

بررسی علل نوسان مشارکت مردمی (مطالعه موردی اداره کل بهزیستی استان مرکزی)

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۱/۰۲

تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۲/۱۰

کد مقاله: ۵۹۸۱۹

مهدی مبارکی^۱، زهره شهبازی^۲

چکیده

برای دستیابی به هدف بررسی علل نوسان جلب مشارکت‌های مردمی در اداره کل بهزیستی استان مرکزی علل درون سازمان و برون سازمانی در سطوح فردی، اجتماعی و فرهنگی و همچنین نگرش به مشارکت برای تبیین این امر دسته بندی، سنجش و بررسی گردید. روش توصیفی پیمایش، دو جامعه آماری، جامعه اول از بین مجریان ستادی (نیروی انسانی شاغل در معاونت مشارکت‌های مردمی سازمان بهزیستی)، متخصصین حوزه مشارکت‌های اجتماعی و مسئولین موسسات تحت پوشش بهزیستی به شکل غیرتصادفی و هدفمند و جامعه دوم کلیه شهروندان بالای ۱۵ سال استان مرکزی به شکل تناسب بوده است. بر اساس نتایج افراد و عاملین اصلی در میدان فعالیت مشارکتی آگاهی از طرح‌های واحد جلب مشارکت مردمی سازمان بهزیستی به عنوان اولین پیش شرط گرایش به مشارکت ندارند. همچنین ضعف فرهنگ تعاون و نوع دوستی، اعتماد پایین شهروندان به سازمان بهزیستی، احساس بی‌قدرتی در بین آنها، میل به مشارکت را در شهروندان پایین آورده و متعاقباً در جلب مشارکت مردمی آنها نوسان ایجاد نموده است. در رابطه با عوامل درون سازمانی ماهیت تجویزی و از بالا به پایین بودن طرح‌های جلب مشارکت، سازمان‌نیافتگی و قائم به فرد بودن فعالیت‌ها در واحد جلب مشارکت مردمی بهزیستی همچنین وجود نهادهای موازی در این عرصه به عنوان مهم‌ترین علل شناسایی شد.

واژگان کلیدی: مشارکت مردمی، نوع دوستی، احساس بی‌قدرتی، علل درون سازمانی

۱- عضو هیات علمی گروه پژوهشی توسعه اجتماعی جهاد دانشگاهی واحد استان مرکزی

۲- عضو هیات علمی گروه پژوهشی توسعه اجتماعی جهاد دانشگاهی واحد استان مرکزی

۱- بیان مسئله

مشارکت مردمی از سوی بسیاری از صاحب‌نظران وجه اساسی و در عین حال گم شده توسعه پایدار محسوب می‌شود. البته فرایند مشارکت مردمی می‌بایست به گونه‌ای خودجوش و دوسویه و پایدار جنبه عملی به خود گیرد. به عبارت دیگر تداوم و پایداری در شکل‌گیری مشارکت در حالت عام و مشارکت مردمی در حالت خاص به ایفای نقش موثر این متغیر در روند توسعه پایدار جوامع منجر خواهد شد.

با توجه به اهمیت مشارکت‌های مردمی در امور رسیدگی به وضعیت نیازمندان جامعه، سازمان بهزیستی برای توسعه این امر اقدام به ایجاد حوزه مشارکت‌های مردمی نموده تا به این ترتیب با استفاده از مجموعه ارگانیک هدایت برنامه‌های فقرزدایی و خود اتکایی محرومان جامعه را با مشارکت مردم در دست گیرد. بنابراین، سازمان بهزیستی یکی از سازمان‌هایی است که حیات کاری آن به طور مستقیم با مشارکت مردم در ارتباط است و با هدف توسعه و گسترش رفاه اجتماعی در بین اقشار نیازمند و آسیب‌پذیر اقدام به جلب مشارکت مالی و غیر مالی مردم می‌کند تا هدایت برنامه‌های فقرزدایی و خود اتکایی محرومان جامعه را با مشارکت مردم در دست بگیرد. اجرای برنامه‌های بهزیستی با توجه به دامنه و وسعت آسیب‌های اجتماعی ناشی از فقر اقتصادی و فرهنگی به ویژه در دهک‌های پایین جامعه نیاز به اعتبارات مالی قابل توجهی دارد که قطعاً تأمین آن از محل بودجه‌های سالیانه دولتی امکان‌پذیر نخواهد بود. لذا این امر می‌بایستی از طریق جلب مشارکت اجتماعی و خدمات داوطلبانه مردمی جبران گردد. بنابراین، در حال حاضر بخش قابل ملاحظه‌ای از فعالیت‌های سازمان بهزیستی متکی به مشارکت مردمی است. به این ترتیب، جایگاه معاونت مشارکت‌های مردمی در این سازمان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این گونه مشارکت‌های داوطلبانه مردمی، نه تنها منجر به آورده‌های چشمگیر مادی و معنوی برای سازمان می‌شود، بلکه موجبات گسترش روزافزون فرهنگ مشارکت و نوع دوستی در جامعه را نیز فراهم خواهد نمود. در حال حاضر سازمان بهزیستی با استفاده از روش‌های مختلف از مشارکت داوطلبانه مردمی استفاده می‌کند، اما آمار و ارقام نشان می‌دهد که به لحاظ مادی این مشارکت‌ها متناسب با نرخ تورم رشد نداشته است، به همین دلیل ضرورت بازنگری در روش‌ها و الگوها بیش از پیش احساس می‌شود. به استناد اطلاعات و آمار موجود در زمینه جلب مشارکت‌های مردمی وضعیت پایدار و مطلوبی وجود ندارد. به گفته مسئولین و کارشناسان این معاونت با مقایسه طولی آمار جلب مشارکت‌های مردمی موسسات تحت پوشش سازمان بهزیستی استان نوسانات زیادی در نوع و میزان این مشارکت‌ها مشاهده می‌شود که از نقش موثر آن‌ها در ارائه خدمات به اقشار آسیب‌پذیر و افزایش رفاه آنها می‌کاهد.

از طرفی، این نوسان در جلب مشارکت‌های مردمی در شهرستان‌ها نیز مشهود است. در آمارهای منتشر شده از واحد جلب مشارکت‌های مردمی، شهر اراک و شهرستان‌های دلیجان، ساوه، محلات و شازند از میزان مشارکت مناسبی برخوردار هستند. اما جلب مشارکت مردمی در شهرستان‌های کمیجان، زرنديه، خنداب، فراهان و خمین نسبت به شهرستان‌های دیگر در وضعیت پایین تری قرار دارند. در میان طرح‌های استانی و غیراستانی در زمینه جلب مشارکت مردمی در استان مرکزی نیز تفاوت وجود دارد بعضی از این طرح‌ها در استان کارایی نداشته و بعضی دیگر موفق عمل کرده است که شناسایی این طرح‌ها و نیز میزان کارایی آن‌ها در استان نیز ضروری است. بدیهی است، عوامل بسیاری می‌تواند خاستگاه شکل‌گیری این نوسان شده و جلب مشارکت‌ها را با افت و خیز همراه نماید. البته پیدا کردن راه کارهای جلب مشارکت در عمل مشکل است و لازمه آن شناخت کم و کیف مشارکت و عوامل تاثیر گذار بر آن است. بنابراین، ضمن شناسایی و بررسی عوامل برون سازمانی فوق در زمینه جلب مشارکت‌های مردمی، عوامل درون سازمانی که مختص سازمان بهزیستی می‌باشد نیز ضرورت دارد. به همین منظور در این مطالعه به دنبال بررسی علل نوسان جلب مشارکت‌های مردمی در سازمان بهزیستی استان هستیم. سوالی که در این بررسی به دنبال پاسخ آن می‌باشیم، این است که علل نوسان جلب مشارکت‌های مردمی در سازمان بهزیستی استان مرکزی چیست؟

۲- ضرورت و اهمیت تحقیق

تدوین راهبردی مبتنی بر سازماندهی مردمی در رابطه با سیاست‌ها و خطی‌مشی‌هایی که در جهت کسب حداکثر مشارکت مردم تنظیم می‌گردند، از اهمیت و ضرورت خاصی برخوردار است. البته باید اشاره نمود که سیاست‌های مشارکتی، به خودی خود بدون همراهی با سیاست‌هایی که در جهت برقراری تساوی و عدالت اقتصادی مطرح می‌شوند، قادر نخواهد بود تأثیری مثبت بر مطلوبیت و کارایی ارگان‌ها و نهادها در جامعه داشته باشد. سوابق نیز گویای این حقیقت است که بهزیستی بدون مشارکت مالی و خدماتی مردم حتی پاسخگوی نیازهای اولیه و اساسی مددجویان و معلولین تحت پوشش خود نیز نبوده است. بنابراین اهمیت و ضرورت توجه به حوزه بیش از پیش هویدا است. به این ترتیب جایگاه معاونت مشارکت‌های مردمی در این سازمان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. جلب هدایای مردمی و برنامه‌ریزی در این زمینه، دارای ابعاد پیچیده اقتصادی، اجتماعی و مهم‌تر از همه اعتقادی و تشریحی است و از سوی دیگر فعالیت‌هایش در یک سازمان متمرکز است؛ خواه ناخواه، با عوامل و احیاناً موانعی روبرو است که

می‌تواند بر این روند تاثیرگذار باشد. این عوامل که بخشی درون‌سازمانی و بخشی برون‌سازمانی است؛ به آن دلیل که می‌تواند بر تداوم جلب هدایا و ارتقاء کارایی و کیفیت آن تاثیرگذار باشد؛ نیاز به شناخت و بررسی دارد.

۳- هدف کلی تحقیق

بررسی علل نوسان در نوع و میزان جلب مشارکت‌های مردمی در بهزیستی استان مرکزی

۳-۱- اهداف اصلی

- بررسی عوامل درون سازمانی موثر بر جلب مشارکت‌های مردمی در سازمان بهزیستی استان مرکزی
- بررسی عوامل برون سازمانی موثر بر جلب مشارکت‌های مردمی در سازمان بهزیستی استان مرکزی

۴- مرور ادبیات نظری و تجربی

تعاریف متعددی از مشارکت مردمی مطرح گردیده است که هر کدام به سطوح مختلفی از تأثیرگذاری شهروندان در فرآیند برنامه‌ریزی و تصمیم‌سازی اشاره دارند. گالت، مشارکت مردمی را به عنوان جزء حیاتی استراتژی‌های توسعه دانسته و آن را واجد سه عملکرد عمده می‌داند. از دیدگاه وی، مشارکت مردمی، اولاً، نحوه برخورد غیرایزاری دولت با مردم و احساس ارزشمندی را تضمین می‌کند. ثانیاً، مشارکت به عنوان حلال اصلی مشکلات در شرایط اجتماعی خود، به شمار می‌رود. علاوه بر آن، مشارکت به مانند کانالی عمل می‌کند که گروه‌ها و جوامع محلی می‌توانند از طریق آن به عرصه‌های کلان و بزرگ‌ترین تصمیم‌گیری دسترسی پیدا کنند. از نظر گالت، بدون مشارکت، تدبیرهای توسعه هم غیر مردمی و هم بی‌نتیجه خواهد بود. (ساروخانی، ۱۳۹۳، ص. ۴)

سانوف، معتقد است که مشارکت مردمی به معنای همکاری مردم در دنبال کردن اهدافی است که خود آن را دنبال نموده‌اند، می‌باشد. (sanof, 2000, p. 44) مشارکت مردمی به معنای میان کنش مستقیم در زمینه توسعه، بازبینی و اختیار برنامه‌ها و پیشنهادها بین برنامه ریزان و مراجع رسمی از یک سو و افراد و گروه‌های متأثر از آن برنامه‌ها از سوی دیگر است. در صورتی که تعریف مشارکت مردمی به حق با خبر شدن و اظهار نظر محدود شود، این تفسیری تنگ نظرانه از درگیری جامعه در فرآیند تصمیم‌گیری است که بیشتر دلالت بر ارتباطات دارد تا مشارکت. به هر حال، با وجودی که ارتباط کارآمد میان جامعه و تصمیم‌گیرندگان را عنصری پایه در مشارکت برشمرده‌اند، مشارکت چیزی بیش از یک ارتباط تعریف شده است. (دانش پور، ۱۳۸۸، ص. ۳۳۶) بهترین شیوه، به کارگیری سه مفهوم متفاوت برای برجسته کردن این تمایزات است که در گذشته تحت عنوان مشارکت مردمی و با تکیه بر جریان اطلاعات میان مشارکت‌کنندگان و برنامه ریزان از آن استفاده می‌شد. این مفاهیم عبارتند از:

- ارتباط مردمی: جریان اطلاعات از سوی مسئولین به مردم بدون دریافت بازخوردهای مردم.
 - مشورت با مردم: جریان اطلاعات از سوی مردم به مسئولین که در این فرآیند، گفت و گوی رسمی میان مردم و مسئولان وجود ندارد.
 - مشارکت مردمی: تبادل اطلاعات میان مردم و مسئولین: درجاتی از گفت و گو(عموما در قالب گروه‌هایی) در این فرآیند اتفاق می‌افتد که نمایندگانی از هر دو گروه در نسبت‌های مختلف را شامل می‌شود. (ferver, 2005, pp. 254-253)
- به طور کلی می‌توان گفت، وضعیت مشارکت‌های مردمی در هر جامعه‌ای از فرایندهای تاریخی، ساختار قانونی، سیاسی، اداری، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی تأثیر می‌پذیرد. متغیرهای سطح خرد نظیر ویژگی‌های فردی و ذهنی نیز به سهم خود در تبیین مشارکت‌های مردمی اثر گذار هستند. (سعیدی، ۱۳۸۲، ص. ۱۷۱) مطالعه میزان مشارکت مردمی در کشورها بدون توجه به ساختارهای سیاسی و اجتماعی و اقتصادی امکان‌پذیر نیست. (فخرایی س.، ۱۳۸۳، ص. ۳۶۰) دو جزء اساسی که نقش مهم‌تری در ایجاد فضای مساعد یا نامساعد برای مشارکت دارند عبارتند از میزان اعتماد مردم و میزان باور به تأثیر گذاری فرد. (نوذرپور، ۱۳۸۰، ص. ۱۳۸۰)

پیش‌نیازهای مشارکت عبارتند از: زمان کافی برای مشارکت، مزایای اجتماعی آن از زیان‌های احتمالی آن بیشتر باشد، افراد از توانایی لازم برای کار روی آن موضوع برخوردار باشند، توانایی متقابل برای ارتباط فراهم باشد، احساس بیم و خطری برای هیچ یک از طرف‌ها وجود نداشته باشد، در قلمرو موضوعات مربوط به افراد دیگر باشد، بالا بودن آگاهی افراد و جو سیاسی سالم نیز شرط است، وجود بارور و اعتقاد راسخ برای مسئولان در سطوح مختلف مبنی بر اینکه مهم‌ترین و اصولی‌ترین روش در جریان توسعه اقتصادی، اجتماعی و سازندگی کشور، مشارکت مردم است. مشارکت اساساً با عدم تمرکز اداری همراه است. مدیرانی که تمایل به تمرکز و نظارت مستقیم دارند، در ظاهر مشارکت‌پذیر هستند، اما در باطن و به صورت عملی قادر به ایجاد بستر مشارکت نیستند. (یوسفی، ۱۳۹۰، ص. ۶)

۵- سطوح مشارکت مردمی

مردم متون مشارکت بیانگر سطح‌بندی‌های گوناگونی از مشارکت است که در ادامه به برخی از مهمترین آن‌ها که می‌تواند در فرآیند مشارکت مردمی در معاونت جلب مشارکت‌های مردمی موثر می‌باشد، می‌پردازیم:

۵-۱- گسترده چهار سطحی برنز

برنز، مشارکت را در چهار سطح یا مهارت طبقه‌بندی کرده است:

□ آگاهی‌رسانی: این سطح شامل کشف و بازکشف حقایق محیط و شرایط است تا هر کسی که در این فرآیند مشارکت می‌کند، با زبانی مشترک بر پایه مهارت‌ها در زمینه‌ای که تغییرات پیشنهاد شده است، سخن بگوید.

□ ادراک: این سطح، نتیجه آگاهی‌رسانی از شرایط به منظور فهم آن و نتایج فیزیکی و اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی آن است. این بدان مفهوم است که مردم با یکدیگر صحبت و مشورت میکنند و بنابراین، ادراک تعهدات و انتظارات همه مشارکت‌کنندگان به جای برنامه‌های پنهان که عموماً موجب مختل شدن پروژه در دراز مدت می‌شود به منبعی برای برنامه ریزی بدیل میگردد.

□ تصمیم‌سازی: در این مرحله، مشارکت‌کنندگان بر اساس دو مرحله آگاهی‌رسانی و ادراک شروع به آفریدن طرح‌های فیزیکی واقعی بر اساس اولویت‌هایشان می‌کنند تا متخصصان با تلفیق گزینه‌ها به برنامه و طرح نهایی دست یابند.

□ اجرا: بسیاری از طرح‌ها و برنامه‌های جامعه در همان مراحل آگاهی‌رسانی و ادراک و تصمیم‌سازی متوقف می‌شوند که این همان علت عدم موفقیت بسیاری از طرح‌هاست زیرا درست زمانی که مردم می‌توانند مهم‌ترین نقش را ایفا کنند، کنار گذاشته می‌شوند این در حالی است که مردم باید در تمامی طول فرآیند مشارکت حضور داشته باشند، مسئولیت بپذیرند و همپای متخصصان به ایفای نقش بپردازند تا پروژه به نتیجه مطلوب دست یابد. (sanoff, 2000, pp. 10-11)

۵-۲- گسترده چهار سطحی پریسکولی

پریسکولی، وجه تمایز شیوه‌های مشارکتی را در میزان تأثیرگذاری و سهم مشارکت‌کنندگان در تصمیم‌گیری‌ها می‌داند. درک این رابطه اهمیت فراوانی دارد زیرا مدیریت انتظاراتی همه کسانی که در فرآیند مشارکت حضور دارند، امری حیاتی است. نکته این نیست که همه تکنیک‌ها باید بر همه تصمیمات موثر باشند، زیرا این امر در اکثر موارد به وقوع نمی‌پیوندد، نکته این است که باید با شیوه‌ای مناسب با رابطه و کار با مردم مشخص گردد. البته این در صورتی است که قرار باشد فرصتی برای موفقیت در فرآیند مشارکتی فراهم آید. پریسکولی، مشارکت را در چهار سطح تعریف می‌کند. (Priscoli, 2003, p. 141) پریسکولی، مشارکت را در چهار سطح تعریف می‌کند: آگاهی در مورد تصمیمات، شنیدن نظرها قبل از تصمیمات، تأثیرگذاری بر تصمیمات، تصمیم‌سازی و موافقت با تصمیمات.

مشارکت مردم در امور خیریه را می‌توان نوعی کارآفرینی اجتماعی دانست چرا که خمیر مایه کارآفرینی اجتماعی، اقدام داوطلبانه و نوآورانه با تلفیقی از خیرخواهی است و در انجام آن، تنها کسب سود و پاداش مالی مد نظر نیست. این نوع از کارآفرینان در جامعه با انگیزه‌های نوع‌دوستانه و نیکوکارانه در راستای خدمت به دیگران، نوعی رضایت درونی حاصل می‌کنند و از حل مشکلات مردم و مشارکت در خدمت به هموعان خود، احساس شور و شرف می‌نمایند. (Alvord & Brown, 2004, p. 262) کارآفرینی اجتماعی در چارچوب مشارکت‌های مردمی سازمان‌یافته و نهادهای خودجوش داوطلبانه، حلقه تکمیل‌کننده چرخه توسعه بوده و می‌تواند به راحتی شکاف میان دولت و بازار را پر کند. (Austin, 2006, ص. ۱۲۲) کارآفرینی اجتماعی در ادبیات توسعه که تحت لوای نظریه‌های راه سوم، بخش سوم و سازمان‌های مردم‌نهاد تجلی یافته است بر مشارکت داوطلبانه آحاد جامعه برای پاسخ به مطالبات و خواسته‌های اقشار آسیب‌پذیر تأکید دارد که مشخصه اصلی آن، کنش‌های کارآفرینی یا کارگشایی اجتماعی، اقدام داوطلبانه و با نیت خیرخواهانه و بشردوستانه در تعقیب اهداف اجتماعی است. (Weerawardena, 2006, ص. ۲۲) کارآفرینان اجتماعی با استفاده بهینه از منابع و امکانات محدود، بهره‌وری و کارایی قابل توجهی را در فعالیت‌های خیریه و کمک به اقشار نیازمند داشته‌اند. (berger, 2006: 8)

در رابطه با موضوع مشارکت، خصوصاً مشارکت مردمی در زمینه نیکوکاری و امور خیریه در ایران و خارج از ایران تحقیقات بسیار محدود و حتی می‌توان گفت انگشت شمار انجام شده است و این مقالات و تحقیقات محدود انجام شده به تبیین و توصیف کلی وضعیت نیکوکاری پرداخته‌اند.

نسرین احسانی راد (۱۳۹۲) در " بررسی علل و انگیزه‌های مردم از مشارکت در امور خیریه و وقف در شهر کاشان " سعی کرده که با شناسایی برخی عوامل مهم و موثر، مسئولین شهری را برای تقویت این عوامل تأثیرگذار بر مشارکت در امور خیریه تشویق نماید. یافته‌های پژوهش که به شیوه پیمایشی انجام شده رابطه معنادار بین متغیرهای دین‌داری، عدالت‌خواهی، همبستگی اجتماعی، اعتماد اجتماعی، تعلق و تعهد شهروندی با مشارکت در امور خیریه را نشان داده‌است. به این معنی که هر چه این عوامل در بین مردم

قوی تر باشد، مشارکت مردم در نیکوکاری نیز بیش تر می‌شود. همچنین از میان عوامل شناخته شده، متغیرهای عوامل معنوی، روحیه عدالت‌خواهی و انسجام‌اجتماعی بهترین تبیین‌کننده تغییرات متغیر مشارکت در امور خیریه هستند و از بین این سه متغیر نیز روحیه عدالت‌خواهی بیش‌ترین تأثیر مستقیم را بر مشارکت در امور خیریه داشته است.

گنجی و الماسی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان: "تبیین وضعیت نیکوکاری در بین شهروندان کاشانی"، نتیجه گرفتند که میانگین نیکوکاری در بین شهروندان، بالاتر از حد متوسط است و با متغیرهایی چون: مشارکت اجتماعی، عدالت‌گرایی، شبکه روابط اجتماعی رابطه مستقیم و مثبت دارد. از سویی، با افزایش صفت نیکوکاری در جامعه شاهد بروز هیجانات و احساس خوشایند به ویژه احساس شادی و نشاط در بین شهروندان هستیم. (گنجی و الماسی، ۱۳۹۱: ۹۲۵).

گنجی و عسگری (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان: "تأثیر میزان پایداری مردم به ارزش‌ها بر مشارکت آن‌ها در امور خیریه"، نشان دادند که بین عمل به ارزش‌ها و هنجارها به ویژه ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و فرهنگی از سوی مردم با مشارکت پاسخ-گویان در امور خیریه و عام‌المنفعه رابطه مستقیم وجود دارد. به عبارت دیگر، پاسخگویانی که معتقدند مردم به ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی در جامعه بیشتر پایبندند، مشارکت آن‌ها در امور خیریه بیش از کسانی است که چنین اعتقادی ندارند. (گنجی و دیگران، ۱۳۹۱: ۹۵۳).

فلاح زاده و ملک جمشیدی (۱۳۸۵) در مقاله‌ای با عنوان "نقش دولت و سازمان‌های زیر مجموعه در توسعه و تقویت موسسات خیریه سلامت"، به بحث از تأثیر عوامل اقتصادی، فرهنگی و حتی مذهبی بر سلامت می‌پردازد و این را مطرح می‌کند که جلب مشارکت‌های مردمی از جمله افراد، گروه‌ها و سازمان‌های خیریه مستلزم راهکارهای ابتکاری و مهارت‌های خاص و انواع مختلف منابع دارد. بر اساس این مقاله نقش دانشگاه و سایر بخش‌های توسعه در حمایت از فرایندهای مبتنی بر مشارکت موسسات خیریه و افراد و گروه‌های خیر در برنامه‌های ارتقاء سلامت باید مورد بازنگری قرار گرفته و به طور واضح مشخص گردد. دولت و سازمان‌های وابسته از طریق استراتژی‌هایی می‌توانند در توسعه و تقویت موسسات خیریه و مشارکت افراد و گروه‌های خیر در امر سلامت نقش خود را ایفا کنند.

وانگ و گرادی (۲۰۰۸) پژوهشی تحت عنوان: "بررسی روابط میان کنش داوطلبانه، سرمایه اجتماعی و کمک‌های خیریه" انجام داده‌اند. آن‌ها دریافتند که باورهای مذهبی از عوامل تعیین‌کننده کنش‌های داوطلبانه و افزایش کمک‌های خیریه و بشردوستانه است. این پژوهش از داده‌های ایالات متحده آمریکا، و بررسی انجمن پنج‌مارک در مورد سرمایه اجتماعی ملی سال ۲۰۰۰، استفاده کرده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که اعتماد اجتماعی حاصل پل زدن میان شبکه‌های اجتماعی و مشارکت مدنی در دو گروه مذهبی و غیر مذهبی است. فعالیت‌های داوطلبانه و سرمایه اقتصادی تأثیر مهمی بر کمک‌های این دو گروه مذهبی و غیر مذهبی دارد و در نهایت کسانی که مذهبی هستند بیشتر به طرف این کمک‌ها می‌روند و تمایل دارند که کمک‌های خیرخواهانه‌اشان را در اختیار اقشار نیازمند و معلولان قرار دهند. (Wang, 2008, ص. ۳۰)

برگر (۲۰۰۶) در تحقیقی با عنوان: "تأثیر مذهب روی فعالیت‌های خیریه" که در کانادا انجام شده است. این مطالعه، رفتارهای داوطلبانه و بشردوستانه از سوی جمعیت‌های مختلف مذهبی را مقایسه می‌کند و سپس به بازخورد این رفتارها در مذاهب مختلف اشاره می‌کند. یافته‌های تحقیق تأثیر تعلقات و باورهای مذهبی را در گسترش فعالیت‌های خیریه و داوطلبانه تأیید می‌کند. (Berger, 2006: 10) همچنین بکر و همکاران نیز در مطالعه‌ای میدانی پیرامون عوامل تأثیرگذار بر کنش‌های نوع‌دوستی و خیرخواهانه، پایداری به ارزش‌های مذهبی و تعالیم اخلاقی را در بروز رفتارهای خیرخواهانه حائز اهمیت می‌دانند. (Bekkers, 2007, ص. ۱۶)

۶- چارچوب نظری

برای تحلیل نظری، پارادایم واقعیت‌گرایی و به طور خاص تئوری سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از رویکردهای جامعه‌شناختی در تبیین مشارکت مردمی مورد استفاده قرار می‌گیرد. صاحب‌نظران این مکتب معتقد هستند هر جا که همبستگی اجتماعی نیرومند باشد، عامل نیرومندی در نزدیک کردن افراد به هم خواهد بود و باعث تشدید تماس‌های آنان و بیشتر کردن فرصت‌های ارتباطشان با یکدیگر خواهد شد و نیز هرگاه در موقعیت‌های اجتماعی، کنش‌های اظهاری فرد معطوف به دیگران باشد به همکاری و انسجام با دیگران می‌انجامد. بر طبق تعریف فوق، می‌توان گفت مشارکت مردمی در فعالیت‌های خیرخواهانه و نیکوکارانه در شرایطی از سوی افراد در جامعه ایجاد می‌شود که آن‌ها، خود را جزئی از جامعه و از لحاظ اخلاقی، مسئول در برابر آن بدانند و با آن احساس همبستگی اجتماعی داشته باشند. در مقابل، هنگامی که این احساس همبستگی اجتماعی در فرد وجود نداشته باشد در او احساس انفعال و جدایی و در نهایت، بیگانگی شکل می‌گیرد که احساس بی‌قدرتی از مصادیق آن است. در چنین حالتی فرد، تمایلی به مشارکت در جامعه ندارد و به اثرگذاری نقش خود و شرکت در امور اجتماعی اعتقادی ندارد. لذا این پارادایم به خصوص

در رویکرد ساختی کارکردی اهمیت ویژه‌ای برای مفاهیمی چون احساس مسئولیت، تعهد، تعاون و همکاری در جامعه قائل می‌باشد که این‌ها، مبین‌های مناسبی برای تبیین مشارکت‌های مردمی در امور نیکوکاری و فعالیت‌های خیریه می‌باشند. پایگاه اقتصادی و اجتماعی به عنوان یکی از عوامل موثر در مشارکت در نظر گرفته می‌شود. افراد در صورتی می‌توانند به نیازمندان و طبقات محروم جامعه کمک و مساعدت مالی داشته باشند که خود، از حداقل امکانات مالی برخوردار باشند. سرمایه اجتماعی به عنوان منبعی جهت تسهیل مشارکت مردمی در امور و فعالیت‌های نیکوکارانه و خیرخواهانه در نظر گرفته می‌شود. از نظر، توکویل، وجود منفعت‌های جمعی و پیوستن فرد به جمع و جدا شدن از انزوا و کشاندن وی به سمت منافع همگانی و در نتیجه شکل‌گیری سرمایه اجتماعی، موجب شکل‌گیری مشارکت خواهد شد. از طرفی، هم‌افزایی سرمایه اجتماعی با مشارکت به اثبات رسیده است. لذا، این نظریه به خوبی موضوع پژوهش را تبیین می‌کند. تئوری سرمایه اجتماعی تحلیل خود را متمرکز بر ویژگی‌های کلان اجتماعی می‌کند و معتقد است که این ویژگی‌های کلان اجتماعی، انگیزشی در افراد ایجاد می‌کند که سبب مشارکت در جامعه می‌شود. بنابراین عدم وجود سرمایه اجتماعی در افراد سبب عدم مشارکت آن‌ها در امور خیریه در جامعه می‌شود.

۷- روش تحقیق

روش به کار رفته در این پژوهش، در بعد عوامل برون سازمانی، پیمایش و در بعد عوامل درون‌سازمانی کیفی است. واحد مشاهده و واحد تحلیل آن در سطح فرد می‌باشد. در این مطالعه دو جامعه آماری وجود دارد. جهت بررسی عوامل درون سازمانی به جمع‌آوری نظرات صاحب‌نظران، کارشناسان و متولیان این حوزه در قالب ابزار مصاحبه^۱ به شکل کتبی و پرسشنامه ساختارمند پرداخته شد. جامعه آماری دوم کلیه افراد ۱۵ سال به بالا، اعم از زن و مرد ساکن در شهرهای (اراک، ساوه، دیلیجان، خنداب) می‌باشد. با توجه به این که دو جامعه آماری در این مطالعه مد نظر است دو نمونه آماری نیز خواهیم داشت. نمونه اول از بین مجریان ستادی (نیروی انسانی شاغل در معاونت مشارکت‌های مردمی سازمان بهزیستی)، متخصصین حوزه مشارکت‌های اجتماعی و مسئولین موسسات تحت پوشش بهزیستی به شکل غیر تصادفی و هدفمند انتخاب شد. برای نمونه‌گیری از جامعه دوم روش نمونه‌گیری "تصادفی طبقه‌بندی شده" استفاده شد. جهت کسب اطمینان از اعتبار پرسشنامه از اعتبار محتوایی و میزان پایایی از طریق روش آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت.

۸- نتایج تحقیق

برای بررسی عوامل درون سازمانی موثر بر میزان مشارکت‌های مردمی در اداره کل بهزیستی استان، فرایند جلب این نوع مشارکت مورد بررسی قرار گرفت. همچنین از آن‌جایی که برخی از موسسات خیریه دارای مجوز از این سازمان در این حوزه عملکرد موفقی داشته‌اند، در مقام مقایسه و دستیابی به شیوه‌های موثر جلب مشارکت این موسسات نیز بررسی شده‌اند. نقش معاونت مشارکت‌های مردمی، اشتغال و مؤسسات خیریه در سازمان بهزیستی عبارت از، مدیریت توانمندسازی و هدایت مردم مشارکت جو و داوطلبان، ارائه خدمت جهت رفع نیازها و مشکلات جامعه هدف تحت پوشش خواهد بود. لذا در فرایند جلب مشارکت مردمی در بهزیستی، واحد جلب مشارکت مردمی و کارشناس مشارکت مردمی در این سازمان، وجود دارد که طرح‌های کشوری مربوط به جلب مشارکت را اجرا نمایند. در این راستا، تقریباً تمام طرح‌های کشوری در استان مرکزی انجام شد می‌باشد. همچنین برخی از طرح‌ها استانی هستند که توسط کارشناس جلب مشارکت مردمی، در جلسات داخلی سازمان، مطرح می‌شود و در صورت قابلیت اجرایی، تصویب می‌گردند. از جمله طرح‌های کشوری که در استان مرکزی نیز در زمینه جلب مشارکت مردمی انجام شده است عبارتند از:

- طرح **شکرانه سلامت**: تخصیص چهار رقم سمت راست حقوق ماهیانه کارکنان دولت، شرکت‌ها و یا کسر مبلغی از حقوق آن‌ها که با تمایل خودشان به حساب مشارکت‌های مردمی بهزیستی واریز می‌گردد.
- طرح **صدقه تلفنی**: با هماهنگی به عمل آمده با شرکت مخابرات از سال ۱۳۹۱ شماره ۷۷۲۸ به صدقه تلفنی اختصاص یافته است که شهروندان با انتخاب عدد ۱ تا ۹۰۰ و شماره‌گیری عدد ۹، مبلغ انتخابی آن‌ها به فیش تلفن ثابت همشهریان اضافه می‌گردد و طی دوره زمانی ۶ ماهه محاسبه و به حساب مشارکت‌های مردمی بهزیستی واریز می‌گردد.
- طرح **حامی**: در این طرح، خیرین از کودکان حمایت می‌کنند و مبلغی را به صورت مستمر و ماهانه تا هر زمان که تمایل داشته باشند به حساب فرزندان تحت پوشش بهزیستی واریز می‌کنند.
- طرح **کودکان آسمانی**: خیرین در جهت تأمین آتیه فرزندان نیازمند تحت پوشش سازمان بهزیستی از طریق بیمه‌های آتیه به هر میزان مبلغی که تمایل داشته باشند به آن‌ها کمک می‌کنند.

^۱- Interview

اجرای طرح ضیافت الهی: در این طرح از ظرفیت‌های معنوی این ماه و برنامه‌ریزی جهت جمع‌آوری فطره شهروندان در جهت حمایت از نیازمندان استفاده می‌شود.

اجرای برنامه‌های جشن عاطفه‌ها به مناسبت آغاز سال تحصیلی و کمک به تأمین نیازهای تحصیلی دانش آموزان نیازمند نیز همزمان با شروع سال تحصیلی از دیگر طرح‌های سازمان بهزیستی می‌باشد. همچنین، برنامه جشن نیکوکاری در پایان اسفند ماه و کمک به مایحتاج خانواده‌های نیازمند در سال نو نیز از طرح‌های حمایتی سازمان بهزیستی است.

سازمان بهزیستی با داوطلبان بسیجی در جمع‌آوری کمک‌های نقدی و غیر نقدی جهت ارائه به نیازمندان نیز همکاری می‌کند. در این راستا با در نظر گرفتن طرح‌های موجود، طرح صدقه در استان کارایی چندانی در رابطه با جلب مشارکت ندارد. اما طرح بیمه کودکان آسمانی، طرح حامی و ... از طرح‌هایی هستند که موفق عمل می‌کنند. همچنین، از آن جایی که استان مرکزی، استانی صنعتی است عموماً از ضایعات کارخانجات و کارگاه‌های آن استفاده می‌شود، چرا که، قدرت مالی کارخانجات نیز ضعیف شده است و آن‌ها نیز توان اهداء کمک نقدی را به سازمان بهزیستی ندارند. البته در حال حاضر به دلیل افزایش موسسات خیریه و رقابت بین آن‌ها، استفاده از این، ظرفیت کارخانه‌ها نیز کاهش یافته است. در پاره‌ای از موارد، هم تفاهم‌نامه‌هایی با سازمان‌های مختلف برای استفاده متقابل از ظرفیت‌های بهزیستی و آن سازمان‌ها امضاء می‌شود. با وجود تنوع بسیاری که در طرح‌های کشوری و استانی جهت جذب مشارکت مردمی در بهزیستی وجود دارد اما به این دلیل که طبق قوانین و مقررات سازمانی، بهزیستی نمی‌تواند از محل مشارکت‌های مردمی جهت تبلیغات استفاده نماید و بودجه‌ای مستقل در این رابطه در اختیار ندارد، لذا در زمینه اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی به مردم از طرح‌های مذکور و نیز تبلیغات در سطح کشوری و به تبع آن، در سطح استانی ضعیف عمل می‌شود. این در حالی است که، امروز رسانه‌های گروهی نقش بسیار مؤثری در مقوله اطلاع‌رسانی، آگاهی‌بخشی و شکل‌دادن به افکار عمومی، نهادی کردن نظام ارزشی و باورهای اعتقادی، افزایش مشارکت و توسعه فرهنگ دارند.

در سازمان بهزیستی استان مرکزی نیز، عموماً هزینه تبلیغات از خیرین گرفته می‌شود و در پاره‌ای از موارد با شهرداری و صدا و سیما همکاری می‌شود تا در بحث‌های خبری و اطلاع‌رسانی به مردم در زمینه فعالیت بهزیستی و طرح‌های جلب مشارکت مردمی از ظرفیت خبری آن‌ها استفاده شود. در موسسات تحت پوشش بهزیستی عموماً سایت‌های تخصصی طراحی شده است که اطلاعات و اقلام مورد نیاز برای نیازمندان در آن‌ها وجود دارد. از طرفی، در این سایت‌ها، بازدیدهای خارجی هم وجود دارد که ضمن جلب مشارکت، کارکرد تبلیغات هم دارد. علاوه بر این، قسمتی از مشارکت‌های مردمی توسط موسسات تحت پوشش بهزیستی صورت می‌پذیرد. این موسسات که مجوز فعالیت‌هایشان را از سازمان بهزیستی می‌گیرند و مطابق با مقررات، هر ۳ ماه یک بار، تراز مالی‌شان را ارائه دهند. البته متأسفانه بعضی از این موسسات به دنبال درآمد شخصی هستند که با اثبات این موضوع مجوز آن‌ها باطل می‌گردد که در حال حاضر ۲ موسسه از ادامه فعالیت منع شده‌اند.

برخی دیگر از موسسات تحت پوشش بهزیستی در حیطه جلب مشارکت مردمی بسیار موفق عمل می‌نمایند. این موسسات که عموماً هیئت موسسان آن‌ها اعضای یک خانواده است، طبق مجوز کمیسیون ماده ۲۶ عمل می‌نمایند. از آن جایی که این موسسات از بطن جامعه بیرون آمده و در کنار مردم پا می‌گیرند، به همین دلیل با نیازهای جامعه بیشتر آشنا هستند از طرفی به دلیل اینکه مردم شخصا می‌توانند شاهد مشارکت خود باشند و از نظر عاطفی نیز انگیزه کمک، حتی به صورت آنی در آن‌ها شکل می‌گیرد، لذا موسسات فوق در این زمینه جلب مشارکت بیشتری از سوی مردم دارند. به نظر می‌رسد موسسات تحت پوشش بهزیستی، نسبت به سازمان بهزیستی در جلب مشارکت‌های مردمی موفق‌تر عمل می‌نمایند. چرا که آن‌ها، سیاست درهای باز را اجرا می‌کنند و اعتقاد بر این است که کار، جمعی انجام می‌شود پس، سازماندهی، برنامه‌ریزی و مدیریت اعمال می‌شود. بنابراین، در موسسات فوق، امکان بازدید مستقیم مردم وجود دارد و با دیدن نیازمندان، اعتماد آن‌ها برای کمک جلب می‌شود. چه بسا که آن‌ها اطمینان حاصل می‌کنند کمک‌هایشان به این افراد می‌رسد. از طرفی در ضمن این بازدیدها، مردم کمک‌های فکری‌اشان را هم در اختیار آن‌ها قرار می‌دهند که حتی ممکن است بسیار سودمندتر از کمک نقدی و مالی باشد، بنابراین وقتی مردم احساس می‌کنند عملاً در اداره کردن مرکز، مشارکت واقعی دارند، لذا احساس تعلق، اعتماد، تعهد و مسئولیت‌پذیری در آن‌ها شکل می‌گیرد. این در حالی است که در سازمان بهزیستی به دلیل وجود بوروکراسی اداری و قوانین آن، چنین ظرفیتی وجود ندارد. هم‌چنین سهولت در دریافت کمک‌های مردمی در این موسسات وجود دارد. این موسسات، خصوصاً مراکز خیریه شبانه‌روزی در هر ساعت از شبانه روز، پذیرای نذورات و کمک‌ها هستند، در این گونه مراکز به مردم اطلاع‌رسانی صحیحی هم در رابطه با نحوه اهدای مناسب‌تر، کمک‌هایشان ارائه می‌شود و در نهایت، تصمیم‌گیری بر عهده خودشان گذاشته می‌شود. بنابراین حالت داوطلبانه بودن این مشارکت‌ها حفظ می‌شود. صدور مجوز برای موسسات خیریه در حال حاضر، توسط ارگان‌های مختلفی صورت می‌گیرد که این موضوع سبب موازی کاری‌ها در این زمینه می‌شود. هم‌چنین در حالی که در سازمان بهزیستی، فرآیند نظام‌مندی هم در مورد شناسایی خیرین وجود ندارد و آن‌ها عموماً خودشان به صورت تصادفی در ماه‌های خاص مراجعه حضوری دارند، موسسات تحت پوشش این فرآیند به صورت منظم‌تری انجام می‌شود، بانک اطلاعاتی مناسبی از خیرین، تهیه می‌شود که در مواقع لزوم از آن‌ها یاری گرفته می‌شود و سعی در

حفظ این ارتباط می‌باشد؛ عموماً در مراسم‌های مختلفی که برگزار می‌گردد به صورت تصادفی از خیرین دعوت می‌شود و ارتباط حضوری صورت می‌گیرد و از طرفی با انجام کارهایی مانند ارسال پیام کوتاه در موقعیت‌های مختلف، این ارتباط تحکیم می‌شود. نکته دیگری که باید به آن اشاره شود این است که عمدتاً در سازمان بهزیستی نگاه به مددجویان به صورت پرورشی می‌باشد که عمدتاً بر پایه نگرش‌های حمایتی طراحی می‌شود و عموماً برنامه‌های آموزشی که به آن‌ها ارائه می‌شود پاسخگوی بازار کار نمی‌باشد. این در حالی است که در موسسات، نگاه آموزشی به نیازمندان و حتی معلولین وجود دارد و اعتقاد بر این است که آموزش، هزینه‌بر نیست بلکه بسیاری از هزینه‌ها را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای کم می‌کند. آموزش‌هایی در زمینه بهداشت، مهارت‌های زندگی و ... برای آن‌ها ارائه می‌شود. در این مراکز، از خود نیازمندان و حتی معلولین در انجام کارها بهره گرفته می‌شود که این کار سبب ایجاد حس مسئولیت‌پذیری و کارایی در آن‌ها می‌شود و به سمت توانمند شدن سوق داده می‌شوند. اما در سازمان بهزیستی بین مددجویان روحیه وابستگی و بی‌تحریکی وجود دارد. آن‌ها اعتقاد راسخ دارند که دولت باید همه چیز را برایشان فراهم کند، حتی پس از دریافت وام جهت اشتغال، تمایلی به کار کردن ندارند چون اطمینان دارند که مستمری آن‌ها به صورت ثابت وجود دارد. بنابراین، در ارائه وضعیت مالی‌شان خیلی صادقانه رفتار نمی‌کنند. مسأله، دیگر این است که در چنین شرایطی باید به فرهنگ فقر هم اشاره شود که تنها جنبه مالی ندارد. افرادی که در محیط فقر زندگی می‌کنند با خلق و خوی جامعه فقیر، انس می‌گیرند و به راحتی تغییر رویه نمی‌دهند. بنابراین فقر دائماً تولید می‌شود. مددجویان دارای اخلاقی مانند مسئولیت‌گریزی، مشارکت‌گریزی و ... می‌شوند. حتی مددجویان، اطرافیان و دوستان و آشنایان خود را تشویق به استفاده از خدمات بهزیستی می‌نمایند.

در ادامه برای دستیابی به علل فردی مانع مشارکت مردمی در بین شهروندان باورهای معنوی، آگاهی از طرح‌ها و وظایف سازمان بهزیستی شناخته شد. میانگین محاسبه شده برای علل فردی مانع مشارکت مردمی در بین پاسخگویان این مطالعه با انحراف معیار ۱۳،۷۶ برابر با ۴۵،۰۲ می‌باشد. به عبارت دیگر می‌توان سطح میانگین نوع نگرش به بهزیستی را متوسط اعلام کرد. کشیدگی آن نشان می‌دهد که توزیع داده‌ها از توزیع نرمال بلندتر و از پراکندگی کمتری برخوردار است. همچنین چولگی مثبت این متغیر (۰،۱۶۴)، نشان‌گر آن است که نمرات افراد حول و حوش مقادیر پایین این متغیر متمرکزند. از آن‌جا که متغیر علل فردی در نمونه تحقیق دارای توزیع نرمال است می‌توان با احتمال ۹۵ درصد، میانگین این متغیر را در کل جامعه آماری مورد مطالعه (شهرهای اراک، ساوه، دلیجان، خنداب) در محدوده (۴۵/۶۴) تا (۴۳/۴۴) برآورد نمود.

جدول ۱- توزیع شاخص‌های آماری علل فردی مانع مشارکت مردمی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد	Min	Max	SK	K
علل فردی مانع مشارکت مردمی	۴۵،۰۲	۱۳،۷۶	۰،۶۵	۰	۱۰۰	۰،۱۶۴	۱،۲۳

برای عوامل فرهنگی و اجتماعی مانع مشارکت مردمی در بین شهروندان اعتماد، تعهد شهروندی، نوع دوستی، تعاون و همکاری، احساس بی‌قدرتی، نوع نگرش به مشارکت و نگرش به فعالیت‌های بهزیستی شناسایی شد. میانگین محاسبه شده برای علل اجتماعی و فرهنگی مانع مشارکت مردمی در بین پاسخگویان این مطالعه با انحراف معیار ۷،۲۵ برابر با ۴۴،۹۶ می‌باشد. به عبارت دیگر می‌توان سطح میانگین علل اجتماعی و فرهنگی عدم مشارکت مردمی را متوسط اعلام کرد. کشیدگی آن نشان می‌دهد که توزیع داده‌ها از توزیع نرمال بلندتر و از پراکندگی کمتری برخوردار است. همچنین چولگی مثبت این متغیر (۰،۲۴)، نشان‌گر آن است که نمرات افراد حول و حوش مقادیر پایین این متغیر متمرکزند. از آن‌جا که متغیر علل اجتماعی و فرهنگی در نمونه تحقیق دارای توزیع نرمال است می‌توان با احتمال ۹۵ درصد، میانگین این متغیر را در کل جامعه آماری مورد مطالعه (شهرهای اراک، ساوه، دلیجان، خنداب) در محدوده (۴۵/۶۴) تا (۴۳/۴۴) برآورد نمود.

جدول ۲- توزیع شاخص‌های آماری علل اجتماعی و فرهنگی مانع مشارکت مردمی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد	Min	Max	SK	K
عوامل اجتماعی و فرهنگی مانع مشارکت مردمی	۴۴،۹۶	۷،۲۵	۰،۳۴	۰	۱۰۰	۰،۲۴۴	۰،۴۸

بر اساس چارچوب این مطالعه اعتماد به دولت تحت عنوان علت سیاسی تاثیرگذار بر رفتار مشارکتی شهروندان در نظر گرفته شد. میانگین محاسبه شده برای متغیر اعتماد به دولت در بین پاسخگویان این مطالعه با انحراف معیار ۱۷،۵۴ برابر با ۵۰،۵۸ می‌باشد. به عبارت دیگر می‌توان سطح میانگین اعتماد شهروندان به دولت را متوسط اعلام کرد. کشیدگی منفی آن نشان می‌دهد که

توزیع داده‌ها از توزیع نرمال کوتاه‌تر و از پراکندگی بیشتری برخوردار است. هم‌چنین چولگی مثبت این متغیر (۰,۰۴۶)، نشان‌گر آن است که نمرات افراد حول و حوش مقادیر پایین این متغیر متمرکزند. از آنجا که متغیر اعتماد به دولت در نمونه تحقیق دارای توزیع نرمال می‌باشد می‌توان با احتمال ۹۵ درصد، میانگین این متغیر را در کل جامعه آماری مورد مطالعه (شهرهای اراک، ساوه، دلیجان، خنداب) در محدوده (۵۲/۴۶) تا (۴۸/۹۴) برآورد نمود.

جدول ۳- توزیع شاخص‌های آماری اعتماد به دولت

متغیر	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد	Min	Max	SK	K
اعتماد به دولت	۵۰,۵۸	۱۷,۵۴	۰,۸۲	۰	۱۰۰	۰,۰۴۶	-۰,۰۱۲

هم‌چنین برای دستیابی به وضعیت مشارکت مردمی در حالت کلی بین شهروندان شهرهای مورد مطالعه، ابعاد عینی و ذهنی مشارکت با یکدیگر ترکیب شد. میانگین محاسبه شده برای متغیر مشارکت مردمی در بین پاسخگویان این مطالعه با انحراف معیار ۱۸,۴ برابر با ۵۵,۵۴ می‌باشد. به عبارت دیگر می‌توان سطح میانگین این نوع مشارکت را متوسط اعلام کرد. کشیدگی آن نشان می‌دهد که توزیع داده‌ها از توزیع نرمال بلندتر و از پراکندگی کمتری برخوردار است. هم‌چنین چولگی منفی این متغیر (۰,۱۳-)، نشان‌گر آن است که نمرات افراد حول و حوش مقادیر بالای این متغیر متمرکزند.

جدول ۴- توزیع شاخص‌های آماری مشارکت مردمی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد	Min	Max	SK	K
مشارکت مردمی	۵۵,۵۴	۱۸,۴	۰,۸۶	۰	۱۰۰	-۰,۰۱۳	۰,۰۷۵

اگر وضعیت مشارکت مردمی را به تفکیک شهرهای مورد مطالعه بررسی نماییم، مشخص می‌شود که با توجه به شاخص‌های مرکزی از آن جمله میانگین، تفاوت معناداری بین آن‌ها وجود ندارد. ولی از نظر شاخص‌های پراکندگی وضعیت متفاوت است. به طوری که نمودار پراکندگی مشارکت مردمی در شهر اراک چولگی مثبت و کشیدگی منفی دارد. به عبارت دیگر، نمرات افراد حول و حوش مقادیر پایین متمرکز است و دلالت بر مشارکت سطح پایین داشته، هم‌چنین توزیع داده‌ها حول میانگین متمرکز شده و از پراکندگی کمتری برخوردار است. در شهر ساوه توزیع داده‌ها با کشیدگی مثبت از پراکندگی کمتری برخوردار است و با چولگی مثبت رو به سمت مشارکت در سطح پایین می‌باشد. در مورد شهر دلیجان، نمودار توزیع پراکندگی، چولگی منفی دارد، یعنی سطح مشارکت در این شهر رو به مقادیر بالاتر میل می‌کند و بالاست. کشیدگی آن نیز مثبت بوده و داده‌ها حول میانگین متمرکز شده و از پراکندگی کمتری برخوردار است. شهر خنداب نیز، دارای توزیع پراکندگی با کشیدگی و چولگی منفی است، یعنی در این شهر سطح مشارکت مردمی بالا بوده اما از نظر پراکندگی، داده‌ها در اطراف میانگین پخش شده و از پراکندگی زیادی برخوردار است.

جدول ۵- وضعیت مشارکت مردمی به تفکیک شهرهای مورد مطالعه

نام شهر	میانگین	انحراف معیار	SK	K
اراک	۵۱,۷۰	۱۷,۸	۰,۰۱	-۰,۱۸
ساوه	۵۷,۹۱	۱۷,۴	۰,۰۱	۰,۶۵
دلیجان	۵۷,۰۷	۱۸,۳	-۰,۰۷	۰,۲۳
خنداب	۵۷,۲۷	۲۰,۰۱	-۰,۰۴	-۰,۱۲
کل	۵۵,۵۴	۱۸,۴	-۰,۰۱۳	۰,۰۷۵

برای دستیابی به پاسخ سوالات تحقیق، ارتباط بین علل فردی، اجتماعی و فرهنگی و سیاسی با سطح مشارکت مردمی در سازمان بهزیستی، ارتباط و همبستگی هر یک از این علل جداگانه با متغیر مشارکت مورد بررسی و سنجش قرار گرفت. در خصوص همبستگی بین علل در سطح فردی با مشارکت شهروندان در فعالیت‌های خیریه‌ای سازمان بهزیستی، رابطه وجود دارد، به عبارت دیگر با توجه به مقدار ضریب همبستگی (۰,۲۹۳) با احتمال ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک‌تر از ۰,۰۱ می‌توان گفت رابطه آماری معناداری بین علل فردی با میزان مشارکت شهروندان وجود دارد.

جدول ۶- همبستگی علل فردی و سطح مشارکت مردمی

مشارکت	علل در سطح فردی	
.293**	1.000	Correlation Coefficient
.000	.	Sig. (2-tailed) علل در سطح فردی
447	447	N
Kendall's tau_b		
1.000	.293**	Correlation Coefficient
.	.000	Sig. (2-tailed) مشارکت
450	447	N

در خصوص همبستگی بین علل در سطح اجتماعی و فرهنگی با مشارکت شهروندان در فعالیت‌های خیریه‌ای سازمان بهزیستی، رابطه وجود دارد، به عبارت دیگر با توجه به مقدار ضریب همبستگی (۰,۱۷۷) با احتمال ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک‌تر از ۰,۰۱ می‌توان گفت رابطه آماری معناداری بین علل اجتماعی و فرهنگی با میزان مشارکت شهروندان وجود دارد.

جدول ۷- همبستگی در سطح اجتماعی و فرهنگی با مشارکت شهروندان

مشارکت	عوامل فرهنگی و اجتماعی	
1.000	.177**	Correlation Coefficient
.	.000	Sig. (2-tailed) مشارکت
450	450	N
Kendall's tau_b		
1.000	.177**	Correlation Coefficient
.	.000	Sig. (2-tailed) عوامل فرهنگی اجتماعی
450	450	N

در خصوص همبستگی بین علل در سطح سیاسی با مشارکت شهروندان در فعالیت‌های خیریه‌ای اداره کل بهزیستی، رابطه وجود ندارد، به عبارت دیگر با توجه به معنادار نبودن این رابطه در سطح خطای کوچک‌تر از ۰,۰۱ می‌توان گفت رابطه آماری معناداری بین علل سیاسی با میزان مشارکت شهروندان وجود ندارد.

جدول ۸- همبستگی سطح سیاسی با مشارکت شهروندان

مشارکت	عوامل سیاسی	
1.000	.080	Correlation Coefficient
.	.053	Sig. (2-tailed) مشارکت
450	450	N
Kendall's tau_b		
1.000	.080	Correlation Coefficient
.	.053	Sig. (2-tailed) عوامل سیاسی
450	450	N

نتیجه‌گیری

علی‌رغم اهمیت جلب مشارکت‌های مردمی در دستیابی اهداف سازمانی بهزیستی همچون افزایش رفاه و ارائه خدمات به اقشار آسیب‌پذیر، در این زمینه وضعیت پایدار و مطلوبی وجود ندارد. البته عوامل بسیاری می‌تواند خاستگاه شکل‌گیری این نوسان شده و جلب مشارکت‌ها را با افت و خیز همراه نماید. از آن‌جا که لازمه پیدا کردن راه‌کارهای جلب مشارکت، شناخت کم و کیف آن و عوامل تاثیر گذار بر آن است، در این مطالعه تلاش شد تا عللی را که می‌توانند بر این نوسان موثر باشند، شناسایی گردند. بر اساس نتایج، مشارکت در بعد عینی و ذهنی (پتانسیل مشارکت) برای انجام امور خیریه و خیرخواهانه در بین شهروندان مورد مطالعه در حد متوسط است. در واقع ضمن تغییرات فاحش در طی زمان، در حالت ایستا و زمان حال نیز میزان مشارکت مردمی در بین شهروندان متوسط است. با توجه به منابع نظری و تجربی موجود در این حوزه، علل درون سازمان و برون سازمانی در سطوح فردی، اجتماعی و فرهنگی و همچنین نگرش به مشارکت برای تبیین این امر دسته‌بندی، سنجش و بررسی گردید. از آنجا که افراد، عاملین اصلی در میدان فعالیت مشارکتی محسوب می‌شوند، ویژگی‌های آن‌ها در این نوسانات نقش بسزایی ایفا می‌کند. بنابراین دو ویژگی مهم افراد، آگاهی از طرح‌ها و وظایف بهزیستی در حوزه مشارکت‌های مردمی، همچنین میزان باورهای معنوی-شان به عنوان ابعاد تشکیل دهنده علل فردی در نظر گرفته شد. میزان آگاهی و اطلاع شهروندان از فعالیت‌ها و طرح‌های بهزیستی خصوصا در واحد جلب مشارکت‌های مردمی اهمیت بسیاری دارد. چرا که این دانش و آگاهی فرد را به معنای عملش واقف می‌کند. بنابراین اولین

پیش شرط گرایش به مشارکت، آگاهی فرد درباره این واقعیت است که مشارکت در چه زمینه‌هایی می‌تواند انجام شود. با توجه به نتایج بیشتر شهروندان نسبت به وظایف و برنامه‌های سازمان بهزیستی آگاهی مکفی ندارند. در این راستا کمترین میزان آگاهی مردم مربوط به اورژانس اجتماعی (۱۲۳) بوده است. بیشترین میزان آگاهی مردم از فعالیت‌های بهزیستی مربوط به حمایت از معلولین بوده است. بنابراین مشخص می‌شود که شهروندان، سازمان بهزیستی را به عنوان یک نهاد حمایتی در خصوص امور معلولان می‌شناسند، لذا قاعدتا از دیگر وظایف این نهاد بی‌اطلاع هستند. شهروندان از طرح‌های حوزه امور خیریه و نیکوکاری سازمان بهزیستی نیز آگاهی و اطلاع کافی ندارند چرا که با استناد به نتایج تحقیق آن‌ها میزان آشنایی-شان را از کلیه طرح‌های واحد جلب مشارکت مردمی را در طیف کم و خیلی کم اعلام کرده‌اند. هنگامی که افراد از ماهیت طرح‌ها آگاه نمی‌شوند یا از ابزار موجود بی‌خبرند، قاعدتا میزان مشارکت هم پایین خواهد بود. به اعتقاد افه، آگاهی و توجه پیش شرط شناختی و ضروری شکل فعال‌تر مسئولیت مدنی است که باعث علاقه‌مندی و دل‌نگرانی در جامعه می‌شود. از طرف دیگر از جمله عوامل تاثیرگذار بر مشارکت مردمی شهروندان عوامل اجتماعی و فرهنگی است، در این مطالعه میزان اعتماد، تعهد شهروندی، نوع دوستی، تعاون و همکاری، بی‌قدرتی، نگرش به مشارکت و خود سازمان بهزیستی تحت عنوان عوامل اجتماعی و فرهنگی در نظر گرفته شد. اعتماد به عنوان چسب انواع روابط اجتماعی، پیش شرط شکل‌گیری رفتار مشارکتی از هر نوعی می‌باشد. در واقع پایین بودن میزان اعتماد در پایین آمدن سطح مشارکت تاثیر بسزایی دارد. که در این‌جا بر اساس یافته‌های به دست آمده شهروندان اعتماد بالایی به سازمان بهزیستی ندارند، بنابراین این میانگین رو به سطح پایین، در نوسان میزان مشارکت نقش بازی خواهد کرد. از طرف دیگر بسیاری از صاحب‌نظران حوزه توسعه شکل‌گیری توسعه را منوط به ویژگی‌های ارزشی و فرهنگی افراد یک اجتماع دانسته و این گونه استدلال نموده‌اند که چنان‌چه ارزش‌هایی چون تعاون، همکاری، نوع دوستی در کنش‌ها و رفتارهای افراد یک اجتماع نهادینه شده باشد و الگوی کنش آنها گردد، این جوامع مسیر توسعه را طی خواهند نمود، به عبارت دیگر درونی کردن این ارزش‌ها را به عنوان یکی از پیش شرط‌های توسعه جوامع معرفی می‌نمایند. پر واضح است که در این گونه جوامع رفتارهایی از نوع مشارکت آن هم مشارکت در امور خیرخواهانه تجلی و نمود پیدا میکند. اما بر اساس یافته‌های به دست آمده در این مطالعه، میزان تعاون و همکاری یا نوع دوستی در بین شهروندان اراکی از میانگین بالایی برخوردار نیست. در واقع فرهنگ همکاری یا نوع دوستی که از جمله پیش شرط‌های مشارکت کردن شهروندان در امور خیریه است، ضعیف بوده و در نوسان موجود در میزان مشارکت تاثیر خواهد گذاشت. نکته قابل توجه دیگر میانگین بالای احساس بی‌قدرتی در بین شهروندان شهرهای مورد مطالعه است. بیش از ۷۰ درصد از شهروندان اعلام کرده‌اند که احساس بی‌قدرتی می‌کنند. احساس بی‌قدرتی به حالتی گفته می‌شود که فرد احساس می‌کند در وضعیت‌های اجتماعی و کنش متقابل خود تاثیرگذار نیست و در واقع عمل خود را بی‌تاثیر می‌یابد، به گونه ای که نتایج مورد انتظار را برآورده نمی‌سازد. در این حالت میل به مشارکت کاهش می‌یابد چون افراد احساس می‌کنند مشارکت آن‌ها تاثیری نخواهد داشت و بی‌ثمر است. البته تغییرات آن تا حد زیادی تابع تغییرات اعتماد است، وقتی میزان اعتماد در جامعه مورد مطالعه پایین است، بالا بودن احساس بی‌قدرتی دور از انتظار نمی‌باشد. البته میزان اعتماد به دولت در مورد انجام امور خیریه‌ای به عنوان عامل سیاسی موثر بر میزان مشارکت در بین افراد جامعه مورد مطالعه به نسبت اعتماد در حالت کلی بیشتر است و میانگین متوسط رو به بالا دارد. به عبارت دیگر شهروندان به دستگاه‌های دولتی برای کمک به نیازمندان و اقشار آسیب‌پذیر اعتماد دارند، اگر این اعتماد به دولت در حالت کلی را به صورت خاص در مورد سازمان بهزیستی در نظر بگیریم، مشاهده می‌شود که مردم به سازمان بهزیستی نیز در خصوص کمک به نیازمندان و اقشار آسیب‌پذیر نگرش تقریباً مثبتی دارند. از نظر آنها بهزیستی سازمان موثر و کارایی برای کمک به نیازمندان است و فعالیت‌های قانونی و اصولی در این خصوص دارد. که شایسته است برنامه ریزیان و سیاستگذاران این حوزه به وجود این اعتماد و نگرش مثبت در سطح جامعه برای عملیاتی نمودن اهداف خویش توجه بیشتری نمایند. در بررسی علل درون سازمانی مشخص شد که عموماً این معاونت جلب مشارکت با همکاری کارشناسان مربوطه، طرح‌های کشوری و طرح‌های استانی را اجرا می‌کنند. روش مذکور دارای معایبی در جلب مشارکت مردمی می‌باشد. چرا که طرح‌های کشوری و بعضاً طرح‌های استانی از قبل مشخص شده و از مردم خواسته می‌شود در فرآیندی که بدون حضور آن‌ها، تصمیم‌گیری شده مشارکت کنند. از طرف دیگر اداره کل سازمان بهزیستی در محدوده قانونی خود، بودجه مستقلی برای انجام تبلیغات ندارد و همچنین از محل مشارکت‌های مردمی هم نمی‌تواند برای تبلیغات هزینه نماید. لذا تنها از ظرفیت خیرین برای این امر بهره می‌برد و عموماً این کار توسط کارشناس واحد جلب مشارکت‌های مردمی در سطح محدود و بدون فرآیند مشخصی صورت می‌پذیرد. عموماً خیرین خودشان و آن هم در ماه‌های مذهبی خاص در سال به سازمان بهزیستی جهت ادای نذر و انجام وظایف شرعی مراجعه می‌کنند و پس از آن این ارتباط حفظ می‌شود. به همین دلیل این جلب مشارکت قائم به فرد بوده و با تغییر و جابجایی در فرد، نوسانات در این جلب مشارکت زیاد می‌شود. از طرف دیگر در بررسی عوامل درون سازمانی این نکته به نظر می‌رسد که سازمان بهزیستی برای جلب مشارکت مردمی در رقابت با موسسات تحت پوشش خود قرار گرفته و به جای نقش نظارتی و هدایتی خود مستقیم به جذب کمک‌های مردمی ورود پیدا کرده است. که این موضوع به شکل یک عامل منفی در نوسانات این نوع کمک‌ها نمود پیدا کرده است. همان گونه که ملاحظه می‌شود بیشتر موانع شناسایی شده به عنوان عوامل تاثیرگذار بر مشارکت مردم

امور خیریه در حیات اجتماعی و سیاسی کل کشور جریان دارد و متغیرهای سطح کلان محسوب می‌گردند. به عبارت دیگر چنانچه سطح توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بهبود پیدا نماید، وضعیت هر یک از این متغیرها نیز تغییر خواهد کرد. برای مثال با افزایش نرخ اشتغال و کاهش بیکاری سطح مشارکت در امور خیریه فزونی می‌یابد، یا از طریق بسط شبکه تعاملات اجتماعی و تعریض و تحکیم اجتماع جامعه‌ای (عبدالهی، ۱۳۹۰) همبستگی اجتماعی تقویت شده و اعتماد، تعهد، مسئولیت‌پذیری و نهایتاً مشارکت مدنی تحت تاثیر قرار می‌گیرند. نکته کلیدی و مهم دیگر برای تبیین وضعیت مشارکت مدنی، سطح توسعه سیاسی و رفع تبعیض‌ها و نابرابری‌هاست. مسلماً جوامعی از نوع انحصارطلب که در تصمیم‌گیری‌ها مردم نقش چندانی ایفا نکرده و به آنها نگاه ابزاری و از بالا به پایین می‌شود، قاعدتاً مشارکت مدنی محلی از اعراب نخواهد داشت. به همین منظور توجه به راهبردهای ارتقاء موقعیت و نقش عمومی مردم در جامعه، تغییرات ساختاری در برنامه‌های آموزشی و نظام آموزشی، ترویج ارزش‌های عام در بین مردم، ضرورت ارتقاء رشد نظام شخصیتی و مهارت‌های زندگی برای ارتقاء مشارکت مردمی در سطح کلان ضروری است. در ادامه با توجه به نتایج به دست آمده در علل نوسان این مشارکت‌ها، برای ارتقاء و بهبود عملکرد سازمان بهزیستی در این حوزه پیشنهادات و راهکارهای خاص ارائه می‌گردد.

پیشنهادات و راهکارها

از آنجا که مجموعه عوامل فردی، اجتماعی و فرهنگی و سیاسی در تعامل با هم اثرات تجمعی و ترکیبی قابل توجه بر ارتقاء کم و کیف مشارکت مردمی دارند، لذا اتخاذ یک استراتژی عام و فراگیر برای بهبود این امر ضروری به نظر می‌رسد. به همین منظور برای تقویت و پایداری جلب مشارکت‌های مردمی رویکرد و استراتژی کارآفرینی اجتماعی پیشنهاد می‌گردد. کارآفرینی اجتماعی بر مشارکت داوطلبانه آحاد جامعه برای پاسخ به مطالبات و خواسته‌های اقشار آسیب‌پذیر تأکید دارد. مشخصه اصلی کنش‌های کارآفرینی یا کارگشایی اجتماعی، اقدام داوطلبانه و با نیت خیرخواهانه و بشردوستانه در تعقیب اهداف اجتماعی است. کارآفرینی اجتماعی تنها انجام کارهای مرتبط با خیریه نیست. کارآفرینی اجتماعی نباید با خیریه اشتباه گرفته شود. خیریه دلسوزی و شفقت فرد خیر برای نوع بشر را تداعی می‌کند و با عباراتی مانند بخشش کمک‌های بلاعوض به نیازمندان مشخص می‌شود در حالی که کارآفرینی اجتماعی تداعی‌کننده چیزی بیش از نیت خیر دست اندرکاران آن بوده و صرفاً به خاطر دلسوزی و شفقت نیست، بلکه کارآفرین اجتماعی خیر تمایل به تغییر اجتماعی دارد. معمولاً سازمان‌های خیریه، با تکیه بر کمک‌های مالی خیرین به حیات خود ادامه می‌دهند، کمک‌هایی که به سادگی می‌تواند بر اثر تغییر جو اقتصادی یا تغییر تصمیمات خیرین، با نوسانات شدید مواجه شود. در نقطه مقابل کارآفرینی اجتماعی کمتر به کمک‌های خیریه وابسته است و می‌کوشد برنامه‌های اجرایی خود را به نحوی طراحی کند که به خودی خود پابرجا بماند و تأثیرات پایدار و کم‌نوسانی داشته باشند. کارآفرینان اجتماعی کمک‌های خیریه را به گونه‌ای موثر به کار می‌گیرند و در بنگاه‌های اجتماعی سرمایه‌گذاری می‌کنند تا بتوانند در آمد کسب کنند و پایدار بمانند. برای مثال در فعالیتهای خیریه از کمک‌ها و هدایا برای تهیه غذا و رفع گرسنگی نیازمندان استفاده می‌شود تا به این ترتیب حتی اگر شده به طور موقت، بخشی از رنج‌های گروه‌های مبتلا به سوءتغذیه کاهش یابد. در حالی که در کارآفرینی اجتماعی از کمک‌ها برای تاثیر اجتماعی پایدار و بلندمدت استفاده می‌شود، به این صورت که برنامه‌هایی تدوین می‌شود تا به نیازمندان آموزش دهد چگونه خودشان غذای خویش را بدست آورند و در بلند مدت از خودشان محافظت کنند. در واقع کارآفرینان اجتماعی نه تنها با دادن ماهی به فرد گرسنه راضی نمی‌شوند، بلکه حتی آموزش ماهی‌گیری به فرد نیز قانع‌شان نمی‌کند، بلکه آن‌ها به دنبال ایجاد تحول در صنعت ماهیگیری هستند. برای همین پیشنهاد می‌گردد برای پایداری در جلب مشارکت‌های مردمی در سازمان بهزیستی الگوهای کارآفرینی اجتماعی اساس طرح‌ها و برنامه‌ها قرار گیرد. با توجه به جاری بودن فرهنگ اسلامی در جامعه ما، استفاده از پتانسیل وقف با رویکرد کارآفرینی اجتماعی می‌تواند تاکتیک موثری در عملیاتی نمودن رویکرد کارآفرینی اجتماعی برای ساماندهی و پایداری مشارکت‌های مردمی و رفع نیاز اقشار آسیب‌پذیر باشد. چه بسا که در بسیاری از کشورهای غیر اسلامی به تبعیت از فرهنگ وقف در اسلام گام‌های بلندی در زمینه فعالیتهای خیرخواهانه و اهداف بشردوستانه برداشته شده است. آثار و نتایج وقف می‌تواند در پروژه‌های انسان‌دوستانه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، آموزشی و بهداشتی و بسیاری دیگر از حوزه‌های رفاه اجتماعی تجلی یابد. با این وجود در ادامه پیشنهادات عملی در دو سطح عوامل درون سازمان و عوامل بیرون سازمانی ارائه شده است.

- اصلاح فرایند جلب مشارکت مردمی در سازمان بهزیستی و مشارکت دادن مردم از همان ابتدای مراحل تصمیم‌گیری برای خروج جلب مشارکت مردمی از صورت کنونی بسیج اجتماعی
- برگزاری نشست‌های تخصصی با صاحب‌نظران جهت دستیابی به ایده‌های جدید جلب مشارکت و اتکاء به تجارب، اطلاعات و معلوماتی که در جریان کار و تخصص خود کسب نموده‌اند.
- اصلاح فرایند شناسایی خیرین، استفاده از مشارکت مالی و غیرمالی خیرین، استفاده از ظرفیت علمی و فکری خیرین، تقویت و بازبینی سیستم تقویت انگیزش خیرین

- استفاده از پتانسیل شبکه های مجازی و اپلیکیشن های کاربردی جهت اطلاع رسانی و تبلیغات
- تصحیح ارتباط بین سازمان بهزیستی و موسسات خیریه تحت پوشش و از بین بردن نگاه رقابتی
- بکاربردن سیاستهای تشویقی برای موسسات خیریه موفق و بکارگیری تجارب موفق آنان
- آشنایی اقشار مختلف مردم با وظایف، برنامه ها و طرح های معاونت جلب مشارکتهای مردمی سازمان
- بهره گیری از باورهای دینی شهروندان و استفاده از پتانسیل مساجد و کانونهای مذهبی در راستای تقویت باورهای دینی مرتبط با مشارکت مردمی
- در اختیار قرار دادن اطلاعات لازم به مشارکت کنندگان و در جریان قرار دادن آنها در فرآیند مشارکت
- شفافیت در نحوه چگونگی اختصاص کمک های مالی به نیازمندان و آگاه سازی مردم از این فرآیند
- انجام تکنیک خلاقانه تنگ ماهی (FISHBOND) برای افزایش جلب مشارکت جهت بهبود و افزایش امکان سنجی طرح های موجود
- برگزاری نمایشگاه ها و همچنین فروش دست سازهای مددجویان، ارتباط رو در رو و مستقیم مردم با مددجویانی که دارای مهارت های خاصی هستند.

منابع

- ازکیا، م.، غفاری، غ. (۱۳۸۰). رابطه بین اعتماد و مشارکت اجتماعی در نواحی روستایی کاشان. نامه علوم اجتماعی، ۱۷.
- الموسوی خمینی، س. (۱۳۷۶). تحریرالوسیله. تهران: تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره).
- رینزر، ج. (۱۳۷۷). نظریه های جامعه شناسی در دوران معاصر. تهران: انتشارات علمی.
- شارمند. (۱۳۷۹). شیوه های تحقیق طرح های توسعه شهری (بررسی تجارب و تهیه و اجرای طرح های توسعه شهری در ایران. وزارت کشور، مرکز مطالعات برنامه ریزی شهری، جلد دوم.
- شجاعی زند، ع. (۱۳۸۲). مدلی برای سنجش دینداری در ایران. مجله جامعه شناسی ایران، ۱۶(۱).
- شجاعی زند، ع. (۱۳۸۲). مدلی برای سنجش دینداری در ایران. مجله جامعه شناسی ایران، دوره ششم.
- طباطبایی، م. (۱۴۱۷). تفسیرالمیزان. بیروت: مؤسسه الاعلمی للمطبوعات.
- طوسی، م. (۱۳۸۰). مشارکت در مالکیت و مدیریت. تهران: انتشارات مرکز آموزش و مدیریت دولتی.
- علوی تبار، ع. (۱۳۸۰). الگوی مشارکت شهروندان در اداره امور شهرها (Vol. جلد سوم). سازمان شهرداری های تهران.
- غفاری، غ.، نیازی، م. (۱۳۸۶). جامعه شناسی مشارکت. تهران: انتشارات نزدیک.
- کوزره ل.، روزنبرگ، ب. (۱۳۸۶). نظریه های بنیادی جامعه شناسی. (ف. ارشاد. Trans.) تهران: نشر نی.
- گنجی، م.، الماسی، ا. (۱۳۸۹). تبیین وضعیت نیکوکاری در بین شهروندان کاشان. همایش ملی وقف. دانشگاه کاشان.
- لرنر، د. (۱۳۸۳). گذر جامعه سنتی، نوسازی خاورمیانه. (غ. خواجه سروی، Trans.) تهران: مطالعات راهبردی غیرانتفاعی.
- محسنی تبریزی، ع. (۱۳۸۱). روانشناسی اجتماعی. توسعه روستایی.
- محسنی، م.، جاراللهی، ع. (۱۳۸۲). مشارکت اجتماعی در ایران. تهران: انتشارات آرون.
- مسجد جامعی، ا. (۱۳۷۷). مشارکت فرهنگی و فرهنگ مشارکت. پنجمین کنگره سراسری انجمن های اولیل و مربیان تهران: مجله پیوند.
- وحیدار، ف. (۱۳۸۲). رابطه سرمایه اجتماعی با هویت اجتماعی دانشجویان. مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان، ۱۷(۲).
- یزدانپناه، ل.، صمدیان، ف. (۱۳۸۷). تأثیر ویژگی های فردی و اجتماعی بر مشارکت اجتماعی زنان کرمانی. مطالعات زنان، ۲۶(۲).
- Alvord, S., & Brown, I. (2004). Social Entrepreneurship and Societal Transformation. Journal of Applied Behavioral Science, 40(3).
- Andereoni, J. (1999). a theory of warm. The economic journal., 100(41)
- Austin, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? ENTREPRENEURSHIP THEORY and PRACTICE, Blackwell . Publishing Limited.
- axlord, m. (n.d.). urban structure and participation. american sociological review.
- Batson, D. (2002). Four motives for community involvement. journal of social issues, 58(3).
- Bekkers. (2007). Generosity and Philanthropy. Literature Review.

- Berger. (2006). The Influence of Religion on Philanthropy in Canada School of Business Management, Ryerson University, 350 Victoria Street,. Toronto, Ontario, Canada.,
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. American Journal of Sociology.
- HALEFPENNY, P. (1990). Economic and sociological theories individual charitable givin: complementary or contradictory?. voluntas. international journal of voluntary and nonprofit organization., 10(3.(
- Molinas, J. (1998). the impact of inequality, gender external assistance and social capital on local level cooperatiotion, world development. 3.
- Muensterberg, E. (2008). Principles of public charity & private philanthropy in Germany. , Chicago: : The University of Chicago Press.,
- Mushi, S. (1986). Institutionalization of popular participation in: participation in world development . paris: unesco.
- price, & B. (2002). Social capital and factors effecting civic engagement: voluntary association membership in comparative. American sociological review.
- third world third sector in comparative persepective the johns hopkins university institute for policy studies, all rights reserved.
- Salamon, L. (1997). the third world third sector in comparative persepective the johns hopkins university institute for policy studies, all rights reserved.

