

پرسشنامه مورد نظر تهیه و پس از جمع‌آوری داده‌ها، با توجه به اهداف و ماهیت تحقیق از روش تحلیل آزمون فریدمن برای تجزیه و تحلیل پرسشنامه استفاده شد. جامعه آماری شامل امدادگران پایگاه‌های فعال جمعیت هلال‌احمر استان قزوین می‌باشد. در رویکرد کیفی از طریق روش تحلیل علی- لایه‌ای<sup>۱</sup>، در چهار سطح روندهای مؤثر تحلیل شده است.

**یافته‌ها:** طبق بررسی‌های به عمل آمده، عوامل مختلفی بر انگیزه خدمات داوطلبانه امدادگران تأثیرگذار است. به طور کلی عوامل به دو دسته اصلی عوامل درونی و عوامل بیرونی تقسیم‌بندی می‌شوند و هر کدام از این دسته‌ها به پنج مؤلفه تقسیم می‌شوند. همچنین با استفاده از تحلیل علی- لایه‌ای آینده خدمات داوطلبانه در چهار سطح تحلیل تبیین شده است.

**نتیجه‌گیری:** پنج عامل درونی به ترتیب: ایجاد آرامش درونی، نیاز به کسب دوستی و روابط، پرستش و اعتقادات مذهبی، رشد و تأمین نیاز «کسب موفقیت» و برخورداری از وضعیت روحی و جسمی مطلوبتر و پنج عامل بیرونی به ترتیب: رفتار سازمانی (مدیریت منابع انسانی، سیاست‌های سازمانی و...)، رسانه‌ها و تبلیغات، ابزارهای تشویقی، مشارکت و کار تیمی و نقش دولت و مجلس اولویت‌بندی شدند. همچنین در مقایسه‌ای که بین عوامل درونی و بیرونی انجام شد، در مجموع میزان تأثیر عوامل بیرونی بیشتر از عوامل درونی شناسایی شد.

**کلمات کلیدی:** خدمات داوطلبانه امدادگران، انگیزه، تحلیل علی- لایه‌ای، روند

## بررسی عوامل و روندهای مؤثر در انگیزه خدمات داوطلبانه امدادگران با استفاده از روش تحلیل علی- لایه‌ای (CLA)

عین الله کشاورز ترک<sup>۱</sup>، محسن کشاورز ترک<sup>۲</sup>

- دانشجوی دکترای آینده پژوهی دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران، مدیر گروه نظارت و ارزیابی دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)، قزوین
- نویسنده مسئول: کارشناسی ارشد مهندسی برق- کنترل دانشگاه تهران، تهران، ایران، معاون مرکز آینده پژوهی پارک علم و فناوری امام خمینی (ره) قزوین

E-mail:kt\_parsa66@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۹۰/۹/۲۴ تاریخ پذیرش: ۹۱/۴/۲۰

## چکیده

**مقدمه:** تقویت انگیزه نیروی انسانی داوطلب یکی از روندهای کلیدی توسعه مشارکت اجتماعی در جامعه می‌باشد، بنابراین لازم است تدبیری اندیشید تا این مهم به نحو مطلوبی تحقق یابد. بر همین اساس، سوال اصلی این پژوهش شناسایی عوامل و روندهای مؤثر در انگیزه خدمات داوطلبانه امدادگران می‌باشد.

**روش‌ها:** با توجه به ادبیات و مطالعات دو رویکرد کمی و کیفی در تحلیل استفاده شده است. در رویکرد کمی، بر اساس تحقیق و مطالعات،

## مقدمه

داده است. هدف از پیاده‌سازی تحلیل علی- لایه‌ای، ساختار شکنی پدیده‌های اجتماعی و رسیدن به درکی عمیق از لایه‌های زیرین مسائل و مشکلات است. پس از آشکارشدن لایه‌های مختلف پدیده‌ها و قرارگرفتن متن در بافت، نوبت به تدوین و ارایه سناریوهای بدیل آینده می‌رسد (۱).

## روش‌ها

بر مبنای ادبیات و مطالعات، دو رویکرد کمی و کیفی در تحلیل استفاده شده است. این پژوهش، «جمعیت هلال احمر استان قزوین» را بررسی می‌کند و مطالعه موردنی به حساب می‌آید. روش گردآوری داده، توصیفی- پیمایشی است. در این تحقیق با استفاده از مستندات و مطالعات تطبیقی، ادبیات موضوع به دست آمده است و بر اساس این مبانی و همچنین نظرات کارشناسان و اساتید، پرسشنامه‌ای شامل ۵۰ سؤال تدوین شد و در اختیار امدادگران پایگاه‌های فعال استان قزوین قرار داده شده است. پرسشنامه از دو بخش کلی تشکیل شده است: بخش اول، سوالات اصلی پرسشنامه است که عمدۀ ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر عوامل مؤثر در انگیزه خدمات داوطلبانه امدادگران در جمعیت هلال احمر استان قزوین را بررسی می‌کند و بخش دوم شامل مشخصات فردی است؛ این بخش به دنبال ارزیابی توصیفی نمونه‌های آماری می‌باشد. همچنین، جامعه آماری شامل امدادگران پایگاه‌های فعال است که ۳۰۳ نفر می‌باشند.

با توجه به ناهمگن بودن اعضای جامعه، با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده، ۱۰۰ نفر انتخاب شدند که پرسشنامه‌های این ۱۰۰ نفر برای آزمون فریدمن گردآوری شدند.

از روش ناپارامتریک آزمون فریدمن هنگامی استفاده می‌شود که هدف مقایسه چند متغیر (یا نمونه) وابسته به هم باشد. این روش و اکثر روش‌های ناپارامتریک براساس رتبه مشاهدات انجام می‌شوند،

بناز به خدمات داوطلبانه در سال‌های اخیر از اهمیت بسزایی در جامعه برخوردار می‌باشد، زیرا سازمان‌ها و مؤسسات ارائه‌دهنده خدمات اجتماعی بدون داوطلبان تربیت شده فقط قادر به انجام دادن حداقل برنامه‌های خود هستند ولی با کمک داوطلبان می‌توانند برنامه‌های خود را از نظر کمّی و کیفی گسترش دهند و به عده بیشتری از مردم خدمت کنند؛ همچنین در سال‌های اخیر جمعیت‌های ملی صلیب‌سرخ و هلال احمر با چالش‌هایی در خصوص کم‌شدن تعداد اعضا و داوطلبان نسبت به گذشته مواجه شده‌اند. بنابراین تشویق همه اشار جامعه به خصوص جوانان برای انجام خدمات داوطلبانه ضروری است. از طرفی انجام خدمات داوطلبانه، برای خود داوطلبان نیز بسیار مفید است، زیرا سبب تقویت حس نوع دوستی در آنان می‌گردد.

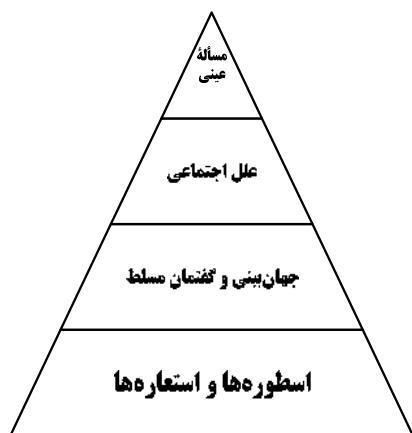
در این میان نیروی انسانی داوطلبان امدادگر، یکی از ایفاکنندگان نقش‌های اصلی و بنیادین جمعیت هلال احمر به شمار می‌رond. بنابراین لازم است تدبیری اندیشید تا عوامل مؤثر در انگیزه داوطلبان جمعیت هلال احمر به نحو مطلوبی شناسایی و تقویت گردد. شناسایی این عوامل می‌تواند موجبات مشارکت بیشتر اشار جامعه را فراهم سازد. در این میان بهره‌مندی بیشتر از خدمات داوطلبانه امدادگران نیازمند سازماندهی و سیاست‌گذاری‌های راهبردی می‌باشد. در راستای نیل به این هدف، توجه به علایق و سلیقه‌های امدادگران در راستای افزایش انگیزه، با توجه به محوریت آنان در ارائه خدمات، امری ضروری است.

در این پژوهش در خصوص تحلیل عمیق و شناسایی روندهای تأثیرگذار بر خدمات داوطلبانه از روش تحلیل علی- لایه‌ای استفاده شده است. تحلیل علی- لایه‌ای یکی از روش‌های آینده پژوهشی است که دکتر «سهیل عنایت‌الله» آن را ابداع کرده و توسعه

به بالا در بین سطوح چهارگانه و تشخیص گفتمان‌هایی است که در ساخت موضوع یا مسأله نقش دارند.

۲. سطوح افقی: شناسایی مسأله (مشکل چیست؟)، راه حل مرتبط (راحل چیست؟)، اشخاص مرتبط (چه کسی می‌تواند مشکل را حل کند؟)، منبع اطلاعات مسأله (مشکل و راه حل آن در چه بافتی قرار می‌گیرد؟).

۳. فهم عمودی تحلیل علی - لایه‌ای مطابق شکل شماره ۱ می‌باشد:



شکل شماره ۱: تحلیل علی - لایه‌ای

۴. لایه مسأله عینی، ناظر بر عینیترين و آشکارترین سطح آينده است و فهم آن نياز به مهارت‌های تحليلي خاصی ندارد. در اين لایه وقوع روندها و پدیده‌ها برای همه پذيرفته شده و از حيث كمی، داده‌ها و اطلاعات بسياري در خصوص آن در رسانه‌های گروهي منتشر شده است؛ اما نكته‌اي که در خور توجه است در اين لایه مسائل و روندها نه فقط به يكديگر مرتبط نیستند، بلکه گستته از هم به نظر می‌رسند.

۵. لایه علت‌های اجتماعی که ناظر بر عوامل اقتصادي، فرهنگی، سیاسي و تاریخي است. در این لایه تلاش می‌شود داده‌های كمی بر حسب همبستگی متغيرها، رابطه علیت، به كارگیری يك نظریه خاص و نقد سایر نظریات تفسیر شوند. در

يعني با مقایسه رتبه‌ها، در نهايیت به مقایسه خود متغيرها پرداخته می‌شود. به عبارت ديگر هرگاه از يك شخص سئوالات متعددی داشته باشيم و در نهايیت بخواهيم برای افراد مختلف ميانگين رتبه‌های سئوالات را با هم مقایسه و رتبه‌بندی کنيم، از اين آزمون استفاده می‌کنيم. در مقایسه سئوالات باید به اين نكته توجه داشت که اين سئوالات برای هر شخص مستقل از هم نیستند. از آماره‌های توصيفي نظير ميانگين، ميانه، نما (مد)، انحراف معيار و نمودارها برای بررسی توصيفي یافته‌های مطالعه استفاده شد. با توجه به تنوع متغيرها و مقتضيات طرح از آزمون فريدمان و نرم افزار SPSS استفاده شده است.

در گام دوم، در خصوص تحليل کيفي روندهای خدمات داوطلبانه از روش تحليل علی - لایه‌ای استفاده شده است. اين روش برای نخستين بار در مقاله‌اي با عنوان «تحليل علی - لایه‌ای: فراساختارگرایي به مثابه روش<sup>۱</sup> در مجله فيوچرز<sup>۲</sup>» مطرح شد. اين مقاله نخستين ويراييش نظرية تحليل علی - لایه‌ای است. در اين مقاله عنایت‌الله به شدت متأثر از رویکردهای فراساختارگرایي افرادي مانند ميشل فوكو<sup>۳</sup> و مايكل شپيرو<sup>۴</sup> قرار دارد؛ اما به تدریج در ويراييش‌های بعدی نظرية خود علاوه بر ساختارگرایي رهیافت‌های تجربی و تفسيري را نيز به کار گرفت. مختصات کلی تحليل علی - لایه‌ای به شرح زير است:

۱. بافت: تعريف چارچوب مسأله و خلق راه حل ها چگونه انجام می‌شود؟ زبان خشی و بی طرف نیست بلکه خود بخشی از تحليل است. حکيمانه‌ترین بررسی موضوع، مستلزم حرکت بالا به پایین و پایین

<sup>1</sup>Causal Layered Analysis: Post structuralism as method

<sup>2</sup>Futures

<sup>3</sup>Michel Foucault

<sup>4</sup>Michael Shapiro

کنکاش می‌شوند. این روایتها، طرحواره‌ها و تصاویر نه فقط در اندیشه، بلکه در احساس افراد ریشه دارند. در این لایه، زمینه‌های تمدنی شکل‌دهنده به گذشته، حال و آینده بازنمایی می‌شوند. شالوده شکنی استعاره‌های متعارف و عرصه استعاره‌های بدیل رهگذار مناسبی را به منظور نقده حال و خلق آینده‌های بدیل فراهم می‌کند. بر این اساس، فهم استعاره‌ها و اسطوره‌ها نه فقط لایه‌های عمیق تمدنی شکل‌دهنده به یک آینده خاص را آشکار می‌کند، بلکه با ردیابی عوامل ناخودآگاه و اسطوره، امکان خلق آینده را فرای مرزهای عقلانی مهیا می‌سازد.

بنابراین روش تحلیل علی- لایه‌ای به شرح مذکور، ناظر بر آینده‌پژوهی فرای چارچوب‌های متعارف است. به عبارت روش‌تر، تحلیل‌های دانشگاهی عادی متمایل به لایه دوم و تا حدودی لایه سوم است و در این تحلیل‌ها به ندرت به لایه چهارم توجه می‌شود؛ در حالی که در روش تحلیل علی- لایه‌ای، به تمامی قلمروهای معرفت‌شناسختی مؤثر در شکل‌گیری آینده توجه می‌شود و نمی‌توان هیچ لایه و حوزه معرفت‌شناسختی را نسبت به حوزه و لایه دیگر برتر دانست؛ بنابراین در روش تحلیل علی- لایه‌ای آینده‌پژوه با نگاهی از بالا به پایین و از پایین به بالا، می‌تواند تحلیل خود را یکپارچه سازد و از حيث افقی نیز می‌تواند گفتمان‌ها، شیوه‌های کسب معرفت و جهان‌بینی‌های مؤثر در شکل‌گیری آینده را با هم ادغام کند و در نتیجه بر غنای تحلیل خود در خصوص آینده بیافزاید (۲ و ۳).

### یافته‌ها

نتایج در دو فصل مکمل طبقه‌بندی می‌شوند:

فصل اول: در این بخش بر مبنای مطالعات انجام شده، عوامل مختلفی در خصوص انگیزه خدمات داوطلبانه امدادگران در سازمان‌های غیر انتفاعی و بشردوستانه همانند جمعیت هلال احمر شناسایی

این لایه مؤسسات سیاست‌پژوه و سیاست‌گذار تحلیل‌های مستدل و مستندی را در خصوص آینده در روزنامه‌ها و مجلات منتشر می‌کنند. نقطهٔ تعالی این تحلیل‌ها، تبیین علمی و فنی رخدادهای آینده است. در این لایه، نقش دولت و سایر کنشگران، خاصه گروه‌های فشار پر رنگ می‌شود.

۶. لایه سوم ناظر بر فهم ساختار، جهان‌بینی و گفتمانی است که نه فقط پشتیبان دعاوی معرفتی مرتبط با آینده است، بلکه به این دعاوی مشروعیت می‌بخشد و علت‌های اجتماعی به وجود آورندۀ مسئله عینی (لایه اول) را شکل می‌دهند. این لایه بر تصویر بزرگ و پارادایمی متمرکز است که باعث می‌شود ما پدیدارها و رخدادهای عالم را واقعی یا غیر واقعی بدانیم. در این لایه لنزهای شناختی که ما برای فهم و شکل‌دهی به جهان استفاده می‌کنیم، بررسی می‌شود. در این لایه تلاش‌های ناظر بر شناخت ساختارهای فرهنگی، زبانی و اجتماعی هستی‌بخش آینده است و فهم مفروضات عمیق نهفته در مسائل مرتبط با آینده و ارائه تفسیری جدید از مسئله به شدت مورد توجه است. در این مرحله آینده‌پژوه می‌تواند گفتمان‌های مختلف شکل‌دهنده به آینده را کشف کند و نشان دهد که چگونه گفتمانی که ما برای فهم مسائل به کار می‌گیریم در پیکربندی خود آن مسئله نقش دارد. در این لایه به تعداد گفتمان‌های مختلفی که برای فهم مسئله وجود دارند می‌توان آینده‌های بدیلی را شناسایی کرد. در این لایه بینان‌ها و متغیرهای مؤثر در شکل‌گیری مسئله عینی مورد پرسش واقع می‌شوند.

۷. لایه چهارم که ناظر بر فهم اسطوره‌ها و استعاره‌هایی است که به شیوه‌ای ناخودآگاه به شکل‌گیری جهان‌بینی و گفتمان مسلطی که به وجود آورندۀ علت‌های اجتماعی و مسئله عینی شده است، کمک می‌کنند. در این لایه عمیق‌ترین روایتها، طرح‌واره‌ها و تصاویر ذهنی شکل‌دهنده به آینده،

پس از بررسی پرسشنامه‌های گردآوری شده، یافته‌های آماری جدول شماره ۱ به دست آمد، که بیانگر خصوصیات جامعه مورد مطالعه می‌باشد و حاوی اطلاعات ارزشمندی می‌باشد که در فرایند برنامه‌ریزی برای آینده رهنمود است.

گردید که به طور کلی عوامل به دو دسته اصلی، عوامل درونی و عوامل بیرونی و هر کدام از این دسته‌ها به پنج قسمت تقسیم می‌شوند. جدول عوامل مؤثر به پیوست آمده است.

جدول شماره ۱: یافته‌های آماری جامعه مورد مطالعه

| مؤلفه‌ها     | توزيع مؤلفه‌ها  |
|--------------|---|
| جنسیت        | مرد ۹۱ زن ۹   |
| وضعیت تأهل   | متاهل ۳۰ مجرد ۷۰  |
| مذهب         | اسلام ۱۰۰ سایر مذاهب (مسيحی، ارمنی...)  |
| وضعیت اشتغال | شاغل ۳۳ بیکار ۶۷  |
| میزان درآمد  | درآمد زیر ۴۰۰.۰۰۰ تومان ۷۹ درآمد بالای ۴۰۰.۰۰۰ تومان ۲۱                         |
| سنوات همکاری | ۱ تا ۴ سال ۵۰ بیشتر از ۹ سال ۳۶   |
| سن           | زیر ۱۹ سال ۴۸ ۱۹ تا ۲۴ سال ۲۶ ۲۵ تا ۳۰ سال ۱۰ ۳۱ تا ۴۰ سال ۲ بیشتر از ۴۰ سال ۱۴ |
| سطح تحصیلات  | دیپلم ۵۰ زیر دیپلم ۴ دیپلم ۲۸ فرق دیپلم ۱۵ لیسانس ۲ فوق دیپلم ۱ دکتری ۱         |

## جدول شماره ۲: اولویت‌بندی عوامل درونی و عوامل بیرونی

| عوامل بیرونی  | عوامل درونی                         |
|---|-------------------------------------|
| رفتار سازمانی (مدیریت منابع انسانی، سیاست‌های سازمانی و...)<br>رسانه‌ها و تبلیغات | ایجاد آرامش درونی<br>۱              |
| ابزارهای تشویقی   | نیاز به کسب دوستی و روابط<br>۲      |
| مشارکت و کار تیمی   | پرستش و اعتقادات مذهبی<br>۳         |
| نقش دولت و مجلس   | رشد و تأمین نیاز کسب موفقیت<br>۴    |
|   | برخورداری از وضعیت روحی و جسمی<br>۵ |
|   | مطلوب‌تر                            |

این سؤوال بر حسب روش تحلیل علی- لایه‌ای به شرح زیر است:

الف- در سطح مسئله عینی: جمعیت هلال‌احمر با استعانت از سه مؤلفه مشارکت مردمی و خدمات بشردوستانه و خدمات داوطلبانه، در مقیاس ملی و بین‌المللی عمل کرده است. دستاوردهای خدمات داوطلبانه در چارچوب اهداف مشخص با رویکردی آرمان خواهانه همراه بوده و سطوح آشکار و قابل توجه این فعالیت محسوب می‌شود که در عوامل مؤثر در انگیزه خدمات داوطلبانه پیرامون هر یک توضیح داده خواهد شد. همه آنچه که در طی سال‌های فعالیت جمعیت هلال‌احمر رخ داده، که به طور عمده با حمایت فدایکارانه مردم، فصل زرینی در پرونده جمعیت به حساب می‌آید، مسائل عینی انگیزه خدمات داوطلبانه می‌باشد که به صور مختلف و در منابع متعددی به ثبت و ضبط رسیده است. امروز کمتر انسان علاقمند به شرح حال و شناخت امور داوطلبانه و بشر دوستانه است که با تجربه جمعیت هلال‌احمر آشنایی نداشته باشد. مدت‌هاست که در کتاب‌ها، عنایین خبری، رسانه‌های گروهی و... مسائل عینی و قابل لمس خدمات داوطلبانه ذکر شده است. مشکلات پیش روی فعالیت‌های داوطلبانه امدادگران و رفع آنها و نیز کارآمدی آنها

پس از تحلیل آزمون فریمن عوامل درونی و بیرونی اولویت‌بندی شدند که جدول شماره ۲ اولویت‌بندی عوامل درونی و عوامل بیرونی را نشان می‌دهد. همچنین در مقایسه‌ای که بین عوامل درونی و بیرونی انجام دادیم، در مجموع میزان تأثیر عوامل بیرونی بیشتر از عوامل درونی است.

فصل دوم: تحلیل روندهای مؤثر مطابق تحلیل علی- لایه‌ای:

خدمات داوطلبانه یک پدیده اجتماعی- فرهنگی است که اهداف، دستاوردها و کارکردهای مشخص و توانم با چالش‌های ساختاری - اجرایی را تجربه کرده است. در طی گذشت بیش از هشت دهه از تأسیس جمعیت هلال‌احمر در ایران و کسب تجارب بسیار در خصوص فعالیت‌های داوطلبانه، این جمعیت دستاوردها و تجارب بسیاری در مشارکت اجتماعی داشته است. یک سؤال کلیدی وجود دارد که همواره در محافل علمی مورد توجه صاحب‌نظران قرار گرفته است. در این قسمت تلاش می‌شود به این سؤال پاسخ داده شود که حسب وقوع رویدادها و روندهای گذشته و حال و نیز برآورد تحولات پیش رو، توسعه مشارکت در امور داوطلبانه چگونه ارزیابی می‌شود و آینده‌های محتمل پیش روی جمعیت هلال‌احمر در این عرصه کدامند؟ پاسخ به

سپس شبکه‌سازی در خصوص افزایش سرمایه اجتماعی از طریق توسعه خدمات داوطلبانه تخصصی تأکید گردید و پیشنهاد تأسیس باشگاه داوطلبان در استان و افزایش برگزاری کلاس‌ها و کارگاه‌ها و سمینارهایی با محوریت این موضوع طرح گردید.

**ج- در سطح جهان‌بینی و گفتمان: دلایل تاریخی عمیقی** که ناظر بر شکل‌گیری امور بشردوستانه و نیز تجربه طولانی مدت آن است ریشه در اندیشه مذهبی و بشردوستانه دارد که مدعی حفظ الگوها و نمادهای اسلامی- ایرانی است. امروزه با توجه به ماهیت فکری و اعتقادی داوطلبان ضرورت تقویت انگیزه‌های خدمات داوطلبانه تشید شده است. با توجه به دو مؤلفه، ماهیت فکری و اعتقادی جوانان و ترکیب جمعیت جوان و متخصص، چشم‌انداز جمعیت هلال‌احمر در خصوص انجام امور داوطلبانه تخصصی با مشارکت بالا قابل تصویرپردازی می‌باشد. در این میان مشارکت بانوان در امور داوطلبانه می‌تواند به عنوان یک روند کلیدی مد نظر قرار گیرد.

در این سطح گفتمان‌های مختلف اعم از اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بررسی شد و نشان داده شد که گفتمان‌های مسلط مسبب ظهور این موضوع، مبانی اقتصاد سیاسی و بی‌توجهی به توسعه نهادهای مردم نهاد می‌باشد؛ مثلاً در باب مبحث وقف، که در میانی اسلامی با مشارکت و خلاقیت مردم و روحانیت شکل می‌گرفت، با سازماندهی آن در چارچوب‌های دولتی، اگر با تضعیف مشارکت مردمی و ساختارهای مردم نهاد باشد، می‌تواند توسعه این امر را در حوزه‌های فرهنگی و داوطلبانه با چالش‌هایی مواجه سازد و جامعه را از توسعه خدمات داوطلبانه به عنوان یک بازوی فکری و عملی که ریشه در فرهنگ و جهان‌بینی اسلامی دارد، محروم سازد. راه

در مدیریت و پیشگیری از وقوع برخی بحران‌ها و رخدادهای مهم و ترسیم اهداف بومی و نوظهور دست‌یافتنی، مطرح شده است. در این سطح مشکلی که جمعیت با آن روبرو است ضعف سازماندهی و روند نزولی به کارگیری خدمات داوطلبانه در جامعه است. کارکنان و مدیران جمعیت آن را یک مشکل بیرونی می‌دانند و اعتقاد در این بخش بر آن است که دولت باید برای حل این مشکل کاری بکند، مثلاً بودجه‌های امر را افزایش دهد.

**ب- در سطح عوامل اجتماعی: علل اجتماعی ایجاد مشکلات را می‌توان ناشی از ضعف تبلیغات و رسانه و ضعف عوامل مدیریتی دانست، به طوری که ریشه بسیاری از چالش‌ها را باید در این دو حوزه بررسی کرد.**

همچنین بی‌توجهی علمی به ساختارها و شبکه‌ها و توسعه سازمان‌های مردم نهاد<sup>۱</sup> ایرانی مورد نیاز برای انجام فعالیت‌های داوطلبانه با توجه به تغییرات اجتماعی و سرعت سریع تحولات فناوری اطلاعات، از عوامل اجتماعی این پدیده می‌باشد. در خصوص این پدیده دامنه‌ای از دیدگاه‌ها بررسی شد. در بین این موضوعات، کمبود نیروی متخصص و کارشناسی برای جذب و سازماندهی اعضای داوطلب، بی‌توجهی به فرهنگ‌سازی در این حوزه، نامناسب بودن خواسته‌های داوطلبان با شرایط محیطی مطرح گردید. همچنین برخی از مشارکت‌کنندگان در پانل به افزایش جمعیت جوانان متخصص و دانشجویان بالقوه اشاره داشتند. راه حل‌های برآمده از این سطح تحلیل، به این صورت بودند که باید درباره این مسئله خاص بیشتر تحقیق شود و بین جمعیت هلال‌احمر و دستگاه‌های مسئول طرح‌های مشترک برحسب دغدغه‌های اجتماعی تعریف گردد و به ضرورت نهادسازی و

احترام به آنان و برقراری رابطه مناسب از عوامل بسیار مؤثر در انگیزه امدادگران سازمان است. همچنین، فرهنگ سازمان می‌بایست بر وفاداری، مفید بودن فرد برای گروه و تقدیر از افراد درستکار تأکید داشته باشد. با توجه به اهمیت فرایند منابع انسانی در سازمان‌های داوطلبانه، لزوم توجه به نیازهای آنان و مدیریت صحیح منابع انسانی از ضروریات است (۴). در این میان فرهنگ سازمان می‌بایست به گونه‌ای باشد که به عملکرد بیش از تعهد، توجه داشته و پاداش‌های مناسب و شناسایی فردی در آن وجود داشته باشد. کنترل مستمر جریان انجام امور طبق برنامه تصویب شده و دستورهای صادره نیز مدنظر قرار گیرد.

#### عامل دوم: رسانه‌ها و تبلیغات و ارتباطات

رسانه‌ها و تبلیغات امروزه به عنوان یک علم و تکنیک حیاتی برای جلب توجه ذینفعان و مخاطبان محسوب می‌شود که با استفاده از یافته‌های روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، هنر و... روز به روز بر پیچیدگی و قدرت آن افزوده می‌شود. متخصصان ارتباطات، تبلیغات و بازاریابی می‌توانند با استفاده از تکنیک‌های علمی بر ذهن و تفکر مخاطبان تأثیر بگذارند؛ بدین ترتیب که با ارائه پوسترها و برنامه‌های تبلیغاتی در رسانه‌های مختلف و با استفاده از عبارات و کلمات مناسب و ترکیبات گرافیکی زیبا و جذاب می‌توانند ذهن و باور مخاطب و داوطلب بالقوه را به سمت موضوع مورد نظر سوق دهند و مرکز کنند (۵ و ۶). لازم به یادآوری است که سازمان داوطلبان جمعیت هلال‌احمر می‌بایست از هر فرصتی برای اطلاع‌رسانی و افزایش آگاهی مردم از فعالیت‌های داوطلبانه استفاده کند.

حل پیشنهادی در این سطح لزوم تفکر مجدد درباره ساختار خدمات داوطلبانه و تعاریف نوین «چشم انداز» برای این امر افزایش می‌یابد.

د- در لایه اسطوره و استعاره: در این لایه مرکز بر رویکردهایی است که ریشه در فرهنگ اسلامی- ایرانی دارد. در واقع، اسلام مداربودن بافت امور داوطلبانه به معنی استعاره‌های پذیرفته شده و نهادینه شده در ناخودآگاه افراد حقیقی و حقوقی به عنوان اشار علاقمند به انجام فعالیت‌های داوطلبانه است. موضوعات دیگر مطرح شده، مواردی هستند مانند اینکه «آیا خدمات داوطلبانه موجب تقویت حس انسان‌دوستی می‌شود یا صرفاً یک نوع فعالیت است؟» و «آیا باید خدمات داوطلبانه را براساس الگوی رسمی تعریف کرد یا اینکه راهی به سوی کمال و تعالی دانست؟» و...

در این مورد خاص مشخص شد که برای خدمات داوطلبانه در جمعیت هلال‌احمر چند استعاره می‌تواند کاربرد داشته باشد: «انسان‌دوستی» و «روابط دوستانه» و «مشارکت هدفمند و تخصصی».

#### بحث و نتیجه‌گیری

بررسی وضع موجود و مطلوب به کمک مطالعه ادبیات علمی موجود و تحلیل علی- لایه‌ای و آزمون فریدمن انجام پذیرفته است، حال می‌خواهیم درباره هر یک از عوامل مؤثر در انگیزه خدمات داوطلبانه امدادگران به بحث و تحلیل پردازیم:

عامل اول: رفتار سازمانی (مدیریت منابع انسانی، سیاست‌های سازمانی و...)

از آنجایی که انسان‌ها برای ارضای نیازهای خاص خود (مثل احترام، رابطه، مشارکت و...) به فعالیت‌های اجتماعی و گروهی می‌پیوندند، لذا فراتر از روحیات متفاوت افراد با یکدیگر تمامی داوطلبان وجوه مشترکی از عضویت و فعالیت در گروه‌ها دارند. بنابراین توجه به انگیزه‌های مشترک انسانی و

می برمیم، دوست داریم با جمع بنشینیم، پیکنیک برؤیم یا به تماشای فیلم پردازیم. ارتباط و تعامل با دیگران به طور کلی یک بنای جدی و اساسی در زندگی است؛ آنگونه که اگر بهترین امکانات در اختیار آدمی قرار گیرد ولی از ملاقات با جامعه محروم باشد، به هیچ وجه احساس رضایتمندی نخواهد کرد. از این رو هر اندازه انسان در تعامل عاطفی و انسان‌دوستانه بیشتری باشد، احساس مثبت‌تری نسبت به خود و زندگی اطراف خود خواهد داشت.

به عبارت دیگر، بر اساس این نیاز تمایل به کسب دوستی، حمایت دیگران و ایجاد روابط صمیمی با آنها، افراد تمایل دارند که مورد پذیرش دیگران واقع شوند و در شرایطی که تعاون حاکم است و روحیه همکاری و تفاهم وجود دارد به کار اشتغال داشته باشند.<sup>(۸)</sup>

#### عامل پنجم: پرستش و اعتقادات مذهبی

انگیزه مذهبی، پتانسیلی عظیم برای افکار و خدمات انسان‌دوستانه است و بی‌توجهی به این باورها محرومیتی بزرگ برای اشاعه افکار و اصول نهضت صلیب‌سرخ و هلال‌احمر محسوب می‌گردد. بشردوستی و ارائه خدمات انسان‌دوستانه جزء عصاوه و رسالت مشترک دعوت همه‌انبیای توحیدی و سفارش همه‌اولیای بزرگ الهی است. در اسلام به مسئله همیاری و کمک‌رسانی توجه بسیاری شده و راه‌هایی نیز برای این امر در نظر گرفته شده، که انفاق و صدقه یکی از این موارد است.<sup>(۹)</sup>

همه انسان‌ها تحت تأثیر جاذبه‌های معنوی، حرکت‌ها و تلاش‌هایی انجام می‌دهند. حرکت‌هایی که بر اساس این عامل به وجود آید دارای برتری‌های بسیاری است که از جمله می‌توان به دوام و پایداری آن اشاره کرد. حرکت‌هایی که براساس مسائل معنوی به وجود آید در کوران حوادث از بین

#### عامل سوم: ایجاد آرامش درونی

این عامل مهم‌ترین عامل درونی است که نقش مشخص و بارزی در انگیزه فرد در انجام فعالیت‌های داوطلبانه دارد. از دیدگاه ارسطو خوشبختی واقعی در گرو کمک به دیگران و بالابردن فضایل اخلاقی و حس نوع دوستی و کمک به بشریت تعریف شده است. برخی از اندیشمندان عصر حاضر نیز نظرات مشابهی را ارائه کرده‌اند؛ به عنوان نمونه، بنیانگذار اقتصاد مدرن، آدام اسمیت<sup>۱</sup> می‌گوید: «برای رسیدن به خوشبختی باید نخست در اندیشه خوشبخت کردن دیگران باشیم و به عبارتی دیگر، ما هرگز به خوشبختی دست نمی‌یابیم مگر آنکه در جهت خوشبخت سازی دیگران گام برداریم». که این نشان‌دهنده اهمیت بالای ایجاد آرامش درونی و بالا بردن فضایل اخلاقی است.<sup>(۷)</sup>

دیدگاه آرجیل<sup>۲</sup> روان‌شناس بر جسته عصر حاضر، عامل اصلی رضایتمندی داوطلبان درامور خیریه، مشاهده ثمرات گذشته همکاری خود با دیگران است. به عنوان مثال شخصی که برای رفع تعیض و نابرابری در جامعه تلاش می‌کند، هنگامی که وضعیت بهتر مردم را در نتیجه کارهای خود مشاهده می‌کند، لذت می‌برد و یا انسانی که در مراکز اجتماعی - دینی با وقت یا مال خود همکاری می‌کند، از اینکه گروهی به آرامش درونی دست می‌یابند لذت می‌برد.

**عامل چهارم: نیاز به کسب دوستی و روابط**  
برخی با هدف برقراری ارتباط و آشنا شدن با مردم و یافتن دوستان جدید و بالابردن حس تعلق<sup>۳</sup> دست به فعالیت‌های داوطلبانه می‌زنند. همه ما دوست داریم که با دیگران در ارتباط باشیم، می‌خواهیم دیگران را دوست داشته باشیم و دیگران نیز ما را دوست داشته باشند. ما از برخورد با دیگران لذت

<sup>1</sup> Adam Smith

<sup>2</sup> Argyle

<sup>3</sup> Sense of belonging

برقراری رابطه دوستانه و صمیمانه، تشویق، کسب رضایت امدادگران، مشورت با آنان، استفاده از مزایای داوطلبی و شناخت علایق و استعدادهای آنان و در اختیار گذاشتن فرصت‌های لازم برای ابراز وجودشان از عواملی است که در انگیزه خدمات داوطلبان امدادگران مؤثر است (۱۱ و ۱۲). در ادامه وظایف محوله چالشی‌تر و انگیزشی‌تر باشد و انجام وظایف امدادگران و موفقیت‌هایشان مورد توجه افراد خارج از سازمان قرار گیرد.

**عامل هشتم: برخورداری از وضعیت روحی و جسمی مطلوب‌تر**

طبق یافته‌های روانشناسان، افرادی که شانس انجام خدمات اجتماعی داوطلبانه داشته‌اند، از روحیه شاد و سرزنش‌تری برخوردار بوده‌اند. درواقع، بین داوطلبی در امور خیریه و خوشبختی رابطه دوسویه وجود دارد و هرکدام دیگری را تقویت می‌کند. از دیدگاه مییر<sup>۱</sup> و استواتزر<sup>۲</sup> رابطه بین داوطلبی و خوشبختی، امری علمی و قابل اثبات است. آنچه قطعیت دارد آن است که اشخاصی که داوطلب همکاری در امور خیریه هستند، از وضعیت روحی مطلوب‌تری برخوردارند و روحیه آنان بالاتر از کسانی است که صرفاً به خود می‌اندیشند و از همکاری در امور خیریه پرهیز می‌کنند (۱۳).

بر اساس تحقیقاتی که در کانادا در استان انتاریو صورت گرفته است، خدمات داوطلبانه نه فقط موجب افزایش SWB<sup>۳</sup> و اعتماد به نفس می‌شود، بلکه موجب کاهش انزوا و تنها‌بی، پائین آوردن فشار خون و بهبود سیستم ایمنی در بدن می‌شود؛ همچنین بزرگسالانی که به کار داوطلبی اشتغال دارند از نرخ مرگ و میر پائین‌تری برخوردارند (۱۴).

نمی‌رود و از اطمینان بیشتری هم برخوردار خواهد بود؛ زیرا اگر فعالیتی با پیشوانه توجه به خدا انجام شود، در مسیر خود احتیاج به کنترل و نظارت ندارد و این افراد، خداوند را ناظر بر اعمال خود می‌بینند. با درنظر گرفتن دیدگاه اسلام پیرامون نقش عبادت به‌طور کلی و نقش امور خیریه و داوطلبانه به‌طور خاص، به خوبی درمی‌باییم که هدف از توصیه‌های مکرر و مؤکد در اسلام آشناسازی بشر با یکی از مهم‌ترین راه‌های دستیابی به خوشبختی است (۱۰).

**عامل ششم: رشد و تأمین نیاز «کسب موفقیت»**

این عامل شامل یادگیری واقعی مهارت‌های جدید همراه با پیشرفت‌های بیشتر و توانمندی و ظرفیت بیشتر، رضایتمندی کامل داوطلبان امدادی از فعالیت‌ها، حل مسئله و کسب نتایج مفید از اجرای تلاش‌ها می‌گردد.

اساسی‌ترین روش ارتقای بهره‌وری نیروی انسانی و بهبود نگرش و رفتار آنان آموزش است. به‌منظور اثربخشی آموزش می‌بایست مراحل چهارگانه فرایند آموزش شامل: نیاز‌سنجی آموزشی، برنامه‌ریزی آموزشی، اجرای آموزشی و ارزیابی آموزشی با دقت تمام اجرا گردد.

**عامل هفتم: ابزارهای تشویقی**

با توجه به ماهیت کارهای داوطلبانه و بشردوستانه، بدیهی است که ارائه پاداش‌های بیرونی به همان شکلی که در سایر سازمان‌های بشردوستانه نمی‌تواند هلال‌احمر و سایر سازمان‌های بشردوستانه نمی‌تواند وجود داشته باشد. با این حال، ارائه پاداش‌های بیرونی به شکی دیگر و به میزان کمتر و خفیفتر به‌منظور ایجاد رقابت و انگیزه در بین داوطلبان ضروری است. پاداش هنگامی مؤثر است که شامل ویژگی‌هایی همچون اهمیت، انعطاف، فراوانی، آشکاری، توزیع منصفانه و هزینه مناسب باشد.

<sup>1</sup> Stephen Meier

<sup>2</sup> Alois Strutzer

<sup>3</sup> Subjective well being

(به خصوص داوطلبان امدادی) از عوامل بیرونی نقش آفرین می باشد(۱۵).

#### پیشنهادات:

در ادامه با توجه به بحث انجام شده و در خصوص عوامل مؤثر در انگیزه داوطلبان امدادگر پیشنهادات زیر ارائه می شود:

- تبیین دقیق وظایف، مسئولیت‌ها و فعالیت‌های داوطلبان.
- ارزشیابی مستمر عملکرد داوطلبان در گروه‌های کاری مختلف امدادی به منظور توسعه مهارت‌ها و گسترش سطح بینش آنان.
- انتشار مطالب و مقالات مربوط به سازمان و فعالیت‌های داوطلبانه در رسانه‌های مختلف مثل روزنامه‌ها، مجلات، رادیو، تلویزیون و...
- ارائه اطلاعات در رابطه با مزیت و منفعت‌های داوطلب شدن در پیام‌های عضوگیری.
- استفاده از احادیث، روایات و دستورات مذهبی در خصوص احسان، امدادرسانی و... در نوشته‌های تبلیغاتی.
- گسترش مستمر پایگاه داده‌ها و اطلاعات سایت اینترنتی سازمان.
- وضع قوانین مربوط به حقوق داوطلبی و حمایت از فعالیت‌های داوطلبانه در مراجع قانونگذاری.
- معرفی امدادگران فعال در رسانه‌ها، به منظور تشویق سایرین و ایجاد رقابت در افراد برای همکاری.

#### عامل نهم: مشارکت و کار تیمی

مشارکت و کار تیمی یکی از مهم‌ترین مقوله‌های انگیزشی در سازمان‌های غیر دولتی و داوطلبانه است. احساس آزادی عمل و بیان در ارائه انتقادات و پیشنهادات و ابراز عقاید و کار تیمی به افراد این باور را می‌بخشد که همچنانکه آنان وظایف و مسئولیت‌های خاصی را در مقابل گروه برعهده دارند، به عنوان یک عضو از فرصت و حق رأی مساوی، مشارکت در تصمیم‌گیری و هدف‌گذاری‌های گروه نیز برخوردارند. در این میان اعضای گروه باید بتوانند آزادانه نظر و تعاملات منفی خود را بیان کنند، بدون اینکه از تلافی آن ترس داشته باشند و نیز فرصت مشارکت در هدف‌گذاری‌ها و تعیین شیوه و رویه‌های انجام کارها را داشته باشد.

#### عامل دهم: نقش دولت و مجلس

قوانین و خط مشی‌های مربوط به بهبود فعالیت‌های داوطلبانه، با تعیین و حمایت از حوزه‌های زیر در انگیزه داوطلبان امدادگر مؤثر خواهد بود. کمک‌رسانی مالی، لجستیکی و فنی به سازمان داوطلبی، ارائه خدمات آموزشی و اطلاع‌رسانی، مشارکت داوطلبان در طرح‌های درمانی و خدمات رفاهی عمومی، فعالیت‌های تبلیغاتی و آموزشی در خصوص اصول و مزایای داوطلبی، توسعه مطالعه و بررسی فعالیت‌های داوطلبانه با ایجاد ساختارهای ملی برای تعیین محدوده مشارکت‌های داوطلبانه

## بررسی عوامل و روندهای مؤثر در انگیزه خدمات داوطلبانه امدادگران با استفاده از روش تحلیل علی-لایه‌ای (CLA)

### جدول: عوامل مؤثر در انگیزه خدمات داوطلبانه امدادگران جمعیت هلال احمر

| شاخته مورد اندازه‌گیری  | مؤلفه‌ها   |
|---|--|
| ایجاد آرامش درونی   | ۱. خدمات داوطلبانه امدادی (خود پاداش دهنده خود) می‌باشد.   |
| برخورداری از وضعیت روحی و جسمی مطلوب‌تر   | ۲. برخورداری از وضعیت روحی مطلوب‌تر اشخاصی که داوطلبانه در امور امدادی همکاری می‌کنند.   |
| ایجاد آرامش درونی   | ۳. لذت از کمک به دیگران.   |
| ایجاد آرامش درونی   | ۴. شادمانی از اینکه موجب لذت دیگران شده‌اید و یا احساس درد آنها را کاهش داده.  |
| ایجاد آرامش درونی   | ۵. اهمیت نمرات گذشتۀ همکاری خود ب دیگران.  |
| ایجاد آرامش درونی   | ۶. شادی پخش بودن کارهای داوطلبانه امدادی می‌هیچ چشمداشته.  |
| ایجاد آرامش درونی   | ۷. انجام کارهای داوطلبانه امدادی برای کاهش احساس گناه.   |
| ایجاد آرامش درونی   | ۸. تلقی امور داوطلبانه امدادی به عنوان سرمایه‌گذاری اقتصادی برای آینده.  |
| نیاز به کسب دوستی و روابط   | ۹. زمینه‌سازی بازسازی و حفظ مهارت‌های شغلی در امور داوطلبانه امدادی.   |
| نیاز به کسب دوستی و روابط   | ۱۰. ارتباطات متعارف اجتماعی و آشنایی با اشخاص جدید به منظور دستیابی به مشاغل و امکان استخدام در موقعیت‌های مناسب در امور داوطلبانه امدادی.   |
| نیاز به کسب دوستی و روابط   | ۱۱. پرقراری ارتباط و آشنا شدن با مردم و یافتن دوستان جدید در امور داوطلبانه.   |
| برخورداری از وضعیت روحی و جسمی مطلوب‌تر   | ۱۲. آیا علت اساسی داوطلب امدادی بودن شما رسیدن به ثمرات و فواید بیرونی است؟  |
| رشد و تأثین نیاز کسب موقفت  | ۱۳. تأثیر شرکت در فعالیت‌های داوطلبانه امدادی بر سلامتی جسمانی، برخورد با بیماری‌ها و افزایش طول عمر (جوان ماندن).   |
| رشد و تأثین نیاز کسب موقفت  | ۱۴. تحقق اهداف و آرزوهایتان در انجام امور داوطلبانه امدادی.  |
| بادگیری واقعی مهارت‌های جدید همراه با پیشرفت‌های بیشتر و تومندی و ظرفیت بیشتر در همکاری در فعالیت‌های داوطلبانه امدادی. | ۱۵. بادگیری واقعی مهارت‌های جدید همراه با پیشرفت‌های بیشتر و تومندی و ظرفیت بیشتر در همکاری در فعالیت‌های داوطلبانه امدادی.  |
| برخورداری از وضعیت روحی و جسمی مطلوب‌تر   | ۱۶. تأثیر شرکت در فعالیت‌های داوطلبانه امدادی بر سلامتی روحی، مواجهه با تهایی و ازدواج و افسردگی و افزایش اعتماد به نفس.   |
| پرسش و انتقادات مذهبی   | ۱۷. کسب رضایت خداوند و علاقه به خدا در انجام امور داوطلبانه امدادی.  |
| پرسش و انتقادات مذهبی   | ۱۸. تعلیمات اسلامی، آیات و احادیث اسلام در انجام امور داوطلبانه امدادی.  |
| پرسش و انتقادات مذهبی   | ۱۹. میزان تأثیرپذیری از واقعه عاشورا در انجام امور داوطلبانه امدادی.   |
| رقنار سازمانی   | ۲۰. استفاده از افرادی با روابط عمومی بالا برای عضوگیری داوطلبانه امدادی.   |
| رسانه‌ها و تبلیغات  | ۲۱. شرک در کنفرانس و سمینارها بهمنظور جذب داوطلبانه امدادی و توسعه ارتباطات و اطلاعات.   |
| رقنار سازمانی   | ۲۲. انتشار مطالب و مقالات مربوط به سازمان و فعالیت‌های داوطلبانه امدادگران در رسانه‌های مختلف مانند روزنامه، مجلات، رادیو، تلویزیون و...   |
| رقنار سازمانی   | ۲۳. گسترش مستمر پایگاه‌های اطلاعات سایت اینترنتی سازمان.   |
| رسانه‌ها و تبلیغات  | ۲۴. جاب و ارائه کارت‌های تبریک همراه با پیام داوطلبی، خبرنامه‌ها و پروشورها.   |
| رسانه‌ها و تبلیغات  | ۲۵. تبلیغات و اطلاع‌رسانی در رویدادهای ورزشی و جشن‌های ملی، مذهبی و نمایشگاه‌ها.   |
| ابزارهای تشریفي   | ۲۶. معرفی داوطلبانه امدادی فعال در رسانه‌ها، بهمنظور تشویق سایرین و ایجاد رقابت در افراد در جهت همکاری.  |
| ابزارهای تشریفي   | ۲۷. تشویق داوطلبانه امدادی و تقدیر از خدمات پرجسته‌آن.   |
| رقنار سازمانی   | ۲۸. محیط و محل قرار گرفتن سازمان، فضای داخلی و دکوراسیون مناسب.  |
| رقنار سازمانی   | ۲۹. نظریه پاسخگویی کارمندان سازمان به داوطلبانه امدادی و پرقراری ارتباط مناسب با آنان.   |
| رقنار سازمانی   | ۳۰. نظریه‌سنجی و استفاده از انتقادات و پیشنهادات داوطلبانه امدادی.   |
| برخورداری از وضعیت روحی و جسمی مطلوب‌تر   | ۳۱. پرقراری رابطه دوستانه و صمیمانه با داوطلبانه امدادی.   |
| رقنار سازمانی   | ۳۲. کسب اطلاعات و توجه به نیازهای کاری، استعدادها، مهارت‌ها و توانایی‌ها و همچنین علاقت داوطلبانه امدادی در اوقات فراغت.   |
| مشارکت و کار تیمی   | ۳۳. پرگزاری جلسات تبادل اطلاعات و پرسش و پاسخ داوطلبانه امدادی.  |
| رسانه‌ها و تبلیغات  | ۳۴. انتشار مطالب مربوط به فعالیت‌های داوطلبانه امدادگران در نشریات متشترک شده توسط گروه‌های اقلیت، مدارس، اماکن مذهبی، دانشکده‌ها و ادارات.  |
| ابزارهای تشریفي   | ۳۵. تهیه کارت‌های داوطلبانه امدادگران برای استفاده از مزایای مختلف مانند تخفیف و...  |
| رسانه‌ها و تبلیغات  | ۳۶. در خواست داوطلب امدادی شدن از افراد در ملاقات‌ها و همچنین در اماکن عمومی   |
| رقنار سازمانی   | ۳۷. توجه به مهارت‌های ارتباطات فردی در ملاقات با افراد (بدعنوان مثال: حفظ ارتباط چشی در حین مکالمه، به خاطر سیرden اسم کوچک افراد و...)  |
| رسانه‌ها و تبلیغات  | ۳۸. ارائه اطلاعات در رابطه با مزیت و نفعت‌های امدادگران شدن در پایام‌های عضوگیری.  |
| رقنار سازمانی   | ۳۹. در نوشته‌های عضوگیری، پروشورها، شریفات خبری و... از کلماتی که علاقمندی و دلیستگی را بر می‌انگیزد استفاده شود. مانند این کلمات: سلامت و تدرستی، محبت، دوستی و عشق، موقیت، بد دست آوردن، آزاد، مستقل، کشف کرد، بوزه، مخصوص، پیروز شدن و... |
| رسانه‌ها و تبلیغات  | ۴۰. استفاده از رنگها و طرح‌های گرافیکی جاذب و زیبا در نوشته‌ها، پروشورها، پوسترها و طرح‌های تبلیغاتی.  |
| نقش دولت و مجلس   | ۴۱. وضع قوانین مربوط به حقوق داوطلبانه امدادگران در مراجع قانونگذاری.  |
| نقش دولت و مجلس   | ۴۲. وضع قوانین و دستورالعمل‌هایی بهمنظور پیشگیری از تعامل بین بخشی و ارگانی جمعیت هلال احمر با سایر ادارات.  |
| پرسش و انتقادات مذهبی   | ۴۳. استفاده از احادیث، روایات و دستورات مذهبی در خصوص احسان، امدادسانی و... در نوشته‌های تبلیغاتی امدادگران برای جذب داوطلبان.   |
| رقنار سازمانی   | ۴۴. ارزشیابی مستمر عملکرد داوطلبانه امدادی و تعیین میزان موقیت و همکاری آنها.  |
| رقنار سازمانی   | ۴۵. جذب داوطلب از سایر ارگان‌های دولتی برای تعامل بین بخشی و ارگانی جمعیت هلال احمر با سایر ادارات.  |
| رشد و تأثین نیاز کسب موقفت  | ۴۶. آموزش مهارت‌های مورد نیاز داوطلبانه امدادی.  |
| رشد و تأثین نیاز کسب موقفت  | ۴۷. استفاده از داوطلبانه امدادی در گروه‌های کاری مقاومت بهمنظور توسعه مهارت‌ها و گسترش سطح بیش آنها  |
| ابزارهای تشریفي   | ۴۸. اعطای درجه به داوطلبان پیشکسوت نسبت به داوطلبان تازه وارد.   |
| مشارکت و کار تیمی   | ۴۹. احساس آزادی عمل داوطلب در کار تم (در جارچوب وظایف و اهداف جمعیت).  |
| مشارکت و کار تیمی   | ۵۰. اعضای گروه پتوانند آزادانه تعاملات متفق خود را بین این کنند، بدون اینکه از تلقی آن ترس داشته باشند.  |

### References

1. Inayatullah, Sohail. *Causal layered analysis: Post structuralism as method.* Futures, 1998, Vol 30, No 8: 815.
2. Inayatullah, Sohail. *The Causal Layered Analysis (CLA): Theory and Case Studies of an Integrative and Transformative Methodology*, first edition. Tamsui: Tamkang University Publications; 2004: 50-71.
3. Inayatullah, Sohail. *Six pillars: Futures thinking for transforming.* Foresight, 2008, 10(1): 4-21.
4. Lobo M, *the main principle of management in the word*, 1993, p: 200-210.
5. Masoudnia E, *determining the indifferent sociology of citizens in sociopolitical life, political and economic information*, 2001, p: 12-15. [In Persian]
6. Mohseni M, *Studying the attitude, awareness and Socio-cultural behaviors in Iran*, public culture council, third edition, 1998, p: 56. [In Persian]
7. Adam Smith. *The theory of moral sentiments*, London: A. Millar, 1790 sixth edition (first published: 1759)
8. Wayne Weiten, *Psychology: Themes and Variations*. Thomson Inc., sixth edition, 2004: 416-419.
9. Red Crescent Society of Qom. *The Red Crescent Society in Viewpoint of Islam*. First edition, Qom: Negin Amin Press; 2004: 13 & 98. [In Persian]
10. S. M. Kazem Mesbah Mousavi. *Psychology of Happiness*, Hoda Magazine, Toronto, No.1, August 2005
11. Tavasoli GH, Mousavi M. *Capital concept in modern and classical theories*, *Social Sciences Letter*, no.26, 2005, p: 80. [In Persian]
12. Chalbi M, Mobaraki M, *Analysis of Social Capital and Crime relation in macro and micro level*. Journal of sociology in Iran, No 2, 2005, p: 95. [In Persian]
13. Stephen Meier and Alois Strutzer, *Is Volunteering Rewarding Itself*. Institute of Metrical research in economic, university of Zurich, Workshop Paper No 180, February 2004
14. The international journal of volunteer administration VD. 24, No.2 Oct.2006, p.26.
15. Sadeghi N.P, *Identification of factors influencing up take an detention of people volunteer groups to provide volunteer service in the Red Crescent Society*, thesis report in master of Public Management, Higher Education and Research Institute of Management and Planning, Tehran, Iran. 2007: 301-307. [In Persian]

# ***The study of factors and trends affecting the motivation of volunteer relief workers using Causal Layered Analysis (CLA)***

***Einollah Keshavarz Tork***, PhD candidate in Futures Studies, Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran  
***Corresponding author: Mohsen Keshavarz Tork***, Master of Electrical Engineering - Control, University of Tehran,

Tehran, Iran ***E-mail:*** mkt\_parsa66@yahoo.com

***Received:*** 2011-12-13

***Accepted:*** 2012-07-10

## ***Abstract:***

***Background:*** Strengthening the volunteer human resources motivation is one of the key trends in social participation development in community. For this reason, it is necessary to adopt some measures in an appropriate manner. Therefore, this research aims to identify the factors and trends which affect on voluntary services motivation of relief workers.

***Methods:*** In this research, both qualitative and quantitative approaches have been used. By using questionnaire, data was collected and analyzed based on Friedman test with regard to the nature of the research in the quantitative approach. All relief workers in Red Crescent society active sites were studied in Qazvin province. In the qualitative approach, the effective trends are analyzed in the four levels using Causal Layered Analysis.

***Results:*** According to the studies, many factors can affect on voluntary services motivation of relief workers. Totally, the factors are classified into two main categories: internal and external; each of these categories is divided into five components. Also, the future of voluntary services is explained in four levels of analysis using Causal Layered Analysis.

***Conclusion:*** Five internal factors were prioritized respectively such as creating inner calm; need to form friendships and relationships; worship and religious beliefs; developing and fulfilling the need for "achieving success"; and enjoying better mental and physical condition. Meanwhile, five external factors were prioritized respectively as follows: organizational behavior (human resource management, organizational policies, and etc), media and advertising, tools for encouragement, participation and team working, and the role of government and parliament. Overall, the effect of external factors was more than internal factors based on the comparison which was made between internal and external factors.

***Keywords:*** voluntary services of relief workers, motivation, Causal Layered Analysis, trend