کمیته‌های حسابرسی عمومی و رسانه‌ها می‌توانند به عنوان ابزار، یا به کار گیرنده ابزار مورد استفاده قرار گیرند، ولی یک ابزار مشخص لزوماً به معنای به کارگیری موثر آن نیست (ترنر و هیوم، ۱۳۷۹: ۱۶۰).

رسانه‌های اجتماعی یکی از اهرم‌های موثر بر پاسخگویی سازمان‌ها و بیان‌کننده خواسته‌های مردم به شمار می‌روند، این ابزار اجتماعی در یک نظام در یک نظام مردمی،

امکان تبادل نظرات و اطلاعات را فراهم می کند و دولت و مردم را در جریان موضع و خواسته های یکدیگر قرار می دهد (هاشمی، ۱۳۷۴: ۳۲۸ - ۲۹۸).

در سازمان های مردم نهاد انگلستان، پاسخگویی در قبال دولت و سایر سازمان ها به وسیله کمیته خیریه و رسانه های اجتماعی تحقق می پذیرد.

بر این اساس، با هدف درس آموزی از تعامل سازمان های مردم نهاد و دولت در انگلستان لازم است در ابعادی همچون معرفی سازمان های مذکور و سازوکار پاسخگویی آنها (با تأکید بر رسانه های اجتماعی)، مطالعه ای تطبیقی با سازمان های همتا در ایران صورت پذیرد.

بنابر آنچه گفته شد، پژوهش حاضر بر آن است به دو سوال زیر پاسخ دهد:

۱. ساختار سازمان های مردم نهاد در ایران و انگلستان به چه صورت است؟ (ویژگی های اساسی و کارویژه های آنها)
۲. مکانیسم پاسخگویی (با تأکید بر رسانه های اجتماعی) سازمان های مردم نهاد در ایران و انگلستان چگونه است؟

## ۲. پیشینه پژوهش

لطفی خاچکی و ایمانی جاجرمی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «مطالعه موانع شناساندن مسائل اجتماعی به جامعه توسط سازمان های مردم نهاد با روش نظریه مبنایی» چنین بیان داشتند که اعتبار اجتماعی سازمان های مردم نهاد نزد اذهان عمومی و نوع ارتباط و نسبت آن ها با نهادهای رسمی نیز در آشناسازی مسائل اجتماعی نقش دوگانه ای دارد؛ در واقع از جهاتی محدودکننده و از جهاتی تسهیل کننده است. در این شرایط سازمان های مردم نهاد عمدتاً مسائل را به صورت فردی تحلیل و به مخاطب ارائه می کنند. همچنین این مسائل را به خوبی ملموس و قابل لمس نمی سازند. از سوی دیگر سازمان های مردم نهاد با برجسته ساختن ابعاد وخیم و زننده آسیب های اجتماعی، متهم به تحریف واقعیت ها و نوعی سیاه نمایی هستند. این چالش ها مانع عمومی شدن مسائل اجتماعی مورد توجه سمن ها و متقاعدشدن جامعه در کمک به رفع آن می شود. در نتیجه مشکلات اقشار آسیب پذیر از زندگی روزمره مردم جدا می ماند و موج اجتماعی برای مقابله با معضلات اجتماعی در سطح جامعه شکل نمی گیرد. رزاقی و رضایی و

همکاران (۱۴۰۱) پژوهشی با عنوان «واکاوی نقش سازمان‌های مردم‌نهاد در بازاحیا و پایداری مناطق زلزله زده استان کرمانشاه» انجام دادند. نتایج نشان می‌دهند که این سازمان‌ها در بازاحیا و پایداری مناطق زلزله زده نقش بسزایی داشته‌اند و در صورت برنامه ریزی و سیاست‌گذاری صحیح می‌توان از مشارکت حداکثری سازمان‌های مردم‌نهاد فعال به عنوان بازوهای پرتوان در بازسازی و پایداری مناطق آسیب‌دیده در بحران‌های آینده بهره برد. هرد (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «تسهیل راه اندازی و اداره یک موسسه خیریه، شرکت اجتماعی یا سازمان داوطلبانه» چنین بیان داشت که دولت می‌خواهد پتانسیل عظیم جامعه مدنی را برای بهبود زندگی بیشتر باز کند. چالش ما تطبیق این هدف با نیاز کوتاه مدت برای کاهش کسری است. شرایط سخت اقتصادی و اصلاحات رادیکال بخش عمومی، محیط بسیار چالش برانگیزی را برای این بخش ایجاد می‌کند. پول کمیاب است و تقاضاهای بیشتری از بسیاری از سازمان‌های جامعه مدنی مطرح می‌شود. اما تغییر در این مقیاس هم در بخش دولتی و هم در بخش خصوصی فرصت‌های بزرگی را برای سازمان‌های جامعه مدنی به ارمغان می‌آورد که می‌تواند منجر به نوآوری شود. حمایت از جامعه مدنی دارای سه محور است: ۱. ایجاد سهولت در راه اندازی و اداره یک سازمان جامعه مدنی، مانند یک موسسه خیریه، شرکت اجتماعی یا سازمان داوطلبانه. ۲. جذب منابع بیشتر به بخش - هم زمان و هم پول. ۳. سهولت مشارکت سازمان‌های جامعه مدنی در ارائه خدمات عمومی. باند (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان «حکمرانی خوب برای حفاظت: راهنمای هیئت‌های سازمان‌های غیردولتی بریتانیا» انجام داد. این راهنما برای متولیان همه سازمان‌های غیردولتی بین‌المللی است که به‌عنوان موسسات خیریه صرف نظر از اندازه آنها یا اینکه آیا مستقیماً در ارائه برنامه مشارکت دارند یا خیر، در بریتانیا ثبت شده‌اند. هدف این راهنما کمک به متولیان سازمان‌های غیردولتی بریتانیا است. این راهنما بر نقش نظارتی و حاکمیتی هیئت‌های امنای سازمان‌های غیردولتی بریتانیا تمرکز دارد، اما در انجام این کار، آنچه که هیئت باید از مدیران اجرایی یا مدیریت موسسات خیریه انتظار داشته باشد را مشخص می‌کند. پی. دیکسون (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان «تأثیر آنلاین نسبی سازمان‌های غیردولتی، شرکت‌ها و رسانه‌ها در انگلستان» چنین بیان داشته است که این پژوهش میزان تأثیر سازمان‌های غیردولتی، شرکت‌ها و سازمان‌های رسانه‌ای برتر بریتانیا را بر توجه

نمایندگان مجلس عوام بریتانیا در همان زمینه بازی - رسانه‌های اجتماعی، بررسی می کند. نتایج حمایت گسترده‌ای را از نفوذ رسانه‌های اجتماعی و شرکت‌ها بر سازمان‌های غیر دولتی نشان می‌دهد.

از این‌رو، همان‌طور که مشاهده می‌گردد در مورد سازمان‌های مردم نهاد داخل کشور و در سطح کشورهای مختلف، پژوهش‌های زیادی صورت پذیرفته و به بسیاری از جنبه‌های آن پرداخته شده است. اما پژوهشی که به طور اختصاصی به مقایسه تطبیقی سازمان‌های مذکور در ایران و سایر کشورها پرداخته شده باشد و به ویژه ساختار و مکانیسم‌های پاسخگویی آنها در قبال دولت و سایر سازمان‌ها (با تأکید بر رسانه‌های اجتماعی) را مورد بررسی قرار داده باشد، صورت نگرفته است. لذا پژوهش حاضر بر آن است که این خلا پژوهشی را مرتفع نماید و در این راستا در دو مورد اشاره شده (ساختار سازمان‌های مردم نهاد و دولتی و همچنین مکانیسم پاسخگویی آنها و نقش رسانه‌های اجتماعی در این مورد خاص) به مطالعه سازمان‌های مذکور در ایران و انگلستان بپردازد و در نهایت راحل‌هایی جهت افزایش ظرفیت و توان سازمان‌های هم‌تا در ایران در دو بعد افزایش تعامل و همکاری با سازمان‌های دولتی و تعیین مکانیسم تنظیم‌گر، ارائه نماید.

### ۳. چارچوب مفهومی

چارچوب مفهومی پژوهش حاضر حول سه مفهوم «مشارکت اجتماعی»<sup>۱</sup>، «خیر عمومی»<sup>۲</sup> و «کارکرد پاسخگویی رسانه‌های اجتماعی» شکل گرفته که در بحث مشارکت اجتماعی از نظریه «دیوید بنتام»<sup>۳</sup>، در بحث خیر عمومی از دیدگاه «یورگن هابرماس»<sup>۴</sup> و در بحث کارکرد پاسخگویی رسانه‌های اجتماعی از نظریه «هارولد لاسول» بهره جسته است.

«دیوید بنتام» در کتاب «دمکراسی و حقوق بشر»<sup>۵</sup> (۱۹۹۹) مشارکت اجتماعی را یکی از معیارهای جامعه پویا و دینامیک می‌داند و چنین بیان می‌دارد که: «ارزیابی

1 - Social participation

2 - Common good

3 - David Beetham

4 - Jürgen Habermas

5 - Democracy and human rights

آگاهی اجتماعی و توسعه انسانی در جامعه نباید به پای صندوق‌های رأی و انتخابات محدود و محصور شود. مادامی که از حقوق عمومی سخن به میان می‌آید خیلی سریع ذهن‌ها به سوی سهم مردم در ساختار سیاسی متمرکز می‌شود. حال این که مشارکت اجتماعی مردم معیار مناسبی برای تعیین جایگاه مردم در ساختار سیاسی یک کشور است. مشارکت اجتماعی آنها بیشتر در امور غیر سیاسی و در قالب سازمان‌های مردم‌نهاد معنا پیدا می‌کند. هنگامی که مردم برای اداره بخشی از امور زندگی خود یا کمک به هم‌نوعان به صورت داوطلبانه وارد عرصه کار می‌شوند، این کار گروهی و جمعی در نهایت به خدمات رسانی مردم به مردم ختم می‌شود. در مشارکت اجتماعی بهره‌وری و اثربخشی دو سویه وجود دارد. از یک طرف، مردمی که از توانمندی مالی، ذهنی و تخصصی برخوردارند با ارائه خدمات انسان دوستانه در حوزه فقرزدایی، کمک به تحصیل، کمک به بیماران و امثال آن مشارکت می‌کنند و از طرف دیگر، این کمک‌ها به تقویت روحیه خودباوری، مشارکت و مسئولیت‌پذیری در میان شهروندان ختم می‌شود که این امر در نهایت به نفع دولت‌هاست» (بی‌نام، ۱۳۸۴: ۲۳). طبق نظریه «دیوید بیتام» یکی از ارزش‌های بنیادی و معیارهای توسعه یافتگی جوامع، میزان مشارکت اجتماعی شهروندان در امور جامعه است. سازمان‌های مردم‌نهاد، حوزه‌های مختلف اجتماعی شهروندان را در یک جامعه تحت پوشش قرار می‌دهند.

یورگن هابرماس معمولاً با مفهوم حوزه عمومی و نظریه کنش ارتباطی‌اش شناخته شده است. حوزه عمومی به مثابه نتیجه ارتباط جامعه و دولت، فراهم‌کننده امکان گفتگو و نقد آشکار ابعاد، جنبه‌ها و ساختارهای گوناگون چیره بر زندگی اجتماعی است. به زعم وی، حوزه عمومی، جایگاهی در میان جامعه مدنی و دولت دارد و به واسطه آن بحث عمومی انتقادی در خصوص مسائل همگانی نهادینه می‌شده است. هابرماس این حوزه را دارای تباری اجتماعی، انتقادی و کارکردهای سیاسی مشخصی همچون استقلال حوزه خصوصی و نیز شکل‌گیری نهادهای مدنی و سازمان‌های مردم‌نهاد می‌داند. از این‌رو، با در نظر گرفتن بنیاد مسائل و مباحث موجود در خصوص مفهوم حوزه عمومی هابرماس و تحلیل ارتباط آن با خیر عمومی و کالاهای عمومی، مسئله سازمان‌های مدنی با مفهوم خیر عمومی در نظر گذرانده می‌شود.



مجموع امور خیرخواهانه را که به وسیله کنش های جمعی در طی دوره ای شکل می-گیرد و از طرف اکثریت اعضای آن جامعه، مطلوب، خواستنی و خیر به طور عام تلقی می شود، می توان خیر عمومی نامید (ریش<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸). کاهیل<sup>۲</sup> (۲۰۰۴) خیر عمومی را به عنوان یک تشکلی برای همبستگی افراد که چیزی فراتر از منافع تک تک افراد در کل جامعه است، تعریف می کند (کاهیل، ۲۰۰۴: ۴) که آشکارترین نمود آن را می توان در سازمان های مردم نهاد دید.

مشخصه خیر عمومی این است که نمی توان آن را به تنهایی توسط افراد تعریف کرد؛ آنها توسط افراد به طور جداگانه قابل ساخت و ایجاد نیستند و یا فقط به دلیل نوعی همکاری اجباری نیز وجود ندارند. خیر عمومی به دلیل یک سنت عمل مشترک وجود دارد که آن را امکان پذیر می کند و در آن مردم آزادانه مشارکت می کنند، در نتیجه حفظ می شود و توسعه می یابد. بدون تردید افراد خاص ممکن است آزادانه شروع به مشارکت یا توقف در این کار کنند. اما این امور خیر بیش از آن که به سادگی با انتخاب فردی از یک منبع موجود قابل دستیابی باشند، تنها به وسیله کنش مشترک با هم تولید می شوند.

هارولد لاسول که پژوهش های گسترده ای درباره تبلیغات جنگ جهانی اول انجام داده بود و همچنین با توجه به اهمیت پیدا کردن رسانه ها و نیاز به شناسایی مخاطبان، پژوهش های خاصی را در دهه های ۳۰ و ۴۰ در آمریکا انجام داد، وی در سال ۱۹۴۸ در مقاله ای با عنوان ساخت و کارکرد ارتباطات در جامعه سه نقش عمده برای رسانه ها را مشخص و تعریف کرد:

۱. نظارت بر محیط (نقش خبری): نظارت بر محیط و ضرورت هماهنگی افراد با تغییرات جامعه و لزوم انتشار در جامعه را توجیه می کند. برای این که فرد بهتر بتواند به زندگی جمعی ادامه دهد و در صحنه فعالیت های اجتماعی راه مناسب تر را برگزیند و وظایف خود را با آگاهی کامل به عهده گیرد، باید همیشه در جریان رویدادهایی که در محیط اطراف و در دنیای بزرگ وی روی می دهند، قرار داشته باشد.

۲. ایجاد و توسعه همبستگی های اجتماعی افراد (نقش راهنمایی): ضرورت تکمیل اخبار و تجزیه و تحلیل و تبیین خبر به طور کلی راهنمای افکار عمومی مطرح می شود،

---

<sup>۱</sup> - Reisch

<sup>۲</sup> - Cahill

در این مورد همه تفسیرها از متن کلی سیاست‌های خبری جدا نیستند. نقش رهبری کننده وسایل ارتباطی و تأثیر آنها در بیداری و ارشاد افکار عمومی، در حال حاضر بر هیچ کس پوشیده نیست و هر روز بر اهمیت آن افزوده می‌شود.

۳. انتقال میراث فرهنگی (نقش آموزشی): در این نقش، معیارهای خاصی برای انتقال به جوامع دیگر انتقال می‌یابند. وسایل ارتباط جمعی، عقاید مربوط به دموکراسی، آزادی فردی و حقوق بشر را به عنوان بهترین معیارها و شاخصه‌های نظام حاکم در غرب پا بر جا نگه می‌دارند و در نیا ترویج می‌کنند (متانی و حسن پور، ۱۳۹۳: ۶۴).

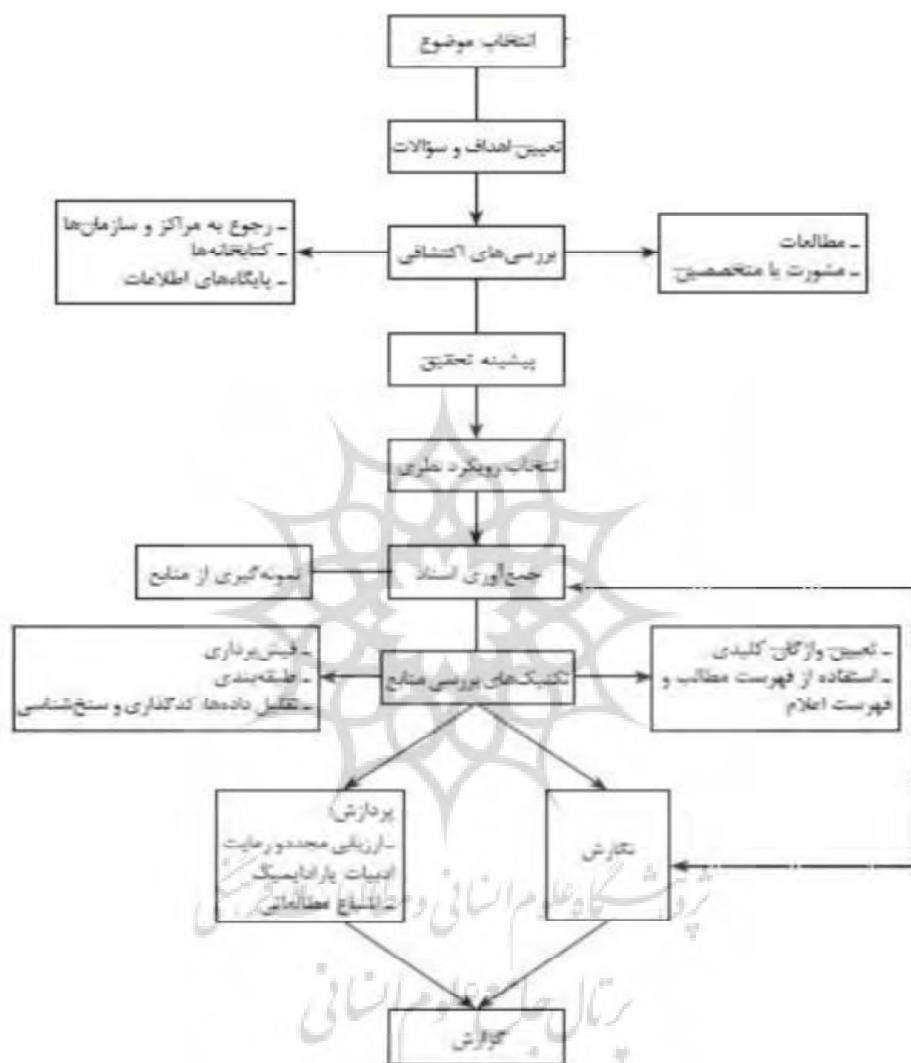
بر این اساس می‌توان چنین نتیجه گرفت که سازمان‌های مردم نهاد با مشارکت سیاست‌های کاهش فقر در جامعه باعث می‌شوند تا صدای ناشنیده برخی از افراد و گروه‌های جامعه به گوش سیاستگذاران برسد و نسبت به مسائل آنها حساس شوند و در جهت رفع آنها تلاش نمایند. علاوه بر این، به نظر می‌رسد سه نقش نظارت بر محیط (رویکرد نظارتی)، ایجاد و توسعه همبستگی اجتماعی بین افراد (تجمیع خواسته‌های افراد و پیگیری آنها، و نقش آموزشی (رویکرد آموزشی) رسانه‌ها به طور کلی و رسانه‌های اجتماعی به طور ویژه موجبات ارتقای نظام پاسخگویی آنها را فراهم می‌آورد.

#### ۴. روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر، پژوهش اسنادی است؛ پژوهش اسنادی، مبتنی بر شواهد برگرفته از مطالعه اسناد؛ مانند آرشیوها یا آمار رسمی است (مجدفر، ۱۳۸۳: ۲۷۶). اسنادی که در پژوهش اسنادی مورد استفاده قرار می‌گیرند عمدتاً شامل اطلاعات و نتایجی است که توسط نویسندگان و پژوهشگران قبلی در حوزه مورد بحث فراهم گردیده‌اند (گیدنز، ۱۳۹۸: ۷۲۶). پژوهشگران با مراجعه به سایت‌های علمی داخلی و خارجی به متون دست یافته‌اند و آنها را براساس اهداف و جهت‌گیری مطالعه دسته‌بندی نموده‌اند. البته باید توجه نمود که همه منابع دارای ارزش علمی و محتوایی یکسانی نیستند و بر این اساس، از بین منابع به دست آمده، دست به گزینش و نمونه‌گیری زدند. نمونه‌گیری مورد استفاده، از نوع هدفمند بوده است؛ بدین معنا که اسناد زیادی در خصوص سازمان‌های مردم نهاد در دو کشور ایران و انگلستان مورد بازبینی و بررسی قرار گرفت و در نهایت اسنادی انتخاب شده است که پژوهشگران را به هدف مطالعه

نزدیک تر نماید. به بیان دیگر، اسنادی برگزیده شدند که از اطلاعات آنها جهت پاسخ به سوالات مقاله استفاده شود. لازم به ذکر است منابع منتخب، اسناد بالادستی نبوده بلکه مقالات منتشر شده در فصلنامه های معتبر بودند.

به بیان دیگر، همان طور که شکل زیر، مراحل عملیاتی شدن روش اسنادی را نشان داده شده است، پس از انتخاب موضوع و مطرح نمودن دو سوالات پژوهش، در گام ابتدایی برای بررسی پیشینه تجربی و نظری موضوع، به مراکز و سازمان ها، کتابخانه ها و پایگاه های اطلاعاتی رجوع کرده و اطلاعات لازم گردآوری و پردازش شدند تا پژوهشگران به یک پیشینه تجربی و نظری متناسب و درخوری دست یافتند. در گام بعدی، جهت پاسخ دادن به سوالات پژوهش نیز، با تعیین کلید واژه های مناسب، مقالات و منابع مرتبط (داخلی و خارجی) جستجو شد و از بین آنها منابعی که مفید تشخیص داده شد و در واقع توانایی پاسخ به سوالات پژوهش را داشتند، گزینش، دسته بندی و کدگذاری شدند. از منابع مربوطه، فیش برداری شد و پس از مرتب نمودن فیش ها، مورد پردازش و تحلیل قرار گرفتند و در نهایت با استفاده از مطالب استخراج شده، کار نگارش آغاز گردید. البته در حین نگارش، دوباره و چندباره به منابع منتخب جهت فهم بهتر مطالب رجوع می شد و تا مرحله پایانی که تدوین گزارش بود، این عمل رفت و برگشت تکرار گردید.



شکل ۱. خلاصه فرایند و مراحل روش پژوهش اسنادی

## ۵. یافته‌های پژوهش

در ابتدا ویژگی‌های اساسی و کارویژه‌های سازمان‌های مردم نهاد و در ادامه مکانیسم پاسخگویی سازمان‌های مذکور با تأکید بر رسانه‌های اجتماعی در ایران و انگلستان بیان شده است.

### ۵-۱ ساختار سازمان‌های مردم نهاد (ویژگی‌های اساسی و کارویژه‌های آنها)

#### ۵-۱-۱ ایران

از جمله ویژگی‌های اساسی سازمان‌های مردم نهاد ایران می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

**غیر انتفاعی:** سازمان‌های مردم نهاد با انگیزه سودجویی به وجود نیامده‌اند و به دنبال کسب منفعت افراد یا گروه‌های خاصی نیستند. در پاره‌ای از موارد، سازمان‌های مردم نهاد می‌توانند در کارهای بازرگانی و اقتصادی وارد شوند و به سمت تولید سود و سرمایه روند اما سود و سرمایه آنها باید صرفاً برای اجرای مأموریت سازمان به مصرف رسد. بر این اساس، سازمان‌های مذکور به مفهوم واقعی کلمه همیشه غیر انتفاعی هستند و با بالا بردن کیفی و کمی فعالیت‌های خود به جذب کمک‌های مردمی حتی دولتی می‌پردازند.

**نداشتن وابستگی سازمانی به دولت:** سازمان‌های مردم نهاد را مردم تأسیس می‌کنند و عموماً دولت‌ها در تشکیل و مدیریت آنها نقشی ندارند. این سازمان‌ها تنها موظفند سیاست‌های کلی نظام را به عنوان محدوده و چارچوب فعالیت‌های خود مدنظر قرار دهند و همچنین از قوانین اساسی تخطی نکنند و در مقابل، دولت نیز موظف به نظارت نسبت به رعایت حدود قوانین توسط سازمان‌های مردم نهاد است و نباید در فعالیت آنها مداخله کند.

**داوطلبانه:** سازمان‌های مردم نهاد را مردم به صورت داوطلبانه به وجود آورده‌اند. از یک طرف، این سازمان‌ها باید تابع قوانین و مقررات کشور باشند و از طرف دیگر، هیچ سازمان دولتی نباید در شرایط عادی، تشکیل، مدیریت و انحلال آنها را دستور دهد. عضویت مردم در این سازمان‌ها، کاملاً به صورت داوطلبانه است.

**مدیریت مشارکتی:** ماهیت مردمی این سازمان‌ها، چنین اقتضا می‌کند که فرآیند اداره آن از پایین به بالا و مشارکتی باشد. این خصیصه سبب می‌شود که اعضا، همواره بر عملکرد مدیران اعمال نظارت کنند و مدیران پاسخگوی عملکردشان در برابر اعضا باشند و سازمان از پویایی بیشتری برخوردار شود.

**خودگردانی:** سازمان‌های مردم‌نهاد، از نظر مالی خودگردانند. هر چند ممکن است آنها از دولت، افراد خیر، سازمان‌های بین‌المللی و امثال آن کمک‌هایی دریافت کنند، با این وجود این کمک‌ها نباید موجبات وابستگی‌شان را به منابع کمک‌کننده فراهم سازد، به طوری که سازمان‌های مذکور از تعهدات اجتماعی و اهدافشان دور شوند.

**غیر سیاسی:** این سازمان‌ها تعهد اجتماعی دارند. هدف اساسی آنها خدمت به اجتماع، فقرا، گروه‌های آسیب‌پذیر، مشکلات محیطی و سایر مسائل اجتماعی است. سازوکارها و مکانیسم تأسیس سازمان‌های مردم‌نهاد نیز با سازمان‌های سیاسی متفاوت است و معمولاً آنها در زمان تأسیس، تعهداتی مبنی بر وارد نشدن به حوزه‌های سیاسی می‌سپارند. با این وجود، این خصیصه به معنای اجتناب از حرکت‌های جمعی و انتقادی به برنامه‌های دولتی و بین‌المللی تلقی نیست (محمدی، ۱۳۸۳: ۳).

بر این مبنای می‌توان گفت سازمان‌های مردم‌نهاد برای تحقق اهداف خود تا حد امکان از درجه استقلال بالایی برخوردار هستند. ماهیت این گونه نهادها، برقراری تماس‌های مداوم با مسئولان و مردم، بالا بردن آگاهی عمومی، شناسایی و همکاری با نهادهای همفکر، نظارت و شناسایی نقاط ضعف تشکیلات دولتی و تلاش برای رفع آنها با به کارگیری مهارت‌های منحصر به فرد خود از راه مشورت دادن به سیاستگذاران، جمع‌آوری، نگهداری و استفاده از اطلاعات و همچنین اجرای داوطلبانه قوانین در کنار مجریان دولتی است. اما این سازمان‌ها چه کارکردی دارند؟ از جمله کارویژه‌های سازمان‌های مردم‌نهاد در ایران می‌توان به این موارد اشاره کرد:

**حلقه واسط میان جامعه و حکومت:** سازمان‌های مردم‌نهاد یکی از عواملی هستند که می‌توانند باعث افزایش توانمندی نظام سیاسی در راستای پاسخگویی مناسب به نیازها و تقاضاهای اجتماعی مردم شوند. از این‌رو، سازمان‌های مذکور در هماهنگی با سایر نهادهای جامعه مدنی نه تنها رقیبان ساختار سیاسی محسوب نمی‌شوند، بلکه در کنار حکومت و به عنوان پل ارتباطی میان جامعه و حکومت می‌توانند نقش موثری در کاهش

مسائل اجتماعی و رفع نابه سامانی های آن داشته باشند (امیر احمدی، ۱۳۸۰: ۱۲۴ - ۱۱۴). از این رو، می توان گفت سازمان های مذکور و ارائه عملکردهای مثبت آنها به معنی تحکیم این حلقه ارتباطی است و در مجموع ساختار اجتماعی به هم پیوسته و یکپارچه ای را ایجاد می کنند که در آن سیاستگذاری ها و تصمیم گیری های حاکمان، منطبق بر نیازهای واقعی جامعه است.

**نقد عملکرد حکومت:** سازمان های مردم نهاد می توانند بر عملکرد نهادها و سازمان ها در حوزه تخصصی خود نظارت داشته باشند و در پاره ای از موارد، عملکرد آنها را نقد کنند. به بیان دیگر، بعد از سیاستگذاری ها و اتخاذ تصمیمات توسط دستگاه ها و اجرایی شدن آنها، سازمان های مذکور در کنار سایر نهادهای اجتماعی به بررسی و نقد عملکرد سازمان های دولتی می پردازند (متقی زاده، ۱۳۸۰: ۹). بر این مبنا، سازمان های مردم نهاد براساس اهداف و زمینه کاری خود به بررسی و نقد عملکرد حکومت می پردازند.

**ارتقای سطح فرهنگ مشارکت عمومی:** سازمان های مردم نهاد می توانند با ایجاد شرایط و زمینه های مناسب، مردم را به زندگی و فرهنگ مشارکتی جهت دهند. هر اندازه که سطح کنش ها و رفتارهای اجتماعی مردم آگاهانه تر و مسئولانه باشد، عاملیت و مشارکت آنان نیز تأثیرگذاری بیشتری خواهد داشت (سلطانی عربشاهی، ۱۳۸۳: ۱۵ - ۱۰). به بیان دیگر، سازمان های مذکور شرایط مساعد ذهنی و عینی لازم را برای حضور و مشارکت آگاهانه مردم در عرصه زندگی اجتماعی فراهم می کنند.

**ارائه خدمات به اقشار نیازمند و آسیب پذیر:** سازمان های مردم نهاد به عنوان یکی از ارکان توسعه، نقش مهمی در بهبود وضعیت رفاهی مردم جامعه دارند. سازمان های مذکور فعالیت هایی را در مورد کاهش امراض، ارتقا منافع و مصالح فقرا، حفظ محیط زیست، ارائه خدمات اجتماعی به اقشار آسیب پذیر انجام می دهند (مقیم، ۱۳۸۷: ۱۵). به بیان دیگر، یکی از مهمترین کارویژه های این سازمان ها، ارائه خدمات به گروه هدف و در واقع تقویت سیستم های ارائه خدمات عمومی است.

## ۵-۱-۲ انگلستان

ویژگی های اساسی سازمان های مردم نهاد انگلستان را می توان چنین برشمرد:

**رویکردهای نوآورانه:** یکی از مهمترین ویژگی‌های سازمان‌های مردم‌نهاد، سابقه طولانی آنها در توسعه رویکردهای نوآورانه و خلاقانه برای بهبود ارائه خدمات به نیازمندان دارند. این مسئله می‌تواند شامل رویکردهای جدید برای ارائه خدمات در جایی که خدمات فعلی شکست می‌خورند، یا آزمایش مدل‌های تامین مالی جدید، مانند اوراق قرضه تاثیر اجتماعی باشد. کمک‌های مالی می‌تواند سازمان‌های داوطلبانه و اجتماعی را قادر سازد تا به روش‌های جدید و انعطاف پذیر با جوامع کار کنند تا راه حل‌های جدیدی برای چالش‌های پایدار ایجاد کنند.

**ظرفیت بیشتر:** دیگر ویژگی سازمان‌های مردم‌نهاد، ظرفیت و توان بیشتر آنها نسبت به سایر سازمان‌هاست. کمک‌های بلاعوض که از توسعه استراتژیک و ظرفیت سازمان‌های مردم‌نهاد حمایت می‌کنند، می‌توانند در مواردی مفید باشند که متناسب با ظرفیت و توانایی این سازمان‌ها باشد. حمایت از سازمان‌های مردم‌نهاد از طریق تأکید بر تولید مشترک و همکاری یک سناریوی ضروری باید به گونه‌ای صورت پذیرد که در جهت رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده باشد. در سطح ملی، یک بخش داوطلبانه و اجتماعی قوی از سیستم بهداشت، مراقبت و رفاه برای ایجاد پاسخ‌های مؤثرتر به چالش‌های ملی حمایت می‌کند.

**درگیر کردن جامعه:** سازمان‌های مردم‌نهاد به نسبت سایر سازمان‌ها توانایی بیشتری در ایجاد مسیریابی برای ورود و ایجاد روابط با جوامع با ویژگی‌های خاص دارند و برای این امر از مهارت‌های بی شماری استفاده می‌کنند. این مسئله به سازمان‌ها کمک می‌کند تا عمیقاً در سطح محلی و ملی مشارکت کنند. به عنوان مثال، سازمان‌های مردم‌نهاد می‌توانند با سازمان‌های محلی برای کمک به پیاده‌سازی سیستم ارائه خدمات رفاهی همکاری نزدیک داشته باشد - به‌ویژه با توجه به شناسایی ذینفعان محلی و درخواست کمک از آنها این امر تحقق خواهد یافت (NHS, ۲۰۱۲: ۸ - ۶). به طور کلی می‌توان گفت، سازمان‌های مردم‌نهاد در انگلستان با ویژگی ترویج نوآوری و مشارکت دادن جامعه، در حل مسائل و مشکلات اقشار نیازمند هستند. از این‌رو، این پرسش مطرح می‌شود که سازمان‌های مذکور چگونه هدف حمایتی خود را تحقق می‌بخشند؟ و به بیان دیگر، چه کارکردهایی دارند؟ از جمله کارکردهای سازمان‌های مردم‌نهاد انگلستان می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:



### **استفاده از واسطه های بخش داوطلبانه: سازمان های مردم نهاد می توانند منبعی**

غنی از تخصص جهت کسب اطلاعات موردنیاز در منطقه باشند و می توانند در شناسایی سازمان های داوطلبانه محلی کمک شایانی نمایند و همچنین در تأمین مالی منابع موردنیاز جهت ارائه کمک به نیازمندان یاری رسانند. علاوه بر این، می توانند با کمک اعضای خود برای بهبود کیفیت و فرآیندهای نظارتی مدد رسانند. از آنجایی که بسیاری از سازمان های مردم نهاد تجربه مدیریت طرح های کمک مالی از طرف نهادهای قانونی را خواهند داشت و از این منظر نیز می توانند بازوری یاریگر سایر سازمان ها باشند.

### **توسعه طرح های مشترک با سایر شرکای قانونی: سازمان های مردم نهاد با**

شرکای محلی دیگر، مانند مقامات محلی، برای ایجاد یک طرح کمک هزینه مشترک زمینه همکاری را فراهم می نمایند. این سازمان ها اغلب رویکردی کل نگر برای کار با ذینفعان خود برای دستیابی به نتایج مطلوب در تمامی ابعاد اتخاذ می کنند و برنامه های کمک مالی مشترک راهی بسیار خوب برای تسهیل این امر به ویژه با توجه به پیگیری همه جانبه است. این مسئله ممکن است شامل همکاری چندین سازمان باشد که جهت تحقق اهداف مشترک با یک تقسیم کار منظم با یکدیگر همکاری دارند.

### **توافق بین دولت و سازمان های مردم نهاد: از جمله کارکردهای سازمان های مردم**

نهاد، ایجاد قرارداد توافقی با دولت است که روش کار و روابط بین آنها را برای کسب حداکثری منافع متقابل تعیین می نماید. سازمان های مذکور به هنگام ایجاد توافق با سازمان های دولتی توجه می نمایند بین ظرفیت سازمانی خود، وظایف و همچنین منابع مالی خود تناسب و هماهنگی ایجاد نمایند. علاوه بر این، قراردادها باید منصفانه و شفاف باشند. سازمان پشتیبانی و توسعه محلی باید بتواند در این زمینه به سازمان های غیر دولتی مردمی و داوطلبانه یاری رسانند (NHS، ۲۰۱۲: ۱۳ - ۱۰).

### **توسعه مشارکت بین بخش های تجاری، عمومی و داوطلبانه: سازمان های مردم**

نهاد جهت به حداکثر رساندن کارایی خود نه تنها به سازمان های مشارکت کننده داوطلب، بلکه با شرکت های خصوصی و نهادهای بخش دولتی نیز ارتباط برقرار می کند. بخش عمومی و مشاغل می توانند نقش بزرگتری در حمایت از کارکنان خود برای مشارکت معنادار در زندگی مدنی ایفا کنند. این مسئله می تواند باعث شکل گیری یک هم افزایی سازمانی و تقویت ظرفیت و توانایی سازمان ها جهت ارائه بهتر خدمات به نیازمندان و

محرومین گردد. حمایت از کار داوطلبی و در نتیجه یک جامعه مدنی شکوفا فقط وظیفه بخش داوطلبانه نیست - برای یک بخش عمومی و شرکتی که به خوبی کار می‌کند نیز این مسئله بسیار مهم است (اسمیت و اسمیت، ۲۰۲۱: ۱۹).

**تمرکز روی مناطق با زیرساخت‌های داوطلبانه توسعه نیافته:** سازمان‌های مردم نهاد در ارائه خدمات به نیازمندان تمرکز خود را روی مناطقی می‌گذارند که وجود ظرفیت و توانمندی کار مشارکتی و مردمی، زیرساخت‌های کار و مشارکت داوطلبانه در آن مناطق توسعه نیافته است. سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اجتماعی این مناطق باید در دستور کار هم بخش دولتی و هم مردم نهاد قرار گیرد و در نسخه به‌روز شده استراتژی ملی تاب‌آوری تمرکز شود.

**۵-۲ مکانیسم پاسخگویی سازمان‌های مردم نهاد در مقابل نهادهای تنظیم‌گر (با تأکید بر رسانه‌های اجتماعی)**

**۵-۲-۱ ایران: خلأ شدید نهادهای اعتمادساز و تنظیم‌گر**

به نظر می‌رسد جهت ساماندهی روابط مردم، سازمان‌های مردم نهاد و سازمان‌های دولتی در ایران، نهاد تنظیم‌گری وجود ندارد. بدین ترتیب سازمان‌های مردم نهاد متعدد با انگیزه‌ها، اهداف و برنامه‌های متفاوت و سازمان‌های دولتی به عنوان گروه‌های تحمیل شده به صورت جزیره‌ای و جدا از هم فعالیت می‌کنند. از این‌رو می‌توان گفت، نوعی اعتقاد به ضرورت ایجاد فضای همکاری بین سازمان‌های مردم نهاد و دولتی وجود دارد. سازمان‌های مذکور برای همسو ساختن فعالیت‌های خود به وجود نهادی تنظیم‌گر نیاز دارند که نه از جنس این سازمان‌ها باشد و نه از جنس نیروهای دولتی. علاوه بر این، عدم وجود مشخصه‌های همچون شفافیت عملکردی سازمان‌های مردم نهاد و ایجاد بانک اطلاعاتی و همچنین تخصصی شدن و تقسیم کار بین سازمان‌های مذکور و دولت موجب گردیده است بین سازمان‌های مذکور و دولت همکاری و هم‌افزایی صورت نگیرد (عظیمی و ویسی، ۱۳۹۹: ۸۰).

از این‌رو، به طور عام، به نظر می‌رسد چنانچه دولت بتواند نقش یک نظام تنظیم‌گر و ریگولاتور را برعهده بگیرد؛ بدین معنا که بتواند وظایف هر یک از سازمان‌های مذکور را تعیین نماید و یا سامانه‌ای جهت ذخیره اطلاعات آنها راه اندازی کند و همچنین گزارش-

های ادواری از آنها طلب نماید، زمینه و بستر ارائه هر چه بهتر خدمات به نیازمندان توسط سازمان های مردم نهاد و دولتی در ایران فراهم می گردد. اما به طور ویژه، با توجه به این نکته که رسانه های اجتماعی یکی از مکانیسم های پاسخگویی سازمان ها اعم از دولتی و مردم نهاد در مقابل عموم است، چه نسبتی بین رسانه های اجتماعی و سازمان ها مردم نهاد در ایران وجود دارد؟

به نظر می رسد سازمان های مردم نهاد در ایران برای استفاده از رسانه های اجتماعی، دچار سردرگمی در دوران گذار از ارتباطات سنتی به تعاملات دنیای تکنولوژی نوین و مدرن هستند. البته لازم به ذکر است که این سازمان ها در پاره ای از موارد، علاوه بر کمبود منابع و همچنین در دسترس نبودن رسانه های اجتماعی مختلف، با چالش های رو به رشدی در محیط رقابتی نیز رو به رو می باشند.

در پژوهشی (نجفی زاده و همکاران، ۱۴۰۰) به برخی از این چالش ها اشاره شده است که عبارتند از: ۱. عدم تمایل برخی از کارکنان سازمان های مردم نهاد در ایران نسبت به استفاده از رسانه های اجتماعی؛ ۲. عدم آگاهی هیئت مدیره خیریه ها از رسانه های اجتماعی و میزان تأثیر آنها در فرایندهای کاری؛ ۳. ناکافی بودن دانش در حوزه رسانه - های اجتماعی در میان بین آنها؛ ۴. عدم آموزش نیروهای حرفه ای روابط عمومی و همچنین کمبود نیروهای کارآمد در حوزه تولید محتوا؛ ۵. نداشتن برنامه های استراتژیک جامع و متناسب جهت استفاده از این رسانه ها.

بنابراین می توان چنین نتیجه گرفت که این سازمان ها توانایی استفاده از رسانه های اجتماعی پر کاربرد را ندارند.

نتیجه و توصیه این پژوهش، بر لزوم شناخت سازمان های مردم نهاد از رسانه های اجتماعی و ورود آنها با داشتن برنامه و استراتژی به این حوزه تأکید دارد، چنین برنامه هایی باید نسبت به اهداف ارتباطی با دیگران تدوین گردد.

لزوم اصلاح ساختار ارتباطی در سازمان های مردم نهاد، افزایش دانش جامع نگر به کارکردهای رسانه های اجتماعی، شناخت و تفکیک ویژگی های گروه های مختلف ذی نفع و شبکه سازی آنها در جهت اهداف خیریه ها تأکید دارد. براساس نتایج پژوهش های موجود (نجفی زاده و همکاران، ۱۴۰۰؛ قادرزاده و ایوبی، ۱۳۹۹ و جعفری و باقلاچی، ۱۳۹۷)، میزان استفاده از رسانه های اجتماعی هم در سازمان های مردم نهاد به طور عام و هم به

عنوان یکی از مکانیسم‌های پاسخگویی این سازمان در حوزه عمومی به طور خاص بسیار پایین است و این مسئله نیازمند تدوین برنامه و استراتژی‌هایی جهت به کارگیری بیشتر از این رسانه‌ها در سازمان‌های مردم نهاد است.

#### ۵-۲-۲ انگلستان: نهاد نظارتی سازمان‌های مردم نهاد و خیریه‌ها: کمیسیون خیریه

تمام سازمان‌های مردم نهاد با درآمد بیش از ۵۰۰۰ پوند در سال، باید در کمیسیون خیریه ثبت نام کنند. انتظار می‌رود که کمیسیون خیریه همه سازمان‌های مردم نهاد را در یک فهرست ثبت کند، به‌جز برخی خیریه‌های معاف و استثنا (پایپر و همکاران، ۲۰۱۸: ۲۴). سازمان‌های معاف شامل موزه‌ها، برخی مدارس، دانشگاه‌ها و موسسات خیریه نظامی و مذهبی هستند. این کمیسیون تضمین می‌کند که سازمان‌های مردم نهاد به تعهدات قانونی خود پایبند هستند و «اختیارات گسترده‌ای» برای تحقیق، مسدود کردن دارایی‌ها، برکناری معتمدان یا مدیران و انتصاب کارکنان موقت دارند (پایپر و همکاران، ۲۰۱۸: ۲۶). این سازمان‌ها همچنین باید به اداره درآمد و گمرکات درخواست دهند. این امر ممکن است به آنها اجازه دهد تا از معافیت‌های مالیاتی خیریه برخوردار شوند. خیریه‌های ثبت‌شده باید گزارش سالانه، اظهارنامه‌های سالانه و حساب‌های خود را به کمیسیون خیریه ارسال کنند (گزارش‌دهی و حسابداری خیریه: موارد ضروری نوامبر، ۲۰۱۳) این که حساب‌ها باید به‌صورت خارجی حسابرسی شوند یا خیر، به درآمد سازمان مردم نهاد بستگی دارد. بسته به وضعیت قانونی خود، آنها همچنین ممکن است مجبور باشند به شرکت‌ها نیز گزارش دهند. کمیسیون خیریه به اطلاعاتی در مورد بودجه یا درآمد «دولت‌های خارج از کشور یا نهادهای شبه دولتی، موسسات خیریه و سازمان‌های مردم نهاد» نیاز دارد (گزارش‌دهی و حسابداری خیریه: موارد ضروری، ۲۰۱۳). این کمیسیون همچنین به اطلاعاتی در مورد حقوق کارکنان نیاز دارد. برای سال ۲۰۱۸ گزارش‌دهی و حسابداری خیریه استدلال می‌کند که این امر برای سازمان‌های مردم نهاد، به‌ویژه سازمان‌های کوچک، سنگین خواهد بود. برای واجد شرایط شدن به عنوان یک موسسه خیریه، یک سازمان باید فقط برای اهداف خیریه و منافع عمومی باشد. سازمان‌های مردم نهادی که در راستای منافع خاص فعالیت می‌کنند به همراه کنترل

کننده، سند بالادستی، تنظیم کننده، شیوه مسئولیت، نحوه تقسیم سود و وضعیت موجود آنها در جدول ذیل آمده است (پایپر و همکاران، ۲۰۱۸: ۳۰).

جدول ۲: فرم های حقوقی سازمان های غیردولتی در انگلستان

وضعیت موجود خیریه به چه صورت است؟	تقسیم سود دارد یا نه؟	مسئولیت محدود هست یا نه؟	تنظیم کننده	سند بالادستی	کنترل کننده	
بله، اتوماتیک	خیر	بله	کمیسیون خیریه	قانون اساسی	هیئت امنا	سازمان خیریه گسترده
بله (اگر اهداف صرفاً خیریه باشد)	معمولاً خیر	بله	خانه سازمان ها (و کمیسیون خیریه در صورتی که وضعیت خیریه داشته باشد)	اساسنامه	هیئت مدیره	سازمان با مسئولیت محدود و تعریف شده
بسیار به ندرت	بله	بله	خانه سازمان ها	اساسنامه	هیئت مدیره	سازمان محدود به سهام
خیر	بله، اما باید به نفع جامعه گسترده تر باشد. می تواند سود سهام محدودی را به سرمایه گذاران خصوصی پرداخت کند.	بله	خانه سازمان ها	اساسنامه	هیئت مدیره	سازمان منافع جامعه محدود شده توسط سهام (بی نیاز از بودجه دولتی)
بله	خیر	بله	سازمان رفتار مالی	قوانین	کمیته مدیریت	انجمن منافع گروه خاص
بسیار به ندرت	بله	بله	سازمان رفتار مالی	قوانین	کمیته مدیریت	انجمن تعاونی

علاوه بر کمیسیون خیریه که مکانیسمی برای پاسخگویی سازمان‌های مردم‌نهاد انگلستان است، با توجه به این نکته که رسانه‌های اجتماعی یکی از مکانیسم‌های پاسخگویی سازمان‌ها اعم از دولتی و مردم‌نهاد در مقابل عموم است، چه نسبتی بین رسانه‌های اجتماعی و سازمان‌ها مردم‌نهاد در ایران وجود دارد؟

پذیرش رسانه‌های اجتماعی توسط سازمان‌های مردم‌نهاد انگلستان به‌عنوان یک استراتژی ارتباطی کم‌هزینه و در عین حال تأثیرگذار برای درگیر کردن مردم و ذینفعان مختلف، از سرمایه‌گذاران و داوطلبان گرفته تا افکار عمومی گسترده‌تر مورد تحسین قرار گرفته است. مطالعه رسانه‌های اجتماعی در ارتباطات راهبردی سازمان‌های مردم‌نهاد همیشه مورد توجه بوده است، که بر اساس عوامل زمینه‌ای خاص مانند در دسترس بودن منابع انسانی و مالی، همکاری‌ها، مأموریت و غیره شکل گرفته و در یک کانال بزرگ‌تر و چند کانالی درج شده است؛ چرا که شیوه‌های ارتباط سازمانی این رویکرد، بینش‌های ظریف‌تری را در مورد راه‌های ارتباطی استراتژیک و ابتکارات نوین برای تغییر اجتماعی در راستای پاسخگویی بهتر سازمان‌های مردم‌نهاد ارائه می‌کند (دومتریکا، ۲۰۲۱: ۷۶).

استفاده از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی به بهبود عملکرد پاسخگویی سازمانی در بین سازمان‌های مردم‌نهاد کمک کرده است. این مطالعه سطح بالایی از استفاده از رسانه‌های اجتماعی را در بین کارکنان سازمان‌های مردم‌نهاد انگلستان به‌ویژه سازمان‌های کوچک و نسبتاً جدید نشان داد که می‌توان آن را به استخدام کارمندان فارغ‌التحصیل دانش‌آموخته فناوری جدید و علاقه‌مند به استفاده از رسانه‌های اجتماعی و دارای تجربه زیادی، نسبت داد (نجوره تجری و امیریا، ۲۰۱۸: ۱۷۴).

بر این اساس می‌توان گفت، سازمان‌های مردم‌نهاد در انگلستان تا حد زیادی از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند و سیاست‌هایی نیز در استفاده از رسانه‌های اجتماعی دارند. استفاده از رسانه‌های اجتماعی به طور قابل توجهی به کارایی و اثربخشی سازمان‌های مذکور در راستای پاسخگویی کمک کرده است. این سازمان‌ها به‌طور منظم حساب‌های رسانه‌های اجتماعی خود را به‌روزرسانی می‌کنند، از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و همچنین سیاست‌ها / استراتژی‌های مربوط به استفاده از رسانه‌های اجتماعی را توسعه می‌دهند. جهت استفاده بهتر از این رسانه‌ها در راستای پاسخگویی، سازمان‌های مردم‌نهاد در انگلستان باید آگاهی و ظرفیت کارکنان خود را در استفاده

مؤثر از رسانه‌های اجتماعی افزایش دهند. همچنین سازمان‌های مذکور در ایجاد شایستگی فنی برای کارکنان ارتباطی برای استفاده مؤثر از رسانه‌های اجتماعی سرمایه‌گذاری می‌کنند.

## ۶. نتیجه‌گیری

در جوامع امروزین در زمینه‌های مختلف، سازمان‌های مردم نهاد نقش مهمی ایفا می‌کنند. آنها می‌توانند ضعف‌ها و کاستی‌های موجود در ساختار بروکراتیک سازمان‌های دولتی را تشخیص و پوشش دهند و به عنوان نمایندگان بخش سوم حلقه اتصال مهمی بین دولت و جامعه مدنی باشند و صدای عده‌ای از مردم که شنیده نمی‌شود را به گوش صاحبان امر برساند و منافع آنها را پیگیری و مطالبه نمایند. سازمان‌های مذکور با وجود این که چنین وظیفه خطیری دارند اما در تمامی کشورهای دنیا به دلایل مختلفی، عملکرد مشابهی ندارند. برای مثال در کشور انگلستان به دلیل قانونمند بودن تعامل دولت و سازمان‌های مردم نهاد و به عبارتی حاکمیت قانون بر این رابطه و همچنین مکانیسم پاسخگویی بهتر (یکی از مهمترین مکانیسم‌های آنها رسانه‌های اجتماعی می‌باشد)، توانسته است در ارائه خدمات به نیازمندان و اقشار آسیب پذیر عملکرد مطلوبی در این زمینه داشته باشد.

در کشور انگلستان، سازمان‌های مردم نهاد بازیگران بسیار مهمی در تمامی ابعاد توسعه هستند. روابط بین دولت و بخش داوطلبانه و غیر رسمی در انگلستان شامل تعهد دولت مبنی بر "به رسمیت شناختن و حمایت از استقلال بخش مردم نهاد" است. این بخش می‌تواند برای فعالیت‌های خود تبلیغ نماید، در مورد سیاست‌های دولت اظهار کند و آن سیاست‌ها را صرف نظر از هرگونه رابطه مالی که ممکن است وجود داشته باشد، به چالش بکشد و امور خود را تعیین و مدیریت کند. با این حال، علیرغم تعهد حمایت شده به استقلال بخش مردم نهاد، اسناد سیاستی دولت به دیدگاهی تجویزی و ابزاری‌تر از آنها اشاره می‌کند. در حال حاضر تعداد فزاینده‌ای از سازمان‌های داوطلبانه، اغلب به صورت قراردادی، خدمات رفاه اجتماعی را که قبلاً توسط سازمان‌های دولتی ارائه می‌شد، ارائه می‌دهند. در واقع دولت چنین اظهار نموده است که مسئولیت دارد از محیط قانونی و نظارتی که بر مردم نهاد اعمال می‌شود، با حفظ استقلال آنها اطمینان حاصل کند. دولت

همچنین نقشی را که سازمان‌های مردم‌نهاد می‌توانند به عنوان یک عنصر اصلی در جامعه مدنی ایفا کنند، برجسته کرده است. در مقابل، سازمان‌های مذکور نیز به رفع علائم و علل فروپاشی اجتماعی و محله‌ای و ایجاد جوامع منسجم‌تر کمک می‌کند. علاوه بر این، می‌توان به بحث استفاده از رسانه‌های اجتماعی در جهت پاسخگویی بهتر این سازمان‌ها به دولت و عموم نیز اشاره کرد. از این‌رو، می‌توان گفت بین سازمان‌های مردم‌نهاد و دولت انگلستان و به عبارتی نزدیکی شدن این دو بخش به یکدیگر در راستای ارائه خدمات رفاهی و ارتقای شیوه‌های پاسخگویی با تأکید بر رسانه‌های اجتماعی، همگرایی و هم‌افزایی فراوانی وجود دارد.

لذا پژوهش حاضر بر آن بود تا جهت الگویی از نحوه کارکرد این سازمان‌ها در دو بخش معرفی سازمان‌های مذکور و سازوکار پاسخگویی (با تأکید بر رسانه‌های اجتماعی)، مقایسه‌ای تطبیقی با سازمان‌های هم‌تا در ایران ترتیب دهد.

در بخش اول، سازمان‌های مردم‌نهاد در ایران و انگلستان به لحاظ ساختار بسیار مشابه یکدیگر هستند. برای مثال از جمله ویژگی‌های مهم و پایه‌ای آنها مدیریت مشارکتی و درگیر کردن جامعه در امر خدمات رسانی است که بین سازمان‌های مذکور در هر دو کشور مشترک است.

در بخش دوم، در ایران در خصوص سازمان‌های مردم‌نهاد، خلأ شدید نهادهای اعتمادساز و تنظیم‌گر احساس می‌شود. خلأ مذکور موجب گردیده است، سازمان‌های مردم‌نهاد متعدد با اهداف و نیات متفاوت و همچنین سازمان‌های دولتی به صورت جزیره‌ای و جدا از هم فعالیت کنند. از این‌رو، به نظر می‌رسد جهت ساماندهی روابط مردم، سازمان‌های مردم‌نهاد و سازمان‌های دولتی، وجود چنین نهاد تنظیم‌گری لازم و ضروری است. همچنین در مورد استفاده از رسانه‌های اجتماعی به عنوان یکی از مکانیسم‌های پاسخگویی در سازمان‌های مردم‌نهاد ایران می‌توان گفت، به نظر می‌رسد سازمان‌های مذکور در ایران برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی، دچار سردرگمی در دوران گذار از ارتباطات سنتی به تعاملات دنیای تکنولوژی نوین و مدرن هستند. بر مبنای نتایج پژوهش‌های موجود (نجفی زاده و همکاران، ۱۴۰۰؛ قادرزاده و ایوبی، ۱۳۹۹ و جعفری و باقلاچی، ۱۳۹۷)، میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی هم در سازمان‌های مردم‌نهاد به طور عام و هم به عنوان یکی از مکانیسم‌های پاسخگویی این سازمان در



حوزه عمومی به طور خاص بسیار پایین است و این مسئله نیازمند تدوین برنامه و استراتژی‌هایی جهت به کارگیری بیشتر از این رسانه‌ها در سازمان‌های مردم نهاد است. این در حالی است که در انگلستان کمیسیون خیریه وظیفه نظارت بر سازمان‌های مردم نهاد و خیریه‌ها را برعهده دارد. کمیسیون مذکور تضمین می‌کند که سازمان‌های مردم نهاد به تعهدات قانونی خود پایبند باشند و در مقابل «اختیارات گسترده‌ای» برای تحقیق، مسدود کردن دارایی‌ها، برکناری معتمدان یا مدیران و انتصاب کارکنان موقت دارند. علاوه بر این، در ارتباط با استفاده از رسانه‌های اجتماعی به عنوان یکی از مکانیسم‌های پاسخگویی در سازمان‌های مردم نهاد انگلستان می‌توان گفت، پذیرش رسانه‌های اجتماعی توسط سازمان‌های مردم نهاد انگلستان به‌عنوان یک استراتژی ارتباطی کم‌هزینه و در عین حال تأثیرگذار برای درگیر کردن مردم و ذینفعان مختلف، از سرمایه‌گذاران و داوطلبان گرفته تا افکار عمومی گسترده‌تر مورد تحسین قرار گرفته است و مطالعه رسانه‌های اجتماعی در ارتباطات راهبردی سازمان‌های مردم نهاد همیشه مورد توجه بوده است. استفاده از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی به بهبود عملکرد پاسخگویی سازمانی در بین سازمان‌های مردم نهاد کمک کرده است. استفاده از رسانه‌های اجتماعی به طور قابل توجهی به کارایی و اثربخشی سازمان‌های مذکور در این کشور در راستای پاسخگویی کمک کرده است.

بر مبنای نتایج برآمده از این پژوهش می‌توان چند توصیه را در مورد سازمان‌های هم‌تا در ایران مطرح نمود:

- در فرایند سیاستگذاری و خط مشی، در کنار دولت و سازمان‌های دولتی، برای سازمان‌های مردم نهاد نیز سهمی قائل گردند و به بیان دیگر، نقش آنها را در ارائه خدمات به نیازمند به رسمیت بشناسند؛ چرا که این مسئله از یک طرف باعث ایجاد وحدت و یکپارچگی بین دولت و جامعه مدنی می‌شود و از طرف دیگر به سبب نزدیکی سازمان‌های مردم نهاد به مردم، موجبات شناسایی دقیق مسائل اقلیت نیازمند فراهم می‌گردد و به دنبال آن، فرایند سیاستگذاری در این زمینه اثربخش‌تر خواهد بود.
- جهت ارائه هر چه بهتر خدمات به اقلیت نیازمند و آسیب‌پذیر، یک تقسیم کار مدیریت و کنترل شده بین سازمان‌های دولتی و مردم نهاد صورت پذیرد. تقسیم

کار مذکور باید ناظر بر توانایی‌ها و ظرفیت‌های سازمان‌های دخیل سورت پذیرد. در چنین شرایطی از رخداد همپوشانی بین سازمان‌ها جلوگیری به عمل آمده و در ضمن این مسئله به هم‌افزایی بین آنها منجر خواهد شد.

- سازمان‌های مردم‌نهاد باید در ایجاد شایستگی فنی برای کارکنان خود جهت استفاده مؤثر از رسانه‌های اجتماعی سرمایه‌گذاری کنند. آنها باید دسترسی به نرم افزار و تخصص فنی کنترل اطلاعات ارسال شده در حساب رسانه‌های اجتماعی سازمان را تضمین کنند. همچنین سازمان‌های مردم‌نهاد باید به طور فعالانه با مشتریان خود از طریق پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی در انتخاب فعالیت‌هایی که به رفاه آنها کمک می‌کند، مشارکت کنند؛ این امر به طور مثبت ادغام مشتریان را جلب می‌کند. علاوه بر این، جهت پاسخگویی بهتر و بیشتر، سازمان‌های مردم‌نهاد باید بخش‌های بازاریابی و روابط عمومی خود را با استخدام کارمندی که دارای تجربه استفاده از رسانه‌های اجتماعی و تجربه بازاریابی الکترونیکی و با استعدادها و دانش‌های مختلف در زمینه‌ها و زمینه‌های مختلف هستند، غنی کنند.

### مشارکت نویسندگان

هر دو نویسنده به یک اندازه در نوشتن مقاله، مشارکت داشته‌اند.

### تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

## منابع

- امیر احمدی، هوشنگ (۱۳۸۰). *جامعه سیاسی مدنی و توسعه ملی*، تهران: نقش و نگار.
- بیتام، دیوید (۱۳۸۴). سرمایه‌گذاری اجتماعی مسئولیت مشترک، ترجمه سهراب رزاقی، نشریه کنشگران/دوطلب، ۲۵، ۱۵ - ۲۱.
- ترنر، مارک و هیوم، دیوید (۱۳۷۹). *حکومتمداری، مدیریت و توسعه*، ترجمه عباس منوریان، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- جعفری، علی و باقلاچی، رضوان (۱۳۹۷). برنامه‌ریزی مشارکتی در ترویج علم؛ مقایسه رسانه‌ها در تبیین جایگاه سازمان‌های مردم نهاد از منظر اصحاب رسانه، *فصلنامه ترویج علم*، ۹ (۱۵)، ۲۴ - ۵.
- رزاقی، نادر و لطفی خاچکی، بهنام (۱۳۹۷). تحلیل جامعه‌شناختی چالش‌های بقا و پایداری سازمان‌های مردم نهاد فعال در حوزه آسیب‌های اجتماعی؛ با تأکید بر رابطه آنها با دولت، *فصلنامه جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی*، ۵ (۱۱)، ۱۲۸ - ۹۷.
- سلطانی عرب شاهی، سیمین (۱۳۸۳). *مدیریت توسعه*، تهران: انتشارات استادی.
- قادرزاده، امید و کریمی، ایوب (۱۳۹۹). فعالیت در سازمان‌های مردم نهاد؛ بر ساخت شبکه ارتباطی جدید به مثابه جایگزین محدودیت‌های ساختاری: ارائه نظریه زمینه‌ای، *فصلنامه مسائل اجتماعی ایران*، ۱۱ (۱)، ۲۳۲ - ۲۰۳.
- قانع‌راد، محمد امین، حسینی، فاطمه (۱۳۸۴). ارزش‌ها، شبکه روابط و مشارکت در سازمان‌های غیر دولتی (مطالعه تجربی در بین جوانان تهران)، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۶ (۲)، ۱۲۳ - ۹۷.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۸). *جامعه‌شناسی، منوچهر صبوری*، تهران: انتشارات نی.
- لطفی خاچکی، بهنام و ایمانی جاجرمی، حسین (۱۳۹۸). مطالعه موانع شناساندن مسائل اجتماعی به جامعه توسط سازمان‌های مردم نهاد با روش نظریه مبنایی، *فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۹، ۱۶۰ - ۱۳۱.
- متانی، مهرداد و حسن پور، مهشید (۱۳۹۳). بررسی نقش رسانه‌های جمعی در ارتقای سطح پاسخگویی سازمان‌های دولتی، *فصلنامه مدیریت*، ۱۱ (۳۴)، ۷۲ - ۵۹.
- متقی زاده، محمد حسن (۱۳۸۰). *سازمان‌های غیر دولتی نهادی برای سازماندهی مشارکت در جامعه مدنی*، تهران: دفتر مطالعات و تحقیقات سیاسی وزارت کشور.
- مجدفر، فاطمه (۱۳۸۳). *جامعه‌شناسی عمومی*، تهران: انتشارات شعاع.

- محمدی، محمد (۱۳۸۳). سازمان‌های غیردولتی: تعاریف و طبقه بندی‌ها، فصلنامه مطالعات مدیریت، دانشگاه علامه طباطبائی، ۴۱ و ۴۲، ۲۶۳ - ۲۴۷.
- مقیمی، سید محمد (۱۳۸۷). کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی: پژوهشی در سازمان‌های مردم نهاد، تهران: مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران، چاپ سوم.
- نجفی‌زاده، مهدیه؛ ربیعی، علی و فرهنگی، علی اکبر (۱۴۰۰). سازمان‌های مردم نهاد ایران (خیریه) و ذی‌نفعان در رسانه‌های اجتماعی (مطالعه کیفی الگوهای ارتباطی)، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۷ (۶۵)، ۱۲۸ - ۱۰۳.
- ویسی، سیمین، عظیمی، میترا (۱۳۹۹). مطالعه جامعه شناسانه تحقق فضای همکاری در سازمان‌های مردم نهاد (مطالعه موردی: محله هرنندی تهران)، مجله مطالعات اجتماعی ایران، ۱۴(۳): ۱۴۱ - ۱۲۰.
- هاشمی، محمد (۱۳۷۴). حقوق اساسی جمهوری اسلامی ایران، جلد اول، تهران: یلدا.
- Bond (2019). *Good governance for safeguarding (A guide for UK NGO boards)*, Published by Bond, Society Building, 8 All Saints Street, London N1 9RL, UK.
- Cahill, Lisa S. (2004). *Bioethics and the common good*, Milwaukee, Wis: Marquette University Press.
- Dumitrica, Delia (2021). *Global Perspectives on NGO Communication for Social Change ( Integrating Social Media in NGO Strategic Communication: Lessons From NGOs' Communication Practices)*, London: Routledge.
- Foreign Office, Commonwealth and Development (2022). *The UK Government's Strategy for International Development*, UK government: UK.
- Hurd, Nick (2012). *Making it easier to set up and run a charity, social enterprise or voluntary organization*, HM Government: UK.
- Kates, J., Morrison, J. S., & Lief, E. (2006). Global health funding: A glass half full?, *Lancet Journal* ,vol. 368, 187-188.
- Kelly, Luke (2019). *Legislation on non-governmental organisations (NGOs) in Tanzania, Kenya, Uganda, Ethiopia, Rwanda and England and Wales*, K4D (Knowledge, evidence and learning for development): UK.
- NHS (2012). *Guide 05: A bite size guide to Grants for the Voluntary Sector*, Publications gateway reference: 02381.
- Njore Njeri, Philip & Mberia Prof.Helen (2018). *Effects Of Social Media Usage On Non-Governmental Organizational Performance: A Case Of*

- Selected NGOS In Nairobi County, *International Journal of Recent Research in Social Sciences and Humanities (IJRRSSH)*, Issue 4, (169-175).
- P. Dickson, Zachary (2023). *The Relative Online Influence of NGOs, Corporations and the Media*, London: London School of Economics.
  - Piper, A.-M., Reed, P., & James, E. (2018). *Charitable organisations in the UK (England and Wales): overview*. Retrieved August 16, 2019, from Thomson Reuters Practical Law website: [https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/8-633-4989?transitionType=Default&contextData\(sc.Default\)&firstPage true&bhcp 1](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/8-633-4989?transitionType=Default&contextData=sc.Default&firstPage=true&bhcp=1).
  - Reisch, Michael, ed. (2018). *For the common good: Essays of Harold Lewis*. New York: Routledge- Brunner.
  - Smith, Kimberley & Smith, Allison (2021). *Volunteering for a healthier Britain (Kickstarting a New Volunteer Revolution)*, Royal Voluntary Service: UK.

