

داشته باشد که با تکیه بر آنها برای تداوم جلب مشارکت‌های مردمی استراتژی مناسبی اتخاذ گردد.

روش‌ها: مطالعه حاضر یک مطالعه توصیفی بر روی ۴۰۰ نفر از داوطلبان استان کهگیلویه و بویر احمد در سال ۱۳۸۹ است. روش پژوهش در این مطالعه، روش همبستگی و ابزار سنجش، پرسشنامه محقق ساخته بود که به شیوه طیف لیکرت طراحی شد. پرسشنامه مشکل از چهل سؤال بود که متغیر مستقل، یعنی روش‌های جلب مشارکت مردم، سه خرده مقیاس (روش‌های چهره به چهره، روش‌های تبلیغات و روش‌های گروه سازی) و متغیر وابسته یعنی انجام فعالیت‌های داوطلبانه چهار خرده مقیاس (انجام فعالیت‌های داوطلبانه گروه‌های حمایت، مهارت، مشارکت و هدایت) را بررسی می‌کرد.

یافته‌ها: براساس یافته‌های این پژوهش، با استفاده از آزمون مجذور کای^۱ معلوم شد که از نظر پاسخگویان، بین میزان مشارکت در فعالیت‌های داوطلبانه با میزان استفاده از روش‌های جلب مشارکت رابطه معنی داری وجود دارد ($P < 0/05$).

نتیجه گیری: روش‌های جلب مشارکت تأثیر بالایی در انجام فعالیت‌های داوطلبانه دارد. به تناسب شرایط خاص گروه‌ها و نیز خصوصیات خاص فرهنگی و امکانات موجود می‌توان هم به صورت فردی و هم به صورت گروهی، زمینه‌های جلب مشارکت افراد در فعالیت‌های داوطلبانه را فراهم کرد.

کلمات کلیدی: روش‌های جلب مشارکت مردم، روش چهره به چهره، روش تبلیغات، روش گروه‌سازی، گروه‌های داوطلبی.

بررسی رابطه بین روش‌های جلب مشارکت با انجام فعالیت‌های داوطلبانه در بین داوطلبان جمعیت هلال احمر استان کهگیلویه و بویر احمد در سال ۱۳۸۹

کوروش داوری^۱، امیررضا شجاعی مقدم^۲، زهرا سادات رضوی مطلق^۳

۱- کارشناس ارشد جمعیت شناسی، شبکه بهداشت درمان دهدشت

۲- نویسنده مسئول: کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، جمعیت هلال احمر استان کهگیلویه و بویر احمد

Email: amir4609@gmail.com

۳- کارشناسی پرستاری، جمعیت هلال احمر استان کهگیلویه و بویر احمد

وصول مقاله: ۸۹/۱۰/۷ پذیرش مقاله: ۸۹/۱۱/۱۰

چکیده

مقدمه: با توجه به گسترش روزافزون علم و تکنولوژی روز، روند جلب همکاری افراد متفاوت تر از گذشته است و اتخاذ شیوه و روش مناسب در دعوت به عضویت مردم حائز اهمیت می‌باشد. این پژوهش از این حیث که در بر گیرنده نگرش‌ها و عملکردهای داوطلبان جمعیت هلال احمر استان کهگیلویه و بویر احمد در زمان حضور در یکی از گروه‌های داوطلبی است، می‌تواند نتایجی را به دنبال

¹ chi square test

مقدمه

گسترش علم و تکنولوژی، افزایش جمعیت و شهرنشینی چالش‌های جدیدی روبه روی ما در قرن اخیر قرار داده است؛ به گونه‌ای که برای حل مشکلات و معضلاتی همچون فقر، حوادث و غیره راهی بجز گسترش ارتباطات و مشارکت افراد و گروه‌های اجتماعی در تصمیم‌گیری‌های خرد و کلان باقی نگذاشته است.

از زمان ارسطو تا جان دیویی بسیاری از فلاسفه اجتماعی، مشارکت مردمی را منبعی از انرژی خلاق برای دفاع در مقابل خودکامگی و ابزاری برای صورت قانونی بخشیدن به خرد جمعی، مورد تجلیل و ستایش قرار داده اند. به اعتقاد آنها مشارکت با درگیر ساختن تعداد زیادی از مردم در اداره امور جامعه ثبات و نظم را افزایش می‌دهد و با ارائه فرصت اظهار عقیده به هر شهروند، مصلحت اکثریت را تأمین خواهد کرد. رشد تشکلهای و نهادهای اجتماعی خرد، داوطلبانه و غیر سیاسی موجب شکل‌گیری مفهوم مشارکت، شهروند فعال و فضای عمومی و به تبع آن علایق عمومی و هویت اجتماعی مبتنی بر آن علایق می‌شود که این امر در جوامع جهان سوم که در معرض فشارهای مضاعف، به ویژه فرایند جهانی شدن و رشد علایق منطقه‌ای و محلی، قرار دارند بسیار حیاتی است. (۱)

امروزه یکی از مهم‌ترین راه‌های توسعه کشورهای مشارکت فعال مردم است و دولت‌ها سعی در برطرف کردن موانع مشارکت مردم در فعالیت‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی دارند.

مشارکت یک حرکت آگاهانه، فعال، آزاد و با مسئولیتی است که برای تثبیت امور جامعه ضروری است. همراه با این تعریف ما نمی‌توانیم جدا از شرایط سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در مورد مشارکت مردم فکر کنیم و از فوائد آن سخن بگوییم. با

توجه به اینکه امروز در مباحث توسعه، انسان محور است، طبیعتاً مشارکت این انسان در امور هم بیش از گذشته مطرح می‌شود. (۲)

امروزه در نظریه‌های توسعه، مشارکت را یکی از شاخص‌های توسعه می‌دانند. از نگاه چمبرز "مشارکت فرایندی است که مردم محلی را قادر می‌سازد تا تحلیل را خود انجام دهند، کنترل امور را به دست گیرند، اعتماد به نفس بیشتری کسب کنند و تصمیمات خود را اتخاذ نمایند." (۳)

یکی از خصوصیات دین اسلام و به ویژه مذهب تشیع توانایی جذب و بسیج مردم برای مشارکت است در روایتی از رسول خدا (ص) آمده است که مؤمنان همانند یک ساختمان هستند که هر یک سبب قوام و محکمی دیگری می‌گردد و مثل همه مؤمنان مثل یک بدن است که هرگاه عضوی از آن به درد آید دیگر اعضا هم آرامش نخواهند داشت. (۴)

به دنبال مشارکت افراد مختلف جامعه در تصمیم‌گیری‌ها، مجموعه‌ای از موانع از جمله ساختارهای اداری و بوروکراتیک، نداشتن قدرت تحمل بالای افراد و غیره سبب می‌شوند که انگیزه افراد برای مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی پایین بیاید و در نتیجه تمایل به مشارکت پذیری کاهش یابد. بنابراین لازم است که پیش نیازهای مشارکت قبلاً فراهم گردد. بعضی از این پیش نیازها عبارتند از:

- ۱- زمان کافی برای مشارکت در اختیار باشد.
- ۲- مزایای اجتماعی آن از زیان‌های احتمالی آن بیشتر باشد.
- ۳- افراد از توانایی لازم برای کار روی آن موضوع برخوردار باشند.
- ۴- توانایی متقابل برای ارتباط فراهم باشد.
- ۵- احساس بیم و خطری برای هیچ یک از طرف‌ها وجود نداشته باشد.

۶- آگاهی افراد نسبت به موضوع بالا باشد.

۷- جو سیاسی جامعه سالم باشد. (۵)

در این است که صرفاً به منافع و مقدرات مالی توجه نمی‌شود؛ بلکه استفاده از تجربیات، تخصص‌ها، دانش و فرصت‌های داوطلبان نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. (۶)

در نهایت می‌توان گفت برای موفقیت در به حداکثر رساندن مشارکت مردم در فعالیت‌ها و استفاده از توانمندی افراد، لازم است که انواع روش‌های جلب مشارکت را بشناسیم و بتوانیم از روش‌های مؤثر در برخورد با داوطلبان گروه‌های مختلف برای جلب مشارکت آنها برای رسیدن به اهداف کوتاه و بلند مدت استفاده کنیم.

روش‌ها

در این پژوهش، با توجه به نظریات اندیشمندان، صاحب نظران، تئوری‌ها و دیدگاه‌های مرتبط با فعالیت‌های داوطلبانه و نیز تحقیقات به عمل آمده، مهم‌ترین روش‌های جلب مشارکت مردمی از جمله روش چهره به چهره، روش تبلیغات و روش گروه‌سازی بررسی شد. نظر به اینکه هدف از انجام این پژوهش بررسی تأثیر این متغیرها بر انجام فعالیت‌های داوطلبانه بود، دیدگاه‌های موجود در خصوص فعالیت‌های داوطلبانه و مشارکت، در ابعاد چهار گانه بررسی و به تناسب این دیدگاه و نظریات و تحقیقات به عمل آمده، پرسشنامه‌ای در قالب ۴۰ سؤال تدوین و سپس رابطه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته از دیدگاه پاسخگویان بررسی شد.

با شناختی که پژوهشگران از منطقه مورد پژوهش داشتند و با توجه به جدول اعداد تصادفی مورگان، تعداد ۴۰۰ نفر از داوطلبان جمعیت هلال احمر استان کهگیلویه و بویر احمد انتخاب شدند و مورد مطالعه قرار گرفتند.

چنان که ذکر شد هدف اصلی این مطالعه سنجش تأثیر روش‌های جلب مشارکت مردم بر انجام فعالیت‌های داوطلبانه از دیدگاه پاسخگویان بود. برای

شاید به طور کلی نتوان میزان مشارکت مردم در فعالیت‌های داوطلبانه را ارزیابی و راهکار مناسبی برای جلب مشارکت آنها ارائه کرد؛ اما با توجه به اینکه در زمانی به سر می‌بریم که افزایش جمعیت و شهرنشینی و مشکلات ناشی از آن، مخصوصاً در کلان شهرهای بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه از جمله ایران، کارایی سازمان‌ها را متاثر کرده است؛ مشارکت عامه مردم شکل نگرفته یا مردم نسبت به این موضوع بی تفاوت شده اند. نتایج تحقیقات انجام شده در کشور درخصوص عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی، عوامل متعددی همچون سود آوری فعالیت مشارکتی، احساس بالای تعلق اجتماعی، افزایش اعتماد به همدیگر و غیره را بیان می‌کنند.

امروزه همه جمعیت‌های هلال احمر و صلیب سرخ برای هدایت و رهبری فعالیت‌های خود به داوطلبان وابسته‌اند و با توجه به اینکه مشارکت مردم در یکی از اصول هفتگانه نهضت بین المللی صلیب سرخ و هلال احمر تحت عنوان خدمات داوطلبانه مطرح شده است؛ این جمعیت‌ها وظیفه دارند با بسیج این منابع عظیم انسانی، مشارکت آنها را سازماندهی و در جهت اجرای وظایف جمعیت، خصوصاً تأمین احتیاجات معنوی و مادی نیازمندان آسیب‌پذیر در زمان حوادث و یا در شرایط عادی، بهره‌گیری کنند. این وظیفه در جمعیت هلال احمر کشور به دوش سازمان داوطلبان گذاشته شده است که با شعار توان توانمندان در خدمت نیاز نیازمندان، به فعالیت‌های عام المنفعه و بشردوستانه می‌پردازد. بنابراین تشویق همه اقشار جامعه، به خصوص افراد توانمند، برای انجام این فعالیت‌ها ضروری است.

تفاوت و امتیاز مشارکت مردمی در جمعیت‌های صلیب سرخ و هلال احمر از سایر مؤسسات حمایتی

نرم افزار SPSS و به روش آلفای کرونباخ پایایی ابزار
سنجش مورد تأیید قرار گرفت ($r=0/85$)

یافته‌ها

براساس یافته‌های جدول شماره ۱، با استفاده از
آزمون مجذور کای، معلوم شد که از نظر پاسخگویان،
بین میزان استفاده از روش چهره به چهره و میزان
مشارکت در فعالیت‌های داوطلبانه رابطه معنی داری
وجود دارد ($P<0/05$).

این منظور، خرده مقیاس‌های متغیرهای مستقل (یعنی
هر سه روش جلب مشارکت شامل روش چهره به
چهره، روش گروه‌سازی و روش تبلیغات) بر متغیر
وابسته (انجام فعالیت‌های داوطلبانه) مورد سنجش
قرار گرفت.

به منظور سنجش اعتماد (روایی) ابزار سنجش
(پرسشنامه فوق الذکر) به صورت مطالعه مقدماتی ۵٪
از جامعه آماری داوطلبان به طور تصادفی انتخاب
شدند و مورد پرسش قرار گرفتند. سپس به کمک

جدول شماره ۱: رابطه میزان استفاده از روش چهره به چهره با میزان مشارکت در فعالیت‌های داوطلبانه از

نظر پاسخگویان

میزان استفاده از روش چهره به چهره		کم		متوسط		زیاد		جمع	
تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۴	۲۶/۷٪	۰	۰٪	۰	۰٪	۰	۰٪	۴	۱٪
۱۱	۷۳/۳٪	۲۰۰	۹۲/۲٪	۱۱۶	۶۹٪	۳۲۷	۸۱/۷٪		
۰	۰٪	۱۷	۷/۸٪	۵۲	۳۱٪	۶۹	۱۷/۳٪		
۱۵	۱۰۰٪	۲۱۷	۱۰۰٪	۱۶۸	۱۰۰٪	۴۰۰	۱۰۰٪		

جدول شماره ۲: رابطه میزان استفاده از روش تبلیغات با میزان مشارکت در فعالیت‌های داوطلبانه از نظر پاسخگویان

میزان استفاده از روش تبلیغات		کم		متوسط		زیاد		جمع	
تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۲	۲۲/۲٪	۲	۰/۷٪	۰	۰٪	۰	۰٪	۴	۱٪
۶	۶۶/۷٪	۲۴۹	۹۱/۹٪	۷۲	۶۰٪	۳۲۷	۸۱/۷٪		
۱	۱۱/۱٪	۲۰	۷/۴٪	۴۸	۴۰٪	۶۹	۱۷/۳٪		
۹	۱۰۰٪	۲۷۱	۱۰۰٪	۱۲۰	۱۰۰٪	۴۰۰	۱۰۰٪		

براساس جدول شماره ۲، با استفاده از آزمون مجذور کای، معلوم شد که از نظر پاسخگویان، بین روش تبلیغات و میزان
مشارکت در فعالیت‌های داوطلبانه رابطه معنی داری وجود دارد. ($P<0/05$)

جدول شماره ۳: رابطه میزان استفاده از روش گروه‌سازی با میزان مشارکت در فعالیت‌های داوطلبانه از نظر پاسخگویان

میزان استفاده از روش گروه‌سازی	کم		متوسط		زیاد		جمع	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
میزان مشارکت در فعالیت‌های داوطلبانه								
کم	۲	۱۸/۲٪	۲	۰/۹٪	۰	۰٪	۴	۱٪
متوسط	۹	۸۱/۸٪	۲۱۳	۹۳/۸٪	۱۰۵	۶۴/۸٪	۳۲۷	۸۱/۷٪
زیاد	۰	۰٪	۱۲	۵/۳٪	۵۷	۳۵/۲٪	۶۹	۱۷/۳٪
جمع	۱۱	۱۰۰٪	۲۲۷	۱۰۰٪	۱۶۲	۱۰۰٪	۴۰۰	۱۰۰٪

آموزش به میزانی که بتوان با افراد مواجهه حضوری و چهره به چهره داشت زمینه‌های یادگیری تأثیرات ژرفی خواهد داشت. در جلب مشارکت مردم در فعالیت‌های داوطلبانه هر قدر که بتوان با افراد رو در رو و چهره به چهره وارد شد و آموزش‌ها و آگاهی‌های لازم را در خصوص اهداف و رسالت‌های بشردوستانه جمعیت هلال احمر تشریح کرد؛ بهتر و سریع‌تر می‌توان زمینه جلب مشارکت آنان را در ابعاد مختلف فعالیت‌های داوطلبانه خصوصاً عضویت در گروه‌های حمایت فراهم آورد.

تبلیغات نیز یکی از بهترین ابزارهایی است که در جلب مشارکت افراد و بالا بردن آگاهی و اطلاعات آنان نقش مهمی دارد و می‌تواند در هر دو بعد ترمیم و تخریب اجتماعی آثار متفاوتی داشته باشد. جمعیت هلال احمر نیز به واسطه اینکه با اقشار آسیب پذیر سر و کار دارد و هر گونه توجه نسبت به این اقشار انعکاس وسیعی دارد، می‌تواند با استفاده از این زمینه، حضور افراد را در قالب گروه‌های داوطلبانه تسریع بخشد. علاوه بر این اطلاع رسانی به شیوه‌های تبلیغی نقش بسیار مهمی در جلب مشارکت مردم ایفا می‌کند.

به علاوه در فعالیت‌های داوطلبانه، بسیاری از فعالیت‌ها عملاً زائیده تفکر جمعی است و با خرد

براساس جدول شماره ۳، با استفاده از آزمون مجذور کای، معلوم شد که از نظر پاسخگویان، بین روش گروه‌سازی و میزان مشارکت در فعالیت‌های داوطلبانه رابطه معنی داری وجود دارد ($P < 0/05$).

بحث

عصر حاضر به نام عصر ارتباطات نامگذاری شده است و عملاً در دنیای مدرن امروز چگونگی انتقال افکار و ایده‌ها در زمینه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و ... منشعب از این اصل است که چگونه بتوان با افراد و گروه‌ها ارتباط برقرار کرد و ایده‌ها و دیدگاه‌های خود را منتقل کرد.

جمعیت هلال احمر به واسطه اصول جهان شمول و توازن‌های منطقه‌ای که دارد براساس منشور فعالیت‌های بشر دوستانه از جایگاه ویژه بین‌المللی برخوردار است. همین اصول، مهم‌ترین زمینه برای جلب مشارکت افراد است که به شیوه‌های مختلف آموزشی، چه به صورت فردی و چه گروهی، می‌توان زمینه جلب مشارکت افراد را فراهم کرد.

اصولاً اصل همانند سازی، الگوبرداری و به تعبیری جامعه پذیری و فرهنگ پذیری بیشتر در آموزش‌های مستقیم و فردی صورت می‌گیرد. به خصوص در امر

References

1. Rezaee M. "Social participation means or goal of development". *Political-economical information magazine*, 1996. No109 & 110 [In Persian]
2. Shadi talab Gh. "People participation in management". *Jihad magazine Tehran*. 1993, No 162 [In Persian]
3. Chambers R. "Shift work patterns and practices study". *Journal of rural development*, No 3 & 4
4. Mahdavi Negad Gh. "Cooperatives in Islam". *Economic and cooperatives magazine*, 1997, No 8 [In Persian]
5. Ansari M H. "Participation in social and community consensus". *Journal of public culture*, fall and winter, 2000 [In Persian]
6. Mousavi H. "General guide to Red Crescent society staff", 2003 [In Persian]

جمعی و حمایت‌های گروهی می‌توان به اهداف فعالیت‌های داوطلبانه نائل آمد. بنا بر این فرایند گروه‌سازی و اصول یادگیری افراد از همدیگر امری مهم است.

نتیجه‌گیری

در این مطالعه روش‌های جلب مشارکت مورد بررسی، تأثیر بالایی در فعالیت‌های داوطلبانه داشته‌اند. به تناسب شرایط خاص گروه‌ها و نیز خصوصیات خاص فرهنگی و امکانات موجود می‌توان با شیوه‌های مورد بررسی، هم به صورت فردی و هم به صورت گروهی، زمینه‌های جلب مشارکت افراد در فعالیت‌های داوطلبانه را فراهم کرد. آحاد مردم با آگاهی از شیوه‌های مشارکت، چگونگی فعالیت در آن و نتایج و پیامدهای مشارکت اجتماعی می‌توانند با حضور خود میزان و شمول آن را افزایش دهند.

***Relationship Between The Attraction of Participation Methods With
Voluntary Activities Among Volunteers of Red Crescent Society of
Kohgiluyeh and Boyer-Ahmad in 2010***

Davari K, MA in Demography, Health & Care Network Dehdasht, Iran

*Correspondent Author: Shojaei Moghaddam, A, MA in Educational Management, Red
Crescent Society of Kohgiluyeh and Boyer-Ahmad, Iran*

*Razavi Motlagh Z.S, BA in Nursing, Red Crescent Society of Kohgiluyeh and Boyer-Ahmad,
Iran*

Received:2010-12-28

Accepted:2011-01-30

Abstract

Background: The process of attracting volunteers' participation is different from the past due to the increasing spread of science and technology, so appropriate actions should be taken in order to properly invite people to join voluntary activities. Because this research includes attitudes and practices of volunteers in Red Crescent society of Kohgiluyeh and Boyer-Ahmad in form of volunteer groups, the results can be used for designing appropriate strategies in order to continue to attract public participation.

Methods: This descriptive study was done on 400 volunteers in Red Crescent society of Kohgiluyeh and Boyer-Ahmad in 2010. A Likert-style questionnaire was designed by the researchers. The questionnaire was composed of 40 questions. Independent variable namely attraction of public participation included three sub-scale (face to face methods, advertising techniques and making group techniques); and dependent variable, i.e. voluntary activities covered 4 subscales (voluntary activities of support groups, skills groups, participation and also guidance groups). Correlation between these variables was identified.

Findings: The results indicated, in view of respondents, there was a significant relationship between participation in voluntary activities with methods of attracting participation by using Qui square Test ($p < 0/05$).

Conclusion: The methods of participation have a high impact on voluntary activities. Public participation in voluntary activities can be provided according to each group special conditions, cultural characteristics and facilities both individually and together as a group.

Keywords: attracting public participation, face to face method, advertising techniques, making group methods, volunteer groups