

چکیده

ایجاد تحول در جامعه روستایی قبل از هر چیز به عمل، عکس العمل و فعل و انفعالات انسانی بستگی دارد. در این زمینه مشارکت روستاییان در امور مربوط به توسعه روستایی، به عنوان تبلور عینی رفتارهای مطلوب انسانی مطرح است. اما مشارکت نهالی است که به سادگی در محیط انسانی رشد نمی‌کند. این امر نیازمند انگیزه‌های قوی می‌باشد. در ترویج که مکتبی انگیزشی - آموزشی است، از انگیزش به منظور توفیق در جلب مشارکت و جذب روستاییان به برنامه‌ها استفاده می‌شود. مواردی از قبیل اینکه چرا برخی ارباب رجوع ترویج، بیشتر در فعالیتهای ترویجی مشارکت می‌کنند، چه عاملهایی آنها را به این کار تحریک می‌کند، چرا برخی مشارکت را ترک می‌کنند و ... پرسشهایی است که متخصصان ترویج سعی دارند با استفاده از نظریه‌های انگیزش به آن پاسخ گویند. در این میان جلب مشارکت زنان روستایی به برنامه‌های ترویجی و عاملهای انگیزشی لازم و مؤثر بر آن، موضوع مهمی است که در مورد زنان روستایی به عنوان بخش مهمی از ارباب رجوع ترویج مطرح است. تحقیق حاضر با هدف کلی بررسی عاملهای مؤثر بر انگیزه‌های مشارکت زنان روستایی در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی که توسط مدیریت ترویج و مشارکت مردمی استان فارس ارائه شده، صورت گرفته است. جمعیت کل پژوهش شامل ۴۹۱۵ نفر

بررسی عوامل مؤثر بر

انگیزه‌های مشارکت زنان روستایی در

فعالتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی

● مهندس غلامحسین حسینی نیا

مشارکت آنها در این فعالیتهای رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد. با استفاده از رگرسیون چندگانه با روش پس‌رونده مشخص شد که از بین سازه‌های فوق به ترتیب متغیرهای "رضایت از محیط روستا" (نقش منفی)، "میزان استفاده از برنامه‌های رادیو و تلویزیون"، "نگرش نسبت به فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی"، "دریافت جایزه"، "نگرش نسبت به آموزشگر" و بالاخره "نگرش نسبت به فعالیتهای صنایع دستی" بیشترین سهم را در تبیین واریانس انگیزه مشارکت در این فعالیتهای داشته‌اند. در ضمن از مقایسه میانگینهای رتبه‌ای مشخص شد که انگیزه مشارکت دختران روستایی در سطح معنی‌داری از انگیزه مشارکت زنان روستایی (متأهلان) بیشتر است. همچنین انگیزه مشارکت کسانی که دارای ابزار تولید صنایع دستی می‌باشند و کسانی که دارای درآمد مستقل می‌باشند و نیز کسانی که جایزه دریافت نموده‌اند، از کسانی که فاقد این موارد بوده‌اند، بیشتر است. در ضمن انگیزه مادی زنان روستایی برای شرکت در این برنامه‌ها از دختران روستایی بیشتر بوده است. لیکن دختران روستایی از انگیزه بالاتری برای کسب مدرک، نسبت به زنان روستایی برخوردار بوده‌اند.

مقدمه

ایجاد تحول در جامعه روستایی قبل از هر چیز به عمل، عکس العمل و فعل و انفعالات

از زنان روستایی است که در سال ۱۳۷۶ در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی مدیریت ترویج و مشارکت مردمی شرکت نموده‌اند. جمعیت مورد مطالعه عبارت‌اند از ۱۴۹ زن روستایی که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای از جمعیت کل انتخاب شده‌اند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که از کل انگیزه‌های مورد بحث، انگیزه‌های "آموختن دانش و مهارت به خاطر علاقه"، "یادگرفتن نکات تازه و جدید" و "استفاده مفید از وقت" به ترتیب در اولویت اول تا سوم قرار گرفتند. همچنین انگیزه‌های "انتخاب شدن به عنوان زن نمونه روستا"، "جلب نظر و توجه سایر زنان روستا" و "پیدا کردن قدرت نفوذ بر دیگران" در آخرین رتبه‌های اولویت بندی قرار گرفتند. ضمناً بر اساس یافته‌های تحقیق، بین انگیزه مشارکت زنان روستایی در فعالیتهای آموزشی - ترویجی و متغیرهای "تعداد فرزندان دختر"، "درآمد زنان روستایی"، "میزان استفاده از رادیو و تلویزیون"، "نگرش نسبت به برنامه‌های ترویجی"، "نگرش نسبت به آموزشگر"، "سابقه شرکت در فعالیتهای داوطلبانه"، "رضایت از برنامه‌های ترویجی"، "نگرش نسبت به فعالیتهای صنایع دستی" و "ادراک زنان از نگرش مردان نسبت به مشارکت آنان" ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

همچنین بین "رضایت از محیط روستا" و "میانگین سن فرزندان" زنان روستایی با انگیزه



انسانی بستگی دارد. (فانو، ۱۳۷۱، ص ۸۶). لذا مشارکت روستاییان در امور مربوط به توسعه روستایی، به عنوان تبلور عینی رفتارهای مطلوب انسانی مطرح است.

نگرش سیستمی به توسعه روستایی، پدیده مشارکت را امری طبیعی و کاملاً بنیادی جلوه می‌دهد و مشارکت تمامی اقشار روستایی اعم از زن و مرد و جوان و بزرگسال را پیش نیاز دستیابی به اهداف توسعه می‌داند. در این میان مشارکت در برنامه‌های آموزشی - ترویجی به عنوان یکی از عاملهای انکارناپذیر فرایند توسعه روستایی، ضرورت مهمی است که خود به عنوان پیش نیاز بهره‌مندی از مزایای آموزشهای ترویجی، جهت نیل به اهداف توسعه مطرح است.

در اثنای مشارکت فراگیر اقشار روستایی در برنامه‌های توسعه روستایی به طور اعم و برنامه‌های ترویجی به طور اخص، مسئله مشارکت زنان روستایی، مسئله‌ای بسیار مهم و در خور تأمل است. تنگناها، موانع، مشکلات و محدودیتهای موجود، مسئله مشارکت زنان روستایی در برنامه‌های ترویج و توسعه روستایی را به مسئله‌ای پیچیده و بغرنج مبدل ساخته است. امروزه کمتر نوشته‌ای را می‌توان در زمینه توسعه یافت که از عدم مشارکت زنان روستایی در توسعه و محدودیت دسترسی آنان به برنامه‌های ترویجی، مطلبی عنوان نکرده باشد. این مسئله به دفعات در محافل و منابع ترویجی مطرح شده است، اما واقعیت امر این است که عدم دسترسی به برنامه‌های ترویجی، تنها یک بعد مهم از این مسئله است. بعد دیگر موضوع - با اهمیت برابر - به شرکت داوطلبانه و راغبانه زنان روستایی در برنامه‌های ترویجی مربوط می‌شود. زیرا بر اساس یک اصل مسلم در ترویج، فرد هنگامی در یک فعالیت شرکت می‌کند که اولاً بتواند و ثانیاً بخواهد. زیربنای بعد دوم موضوع را "انگیزش" تشکیل می‌دهد.

مشارکت نهایی است که به سادگی در محیط انسانی رشد نمی‌کند. این پدیده نیازمند انگیزه‌های قوی است. لذا مطالعه انگیزه‌های

مشارکت زنان در برنامه‌های ترویجی، موضوع مهمی است و ضرورت تحقیق و پژوهش در این خصوص به وضوح مشاهده می‌شود. مقاله حاضر با استفاده از نتایج پژوهشی در همین زمینه، به بحث پیرامون عاملهای مؤثر بر انگیزه مشارکت زنان روستایی در فعالیتهای آموزشی - ترویجی پرداخته است.

انگیزش چیست؟

انگیزش موضوعی نیست که تنها در سالهای اخیر مورد توجه قرار گرفته باشد، بلکه از مواردی است که همواره مورد مطالعه روان‌شناسان بوده است و نظریه‌ها و مدل‌های انگیزشی موجود، حاصل کار محققان در پژوهشهای مربوط به "انگیزش" است. بررسی ادبیات موجود در زمینه انگیزش، روشن‌گر آن است که مفهوم انگیزش و شناخت عاملهایی که موجب انگیزش انسان می‌شوند، یکی از پیچیده‌ترین بخشهای روان‌شناسی و مدیریت رفتاری است. بنا به نوشته "فردریک هرزبرگ" روان‌شناس و نظریه پرداز انگیزش "روان‌شناسی انگیزش" کاملاً پیچیده است و آگاهیهای به دست آمده و دانش موجود هر قدر هم مطمئن باشد، کافی نیست." (نائلی، ۱۳۷۳، ص ۷)

نائلی می‌نویسد "به سبب سهم قابل ملاحظه‌ای که ادراکات، امیال، سائقها و کنشهای متقابل محیط در فرایند انگیزش دارند، نمی‌توان به تعریفی دست یافت که از نظر همه متخصصان امر قابل قبول باشد، حتی در بعضی از منابع معتبر، از تعریف انگیزش خودداری شده است."

اصطلاح "انگیزش"^۱ نخستین بار از واژه لاتین "موور"^۲ که به معنای "حرکت" می‌باشد، گرفته شده است. (ستیز و پورتر، ترجمه علوی، ۱۳۷۲، ص ۷). لیکن این کلمه برای بیان منظور اصلی کافی نیست. انگیزه در روان‌شناسی اصطلاحی است که برای عاملی داخلی به کار برده می‌شود که موجود زنده را به فعالیت درمی‌آورد، جاذبه آن قبل از رسیدن به هدف، نشاط آور و لذت بخش بوده و رفتار او را تحت تأثیر قرار داده و به سوی هدف سوق می‌دهد. (پروا، ۱۳۶۳، ص ۵۹)

روان‌شناسان انگیزش را از دیدگاه مکتبها و نظریه‌های مختلف به گونه‌ای متفاوت تعریف کرده و اغلب آن را عاملی دانسته‌اند که رفتار مبتنی بر هدف را پدید می‌آورد و آن را استمرار می‌بخشد. (پارسا، ۱۳۷۱، ص ۱۷۹)

محققان معتقدند که رفتار آدمی به دو دسته عوامل بستگی دارد. یک دسته خصوصیتها،

تواناییها و قدرتهای کم و بیش دائمی هستند و دسته دوم یک رشته عاملهای موقتی می باشند که مهمترین آنها را انگیزه ها تشکیل می دهند. (عظیمی، ۱۳۵۱، ص ۲۳۹)

به عقیده "مان" انگیزش را اغلب دینامیک رفتار می گویند. این اصطلاح از علم فیزیک گرفته شده است و منظور از آن، انرژی یا نیرویی است که باعث ایجاد حرکت در اجسام می شود. دلیل به کار بردن این اصطلاح برای انگیزش رفتار، این است که انگیزش رفتار نیز باعث حرکت موجود زنده می شود. در واقع هر عاملی که باعث فعالیت (داخلی و خارجی) موجود زنده شود، نوعی انگیزش به شمار می رود. (مان، ترجمه ساعتچی، ۱۳۵۱، ص ۳۹۳)

نائلی به نقل از استیروز و پورتر به چند تعریف که توسط عده ای از نظریه پردازان انگیزشی عنوان شده است اشاره می کند:

* ویکتور وروم^۲، انگیزش را فرایندی تصور می کند که گزینشهایی را که توسط انسان یا موجودات زنده دیگر صورت می پذیرد، زیر نفوذ قرار می دهد.

* بیریل سان و استابنر^۴ معتقدند که انگیزش حالت درونی فرد است و رفتاری را در انسان به وجود می آورد تا نبل به هدف مشخصی، ممکن شود. (نائلی، ۱۳۷۳، ص ۱-۱۳)

طبق تعریف "میچل" و "لارسون" فرایند روان شناختی مورد توجه قرار گرفته است. بنا به تعریف آنان: "انگیزش فرایند روان شناختی است و موجب برانگیختگی، هدایت و تداوم اعمال ارادی و هدفمدار فرد می شود."

"میسکل" در تعریف انگیزش، توجه به سه مؤلفه یا جزء را بسیار مهم می داند که عبارتند از:

۱- انرژی یا نیروی به رفتار، علایم یا نشانه های محیطی، خاطرها و نیز پاسخهای عاطفی که افراد را برای رفتار معینی هدایت می نمایند.

۲- هدف "که رفتار فرد را هدایت نموده و به آن جهت می دهد.

۳- بقا و تداوم رفتار رفتار وقتی تداوم پیدا

می یابد که عاملهای محیطی، جهت و شدت سائقها و نیروهای فرد را تقویت کنند.

میسکل از ترکیب این سه جزء، تعریف کلی زیر را ارائه می دهد:

* فرایند انگیزش به نیروهای پیچیده، سائقها، نیازها، شرایط تنش زا یا سازوکارهای دیگری گفته می شود که فعالیت فرد را برای تحقق هدفهایی که آغاز کرده، تداوم بخشد. (همان منبع، ص ۱۵)

اینک با توجه به تعریفهای ذکر شده می توان نتیجه گرفت که اگر چه کلمه "انگیزش" مفاهیم مختلفی دارد، اما همه روان شناسان به این نکته معتقدند که "انگیزش" عاملی درونی است که رفتار شخص را تحریک کرده و در جهت معینی سوق می دهد و آن را هماهنگی می کند.

بسیاری از روان شناسان نیز داوطلبانه بودن یا هدفمداری را به عنوان جزئی از تعریف انگیزش بیان می کنند. بنابراین انگیزش از این دیدگاه عبارت است از آن دسته از فرایندهای روانی که سبب برانگیختن، هدایت و پایداری اعمال خود خواسته ای می شود که در جهت هدف باشند. (ستیزر و پورتر، ۱۳۷۲، ص ۳۶)

بنابراین با توجه به موارد یاد شده، "انگیزش" عبارت از درجه ای می شود که فرد می خواهد و انتخاب می کند که در رفتارهای معین بخصوصی به آن (درجه) درگیر و متعهد باشد. (همان منبع ص ۴۷-۸)

در واقع انگیزش نیرویی است که توان انسان را به سمت یکی از عملها یا فعالیتهایی که پیش روی فرد می باشد، هدایت کرده و مصروف می دارد.

انواع انگیزش

"پروا" انگیزه ها را به طور کلی به دو گروه تقسیم می کند:

- ۱- انگیزه های اولیه یا اصلی
- ۲- انگیزه های ثانویه یا اکتسابی که خود به دو بخش انگیزه های مشترک اجتماعی و انگیزه های مشترک شخصی تقسیم می شود.

از انگیزه های مشترک اجتماعی می توان به شناخت، پذیرش، استقلال و امنیت اشاره کرد.

همچنین انگیزه هایی مانند "حفظ نام نیک"، "به دست آوردن غنای مالی یا معنوی" و "برتری یابی نسبت به دیگران" در زمره انگیزه های مشترک شخصی قرار می گیرد. (پروا، ۱۳۶۳، ص ۵۹)

"شعاری نژاد" نیز از انگیزه های ثانویه به عنوان "انگیزه های آموخته" نام می برد و آنها را به سه دسته کلی تقسیم می نماید: (شعاری نژاد، ۱۳۷۰، ص ۳۹۰)

۱- انگیزه های اجتماعی عمومی یا مشترک انگیزه هایی هستند که هر انسان سالم آنها را از تجربه های روزانه و فعل و انفعالات اجتماعی خود کسب می کند. انگیزه های اجتماعی عمومی عبارتند از:

انگیزه اجتماعی: "مورای" (۱۹۸۸) این انگیزه را برای بقای برخورد های اجتماعی لازم می داند و می نویسد "حالت شدید این انگیزه را نزد مردمی می توان یافت که در وقت تنهایی، آرزوهایی مانند مصاحبت و دوستی با دیگران دارند." انگیزه های اجتماعی شامل "پیوند جویی" نیز می شود.

۲- پذیرش و تصویب اجتماعی: هر فردی می خواهد آنچه را انجام می دهد، مورد تصویب و پذیرش اجتماعی قرار گیرد و از انجام آنچه تصویب نمی کند، اجتناب ورزد.

۳- تقلید: تقلید از اعمال و حرکات اشخاص برتر و پناه بردن به دیگران در هنگام مواجهه با مشکلات و درخواست کمک نیز از انگیزه های مشترک میان همه مردم است.

۴- ایمنی: احساس امنیت بخصوص در جوامع پیچیده، یک انگیزه مهم به شمار می رود.

۲- انگیزه های اجتماعی و فرهنگی

- شعاری نژاد مهمترین انگیزه های اجتماعی و فرهنگی را چنین بیان می کند:
- انگیزه برتری طلبی و خودنمایی
 - مقام یا موفقیت اجتماعی
 - انگیزه دشمنی و پرخاشگری

- انگیزه تملک و گردآوری
- ارزشهای اجتماعی

۳- انگیزه‌های اجتماعی و فردی

گروهی دیگر از انگیزه‌های اجتماعی و آموخته، به بعضی از افراد تعلق دارد و در دیگران دیده نمی‌شود، اگر چه همگی به یک فرهنگ تعلق دارند. مثلاً کسی به مطالعه علاقه دارد و دیگری به ورزش کردن.

مهمترین این انگیزه‌ها عبارت‌اند از: گرایشها و عواطف، رغبتها، عادتها، سطح آرزو یا انتظار، خود پنداری. (همان منبع، ص. ۱۰۹-۴۱۱)

انگیزش در ترویج

"انگیزش" زیربنای رفتار انسان است. پذیرش تغییرات اجتماعی، شرکت فعال در یادگیری، قبول مسئولیتهای فردی و اجتماعی، حضور در برنامه‌های توسعه روستایی و ملی، اعمال مدیریت صحیح، توفیق در تولید و به طور کلی موفقیت در هر عملی و رفتاری به میزان بسیار زیادی بستگی به انگیزش و تمایلی دارد که انسان برای انجام آن احساس می‌کند. (زمانی، ۱۳۷۰، ص ۲۳۱)

به همین دلیل هم توجه خاص به مبحث انگیزش و بهره‌برداری عملی از نظریه‌ها و توصیه‌های آن می‌تواند در بالا بردن توان انسانهای جامعه و ملاً موفقیت آنان در تولید و سازندگی مؤثر واقع شود. (همان منبع، ص. ۲۳۲)

از آنجا که هدف غایی ترویج "تواناسازی" افراد می‌باشد. لذا توجه به "انگیزش" در ترویج برای دستیابی به هدف فوق، لازم و ضروری است. ترویج یک فعالیت آموزشی غیررسمی است و داوطلبانه بودن شرکت در فعالیتهای ترویجی، یکی از اصول مسلم مکتب آموزشی ترویج به شمار می‌رود. منطبق ترویج خواستار این اصل است که فرد در جستجوی تغییر داوطلبانه باشد.

"ترویج" ابزاری نیست که با آن بتوان با فشار بر مردم، آنها را وادار کرد تا بر خلاف میل خود کاری را انجام دهند، (کریمی، ۱۳۷۳، ص ۱۳۰)

بلکه توجه به میل و خواسته‌های آنان و برانگیختن آنها از عملهای حیاتی برای فعالیتهای ترویجی محبوب می‌شود.

در مورد میزان تأثیر و تأکید بر مطالب فوق، "روبنسون" می‌نویسد "بسیاری از پژوهشگران تصور می‌کنند که انگیزش تنها عامل تعیین کننده مشارکت بزرگسالان در آموزش است." (روبنسون، ۱۳۷۲، ص ۲۵۷)

"فردمن" (۱۹۸۵) نیز معتقد است؛ "جایی که انگیزه‌های قوی وجود دارند، حتی روشهای فاقد کارایی هم به طور مؤثر موفقیت را تضمین می‌کنند." (لیند و جانسون، ۱۳۷۱، ص ۶۹)

در ترویج که مکتبی انگیزشی - آموزشی است، می‌توان از انگیزش به منظور توفیق در جلب مشارکت و جذب روستاییان به برنامه‌ها استفاده نمود. در واقع مطالعه و تحقیق پیرامون انگیزش در ترویج، تلاشی برای دستیابی به پاسخهایی در زمینه چراهای رفتاری در گروههای مخاطب است. برای دست‌اندرکاران آموزشهای ترویجی، بخصوص مروجان، دانستن اینکه چه چیز (یا چیزهایی) افراد را برمی‌انگیزد تا در جلسه‌ها و برنامه‌های ترویجی به طور داوطلبانه و خودجوش شرکت کنند، بسیار حائز اهمیت است.

مواردی از قبیل اینکه چرا برخی ارباب رجوع ترویج، بیشتر در فعالیتهای ترویجی مشارکت می‌کنند، چه عاملهایی آنها را به این کار تحریک می‌کند، چرا برخی ترک مشارکت می‌کنند و ... پرسشهایی است که متخصصان ترویج سعی دارند با استفاده از نظریه‌های انگیزش به آنها پاسخ گویند.

در این میان جلب مشارکت زنان روستایی به برنامه‌های ترویجی و عملهای انگیزشی لازم و مؤثر بر آن، موضوع مهمی است که در مورد زنان روستایی به عنوان بخش مهمی از ارباب رجوع ترویج، نیز مطرح است.

از آنجایی که صاحب‌نظران عملکرد را به دو عامل "توان" و "انگیزش" مربوط دانسته‌اند (عملکرد = توان × انگیزش). بر این اساس زنان روستایی هنگامی در برنامه‌های ترویجی شرکت

می‌کنند که علاوه بر توانایی، انگیزه مشارکت داوطلبانه نیز در آنها وجود داشته باشد. اما این مسئله که میل و خواست آنها چگونه برانگیخته می‌شود و در چه شرایط انگیزشی می‌توانند در فعالیتهای ترویجی شرکت کنند و چه عاملهای انگیزشی (اعم از درونی و بیرونی) در جلب مشارکت آنها در برنامه‌های ترویجی مؤثر است، مسئله اساسی پژوهش پایه این مقاله را تشکیل می‌دهد. اما قبل از پرداختن به نتایج حاصل از پژوهش، لازم است مختصری در خصوص انگیزش در زنان بحث شود.

انگیزش در زنان

نگرشهای جنسیتی نادرست در طول تاریخ، نابرابری جنسیتی^۵ را بر اکثر زنان مشتبه ساخته، به نحوی که خود ناخودآگاه در اکثر موارد بر این امر صحنه گذاشته‌اند و لذا انگیزه پیشرفت و موفقیت در بسیاری از آنها ضعیف شده است. در این خصوص نظریه غالبی که در دهه ۱۹۷۰ مورد توجه زیادی قرار گرفت، بر این باور است که انگیزه پیشرفت در زنان به اندازه مردان قوی نیست. به بیان دیگر زنان به علت اثرهای منفی موفقیت، از آن اجتناب می‌ورزند، لذا هر چند بالقوه توانایی برای پیشرفت و موفقیت دارند، لیکن به علت پیامدهای منفی موفقیت، انگیزه خود را بروز نمی‌دهند. نتایج منفی موفقیت برای زنان، شامل عدم محبوبیت یا از دست دادن حالت و خصوصیتهای زنانه و انزوای اجتماعی است. (شهرآرا، ۱۳۷۵، ص ۱۲۶)

"آنگر"^۶ در توضیح اینکه چرا زنان در همان موقعیت مردان انگیزه پیشرفت کمتری را از خود نشان می‌دهند، می‌گوید: "در این زمینه باید به سرزنشهایی که به زنان می‌شود توجه کرد. زیرا مردان بیشتر تمایل دارند زنان را سرزنش کنند، برخی نیز از ضعفهای درونی برای عدم موفقیت زنان سخن می‌گویند." (متلین، ۱۹۸۷، ص ۱۴)

در این مقاله هدف این نیست که مسئله انگیزه پیشرفت در زنان به طور گسترده مورد بحث قرار گیرد، بلکه هدف صرفاً طرح پیش زمینه ورود به مبحث انگیزش در زنان است.

تأثیر انگیزش بر رفتار حرفه‌ای زنان

یکی از موضوعهای عمده‌ای که زنان فعال و کارآفرین برای کسب موفقیت در انجام فعالیتهای حرفه‌ای و خوداشتغالی بدان نیاز دارند، ایجاد توانمندی در خویش است. زیرا موانع بسیاری در جریان هر فعالیت رویاروی آنان می‌باشد و به دلیل وجود همین موانع، زنان برای مبادرت به فعالیتهای اشتغالزا نیاز به انگیزه عمیقتر و همچنین استمرار و قاطعیت در عمل برای کسب موفقیت در اقدامهای خود دارند.

برخی انگیزه‌های کارآفرینی بدون در نظر گرفتن میزان تأثیر آنها عبارت‌اند از:

● انگیزه‌های مادی و تشکیل سرمایه شامل:

- الف) انگیزه‌های مادی برای امرار معاش
- ب) انگیزه مادی برای کسب ثروت
- ج) انگیزه مادی برای تقویت بنیه مالی

● انگیزه اجتماعی شامل:

- الف) کسب مقام و موقعیت اجتماعی
- ب) جلب احترام اجتماعی
- ج) الگو و سرمشق دیگران شدن در جامعه

● انگیزه خدماتی شامل:

- الف) انگیزه خدماتی برای ایجاد اشتغال و به کار گماردن دیگران
- ب) انگیزه خدماتی برای کمک به اقتصاد جامعه

● انگیزه خانوادگی شامل:

- الف) رفاه آتی خانواده
- ب) خشوددی والدین
- ج) جلب رضایت همسر

● انگیزه شخصی شامل:

- الف) استقلال فردی
 - ب) دستیابی به اهداف مورد نظر از طریق فعالیتهای تجاری
 - ج) افزایش صلاحیت و تواناییهای شخصی با بالاترین میزان
- از آنجا که ابزار اصلی توانایی زنان همانا

گسترش چتر حمایتی جامعه و ارائه خدمات مشاوره‌ای و تعلیماتی به آنان می‌باشد، لذا انگیزه‌های کارآفرینی فوق می‌تواند در مورد شرکت در فعالیتهای آموزشی، شورتی و ترویجی نیز مطرح باشد. به عنوان مثال در تحقیقی که بازانی در روستاهای اصفهان انجام داده است، ۸۶ درصد زنان روستایی علاقه‌مند بوده‌اند تا از طریق آموزش در حرفه خیاطی و مهارت یافتن در خیاطی (به عنوان خیاط حرفه‌ای) به درآمد خانواده خود کمک نمایند. (صباغیان، ۱۳۷۱، ص ۷۵-۷۶)

همچنین در تحقیق زمانی (۱۳۷۵) افزایش درآمد و تولید به عنوان یکی از دلیلهای علاقه روستاییان به برنامه‌های ترویجی در اولویت اول قرار گرفته است. بر همین اساس سایر انگیزه‌ها از قبیل انگیزه اجتماعی، خدماتی، خانوادگی و شخصی - که به آنها اشاره شد - نیز می‌توانند در مورد شرکت در فعالیتهای آموزشی - ترویجی از طرف زنان روستایی مطرح باشند. بر این اساس شرکت در فعالیتهای ترویجی با انگیزه‌های گوناگونی حاصل می‌شود. برای شناخت این انگیزه‌ها در وهله اول باید زنان روستایی را در شناخت نوع انگیزه و اینکه چه مرحله‌ای آنان را علاقه‌مند به شرکت در فعالیتهای ترویجی می‌کند، یاری داد. البته شناخت انگیزه شخصی مستلزم صرف زمان طولانی بوده و کسب آگاهی و درک صحیح از آن، نقطه شروع حرکت در مسیر تحرک و پویایی زنان به حساب می‌آید.

قدر مسلم اینکه هر چه آگاهی زنان بیشتر باشد، حرکت آنان اصولی‌تر و صحیحتر است و هر چه دقت و تفکر در آن بیشتر به کار رود، انگیزه از جدیت و شدت عمل بیشتری برخوردار خواهد بود و این دقت نظر نیز به نوبه خود می‌تواند موجب افزایش انگیزه آنان برای مشارکت در فعالیتهای ترویجی باشد.

یافته‌های عملیاتی

به منظور بررسی عاملهای مؤثر بر انگیزه مشارکت زنان روستایی در فعالیتهای آموزشی - ترویجی، در سال ۱۳۷۷ پژوهشی در استان فارس

انجام شد. روش پژوهش اگر چه در ابتدا از روش توصیفی استفاده شده است، لیکن علی - قیاسی می‌باشد.

جمعیت آماری تحقیق عبارت‌اند از کلیه زنان روستایی استان فارس که در سال ۷۶ در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی مدیریت ترویج و مشارکت مردمی جهاد استان فارس شرکت کرده‌اند. تعداد این افراد بر اساس مدارک موجود ۴۹۲۵ نفر می‌باشد که از میان آنها ۱۴۹ نفر به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای به عنوان جامعه نمونه انتخاب شده‌اند.

در این پژوهش جمعاً ۲۵ متغیر مستقل و یک متغیر وابسته (نگیزه مشارکت) مدنظر قرار گرفته است و از تلاقی متغیرهای مستقل و وابسته، به طور جمع ۳۰ فرضیه استخراج و آزمون شده است. در اینجا یافته‌های تحقیق در دو بخش توصیفی و استنباطی ارائه می‌شود:

الف) یافته‌های توصیفی

بر اساس یافته‌های تحقیق، میانگین سن زنان روستایی ۲۳/۸ سال (با انحراف معیار ۷/۹۷) بوده است. زنان روستایی مورد مطالعه به طور متوسط ۶ کلاس (با انحراف معیار ۲/۹) سواد داشته‌اند. میانگین تعداد افراد خانواده ۷ نفر (با انحراف معیار ۲/۹) بوده است و بیشترین فراوانی متعلق به زنانی بوده است که در خانواده‌های ۶ تا ۱۰ نفره زندگی می‌کردند. ۶۶ درصد از این افراد مجرد و بقیه متأهل بوده‌اند. میانگین تعداد فرزندان زنان متأهل ۴ نفر بوده و بیشترین فراوانی متعلق به زنانی بوده است که بین ۴ تا ۶ فرزند داشته‌اند. همچنین تعداد فرزندان دختر زنان روستایی از صفر تا ۶ نفر متغیر بوده و بیشترین فراوانی متعلق به زنانی است که ۳ تا ۴ فرزند دختر داشته‌اند. میانگین سن فرزندان زنان متأهل بین یک سال تا ۱۵ سال و بالاتر متغیر بوده است.

۵۸ درصد نمونه‌ها، شغل اصلی همسر (یا والدین) خود را کشاورز، ۸/۷ درصد دامدار و ۳۰/۲ درصد سایر مشاغل ذکر کرده‌اند. همچنین ۳۷/۶ درصد نمونه‌ها، میزان سواد همسر (یا

والدین) خود را بی سواد و همین تعداد نیز سطح ابتدایی ذکر کرده‌اند.

۳۷ درصد نمونه‌ها فاقد ابزار تولید صنایع دستی بوده و ۴۹ درصد نمونه‌ها نیز بین یک تا ۲ وسیله تولید صنایع دستی در اختیار داشته‌اند. ۵۸/۴ درصد نمونه‌ها به خاطر شرکت در فعالیتهای ترویجی و مشارکتی هیچ گونه جایزه‌ای دریافت نکرده‌اند. اما ۳۴/۲ درصد افراد حداقل یک بار جایزه دریافت کرده‌اند. ۵۷ درصد نمونه‌ها، فاقد درآمد مستقل و ۴۳ درصد آنها از طریق انجام کار درآمدزا ۱۰ هزار تا ۲۷۰ هزار ریال در ماه کسب درآمد داشته‌اند. (میانگین ۴۳۵۵۰ ریال با انحراف معیار ۶۶۲۰۰ ریال)

۴۵ درصد از نمونه‌ها با وجودی که از برنامه‌های زیادی در رادیو و تلویزیون استفاده کرده‌اند، اما از برنامه‌هایی که در خصوص روستا، کشاورزی، دامداری و صنایع دستی بوده است، اصلاً استفاده نکرده‌اند یا به صورت اتفاقی استفاده نموده‌اند. میانگین استفاده از این برنامه‌ها، ۲ ساعت در هفته بوده است. ۸۱/۲ درصد از نمونه‌ها، اصلاً در فعالیتهای شورای اسلامی روستا شرکت نکرده‌اند. اکثر زنان روستایی مورد مطالعه نسبت به برنامه‌های آموزشی و مشارکتی جهاد اظهار رضایت نموده‌اند. آنان به طور متوسط دو مرتبه در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی شرکت نموده‌اند.

اولویت بندی انگیزه‌های مشارکت

در یک اولویت بندی از کل انگیزه‌های مورد بحث، انگیزه‌های "آموختن دانش و مهارت به خاطر علاقه"، "یادگرفتن نکات تازه و جدید" و "استفاده مفید از وقت" به ترتیب در اولویت اول تا سوم قرار گرفتند. همچنین انگیزه‌های "پیدا کردن قدرت نفوذ بر دیگران"، "جلب نظر و توجه سایر زنان روستا" و "انتخاب شدن به عنوان زن نمونه روستا" در آخرین رتبه‌های اولویت بندی انجام شده، قرار گرفتند. (جدول شماره ۱ اولویت بندی کلی انگیزه‌های مشارکت را نشان می‌دهد.)

نگرشهای جنسیتی نادرست در طول تاریخ، نابرابری جنسیتی را بر اکثر زنان مشتبه ساخته، به نحوی که خود ناخودآگاه در اکثر موارد بر این امر صحه گذاشته‌اند و لذا انگیزه پیشرفت و موفقیت در بسیاری از آنها ضعیف شده است. در این خصوص نظریه غالبی که در دهه ۱۹۷۰ مورد توجه زیادی قرار گرفت، بر این باور است که انگیزه پیشرفت در زنان به اندازه مردان قوی نیست.

"آنگر" در توضیح اینکه چرا زنان در همان موقعیت مردان انگیزه پیشرفت کمتری را از خود نشان می‌دهند، می‌گوید: در این زمینه باید به سرزنشهایی که به زنان می‌شود توجه کرد. زیرا مردان بیشتر تمایل دارند زنان را سرزنش کنند، برخی نیز از ضعفهای درونی برای عدم موفقیت زنان سخن می‌گویند.

تحلیل داده‌ها

معنی داری وجود دارد.

$$p = 0/001 \quad r = 0/2691$$

۶- با اطمینان ۹۹ درصد بین نگرش زنان روستایی نسبت به آموزشگر دوره‌ها و انگیزه مشارکت آنها در این فعالیتهای، رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

$$p = 0/000 \quad r = 0/3675$$

۷- هر چه سابقه شرکت زنان روستایی در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی بیشتر باشد، انگیزه مشارکت آنها در این فعالیتهای بیشتر است.

$$p = 0/0466 \quad r = 0/3323$$

۸- هر چه رضایت زنان روستایی از محیط روستا کمتر باشد، انگیزه مشارکت آنها در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی بیشتر است.

$$p = 0/028 \quad r = -0/1807$$

۹- هر چه میزان رضایت زنان روستایی از فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی بیشتر باشد، انگیزه مشارکت آنها در این فعالیتهای بیشتر است.

$$p = 0/032 \quad r = 0/3479$$

۱۰- با اطمینان ۹۵ درصد بین متغیر ادراک زنان از نگرش مردان خانواده نسبت به مشارکت آنان و انگیزه مشارکت زنان روستایی، رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

۱- رابطه بین متغیرها
باتوجه به ضریب همبستگی اسپیرمن و سطح معنی داری قابل قبول آن بین متغیر وابسته تحقیق (انگیزه مشارکت) و متغیرهای مستقل، در ۱۱ مورد همبستگی معنی داری مشاهده شد:

۱- هر چه تعداد فرزندان دختر زنان روستایی بیشتر باشد، انگیزه مشارکت آنها در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی بیشتر است.

$$p = 0/0439 \quad r = 0/1427$$

۲- هر چه میانگین سن فرزندان زن روستایی بیشتر باشد، انگیزه مشارکت او در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی کمتر است.

$$p = 0/0469 \quad r = 0/1873$$

۳- هر چه درآمد زن روستایی بیشتر باشد، انگیزه مشارکت او در فعالیتهای ترویجی و مشارکتی بیشتر است.

$$p = 0/0301 \quad r = 0/3353$$

۴- هر چه میزان استفاده زنان روستایی از رادیو و تلویزیون بیشتر باشد، انگیزه مشارکت آنها در برنامه‌های ترویجی و مشارکتی بیشتر است.

$$p = 0/0317 \quad r = 0/282$$

۵- بین نگرش زنان روستایی نسبت به فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی و انگیزه مشارکت آنها در این فعالیتهای، رابطه مثبت و

$$p = 0/017 \quad r = 0/1959$$

۱۱- با اطمینان ۹۵ درصد بین نگرش نسبت به فعالیتهای صنایع دستی و انگیزه مشارکت زنان روستایی در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی، رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

$$p = 0/022 \quad r = 0/1905$$

۲- مقایسه میانگینها

۱- میانگین رتبه‌ای انگیزه مشارکت دختران روستایی از میانگین انگیزه مشارکت زنان متأهل روستایی بیشتر است.

$$p = 0/0389 \quad u = 2028/5$$

۲- میانگین رتبه‌ای انگیزه مشارکت زنان روستایی که دارای ابزار تولید صنایع دستی می‌باشند از میانگین رتبه‌ای انگیزه مشارکت کسانی که فاقد این ابزار می‌باشند، بیشتر است.

$$p = 0/0026 \quad u = 338/5$$

۳- میانگین رتبه‌ای انگیزه مشارکت زنان روستایی که دارای درآمد مستقل می‌باشند از میانگین رتبه‌ای انگیزه مشارکت زنانی که فاقد درآمد مستقل می‌باشند، بیشتر است.

$$p = 0/0351 \quad u = 2478/5$$

۴- میانگین رتبه‌ای انگیزه مشارکت زنان روستایی که به خاطر شرکت در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی جایزه دریافت نموده‌اند از کسانی که جایزه دریافت نموده‌اند، بیشتر است.

$$p = 0/0404 \quad u = 1775$$

۵- انگیزه مشارکت زنان روستایی در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی در شهرستانهای مختلف تفاوت دارد و بالاترین میزان انگیزه مشارکت در شهرستان فیروزآباد و پایین‌ترین میزان در شهرستان فسا مشاهده شده است.

$$p = 0/0459 \quad x^2 = 7/4305$$

۶- میانگین رتبه‌ای انگیزه مادی مشارکت زنان متأهل روستایی در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی از میانگین رتبه‌ای انگیزه مادی دختران روستایی بیشتر است.

$$p = 0/006 \quad u = 1736$$

۷- میانگین رتبه‌ای انگیزه کسب مدرک دختران روستایی از انگیزه کسب مدرک زنان روستایی بیشتر است.

$$p = 0/0438 \quad u = 1926/5$$

در واگشت (رگرسیون) چند متغیری که به روش پس رونده انجام شد. متغیرهای رضایت نسبت به محیط روستا (تأثیر منفی)، میزان استفاده از برنامه‌های رادیو-تلویزیون، نگرش نسبت به فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی، دریافت جایزه، نگرش نسبت به آموزشگر و بالاخره نگرش نسبت به فعالیتهای صنایع دستی به ترتیب با بیشترین مقدار تأثیر در متغیر وابسته وارد معادله شدند و روی هم حدود ۲۸ درصد واریانس متغیر وابسته (انگیزه مشارکت) را تبیین کردند.

نمودار شماره (۱)، نشاندهنده نتایج حاصل از بررسی نظری و عملیاتی پژوهش حاضر - در قالب مدلی برای جلب مشارکت زنان روستایی در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی - می‌باشد.

همان‌گونه که ملاحظه شد، عاملهای موثر بر جلب مشارکت زنان روستایی در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی در در مقوله عمده توانمندی و انگیزش قرار گرفته‌اند.

عاملهای سازمانی، فرهنگی - اجتماعی، وضعیتی، خانوادگی، توانایی زمانی و تجربه قبلی در آموزش، همگی به مقوله توانمندی زنان روستایی برای مشارکت در این فعالیتهای مرتبط می‌شوند. از طرف دیگر عاملهای دموگرافیک، نگرشی، انگیزشی (انگیزه برابری با مردان، انگیزه رهبری زنان، انگیزه پیوندجویی، انگیزه پذیرش مسئولیت در خانواده، انگیزه کسب دانش و علاقه به شرکت در این فعالیتهای)، رضایت از فعالیتهای ترویجی و مشارکتی و فقدان فرصتهای شغلی فوری پس از آموزش، عاملهای مربوط به مقوله انگیزه مشارکت را تشکیل می‌دهند.

بی‌شک تأثیر این همه عاملهای متعدد و متنوع، امر مشارکت در این گونه فعالیتهای را به مسئله‌ای پیچیده و بغرنج مدل ساخته است. گستردگی عاملهای تأثیرگذار بر مشارکت،

همگی مؤید این امر می‌باشند که مشارکت نهالی نیست که به سادگی در محیطهای انسانی رشد کند، لذا شایسته است که در یک دیدگاه جامع و نظام یافته، تمامی موارد فوق مورد توجه قرار گیرند.

نتیجه گیری

نتیجه اینکه؛ اکنون توجه به زنان روستایی به عنوان یک گروه مشخص و با نقش حیاتی در خانواده و اجتماع روستا و نیز در جهت توسعه روستا، نه به عنوان یک ضرورت، بلکه به عنوان یک نیاز مطرح است. باور این امر که زنان روستایی گروهی پویا، پرتحرک و بانگیزه و نیز در عمل منبعی با انرژیهای ناشناخته بسیار می‌باشند، می‌تواند روند توسعه روستایی را دگرگون سازد. این نظریه که زنان از انگیزه پیشرفت کمتری نسبت به مردان برخوردارند و عقب ماندگیهای آنها را به ضعفهای درونی نسبت دادن، دیگر نمی‌تواند دستاویز محکمی برای در حاشیه قرار دادن زنان در روند توسعه باشد. باید این نکته را پذیرفت که ارزشها و انگاره‌های موجود در جامعه مسبب اصلی این امر بوده‌اند و باید پذیرفت؛ جامعه‌ای که به نیرو و توانمندیهای حرفه‌ای نیمی از جمعیت خود بی‌توجه باشد و در این ارتباط کاملاً انفعالی برخورد کند، علاوه بر اینکه به ایجاد زمینه‌های لازم برای رشد معنوی و فرهنگی زنان بی‌توجه بوده است، به یکی از موارد بسیار مهم و اساسی در زمینه پیشرفت و توسعه اجتماعی و اقتصادی و در نهایت توسعه پایدار نیز بی‌اعتنا بوده است. لذا جامعه باید ضمن حذف ارزشها و انگاره‌های منفی، زمینه‌های جبران این تبعیضها را نیز به نحو احسن فراهم نماید.

پیشنهادهای

۱- با توجه به ارتباط مثبت بین نگرش نسبت به فعالیتهای صنایع دستی و انگیزه مشارکت در فعالیتهای آموزشی - ترویجی پیشنهاد می‌شود اولویت بیشتری به برگزاری دوره‌های ویژه صنایع دستی با توجه به نیاز و استعداد منطقه و علاقه زنان روستایی داده شود.

جدول شماره (۱): اولویت بندی کلی انگیزه‌های مشارکت

| رتبه | انگیزه | میانگین رتبه‌ای | انحراف معیار |
|------|---|-----------------|--------------|
| ۱ | آموختن دانش و مهارت به خاطر علاقه | ۴/۲۱۴ | ۱/۱۴۲۳ |
| ۲ | یاد گرفتن نکات تازه و جدید | ۴/۰۵۳ | ۱/۰۰۵ |
| ۳ | استفاده مفید از وقت | ۴/۰۲۰ | ۱/۰۴۳ |
| ۴ | کسب تجربه و مهارت برای انجام بهتر کارها | ۳/۹۷۳ | ۱/۳۸۳ |
| ۵ | تأثیرگذاری در رشد و یادگیری فرزندان | ۳/۸۷۹ | ۱/۲۲۴ |
| ۶ | پیدا کردن توانایی برای انجام فعالیتهای دلخواه | ۳/۸۳۸ | ۱/۱۲۷ |
| ۷ | آموختن دانش و مهارت برای امرار معاش | ۳/۰۸۵ | ۱/۳۷۳ |
| ۸ | احساس نیاز به شرکت در این برنامه‌ها | ۳/۷۹ | ۱/۲۲۴ |
| ۹ | کسب اطلاع از تواناییها و استعدادهای خود | ۳/۶۳ | ۱/۳۱ |
| ۱۰ | آموختن دانش و مهارت به خاطر داشتن نقش فعال در جامعه روستا همچون مردان | ۳/۶۰۴ | ۱/۳۲ |
| ۱۱ | اثبات لیاقت شایستگی به همسر (والدین) | ۳/۴۷ | ۱/۳۵ |
| ۱۲ | آموختن دانش و مهارت برای کسب پس انداز | ۳/۴۵ | ۱/۴۵ |
| ۱۳ | پیدا کردن راهی برای بهبود جامعه روستا | ۳/۴۳ | ۱/۵۲ |
| ۱۴ | به منظور کسب مدرک | ۳/۳۱ | ۱/۵۸ |
| ۱۵ | استفاده بیشتر از نیروی فکری | ۳/۳۱ | ۱/۳۷ |
| ۱۶ | احساس تعهد به برنامه‌های ترویجی | ۳/۲۸ | ۱/۵۲ |
| ۱۷ | شرکت در کارهای گروهی با سایر زنان روستایی | ۳/۲۶ | ۱/۲۹ |
| ۱۸ | برآوردن انتظارات و خواستههای همسر (والدین) | ۳/۲۲ | ۱/۵۱ |
| ۱۹ | بودن در کنار سایر زنان روستا | ۳/۱۰ | ۱/۵۱ |
| ۲۰ | به منظور دریافت تسهیلات (وام، جایزه، ...) | ۲/۸۴ | ۱/۶۲ |
| ۲۱ | ایفای نقش رهبری دیگران از طریق ابراز شایستگی | ۲/۸۳ | ۱/۳۲ |
| ۲۲ | پیدا کردن فرصت ملاقات یا دیگران | ۲/۷۳ | ۱/۴۷ |
| ۲۳ | آشنایی با افراد جدید | ۲/۶۷ | ۱/۵۳ |
| ۲۴ | کسب احترام و منزلت نزد سایر زنان روستا | ۲/۶۶ | ۱/۵۴ |
| ۲۵ | پیشی گرفتن از سایر زنان روستا | ۲/۶۴ | ۱/۵۰ |
| ۲۶ | انتخاب شدن به عنوان زن نمونه روستا | ۲/۵۹ | ۱/۵۹ |
| ۲۷ | جلب نظر و توجه سایر زنان روستا | ۲/۵۵ | ۱/۴۹ |
| ۲۸ | پیدا کردن قدرت نفوذ بر دیگران | ۲/۳۹ | ۱/۳۵ |

۲- برای ایجاد نگرش مثبت در مورد برنامه‌های ترویجی و مشارکتی در زنان روستایی، از مسئولان و آموزشگران برای شرکت در گردهماییهای خاص زنان روستایی یا ملاقاتهای انفرادی با آنها، دعوت شود تا آنها از طریق برشمردن مزایای محسوس و نامحسوس این گونه برنامه‌ها، در زنان روستایی انگیزه لازم را به وجود آورند. این امر می‌تواند در افزایش انگیزه مشارکت آنان در چنین برنامه‌هایی مفید واقع شود.

۳- زنان کارآفرین (دارای سهم در تأمین درآمد خانواده) از انگیزه بیشتری برای مشارکت در برنامه‌های آموزشی - ترویجی برخوردارند. لذا پیشنهاد می‌شود در شرایط مساوی اولویت شرکت در دوره‌ها به آنان داده شود. همچنین برگزاری دوره‌های آموزشی - ترویجی در قالب تشکلهای و تعاونیهای زنان روستایی صورت گیرد تا آموزشهای ارائه شده تداوم و بازدهی بیشتری داشته باشند.

۴- باید برای ایجاد نگرش مثبت در مردان روستا نسبت به مشارکت زنان روستایی در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی تلاش شود. این عمل می‌تواند در بین جله‌ها و گردهماییهایی که با حضور مردان روستا تشکیل می‌شود، انجام گیرد.

۵- با توجه به تأثیر معنی‌دار استفاده از رادیو و تلویزیون در ایجاد انگیزه مشارکت زنان روستایی در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی؛ پیشنهاد می‌شود نسبت به برنامه‌ریزی در این زمینه و افزایش میزان برنامه‌های منطبق بر علاقه و نیاز زنان روستایی - با توجه به محدودیتهای زمانی آنها - اقدامهای بیشتری صورت پذیرد.

۶- به آموزشگران دوره‌های آموزشی توصیه می‌شود تا جهت ایجاد انگیزه بیشتر در افراد شرکت‌کننده از تشویقهای معنوی (مثل معرفی به دیگران، استفاده از آنان به عنوان دستیار، ارسال آثار آنان به نمایشگاه) بهره‌گیری شود.

۷- اگر چه دریافت جایزه از سوی زنان

روستایی در اولویت پایین‌تری نسبت به سایر انگیزه‌ها قرار گرفته است، لیکن با توجه به ارتباطهای مثبت بین دریافت جایزه و انگیزه مشارکت پیشنهاد می‌شود در صورت امکان جوایزی هر چند کوچک - (همچون افتتاح پس انداز، هدیه ابزار تولید صنایع دستی، اولویت در دریافت وام و ...) به آنان اهدا شود.

۸- از آنجایی که ناهماهنگی از سوی جهاد در ایجاد دوره‌ها یا بدقولی مسئولان می‌تواند در کاهش انگیزه مشارکت در این گونه فعالیتهای مؤثر باشد، لذا توصیه می‌شود از دادن قولهایی که توان اجرایی آن‌ها نیست، اجتناب شود.

۹- نسبت به اهدای گواهی پایان دوره، خصوصاً به دختران روستایی و منوط کردن دریافت تسهیلات و ... به گذراندن چنین دوره‌هایی، توجه کافی مبذول شود.

۱۰- جهت ایجاد محیط مناسب برای به کارگیری آموخته‌ها و اعطای تسهیلات در قالب تشکلهای زنان روستایی پیگیریهای لازم صورت پذیرد. این امر باعث افزایش انگیزه زنان روستایی برای مشارکت بیشتر در این فعالیتهای می‌شود.

۱۱- دختران روستایی انگیزه بیشتری نسبت به زنان روستایی برای مشارکت دارند، لذا در هنگام ثبت نام در این فعالیتهای، ضمن حمایت از مشارکت دختران روستا، به جلب مشارکت زنان متأهل نیز توجه کافی صورت گیرد.

۱۲- با توجه به ارتباط مثبت و منطقی بین رضایت از برنامه‌ها و انگیزه مشارکت، لزوم برگزاری دوره‌ها به نحوی که حداکثر رضایت را در زنان ایجاد نماید، یادآوری می‌شود. چراکه این امر می‌تواند انگیزه مشارکت آنها را در فعالیتهای بعدی افزایش دهد. برای آنکه زنان روستایی نسبت به فعالیتهای ترویجی اعتماد پیدا کنند و از انجام آن امور رضایت داشته باشند، کار را می‌توان با اجرای دو یا سه برنامه‌ای که نتایج حالب توجه و زودرس دارند، شروع نمود.

۱۳- برای دوره‌ها و کلاسهای آموزشی زنان، از آموزشگران صلاحیتدار و مردمی استفاده شود.

۱۴- دوره‌هایی که برگزار می‌شود بر پایه نیازسنجی از زنان روستایی باشد تا علاقه آنها مورد توجه قرار گیرد و آنها با انگیزه بیشتری در این فعالیتهای شرکت نمایند.

۱۵- بر اساس اظهار نظر مسئولان، بسیاری از زنان روستایی با انگیزه بالایی دوره را شروع می‌کنند، اما در ادامه انگیزه لازم را از خود نشان نمی‌دهند. در این شرایط کسانی که دارای منبع انگیزشی ثابتی (تأیید شده در فرضهای تحقیق مثل داشتن فرزند دختر، داشتن ابزار مالکیت صنایع دستی، افراد با سابقه شرکت قبلی و ...) هستند باید از اولویت بیشتری برخوردار باشند. همچنین دریافت وجه اندکی برای ثبت نام در دوره‌های آموزشی و سپس بازپرداخت آن در انتهای دوره، در این زمینه می‌تواند مؤثر باشد.

۱۶- با توجه به تأثیر منفی نگرش نسبت به روستا در انگیزه مشارکت زنان روستایی در فعالیتهای آموزشی - ترویجی، به نظر می‌رسد آگاه کردن زنان روستایی در خصوص نیاز به بهزیستی و تلاش بیشتر در زندگی و تحریک برای نوبذیری و مشارکت پذیری بیشتر آنها، قدم مثبتی در این زمینه باشد.

۱۷- از آنجایی که زنان روستایی از لحاظ مادی، انگیزه بیشتری نسبت به دختران روستایی دارند، بنابراین آنها برای شرکت در برنامه‌های آموزشی با تأثیر کوتاه مدت رغبت بیشتری نشان می‌دهند. لذا این گونه از آموزشها باید در اولویت بالاتری قرار گیرند. لیکن در مورد فعالیتهای فوق برنامه یا فعالیتهایی با تأثیر بلندمدت، دختران روستایی باید در اولویت بیشتری قرار گیرند.

۱۸- در برگزاری کلاسهای آموزشی باید از روشهای دموکراتیک استفاده شود و تا حد ممکن نسبت به موضوعهای مطروحه در کلاس، مکان و زمان آن با زنان روستایی هماهنگی و مشورت شود. این امر انگیزه آنها را برای شرکت در کلاسها افزایش خواهد داد.

۱۹- از آنجایی که انگیزه "یاد گرفتن نکات تازه و جدید" در اولویت بالایی (اولویت دوم) قرار گرفته است، لذا تازه و جدید بودن مطالب در نظر گرفته شده برای ادامه دوره‌ها، مطلبی است که

روی آن تأکید می‌شود.

۲۰- توجه و عنایت مسئولان جهاد برای سرکشی به فعالیتهای خاص زنان روستایی در روستا، انگیزه زنان را برای مشارکت در این برنامه‌ها افزایش می‌دهد.

۲۱- قبل از برنامه‌ریزی دوره‌های آموزشی برای روستاهای مختلف، باید مشخص شود که هر روستا دارای چه ویژگیها و مشخصه‌هایی است و از چه میزان انرژی ویژه برخوردار می‌باشد. بر این اساس، فرضاً اولویت دوره‌های قالیبافی (خصوصاً به‌آموزی) به روستاهایی داده شود که زنان روستا به دار قالی دسترسی داشته باشند و یا دوره پرورش مرغ بومی در روستایی برگزار شود که زنان روستایی به طور سنتی تعداد معتنابهی مرغ داشته باشند. در غیر این صورت، به خاطر اینکه جهاد اغلب توانایی تهیه ابزار تولیدی یا اعطای وام به زنان روستایی را ندارد، متأسفانه دوره‌های آموزشی با اقبال کمتری روبه رو می‌شوند و زنان کمتر به طور داوطلبانه و ثابت برای شرکت در دوره‌ها از خود رغبت نشان می‌دهند.

۲۲- با توجه به تفاوت معنی‌دار انگیزه مشارکت زنان روستایی در شهرستانهای مختلف مورد بررسی، پیشنهاد می‌شود سیاستهای محلی موفق و ناموفق مسئولان ترویج شهرستانها در نشستی مشترک مورد بحث و بررسی قرارگیرد.

به عنوان مثال یکی از سیاستهای اعمال شده در شهرستان فیروزآباد، دعوت از مسئولان شهرستان (فرماندار، بخشدار و رؤسای بانکها و ...) برای بازدید از دوره‌های آموزشی و گرفتن قول مساعد جهت اهدای جایزه یا وام به شرکت کنندگان در دوره‌ها بوده است که این سیاست می‌تواند در سایر شهرستانها نیز به کار گرفته شود.

عنوانهای پیشنهادی برای ادامه پژوهش پیرامون جلب مشارکت زنان روستایی در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی

۱- مقایسه انگیزه‌های مشارکت مردان و زنان

روستایی برای مشارکت در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی

۲- بررسی انتظارات و توقعات زنان روستایی از فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی

۳- بررسی موانع مشارکت زنان روستایی در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی

۴- مقایسه انگیزه پیشرفت زنان مشارکت کننده با زنانی که به رغم توانایی در این برنامه‌ها، مشارکت نمی‌کنند.

۵- بررسی تأثیر سیاستها و تدبیرهای محلی در جلب مشارکت زنان روستایی

۶- تحلیل عاملی عاملهای مربوط به توانمندی زنان روستایی برای مشارکت در فعالیتهای آموزشی، ترویجی و مشارکتی.

منابع و مآخذ

۱- "آموزش بزرگسالان در کشورهای گوناگون"، گروهی از نویسندگان، ترجمه هادی فرجامی، انتشارات آستان قدس رضوی، ۱۳۷۱.

۲- "برنامه آموزش بین الملل دوره توسعه سرمایه گذارهای کوچک برای زنان"، (۱۹۹۷)،

ترجمه طاهره فرخی، انتشارات Nisiet وابسته به UNDP، محله تعاون، شماره ۷۴، آبان ۱۳۷۶.

۳- پارسا، محمد، "روان شناسی تربیتی"، مؤسسه انتشارات بعثت، چاپ دوم، ۱۳۷۱.

۴- پروا، محمد، "روان شناسی صنعتی و مدیریت"، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۶۳.

۵- زمانی، غلامحسین، "بررسی انتظارات روستائیان از یک نظام ترویج مناسب"، ستاد تدوین نظام ترویج ایران، معاونت ترویج و مشارکت مردمی، ۱۳۷۵.

۶- زمانی، غلامحسین، "نظریه‌های انگیزش و کاربرد آن در ترویج و آموزش کشاورزی"، مقاله ارائه شده به ششمین سمینار علمی ترویج کشاورزی کشور، انتشارات سازمان ترویج کشاورزی، ۱۳۷۰.

۷- سیتز، ریچارد ام. و دلیمان دبلیو پورتر، "انگیزش و رفتار در کار"، جلد اول، ترجمه امین الله علوی، تهران، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۲.

۸- شعاری نژاد، علی اکبر، "روان شناسی عمومی"، جلد اول، چاپ چهارم، انتشارات توس، ۱۳۷۰.

۹- شهرآرا، مهرناز، "انگیزه پیشرفت در زنان، بررسی پژوهشهای نیم قرن اخیر"، مجله علوم اجتماعی و انسانی، دانشگاه شیراز، دوره یازدهم، شماره اول و دوم، ۱۳۷۵.

۱۰- صباغیان، زهرا، "مآثل و مشکلات سوادآموزی در ایران"، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۷۱.

۱۱- عظیمی، سیروس، "اصول روان شناسی عمومی"، انتشارات دهخدا، ۱۳۵۱.

۱۲- کریمی، عزت الله و ابوطالب فنایی، "بررسی نظریه پردازیهها در ترویج کشاورزی"، انتشارات معاونت ترویج و مشارکت مردمی، ۱۳۷۳.

۱۳- لیند، آجتا و آنتون جانستون، "سوادآموزی بزرگسالان در جهان سوم"، ترجمه مرتضی مشتاقی، انتشارات مدرسه، ۱۳۷۱.

۱۴- مان، نرمان ل.، "اصول روان شناسی، اصول سازگاری آدمی"، ترجمه و اقتباس محمود ساعتچی، جلد اول، مؤسسه انتشارات امیرکبیر، ۱۳۵۲.

۱۵- نائلی، علی محمد، "انگیزش در سازمانها"، انتشارات دانشگاه شهید چمران، ۱۳۷۳.

16- F.A.O. "Food security", FAO, Rome. W.F.S., 1996.

17- Matline, Margaret U., "Psychology of women", Holf Rinehort ad Vinston Inc., 1987.

پی نوشتها:

1- Motivation

2- Mover

3- V.H. Vroom, 1964

4- B. Berilson & G. Steiner, 1964

5- Gender Unequality

6- Unger