

بازیابی تأثیر گذاری مشارکت مردمی در شرایط بحران

اسماعیل غلامی ورازگاهی^۱

رضا محشورگله پردسری^۲

مرتضی عشقی لیفکوهی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۱۷ تاریخ چاپ: ۱۴۰۲/۰۲/۱۹

چکیده

هدف از پژوهش حاضر تلاشی است در جهت بازیابی تأثیر گذاری مشارکت مردمی در شرایط بحران، بنابراین ابتدا تعریفی از مشارکت مردمی و بحران به صورت مفهومی ارائه شد. سپس با مرور پیشینه و تئوری های موجود در این زمینه چهار متغیر اعتماد اجتماعی، انزوا، پایگاه طبقاتی و احساس آنومی تبیین کننده های مشارکت شناخته شدند. پژوهش حاضر بر مبنای روش پیمایش استوار است. ابزار سنجش پرسشنامه است و برای تعیین حجم نمونه از روش نمونه گیری چند مرحله ای با استفاده از روش سهمیه ای و تصادفی استفاده شده است. حجم نمونه نیز ۳۱۹ نفر شهروند است. نتایج آزمون های توصیفی از میانگین نسبتاً بالای تمایل مردم به مشارکت در هر دو بعد خبر می دهد؛ به طوری که میانگین مشارکت در زمان جنگ ۶۵/۵۵ و در حوادث طبیعی ۶۸/۹۴ است. نتایج آزمونهای آماری تحلیلی نیز در نهایت سه متغیر احساس آنومی، اعتماد اجتماعی و انزوای فردی را مهمترین عوامل تأثیرگذار بر مشارکت مردم در زمان بحران معرفی می کنند.

واژه های کلیدی

بحران، مشارکت مردمی، احساس انزوای فردی، اعتماد اجتماعی

۱. فرمانده شیفت سازمان آتش نشانی رشت.

۲. فرمانده شیفت سازمان آتش نشانی رشت.

۳. جانشین فرمانده شیفت سازمان آتش نشانی رشت.

مقدمه

زندگی بشر از آغاز همواره با ناملایمت ها و دشواری هایی همراه بوده و به تدریج که ابعاد اجتماعی و نظام یافتگی زندگی بیشتر و روابط و همکاریهای درون اجتماعی در قالب علایق، منافع فردی و اجتماعی اشکال عینی تری به خود گرفته و در نتیجه مرزبندی هایی را در سازمان اجتماعی و در حوزه ی منافع گروهی و رقابت های سیاسی و اجتماعی ایجاد کرده، این ناملایمتی ها اشکال جدید و پیچیده تری به خود گرفته است. در عصر جدید و شکوفایی تمدن و همزمان با افزایش آگاهی های مدنی که سطح خواسته ها و نیازهای اجتماعی را افزایش داده، این ناملایمتی ها در قالب «بحران های» مختلف بر عرصه ی زندگی و حیات سیاسی جوامع سایه افکنده و محدودیتها و الزامهایی را در حوزه های مختلف روابط اجتماعی و در ساختار نظام تصمیم گیری به وجود آورده است. در حقیقت، امروز هیچ نظام سیاسی و جامعه ای نمی تواند مصون از بحران و پیامدهای کوتاه و بلندمدت آن باشد. بحران ها بخش جدانشدنی زندگی و لازمه ی توسعه ی سیاسی به ویژه در جوامع در حال گذار هستند. بحران ها در ذات خود بستر شکل گیری تهدیدها و فرصتهایی هستند که بر حسب نوع، شدت و گستره ی محیطی بحران، می توانند نظام سیاسی و نخبگان حاکم را در شرایط دشوار و پر مخاطره ای قرار دهند. افزایش ظرفیت های ساختاری و کارکردی نظام سیاسی جهت پاسخگویی مناسب و عادلانه به نیازها و احتیاجات مردم، عامل مؤثری برای شکل دادن به سازه های مقاوم مردمی مقابله با بحران است.

پایش و مهار بحران بر اساس یک تفکر نظام گرا و یکپارچه و در قالب مدیریت بحران، ضرورتی راهبردی است که مورد اتفاق نظر همه ی اندیشمندان و صاحب نظران مسائل سیاسی - امنیتی و راهبردی است و بر اهتمام دولتها در سرمایه گذاری کلان در استقرار و توسعه ی این سامانه مدیریتی تأکید می ورزد.

یکی از مهمترین عواملی که امروزه در پیشگیری و نیز در مدیریت بحران مطرح است، مشارکت مردمی است.

بیان مسئله و اهمیت آن

ایران با وسعتی حدود ۱/۶۴۰/۰۰۰ کیلومتر مربع با توجه به موقعیت جغرافیایی و قرار گرفتن بر کمر بند زلزله، تنوع آب و هوایی و موقعیت مهم راهبردی، در طی دوره های مختلف، شاهد حوادث و بلایای طبیعی و غیرطبیعی بسیاری بوده است. از حدود ۳۰۰ شهر که اکثراً نقاط پرجمعیت کشور را شامل می شوند، حدود ۷۷٪ بر روی گسل ها و در پهنه ی زلزله خیز بنا شده اند و نزدیک به ۳۵٪ شهرها در معرض سیلاب گرفتگی و درصدی هم در معرض طوفان یا امواج ساحلی هستند. از طرفی سابقه ی جنگهای گسترده در سده ی اخیر در ایران نشان از اهمیت ژئوپولیتیکی و ژئواستراتژیکی کشور در عرصه ی منطقه و بین الملل دارد. با توجه به آمار تلفات جانی و خسارات مالی ناشی از حوادث غیر مترقبه در ایران وجود گروه های مردمی آموزش دیده ضروری به نظر میرسد تا بتوانند با قدرت آگاهی در زمان بحران به کمک مردم آسیب دیده و نهادهای دولتی بشتابند و قدری از دردهای آسیب دیدگان را کاهش دهند و زمینه ی تعادل و توازن بین نیازها و منابع را که در زمان بحران از بین رفته است، فراهم سازند [۱].

تشکل های غیردولتی در ایران هر کدام به سهم خود در مواقع بحران مردم و دولت را یاری رسانده اند. نیروهای داوطلب چه آن ها که از قبل سازماندهی شده اند و چه آن ها که به طور خودجوش در شرایط بحرانی وارد عمل و فعالیت می شوند حجم قابل توجهی از مهارت ها، توانایی ها و منابع را با خود به میدان می آورند که می توان از آنها قبل، حین و پس از بحران ها یاری گرفت. فعال کردن عملیات داوطلبانه ی بخش خصوصی نیز می تواند به میزان قابل توجهی بر این منابع بیفزاید و

موجب تقویت مدیریت بحران شود. مدیران بحران باید بدانند که توانایی آن‌ها در نحوه‌ی کار کردن با نیروهای داوطلب می‌تواند تأثیرات زیادی بر زندگی و مرگ شهروندان در شرایط بحرانی داشته باشد. نیروهای داوطلب نیز می‌توانند تأثیرگذار باشند و این بر عهده‌ی سازمانهای ذی ربط است تا این تأثیرگذاری‌ها را در جهات مثبت و کارایی بیشتر هدایت کنند.

پیشینه‌ی پژوهش

در زمینه‌ی بررسی عوامل مشارکت مردمی در زمان بحران پژوهش‌های مختلفی در داخل و خارج کشور به عمل آمده است. از جمله پژوهش‌های انجام شده در داخل کشور می‌توان به پژوهش رضویان با عنوان «بررسی میزان مشارکت اجتماعی- سیاسی و عوامل مؤثر بر آن» اشاره کرد، با این نتیجه‌گیری که همبستگی معناداری، بین متغیرهای مستقل (سن، جنسیت، طبقه‌ی اجتماعی، محل سکونت، عامگرایی، آینده‌نگری، اعتماد) و مشارکت اجتماعی وجود دارد [۲]. ادیبی و هارطونیان نیز در پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی- سیاسی در زمان بحران» نتیجه‌گیری کرده‌اند که گرایش نسبتاً بالایی به مشارکت اجتماعی در زمان بحران وجود دارد. مطابق نتایج به دست آمده، احساس تعلق اجتماعی، آگاهی فردی، رضایت از محیط اجتماعی و سیاسی و برداشت فرد از آزادی‌های سیاسی و اجتماعی از مهم‌ترین متغیرهای تأثیرگذار در گرایش افراد به مشارکت اجتماعی در زمان بحرانند [۳]. در خارج از کشور نیز پژوهش‌هایی صورت پذیرفته که از آن جمله می‌توان به پژوهش پاپورت و اندرسون با نام «موانع مشارکت اجتماعی در لندن» اشاره کرد که در آن عوامل بازدارنده‌ی مشارکت اجتماعی را بررسی کرده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تجربه‌ی بی‌قدرتی، احساس انزوای اجتماعی، احساس نابسامانی اجتماعی و وضعیت اقتصادی خود افراد از عمده‌ترین متغیرهای تأثیرگذار بر مشارکت اجتماعی به شمار می‌روند [۴]. همچنین اریک پیورتیک در پژوهشی با عنوان «مشارکت اجتماعی در زمان جنگ» قصد دارد تا میزان گرایش شهروندان لهستانی به مشارکت در کمک‌رسانی به آسیب‌دیدگان بحران را بررسی کند. نتایج نشانگر آن است که مشارکت شهروندان در زمان بحران و پس از آن در زمان بازسازی تابع ۳ عامل کلیدی احساس تعلق اجتماعی، احساس بی‌نظمی اجتماعی و پایگاه طبقاتی افراد است [۵].

اهداف پژوهش

هدف کلی این پژوهش بررسی عوامل تأثیرگذار بر مشارکت نیروهای داوطلب در زمان بحران است. اهداف جانبی آن نیز چنین است:

- بررسی توصیفی میزان تمایل افراد به مشارکت اجتماعی در زمان بحران.
- بررسی تأثیر عوامل اعتماد اجتماعی، انزوای اجتماعی، احساس آنومی و پایگاه اقتصادی- اجتماعی افراد بر تمایل آنها به مشارکت در زمان بحران.

چارچوب نظری

ظفری با استناد به آرای فینکل (۱۹۹۹)، گرینبرگ (۲۰۰۱) و جینگز (۲۰۰۰)، معتقد است پاسخ به این سؤال که مشارکت مردم تحت تأثیر چه عواملی است، می‌تواند در سه رویکرد متفاوت بررسی شود.

۱. رویکرد روان‌شناختی: در این رویکرد بر عواملی نظیر انگیزه‌ها، (مک کله‌لند)، شخصیت (هیگن)، بیگانگی، بی‌قدرتی اجتماعی و فرهنگ (راجرز) و به طور کلی نیروهای درونی افراد تأکید می‌شود. اعتماد به نفس، استعدادها، انگیزه‌های پیشرفت و خلاقیت، نوع نگاه به دنیا و محیط پیرامون و شخصیت، مهمترین متغیرهای این رویکرد هستند.

۲. رویکرد رفتاری (روان شناسی اجتماعی): این رویکرد که عمده ترین طرفدار آن جان واتسون است، عوامل مشارکت را عمدتاً در فرد و رابطه های اجتماعی کوچک آن می جوید. این رویکرد بین نیت های فرد (درون) و محیط (شرایط) رابطه ای معقول برقرار می کند. از این رو معتقد به عاقلانه بودن و مدلل بودن کنش فرد هستند. عوامل و عناصر مورد نظر در این رویکرد عبارتند از: قصدها و نیت های فرد، تفسیر فرد از شرایط، سابقه ی عمل در گذشته و هزینه ها و منفعت های حاکم بر انجام کنش.

۳. رویکرد نهادین (جامعه شناختی): این رویکرد عمدتاً به سطح روابط اجتماعی کلان و ساخت ها توجه می کند و عوامل مشارکت را در فراگردهای اجتماعی نظیر شهرنشینی، گسترش وسایل ارتباط جمعی، افزایش میزان سواد، طبقه ی اجتماعی و ... دنبال می کند. عمده ترین طرفدار این رویکرد رابرت نیزیت است [۶].

البته هر کدام از این سه رویکرد، ظرفیت تبیین محدود به سطح تحلیل خاص خود را دارا هستند و اگر بناست بررسی جامعی انجام شود باید رویکردی جامع نیز اختیار شود. بدیهی است جامع ترین رویکرد، آن است که از هر سه مورد پیش گفته نهایت بهره را ببرد و نگرشی ارائه کند که شامل متغیرهای مورد نظر در هر سه سطح باشد. چرا که جریان مشارکت (مانند عموم فراگردهای اجتماعی)، حاصل تعامل مثبت و همپای این سه دسته عامل است.

نظریات لیپست و دال

سیمور مارتین لیپست جامعه شناس معاصر آمریکایی در کتاب انسان سیاسی و رابرت دال عالم سیاسی معاصر آمریکایی در کتاب تجزیه و تحلیل جدید سیاست، تلاش کرده اند تا متغیرهای متعدد را در مدلی کلی تنظیم کنند. مدل لیپست که عمدتاً بر متغیرهای اجتماعی تأکید دارد و آشکارا جامعه شناختی است، بر آن است که پدیده ی مشارکت کردن یا نکردن اقشار و گروه های مختلف اجتماعی را بر اساس چندین عامل کلی اجتماعی، در فرایندهای سیاسی و اجتماعی، تبیین کند. مدل دال که مبتنی بر رویکرد روان شناختی رفتارگرایانه است، پدیده ی گرایش داشتن و نداشتن افراد را به مشارکت سیاسی، مورد توجه قرار داده و با تأکید بر متغیر بیگانگی سیاسی و اجتماعی، عواملی را که نهایتاً به تصمیم فرد برای مشارکت کردن یا نکردن منجر می شود، برشمرده است. در این راستا او به دنبال توضیح عمومیت گرایش نداشتن به مشارکت سیاسی و فعالیت اجتماعی است.

به رغم آنکه وجه غالب در این دو مدل، یکی جامعه شناختی و دیگری روان شناختی است، هر دو مدل در شرح و بسط خود به دو جنبه ی روانی و اجتماعی پرداخته اند، چرا که پدیده ی مشارکت به یک میزان با عوامل اجتماعی و روانی مرتبط است [۷].

لیپست تفاوت های بین گروه های مختلف را در مورد مشارکت در چهار عامل کلی خلاصه می کند؛ به عبارت دیگر به نظر وی، چهار عامل موجب می شود که یک گروه نسبت به سایر گروه ها تمایل بیشتری برای مشارکت داشته باشد. این عوامل عبارتند از:

۱. علایق و منافعی در معرض تأثیر سیاستهای دولت باشد.

۲. به اطلاعات مربوط به رابطه ی تصمیمات سیاسی و علایق و منافع خود دسترسی داشته باشد.

۳. در معرض فشارهای اجتماعی که خواهان رأی دادن هستند باشد.

۴. برای رأی دادن به احزاب سیاسی مختلف زیر فشار نباشد. [۸]

رابرت دال، عالم علم سیاست، پس از ارائه ی تصویری از بی علاقه‌گی افراد نسبت به امور اجتماعی و عمومیت آن در گذشته و حال دلایلی برای این امر مطرح میکند که در واقع یک مدل تبیینی روان شناختی، اجتماعی مبتنی بر رویکرد رفتارگرایی است این دلایل عبارتند از:

۱. اگر مردم در ارزشیابی خود متوجه شوند پاداشی که از درگیریهای سیاسی و اجتماعی به دست می‌آید، از پاداش دیگر فعالیتها ناچیزتر است یقیناً خود را در این امور درگیر نخواهند ساخت.

۲. هرگاه شخص بین آنچه پیش روی خویش دارد تفاوت‌های بارز احساس نکند و بدانها اهمیت ندهد بنابراین کمتر به مشارکت در سیاست و امور اجتماعی خواهد پرداخت.

۳. هرگاه فرد تصور کند که فعالیت او در صحنه های اجتماعی و سیاسی بی تأثیر است و نمی تواند سرمنشأ تغییر باشد هرگز در آن وارد نمیشود. بررسیها نشان داده اند که بین آنچه فرد به آن اهمیت میدهد و میزان درگیری او رابطه ی مستقیم برقرار است. به این ترتیب اگر فرد در مورد میزان کارایی عملکرد خود تردید داشته باشد، احتمال دخالت وی در امور سیاسی و اجتماعی کاهش می یابد.

۴. هرگاه مردم معتقد باشند که بدون مداخله ی آنان، نتایج اقدامات سیاسی و اجتماعی، رضایت آنان را تأمین می کند احتمال مشارکت آنها کمتر خواهد شد؛ به عبارت دیگر، اعتقاد افراد به ناکارایی خود و اعتماد بیش از حد آنها به عدالت، مشروعیت و کارایی نظام، یکی از موانع جدی مشارکت به شمار می رود.

۵. هرگاه فرد خود را به علت محدودیت آگاهی و دانش لازم، فاقد کارایی لازم جهت مشارکت تصور کند، ترجیح می دهد کمتر در آن مشارکت داشته باشد.

۶. به موازات افزایش مشکلات ورود به عالم سیاست، احتمال مشارکت در آن کاهش خواهد یافت [۹].

ملوین سیمن در مطالعه ای منسجم و دقیق، به طور خاص رابطه ی بین بیگانگی و مشارکت اجتماعی و سیاسی را بررسی کرده است. او در این باره با تأکید بر بیگانگی اجتماعی بیان می کند که موضوع بیگانگی میتواند فرد یا افراد، طبیعت کار و تولید، جامعه نهادهای وابسته چون سیاست و خانواده و ... باشد. بیگانگی اجتماعی و سیاسی، یکی از صور و انواع بیگانگی است که نشانگر پیوند نداشتن ذهن و کنش فرد، با برخی نهادها و ساختارهای اجتماعی مانند سیاست و خانواده است. همین امر از عمده ترین موانع مشارکت فرد در رویدادهای اجتماعی است. پنج نوع احساس و رفتار بیگانه قابل تشخیص است:

۷. احساس بی قدرتی: که نوعی بیگانگی است که فرد احساس می کند در وضعیت های اجتماعی و کنش متقابل خود تأثیرگذار نیست؛ به عبارت دیگر، احساس بی قدرتی شامل این تصور است که فرد احتمال می دهد عمل او بی تأثیر باشد و نتایج مورد انتظار او را برآورده نسازد.

۸. احساس بی معنایی: در این حالت فرد احساس میکند هیچ راهنمایی برای انتخاب سلوک و عقیده ی خود ندارد؛ بنابراین دچار ابهام و شک و تردید میشود و نمی تواند تصمیم گیری، عقیده ی خود را با استانداردهای فرهنگی- اجتماعی موجود در جامعه وفق دهد.

۹. احساس بی هنجاری: بی هنجاری عبارت از این احساس است که برای حصول به اهداف ارزشمند، ابزار و وسایل نامشروع مورد نیاز است. این احساس زمانی بروز می کند که فرد، متقاعد شود فقط کنش هایی او را به حوزه های هدف رهنمون میسازند که مورد تأیید جامعه نیستند.

۱۰. احساس انزوای اجتماعی: این احساس مبین جدایی فکری فرد از استانداردهای فرهنگی و بیگانگی او از اهداف نظام اجتماعی است.

۱۱. خود بیزاری: این حالت عبارت است از احساس ناتوانی فرد در انجام دادن فعالیتهایی که او را راضی میکند [۱۰].

مدیریت بحران

مدیریت بحران فرایندی است برای پیشگیری از بحران یا به حداقل رساندن آثار آن به هنگام وقوع، برای چنین فرایندی باید بدترین وضعیت ها را برنامه ریزی و سپس روشهایی برای اداره و حل آن جستجو کرد. برنامه ریزی برای مدیریت بحران را می توان در چهار مرحله به انجام رساند [۱۱].



تصویر ۱: چرخه‌ی مدیریت جامع بحران

مراحل یاد شده در مدیریت بحران به شرح زیر است:

پیشگیری و کاهش آثار: منظور از آن کاهش احتمال وقوع یا آثار ناشی از بحران است و در واقع این مرحله مصداق این ضرب المثل و است: «پیشگیری بهتر از درمان است».

آمادگی: در این مرحله روابط عمومی میتواند با برنامه ریزی قبلی و پژوهش های میدانی و مطالعات موردی، آموزش، اجرا، مانور و تمرین وضعیت بحران در شرایط مختلف مؤثر واقع شود.

مقابله: در این مرحله روابط عمومی بلافاصله به خدمات اضطراری پس از وقوع بحران به ویژه اطلاع رسانی به موقع، پایش ارتباطات درون و برون سازمان و ... اقدام می کند.

بازسازی: در این مرحله روابط عمومی با استفاده از ابزار و وسایل مختلف ارتباطی از جمله رسانه های گروهی سعی میکند که جامعه ی مورد بحران را به حالت عادی پیش از بحران برگرداند [۱۲].

روش تحقیق: تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرها وابسته

مشارکت

مشارکت در پژوهش حاضر به معنای احساس تعلق به گروه و شرکت فعالانه و داوطلبانه در فعالیتهای اجتماعی است و مشارکت در همه ی زمینه های زندگی اعم از سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی وجود دارد و نقطه ی عطف در مفهوم مشارکت در همه ی عرصه های فوق ارادی و داوطلبانه بودن آن است [۱۳].

بحران

بحران وجود بالقوه و بالفعل وضعیتی است که بتواند در سطح داخلی یا خارجی، دولت یا کشوری را با یک خطر بزرگ تر نظیر تغییر حکومت، وقوع کودتا و بروز جنگ مواجه سازد [۱۴]. در بعد مشارکت در زمان بحران، مشارکت در دو بعد زمان جنگ و در زمان بحران های طبیعی مورد سنجش قرار گرفته است.

متغیرهای مستقل

تعاریف مفهومی متغیرهای مستقل و نحوه ی سنجش آنها چنین است:

اعتماد اجتماعی

به اعتقاد گیدنز اعتماد را میتوان اطمینان به قابلیت یک شخص شهروندان یا نظام با در نظر گرفتن رشتهی خاصی از نتایج یا وقایع تعریف کرد که طی آن ها، آن اطمینان بیانگر ایمان به پاکدامنی دیگران یا عشق به آنها یا ایمان به صحت اصول انتراعی و مجرد (مثل دانش فنی) است [۱۵]. در واقع، اعتماد به معنی اعتقاد یا اطمینان راسخ به صداقت، درستی و عدالت یک شخص، گروه یا کلیت جامعه است. برای سنجش میزان اعتماد اجتماعی افراد ابتدا دو نوع اعتماد از هم مجزا شده و سپس با استفاده از آن دو، متغیر اعتماد اجتماعی مورد سنجش قرار گرفت. این دو نوع اعتماد عبارتند از:

۱. اعتماد شخصی: این شاخص میل به اعتماد را در روابط بین شخصی می سنجد و از شش بخش تشکیل شده است.
۲. اعتماد غیر شخصی (انتراعی): این شاخص میزان تمایل به اعتماد نسبت به حسن نیت و حسن انجام کار (عملکرد) خرده نظامهای مختلف جامعه را اندازه می گیرد. شاخص مورد نظر بر اساس ترکیب خطی گویه ها ساخته شده است [۱۶].

انزوای اجتماعی

به طور خلاصه، انزوای اجتماعی از حیث مفهومی در تقابل با درگیری اجتماعی، انسجام اجتماعی و سرمایه ی اجتماعی قرار دارد و با از خود بیگانگی، احساس تنهایی و کناره گیری، نزدیکی مفهومی دارد. برخی انزوا را با تأکید بر بعد ذهنی مورد توجه قرار می دهند و برخی دیگر به جنبه ی عینی پیوندهای اجتماعی فرد با خانواده، دوستان و همسایگان نظر داشته و انزوای اجتماعی را فقدان این روابط تعریف میکنند [۱۷]. ما در اینجا به لحاظ ماهیت موضوع مورد بررسی برای تعریف انزوای اجتماعی بر جنبه ی اول آن یعنی بعد ذهنی تأکید می کنیم. بر این اساس، شاخص انزوای اجتماعی به وسیله ی چهار عامل سنجیده شده است.

آنومی

حالتی در یک اجتماع یا گروه است که در آن ساختار اجتماعی در هم گسسته، ارزش های اجتماعی از بین رفته و معیارهای فرهنگی نابود شده است [۱۸]. برای سنجش آنومی اجتماعی در این پژوهش از طیف لیکرت استفاده شده است.

پایگاه اقتصادی - اجتماعی

پایگاه اقتصادی - اجتماعی یکی از مهمترین متغیرها در تحقیقات اجتماعی است. مقیاس های زیادی برای سنجش این متغیر درست شده است. پرکاربردترین این مقیاس ها شاخص اقتصادی - اجتماعی دانکن است که عموماً برای بیشتر پیمایش ها و نمونه های بزرگ، عالی به شمار می آید. این مقیاس درآمد، تحصیلات و وجهه ی شغلی را به حساب می

آورد [۱۹]. در پژوهش حاضر نیز، این سه شاخص ابتدا به صورت مقیاسی استاندارد از صفر تا صد تبدیل شدند سپس با استفاده از دستور compute ترکیب شده و به صورت متغیری واحد با نام جدید درآمدند.

جامعه ی آماری، حجم نمونه و روش نمونه گیری

جامعه ی آماری: جامعه ی آماری پژوهش حاضر شهروندان بالای ۱۶ سال هستند.

حجم نمونه: حجم نمونه به دو عامل کلیدی بستگی دارد: درجه ی دقت مورد نظر برای نمونه و میزان تغییر در جمعیت بر حسب خصوصیات اصلی مورد مطالعه. البته دقت مطلوب تنها عامل تعیین حجم نمونه نیست، بلکه هزینه و وقت نیز عوامل مهمی هستند؛ به عبارت دیگر حجم نهایی نمونه مصالحه و توازنی بین هزینه، وقت و تضمین برخورداری از تعداد کافی برای تحلیل معنادار خرده گروه ها خواهد بود. در پژوهش حاضر با در نظر گرفتن همه ی عوامل فوق، با استفاده از رابطه ی کوکران، نمونه ی آماری حدود ۳۶۰ نفر به دست آمد. گفتنی است که این تعداد نمونه پس از حذف پرسشنامه های مخدوش به ۳۱۹ نفر کاهش یافت.

شیوه ی نمونه گیری: شیوه ی نمونه گیری در پژوهش حاضر تا حدودی متفاوت از سایر پژوهش هایی است که انجام شده است. بر خلاف پژوهش های پیشین که اغلب بر حسب تقسیم بندی مناطق شهرداری نمونه گیری شده است در این پژوهش با توجه به پاره ای ملاحظات از جمله یکدست نبودن محله های مختلف داخل یک منطقه از نظر اقتصادی، نمونه گیری نه بر اساس مناطق بلکه بر اساس محله ها انجام شد. روال کار به این صورت بود که پس از مشخص کردن محله ها بر روی نقشه با تقسیم بندی این محله ها به سه دسته ی بالای شهر، مناطق حد وسط و پایین شهر، از هر دسته ۸ محله به صورت تصادفی انتخاب شد. سرانجام نیز از هر محله به صورت میانگین ۱۵ پرسشنامه پر شد.

یافته های پژوهش

آمارهای توصیفی

جدول ۱: آمارهای توصیفی پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار
مشارکت در زمان بحران	۶۶/۲۸	۲۴/۳۱
آنومی	۶۱/۴	۲۷/۵۴
انزوای اجتماعی	۴۲/۸	۲۴/۲
اعتماد اجتماعی	۴۲/۵۸	۲۳
پایگاه طبقاتی	۳۲	۱۹/۲

جدول ۲ روابط همبستگی دو به دو بین متغیرها را نشان می دهد. مطابق این جدول غیر از پایگاه اقتصادی- اجتماعی، بقیه ی متغیرها رابطه ای معنادار با میزان مشارکت از خود نشان می دهند. بیشترین تأثیرپذیری مشارکت از دو متغیر احساس آنومی و اعتماد اجتماعی است. به همین نحو روابط مابین خود متغیرهای مستقل آورده شده است غیر از پایگاه اقتصادی- اجتماعی که با هیچ یک از متغیرهای دیگر ارتباط معناداری ندارد، روابط بین چهار متغیر مستقل دیگر اغلب در سطح متوسط و معنادار است. یادآوری این نکته ضروری است که این روابط صرفاً در حد روابط دو متغیره هستند به

این معنا که صرفاً اثرات ناخالص دو متغیر را نسبت به یکدیگر نشان می دهند. هر نوع قضاوت در مورد اثرات خالص مستلزم پایش آماری است. این کار در تحلیل های چند متغیری به آسانی امکان پذیر است.

آزمون رگرسیون چند متغیره

عمده ترین حسن رگرسیون چند متغیره نسبت به ضریب همبستگی این است که اثر خالص هر یک از متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته را نشان می دهد. در جدول ۳ انواع مدل های رگرسیون آمده است.

توضیحات مربوط به مدل ها

مدل ۱: در این مدل متغیر احساس آنومی به تنهایی وارد معادله شده است. نتایج تحلیل رگرسیون نشانگر تأثیر معنادار این متغیر بر میزان مشارکت است. این متغیر به تنهایی حدود ۲۲ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین می کند. ناگفته نماند که این مقدار از واریانس تبیینی، اثر خالص این متغیر محسوب نمی شود و ممکن است با وارد شدن متغیرهای دیگر، به شدت تغییر کند.

مدل ۲: اعتماد اجتماعی دومین متغیری است که در این مدل به تنهایی در تبیین مشارکت به کار بسته شد. نتایج تحلیل رگرسیون خطی، دال بر معنادار بودن اثر این متغیر بر میزان متغیر وابسته است. R ناخالص این متغیر ۰/۱۶ است.

جدول ۲: ضریب همبستگی مرتبه‌ی صفر متغیرها

شاخص‌ها		مشارکت	پایگاه اجتماعی-اقتصادی	اعتماد اجتماعی	انزوای اجتماعی	احساس آنومی
مشارکت	ضریب پیرسن	۱				
	سطح معناداری	۰				
	تعداد	۳۰۰				
پایگاه اجتماعی-اقتصادی	ضریب پیرسن	۰/۲	۱			
	سطح معناداری	۰/۰۶	۰			
	تعداد	۱۶۰	۱۶۲			
اعتماد اجتماعی	ضریب پیرسن	۰/۴۰۸	۰/۱۰۲	۱		
	سطح معناداری	۰/۰۰	۰/۲۱۰	۰		
	تعداد	۲۸۶	۱۵۲	۲۹۰		
انزوای اجتماعی	ضریب پیرسن	-۰/۳۷۳	-۰/۱۴۹	-۰/۲۵۹	۱	
	سطح معناداری	۰/۰۰	۰/۰۱۳	۰/۰۰	۰	
	تعداد	۲۷۵	۰/۲۷۶	۲۷۹	۳۰۳	
احساس آنومی	ضریب پیرسن	-۰/۴۶۷	۰/۱۶۷	۰/۲۵۹	۰/۵۳۱	۱
	سطح معناداری	۰/۰۰	۰/۰۳۸	۰/۰۰	۰/۰۰	۰
	تعداد	۲۷۸	۱۵۵	۲۷۹	۲۷۶	۲۸۵

مدل ۳: در این مدل نیز متغیر احساس انزوا به تنهایی با میزان مشارکت اجتماعی در ارتباط قرار داده شده است. همان طور که جدول ۳ نشان می دهد این متغیر حدوداً ۱۴ درصد از واریانس مشارکت را تبیین می کند؛ به عبارت دیگر افرادی که از میزان انزوای کمتری برخوردارند، در مواقع بحران تمایل بیشتری به مشارکت از خود نشان می دهند.

مدل ۴: در این مدل نیز تأثیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی بر میزان مشارکت اجتماعی آورده شده است. این متغیر حتی زمانی که به تنهایی وارد مدل می شود، مقدار بسیار اندکی از واریانس متغیر وابسته را (۰/۰۴) تبیین می کند. البته این مقدار اندک R را نباید کاملاً به حساب بی ربطی متغیر وابسته با پایگاه اجتماعی - اقتصادی گذاشت چه بسا که جواب های نادرست پاسخگویان (به ویژه در مورد میزان درآمد) یا پایین بودن n این متغیر (که خود ناشی از پاسخ ندادن به سؤالات مربوط بود) موجبات انحراف نتایج ناشی از این مدل را فراهم آورده باشد. از این روست که باید در تفسیر این

متغیر احتیاط بیشتری به خرج داد. مدل ۵: این مدل تأثیر همزمان دو متغیر اعتماد اجتماعی و احساس آنومی را در تبیین متغیر وابسته مورد آزمون قرار می دهد. نتیجه ی تحلیل رگرسیون نشانگر سهم معنادار هر دو متغیر در تبیین متغیر وابسته است؛ اما سهم هر دو متغیر بنا به همبستگی این دو متغیر با یکدیگر نسبت به موقعیت فردی این متغیرها در دو مدل ۱ و ۲ کاهش نشان می دهد. این دو متغیر در مجموع ۳۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می کنند.

مدل ۶: در این مدل سه متغیر اعتماد اجتماعی، احساس آنومی و انزوا به صورت همزمان وارد شدند. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون خطی نشانگر سهم معنادار هر یک از این متغیرها در تبیین متغیر وابسته است. این مدل، حدود ۳۲ درصد از واریانس مشارکت را تبیین می کند. گفتنی است که تأثیر دو متغیر اعتماد اجتماعی و احساس آنومی با ورود انزوا به مدل باز هم کاهش می یابد. این امر به سبب همبستگی موجود بین این سه متغیر است. در واقع میتوان گفت با افزایش هر چه بیشتر متغیرها در مدل (پایش آماری) سهم هر متغیر به صورت خالص تر نشان داده میشود.

در مجموع باید گفت: «با افزایش اعتماد اجتماعی، کاهش احساس آنومی و کاهش انزوا، میزان تمایل به مشارکت در افراد افزایش خواهد یافت».

مدل ۷: این مدل متشکل از چهار متغیر اعتماد اجتماعی، انزوای اجتماعی، احساس آنومی است (همه ی متغیرهایی که در حالت انفرادی سهم معناداری از واریانس مشارکت تبیین می کنند). ملاحظه می شود که در این حالت تنها سه متغیر اول (میزان انزوای اجتماعی، اعتماد اجتماعی و احساس آنومی) در تبیین واریانس موفق عمل می کنند. پایگاه طبقاتی به دلیل همبستگی با سایر متغیرها معناداری خود را از دست میدهد. این متغیرها نیز در مجموع ۲۹ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین می کنند.

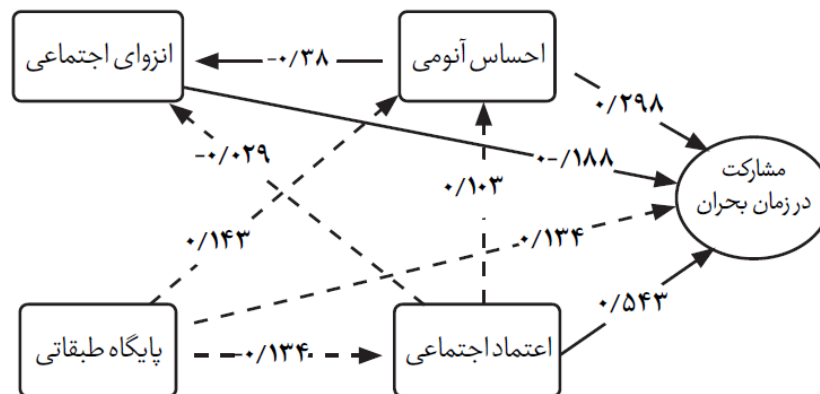
مدل تحلیل مسیر

جالب ترین و کاملترین نتایج مربوط به یک پژوهش را می توان از نمودار تحلیل مسیر آن بیرون کشید. بازگشتی هرچند بسیار گذرا به چارچوب نظری پژوهش در این مرحله، می تواند در تفسیر این نتایج یاریگر خوبی باشد. همان طور که تصویر ۲ نشان می دهد، سه متغیر اعتماد، احساس آنومی و میزان آگاهی هستند که مستقیماً میزان قابل توجهی از واریانس متغیر وابسته را تبیین می کنند. نتایج رگرسیون گام به گام نیز این امر را تأیید میکند.

جدول ۳: انواع مدل های رگرسیون پژوهش

مدل های رگرسیون	مدل ۱	مدل ۲	مدل ۳	مدل ۴	مدل ۵	مدل ۶	مدل ۷	مدل ۸
مقدار ثابت	۳/۸۶۲	۰/۷۹۳	۱/۵۳	۱/۷۸	۲/۳۱	۱/۹	۲/۱۳	۲/۸۴
ضریب مسیر	-۰/۴۶۷				-۰/۳۴۹	-۰/۲۸۶	-۰/۳۰۸	-۰/۵۸۸
t	-۶/۵۹				-۴/۷۶	-۳/۶	-۳/۵۱	-۵/۱
سطح معناداری	۰/۰۰				۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰
ضریب مسیر		۰/۴۰۸			۰/۳۱۸	۰/۲۸۹	۰/۲۵۲	۰/۲۹۸
t		۵/۷۲۱			۴/۳۴	۳/۸۶	۲/۹	۲/۶۸
سطح معناداری		۰/۰۰			۰/۰۰	۰/۰۶	۰/۰۰۴	۰/۰۰۹
ضریب مسیر			-۰/۳۷۳			-۰/۱۵	-۰/۱۳	-۰/۱۳۴
t			۵/۲۸			۱/۸۹	۱/۴۷	-۱/۲۲
سطح معناداری			۰/۰۰			۰/۰۰	۰/۱۴۴	۰/۰۲۶
ضریب مسیر				۰/۲				۰/۰۹۷
t				۱/۹۰۳				۱/۳۴
سطح معناداری				۰/۰۶				۰/۱۸۳
ضریب تعیین	۰/۲۱۸	۰/۱۶۶	۰/۱۳۹	۰/۰۴	۰/۳۰۱	۰/۳۱۸	۰/۲۹	۰/۴۳۷
ضریب تعیین اصلاح شده	۰/۲۱۳	۰/۱۶۱	۰/۱۳۴	۰/۰۲۹	۰/۲۹۲	۰/۳۰۴	۰/۲۷	۰/۴۰۷
تعداد	۳۷۸	۲۸۶	۲۷۵	۱۶۰	۲۷۴	۲۷۳	۲۶۰	۱۵۴

جالب اینکه متغیر پایگاه طبقاتی در کل تأثیر معناداری بر میزان مشارکت در زمان بحران ندارد؛ به عبارت دیگر، افراد از پایگاه های طبقاتی مختلف هیچ تفاوت معناداری از نظر مشارکت در زمان بحران ندارند. از طرف دیگر پایگاه اقتصادی- اجتماعی فرد نیز تأثیری بر میزان مشارکت ندارد. البته این گفته به معنای رد گفته ی اینگلهارت که افراد از طبقات بالاتر را به دلیل برخورداری از ابزارهای تأمین امنیت دارای تمایل بیشتری برای مشارکت و از خود گذشتگی می داند، نیست. در این بین نیز اشاره به یک نکته ضروری به نظر می رسد و آن اینکه این متغیر همان طور که قبلاً نیز گفته شد، متشکل از سه شاخص تحصیلات، میزان درآمد خانوار و شغل است. موارد بی پاسخ و ذکر نکردن دقیق شغل از سوی پاسخگو و ذکر نادرست درآمد می تواند این متغیر را به شدت تحت تأثیر قرار دهد.



تصویر ۲: مدل تحلیل مسیر

انزوای اجتماعی در آزمون تحلیل مسیر اثر مستقیم معنادار (هر چند ضعیف) با تمایل به مشارکت از خود نشان می دهد. به این معنا که آن دسته از افرادی که از روابط و ارتباطات اجتماعی بیشتری برخوردارند، معمولاً بیشتر از سایرین به مشارکت تمایل دارند.

سه متغیر احساس انومی، انزوای اجتماعی و اعتماد سرمایه ی اجتماعی به صورت مستقیم بر میزان احساس مشارکت تأثیر معناداری از خود نشان می دهند. البته تأثیر هر یک از این متغیرها صرفاً مستقیم نیست؛ هر یک از آنها با مسیرهایی که در تصویر ۲ مشخص شده است، به صورت مستقیم نیز بر میزان تمایل به مشارکت در زمان بحران تأثیر میگذارند.

نتیجه گیری

پژوهش حاضر تلاشی بود در جهت بررسی عوامل تأثیرگذار بر مشارکت مردم در زمان بحران. قدم اول ارائه ی تعریفی اولیه از بحران و مشارکت بود. در تعریف مشارکت گفته شد: مشارکت عبارت است از میزان دخالت اعضای نظام در فرایند تصمیم گیری. در حقیقت جوهر مشارکت، منافع مشترک گروه در جامعه و منافع مشترک فرد در گروه است. واکاوی پیشینه ی موضوع در حیطه ی این دو مفهوم، تئوری های بسیاری را در بر می گرفت که در این بخش اشاره به آنها چندان ضرورتی ندارد. بررسی تجربی به روش پیمایشی و با ابزار پرسشنامه در نمونه ای به حجم ۳۱۹ نفر اجرا شد. پس از تنظیم مدل نظری به تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای مد نظر پرداخته شد. در تنظیم پرسشنامه تلاش شد تا از شاخص های استاندارد استفاده شود؛ ضمن اینکه برخی از موارد محقق ساخته بود. در نهایت بررسی پایایی پرسشنامه با آزمون تحلیل عاملی و آلفای کرونباخ اجرا شد که نتایج آن گزارش شده است. عملیات میدانی طی ۱۲ روز به کمک گروهی از دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد صورت گرفت.

موقعیت بحرانی، اهداف تراز اول نهاد تصمیم گیرنده را به مخاطره می اندازد، زمان لازم برای واکنش و اجرای تصمیم ها را به شدت محدود می کند و تحقق چنین موقعیتی به سردرگمی و غافلگیری اعضای نهاد تصمیم گیرنده منتهی می شود.

از آنجا که هیچ کدام از متغیرها رابطه ی غیرخطی با متغیر وابسته نداشتند، بنابراین کار پژوهشگران نیز آسان بود و در سه گام اصلی به آزمون فرضیات برخاسته از تئوری ها پرداختند.

اولین قدم آزمون همبستگی دو متغیری بود تا نتیجه ای کلی از روابط بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته، همین طور الگوی روابط داخلی خود متغیرهای مستقل به دست آید. نتایج نشانگر رابطه ی معنادار همه ی متغیرها با متغیر وابسته بود؛ اما از آنجا که این روابط تأثیر خالص این متغیرها بر روی مشارکت را نشان نمی داد، بنابراین انجام تحلیل های چند متغیری (که عمده ترین آنها تحلیل رگرسیون چند متغیری است) ضروری می نمود. در چهار مدل اول متغیرهای مستقل به صورت انفرادی در تبیین احساس ناامنی به کار گرفته شدند. از آنجا که نتایج این تحلیلها با ضریب همبستگی پیرسون چندان متفاوت نیست (به خاطر نبود متغیر کنترل) از این رو تفسیرهای مربوط از مدل پنج آغاز می شود. نتایج این مدلها که به صورت اضافه شدن کم کم متغیرها به دست می آمد در نهایت نتایج ناشی از رگرسیون گام به گام را تأیید میکند (جدول ۳).

همان گونه که قبلاً نیز اشاره شد، مجموعه عوامل تأثیرگذار بر مشارکت در زمان بحران به چهار مورد محدود گشت اعتماد اجتماعی، طبقه ی اقتصادی، احساس آنومی و انزوای اجتماعی. بر اساس نتایج به دست آمده از بین این عوامل، تحلیل های آماری در نهایت نشان داد که سه عامل اعتماد اجتماعی، احساس آنومی و و انزوای اجتماعی، تأثیرگذارترین عوامل بر تمایل افراد به مشارکت در زمان بحران بوده اند.

پیشنهادهای پژوهشی

پژوهش حاضر در پی بررسی و کشف عوامل تأثیرگذار بر مشارکت نیروهای داوطلب در زمان بحران است و عوامل احساس آنومی، اعتماد و انزوای اجتماعی را به منزله ی فاکتورهای مؤثر شناسایی کرده است. پژوهش های جدیدتر در این حوزه میتوانند با استناد به نتایج پژوهش حاضر صورت گیرند و هر یک از عوامل یاد شده را به صورت عمیق تر و با کشف سازوکارهای واسطه بررسی کنند. از طرف دیگر، همانگونه که توضیح داده شد پژوهش حاضر عمدتاً از دید روان شناسی اجتماعی و جامعه شناسی به مسئله نگریسته است؛ بنابراین محققان می توانند با دید بین رشته ای در صدد کشف سایر علل خرد و کلان تأثیرگذار بر مشارکت در زمان بحران برآیند. همچنین ارائه ی مدلهای سلسله مراتبی با تلفیق مدلهای خرد و کلان نیز میتواند گام بسیار مؤثری در تبیین بهینه ی مسئله ی پژوهش حاضر باشد.

منابع

۱. پوررشیدی، حبیب (۱۳۸۸) نیروی مردمی در بحران بازایی از <http://crisismanagement.persianblog.ir/post/38v>.
۲. رضویان رضا (۱۳۸۹). بررسی میزان مشارکت اجتماعی- سیاسی و عوامل مؤثر بر آن پایان نامه ی کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی، گروه علوم سیاسی.
۳. ادیبی مهدی هارطونیان وهاب (۱۳۸۶). عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی سیاسی در زمان بحران تحقیق انجام شده برای شهرداری تهران

4. Pouport Bill and Robert Anderson (2008) Repellent factors of social participation in London. British journal of social work, Vol.21, No.2.
5. Eric purtic (2011) volunteer participation in wartime. Journal of contingency and crisis management, vol.4, No.1.
۶. ظفری، حسین؛ ویسی رضا (۱۳۹۰) واکاوی عوامل مؤثر بر جلب مشارکت مردمی به منظور کاهش ریسک سوانح طبیعی مسکن و محیط روستا، شماره ۱۳۵.
۷. محسنی تبریزی، علیرضا تابستان (۱۳۷۵) بیگانگی، مانعی برای مشارکت توسعه‌ی ملی نامه‌ی پژوهش، شماره ۱
۸. غفاری، زاهد؛ بیگی، عبدالرضا؛ تصمیم، اکرم (۱۳۸۹). عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی دانشجویان علوم سیاسی و فنی دانشگاه تهران دانش سیاسی دوره ۶ شماره ۱۲
۹. کائوتری، هوئین و دیگران (۱۳۷۹) مشارکت در توسعه، ترجمه‌ی هادی غبرائی و داود طبائی، تهران
10. Simon Melvin (1987) Patterns of Crisis management in Business, Wiley-Blackwell: Journal of Contingencies & Crisis Management
۱۱. معمارزاده، غلامرضا و مهرزاد سرفرازی (۱۳۸۴) بررسی گام‌های فرایند مدیریت بحران در سازمان پژوهشنامه مدیریت بحران، بازیابی از <http://www.csr.ir/Pdf/Issues443/whole.modirian&bohran.4%20-black.pdf>
۱۲. شانی، مرتضی (۱۳۸۴) مدیریت بحران جانسون و جانسون، مجله‌ی تدبیر شماره ۱۵۹
۱۳. شیانی، ملیحه (بهار ۱۳۸۴) شهروندی و مشارکت در نظام جامع رفاه و تأمین اجتماعی فصلنامه‌ی حقوق تأمین اجتماعی انتشارات علمی فرهنگی، سال اول، شماره یک
14. Jaques, Tony (2007). Issue Management and Crisis Management: An Integrated, Non-linear, Relational construct. *Public Relations review*, 33(2), 147-157.
۱۵. گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۸) تجدد و تشخیص ترجمه ناصر موفقیان، تهران نشر نی
۱۶. بینا (۱۳۸۱) پیمایش ارزشها و نگرشهای ایرانیان. شورای فرهنگ عمومی، تحت نظر وزارت فرهنگ و ارشاد.
۱۷. موسوی، محسن (۱۳۸۷). بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر شادمانی در سطوح خرد و کلان پایان نامه‌ی کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی
۱۸. توسلی، غلام عباس (۱۳۸۲). مشارکت اجتماعی در شرایط جامعه‌ی آنومیک. تهران، انتشارات دانشگاه تهران
۱۹. میلر، دلبرت (۱۳۸۰) راهنمای طرح تحقیق و سنجش اجتماعی، ترجمه‌ی هوشنگ نایی، تهران، نشر نی